الكفاءة التسويقية لبعض الأصناف السمكية المصرية

د/ محمد السيد السيد حسين لابي

أستاذ الاقتصاد الزراعي المساعد – كلية الزراعة – جامعة المنيا

مقدمة :

تمثل الثروة السمكية اهمية كبيرة في الاقتصاد القومي فهي احد المكونات الرئيسية للقطاع الزراعي الذي يعد العمود الفقري للدخل القومي ، حيث بلغت قيمة صافي الدخل الزراعي عام ٢٠١٥ حوالي ٢٢٣,٧ مليار جنية يساهم الانتاج السمكي فيها بحوالي ٢١,٢ مليار جنية بنسبة بلغت حوالي ٩,٤٧% من اجمالي قيمة صافي الدخل الزراعي [١].

ويعتبر تسويق الانتاج السمكي من العمليات الهامة للنشاط السمكي مكملا للعملية الانتاجية ذاتها ، فهو يقوم بالخدمات والوظائف التي تربط بين الانتاج والاستهلاك ، وتساعد هذه الخدمات المستهلك في الحصول علي الاسماك في الوقت والمكان والشكل الذي يفضله .

وتتعدد الاصناف السمكية التي يجري انتاجها علي النطاق التجاري في مصر ، فهي تبلغ اكثر من خمسين صنفا [٢] ، ومن اهم هذه الاصناف اسماك البلطي ، والبوري ، والبياض ، والقرموط التي تساهم بحوالي ٨٠,٨ % من اجمالي كمية الانتاج السمكي في مصر البالغ حوالي ١,٥ مليون طن عام ٢٠١٥ [٣].

مشكلة البحث :

تتبلور مشكلة البحث في الفرق الواضح بين السعر الذي يحصل علية المنتج (الصياد) والسعر الذي يدفعه المستهلك للأصناف السمكية المختلفة موضع الدراسة ، متمثلا في ارتفاع اسعارها للمستهلك وانخفاض اسعارها للمنتجين اي ارتفاع الهوامش التسويقية خلال المسلك التسويقي بالرغم من ارتفاع انتاج هذه الاصناف السمكية وانخفاض الكفاءة التسويقية لها .

هدف البحث :

يهدف البحث الي : (١) التعرف علي الوضع الانتاجي لاهم الاصناف السمكية المصرية موضع الدراسة . (٢) تقدير الكفاءة التسويقية لاهم الاصناف السمكية المصرية موضع الدراسة من خلال التعرف علي نصيب المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة من توزيع جنية المستهلك للحكم علي كفاءة اداء النظام التسويقي لها .

الطريقة البحثية ومصادر البيانات :

اعتمد البحث بصفة أساسية على نوعين من أساليب التحليل الاقتصادي الوصفي والكمي وقد تم استخدامهما في قياس الاتجاهات العامة للمتغيرات الاقتصادية محل الدراسة ومعدلات نموها خلال فترة الدراسة، وذلك بتحليل السلاسل الزمنية باستخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط، مستعيناً ببعض النماذج الاتجاهية التي يتضمنها البرنامج الإحصائي Spss15 ، حيث اتخذت تلك النماذج الأشكال الرياضية الموضحة بالجدول (١) وقد أمكن الاختيار والمفاضلة بين تلك النماذج الرياضية المختلفة باستخدام الاختبارات الإحصائية (ت، ف)، وقيمة معامل التحديد (ر٢). كما اعتمد البحث علي البيانات المنشورة من مصادرها الثانوية في الاعداد المختلفة التي تصدر من الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية ، وقطاع الشئون الاقتصادية بوزارة الزراعة واستصلاح الاراضي ، والجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء .

النتائج البحثية :

اولا : الوضع الانتاجي لبعض الاصناف السمكية المصرية :

يعرف الإنتاج السمكي بأنه عبارة عن عملية تجميع العديد من المدخلات السمكية أو ما يطلق عليها

الموارد السمكية أو عناصر الإنتاج السمكي في وحدات إنتاجية لإنتاج مختلف أنواع الأسماك لتصل إلي المستهلك في الشكل القابل للاستهلاك (٤).

وبدراسة تطور إجمالي كمية الإنتاج السمكي بالمقتصد المصري خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠١٥) ، تبين من الجدول (٢) ، انه قد تراوح بين حد ادني بلغ حوالي ٤٥٧,٠ الف طن عام ١٩٩٧، وحد أقصي بلغ حوالي ١٥١٩,٠ الف طن عام ٢٠١٥ ، بمتوسط سنوي بلغ حوالي ١٠١١,٢ الف طن . كما يتضح من المعادلة (٥) الواردة بالجدول (٣) ان اجمالي كمية الإنتاج السمكي بالمقتصد المصري قد اخذ اتجاها عاما متزايدا معنويا بلغ حوالي ٥٧,٤ الف طن ، وبنسبة زيادة سنوية بلغت حوالي ٥,٦٨% من متوسط إجمالي كمية الإنتاج السمكي البالغ حوالي ١٠١١,٢ الف طن خلال فترة الدراسة .

جدول (١): الصورة العامة والمحولة للنماذج الرياضية المستخدمة في قياس اتجاه ومعدل تغير العلاقات بين متغيرات الدراسة و الواردة ببرنامج (spss 15) (٥):

نوع النموذج	الصورة العامة للنموذج	الصورة المحولة للنموذج	مقدار التغير
خطي (Linear)	ص^هـ= ب.+ ب١ س هـ	ص^هـ= ب. + ب١ س هـ	ب١
لوغاريتمي (logarithmic)	ص^هـ=ب.+ ب١ لو س هـ	ص^هـ = ب. + ب١ لو س هـ	ب١(١/س هـ)
عكسي (Inverse)	ص^هـ=ب٠+ ب١/س هـ	ص^هـ=ب٠+ ب١ / س هـ	- ب١/س هـ^{٢}
تربيعي (Quadratic)	ص^هـ= ب٠+ ب١س هـ+ ب٢س هـ^{٢}	ص^هـ=ب٠+ ب١س هـ+ ب٢س هـ^{٢}	ب١+٢ب٢س هـ
تكعيبي (Cubic)	ص^هـ=ب.+ب١س هـ+ب٢س هـ^{٢} +ب٣س هـ^{٣}	ص^هـ=ب.+ب١س٠+ب٢س هـ^{٢} + ب٣س هـ^{٣}	ب١+٢ب٢س هـ+٣ب٣س هـ^{٢}
مركب (Compound)	ص^هـ=ب.ب١$^{س هـ}$	لو ص^هـ= لوب.+ س هـ لو ب١	ص لو ب١
قوى (Power)	ص^هـ=ب.س هـ^{ب١}	لو ص^هـ=لو ب.+ ب١ لوس هـ	ب ب١ س هـ$^{ب-١}$
لوغاريتمي عكسي (S)	ص^هـ=هـ$^{(ب٠+ ب١/س هـ)}$	لو ص^هـ= ب. + ب١ / س هـ	(- ب١/س هـ^{٢}) ص
نمو (Growth)	ص^هـ=هـ$^{(ب٠+ ب١س هـ)}$	لو ص^هـ= ب. + ب١ س هـ	ب١ص
أسي (Exponential)	ص^هـ=ب. هـ$^{ب١س هـ}$	لو ص^هـ= لو ب. + ب١ س هـ	ب١ص

حيث: ص^هـ: القيمة التقديرية للمتغير التابع، س هـ: المتغير المستقل أو عامل الزمن مقاسا بالسنوات، هـــ =١، ٢....، هـــ : أساس اللوغاريتم الطبيعي

وـــيساوي ٢,٧١٨٢٨، مقدار التغير= Δ ص÷ Δ س ، مقدار التغير النسبي =[(Δ ص÷Δ س)÷ ص] x ١٠٠ .

المصدر : عبد القادر محمد عبد القادر – طرق قياس العلاقات الاقتصادية مع تطبيقات الحاسب الإلكتروني – دار الجامعات المصرية – الإسكندرية ١٩٩٠.

وهناك العديد من الاصناف السمكية التي يتم صيدها من المصايد المصرية ، حيث تختلف في تصنيفها حسب البيئة التي تعيش فيها ، ويعيش بعض هذه الاصناف في المياه العذبة والبعض الاخر في المياه المالحة مما يؤدي الي تعدد هذه الاصناف السمكية وكثرتها ، ومن اهم هذه الاصناف البلطي ، البوري ، القرموط، البياض ، وقد امكن ترتيب اهم الاصناف السمكية المصرية ترتيبا تنازليا وفقا لمعيارالاهمية النسبية لمتوسطات الكميات المنتجة منها خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠١٥) – جدول (٢) – علي النحو التالي :

تصدرت اسماك البلطي الاهمية الاولي بمتوسط سنوي لكمية انتاج بلغ حوالي ٤٧٧,٤ الف طن سنويا تمثل حوالي ٤٧,٢١ % من المتوسط السنوي لإجمالي كمية الانتاج السمكي المصري خلال فترة الدراسة ، وقد تراوحت الكمية المنتجة من اسماك البلطي بين حد اقصي بلغ حوالي ٩٨٩,٦ الف طن عام ٢٠١٥ ، وحد ادني بلغ حوالي ١٦١,٤ الف طن عام ١٩٩٧ خلال نفس الفترة ، كما يتضح من المعادلة (١) الواردة بالجدول (٣) ، ان اجمالي الكمية المنتجة من اسماك البلطي ، قد اخذت اتجاها عاما متزايدا معنويا بلغ حوالي ٤٤,٤ الف طن ، وبنسبة زيادة سنوية بلغت حوالي ٩,٣ % من المتوسط السنوي لإجمالي الكمية المنتجة من اسماك البلطي البالغ حوالي ٤٧٧,٤ الف طن خلال فترة الدراسة .

