جامعة المنصورة
كليـة الآداب

إقتصاديات صناعة الأثاث الخشبى بمحافظة دمياط

إعـــداد

مروه عيسى عوض محمد السجان

باحثة لدرجة الدكتوراة بقسم الجغرافيا

كلية الآداب – جامعة المنصورة

إشراف

أ.د. منير بسيونى الهيتى

أستاذ الجغرافيا الاقتصادية ورئيس قسم الجغرافيا

كلية الآداب –جامعة المنصورة

مجـلة كلـية الآداب – جامعـة المنصـورة

العدد الخامس والستون – أغسطس ٢٠١٩

إقتصاديات صناعة الأثاث الخشبى بمحافظة دمياط

مروه عيسى عوض محمد السجان

مقدمـــــة :

تعد صناعة الأثاث الخشبى الدعامة الأساسية للبناء الاقتصادى لأنها تساعد على دفع عجلة التنمية وبناء هيكل إقتصادى ووطنى قوى بالإضافة إلى دورها الاجتماعى التى تقوم بحل مشكلة البطالة وتوفير فرص العمل ورفع مستوى المعيشة وتحول المجتمع من مجتمع إستهلاكى إلى مجتمع إنتاجى وأن تلك الصناعة لها دور مهم فى تطوير ونمو الاقتصاد المصرى ، وتصنف قطع الأثاث بحسب الوظيفة إلى قطع معدة للراحه والحمل كالسرر والأرائك والكراسى والمقاعد والطاولات وقطع معدة للحفظ غالباً تكون ثابته مثل المكاتب .

تعد صناعة الأثاث الخشبى فى محافظة دمياط هى تطور لنوع من تجارة الأخشاب الفنيه ، حيث إشتهرت به دمياط وإشتهر كثير من الدمياطين بالمهارة فى هذه الصناعة ، وكان يسمى محترفيها " بالنجار النقى " حيث كان يصنع المشربيات التى كانت تطل على شاطئ دمياط ، والمنابر العجيبه ، وغير ذلك من الصناعات [1].

وتهدف هذه الدراسة :

١- التعرف على التوزيع الجغرافى لصناعة الأثاث الخشبى فى منطقة الدراسه .

٢- معرفه مدى التركز والتشتت لصناعة الأثاث الخشبى مع النسيج العمرانى للمحافظة .

٣- التعرف على مدى إسهام صناعة الأثاث الخشبى فى الناتج القومى .

٤- التعرف على المعوقات التى تواجه صناعة الأثاث الخشبى وكيفية حلها .

أسباب إختيار الموضوع :

١- النمو العمرانى لمحافظة دمياط ومإرتباطه بصناعة الأثاث الخشبى .

٢- وجود نوايات جديدة لصناعة الأثاث الخشبى داخل المحافظة وتستجيب لجهود التنمية ، الأمر الذى يستدعى دراسة تلك النوايات .

٣- ندرة الدراسات التفصيليه الجغرافية فى موضوع صناعة الأثاث الخشبى فى محافظة دمياط .

٤- الإهتمام المتزايد بصناعة الأثاث الخشبى فى جمهوريه مصر العربية نظراً لما يعلق عليها أمال لزيادة الدخل القومى والمساهمة فى تنمية المحافظة .

مناهج البحث وأساليبها :

- **المنهج الأصولي :-**

يستخدم فى معالجة العوامل المؤثرة فى الإنتاج الاقتصادي ومنها صناعة الأثاث الخشبى ، حيث يهتم بدراسة العوامل الجغرافية الطبيعية والبشرية والحقائق والقوانين المتعلقة بها وأيضا يركز على المتطلبات الأساسية للأثاث الخشبى بمحافظة دمياط .

- **المنهج التحليلى :**

يساعد فى تحليل التوزيع الجغرافى لصناعة الأثاث الخشبى داخل الرقعه العمرانية لمحافظة دمياط ومدى تأثرها على السكان وماتسببة من مشكلات ، كما يساعد فى فهم الرؤية الجغرافية لمنطقة الدراسة .

- **الأسلوب الكمى :**

يعالج هذا الأسلوب دراسة الموضوع بأساليب إحصائية لتحليل نمط الظاهرة وتوزيعها وتأثيرها على منطقة الدراسة ، واستخدام جداول إحصائية وأساليب الوسط المكانى ، ومدى الإنتشار والتباعد ، وغيرها من الأساليب الإحصائية .

- **الأسلوب الكارتوجرافى :**

يعتمد هذا الأسلوب على إستخدام الخرائط الطبوغرافية لمحافظة دمياط بمقياس ١:٥٠.٠٠٠، ١:١٠٠.٠٠٠ التى توضح الرقعة العمرانية لها ، وتوزيع صناعة الأثاث الخشبى حسب أنواعها وأحجامها ، والعاملين بها ، ويستخدم عند معالجة البيانات على هيئة أشكال وخرائط وأدوات Excel . ArcGis تخدم موضوع الدراسة .

الدراسات السابقة :

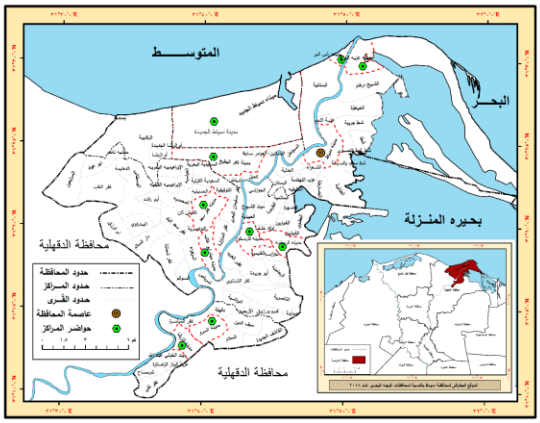
دراسة عن : **الصناعات الخشبية فى مصر** – حيث تناولت توزيعها الجغرافى ، وعوامل توطنها، والانتاج والتسويق ،وكان الاهتمام الأكبر بصناعة الأبواب والشبابيك كصناعة مكملة لصناعة التشيد والبناء [٢] ، دراسة عن : **مدينة العاشر من رمضان " دراسة فى جغرافية الصناعة " –** حيث سلطت الضوء على صناعة الأثاث والمنتجات الخشبية ضمن الصناعات التحويلية من حيث التطور والتوزيع الجغرافى [٣] ، دراسة عن : **صناعة الأثاث الخشبى فى مصر**– حيث تناولت تطور صناعة الأثاث وعوامل توطنهاوتوزيعها الجغرافى وإنتاجه وتسويقة [٤] ، دراسة عن : **الاستفادة من خطوط إنتاج الأثاث الحديثة فى إنتاج أثاث هيكلى اقتصادى –** حيث سلطت الضوء على إنتاج الأثاث الهيكلى وركز على أهم الخامات المستخدمة فى صناعة الأثاث الهيكلى ومراحل الإنتاج وطرق معالجة الأخشاب المحلية لتصبح خامة صالحة لإنتاج الأثاث الهيكلى [٥] .

محتوى البحث :

تمثل الجوانب الإقتصادية لتصنيع الأثاث أهمية فى الدراسات الجغرافية على إعتبار أن صناعة الأثاث تمثل قيمة مضافة للصناعات التحويلية وتتيح فرصة توفير النقد الأجنبى فى حال التصدير للخارج جنباً إلى جنب مع التسويق فى السوق المحلى ، وتتمتع دمياط بمزايا الإتقان والإحترافية لتقديم أثاث يرقى لمستوى المنافسة العالمية فى المعارض الدولية .

١- **تحديد منطقة الدراسة :** تقع محافظة دمياط بين دائرتى عرض ١٠ ′٣١° – ٣٠ ′٣١° شمالا ○، وبين خطى طول ٣٠ ′٣١° – ٠٠ ′٣٢°شرقا ○، وتعتبر محافظة دمياط نافذة مصر على ساحل البحر المتوسط ، حيث تقع شمال الدلتا على الضفة الشرقية والغربية لنهر النيل (فرع دمياط) وهى شبة جزيرة ، يحدها شمالاً البحر المتوسط وبحيرة المنزلة شرقاً ويشطرها النيل إلى شطرين وإلى الجنوب الغربى تمتد مزارع الدلتا وسهولها.

تعد مدينة دمياط عاصمة المحافظة وتقع على الضفة الشرقية لنهر النيل فرع دمياط قبل مصبه إلى البحر المتوسط بحوالى ١٥كم وتبلغ المساحة الكلية للمحافظة ١٠٢٩ كم٢ وتمثل ٥%من مساحة الدلتا وتتكون المحافظة من خمس مراكز إدارية وهى (دمياط ، فارسكور ، كفر سعد ، الزرقا ، كفر البطيخ) ، ١٠ مدن ، و٣٥ وحدة محلية قروية ، ٥٩ قرية و٧٢٢ تابعاً بإجمالى٧٨٢ تجمع سكنى ريفى وتبلغ مساحة المحافظة المأهولة ٥٨٩ كم٢ ويسكنها ١٥٢٢٢١١ نسمة حسب تعداد عام ٢٠١٧ والكثافة السكانية بالمحافظة مرتفعة حيث تصل إلى ١٨٥٤نسمة/ كم مربع ، يتواجد منهم بالقطاع الريفى ٦٩١.٦٨٧ نسمة بنسبة ٧٢.٥% من إجمالى السكان.



