



تحليل اقتصادي للهوامش التسويقية والتغيرات السعرية لأهم أصناف الأسماك في سوق العبور في ج. م. ع

[2]

نورهان محمد أحمد غريب - محمد صلاح قنديل - محمد سيد شحاتة - محمد عثمان عبدالفتاح
قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة عين شمس - القاهرة - مصر

الجملة نحو 64%، كما بلغ نصيب تاجر التجزئة 11.66% من سعر التجزئة. أما عن القراميط فقد بلغ نصيب المنتج 75% بينما بلغ نصيب تاجر الجملة 4.6%، وبلغ نصيب تاجر التجزئة 19.4%، ويتقدير الكفاءة للتكاليف التسويقية لصنف البلطي وفقا لمقياس العائد للمتغير للسعة بلغت حد أدنى 102. % وبالتالي يمكن زياده الكفاءة الي 90% والتي تعبر عن نقص الكفاءة وهذا خلال عام 2009، ثم تزايدت الكفاءة لتصل إلي أقصاها الي 100% عام 2012-2014. وتبين نتائج تقدير الكفاءة للتكاليف التسويقية للقراميط وفقا لمقياس العائد المتغير للسعة حدها الأدنى 0.5% وبالتالي يمكن زياده الكفاءة إلي 95% والتي تعبر عن نقص الكفاءة وهذا خلال عام 2005 وكان افضل كفاءة خلال سنوات عام 2012-2014.

وتبين نتائج (IRS) من زياده التكاليف التسويقية لتحسين الكفاءة خلال سنة 2001-2011 ثم كان هناك نقص في التكاليف في عام 2012 وكانت الكفاءة عالية وفي سنة 2013 و2014 كان هناك نقص في المتغير المستقل من تناقص الفرق مع ثبات الكفاءة للوصول الي نفس كفاءة وذلك لأسماك البلطي. وتبين نتائج (IRS) أنه يجب زياده التكاليف التسويقية لتحسين الكفاءة خلال سنة 2001-2011 وذلك لأسماك القراميط ثم كان هناك نقص في التكاليف في عام 2012 وكان هناك كفاءة عالية وفي سنة 2013 و2014 كان هناك نقص في المتغير المستقل

الكلمات الدالة: الكفاءة التسويقية، الهوامش التسويقية، الموسمي في سوق العبور

الموجز

تزايد الإنتاج السمكي في مصر من 1482 ألف طن في عام 2001 لنحو 15525 ألف طن في عام 2014 أى زيادة قدرها 43 ألف طن أو نحو 2% خلال تلك الفترة. وتنسم الاسماك بالتقلبات الإنتاجية والسعرية مما يؤثر علي القرارات الإنتاجية والتسويقية لكل من المنتج والمستهلك وتؤدي الي ظهور مشاكل وصعاب عند التسويق اهمها غياب المعلومات التسويقية وتواضع الخدمات التسويقية المتاحة بالأسواق وارتفاع نصيب الوسطاء التسويقية من سعر المستهلك ويتطلب هذا دراسة الجانب التسويقي بالسوق العبور.

وتم استخدام المقاييس الخاصة بحساب الهوامش التسويقية وتوزيع جنيه المستهلك وكذلك تحليل موسمي الاسعار لأهم أنواع الاسماك خلال 2010-2014. واعتمد البحث علي البيانات الأولية التي تم جمعها من السوق وكذلك البيانات الثانوية المتحصل عليها من ادارة السوق وتم اختيار صنفى البلطي والقراميط كاهم أنواع الاسماك لإرتفاع قيمتها السوقية وحجم الطلب عليها.

بلغ نصيب المنتج لسمك البلطي من سعر التجزئة لعام 2014 نحو 83% بينما بلغ متوسط نصيب تاجر

باعتبارها أحد الأنشطة التي يمكن أن تساهم في تنمية الانتاج القومي.