كما احتلت اسماك البوري الاهمية الثانية بمتوسط سنوي لكمية انتاج بلغ حوالي ١٥٧,٥ الف طن سنويا تمثل حوالي ١٥,٥٨% من المتوسط السنوي لإجمالي كمية الانتاج السمكي المصري خلال فترة الدراسة ، وقد تراوحت الكمية المنتجة من اسماك البوري بين حد اقصي بلغ حوالي ١٨٨,٦ الف طن عام ٢٠١٥ ، وحد ادني بلغ حوالي ٣٢,٦ الف طن عام ١٩٩٧ خلال نفس الفترة ، كما يتضح من المعادلة (٢) الواردة بالجدول (٣) ، ان اجمالي الكمية المنتجة من اسماك البوري، قد اخذت اتجاها عاما متزايدا معنويا بلغ حوالي ٩,٣ الف طن ، وبنسبة زيادة سنوية بلغت حوالي ٥,٩ % من المتوسط السنوي لإجمالي الكمية المنتجة من اسماك البوري البالغ حوالي ١٥٧,٥ الف طن خلال فترة الدراسة .

جدول (٢) : تطور اجمالي كمية الإنتاج السمكى من بعض الأصناف السمكية (البلطي والبوري والقراميط والبياض) في مصر خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠١٥) (الكمية : بالألف طن)

السنوات	البلطي	البوري	القراميط	البياض	اجمالي كمية الانتاج السمكي
١٩٩٧	١٦١,٤	٣٢,٦	٢٢,٧	٧,٣	٤٥٧,٠
١٩٩٨	١٨١,٢	٤٦,٤	٢١,٨	٧,٣	٥٤٥,٦
١٩٩٩	٢٣٢,٣	٦٤,٣	٢٤,٦	٨,٢	٦٤٨,٩
٢٠٠٠	٢٩٢,٦	١٠٤,٠	٣٢,٢	١١,٩	٧٢٤,٤
٢٠٠١	٣٠٢,٨	١٢٣,٥	٤٠,٢	١٨,٠	٧٧١,٥
٢٠٠٢	٣٠٥,٢	١٤٣,٨	٣٩,٤	٢١,٠	٨٠١,٥
٢٠٠٣	٣٤٩,٦	١٧٢,٦	٤٣,٣	١٩,٤	٨٧٦,٠
٢٠٠٤	٣٣٩,٦	١٦٨,٤	٢٨,٣	١٤,٤	٨٦٥,٠
٢٠٠٥	٣٣٣,٥	١٨٦,٠	٣٦,٠	١٢,٤	٨٨٩,٣
٢٠٠٦	٣٤٩,٠	٢٥٧,٧	٤٧,٨	١٤,٦	٩٧٠,٩
٢٠٠٧	٣٦٨,٤	٢٨٠,٢	٣٦,٥	٨,٦	١٠٠٨,٠
٢٠٠٨	٤٧٧,٥	٢٣٤,٠	٤٨,٥	١٦,٨	١٠٦٧,٦
٢٠٠٩	٤٩٥,٣	٢٣١,٩	٥٥,٧	١١,٨	١٠٩٢,٩
٢٠١٠	٦٨٧,٤	١٤٧,٦	٣٨,٩	١٦,٩	١٣٠٤,٨
٢٠١١	٧٣٠,٨	١٣٧,٥	٤٣,٣	٦,٤	١٣٦٢,٢
٢٠١٢	٨٧٠,٩	١٦٣,٢	٤٨,٨	٦,٦	١٣٧٢,٠
٢٠١٣	٧٣٥,٥	١٥٨,٦	٥٢,٩	٦,٦	١٤٥٤,٤
٢٠١٤	٨٦٧,٦	١٥٢,٥	٤٥,٦	٦,٧	١٤٨١,٩
٢٠١٥	٩٨٩,٦	١٨٨,٦	٣٧,٩	٦,٩	١٥١٨,٩
المتوسط	٤٧٧,٤	١٥٧,٥	٣٩,٢	١١,٧	١٠١١,٢
% للاجمالي	٤٧,٢١	١٥,٥٨	٣,٨٧	١,١٥	١٠٠

المصدر : جمعت وحسبت من : الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء – إحصاءات الإنتاج السمكي في جمهورية مصر العربية – أعداد مختلفة.

وشغلت اسماك القراميط الاهمية الثالثة بمتوسط سنوي لكمية انتاج بلغ حوالي ٣٩,٢ الف طن سنويا تمثل حوالي ٣,٨٧%من المتوسط السنوي لإجمالي كمية الانتاج السمكي المصري خلال فترة الدراسة، وقد تراوحت الكمية المنتجة من اسماك القراميط بين حد اقصي بلغ حوالي ٥٥,٧ الف طن عام ٢٠٠٩، وحد ادني بلغ حوالي ٢١,٨ الف طن عام ١٩٩٨ خلال نفس الفترة ، كما يتضح من المعادلة (٣) الواردة بالجدول (٣) ، ان اجمالي الكمية المنتجة من اسماك القرموط ، قد اخذت اتجاها عاما متزايدا معنويا بلغ حوالي ١,١٢ الف طن ، وبنسبة زيادة سنوية بلغت حوالي ٢,٨٢ % من المتوسط السنوي لإجمالي الكمية المنتجة من اسماك القرموط البالغ حوالي ٣٩,٢ الف طن خلال فترة الدراسة .

واخيرا ، جاءت اسماك البياض بالأهمية الرابعة بمتوسط سنوي لكمية انتاج بلغ حوالي ١١,٧ الف طن سنويا تمثل حوالي ١,١٥ % من المتوسط السنوي لإجمالي كمية الانتاج السمكي المصري خلال فترة الدراسة ، وقد تراوحت الكمية المنتجة من اسماك البياض بين حد اقصي بلغ حوالي ٢٠,٩٨ الف طن عام

٢٠٠٢ ، وحد ادني بلغ حوالي ٦,٣٦ الف طن عام ٢٠١١ خلال نفس الفترة ، كما يتضح من المعادلة (٤) الواردة بالجدول (٣) ، ان اجمالي الكمية المنتجة من اسماك البياض ، قد اخذت اتجاها عاما متناقصا معنويا بلغ حوالي ٠,٢٥ الف طن ، وبنسبة نقص سنوية بلغت حوالي ٢,٢% من المتوسط السنوي لإجمالي الكمية المنتجة من اسماك البياض البالغ حوالي ١١,٧ الف طن خلال فترة الدراسة .

جدول (٢) : معادلات الاتجاه العام لتطور اجمالي الكميات المنتجة من اسماك البلطي والبوري والقراميط والبياض وإجمالي كمية الإنتاج السمكي بالمقتصد المصري خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠١٥)

رقم المعادلة	متغير الدراسة	وحدة القياس	نوع النموذج	معالم النموذج			معامل التحديد ر٢	قيمة ف	مقدار التغير السنوي %
				ب٠	ب١	ب٢			
١	اجمالي الكمية المنتجة من اسماك البلطي	الف طن	نمو	٥,١٠٥ (٨٣,٧٤)**	٠,٠٩٣ (١٧,٣٧)**		٠,٩٤٧	٣٠١,٨**	٩,٣٠
٢	اجمالي الكمية المنتجة من اسماك البوري	الف طن	قوي	٤١,٠٤٧ (٥,٠٢٠)**	٠,٥٩١ (٦,٥٧٤)**		٠,٧١٨	٤٣,٢٢**	٥,٩١
٣	اجمالي الكمية المنتجة من اسماك القراميط	الف طن	قوي	٢١,١٢٤ (٩,٤٨٥)**	٠,٢٨٢ (٥,٩٢١)**		٠,٦٧٣	٣٥,٠٦**	٢,٨٢
٤	اجمالي الكمية المنتجة من اسماك البياض	الف طن	تربيعي	٦١٤٢,٨٦ (٢,١٤٦)**	٢٠٦١,٧٥ (٣,١٢٨)**	-١١٦,٠٣ (-٣,٦٢)**	٠,٤٩٨	٧,٩٤**	-٢,٢٠
٥	إجمالي كمية الإنتاج السمكي بالمقتصد المصري	الف طن	خطي	٤٣٧٣٠٤,٤ (١٨,٣)**	٥٧٣٩٠,٠ (٢٧,٣٢)**		٠,٩٧٨	٧٤٦,٥**	٥,٦٨

حيث : ** : معنوي جدا عند المستوى الاحتمالي١% ، * : معنوي عند المستوى الاحتمالي٥%.

(٠٠٠) : الأرقام بين القوسين وتحت

المعاملات تشير إلى قيمة ت المحسوبة.

المصدر : جمعت و حسبت من التحليل الإحصائي للبيانات الواردة بالجدول (١) بالدراسة.

ثانيا : الكفاءة التسويقية لبعض الاصناف السمكية المصرية :

يبدأ التسويق السمكي من الناحية الفيزيقية بوصول مراكب الصيد الى الميناء وينتهى عند وصول الأسماك الى المستهلك النهائي .. لذا يعرف التسويق السمكي على انه "عملية توصيل الأسماك من المنتج الاولي أي الصياد الي المستهلك النهائي" ، وبناء عليه فان العديد من الهيئات التسويقية تشترك في تسويق الأسماك ومنتجاتها ، وهذه الهيئات تتضمن الوسطاء على اختلاف مستوياتهم من المسلك التسويقي ابتداء من التاجر المحلي الى تاجر التجزئة ، كما يتضمن ايضاً الكثير من المهام او الوظائف التسويقية مثل التجميع والنقل والتخزين والبيع والشراء والتمويل وتحمل المخاطرة واخيراً يتم تبادل هذه الأسماك أو بيعها او شرائها من خلال عدة أنواع من الأسواق وهى الأسواق المحلية ، أسواق المنتجين وأسواق الجملة وأسواق نصف الجملة وأسواق التجزئة ، ولكي تصل الأسماك الى المستهلك في الصورة الصالحة للاستهلاك النهائي لابد ان يتسم النظام التسويقي للأسماك بالسرعة الكبيرة جداً ، بالإضافة الى العناية بالأسماك بمختلف الأساليب لحمايتها من التلف والفساد ، ويتوقف مدى كفاءة النظام التسويقي للأسماك على مدى السرعة التي تنتقل بها الأسماك من المنتج أي الصياد الى المستهلك النهائي [٦].