شكل (١) التقسيم الإدارى لمحافظة دمياط عام ٢٠١٨م

أولاً :- تغير إنتاج الأثاث وتركيبة النوعى للمدة مابين عامى (٢٠٠٠/٢٠١٨):-

ينبغى دراسة وتناول تغير إنتاج الأثاث الخشبى وتنوعه سواء بالزيادة أم بالنقصان للوقوف على أنواع منتجات الأثاث الخشبى التى حدث لها تغيرفى الإنتاج .

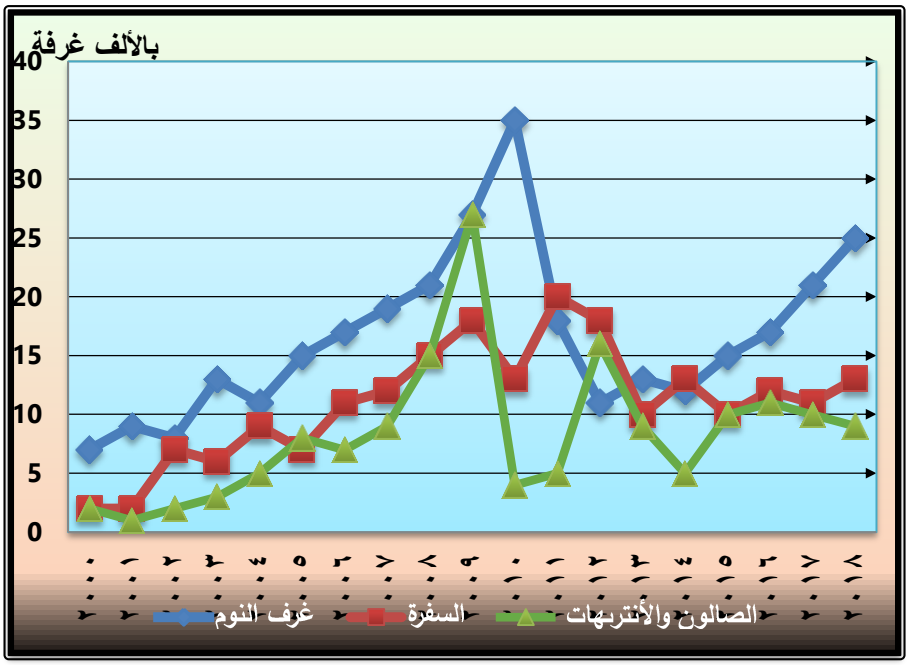
جدول (1) تغير كميات إنتاج صناعة الأثاث الخشبى فى محافظة دمياط للمدة مابين عامى (٢٠٠٠/٢٠١٨ م)

السنوات	غرف النوم	السفرة	الصالون والأنتريهات	الجملة

	الإنتاج بالألف غرفة	الإنتاج بالألف غرفة	الإنتاج بالألف غرفة	الإنتاج بالألف غرفة
٢٠٠٠	٧	٢	٢	١١
٢٠٠١	٩	٢	١	١٣
٢٠٠٢	٨	٧	٢	١٧
٢٠٠٣	١٣	٦	٣	٢٢
٢٠٠٤	١١	٩	٥	٢٥
٢٠٠٥	١٥	٧	٨	٣٠
٢٠٠٦	١٧	١١	٧	٣٥
٢٠٠٧	١٩	١٢	٩	٤٠
٢٠٠٨	٢١	١٥	١٥	٥١
٢٠٠٩	٢٧	١٨	٢٧	٧٢
٢٠١٠	٣٥	١٣	٤	٥٢
٢٠١١	١٨	٢٠	٥	٤٣
٢٠١٢	١١	١٨	١٦	٤٥
٢٠١٣	١٣	١٠	٩	٣٢
٢٠١٤	١٢	١٣	٥	٣٠
٢٠١٥	١٥	١٠	١٠	٣٥
٢٠١٦	١٧	١٢	١١	٤٠
٢٠١٧	٢١	١١	١٠	٤٢
٢٠١٨	٢٥	١٣	٩	٤٧
نسبة التغير٪	٢٥٧.١	٥٥٠	٣٥٠	٣٢٧.٣

المصدر :- الجدول من إعداد الطالبة إستناداً إلى :-

محافظة دمياط ، مركز المعلومات ودعم إتخاذ القرار ،إداره الإحصاء بيانات (منشورة)عن كمية الإنتاج لصناعة الأثاث الخشبى للمدة مابين عامى (٢٠٠٠/٢٠١٨ م) .



شكل (٢) تغير كمية الإنتاج لصناعة الأثاث الخشبى للمدة من(٢٠٠٠/٢٠١٨ م).

بتحليل أرقام الجدول (١) والشكل (٢) يمكن تتبع مجموعة الحقائق التالية :-

- الواضح على مدار المدة من (٢٠٠٠/٢٠١٨م) فلقد زاد الإنتاج تدريجياً منذ بداية عام ٢٠٠٠م ليصل إلى ١١ ألف غرفة ، ووصل إلى أقصاه فى منتصف الفترة ٧٢ ألف غرفة عام ٢٠٠٩م وكانت تلك الزيادة مضطردة بإنتظام لعدة إعتبارات منها زيادة الطلب من السوق المحلى على الأثاث الدمياطى ، بجانب المشاركة فى المعارض الدولية مثل معرض فرانكفورت الدولى بألمانيا [٦] .

- إختلف إنتاج الأثاث من عام لأخر بسبب تفاوت الطلب على الأثاث من جانب وإختلاف أثمان الخامات وتكاليف الإنتاج من جانب أخر ، فمع بداية الفترة عام ٢٠٠٠م بلغ الإنتاج ١١ ألف غرفة ثم زاد تدريجياً حتى وصل فى منتصف الفترة عام ٢٠٠٩م إلى ٧٢ ألف غرفة بفارق ٦١ ألف غرفة وبمعدل سنوى قدرة (٦٧٧٧.٧ غرفة سنوياً) حيث زاد الإقبال على غرف النوم والسفره بشكل كبير خلال النصف الأول للمدة من (٢٠٠٠-٢٠٠٩ م) وربما يعود ذلك إلى إتساع عملية التسويق الداخلى والخارجى ، وإقامة المعارض ، وجودة المنتج وإتقان وسائل التصنيع للأثاث ، بما أثر على زيادة الطلب على الأثاث خلال العقد الأول من الألفية الثالثة.

- حدث إنخفاض واضح فى كمية الإنتاج من الأثاث وخصوصاً مع بداية العقد الثانى من الألفية الثالثة ، وهى فى المدة من (٢٠١٠حتى ٢٠١٥ م) حيث إنخفض الإنتاج من ٥٢ ألف غرفة إلى ٣٥ ألف غرفة بتناقص بلغ مقدره ١٧ألف غرفة وهذا التناقص بلغ معدلة السنوى نحو (٣٤٠٠ غرفة / سنوياً) وذلك لعدة إعتبارات وأسباب منها قيام ثورات مصر (٢٥

ينـــــاير ٢٠١١م / ٣٠يونيـــــة ٢٠١٤) ، وإضطراب الوضع السياسى والإقتصادى للبلاد فأثر على إنخفاض حجم المبيعات وقلة الإنتاج ووقف التصدير والإستيراد للخامات ووقف المعارض لتسويق منتجات الأثاث خلال هذة الفترة مما أصاب سوق الأثاث بالركود المؤقت .

- عاد سوق الأثاث للإنتعاش مع زيادة الطلب التدريجى فزاد الإنتاج من ٣٥ألف غرفة عام ٢٠١٥ إلى ٤٧ ألف غرفة عام ٢٠١٨ م بزيادة قدرها ١٢ ألف غرفة ولكنها منخفضة عن المدة من (٢٠٠٩/٢٠٠ م) بشكل كبير وبمعدل سنوى قدرة (٤٠٠٠ غرفة /سنوياً) خلال المدة من (٢٠١٥ / ٢٠١٨ م) وهذا يعكس أن الطلب كان تدريجياً بعد عودة البلاد إلى الإستقرار السياسى والإقتصادى ولكن إرتفاع الدولار مقابل الجنية المصرى قد أثر بشكل واضح على إستيراد الخامات فأدى ذلك إلى إنخفاض كميات الإنتاج خلال تلك الفترة .

ثانياً :- تسويق الأثاث داخل مصر :

يعد الأثاث الدمياطى سلعة مطلوبة لدى سكان مصر بوجه عام نظراً لجودتة وأذواقة المتعددة ، وتنوعة [٧] ، وإتقان هذا النشاط المتوطن فى المحافظة منذ القدم وتوافر خاماتة ، وتطور وسائل نقلة والشحن والتغليف وتوصيلة من الباب إلى الباب [٨]، ويمكن دراسة تسويق الأثاث داخل مصر من جانبين :- الأول التسويق داخل المحافظة ذاتها على المستوى المحلى ، والتسويق داخل محافظات مصر على المستوى الإقليمى.

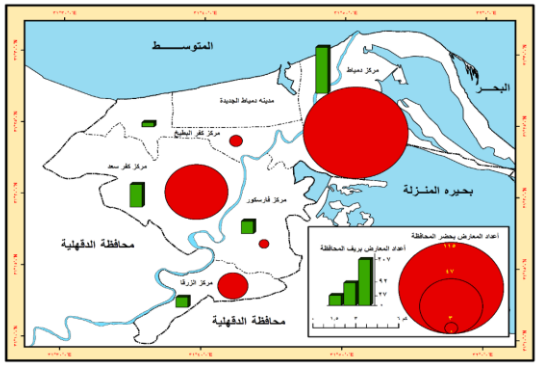
١ –تسويق الأثاث داخل المحافظة على المستوى المحلى :

تمثل محافظة دمياط السوق الأول لتسويق منتجاتها من الأثاث على أساس القاعدة الإقتصادية حصول القائم على إنتاج السلع بالمشاركة فى جزء منها تسويقياً [٩] ، على إعتبار أن المحافظة هى الأولى على مستوى مصر فى إنتاج الأثاث ذات جودة وإتقان على أعلى مستوى لذا فإنها سلعة مطلوبة من سكان منطقة الإنتاج وخارجها ، ويتم تسويقها إما من خلال معارض تقام خصيصاً لها تابعة لأصحاب الورش أو المهن ، أو التسويق المباشر من مؤسسات التصنيع ذاتها [١٠] .