مشكلة البحث

ركزت معظم السياسات في مصر بشكل عام علي جانب الإنتاج دون الاهتمام بالجزء التسويقي، ويواجه صائدي الاسماك بمصر العديد من المشاكل اهمها غياب المعلومات السوقية فيما يتعلق بالأسعار واتجاهاتها وكذلك قلة الخدمات التسويقية المتاحة بالأسواق. ولقد اثرت هذه المشكلة على متخذي قرارات الانتاج والتخطيط عند وضع السياسات التي تحقق الاستغلال الامثل للموارد والمسطحات السمكية بمصر، وهو ما أدى الى عدم كفاية الانتاج المحلي واللجوء الى الواردات لسد الفجوة من السمكية. كما انها أدت الى ارتفاع أسعار الاسماك دون استفادة المستهلك او المنتج وذلك لما يتحمل كل منهم جزء من نصيب في التالف والفاقد اثناء مراحل التسويق المختلفة، وارتفاع الهامش التسويقي بما لا يتناسب مع الخدمات المقدمة مما ادي الي انخفاض نصيب الصياد وارتفاع نصيب الوسيط التسويقيين من جنية المستهلك، ومن ثم انخفاض الكفاءة التسويقية للأسماك.

أهداف البحث

تتمثل اهداف البحث في دراسة الجوانب التسويقية للأسماك سواء فيما يتعلق بالخدمات التسويقية المقدمة، والمسلك التسويقي، الهوامش التسويقية، التغيرات الموسمية السعرية، ونظراً لان أسواق الجملة المركزية هي حلقة الوصل بين المنتج والمستهلك النهائي والمصدر الاساسي لتحديد السعر نتيجة تفاعل قوى العرض والطلب ويقدر ما تكون كفاءه تلك الاسواق في أداء وظيفتها، ويتطلب هذ الوضع دراسة حاله سوق العبور للتعرف علي الجوانب التسويقية المرتبطة بالمسلك التسويقي والتي تنعكس بالضرورة علي سلوك المتعاملين فيه وأدائه الذي يؤثر علي منتجي الاسماك وكذلك تحليل موسمييه الاسعار واتجاهات تغيرها وهو ما يفيد في اتخاذ إجراءات لتحسين السوق والتوصل لمقترحات تحسين هذا الأداء وزيادة الكفاءة. وهو

لبد من تناقص الفرق مع ثبات الكفاءة للوصول الي نفس كفاءة. ومن ناحيه اخري وبلغ الحد الأدنى لموسمية أسعار الجملة للبلطي خلال الفترة 2010-2014 في شهور (أكتوبر- نوفمبر- أغسطس) والحد الأعلى خلال اشهر (إبريل- مايو- فبراير) اما عن القراميط فبلغ الحد الأدنى خلال (أكتوبر- ديسمبر- نوفمبر) والحد الأعلى (إبريل- يونيو- مارس).

تمثلت اهم المشاكل التسويقية للأسماك في عدم توفير تجهيزات بالسوق لحفظ الاسماك، ضعف تنظيم السوق عدم وجود رقابه فعليه علي سير العمل بالمزادات بالسوق انتشار ظاهره البيع العشوائي بدون ترخيص وهو ما يتطلب تنظيم التعامل في الاسواق وتزويده بالتجهيزات المناسبة وتوفير البيانات والمعلومات السوقية لخدمات جميع العاملين بالسوق.

مقدمة

تتميز جمهورية مصر العربية بارتفاع معدل الزيادة السكانية والتي يترتب عليها زيادة الطلب علي الغذاء بصفة عامة والبروتين بصفة خاصة، وتعتبر الأسماك إحدى المصادر الرئيسية لتوفير البروتين الحيواني للإنسان كما أنها بديل جيد للحوم والدواجن حيث تتميز بعض اصنافها برخص ثمنها مقارنة بتلك البدائل، كما ان الاسماك تحتوى على نسبة عالية من البروتين يقدر بنحو 18.5% وهو ما يفوق نسبته في البدائل الاخرى. وتتميز مصر بتوافر المساحات والمسطحات المائية الشاسعة إلا أن الواقع يثبت أن إجمالي الناتج السنوي المصري من الأسماك لم يستطع حتي الآن تغطية الاحتياجات الاستهلاكية في ظل هذه الامكانيات الهائلة إذ قدر الانتاج السمكي حوالي 1482 الف طن عام 2014، بينما بلغ الاستهلاك حوالي 2038 ألف طن لنفس العام، لذا تقوم الدولة باستيراد كميات متزايدة من الأسماك لتغطي لاستهلاك المحلي، و يقدر نصيب الفرد من الاسماك بحوالي 17.76 كيلو جرام، مقابل 17.41 كيلو جرام كنصيب للفرد على مستوى العالم بنسبة زيادة 2% عن المتوسط العالم ويرجع الاهتمام بتنمية الثروة السمكية كأحد الاتجاهات الحديثة للعمل علي زيادة متوسط نصيب الفرد من البروتين السمكي، وهو ما يتطلب تنمية الموارد السمكية وتطويرها