وتم قياس الكفاءة والجدارة التسويقية السمكية ، وهى احد اهداف الدراسات التسويقية عند رسم السياسات الاقتصادية التسويقية والتعرف على كفاءة النشاط التسويقي عن طريق المعايير الاتية [٧] :ـــ

١- الهامش التسويقي: وهو الفرق بين قيمة كميات فيزيقية معادلة من سلعة معينة عند مختلف مستويات المسلك التسويقي الذي تقطعه هذه السلعة من المنتج الى المستهلك النهائي .. وقد يكون الهامش التسويقي اما مطلقاً او نسبياً ، فالهامش التسويقي المطلق ، يعبر عنه بوحدات نقدية للوحدة من زرع معين ، اما الهامش التسويقي النسبي المئوي ، فهو عبارة عن نظيرة المطلق مقسوماً على سعر البيع مضروباً في مائه .

٢- توزيع جنية المستهلك : وهى طريقة شائعة الاستعمال لتمثيل متوسط الفرق التسويقي المطلق بالنسبة لمختلف أنواع الوسطاء أو لمختلف الوظائف أو المهام التسويقية ، ثم يقسم نصيب كل على سعر التجزئة مضروباً في مائه .

٣- اجمالي الهوامش أو الفروق التسويقية المطلقة: عادة ما يعبر عن اجمالي الهوامش او الفروق التسويقية المطلقة لعدد من الوسطاء المتتالين في صنف معين بالانتشار السعري لهذا الصنف ، ويعنى الفرق بين السعر الذى يتقاضاه االصياد والسعر الذى يدفعه المستهلك لكمية فيزيقية معادلة من صنف معين او مجموعة من الاصناف السمكية .

٤- النسبة المئوية لنصيب المنتج من السعر الذي يدفعه المستهلك النهائي: وتحسب النسبة المئوية لنصيب الصياد من السعر الذي يدفعه المستهلك النهائي لصنف معين أو مجموعة من الاصناف عن طريق : قسمة سعر المنتج على سعر التجزئة مضروباً في مائه.

اما عن الأسعار التي تسود تلك الأسواق فهي تختلف باختلافها ، فهناك ثلاثة أنواع من الأسعار تسود الأسواق المحلية والجملة والتجزئة ، يجرى تعريفها على النحو التالي [٨] :

١- أسعار المنتج : يقصد بها تكلفة انتاج السلعة مضافاً اليها كافة الرسوم والضرائب المفروضة على السلعة ومطروحاً منها الدعم والاعانات ان وجدت.

٢- أسعار الجملة : ويقصد بها سعر بيع السلعة بدون تغير في شكلها بواسطة منشأت تجار الجملة الى تجار التجزئة او لتجار جملة اخرين .

٣- أسعار التجزئة : ويقصد بها سعر بيع السلعة بدون تغير في شكلها بواسطة تجار التجزئة أو المشتغلين بها الى المستهلك النهائي بقصد الاستهلاك الشخصي او العائلي .

وسنعرض فيما يلي تحليلاً اقتصادياً لأسعار المنتج والجملة والتجزئة والهوامش التسويقية لبعض اصناف الاسماك الطازجة المتوسطة الحجم وهي اسماك البياض ، اسماك البلطي ، اسماك البوري ، واسماك القراميط ، وذلك على مستوى المقتصد المصري خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠١٥) .

١- الاسعار والهوامش التسويقية لأسماك البلطي :

بدراسة تطور الأسعار والهوامش التسويقية لأسماك البلطي بالمقتصد المصري خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠١٥) ، كما يتضح من جدول (٤) ، ان المتوسط السنوي لأسعار المنتج والجملة والتجزئة لأسماك البلطي المصرية خلال فترة الدراسة ، قد بلغ حوالي (٩,٦٥ ، ١٠,٠٤، ١١,٨٩) جنية / كيلو جرام سنوياً علي الترتيب ، كما يتبين من الجدول (٥) ، ان تلك الأسعار اتخذت اتجاهاً عاماً صعودياً بمعدلات زيادة سنوية ، مؤكدة إحصائياً بلغت حوالي (٠,٥٤ ، ٠,٥٥ ، ٠,٨٥) جنية / كيلو جرام سنوياً علي الترتيب ، وقد ثبتت معنوية تلك التقديرات عند المستوى الاحتمالي ٠,٠١ .

وقد تم قياس الكفاءة التسويقية خلال فترة الدراسة ، كما يتضح من جدول (٤) ، بتوزيع جنية المستهلك بين المنتج ومختلف الوسطاء بالنسبة لسمك البلطي اذ تبين : (١) أن النسبة المئوية لنصيب المنتج من سعر البيع للمستهلك .. قد تراوحت بين حد ادنى بلغ حوالي ٧١,٨ % عام ٢٠١٣ ، وحد اقصى بلغ حوالي ٩٥,٦% عام ١٩٩٨ ، بمتوسط سنوي خلال فترة الدراسة بلغ حوالي ٨٣,٨ % و(٢) أن النسبة

جدول (٤) : تطور المتوسطات السنوية لأسعار المنتج والجملة والتجزئة والهوامش التسويقية ونصيب المنتج من سعري الجملة والبيع للمستهلك لأسماك البلطي في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠١٥)

السنوات	المتوسطات السنوية لأسعار اسماك البلطي			الهوامش التسويقية السعرية			% لنصيب المنتج من سعر		% للهوامش التسويقية من سعر التجزئة		
	منتج جنية/كجم	جملة جنية/كجم	تجزئة جنية/كجم	(منتج-جملة)	(جملة-تجزئة)	(منتج-تجزئة)	الجملة	التجزئة	(منتج-جملة)	(جملة-تجزئة)	(منتج-تجزئة)
١٩٩٧	٧,١٢	٧,٥٠	٧,٦٦	٠,٣٨	٠,١٦	٠,٥٤	٩٤,٩	٩٣,٠	٥,٠	٢,١	٧,١
١٩٩٨	٧,٣٩	٧,٦٥	٧,٧٣	٠,٢٦	٠,٠٨	٠,٣٤	٩٦,٦	٩٥,٦	٣,٤	١,٠	٤,٤
١٩٩٩	٦,٧٤	٧,٠٩	٧,٢٢	٠,٣٥	٠,١٣	٠,٤٨	٩٥,١	٩٣,٤	٤,٨	١,٨	٦,٦
٢٠٠٠	٦,٨٣	٧,١٨	٧,٢٦	٠,٣٥	٠,٠٨	٠,٤٣	٩٥,١	٩٤,١	٤,٨	١,١	٥,٩
٢٠٠١	٦,٥٢	٦,٨٦	٧,٣٨	٠,٣٤	٠,٥٢	٠,٨٦	٩٥,٠	٨٨,٣	٤,٦	٧,١	١١,٧
٢٠٠٢	٦,٣٧	٦,٧١	٧,٤٧	٠,٣٤	٠,٧٦	١,١٠	٩٤,٩	٨٥,٣	٤,٦	١٠,٢	١٤,٨
٢٠٠٣	٦,٧٥	٧,١١	٨,٣٨	٠,٣٦	١,٢٧	١,٦٣	٩٤,٩	٨٠,٥	٤,٣	١٥,٢	١٩,٥
٢٠٠٤	٧,٨٨	٨,٢٩	١٠,٠٢	٠,٤١	١,٧٣	٢,١٤	٩٥,١	٧٨,٦	٤,١	١٧,٣	٢١,٤
٢٠٠٥	٧,٣٤	٧,٧٣	٨,٦١	٠,٣٩	٠,٨٨	١,٢٧	٩٥,٠	٨٥,٢	٤,٥	١٠,٢	١٤,٧
٢٠٠٦	٨,٧٣	٩,١٩	٩,٥٠	٠,٤٦	٠,٣١	٠,٧٧	٩٥,٠	٩١,٩	٤,٨	٣,٣	٨,١
٢٠٠٧	٩,٤٢	٩,٩٥	١٠,٨٦	٠,٥٣	٠,٩١	١,٤٤	٩٤,٧	٨٦,٧	٤,٩	٨,٤	١٣,٣
٢٠٠٨	٨,٩٥	٩,٤٢	١٠,٨١	٠,٤٧	١,٣٩	١,٨٦	٩٥,٠	٨٢,٨	٤,٣	١٢,٩	١٧,٢
٢٠٠٩	٩,٩٠	١٠,٤٢	١٢,٠١	٠,٥٢	١,٥٩	٢,١١	٩٥,٠	٨٢,٤	٤,٣	١٣,٢	١٧,٥
٢٠١٠	٩,٩٥	١٠,٥١	١٢,٩٦	٠,٥٦	٢,٤٥	٣,٠١	٩٤,٧	٧٦,٨	٤,٣	١٨,٩	٢٣,٢
٢٠١١	١١,٥٩	١١,٨٩	١٤,٠٢	٠,٣	٢,١٣	٢,٤٣	٩٧,٥	٨٢,٧	٢,١	١٥,٢	١٧,٣
٢٠١٢	١٢,٨٥	١٣,٠٠	١٧,٣٤	٠,١٥	٤,٣٤	٤,٤٩	٩٨,٨	٧٤,١	٠,٩	٢٥,٠	٢٥,٩
٢٠١٣	١٤,٥٩	١٤,٨٩	٢٠,٣٢	٠,٣	٥,٤٣	٥,٧٣	٩٨,٠	٧١,٨	١,٥	٢٦,٧	٢٨,٢
٢٠١٤	١٦,٧٨	١٧,٢٨	٢٢,٧٨	٠,٥	٥,٥	٦,٠٠	٩٧,١	٧٣,٧	٢,٢	٢٤,١	٢٦,٣
٢٠١٥	١٧,٥٨	١٨,٠٨	٢٣,٥٨	٠,٥	٥,٥	٦,٠٠	٩٧,٢	٧٤,٦	٢,١	٢٣,٣	٢٥,٤
المتوسط	**٩,٦٥**	**١٠,٠٤**	**١١,٨٩**	**٠,٣٩**	**١,٨٥**	**٢,٢٤**	**٩٥,٨**	**٨٣,٨**	**٣,٨**	**١٢,٥**	**١٦,٣**

المصدر : جمعت وحسبت من : الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء – النشرة السنوية لأسعار المـــواد والمنتجـــات الغذائية والخدمات (منتج / جملة / مستهلك) – اعداد مختلفة.