جدول (٢) أعداد المعارض فى مراكز دمياط لتسويق الأثاث عام ٢٠١٨م

المناطق	الحضر		الريف		الجملة	
	أعداد المعارض	٪	أعداد المعارض	٪	أعداد المعارض	٪
دمياط	١١٥	٣١	٩٢	٢٤.٨	٢٠٧	٥٥.٨
كفر سعد	٤٧	١٢.٧	٤٥	١٢.٢	٩٢	٢٤.٨
الزرقا	١٣	٣.٥	٢٠	٥.٤	٣٣	٨.٩
كفـــر البطيخ	٣	٠.٨	٩	٢.٤	١٢	٣.٢
فارسكور	٢	٠.٥	٢٥	٦.٧	٢٧	٧.٣
الجملة	١٨٠	٤٨.٥	١٩١	٥١.٥	٣٧١	١٠٠

المصدر :- الجدول من إعداد الطالبة إستناداً إلى :-
إعتماداً على الغرفة التجارية لمحافظة دمياط ، بيانات (غير منشورة) عن المعارض ، ٢٠١٨م



شكل (٣) أعداد المعارض بمراكز محافظة دمياط لتسويق الأثاث عام ٢٠١٨م

بتحليل أرقام الجدول (٢) والشكل (٣) يمكن تتبع مجموعة الحقائق التالية :

- تبين أن أعداد المعارض بمحافظة دمياط تصل إلى ٣٧١ معرض موزعة على مدن المحافظة بمقدار ١٨٠ معرض بنسبة ٤٨.٥ ٪ من إجمالى المعارض للأثاث بالمحافظة ، مقابل ١٩١ معرض فى ريف المحافظة فى القرى المنتجة للأثاث حيث توطن المعارض بجوار الورش للتصنيع مباشراً بعد التغليف والضبط للمعروضات المتنوعة بنسبة تصل إلى ٥١.٥٪ من جملة معارض المحافظة مما يعكس أن الريف أكثر إنتشاراً وجذباً للورش والمعارض بها وخصوصاً ريف مدينة دمياط [١١] .

- تعد مركز ومدينة دمياط هو أكثر المناطق جذباً للمعارض على المستويين الحضر بنسبة ٣١٪ بمقدار ثلث معارض المحافظة ، والريف بنسبة ٢٤.٨٪ بمقدار ربع أعداد معارض المحافظة ، وهذا يعكس أن المركز تتوطن فيه صناعة وتسويق الأثاث دون غيرة بنسبة تصل لأكثر من نصف معارض المحافظة ٥٥.٨٪ ، وذلك يرجع للأسباب التالية أن مدينة دمياط تمثل قصبة المركز وحاضرة المحافظة بجانب أنها القلب والنواة لصناعة الأثاث الخشبى وإنتشارها فى باقى مراكز المحافظة عبر هجرات العمالة وراغبى الإستقلالية بعد التعلُم بالورش الرئيسية بمدينة دمياط وقُراها .

- أصبحت مناطق جذب لهذةالصناعة والإستثمار بها بعد التحول الحضرى لعمرانها وتطور الكتلة السكنية والمرافق والشوارع بها ورصفها وإنخفاض أسعار الأراضى وإتساعها لبناء المشروعات الخاصة بتصنيع الأثاث وتوفير أماكن للمخازن ومستودعات مستلزمات الإنتاج، بجانب كهربة الريف منذ ستينات القرن الماضى وتطويرها لذا أسهم كل ذلك فى إنتقال وهجرة التصنيع من مدينة دمياط إلى القرى والمراكز العمرانية الأخرى داخل المحافظة وبلغت العلاقة الإرتباطية بين توافر المرافق والطرق ووسائل النقل والتسويق إلى (٠.٩٩٤) بمعامل الإرتباط الخطى [١٢] .

- تأتى كفر سعد فى المركز الثانى بعد مركز دمياط فى حجم المعارض به ليصل نسبتها بمركز كفر سعد ١٢.٧٪ من إجمالى المحافظة ، وريف المركز بنسبة ١٢.٢٪ وهذا يعنى أن مايقرب من ربع أعداد المعارض بمحافظة دمياط حيث تتركز فى كفر سعد بنسبة ٢٤.٩٪ بسبب القرب من منفذ الواردات للأخشاب ووقوعة بالقرب من الطريق الدولى

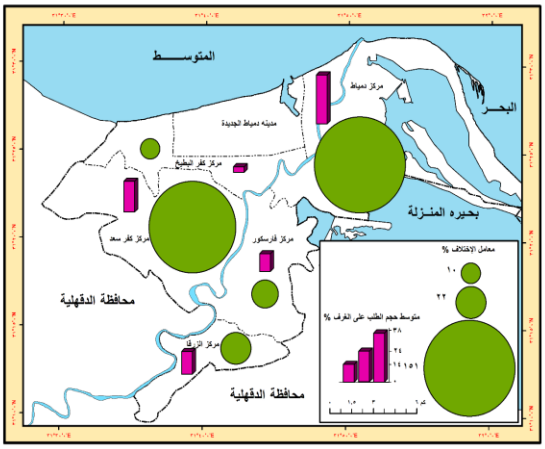
ووجود مخازن الأخشاب بقراة ومستلزمات التصنيع والتسويق .

- تنخفض أعداد المعارض تدريجياً فى باقى مراكز المحافظة ليتذيل مركز كفر البطيخ بنسبة ٣.٢٪ من إجمالى محافظة دمياط على إعتبار أنها من أحدث مراكز المحافظة فى التقسيم الإدارى ٢٠١٤م / ٢٠١٥ م.
- مثل النمط الثانى من التسويق الداخلى بمحافظة دمياط هو الطلب المباشر للأثاث من ورش التصنيع دون الذهاب إلى المعارض حيث الإتجاة إلى تحديد تصميمات معينة سواء عند تجديد الأثاث أو الإقبال على الزواج من أقارب العروسين للحصول على أنماط معينة من هذة المنتجات تبعاً لمساحة الغرف داخل الوحدات السكنية والإتجاة إلى ورش تصنيع الأثاث مباشراً [١٣] .

جـدول (٣) حجم الطلب على الأثاث من المستهلكين لسكان محافظة دمياط عام ٢٠١٨

المناطق	أعداد ورش صناعة الأثاث	متوسط حجم الطلب على الغرف سنوياً	٪	معامل الإختلاف [١٤]
دمياط	٢٠٢٩٦	١٠٤٩٢	٣٨.٩	١٥١.٧
كفر سعد	٩٨٠	٦٥٨١	٢٤.٤	١٣٩.٦
فارسكور	٩٤٦	٣٨١١	١٤.١	١٧.٥
كفر البطيخ	٤١٧	١٢١٦	٤.٥	١٠.٢
الزرقا	٣٢١	٤٨٤٤	١٨	٢٢.١
الجملة	٢٢٩٦٠	٢٦٩٤٤	١٠٠	–

المصدر :- الجدول من إعداد الطالبة إستنادا إلى : النتائج النهائية لتفريغ الإستبيان عن صناعة الأثاث (٢٠١٧/٢٠١٦) .



شـكل (٤) حجم الطلب على الأثاث من المستهلكين لسكان دمياط عام ٢٠١٨ م

بتحليل أرقام الجدول (٣) والشكل (٤) يمكن تتبع مجموعة الحقائق التالية :

-تصل حجم الطلب على الأثاث من ورش التصنيع إلى ٢٦٩٤٤ غرفة متنوعة مابين (نوم / سفرة / صالون وأنتريهات) نتيجة للحصول على تصميمات بأذواق معينة ،وذلك على عكس الطلب من المعارض رأساً حسب المعروض من الأثاث .

- تعد مركز ومدينة دمياط من أكبر المراكز فى المحافظة من حيث الطلب على منتجاتة من الأثاث بنحو ١٠٤٩٢ غرفة /سنوياً – حسب آراء أصحاب الورش عند الدراسة الميدانية ٢٠١٨/٢٠١٦ م – ليصل نسبة الطلب على المنتجات ٣٨.٩٪ بمعامل إختلاف قدرة ١٥١.٧٪ أى أن دمياط المدينة هى أكثر المناطق تسويقاً للأثاث فى المحافظة لإمكانية الوصول إليها ، وتركز الورش بداخل المركز بنحو ٢٠.٢ ألف ورشة تصنيع وإحتراف السكان العاملين بهذا المركز فى تصنيع الأثاث.

-تأتى مركز ومدينة كفر سعد بعد مركز دمياط مباشراً فى عملية التسويق بنسبة ٢٤.٤٪ وهذا يعنى أن مركزا دمياط وكفر سعد يستأثران بأكبر نسبة تسويق لمنتجات الأثاث بنحو ٦٣.٣٪ أى بمقدار ثلثى الطلب على الأثاث مباشراً من ورش التصنيع حسب العمل الميدانى ، وذلك بسبب توطن ورش التصنيع ، والعمالة الماهرة ، والقرب من ميناء دمياط حيث الحصول على الخامات اللازمة لتصنيع الأثاث ومستلزماتة من خلال الواردات الوافدة لية عبر الميناء بجانب القرب من الطريق الدولى الساحلى وبالتالى الحصول على عمالة مهاجرة من محافظات الجوار للعمل بالأثاث ، أو الحصول على خامات واردة من موانى بورسعيد والإسكندرية لخدمة صناعة الأثاث الدمياطى .