الصيد حيث يقوم الصياد بإجراء بعض العمليات مثل الفرز والجمع وإضافة الثلج والنقل للبيع بسوق الجملة، أو لجمعية صاندي الأسماك، أو النقل المباشر لتاجر الجملة الذي سبق الاتفاق معه على إرسال الصيد لمحلاته داخل السوق. وهذا البيع يتم بمقابل مالي، أو يتم النقل لأحد الوسطاء ثم يقوم هو بالتوزيع على التجار وإضافة منافع مقابل جزء من المال، ثم تنقل الأسماك للتجار والأسواق المختلفة حيث يتعامل تجار الجملة مع تجار التجزئة ومحلات التجزئة بالسوق وتجار خارج السوق، ويقوم بالبيع في الأسواق الشعبية أو الفنادق وهو ما يبين سيطرة تجار الجملة على العمليات التسويقية، كما الشكل رقم (1) المسلك التسويقي والقنوات التسويقية للأسماك الطازجة من المصادر الطبيعية في مصر.

التحليل الاقتصادي التسويقي لأهم أصناف الاسماك

يتناول البحث التحليل الاقتصادي لأهم الأصناف السمكية بدراسة الهوامش التسويقية وتوزيع جنية المستهلك والكفاءة التسويقية وهي أسماك البلطي، والبوروي، القراميط، وقشر البياض المنتج من المصايد المختلفة في مصر خلال الفترة (2001-2014).

التحليل الاقتصادي التسويقي لأسماك البلطي

فيما يتعلق بالهوامش التسويقية الكلية لأسماك البلطي تبين البيانات الموضحة بالجدول رقم (1) ان في صورتها المطلقة بين تاجر التجزئة والمنتج قد تراوحت بين حد ادني قدر بحوالي 0.21 جنية/ كجم تمثل حوالي 3% من سعر التجزئة وذلك في عام 2001 وحد اقصي بلغ حوالي 4.49جنية/ كجم تمثل حوالي 25.8% من سعر التجزئة وذلك عام 2012. بينما لنفس جدول الهوامش بين تاجر الجملة والمنتج كان الحد الأدنى 0.16 جنية/ كجم تمثل حوالي 2.38% من سعر الجملة وهذا عام 2001 وحد اقصي بلغ 1.47 جنية/ كجم ويمثل 12.24% من سعر الجملة وهذا عام 2009 وقد بلغت هذه الفروق في المتوسط حوالي 0.53 جنية/ كجم تمثل حوالي 4.66% ذلك كمتوسط الفترة موضع الدراسة موزعه بين

يساعد في تحقيق هدف البحث لتوفير المعلومات التسويقية والتي تساعد على زيادة الانتاج السمكي وتخفيض الفجوة السمكية.

الأسلوب البحثي ومصادر البيانات

يعتمد البحث علي اسلوب التحليل الاحصائي الوصفي والكمي للبيانات المتاحة مثل المتوسطات والنسب المئوية والأرقام القياسية وطرق العرض الجدولية في شرح المتغيرات المتعلقة بموضوع الدراسة، بالإضافة لتقدير الهوامش التسويقية المطلقة والنسبية والكفاءة التسويقية بين المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة لأهم أصناف الأسماك المصرية باستخدام منهجية فارييل او ما يطلق عليه (dea)، والتوزيع النسبي لجنيه المستهلك، وكذلك دراسة الدليل الموسمي للأسعار والكميات الواردة بسوق العبور خلال فترة الدراسة وذلك بافتراض أن التغير Y الذي يعبر عن السلسلة الزمنية للأسعار تكون حاصل ضرب $T-S-C-I$ والتي تنتج الاتجاه العام t والتحركات الموسمية الدورية C والتحركات غير المنتظمة I باستخدام العلاقة الرياضية التالية.