جدول (٤): معادلات الاتجاه العام لتطور المتوسطات السنوية لأسعار المنتج والجملة والتجزئة ومجموع الهوامش التسويقية

لأسماك البلطي خلال الفترة (١٩٩٧ – ٢٠١٥)

رقم المعادلة	متغير الدراسة	وحدة القياس	نوع النموذج	معالم النموذج			معامل التحديد ر٢	قيمة ف	مقدار التغير السنوي %
				ب٠	ب١	ب٢			
١	متوسط سعر المنتج لأسماك البلطي	جنية / كجم	تربيعي	٨,٠١٧ **(١٨,٨٩)**	٠,٥٥٦- **(٥,٧٠-)**	٠,٠٥٥ **(١١,٦٦)**	٠,٩٧٨	**٣٥٠,٥	٥,٦٤
٢	متوسط سعر الجملة لأسماك البلطي	جنية / كجم	تربيعي	٨,٣٠٠ **(١٨,٥٦)**	٠,٥٣٤- **(٥,١٩-)**	٠,٠٥٤ **(١٠,٨٩)**	٠,٩٧٥	**٣١٨,٤	٥,٤٤
٣	متوسط سعر التجزئة لأسماك البلطي	جنية / كجم	تربيعي	٨,٩٨٨ **(١٢,٨٩)**	٠,٥٧٣- (**٤,٦٩)	٠,٠٨٠ **(١٠,٢٩)	٠,٩٧٤	**٣٠٤,١	٧,١٢
٤	مجموع الهوامش التسويقية لأسماك البلطي	جنية / كجم	مركب	٠,٣٤٦ **(٦,٣٢٣)	١,١٦٣ **(٧٢,٠٩)		٠,٨٧٤	**١١٨,١	٦,٥٦

حيث : ** : معنوي جدا عند المستوى الاحتمالي١% ،

(٠٠٠) : الأرقام بين القوسين وتحت المعاملات تشير إلى قيمة ت المحسوبة.

المصدر : جمعت و حسبت من التحليل الإحصائي للبيانات الواردة بالجدول (٣) بالدراسة.

المئوية لمقدار الهوامش التسويقية بين المنتج وتاجر الجملة من سعر البيع للمستهلك .. قد تراوحت بين حد اقصى بلغ حوالي ٥ % عام ١٩٩٧، وحد ادنى بلغ حوالي ٠,٩% عام ٢٠١٢ ، وبمتوسط سنوي خلال فترة الدراسة بلغ حوالي ٣,٨ % ، و(٣) أن النسبة المئوية لمقدار الهوامش التسويقية بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة من سعر البيع للمستهلك .. قد تراوحت بين حد ادنى بلغ حوالي ١ % عام ١٩٩٨ ، وحد اقصى بلغ حوالي ٢٦,٧% عام ٢٠١٣ ، بمتوسط سنوي خلال فترة الدراسة بلغ حوالي ١٢,٥% ،و(٤) أن مجموع الهوامش التسويقية ، قد تراوح بين حد ادنى بلغ حوالي ٠,٣٤ جنية/كيلوجرام عام ١٩٩٨ بنسبة ٤,٤% من سعر التجزئة ، وحد اقصى بلغ حوالي ٦,٠ جنية/كيلو جرام عام ٢٠١٤ بنسبة ٢٦,٣ % من سعر التجزئة ، وبمتوسط سنوي خلال فترة الدراسة بلغ حوالي ٢,٢٤ جنية/كيلوجرام سنوياً بنسبة ١٦,٢ % من المتوسط السنوي لسعر التجزئة خلال فترة الدراسة ... كما اتخذ مجموع الهوامش التسويقية اتجاها عاما صعوديا ، بمقدار نمو سنوي ، مؤكد احصائيا عند المستوي الاحتمالي ١% ، بلغ حوالي ٠,١٥ جنية / كيلو جرام سنويا – والذي تم استخلاصه من الدالة الاسية المركبة– المعادلة (٤) بجدول (٥) .

٢ – الاسعار والهوامش التسويقية لأسماك البوري :

بدراسة تطور الأسعار والهوامش التسويقية لأسماك البوري بالمقتصد المصري خلال الفترة (١٩٩٧–٢٠١٥) ، كما يتضح من جدول (٦)، ان المتوسط السنوي لأسعار المنتج والجملة والتجزئة لأسماك البوري المصرية خلال فترة الدراسة، قد بلغ حوالي (١٨,٢٩، ١٩,٢٨، ٢١,٣٨) جنية / كيلو جرام سنوياً علي الترتيب ، كما يتبين من الجدول (٧) ، ان اسعار الجملة واسعار التجزئة لأسماك البوري اتخذت اتجاهاً عاماً صعودياً بمعدلات زيادة سنوية، ومؤكدة إحصائياً بلغت حوالي (١,٤٥ ، ١,٦٢) جنية / كيلو جرام سنوياً علي الترتيب ، بينما اتخذت اسعار المنتج لأسماك البوري اتجاها عاما متناقصا بمقدار نقص بلغ حوالي ١,٠٦ جنية/ كيلو جرام سنويا ، وقد ثبتت معنوية تلك التقديرات عند المستوى الاحتمالي ٠,٠١ .

جدول (٦) : تطور المتوسطات السنوية لأسعار المنتج والجملة والتجزئة والهوامش التسويقية ونصيب المنتج من سعري الجملة والبيع للمستهلك لأسماك البوري في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (١٩٩٧–٢٠١٥)

السنوات	المتوسطات السنوية لأسعار اسماك البوري			الهوامش التسويقية السعرية			% لنصيب المنتج من سعر		% للهوامش التسويقية من سعر التجزئة		
	منتج جنية/كجم	جملة جنية/كجم	تجزئة جنية/كجم	(منتج– جملة)	(جملة– تجزئة)	(منتج– تجزئة)	الجملة	التجزئة	(منتج– جملة)	(جملة– تجزئة)	(منتج– تجزئة)
١٩٩٧	١١,٧٤	١٢,٣٦	١٢,٦٣	٠,٦٢	٠,٢٧	٠,٨٩	٩٥,٠	٩٣,٠	٤,٩	٢,١	٧,٠
١٩٩٨	١١,٨٩	١٢,٥٢	١٢,٧٣	٠,٦٣	٠,٢١	٠,٨٤	٩٥,٠	٩٣,٤	٤,٩	١,٧	٦,٦
١٩٩٩	١٢,٢٨	١٢,٩٣	١٣,٣٦	٠,٦٥	٠,٤٣	١,٠٨	٩٥,٠	٩١,٩	٤,٩	٣,٢	٨,١
٢٠٠٠	١١,٣٢	١١,٩٢	١٢,١٥	٠,٦٠	٠,٢٣	٠,٨٣	٩٥,٠	٩٣,٢	٤,٩	١,٩	٦,٨
٢٠٠١	٩,٦٠	١٠,٤٨	١٣,٩٠	٠,٨٨	٣,٤٢	٤,٣٠	٩١,٦	٦٩,١	٦,٣	٢٤,٦	٣٠,٩
٢٠٠٢	١١,٠٠	١١,٨٩	١٤,٤٥	٠,٨٩	٢,٥٦	٣,٤٥	٩٢,٥	٧٦,١	٦,٢	١٧,٧	٢٣,٩
٢٠٠٣	١١,٨٥	١٢,١٨	١٣,٤٠	٠,٣٣	١,٢٢	١,٥٥	٩٧,٣	٨٨,٤	٢,٥	٩,١	١١,٦
٢٠٠٤	١٢,٠٥	١٢,٨٧	١٤,٣٦	٠,٨٢	١,٤٩	٢,٣١	٩٣,٦	٨٣,٩	٥,٧	١٠,٤	١٦,١
٢٠٠٥	١١,٩٥	١٢,٩٢	١٤,٥٨	٠,٩٧	١,٦٦	٢,٦٣	٩٢,٥	٨٢,٠	٦,٧	١١,٤	١٨,١
٢٠٠٦	١٤,٧٤	١٦,١٤	١٦,٦٠	١,٤٠	٠,٤٦	١,٨٦	٩١,٣	٨٨,٨	٨,٤	٢,٨	١١,٢
٢٠٠٧	١٥,٧٤	١٦,٥٨	١٧,٨٥	٠,٨٤	١,٢٧	٢,١١	٩٤,٩	٨٨,٢	٤,٧	٧,١	١١,٨
٢٠٠٨	١٦,٣٥	١٧,١٥	١٩,٩٥	٠,٨٠	٢,٨٠	٣,٦٠	٩٥,٣	٨٢,٠	٤,٠	١٤,٠	١٨,٠
٢٠٠٩	١٨,٧٢	١٩,٦٧	٢٦,٢٥	٠,٩٥	٦,٥٨	٧,٥٣	٩٥,٢	٧١,٣	٣,٦	٢٥,١	٢٨,٧
٢٠١٠	٢٢,٣٨	٢٣,٥٨	٢٦,٦٠	١,٢٠	٣,٠٢	٤,٢٢	٩٤,٩	٨٤,١	٤,٥	١١,٤	١٥,٩
٢٠١١	٢٣,٥	٢٤,٨٢	٢٨,١٠	١,٣٢	٣,٢٨	٤,٦٠	٩٤,٧	٨٣,٦	٤,٧	١١,٧	١٦,٤
٢٠١٢	٢٩,٣١	٣٠,٧٦	٣٢,٠١	١,٤٥	١,٢٥	٢,٧٠	٩٥,٣	٩١,٦	٤,٥	٣,٩	٨,٤
٢٠١٣	٣٢,٠	٣٣,٦٠	٣٦,٣٥	١,٦٠	٢,٧٥	٤,٣٥	٩٥,٢	٨٨,٠	٤,٤	٧,٦	١٢,٠
٢٠١٤	٣٥,٤٧	٣٧,٢٩	٤٠,٧٩	١,٨٢	٣,٥٠	٥,٣٢	٩٥,١	٨٧,٠	٤,٥	٨,٦	١٣,١
٢٠١٥	٣٥,٦٣	٣٦,٧٥	٤٠,٢٥	١,١٢	٣,٥٠	٤,٦٢	٩٧,٠	٨٨,٥	٢,٨	٨,٧	١١,٥
المتوسط	**١٨,٢٩**	**١٩,٢٨**	**٢١,٣٨**	**٠,٩٩**	**٢,١٠**	**٣,٠٩**	**٩٤,٥**	**٨٥,٥**	**٤,٩**	**٩,٦**	**١٤,٥**