-تأتى باقى مراكز محافظة دمياط فى المراكز التالية بعد دمياط وكفر سعد بنسب طلب تراوحت مابين ٤.٥٪ ، ١٨٪ من تسويق الورش للأثاث حسب الطلب عليها نظراً لمحدودية الورش بها ومنتجاتها ، وذلك بسبب إنتقال العمالة والإستقرار فى المراكز المجاورة لدمياط داخل المحافظة مثل الزرقا ، كفر البطيخ ، فارسكور ، وأيضاً وجود مدن بهذة المراكز بها صناعة الأثاث مثل ميت أبو غالب ، كفر البطيخ ، الزرقا ، السرو ، فارسكور وقرى تقع فى ظهير هذة المدن تمثل مخازن لمستلزمات الإنتاج .

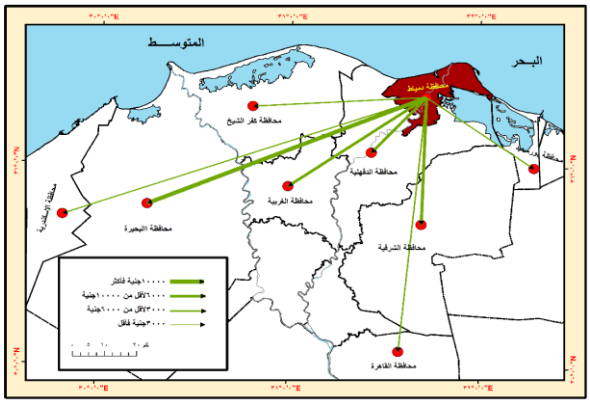
٢- تسويق الأثاث على مستوى محافظات مصر:

يتوقف تسويق الأثاث من دمياط إلى محافظات مصر وخصوصاً الجوار الجغرافى على حجم الطلب ونوعية حسب حالات الزواج ، تجديد الأثاث ، السماسرة أو الوسطاء التجاريين الذين لديهم معارض فى محافظات بعيدة عن دمياط ويقومون بالتسويق فى محافظاتهم وكل ذلك يتوقف فى المقام الأول على القوة الشرائية ومستوى الدخول والإنفاق على إعتبار أن الأثاث من السلع المعمرة والتى تبقى لفترة طويلة .

جدول (٤) حجم التسويق الأثاث من محافظة دمياط لمحافظات مصر المجاورة لها ٢٠١٨م

المحافظات	حجم الغرف (بالألف غرفة)	حجم المبيعات (بالألف جنية)[١٥]	٪	الفئة
البحيرة	٩	١٠٨٠٠	٢٣.١	الأولى
الغربية	٧	٨٤٠٠	١٧.٩	الثانية
الدقهلية	٦	٧٢٠٠	١٥.٤	الثالثة
الشرقية	٥	٦٠٠٠	١٢.٨	الرابعة
القاهرة	٤	٤٨٠٠	١٠.٣	الخامسة
الإسكندرية	٣	٣٦٠٠	٧.٧	السادسة
بورسعيد	٣	٣٦٠٠	٧.٧	السادسة
كفر الشيخ	٢	٢٤٠٠	٥.١	السابعة
الجملة	٤٧	٤٦٨٠٠	١٠٠	ـ

المصدر :الجدول من إعداد الطالبة إستناداً إلى: محافظة دمياط ، الغرفة التجارية ، تقارير (غير منشورة) عن حجم المبيعات من الغرف والأثمان لعام ٢٠١٨م



شكل (٥) حجم التسويق الأثاث من محافظة دمياط لمحافظات مصر المجاورة لها ٢٠١٨م

بتحليل أرقام الجدول (٤) والشكل (٥) يمكن تتبع مجموعة الحقائق التالية :-

- ظهر أن حجم المبيعات والتسويق للأثاث فى محافظات الجوار بالدلتا تبلغ نحو ٣٩ ألف غرفة حسب إحصائيات عام ٢٠١٨م ، وهذا الحجم قد تم تسويقة فى المتوسط بنحو ٤٦ مليون جنية وهو عائد منخفض من المبيعات إذا قورن بعام ٢٠١٠م حيث بلغت المبيعات الداخلية بنحو ١٢٢ مليون جنية مما يدل على إنخفاض حجم المبيعات وذلك راجعاً إلى إنخفاض حجم الطلب وإرتفاع الأسعار والدخول ، وإقتصار الطلب على الشرائح القادرة على الدفع ، أو التى ترغب فى أثاث ذو جودة عالية ، بجانب منافسة الأثاث المعدنى (النيكل) المستورد من دول شرق أسيا وشرق أوروبا وتسويقة داخل الأسواق المصرية للأثاث الدمياطى ، والإقبال علية نظراً لإرتفاع أسعار الأثاث الخشبى وإرتفاع أسعار الخامات وأجور العمال ومستلزمات الإنتاج والوقود للنقل والطاقة الكهربائية .
- تأتى محافظة البحيرة فى الرتبة الأولى من حيث حجم المبيعات والقوة الشرائية بنسبة تصل إلى ٢٣.١٪ من حجم المبيعات أى مايقرب من ربع المبيعات للأثاث الدمياطى ، بينما تأتى الغربية فى الرتبة الثانية بنسبة تصل إلى ١٧.٩٪ ، وبالتالى فإن المحافظتين تستأثران بنحو ٤١٪ أى أقل من نصف حجم المبيعات.
- تستأثر الدقهلية بالرتبة الثالثة فى حجم المبيعات وهى الظهير حيث تصل القوة الشرائية لها للأثاث بنسبة ١٥.٤٪ ، وذلك لأن الدقهلية بها مناطق لتصنيع الأثاث كما فى المنطقة الصناعية بجمصة ، والورش الصغيرة بمدينة المنصورة وطلخا وشربين.
- تقل القوة الشرائية تدريجياً فى باقى المحافظات ومنها العواصم القاهرة والإسكندرية وكذلك المدينة الحضرية بورسعيد حيث تصل نسب القوة الشرائيةعلى الترتيب إلى (١٠.٣٪ ، ٧.٧٪ ، ٧.٧٪) وذلك لوجود مناطق لصناعة الأثاث فى هذة المحافظات . أضف إلى ذلك إستيراد الأثاث الأرخص ثمناً من الخارج وخصوصاً بورسعيد .
- تتذيل محافظة كفر الشيخ فى إستهلاك الأثاث الدمياطى ليصل نسبة حجم المبيعات وقوة شرائية ٥.١٪ من حجم المبيعات وذلك لإنخفاض الطلب على الأثاث الدمياطى والإتجاة إلى الشراء من الغربية والدقهلية لإنخفاض الأسعار نوعاً ما .

ثالثاً : التسويق الخارجى للأثاث الدمياطى :

يمثل تسويق منتجات الأثاث الجانب الآخر أو وجه العملة الأخر لعملية تصنيع الأثاث الخشبى فى محافظة دمياط ، فمرحلة الإعداد والتجهيزات لمنشآت التصنيع هى المرحلة الأولى ، تليها عملية الإنتاج وتمثل المرحلة الثانية ، أما تسويق الأثاث هى المرحلة الثالثة لنقل المنتج النهائى إلى الأسواق وهنا يلاحظ أن تلك السلعة ليست كأى سلعة عند تسويقها فهى تحتاج إلى معارض مكشوفة فى مواضع جغرافية داخل النسيج العمرانى وذات طراز معمارى يسر الناظرين وعرضها بإتجاهات وأوضاع معينة سواء بشكل مباشر أمام الناظرين أم التصوير والعرض على وسائل الإتصالات الحديثة ، كما أن نقلها إلى المعارض أو إلى العملاء يحتاج وسائل نقل خاصة من سيارات نقل مغلقة وتغليف على أعلى مستوى حتى لا تتضرر من عملية النقل والشحن والتفريغ وأن يكون حملها مرة واحدة من المصنع إلى المعرض أو إلى المستهلك مباشرة [١٦].

يتسم تسويق منتجات أثاث محافظة دمياط بأنه ليس تسويق على المستوى المحلى فقط داخل المحافظة أو خارجها فى محافظات مصر وخصوصاً الوجه البحرى ، بل يمتد إلى التسويق الخارجى سواء للدول العربية أم الإفريقية وقد تصل لعدد من الدول الأوروبية عند إقامة المعارض كما فى إيطاليا ، اليونان ، فرنسا ، ألمانيا [١٧] .

يتوقف حجم تسويق الإنتاج على عدة إعتبارات وهى مدى الجودة والإتقان فى المنتج ، قابليته للمنافسة ، أسعار المنتج ، تصميماته التى ترتقى لمستوى الذوق الرفيع ، التمتع بمقياس الجودة والتميز ، حجم الطلب فى السوق على المنتج ، والقوة الشرائية للسوق ومدى تكيف قوة الشراء مع العرض وكميته [١٨] ، ويتمتع أثاث دمياط بمزايا بالتصميمات الراقية القابلة للمنافسة فى الأسواق المحلية والعالمية ، لذا فالمنتجات يتم تسويقها حسب الطلب عليها فى الأسواق الداخلية والخارجية .