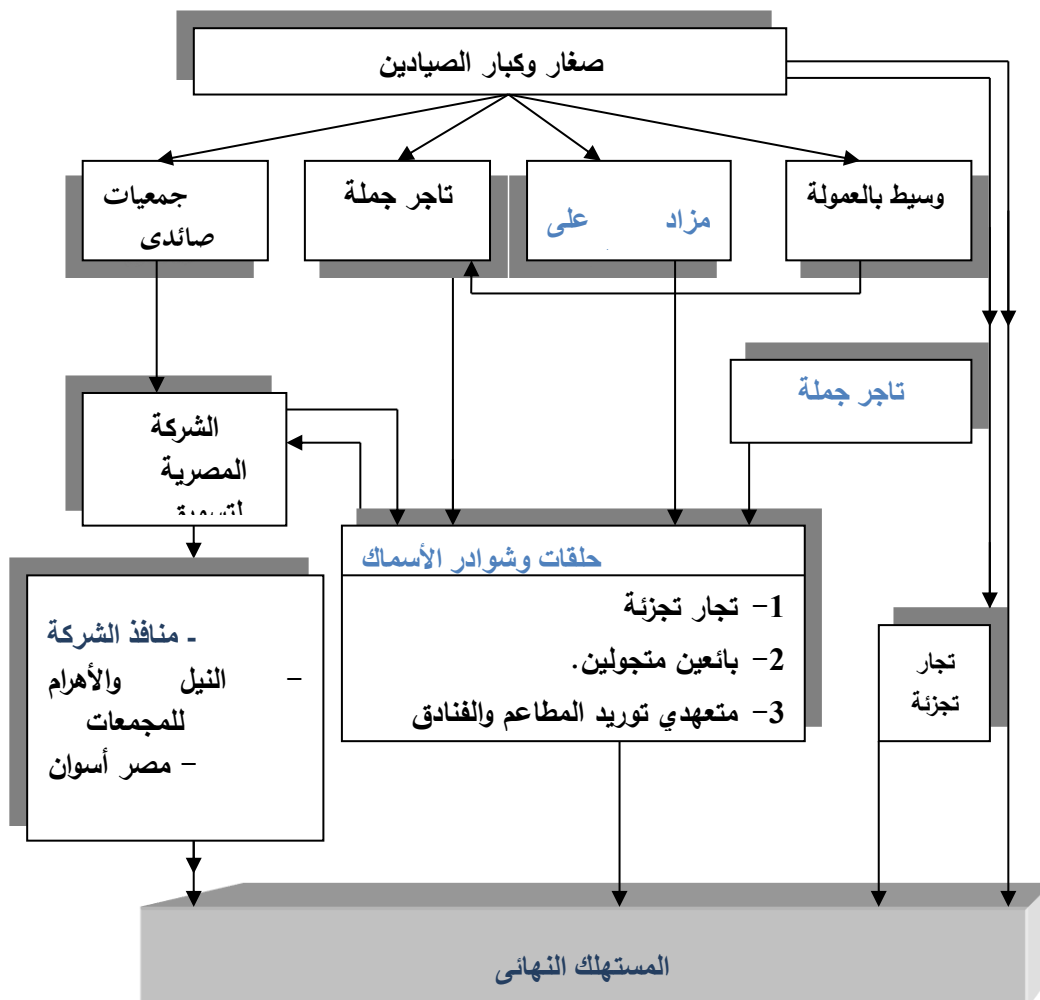
$$Y_i = f (T, S, C, I)$$

حيث :

- Y = السعر السنوي للمستهلك لصنف الاسماك
- T_i = الاتجاه الزمني العام للسعر السنوي للمستهلك
- S_i = مكون الموسمية للسعر السنوي
- C_i = مكون الدورية للسعر السنوي للمستهلك
- I_i = مكون التغيرات غير المنتظمة للسعر السنوي للمستهلك للصنف الاسماك

الخدمات والمسالك التسويقية لأهم أصناف الاسماك بسوق العبور

يعد سوق العبور من أهم الأسواق الرئيسية للأسماك في مصر ويستقبل السوق مختلف الأنواع من الأسماك المصادة محلياً والمستوردة من الخارج، وهو ما يعنى ان أسعار الأسماك بالسوق لا تتأثر فقط بالكميات المصادة من السوق المحلي. ويبدأ تسويق الأسماك بعد عملية



شكل رقم 1. المسلك التسويقي والقنوات التسويقية للأسماك الطازجة من المصادر الطبيعية في مصر
المصدر: البيانات الميدانية بالدراسة