المصدر : جمعت وحسبت من : الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء – النشرة السنوية لأسعار المـــواد والمنتجـــات الغذائية والخدمات (منتج / جملة / مستهلك) – اعداد مختلفة.

وقد تم قياس الكفاءة التسويقية خلال فترة الدراسة ، كما يتضح من جدول (٤) ، بتوزيع جنية المستهلك بين المنتج ومختلف الوسطاء بالنسبة لسمك البوري اذ تبين : (١) أن النسبة المئوية لنصيب المنتج من سعر البيع للمستهلك .. قد تراوحت بين حد ادنى بلغ حوالي ٦٩,١ % عام ٢٠٠١ ، وحد اقصى بلغ حوالي ٩٣,٤% عام ١٩٩٨، بمتوسط سنوي خلال فترة الدراسة بلغ حوالي ٨٥,٥ % و(٢) أن النسبة المئوية لمقدار الهوامش التسويقية بين المنتج وتاجر الجملة من سعر البيع للمستهلك .. قد تراوحت بين حد اقصى بلغ حوالي ٨,٤ % عام ٢٠٠٦، وحد ادنى بلغ حوالي ٢,٥% عام ٢٠٠٣ ، وبمتوسط سنوي خلال فترة الدراسة بلغ حوالي ٤,٩ % ، و(٣) أن النسبة المئوية لمقدار الهوامش التسويقية بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة من سعر البيع للمستهلك .. قد تراوحت بين حد ادنى بلغ حوالي ١,٧ % عام ١٩٩٨ ، وحد اقصى بلغ حوالي ٢٥,١% عام ٢٠٠٩ ، بمتوسط سنوي خلال فترة الدراسة بلغ حوالي ٩,٦% ،و(٤) أن مجموع الهوامش التسويقية ، قد تراوح بين حد ادنى بلغ حوالي ٠,٨٣ جنية/كيلوجرام عام ٢٠٠٠ بنسبة ٦,٩% من سعر التجزئة ، وحد اقصى بلغ حوالي ٧,٥٣ جنية/كيلو جرام عام ٢٠٠٩ بنسبة ٢٨,٧ % من سعر التجزئة ، وبمتوسط سنوي خلال فترة الدراسة بلغ حوالي ٣,٠٩ جنية/كيلوجرام سنوياً بنسبة ١٤,٥ % من المتوسط السنوي لسعر التجزئة خلال فترة الدراسة ... كما اتخذ مجموع الهوامش التسويقية اتجاها عاما صعوديا ، بمقدار نمو سنوي ، مؤكد احصائيا عند المستوي الاحتمالي ١% ، بلغ حوالي ٠,٢١ جنية / كيلو جرام سنويا – والذي تم استخلاصه من دالة القوي– المعادلة (٤) بجدول (٧) .

جدول (٧): معادلات الاتجاه العام لتطور المتوسطات السنوية لأسعار المنتج والجملة والتجزئة ومجموع الهوامش التسويقية لأسماك البوري خلال الفترة (١٩٩٧ – ٢٠١٥)

رقم المعادلة	متغير الدراسة	وحدة القياس	نوع النموذج	معالم النموذج			معامل التحديد ر٢	قيمة ف	مقدار التغير السنوي %
				ب٠	ب١	ب٢			
١	**متوسط سعر المنتج لأسماك البوري**	جنية / كجم	تربيعي	١٣,٨٥٧ **(١٥,٨٦)	-١,٣٣٢ **(-٦,٦٢)	٠,١٣٧ **(١٣,٩٨)	٠,٩٨٥	**٥٢٨,٨	٧,٧٠
٢	**متوسط سعر الجملة لأسماك البوري**	جنية / كجم	خطي	٤,٧٤٩ *(٢,٤٢٨)	١,٤٥٤ **(٨,٤٧)		٠,٨٠٩	**٧١,٨٠	٧,٥٠
٣	**متوسط سعر التجزئة لأسماك البوري**	جنية / كجم	تربيعي	١٤,٣١٩ **(١٣,٤٣)	-٠,٩٩٧ **(-٤,٠٦)	٠,١٣١ **(١٠,٩٨)	٠,٩٨٣	**٤٤٩,٩	٧,٥٩
٤	**مجموع الهوامش التسويقية لأسماك البوري**	جنية / كجم	قوي	٠,٦٤٣ **(٣,٧١٢)	٠,٦٦٧ **(٥,٤٨٢)		٠,٦٣٩	**٣٠,٠٥	٦,٦٧

حيث : ** : معنوي جدا عند المستوى الاحتمالي١% ، * : معنوي عند المستوى الاحتمالي٥% ، (٠٠٠) : الأرقام بين القوسين وتحت
المعاملات تشير إلى قيمة ت المحسوبة.

المصدر : جمعت و حسبت من التحليل الإحصائي للبيانات الواردة بالجدول (٥) بالدراسة.

٣- الأسعار والهوامش التسويقية لأسماك القراميط :

بدراسة تطور الأسعار والهوامش التسويقية لأسماك القراميط بالمقتصد المصري خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠١٥) ، كما يتضح من جدول (٨) ، ان المتوسط السنوي لأسعار المنتج والجملة والتجزئة لأسماك القراميط المصرية خلال فترة الدراسة ، قد بلغ حوالي (٦,٤٧، ٦,٧٨، ٨,٤٢) جنية / كيلو جرام سنوياً علي الترتيب ، كما يتبين من الجدول (٨) ، ان تلك الأسعار اتخذت اتجاهاً عاماً صعودياً بمعدلات

زيادة سنوية ، مؤكدة إحصائياً بلغت حوالي (٠,٤٠ ، ٠,٤١ ، ٠,٤٢) جنية / كيلو جرام سنوياً علي الترتيب ، وقد ثبتت معنوية تلك التقديرات عند المستوى الاحتمالي ٠,٠١ .

وقد تم قياس الكفاءة التسويقية خلال فترة الدراسة ، كما يتضح من جدول (٨) ، بتوزيع جنية المستهلك بين المنتج ومختلف الوسطاء بالنسبة لسمك القراميط اذ تبين : (١) أن النسبة المئوية لنصيب المنتج من سعر البيع للمستهلك .. قد تراوحت بين حد ادنى بلغ حوالي ٦٤,٣ % عام ٢٠٠٢ ، وحد اقصى بلغ حوالي ٨٨,٤% عام ٢٠١٢، بمتوسط سنوي خلال فترة الدراسة بلغ حوالي ٧٥,٤ % و(٢) أن النسبة المئوية لمقدار الهوامش التسويقية بين المنتج وتاجر الجملة من سعر البيع للمستهلك .. قد تراوحت بين حد اقصى بلغ حوالي ١٠,٩ % عام ٢٠١٠، وحد ادنى بلغ حوالي ١,٢% عام ٢٠١٢ ، وبمتوسط سنوي خلال فترة الدراسة بلغ حوالي ٥,١ % ، و(٣) أن النسبة المئوية لمقدار الهوامش التسويقية بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة من سعر البيع للمستهلك .. قد تراوحت بين حد ادنى بلغ حوالي ١٤,٢% عام ٢٠٠٦، وحد اقصى بلغ حوالي ٤٨,٨% عام ٢٠٠٥ ، بمتوسط سنوي خلال فترة الدراسة بلغ حوالي ٢٨,٦% ،و(٤) أن مجموع الهوامش التسويقية ، قد تراوح بين حد ادنى بلغ حوالي ١,١٤ جنية/كيلوجرام عام ٢٠٠٦ بنسبة ١٩,٥% من سعر التجزئة ، وحد اقصى بلغ حوالي ٢,٧٥ جنية/كيلو جرام عام ٢٠١٥ بنسبة ٢٨,٢ % من سعر التجزئة ، وبمتوسط سنوي خلال فترة الدراسة بلغ حوالي ١,٩٥ جنية/كيلوجرام سنوياً بنسبة ٣٣,٧ % من المتوسط السنوي لسعر التجزئة خلال فترة الدراسة ... كما اتخذ مجموع الهوامش التسويقية اتجاها عاما صعوديا ، بمقدار نمو سنوي ، مؤكد احصائيا عند المستوي الاحتمالي ١% ، بلغ حوالي ٠,١ جنية / كيلو جرام سنويا – والذي تم استخلاصه من الدالة التكعيبية– المعادلة (٤) بجدول (٩) .