ويمكن دراسة التسويق الخارجى للأثاث من حيث تطور الميزان التجارى لتجارة الأثاث للمدة من (٢٠٠٠-٢٠١٨ م) ، حجم التسويق من الغرف على المستوى الإقليمى ومبيعاته .

١- تطور الميزان التجارى لتجارة الأثاث على مستوى مصر ونصيب دمياط منها .

تطورت تجارة الأثاث على المستويين الصادر والوارد لمصر ، وإختلفت ماتسهم به المحافظة من الصادرات المصرية ، وحدوث تذبذب واضح فى التجارة الدولية المصرية للاثاث خلال المدة (٢٠٠٠-٢٠١٨م) حسب الجدول (٥) والشكل(٦)

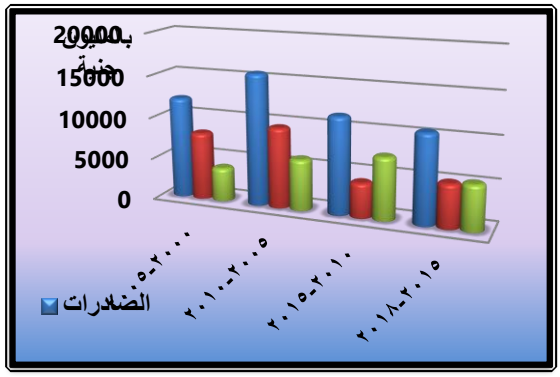
جدول (٥) الصادرات والواردات المصرية من الأثاث للمدة من (٢٠٠٠-٢٠١٨م)

السنوات	الصادرات		الواردات		الميزان التجارى (بالمليون جنية)	
	بالمليون جنية	٪	بالمليون جنية	٪	فائض	عجز
٢٠٠٠-٢٠٠٥	١٢١٢١	٩٦.٧	٨٠٧٨	١١٩.٤	+٤٠٤٢	–
٢٠٠٥-٢٠١٠	١٥٧٤١	١٢٥.٦	٩٦١٨	١٤٢.٢	+٦١٢٣	–
٢٠١٠-٢٠١٥	١١٦٠١	٩٢.٦	٤١٥١	٦١.٤	+٧٤٥٠	–
٢٠١٥-	١٠٦٥٤	٨٥	٥٢١٦	٧٧.١	+٥٤٣٨	–

٢٠١٨						
المتوسط العام	١٢٥٢٩	–	٦٧٦٦	–	+٥٧٦٣	–

المصدر :الجدول من إعداد الطالبة إستنادا إلى :

- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء بالقاهرة ، تقارير وزارة الخارجية عن الصادرات والواردات المصرية من الأثاث للمدة من (٢٠٠٠-٢٠١٨ م) .



شكل (٦) الصادرات والواردات المصرية من الأثاث للمدة من (٢٠٠٠-٢٠١٨م) .

بتحليل أرقام الجدول (٥) والشكل (٦) يمكن تتبع مجموعة الحقائق التالية:-

- بلغ متوسط الصادرات المصرية من الأثاث على مدار الأربع فترات من (٢٠٠٠-٢٠١٨م) نحو ١٢٥٢٩ مليون جنية فى المقابل ٦٧٦٦ مليون جنية من الواردات لتحقيق فائض بلغ ٥٧٦٣ مليون جنية خلال نفس الفترة .
- حدث تفاوت واضح فى الصادرات والواردات . ففى المدة من (٢٠٠٠-٢٠١٠م) أى خلال العشر سنوات الأولى من العقد الأول للألفية الثالثة خفضت الصادرات ١٢٥.٦٪ من المتوسط العام للصادرات بينما الواردات ١٤٢.٢٪ من المتوسط العام للواردات مما يدل على نشاط تجارة الأثاث فى تلك الفترة على المستوى الخارجى لمصر فى الأسواق الأوروبية والأسيوية والعربية والإفريقية وحوض البحر المتوسط بعد دخول مصر الشراكة مع الإتحاد الأوروبى .
- حدث إنخفاض واضح فى تجارة الأثاث المصرى الخارجية بالرغم من تحقيق فائض لإنخفاض الواردات فى المدة من (٢٠١٠-٢٠١٨ م)، وذلك لعدة أسباب منها الركود النسبى لتصنيع الأثاث وإنخفاض التجارة الخارجية لمصر بسبب الثورات (٢٥ يناير /٣٠ يونية) مما أدى إلى إنخفاض نسبى للصادرات على الترتيب (٢٩.٦٪، ٨٥٪) مقابل الواردات (٦١.٤٪، ٧٧.١٪) مما يدل على أن الإضطراب السياسى لمصر أثر على تجارتها الخارجية ومنها تجارة الأثاث المصرى والتركيز على السوق العربى والإفريقى وحوض البحر المتوسط من الدرجة الأولى للقرب الجغرافى من جانب وإنخفاض حجم الطلب من جانب أخر .

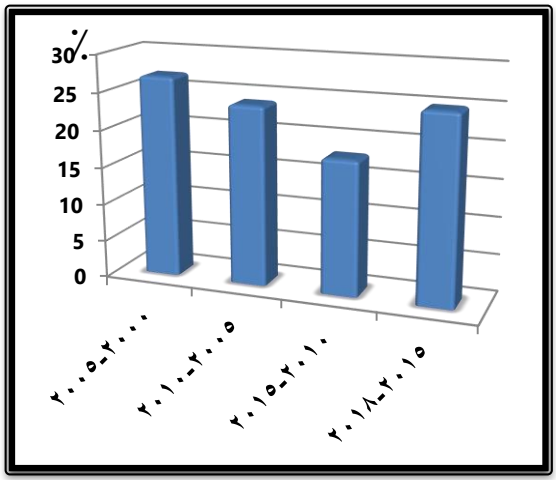
وبالنسبة لمحافظة دمياط بإعتبارها من محافظات مصر الهامة فى تصنيع وتسويق الأثاث الخشبى فقد تذبذب إسهامها فى تجارة الأثاث الخارجية خلال نفس الفترة (٢٠٠٠- ٢٠١٨) .

جدول (٦) تجارة الأثاث الدمياطى الخارجية ونصيبها من صادرات مصر من الأثاث للمدة مابين (٢٠٠٠- ٢٠١٨م) .

السنوات	صادرات مصر (بالمليون جنية)	صادرات دمياط (بالمليون جنية)	٪ من الصادرات المصرية من الأثاث
٢٠٠٠-٢٠٠٥	١٢١٢١	٣٢٧٥	٢٧
٢٠٠٥-٢٠١٠	١٥٧٤١	٣٩٢١	٢٤.٩
٢٠١٠-٢٠١٥	١١٦٠١	٢١٦٥	١٨.٧

٢٠١٥-٢٠١٨	١٠٦٥٤	٢٧٣٣	٢٥.٧
المتوسط العام	١٢٥٢٩	٣٠٢٣	٢٤.١

المصدر : الجدول من إعداد الطالبة إستناداً إلى :



- **الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء بالقاهرة ، تقارير وزارة الخارجية عن الصادرات والواردات المصرية من الأثاث للمدة من (٢٠٠٠-٢٠١٨ م) .**

شكل (٧) تجارة الأثاث الدمياطى الخارجية ونصيبها من صادرات مصر من الأثاث للمدة مابين (٢٠٠٠- ٢٠١٨م) .

بتحليل أرقام الجدول (٦) والشكل (٧) يمكن تتبع مجموعة الحقائق التالية :-

- بلغ صادرات دمياط من الأثاث بمبيعات قدر متوسطها بنحو ٣٠٢٣مليون جنية خلال المدة من (٢٠٠٠-٢٠١٨م) لتمثل ٢٤.١٪ من جملة الصادرات المصرية من الأثاث لنفس الفترة على مدار سبع عشرة عاماً أى أن إسهامات دمياط فى تجارة الأثاث تمثل ربع حجم المبيعات لتجارة الأثاث الدولية المصرية .
- تفاوت حجم المبيعات من تسويق الأثاث الدمياطى على مدار المدة من (٢٠٠٠-٢٠١٨م) ففى المدة من (٢٠٠٠ – ٢٠٠٥ م) بلغ حجم المبيعات من الصادرات ٣٢٧٥ مليون جنية لتمثل ٢٧٪ من الصادرات المصرية ، وإنخفضت فى أواخر الفترة حتى عام ٢٠١٠م إلى ٢٤.٩٪ لإرتفاع صادرات الأثاث المصرية إلى ١٥٧٤١ مليون جنية وخصوصاً لدول الإتحاد الأوروبى .
- انخفضت تجارة الأثاث وخصوصاً من (٢٠١٠-٢٠١٥م) بسبب التأثر بالثورات (٢٥ يناير ، ٣٠ يونية) وبلغ حجم المساهمة فى تجارة الأثاث الدولية نحو ١٨.٧٪ وبدأت ترتفع تدريجياً حتى عام ٢٠١٨م لتصل إلى ٢٥.٧٪ لإستعادة المحافظة وضعها فى التصنيع بالرغم من الإرتفاع التدريجى للأسعار(خامات – منتجات) فى السوق الداخلى والخارجى .