جدول 1. الهوامش التسويقية وتوزيع جنية المستهلك والكفاءة التسويقية لأسماك البلطي خلال الفترة (2001-2014)

vrste	irs	توزيع جنية المستهلك (%)				الفروق والهوامش التسويقية (الوحدة : جنية / كيلو جرام)						السنوات
		جملة نصيب الوسطاء	نصيب تاجر التجزئة	نصيب تاجر الجملة	نصيب المنتج (الصيد)	منتج / تجزئة		جملة / تجزئة		منتج / جملة		
						نسبية	مطلقة	نسبية	مطلقة	نسبية	مطلقة	
0.938	irs	3.12	0.74	2.38	96.88	3.12	0.21	0.74	0.05	2.38	0.16	2001
0.429	irs	14.86	10.17	4.69	85.14	14.86	1.11	10.17	0.76	4.69	0.35	2002
0.417	its	19.45	15.16	4.30	80.55	19.45	1.63	15.16	1.27	4.30	0.36	2003
0.366	irs	21.36	17.27	4.09	78.64	21.36	2.14	17.27	1.73	4.09	0.41	2004
0.385	irs	14.75	10.22	4.53	85.25	14.75	1.27	10.22	0.88	4.53	0.39	2005
0.326	irs	8.11	3.26	4.84	91.89	8.11	0.77	3.26	0.31	4.84	0.46	2006
0.306	irs	13.26	8.75	4.51	86.74	13.26	1.44	8.75	0.95	4.51	0.49	2007
0.319	irs	17.21	12.86	4.35	82.79	17.21	1.86	12.86	1.39	4.35	0.47	2008
0.102	irs	25.48	13.24	12.24	74.52	25.48	3.06	13.24	1.59	12.24	1.47	2009
0.242	irs	19.25	14.19	5.06	80.75	19.25	2.36	14.19	1.74	5.06	0.62	2010
0.116	irs	17.33	8.13	9.20	82.67	17.33	2.43	8.13	1.14	9.20	1.29	2011
1	-	25.89	25.03	0.87	74.11	25.89	4.49	25.03	4.34	0.87	0.15	2012
1	drs	17.94	16.25	1.69	82.06	17.94	3.19	16.25	2.89	1.69	0.3	2013
1	drs	10.37	7.90	2.47	89.63	10.37	1.89	7.90	1.44	2.47	0.45	2014
		16.31	11.66	4.66	83.69	16.31	1.99	11.66	1.46	4.66	0.53	المتوسط

المصدر : الجهاز المركزي للتعبة العامة والإحصاء، النشرة الثانوية لأسعار المنتج والجملة والتجزئة والمواد الغذائية، أعداد من 2001-2014.

ونظرا لنقص البيانات عن التكاليف الإنتاجية فإنه سوف يتم استخدام متغيرين من المتغيرات الاقتصادية لتقدير الكفاءة وهما الهامش التسويقي (التكاليف التسويقية) وهو الفرق بين سعر التجزئة وسعر المزرعة وذلك علي أساس ان سعر التجزئة يشق منه الاسعار علي مستوي الجملة والمنتج ومن ثم يؤثر علي مقدار الهامش التسويقي- ويتم حساب الكفاءة للتكاليف التسويقية باستخدام الهامش التسويقي كمدخل واسعار المستهلك كمدخل وهو متاح بالبحث، وفقا لنموذج العائد المتغير للسعة (VSR) وذلك باستخدام برنامج (deap) ومن الجدول رقم (2) يبين تقدير الكفاءة للتكاليف التسويقية لصنف البلطي وتبين من نتائج

كل من تاجر الجملة والتجزئة حيث يخص تاجر الجملة منها حوالي 0.53 جنية/ كجم في حين اختص تاجر التجزئة بحوالي 1.46 جنية/ كجم تمثل حوالي 11.66%. اما بالنسبة لتوزيع جنية المستهلك لأسماك البلطي تبين النتائج المتحصل عليها بالجدول رقم (1) لتوزيع جنية المستهلك بين كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة لأسماك البلطي، حيث تبين النتائج انه خلال متوسط الفترة موضع الاعتبار ان نصيب المنتج من جنية المستهلك قد بلغ حوالي 83.6% بينما يحصل تاجر الجملة علي حوالي 4.66% بينما تاجر التجزئة علي 11.66% من جنية المستهلك.

التجزئة فيحصل علي حوالي 19.4% من جنية المستهلك.

ويبين تقدير الكفاءة للتكاليف التسويقية لصنف القراميط وفقاً لمقياس العائد للمتغير للسعة بلغت حد ادني 0.5% وبالتالي يمكن زياده الكفاءة إلي 95% والتي تعبر عن نقص الكفاءة وهذا خلال عام 2005 وكان افضل كفاءه وارتفاع خلال سنوات عام 2012-2014 .

وتبين نتائج IRS لبد من زياده التكاليف التسويقية لتحسين الكفاءة خلال سنة 2001-2011 ثم كان هناك نقص في التكاليف في عام 2012 وكان هناك كفاءه عالية في سنة 2013 و 2014 كان هناك نقص في المتغير المستقل لبد من تناقص الفرق مع ثبات الكفاءة للوصول الي نفس كفاءة.