جدول (٨) : تطور المتوسطات السنوية لأسعار المنتج والجملة والتجزئة والهوامش التسويقية ونصيب المنتج من سعري الجملة والبيع للمستهلك لأسماك البياض في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠١٥)

السنوات	المتوسطات السنوية لأسعار اسماك البياض			الهوامش التسويقية السعرية			% لنصيب المنتج من سعر		% للهوامش التسويقية من سعر التجزئة		
	منتج جنية/كجم	جملة جنية/كجم	تجزئة جنية/كجم	(منتج-جملة)	(جملة-تجزئة)	(منتج-تجزئة)	الجملة	التجزئة	(منتج-جملة)	(جملة-تجزئة)	(منتج-تجزئة)
١٩٩٧	٧,٤٤	٧,٨٣	٩,٥٩	٠,٣٩	١,٧٦	٢,١٥	٩٥,٠	٧٧,٦	٤,١	١٨,٤	٢٢,٥
١٩٩٨	٧,١٨	٨,٠٩	٩,٦٦	٠,٩١	١,٥٧	٢,٤٨	٨٨,٨	٧٤,٣	٩,٤	١٦,٣	٢٥,٧
١٩٩٩	٧,٦٦	٨,٠٦	٩,٦٥	٠,٤٠	١,٥٩	١,٩٩	٩٥,٠	٧٩,٤	٤,١	١٦,٥	٢٠,٦
٢٠٠٠	٧,٣٧	٧,٧٦	٩,٨١	٠,٣٩	٢,٠٥	٢,٤٤	٩٥,٠	٧٥,١	٤,٠	٢٠,٩	٢٤,٩
٢٠٠١	٧,٣٥	٧,٧٤	١٠,٠٦	٠,٣٩	٢,٣٢	٢,٧١	٩٥,٠	٧٣,١	٣,٨	٢٣,١	٢٦,٩
٢٠٠٢	٧,٩٩	٨,٧٥	١٠,٦٩	٠,٧٦	١,٩٤	٢,٧٠	٩١,٣	٧٤,٧	٧,٢	١٨,١	٢٥,٣
٢٠٠٣	٨,٨٣	٩,٢٠	١٠,٨٤	٠,٣٧	١,٦٤	٢,٠١	٩٦,٠	٨١,٥	٣,٤	١٥,١	١٨,٥
٢٠٠٤	١١,٤٨	١٢,٠٨	١٤,٦٧	٠,٦٠	٢,٥٩	٣,١٩	٩٥,٠	٧٨,٣	٤,١	١٧,٦	٢١,٧
٢٠٠٥	١٢,٢٣	١٢,٨٨	١٤,٦٩	٠,٦٥	١,٨١	٢,٤٦	٩٥,٠	٨٣,٣	٤,٤	١٢,٣	١٦,٧
٢٠٠٦	١٣,٢٨	١٣,٩٨	١٤,٧٩	٠,٧٠	٠,٨١	١,٥١	٩٥,٠	٨٩,٨	٤,٧	٥,٥	١٠,٢
٢٠٠٧	١٤,٠٣	١٤,٧٧	١٦,٢٩	٠,٧٤	١,٥٢	٢,٢٦	٩٥,٠	٨٦,١	٤,٥	٩,٣	١٣,٨
٢٠٠٨	١٤,٥٦	١٥,٣٣	١٨,٥٠	٠,٧٧	٣,١٧	٣,٩٤	٩٥,٠	٧٨,٧	٤,٢	١٧,١	٢١,٣
٢٠٠٩	١٥,٤٨	١٦,٢٨	١٩,٦٧	٠,٨٠	٣,٣٩	٤,١٩	٩٥,١	٧٨,٧	٤,١	١٧,٢	٢١,٣
٢٠١٠	١٦,٨٠	١٨,١٧	٢١,٥١	١,٣٧	٣,٣٤	٤,٧١	٩٢,٥	٧٨,١	٦,٤	١٥,٥	٢١,٩
٢٠١١	٢٠,٥٦	٢٠,٥٩	٢٣,١٨	٠,٠٣	٢,٥٩	٢,٦٢	٩٩,٩	٨٨,٧	٠,١	١١,٢	١١,٣
٢٠١٢	٢٢,٨٧	٢٣,١٥	٢٤,٩٥	٠,٢٨	١,٨٠	٢,٠٨	٩٨,٨	٩١,٧	١,١	٧,٢	٨,٣
٢٠١٣	٢٧,١٤	٢٧,٢٤	٢٩,١٤	٠,١٠	١,٩٠	٢,٠	٩٩,٦	٩٣,١	٠,٣	٦,٥	٦,٨
٢٠١٤	٢٨,٦٣	٢٩,١٣	٣١,٠٣	٠,٥٠	١,٩٠	٢,٤٠	٩٨,٣	٩٢,٣	١,٦	٦,١	٧,٧
٢٠١٥	٢٩,٠٦	٢٩,٥٦	٣٢,٥٩	٠,٥٠	٣,٠٣	٣,٥٣	٩٨,٣	٨٩,٢	١,٥	٩,٣	١٠,٨
المتوسط	١٤,٧٣	١٥,٢٩	١٧,٤٤	٠,٥٦	٢,١٤	٢,٧٠	٩٥,٤	٨٢,٣	٣,٨	١٣,٩	١٧,٧

المصدر : جمعت وحسبت من : الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء – النشرة السنوية لأسعار المـــواد والمنتجـــات الغذائية والخدمات (منتج / جملة / مستهلك) – اعداد مختلفة.

جدول (٩): معادلات الاتجاه العام لتطور المتوسطات السنوية لأسعار المنتج والجملة والتجزئة ومجموع الهوامش التسويقية لأسماك القراميط خلال الفترة (١٩٩٧ – ٢٠١٥)

رقم المعادلة	متغير الدراسة	وحدة القياس	نوع النموذج	معالم النموذج				معامل التحديد ر٢	قيمة ف	مقدار التغير السنوي %
				ب٠	ب١	ب٢	ب٣			
١	متوسط سعر المنتج لأسماك القراميط	جنية / كجم	خطي	٢,٤٣٣ (٥,١٧)**	٠,٤٠٤ (٩,٨٠)**			٠,٨٥٠	**٩٦,٠٥	٦,٢٤
٢	متوسط سعر الجملة لأسماك القراميط	جنية / كجم	خطي	٢,٦٤١ (٦,٠٨)**	٠,٤١٤ (١٠,٨٧)**			٠,٨٧٤	**١١٨,٠	٦,١١
٣	متوسط سعر التجزئة لأسماك القراميط	جنية / كجم	خطي	٤,١٨٠ (٨,٢٨)**	٠,٤٢٤ (٩,٥٩)**			٠,٨٤٤	**٩١,٩٩	٥,٠٤
٤	مجموع الهوامش التسويقية لأسماك القراميط	جنية / كجم	تكعيبي	١,١٨١ (٢,٩٨)**	٠,٤١٠ (٢,٤٦)*	-٠,٠٥٥ (-٢,٨٦)*	٠,٠٠٢ (٣,١٧)*	٠,٤٩٧	*٤,٩٤	٤,٦٢

حيث : ** : معنوي جدا عند المستوى الاحتمالي١% ، * : معنوي عند المستوى الاحتمالي٥% ، (٠٠٠) : الأرقام بين القوسين وتحت المعاملات تشير إلى قيمة ت المحسوبة.

المصدر : جمعت و حسبت من التحليل الإحصائي للبيانات الواردة بالجدول (٧) بالدراسة.

٤-الاسعار والهوامش التسويقية لأسماك البياض :

بدراسة تطور الأسعار والهوامش التسويقية لأسماك البياض بالمقتصد المصري خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠١٥) ، كما يتضح من جدول (١٠) ، ان المتوسط السنوي لأسعار المنتج والجملة والتجزئة لأسماك البياض المصرية خلال فترة الدراسة ، قد بلغ حوالي (١٤,٧٣، ١٥,٢٩، ١٧,٤٤) جنية / كيلو جرام سنوياً علي الترتيب ، كما يتبين من الجدول (١١) ، ان تلك الأسعار اتخذت اتجاهاً عاماً صعودياً بمعدلات زيادة سنوية ، مؤكدة إحصائياً بلغت حوالي (١,٢٧ ، ١,٢٦ ، ١,٣٢) جنية / كيلو جرام سنوياً علي الترتيب ، وقد ثبتت معنوية تلك التقديرات عند المستوى الاحتمالي ٠,٠١ .

وقد تم قياس الكفاءة التسويقية خلال فترة الدراسة ، كما يتضح من جدول (١٠) ، بتوزيع جنية المستهلك بين المنتج ومختلف الوسطاء بالنسبة لسمك البياض اذ تبين : (١) أن النسبة المئوية لنصيب المنتج من سعر البيع للمستهلك .. قد تراوحت بين حد ادنى بلغ حوالي ٧٣,١ % عام ٢٠٠١ ، وحد اقصى بلغ حوالي ٩٣,١ % عام ٢٠١٣ ، بمتوسط سنوي خلال فترة الدراسة بلغ حوالي ٨٢,٣ % و(٢) أن النسبة المئوية لمقدار الهوامش التسويقية بين المنتج وتاجر الجملة من سعر البيع للمستهلك .. قد تراوحت بين حد اقصى بلغ حوالي ٩,٤% عام ١٩٩٨، وحد ادنى بلغ حوالي ٠,١%عام ٢٠١١ ، وبمتوسط سنوي خلال فترة الدراسة بلغ حوالي ٣,٨ % ، و(٣) أن النسبة المئوية لمقدار الهوامش التسويقية بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة من سعر البيع للمستهلك .. قد تراوحت بين حد ادنى بلغ حوالي ٥,٥% عام ٢٠٠٦، وحد اقصى بلغ حوالي ٢٣,١% عام ٢٠٠١، بمتوسط سنوي خلال فترة الدراسة بلغ حوالي ١٣,٩% ،و(٤) أن مجموع الهوامش التسويقية ، قد تراوح بين حد ادنى بلغ حوالي ١,٥١ جنية/كيلوجرام عام ٢٠٠٦ بنسبة ١٠,٢% من سعر التجزئة ، وحد اقصى بلغ حوالي ٤,٧١ جنية/كيلو جرام عام ٢٠١٠ بنسبة ٢١,٩ % من سعر التجزئة ، وبمتوسط سنوي خلال فترة الدراسة بلغ حوالي ٢,٧٠ جنية/كيلوجرام سنوياً بنسبة ١٧,٧ % من المتوسط السنوي لسعر التجزئة خلال فترة الدراسة .