٢-إتجاهات صادرات الأثاث الدمياطى فى الأسواق الخارجية :

إن تطوير سياسات صادرات الأثاث الدمياطى تستجيب لسلوك المستهلك وحاجة السوق حسب قرار الشراء ، القدرة الشرائية ، أسعار منتجات الأثاث فى السوق الخارجى بعد فرض الرسوم الجمركية والنقل والشحن والتفريغ[١٧] ، بجانب تلك المتغيرات يوجد أيضاً طبيعة المنتج من مخرجات تصنيع

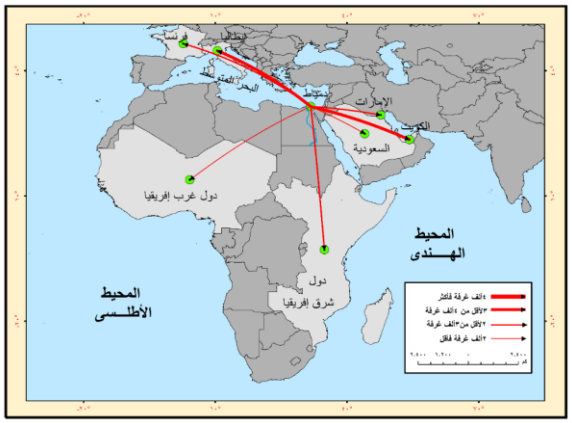
الأثاث والأذواق والفن ومهارات العمل اليدوى فيها، وسياسات تحديد الأسعار [١٨] .

تهـدف دراسةالتسـويق الخـارجى لمنتجـات الأثاث إلى غزو الأسواق الخارجية التقليدية ، وفتح أسواق جديدة بغرض تصريف أكبر قدر مـن المنتجـات كمـا فـى الأسـواق الإفريقيـة وأمريكا اللاتينية للحصـول علـى أكبـر عوائـد تغطى التكاليف وتعطى هامش ربح قد يستغل فى الإستثمارات لتطوير تلك الصناعة [١٩] .

جدول (٧) حجم تسويق منتجات الأثاث خارج مصر عام ٢٠١٨م .

المناطق	الدول	حجم التسويق (بالألف غرفة)	٪	الرتبة
المنطقـــة العربية	السعودية	٤.٣	٢٠.٣	الثانية
	الكويت	١.٩	٩.٥	السادسة
	الإمارات	٢.٩	١٣.٧	الرابعة
دول أوروبيـــة و إفريقية	فرنسا	٢.٧	١٢.٧	الخامسة
	إيطاليا	١.٤	٦.٦	السابعة
	شرق إفريقيا	٣	١٤.٢	الثالثة
	غرب إفريقيا	٥	٢٣.٥	الأولى
الإجمالى		٢١.٢	١٠٠	–

المصدر :- الجدول من إعداد الطالبة إستنادا إلى :- الجهـاز المركـزى للتعبئـة العامـة والإحصـاء بالقـاهرة ، تقـارير سـنوية عـن صـادرات وواردات مصر من السلع ، ٢٠١٨م .



بتحليل أرقام الجدول (٧) والشكل (٨) يمكن تتبع مجموعة الحقائق التالية :

- تبين أن حجم التسويق الخارجى من منتجات الأثـاث بأنواعهـا بلـغ ٢١.٢ألـف غرفـة عـام ٢٠١٨م، وقد إتجهت غالبية الإنتاج للتسويق الخـارجى إلـى أسـواق إفريقيـا وخصوصـاً غـرب إفريقيا التـى إستحوذت دولها علـى نسبة تصل إلـى ٢٣.٥٪ مثـل دول مـالى ، غانـا ، سـاحل العاج ، الكاميرون ، نيجيريا ، بوركينافاسو لتمثل بـذلك مـايقرب مـن ربـع حجـم التسـويق الخـارجى فى أسواق هذة الدول ، أما دول الشرق الإفريقى كأغندا ، السودان ، أثيوبيا ، كينيا فقد إستأثرت بنحـو ١٤.٢٪ مـن إجمـالى تسـويق منتجـات الأثاث ، لذا فنجد بعض دول القارة الإفريقية قد حصـلت علـى ٣٧.٧٪ مـن حجـم التسـويق أى مايقرب من ثلث مما يجعل القارة الإفريقية سوق جديد لتسويق منتجات الأثاث الدمياطى المصرية .

- بلـغ نصـيب السـوق العربـى لـدول الخلـيج (السـعودية – الكويـت – الإمـارات) مـن تسـويق الأثـاث الـدمياطى نحـو ٤٣٪مـن إجمـالى تلـك المنتجـات أى مـايقرب مـن النصـف للقـرب

الجغرافى ، والإقبال على الأثاث الدمياطى بإعتبارة ذات جودة عالية وأرخص نوعاً ما عن الأثاث المستورد من أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية .

- تصل نصيب الدول الأوروبية وأهمها (فرنسا ، إيطاليا) من التسويق بنحو ١٩.٣٪ من إجمالى حجم منتجات الأثاث بما يقرب الخمس من حجم التسويق ، فهم أكثر الدول التى تحتاج إلى الأثاث المكتبى والمنزلى من دمياط لجودتة وإتقانة وتعدد التصميمات الزخرفية بها .
- نستدل من ذلك أن القرب الجغرافى لتلك الدول وتوافر وسائل النقل البحرى وتعدد الموانئ وإرتفاع مستوى الدخول يؤثر بشكل كبير على حجم تجارة الأثاث الخارجية وكيفية الحصول عليها حسب طلب المستهلكين فى هذة الأسواق وأذواقهم .

رابعاً : تكاليف الإنتاج وصافى الدخل لصناعة الأثاث:

تمثل تكاليف الإنتاج والدخل وصافى الربح عناصر إتمام العملية الإنتاجية فأى إنتاج لابد له من خطط تسويقية حسب أسعاره فى الأسواق ومدى الطلب عليه مما يعطى نتائج نهائية هى الدخل الذى يغطى التكاليف وماينتج منه من صافى الربح الذى يدخر جزءاًمنه للإستثمارات فى مجال تنمية تلك الصناعة بالمحافظة ، لذا فالمنتج النهائى من إتمام العملية الإنتاجية لاتظهر قيمتها الفعلية بتجديد ثمنها فى الأسواق وتسويقها وتحديد حجم الطلب ومايظهر منه من دخل وهامش ربح.

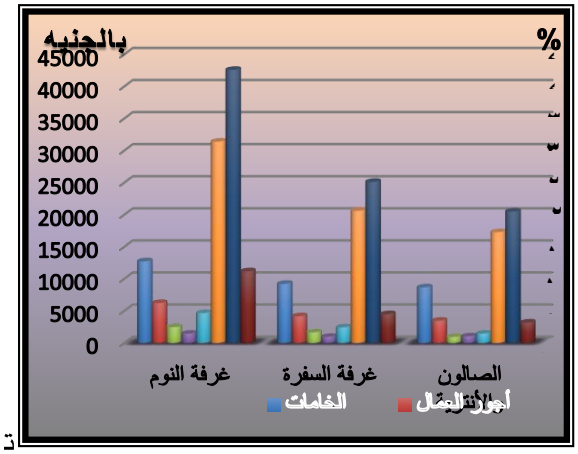
تتكون صناعة الأثاث من ثلاثة مكونات من المنتج النهائى وهى غرف النوم بأنماطها وطرازها وأساليب تصنيعها ، والسفرة ، والصالون والأنتريهات حسب التصميمات والديكورات التى تتكيف مع كل وحدة سكنية ، ويمكن قياس متوسط تكاليف كل وحدة إنتاجية (بالغرفة) وعائد الربح منها والصافى

جدول (٨) متوسط تكاليف الإنتاج وعوائد الغرف من تصنيع الأثاث بمحافظة دمياط عام ٢٠١٨م
(القيمة بالألف جنيه)

عناصر التكاليف	غرف النوم		غرفة السفرة		الصالون والأنترية	
	القيمة	٪	القيمة	٪	القيمة	٪
الإهلاك الأصولى	٤٦٨٢	١٤.٩	٢٤٥١	١١.٩	١٤٨٩	٨.٦
الخامات	١٢٧٥٢	٤٠.٦	٩٢٣٣	٤٤.٨	٨٦٨٥	٥٠.٢
أجور العمال	٦٢٥١	١٩.٩	٤١٨٨	٢٠.٣	٣٤٨١	٢٠.١
تكاليف التسويق	٢٤٨١	٧.٩	١٦٧٥	٨.١	٩٤٨	٥.٥
تكاليف خدمات	١٤٥٩	٤.٦	٩٦٢	٤.٧	١٠٤٤	٦
أخرى (*)	٣٧٨٦	١٢.١	٢١١٥	١٠.٣	١٦٥٢	٩.٥
إجمالى التكاليف غرفة / جنيه	٣١٤١١	١٠٠	٢٠٦٢٤	١٠٠	١٧٢٩٩	١٠٠
قيمة البيع (الإنتاج)	٤٢٦٠٠	—	٢٥١٣٢	—	٢٠٥٠٠	—
صافى الدخل	١١١٨٩	—	٤٥٠٨	—	٣٢٠١	—
نسبه الأرباح لصافى الدخل	٣٥.٦		٢١.٩		١٨.٥	
نسبه المتوسط العام للأرباح	٢٥.٣٪					

المصدر :الجدول من إعداد الطالبة إستناداً إلى :

- **نتائج تفريغ الإستبيان بالإسلوب التحليل الإحصائى spss ،٢٠١٧م.**



* **أخـرى تشـمل قيمـة الضـرائب السـنوية ، التأمينات ، الصيانة للأدوات والمعدات ، الرعاية الصحية ، الترفيه للعاملين والأجازات مدفوعة الأجر**

م الحساب على أساس الحد الأدنى لمنشآت صناعية تضم ١٠ عمال بمساحة تقترب من٨٠م٢ من خلال نموذج الإستبانة للعمالة بصناعة الأثاث حسب العينة من ٢٠١٦/١٠/١ إلى ٢٠١٧/٢/١م .