التغيرات الموسمية الكمية والسعرية لأسعار الجملة لأهم أصناف الاسماك بسوق العبور

يتصف انتاج الاسماك بشكل عام بالموسمية وذلك لارتباطه بمواسم انتاج محدد و تساهم دراسة التغيرات الموسمية السعرية للأصناف في التعرف علي فترات تزايدها وتناقصها والتنبؤ باتجاهات تلك الاسعار . وهو ما يفيد في تخطيط الانتاج للمنتجين، ورفع كفاءه الوظائف التسويقية ذات العلاقة مثل التعبئة والتدريج والتخزين أو التصنيع وتساعد في وضع السياسات الداعمة للإنتاج او سياسات الاستيراد والتصدير بما يحقق توازن في توفير الانتاج في الاسواق المحلية وسد احتياجات الفرد.

التغيرات الموسمية السعرية لسمك البلطي

يعتبر نوع أسماك البلطي من الأصناف المميزة في مصر للمستهلكين ولذا يكون الطلب عليها اكبر ويتوزع انتاجها بين الانتاج المحلي والاستزراع فحيث بلغ انتاجه بمتوسط 1464.7 طن من عام 2010-2014 مما ادي لوقوعه في المرتبة الاولى خلال الدراسة. وبتقدير الدليل الموسمي للأسعار الموضحة بجدول (3) أن الدليل بلغ ادناه في شهور (أكتوبر- نوفمبر- أغسطس) وأعلاه في (إبريل- مايو- فبراير) ويلاحظ تذبذب في الاسعار ما بين الزيادة والنقص.

تقدير الكفاءة للتكاليف التسويقية للبلطي وفقاً لمقياس العائد المتغير للسعة بلغت حد أدني 0.102% وبالتالي يمكن زياده الكفاءة الي 90% والتي تعبر عن نقص الكفاءة وهذا خلال عام 2009 ثم تزايدت لتصل إلي أقصاها الي 100% عام 2012-2014.

وتبين نتائج IRS لبد من زياده التكاليف التسويقية لتحسين الكفاءة خلال سنة 2001-2011 ثم كان هناك نقص في التكاليف في عام 2012 وكان هناك كفاءه عالية وفي سنة 2013 و 2014 كان هناك نقص في المتغير المستقل لبد من تناقص الفرق مع ثبات الكفاءة للوصول الي نفس كفاءة .

الهوامش التسويقية لأسماك القراميط

تبين البيانات الموضحة بالجدول رقم (2) أن الهوامش التسويقية الكلية لأسماك القراميط في صورتها المطلقة بين تاجر التجزئة والمنتج قد تراوحت بين حد ادني قد بحوالي 1.37 جنية /كجم تمثل حوالي 11.6% من سعر التجزئة وذلك في عام 2012 وحد اقصي بلغ حوالي 3.57 جنية /كجم تمثل حوالي 24.5% من سعر التجزئة وذلك عام 2014 بينما بنفس الجدول الهوامش التسويقية بين تاجرا لجملة والمنتج كان الحد الأدنى 0.12 جنية/جم وتمثل حوالي 1.02 من سعرا لجملة من عام 2012 وحد اقصي بلغ حوالي 0.88 جنية/كجم وتمثل حوالي 10.06% من سعر الجملة عام 2009 وقد بلغت هذه الفروق في المتوسط حوالي 0.40 جنية/كجم تمثل حوالي 4.65% وذلك كمتوسط الفترة موضع الدراسة موزعه بين كل من تاجر الجملة والتجزئة حيث يخص تاجر الجملة منها حوالي 0.40 جنية/كجم في حين اختص تاجر التجزئة بحوالي 1.65 جنية/كجم.