وباستعراض الكفاءة التسويقية لبعض الاصناف التجارية باعتبارها احد مؤشرات كفاءة النظام التسويقي ، وكذلك فأن من أهم معايير قياس الكفاءة التسويقية ، نسبة الهوامش التسويقية الي سعر البيع للمستهلك ونسبة نصيب المنتج من سعر البيع للمستهلك ، فمن خلال الجدول (٣ ،٥ ، ٧ ، ٩) يتبين اختلاف

جدول (١٠) : تطور المتوسطات السنوية لأسعار المنتج والجملة والتجزئة والهوامش التسويقية ونصيب المنتج من سعري الجملة والبيع للمستهلك لأسماك البياض في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠١٥)

السنوات	المتوسطات السنوية لأسعار اسماك البياض			الهوامش التسويقية السعرية			% لنصيب المنتج من سعر		% للهوامش التسويقية من سعر التجزئة		
	منتج جنية/كجم	جملة جنية/كجم	تجزئة جنية/كجم	(منتج-جملة)	(جملة-تجزئة)	(منتج-تجزئة)	الجملة	التجزئة	(منتج-جملة)	(جملة-تجزئة)	(منتج-تجزئة)
١٩٩٧	٧,٤٤	٧,٨٣	٩,٥٩	٠,٣٩	١,٧٦	٢,١٥	٩٥,٠	٧٧,٦	٤,١	١٨,٤	٢٢,٥
١٩٩٨	٧,١٨	٨,٠٩	٩,٦٦	٠,٩١	١,٥٧	٢,٤٨	٨٨,٨	٧٤,٣	٩,٤	١٦,٣	٢٥,٧
١٩٩٩	٧,٦٦	٨,٠٦	٩,٦٥	٠,٤٠	١,٥٩	١,٩٩	٩٥,٠	٧٩,٤	٤,١	١٦,٥	٢٠,٦
٢٠٠٠	٧,٣٧	٧,٧٦	٩,٨١	٠,٣٩	٢,٠٥	٢,٤٤	٩٥,٠	٧٥,١	٤,٠	٢٠,٩	٢٤,٩
٢٠٠١	٧,٣٥	٧,٧٤	١٠,٠٦	٠,٣٩	٢,٣٢	٢,٧١	٩٥,٠	٧٣,١	٣,٨	٢٣,١	٢٦,٩
٢٠٠٢	٧,٩٩	٨,٧٥	١٠,٦٩	٠,٧٦	١,٩٤	٢,٧٠	٩١,٣	٧٤,٧	٧,٢	١٨,١	٢٥,٣
٢٠٠٣	٨,٨٣	٩,٢٠	١٠,٨٤	٠,٣٧	١,٦٤	٢,٠١	٩٦,٠	٨١,٥	٣,٤	١٥,١	١٨,٥
٢٠٠٤	١١,٤٨	١٢,٠٨	١٤,٦٧	٠,٦٠	٢,٥٩	٣,١٩	٩٥,٠	٧٨,٣	٤,١	١٧,٦	٢١,٧
٢٠٠٥	١٢,٢٣	١٢,٨٨	١٤,٦٩	٠,٦٥	١,٨١	٢,٤٦	٩٥,٠	٨٣,٣	٤,٤	١٢,٣	١٦,٧
٢٠٠٦	١٣,٢٨	١٣,٩٨	١٤,٧٩	٠,٧٠	٠,٨١	١,٥١	٩٥,٠	٨٩,٨	٤,٧	٥,٥	١٠,٢
٢٠٠٧	١٤,٠٣	١٤,٧٧	١٦,٢٩	٠,٧٤	١,٥٢	٢,٢٦	٩٥,٠	٨٦,١	٤,٥	٩,٣	١٣,٨
٢٠٠٨	١٤,٥٦	١٥,٣٣	١٨,٥٠	٠,٧٧	٣,١٧	٣,٩٤	٩٥,٠	٧٨,٧	٤,٢	١٧,١	٢١,٣
٢٠٠٩	١٥,٤٨	١٦,٢٨	١٩,٦٧	٠,٨٠	٣,٣٩	٤,١٩	٩٥,١	٧٨,٧	٤,١	١٧,٢	٢١,٣
٢٠١٠	١٦,٨٠	١٨,١٧	٢١,٥١	١,٣٧	٣,٣٤	٤,٧١	٩٢,٥	٧٨,١	٦,٤	١٥,٥	٢١,٩
٢٠١١	٢٠,٥٦	٢٠,٥٩	٢٣,١٨	٠,٠٣	٢,٥٩	٢,٦٢	٩٩,٩	٨٨,٧	٠,١	١١,٢	١١,٣
٢٠١٢	٢٢,٨٧	٢٣,١٥	٢٤,٩٥	٠,٢٨	١,٨٠	٢,٠٨	٩٨,٨	٩١,٧	١,١	٧,٢	٨,٣
٢٠١٣	٢٧,١٤	٢٧,٢٤	٢٩,١٤	٠,١٠	١,٩٠	٢,٠	٩٩,٦	٩٣,١	٠,٣	٦,٥	٦,٨
٢٠١٤	٢٨,٦٣	٢٩,١٣	٣١,٠٣	٠,٥٠	١,٩٠	٢,٤٠	٩٨,٣	٩٢,٣	١,٦	٦,١	٧,٧
٢٠١٥	٢٩,٠٦	٢٩,٥٦	٣٢,٥٩	٠,٥٠	٣,٠٣	٣,٥٣	٩٨,٣	٨٩,٢	١,٥	٩,٣	١٠,٨
المتوسط	١٤,٧٣	١٥,٢٩	١٧,٤٤	٠,٥٦	٢,١٤	٢,٧٠	٩٥,٤	٨٢,٣	٣,٨	١٣,٩	١٧,٧

المصدر : جمعت وحسبت من : الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء – النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات (منتج / جملة / مستهلك) – اعداد مختلفة.

جدول(١١): معادلات الاتجاه العام لتطور المتوسطات السنوية لأسعار المنتج والجملة والتجزئة ومجموع الهوامش التسويقية لأسماك البياض خلال الفترة (١٩٩٧ – ٢٠١٥)

رقم المعادلة	متغير الدراسة	وحدة القياس	نوع النموذج	معالم النموذج			معامل التحديد ر٢	قيمة ف	مقدار التغير السنوي %
				ب٠	ب١	ب٢			
١	متوسط سعر المنتج لأسماك البياض	جنية / كجم	تربيعي	٧,٦٣١ (٩,٥٢٧)**	-٠,٣٣٢ (-١,٨٠)*	٠,٠٨٠ (٨,٩٤٩)**	٠,٩٨٣	٤٦٣,٢**	٨,٦٠
٢	متوسط سعر الجملة لأسماك البياض	جنية / كجم	خطي	٢,٦٢٧ (٢,٣٤٠)*	١,٢٦٧ (١٢,٨٧)**		٠,٩٠٧	١٦٥,٦**	٨,٢٩
٣	متوسط سعر التجزئة لأسماك البياض	جنية / كجم	خطي	٤,٢٨٢ (٤,٠١٣)**	١,٣١٦ (١٤,٠٦)**		٠,٩٢١	١٩٧,٦**	٧,٥٤
٤	مجموع الهوامش التسويقية لأسماك البياض	جنية / كجم	لوغاريتمي	٢,٠٣٤ (٣,٨٢)**	٠,٣٢٤ (١,٣٤٩)		٠,٠٩٦	١,٨١١	٢,٢٣

حيث : ** : معنوي جدا عند المستوى الاحتمالي١% ، * : معنوي عند المستوى الاحتمالي٥% ، (٠٠٠) : الأرقام بين القوسين وتحت المعاملات تشير إلى قيمة ت المحسوبة.

المصدر : جمعت و حسبت من التحليل الإحصائي للبيانات الواردة بالجدول (٩) بالدراسة.

قيمة الهوامش التسويقية للأسماك من صنف لأخر ، حيث بلغ متوسط قيمة الهوامش التسويقية لصنف البوري حوالي ٣,٠٩ جنية /كجم وذلك خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠١٥) في حين بلغ حوالي ٢,٢٤ ، ١,٩٥ ، ٢,٧٠ جنية / كجم لصنف البلطي والقراميط والبياض علي الترتيب كمتوسط لنفس الفترة ، وباستخدام مقياس نسبة قيمة الهوامش التسويقية من سعر البيع للمستهلك (سعر التجزئة) تبين ارتفاع الكفاءة التسويقية لأسماك البوري ثم البلطي ثم البياض ثم القراميط ، حيث تبين انخفاض نسبة الهوامش التسويقية من سعر البيع للمستهلك في صنف البوري حوالي ١٤,٥% مما يشير الي ارتفاع الكفاءة التسويقية بالنسبة للأصناف الأخرى حيث بلغت حوالي ١٦,٢% ، ١٧,٧% ، ٢٤,٥٥% لأسماك البلطي والبياض والقرموط علي الترتيب وذلك خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠١٥) ، كما تشير نسبة نصيب المنتج من سعر البيع للمستهلك الي زيادة ما يحصل علية المنتج من سعر البيع للمستهلك في حالة اسماك البوري الي حوالي ٨٥,٥% يليه اسماك البلطي بنسبة حوالي ٨٣,٨ % ، ويليه اسماك البياض بنسبة حوالي ٨٢,٣% ثم يأتي اسماك القرموط بنسبة بلغت حوالي ٧٥,٤ % ، وهذا يبين انخفاض الكفاءة التسويقية لأسماك القرموط بالمقارنة بالأصناف الأخرى علي مستوي جمهورية مصر العربية خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠١٥) .