شكل (٩) تكاليف الإنتاج وصافى الدخل وقيمة البيع ونسبه الأرباح لكل وحدة إنتاجية من مكونات صناعة الأثاث عام ٢٠١٨م .

بتحليل أرقام الجدول (٨) والشكل (٩) يمكن تتبع مجموعة الحقائق التالية :

- تعد تكاليف إنتاج وحدة (غرف النوم) هى الأعلى من بين تكاليف منتجات الأثاث الخشبى لتصل بحد أدنى نحو (٣١٤١١جنيهاً) مقارنة بوحدة إنتاج السفرة تصل تكاليفها (٢٠٦٢٤ جنيهاً) ، بينما إنتاج الصالونات والأنتريهات تصل تكلفة الوحدة (١٧٢٩٩جنيها) هذه التكاليف بوجه عام مرتفعة وذلك للأسباب التالية إرتفاع أسعار الخامات (أخشاب وأنواعها) ومستلزمات الدهانات والتشكيلات المعدنية والزجاجية ومستلزمات كثيرة بجانب تكاليف نقلها من منشئها الأصلى إلى دمياط عبر المنافذ البحرية (تكاليف الشحن والتفريغ والرسوم) ، وتكاليف نقلها من الموانى إلى المخازن ، وتكاليف توزيعها لتجار التجزئة ثم نقلها إلى منشآت التصنيع .
- يرجع إرتفاع تكاليف غرف النوم بجانب الأسباب السابقة لوجود أسباب أخرى منها تصنيع الغرف يحتاج إلى مصممين على أعلى مستوى بين الديكورات ، عمالة ماهرة وذات كفاءة ومتقنة للعمل ، و تكاليف خدمات فى شحنها ونقلها إلى المعارض وعناية خاصة فى إظهار مدى الفن والذوق فيها من تشكيلات خشبية وأرابيسك ومصدفات كل ذلك يرفع من تكاليف أجور العمال والخدمات وإهلاك الأصول[٢٠] والصيانة الدورية للمعدات وهذا يتضح من إرتفاع نسب الخامات لها إلى ٤٠.٦٪ ،أجور العمال ١٩.٩٪ ، إهلاك الأصول والصيانة ١٤.٩٪ ،١٢.١٪ .
- لايختلف الحال بالنسبة لتكاليف إنتاج السفرة والصالون فهى مرتفعة فى الخامات بنسب تفوق ال٤٠٪ ، وكذلك إرتفاع أجور العمال حيث تحتاج إلى عمالة ماهرة ومتقنة للعمل فيها ، لذا نستدل من ذلك أن تكاليف صناعة منتجات الأثاث للثلاث غرف التى تمثل أساس وتأثيث كل وحدة سكنية تصل (٦٩٣٣٤ جنيها) فى المتوسط ليتم بيعها فى الأسواق بقيمة إجمالية (٨٨٢٣٢ جنيها) فى المتوسط أو قد يفوق هذا المبلغ فى غرف ذات وضع خاص، هذا هو الحد الأدنى لتكاليف الإنتاج وسعر البيع لكل غرفة حسب الجدول (٨) .
- تظهر الأرقام نسب الأرباح[٢١] من إجمالى التكاليف وهى الثلث تقريباً أو أقل بقليل وهذة هى النسبة المعقولة فى الصناعة حيث أن صافى الربح لغرفة النوم الواحدة ٣٥.٦٪ ، والسفرة ٢١.٩٪ ، والصالون ١٨.٥٪ أو قد يقل عن ذلك ، مما يجعل متوسط صافى الربح من تكاليف الإنتاج الربع ٢٥.٣٪ مما يجعل أن قيمة الغرف المباعة تذهب بمقدار ثلاثة أرباح إلى تكاليف الإنتاج ومستلزماتها وهذا يعكس مدى إرتفاع أسعار الخامات التى أثرت على الإنتاج وسعر البيع فى الأسواق للمنتج النهائى .
- نستدل من التحليل السابق أنة يوجد علاقة عكسية بين تكاليف الإنتاج وصافى الدخل

فكلما كانت تكاليف الإنتاج مرتفعة يقل صافى الدخل لأن مستلزمات الإنتاج تحصل على النصيب الأكبر من قيمة البيع والعكس، وتصل قيمة معامل الإرتباط هنا (-٠.٩٣)[٢٢] .

خامساً :الناتج المحلى والقومى الإجمالى من تجارة الأثاث الدمياطى :

تمثل تجارة الأثاث على المستوى الداخلى أو الخارجى قيمة مضافة للناتج المحلى أو القومى لمصر . فالناتج المحلى الإجمالى (GDP)هو الدخول التى تولدها تسويق منتجات الأنشطة الإقتصادية المتنوعة الناجمة من الزراعة أو الصناعة أو الخدمات والمرافق والرسوم المحلية [٢٣] ، وتعد صناعة الأثاث الدمياطى صناعة تسهم فى رفع الدخول على مستوى المحافظة ومصر تضيف رصيد من هوامش الربح عبر تسويقها الداخلى من خلال القوة الشرائية وأسعار منتجات الأثاث داخل الأسواق المصرية ، أما الناتج القومى الإجمالى (GNP) هى الدخول الناتجة من إسهامات الأنشطة الإقتصادية والإستثمارات خارج مصر كالصادرات المصرية من المنتجات الزراعية والصناعية ، ورسوم النقل والترانزيت وتجارة النفط الخام والصناعات الكيميائية وغيرها [٢٤] ، ونجد أن لتجارة الأثاث الخارجى وبدخول النقد الأجنبى تسهم فى التوسع والإستثمار بها على المستوى القومى وخصوصاً داخل محافظة دمياط ومحاولة إنشاء مدن تخص هذة الصناعة منها صناعة الأثاث فى مدينة الأثاث الخشبى بشطا .

١- الناتج المحلى الإجمالى لصناعة وتسويق الأثاث الخشبى :

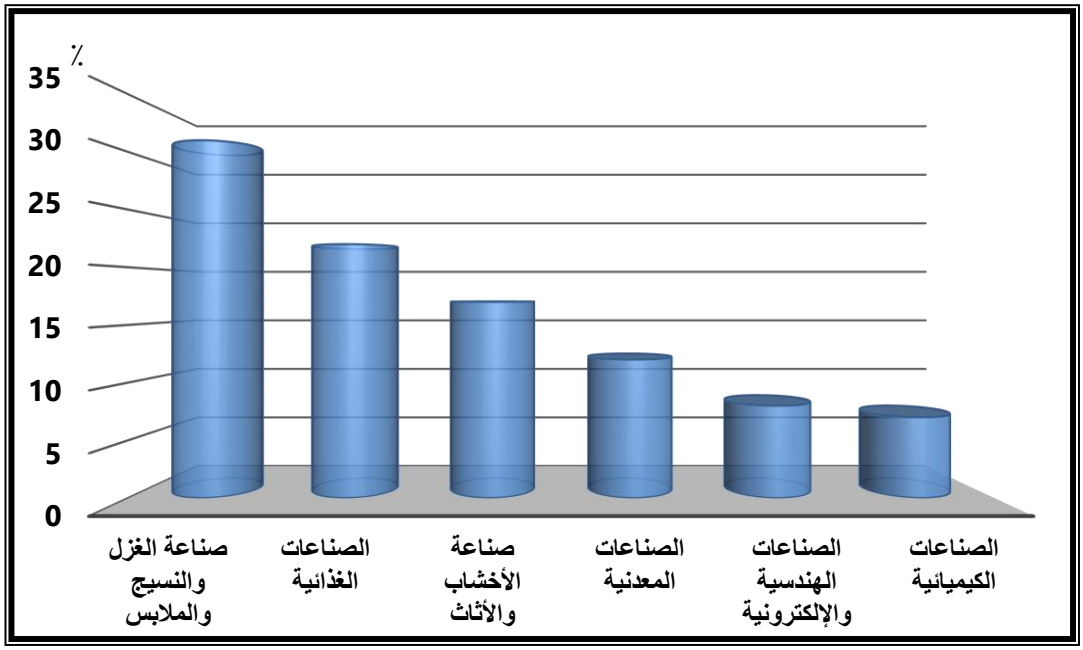
لقد أسهمت تجارة الأثاث الخشبى بقيمة كبيرة من بين تسويق المنتجات الصناعية داخل مصر ، مما يعكس مدى أهمية تلك الصناعة بإعتبارها نمط من أنماط الصناعات التحويلية داخل مصرعامة ودمياط خاصة.

جدول (٩) الناتج المحلى الإجمالى لتجارة وتسويق الأثاث الخشبى داخل مصر عام ٢٠١٨م.

الصناعات	الناتج المحلى (بالمليون جنية)	٪	الرتبة
صناعة الغزل والنسيج والملابس	٤٦٧٥	٣١.٩	**الأولى**
الصناعات الغذائية	٣٢٥١	٢٢.٢	**الثانية**
صناعة الأخشاب والأثاث	٢٤٨٨	١٧	**الثالثة**
الصناعات المعدنية	١٧٩٦	١٢.٣	**الرابعة**
الصناعات الهندسية والإلكترونية	١٢٨١	٨.٧	**الخامسة**
الصناعات الكيميائية	١١٥٤	٧.٩	**السادسة**
الإجمالى	١٤٦٤٥	١٠٠	ـــ

المصدر :- الجدول من إعداد الطالبة إستناداً إلى :

- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء بالقاهرة ، التقارير السنوية لإسهامات المشروعات الصناعية للناتج المحلى الإجمالى ، عام ٢٠١٨م .



شكل (١٠) الناتج المحلى الإجمالى لتجارة وتسويق الأثاث الخشبى داخل مصر عام ٢٠١٨م .