توزيع جنية المستهلك لأسماك القراميط

تبين النتائج المتحصل عليها بالجدول رقم (2) لتوزيع جنية المستهلك بين كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة لأسماك القراميط، حيث بينت النتائج أنه خلال متوسط الفترة موضع الاعتبار ان نصيب المنتج من جنية المستهلك قد بلغ حوالي 75.8% بينما يحصل تاجر الجملة علي حوالي 4.65% أما تاجر

جدول 2. الهوامش التسويقية وتوزيع جنية المستهلك والكفاءة التسويقية لأسماك القراميط خلال الفترة (2001-2014)

السنوات	الفروق والهوامش التسويقية (الوحدة : جنية / كيلو جرام)											
	توزيع جنية المستهلك (%)						منتج / تجزئة					
	الكفاءة	جملة	نصيب	نصيب	نصيب	منتج / تجزئة	جملة / تجزئة	جملة / تجزئة	جملة / تجزئة	جملة / تجزئة	جملة / تجزئة	
vrste	irs	نصيب	تاجر	تاجر	المنتج	نسبية	مطلقة	نسبية	مطلقة	نسبية	مطلقة	
		الوسطاء	التجزئة	الجملة	(الصيد)							
2001	irs	34.57	31.16	3.41	65.43	34.57	2.23	31.16	2.01	3.41	0.22	
2002	irs	35.68	32.23	3.45	64.32	35.68	2.38	32.23	2.15	3.45	0.23	
2003	irs	28.74	25.00	3.74	71.26	28.74	1.92	25.00	1.67	3.74	0.25	
2004	irs	28.57	24.90	3.67	71.43	28.57	2.1	24.90	1.83	3.67	0.27	
2005	irs	35.10	31.66	3.44	64.90	35.10	2.45	31.66	2.21	3.44	0.24	
2006	irs	16.17	11.73	4.43	83.83	16.17	1.13	11.73	0.82	4.43	0.31	
2007	irs	16.69	12.16	4.53	83.31	16.69	1.29	12.16	0.94	4.53	0.35	
2008	irs	22.61	15.43	7.18	77.39	22.61	1.92	15.43	1.31	7.18	0.61	
2009	irs	24.91	14.86	10.06	75.09	24.91	2.18	14.86	1.3	10.06	0.88	
2010	irs	23.79	15.36	8.43	76.21	23.79	2.06	15.36	1.33	8.43	0.73	
2011	irs	15.64	8.37	7.27	84.36	15.64	1.57	8.37	0.84	7.27	0.73	
2012	1	-	11.64	10.62	1.02	88.36	11.64	1.37	10.62	1.25	1.02	
2013	drs	18.78	16.88	1.90	81.22	18.78	2.47	16.88	2.22	1.90	0.25	
2014	drs	24.57	21.95	2.62	75.43	24.57	3.57	21.95	3.19	2.62	0.38	
المتوسط		24.11	19.45	4.65	75.89	24.11	2.05	19.45	1.65	4.65	0.40	

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة الثانوية لأسعار المنتج والجملة والتجزئة والمواد الغذائية، أعداد من 2001-2014.

أما عن التغيرات الموسمية القراميط فهو يحتل المرتبة الثانية بعد البلطي في كميته المطلوب عليه من المستهلكين وقد بلغ انتاجه 237.5 طن في المتوسط من عام 2010-2014. وتقدر الدليل الموسمي للأسعار الموضحة بالجدول (3) أن الدليل بلغ حد ادني في شهور (أكتوبر، ديسمبر، نوفمبر) والحد الأعلى (إبريل، يونيو، مارس) وايضا ليس هناك أسعار ثابتة فهي بين الزيادة والنقصان.

ووفقا لأسعار الاسماك الشهرية خلال فترة الدراسة، والدليل الموسمي الذي تم حسابه ، فإنه يمكن التوقع بأسعار نوعي السمك موضوع الدراسة ، وذلك كما بين جدول (4)، (5).

حيث يتوقع ان تتراوح أسعار سمك بلطي (1) ما بين 14.5 جنية/ للكيلو كحد ادني في شهر يناير عام 2018، وحد أعلى 22.7 جنية/ كجم في شهر إبريل عام 2022 بينما كانت التوقعات لأسعار القراميط ما

جدول 3. الدليل الموسمي لسعر الجملة والكميات لأسماك البلطي والقراميط خلال الفترة (2010-2014)

الشهور	الأسعار (جنيه / كيلو)		الاسعار (جنيه / للكيلو)	
	متوسط	الدليل	متوسط	الدليل
	السعر	الموسمي	السعر	الموسمي
يناير	9.9	93.08	9.1	97.19
فبراير	10.7	106.53	9.7	102.11
مارس	10.9	105.52	9.9	106.65
أبريل	11.9	117.13	10.3	113.26
مايو	11.3	107.28	10.1	105.73
يونيو	11.0	105.40	10.0	107.01
يوليو	10.3	98.31	9.4	98.86
أغسطس	9.9	92.60	9.5	95.18
سبتمبر	10.2	97.80	10.4	103.83
أكتوبر	9.6	90.81	9.3	88.58
نوفمبر	9.6	92.22	10.0	92.73
ديسمبر	10.3	93.34	9.1	88.83
المتوسط	11.0	100	9.7	100

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات سوق العبور .