الملخص :

تتعدد الاصناف السمكية التي يجري انتاجها علي النطاق التجاري في مصر ، فهي تبلغ اكثر من خمسين صنفا ، ومن اهم هذه الاصناف اسماك البلطي ، والبوري ، والبياض ، والقرموط التي تساهم بحوالي ٨٠,٨ % من اجمالي كمية الانتاج السمكي في مصر البالغ حوالي ١,٥ مليون طن عام ٢٠١٥ .

وتتبلور مشكلة البحث في الفرق الواضح بين السعر الذي يحصل علية المنتج (الصياد) والسعر الذي يدفعه المستهلك للأصناف السمكية المختلفة موضع الدراسة ، متمثلا في ارتفاع اسعارها للمستهلك وانخفاض اسعارها للمنتجين اي ارتفاع الهوامش التسويقية خلال المسلك التسويقي بالرغم من ارتفاع انتاج هذه الاصناف السمكية وانخفاض الكفاءة التسويقية لها . و يهدف البحث التعرف علي الوضع الانتاجي لاهم الاصناف السمكية المصرية موضع الدراسة ، و تقدير الكفاءة التسويقية لها من خلال التعرف علي نصيب المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة من توزيع جنية المستهلك ، للحكم علي كفاءة اداء النظام التسويقي لها ، والتعرف علي الهوامش التسويقية لاهم الاصناف السمكية المصرية موضع الدراسة خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠١٥) .

وقد تبين من دراسة الانتاج السمكي لاهم الاصناف السمكية المصرية خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠١٥)، ان اسماك البلطي تحتل المركز الاول بمتوسط سنوي قدر بحوالي ٥٠٨,٨ الف طن تمثل حوالي ٥٠,٣١ % من المتوسط السنوي لإجمالي كمية الانتاج السمكي المصري البالغ حوالي ١٠١١,٢ الف طن خلال فترة الدراسة ، تم يليها اسماك البوري ثم اسماك القراميط واسماك البياض حيث تسهم بحوالي ١٥,٥٨%، ٤,٠٤% ، ١,١٥% علي الترتيب خلال نفس الفترة. كما تبين من الدراسة الاتجاه العام المتزايد للكميات المنتجة من أسماك البلطي والبوري والقراميط خلال فترة الدراسة بمعدل نمو قدر بحوالي ٧,٦% ، ٥,٩ % ، ٣,٠% من المتوسط السنوي لها البالغ حوالي ٥٠٨,٨ ، ١٥٧,٥ ، ٤٠,٩ الف طن علي الترتيب . في حين تناقص الاتجاه العام للكميات المنتجة من اسماك البياض بمعدل ٢,٢% من المتوسط السنوي لها البالغ حوالي ١١,٧ الف طن خلال نفس الفترة .

وقد تبين من دراسة الكفاءة التسويقية لاهم الاصناف السمكية المصرية اختلاف قيمة الهوامش التسويقية للأسماك من صنف لأخر خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠١٥) ، حيث بلغ متوسط قيمة الهوامش التسويقية لصنف البوري حوالي ٣,٠٩ جنية /كجم ، في حين بلغ حوالي ٢,٢٤ ، ١,٩٥ ، ٢,٧٠ جنية / كجم لصنف

البلطي والقراميط والبياض علي الترتيب كمتوسط لنفس الفترة ، وباستخدام مقياس نسبة قيمة الهوامش التسويقية من سعر البيع للمستهلك (سعر التجزئة) تبين ارتفاع الكفاءة التسويقية لأسماك البوري ثم البلطي ثم البياض ثم القراميط ، حيث تبين انخفاض نسبة الهوامش التسويقية من سعر البيع للمستهلك في صنف البوري حوالي ١٤,٥% مما يشير الي ارتفاع الكفاءة التسويقية بالنسبة للأصناف الأخرى ، حيث بلغت حوالي ١٦,٢% ، ١٧,٧% ، ٢٤,٥٥% لأسماك البلطي والبياض والقرموط علي الترتيب خلال فترة الدراسة ، كما تشير نسبة نصيب المنتج من سعر البيع للمستهلك الي زيادة ما يحصل عليه المنتج من سعر البيع للمستهلك في حالة اسماك البوري الي حوالي ٨٥,٥% يليه اسماك البلطي بنسبة حوالي ٨٣,٨ % ، ويليه اسماك البياض بنسبة حوالي ٨٢,٣% ثم يأتي اسماك القرموط بنسبة بلغت حوالي ٧٥,٤ % ، وهذا يبين انخفاض الكفاءة التسويقية لأسماك القرموط بالمقارنة بالأصناف الأخرى علي مستوي جمهورية مصر العربية خلال فترة الدراسة .

وتوصي الدراسة بتنظيم اسواق الجملة حتي لايغالي تجار الجملة في ارباحهم مع قيام المنتجين بأداء بعض الوظائف التسويقية مثل الفرز والتدريج لخفض تكلفتها ، والاهتمام بالكفاءة التكنولوجية من حيث وسائل النقل والتخزين والتعبئة بما يؤدي الي خفض تكلفتها وخفض الفاقد التسويقي، كما توصي الدراسة بإنشاء قاعدة معلومات للانتاج والاستهلاك والاسعار السمكية لكي تكون القرارات الانتاجية والتسويقية سليمة.

المراجع :-

١- وزارة الزراعة واستصلاح الاراضي – قطاع الشئون الاقتصادية – نشرة الاقتصاد الزراعي – عام ٢٠١٥ .

٢- وائل احمد عزت ، امل كامل عيد ، رشا محمد احمد (دكاترة)– الموقف الحالي والتصور المستقبلي للأسماك في مصر– مركز البحوث الزراعية – معهد بحوث الاقتصاد الزراعي عام ٢٠١٥ .

٣- وزارة الزراعة واستصلاح الاراضي – الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية – كتاب الاحصاءات السمكية السنوي – عام ٢٠١٥،

٤- عادل يوسف عوض (دكتور) : مبادئ التسويق السمكي – كلية الزراعة – جامعة الإسكندرية . ١٩٨٩.

٥- راجع في ذلك :

(أ) البرنامج الإحصائي : Spss ١٥

(ب) عبد القادر محمد عبد القادر (دكتور) – طرق قياس العلاقات الاقتصادية مع تطبيقات الحاسب الالكتروني – دار الجامعات المصرية – الإسكندرية – عام ١٩٩٠.

(ج) مجدي الشوربجي– الاقتصاد القياسي بين النظرية والتطبيق– قسم التجارة الخارجية – كلية التجارة وإدارة الأعمال – جامعة حلوان– – الدار المصرية اللبنانية – عام ١٩٩٤– ص٤٩.

٦- محمد السيد السيد حسين لابي – تحليل اقتصادي لسياسة تنمية الثروة السمكية المصرية – رسالة دكتوراه – قسم الاقتصاد الزراعي – كلية الزراعة– جامعة المنيا –١٩٩٥ – ص ١٤٤.

٧- احمد محمد توفيق الفيل (دكتور) ، مصطفي فكري (دكتور) – مبادئ التسويق الزراعي – قسم الاقتصاد الزراعي – كلية الزراعة – جامعة الاسكندرية – ١٩٧٣ – ص ص (٣٣٥-٣٣٩) .

٨- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء - النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات (منتج - جملة - مستهلك) - مرجع رقم ٧١-٢٢٣٢٥-٢٠١٥ - ابريل ٢٠١٦ .
٩- عصام الدين غلام حسين غلام - دراسة تحليلية لاقتصاديات المزارع السمكية مع الآشاره للمزارع التابعة للهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية- رسالة ماجستير - قسم الاقتصاد الزراعى -كلية الزراعة - جامعة الازهر -٢٠٠٥.

Marketing Efficiency of some Fish Species in Egypt

Summary

There are many varieties of commercially produced fish in Egypt, there exceed than 50. Most important of them are Tilapia, Mullet, Catfish, and Bagrus fish, these were 80.8% of total amount of Egyptian fish production in 2015, which is about 1.5 of million tons.

The problem of this study is the difference between the price of producers and the final price paid by the consumers. The situation reflects the low marketing efficiency of the industry as a whole.

Therefore, study aims at identifying the production status of the fish species studied, and estimating its marketing efficiency.

Finally, study results are;

♣ Ranking the importance of Egyptian fish production according to species as, Tilapia, Mullet, Catfish, and Bagrus, 50%, 29%, 16%, 4%, 1% respectively.

♣ Analysis of time series of fish production according to species shows increase productive annual amounts of Tilapia, Mullet, Catfish as 8%, 6%, 3% respectively, while its decrease for Bagrus fish with 2%.

♣ Rank estimating market efficiency according to species as, Mullet , Tilapia, Bagrus then Catfishes.

♣ Study clears that, producer share from consumer final price are 86%, 84%, 82% and 75% for Mullet , Tilapia, Bagrus then Catfish respectively.

Due to study results, its recommendations are;

♦ Arrange wholesale markets to prevent wholesalers overpricing.

♦ Perform the producers with some marketing functions such as sorting and grading for diminishing costs.

♦ Finally study recommending build up information& data base bank for fishes production, consumption, prices to be production and marketing decisions are perfect.