3. عمل بطاقات ضريبية والغاء التجار السريحة خارج السوق.
4. التفتيش الدوري علي المزارع السمكية وخاصة المزارع التي تعمل بمياه الصرف الصحي.
5. الرجوع الي الهيئات المختصة وتفتيش دوري وتكون جاهزة لرد اي اشاعه تصدر علي الاسماك.

مقترحات التجار لتغلب علي مشاكل التسويق

1. عدم وجود جهات تمويل
2. قله المعروض بسبب التصدير
3. عدم وجود نظام في السوق بسبب وجود بائعين ليس لهم محلات
4. انقطاع التيار الكهربائي
5. عدم ثبات الاسعار
6. ارتفاع تكاليف التشغيل

المراجع

جهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء 2014. النشرة السنوية لأسعار المنتج والجملة والتجزئة لمواد الغذائية، أعداد متفرقة للأعوام (2001-2014)

إحصائيات الثروة السمكية، جهاز الثروة السمكية في مصر للكميات 2014. أعداد متفرقة للأعوام (2001-2014).

بيانات الكميات والاسعار الواردة لصنفي البلطي والقراميط بسوق العبور 2014. من جهاز المحاسبات بسوق العبور (2010-2014). بيانات أسعار الجملة والتجزئة لسمك البلطي والقراميط الواردة وزارة الزراعة 2014. للأعوام (2010-2015).

محمد ابراهيم النعيم، محمد سيد شحاتة، حسين شهاب فواد 2009. دراسة اقتصادية للإنتاج السمكي في المملكة العربية السعودية، المجله المصريه بالاقتصاد الزراعي، 19(3)، ص ص 245-247.

سلوي عبد المنعم، محمد سيد شحاته 1996. دراسة اقتصادية للإنتاج السمكي بجمهورية مصر العربية، مجلة المنصورة للعلوم الزراعية 21(7)، ص ص 745-748.

بين 18.0 جنيه/ كجم كحدها الأدنى في شهر أكتوبر عام 2018، وحدها الأعلى بلغ 29.7 جنيه/كجم في شهر إبريل برعام 2020

جدول 4. التنبؤ بأسعار سمك البلطي (1)

الشهر/السنة	2018	2019	2020	2021	2022
يناير	14.5	15.5	16.2	17.0	17.9
فبراير	16.6	17.6	18.6	19.5	20.5
مارس	16.5	17.5	18.5	19.4	20.4
أبريل	18.5	19.5	20.6	21.7	22.7
مايو	17.0	18.0	18.9	19.9	20.9
يونيو	16.8	17.7	18.7	19.7	20.6
يوليو	15.7	16.6	17.5	18.4	19.3
أغسطس	14.9	15.7	16.6	17.4	18.3
سبتمبر	15.8	16.7	17.6	18.5	19.4
أكتوبر	14.7	15.6	16.4	17.2	18.0
نوفمبر	15.0	15.9	16.7	17.5	18.4
ديسمبر	15.3	16.1	17.0	17.8	18.7

جدول 5. التنبؤ بأسعار سمك القراميط

السنة/الشهر	2018	2019	2020	2021	2022
يناير	18.5	20.2	21.8	23.4	29.1
فبراير	19.6	21.3	23.0	24.8	26.5
مارس	20.6	22.4	24.2	26.0	27.8
أبريل	22.1	24.0	25.9	27.8	29.7
مايو	20.7	22.5	24.3	26.1	27.9
يونيو	21.1	22.9	24.7	26.5	28.3
يوليو	19.7	21.3	23.0	24.7	26.3
أغسطس	19.1	20.7	22.3	23.9	25.5
سبتمبر	21.0	22.7	24.5	26.2	28.0
أكتوبر	18.0	19.5	21.0	22.5	24.0
نوفمبر	19.0	20.5	22.1	23.7	25.2
ديسمبر	18.3	19.8	21.3	22.8	24.3

المشاكل التسويقية للأسماك لتجار الجملة بسوق العبور.

بأجراء إستبيان ميداني لتجار الجملة للأسماك بسوق العبور تبين وجود بعض المشاكل وهي:

1. ارتفاع نسبة الفاقد والتالف
2. وقف التصدير من شهر فبراير الي يونيو وهي فتره توقف المزارع السمكية عن الانتاج .