بتحليل أرقام الجدول (٩) والشكل (١٠) يمكن تتبع مجموعة الحقائق التالية :-

-بلغ الناتج المحلى من إسهامات تسويق منتجات الصناعات فى مصر عام ٢٠١٨م بنحو ١٤٦٤٥ مليون جنية لتتوزع على أهم ست صناعات تحويلية ذات حجم مؤسسات كبير وإنتشار على مستوى مصر ومحافظاتها وحجم المنتجات التى يتم تسويقها فى الأسواق الداخلية فى مصر والمعارض وهى صناعة الغزل والنسيج والملابس ، الصناعات الغذائية بكافة أنواعها ، صناعة الأخشاب والأثاث ، الصناعات المعدنية والصناعات الهندسية والكيميائية .

-إحتلت منتجات صناعة الأخشاب والأثاث فى حجم الإسهام الرتبة الثالثة بنصيب ٢٤٨٨ مليون جنية وبنسبة ١٧٪ من حجم الإسهامات ، نظراً لأهمية هذة الصناعة وتركزها فى محافظات معينة ومنها دمياط . ويبلغ نصيب دمياط من هذة الإسهامات من الناتج المحلى نحو ٩٣٢ مليون جنية وخصوصاً الأثاث بنوعية المنزلى والمكتبى وأثاث القرى السياحية والفنادق والمؤسسات الحكومية وغيرها ، ولقد جاءت صناعة الغزل والنسيج والصناعات الغذائية فى المراتب الأولى بنسبة تصل إلى ٥٤.١٪ أى أكثر من نصف إسهامات الصناعات فى الناتج المحلى الإجمالى لمصر .

-تذيلت الصناعات الهندسية والكيميائية فى مدى إسهامها فى الناتج المحلى الإجمالى لتحتل الرتبة الخامسة والسادسة بنسبة ١٦.٦٪ أى مايقرب من خمس الإسهامات من خلال

مشـركاتها ومؤسسـاتها وتسـويق منتجاتهـا علـى المستوى المحلى والإقليمى ، لذا لابد من تطوير صناعة الأثاث الخشبى حتى ترتقى إلى المستوى المطلوب منها لإمتصاص العمالة وتقليل حدة البطالة وزيادة الدخول ورفع كفاءة جودتها محلياً وعالمياً .

٢ – النـاتج القـومى الإجمـالى ونصـيب إسـهام صناعة الأثاث الخشبى :-

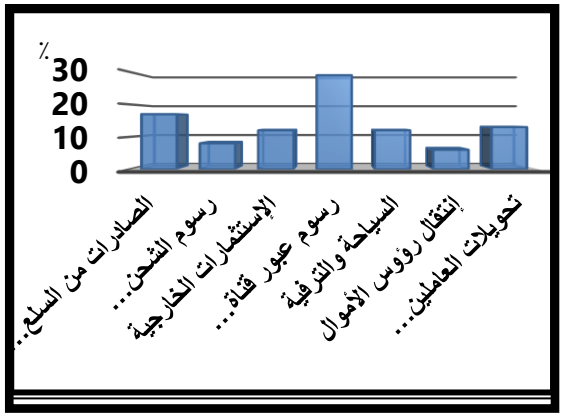
لقد أسهمت تجارة الأثاث على المستوى الدولى – كما ذكرناها سالفاً – كقيمة مضافة للصناعات التحويليـة فـى زيـادة الـدخل مـن المشـروعات والإستثمارات الخارجية والتسويق السلعى .

جدول (١٠) الناتج القومى الإجمالى لمصر ونصيب إسهام صناعة الأثاث الخشبى عام ٢٠١٨م

الأنشطة والمشروعات	الناتج القومى(بالمليون جنيه)	٪	الرتبة
رسوم عبور قناة السويس	٥٤٦٨١	٢٩.٨	الأولى
الصادرات من السلع ومنها الأثاث	٣١٦٥٤	١٧.٢	الثانية
تحويلات العاملين بالخارج	٢٥١١٦	١٣.٧	الثالثة
الإستثمارات الخارجية	٢٣١٦٥	١٢.٦	الرابعة
السياحة والترفية	٢٢٤٥١	١٢.٢	الخامسة
رسوم الشحن والتفريغ والترانزيت	١٤٨٧٢	٨.١	السادسة
إنتقال رؤوس الأموال	١١٦٧٢	٦.٤	السابعة
الإجمالى	١٨٣٦١١	١٠٠	–

المصدر :الجدول من إعداد الطالبة إستناداً إلى :

– لجهـاز المركـزى للتعبئـة العامـة والإحصـاء بالقاهرة، التقارير السنوية لإسهامات المشروعات الصـناعية للنـاتج القـومى الإجمـالى ، عـام ٢٠١٨م.



شـكل (١١) النـاتج القـومى الإجمـالى لمصـر ونصـيب إسـهام صـناعة الأثـاث الخشـبى عـام ٢٠١٨م

بتحليل أرقام الجدول (١٠) والشكل (١١) يمكن تتبع مجموعة الحقائق التالية :

-أبرز التحليل أن حجم الناتج القومى لمصر من إسهامات المشروعات وتسويق المنتجات خارجياً قد بلغ نحو ١٨٣٦١١ مليون جنية عام ٢٠١٨م ، لتحتل رسوم عبور قناة السويس الرتبة الأولى بإسـهام نسبة ٢٩.٨٪ من حجم النـاتج القومى أى بمقدار ثلث الإسهامات .

-تأتى حجم إسهام الصادرات من السلع والمنتجات ومنهـا صـناعة الأثـاث الخشـبى بنسـبة ١٧.٢٪ ليصـل نصـيب إسـهامات صـناعة الأخشـاب وتصـديرها بنسـبة قـدرها ٣٣.٧٪ مـن إسـهامات الصادرات من السلع .

-تستأثر دمياط من هذة الإسهامات بنحو ٢٧٣٣ مليون جنية من صادرات الأثاث وبنسبة ٢٥.٧٪ ، لإتباع المزايا المطلقة فى جودة وكفاءة تصنيع الأثاث سوف يرفع من شأن الشهرة العالمية لها وترتفع إسهاماتها للناتج القومى لمصر ، وطلب السوق الخارجى على منتجات محافظة دمياط

وخصوصاً السوق الإفريقى ودول غرب إفريقيا (بوركينافاسو –بنين – غانا – غينيا – نيجيريا – ساحل العاج – السنغال – مالى – موريتانيا) ودول شرق إفريقيا (كينيا – مدغشقر – أوغندا – جيبوتى –اثيوبيا – روندا – أريتريا) ، إلى جانب إيطاليا وفرنسا و السعوديه والكويت والإمارات [٢٥] بسبب الطراز الشرقى لصناعة الأثاث الدمياطى والطلب على منتجات الأرابيسك بشكل كبير ، حيث أن قبرص واليونان سوف تدخل بإسهامات فى تصنيع الأثاث فى مدينه الأثاث بإعتبارها مناطق تجميع لتسويق الأثاث الدمياطى فى شرق أوروبا[٢٦] .

-تأتى الرتب الثالثة والرابعة كل من تحويلات العاملين بالخارج . والإستثمارات الخارجية بحجم إسهام نسبتة تصل إلى ٢٦.٣٪ من حجم الناتج القومى لمصر من إسهاماتها الإقتصادية ، أما الرتب من الخامسة إلى السابعة وهى كل من السياحه ، رسوم الشحن والتفريغ ، إنتقالات رؤوس الأموال بين مصر ودول العالم بنسبة تصل إلى ٢٦.٧٪ من حجم الإسهام فى الناتج القومى لمصر .

-نستدل من هذا التحليل أن صناعة الأثاث وتسويق منتجاتها دولياً تأتى مع الصادرات من التجارة المتطورة وتحتاج إلى المزيد من الإهتمام والإستثمارات لتطويرها والتسويق لها بالدعاية عالمياً .

خاتمـــه :

نستخلص من دراسه الجوانب الإقتصادية فى صناعة الأثاث الخشبى عدة نتائج ما يلى :-

- تطور الإنتاج على مستوى الصناعات الصغيرة والمتوسطة ليصل فى المدة (٢٠٠٠/٢٠١٨) ، حيث يتسم الإنتاج بالتذبذب فى حجمة ليصل فى بداية الفترة إلى ١١ ألف غرفة وفى نهايتها إلى٤٧ ألف غرفة وإتسمت منتصف الفترة (٢٠٠٩) بإرتفاع حجم الإنتاج ليبلغ ٧٢ ألف غرفة ، وهذا التذبذب بسبب عوامل إقتصادية منها إرتفاع أسعار الخامات والمستلزمات ، ووجود مشكلات سياسية وثورات وإضطراب السوق .
- يتجة معظم الإنتاج إلى السوق المحلى وخصوصاً من الصناعات الصغيرة للأثاث على مستوى محافظة دمياط ذاتها والمحافظات القريبة منها حسب الجوار الجغرافى ، أما المصانع الكبرى فتصدر للخارج للدول العربية والإفريقية والأروبيه.
- يعد الأثاث الدمياطى من السلع المطلوبة لدى سكان مصر نظراً لجودتة وأذواقة المتعددة . وتنوعة . وإتقان هذا النشاط المتغلغل فى المحافظة منذ القدم، وتوافر خاماتة ، وتطور وسائل نقلة والشحن والتغليف .
- يعد التسويق الداخلى بمحافظة دمياط هو الطلب المباشر للأثاث من ورش التصنيع دون الذهاب إلى المعارض حيث الإتجاة إلى تحديد تصميمات معينة ، ويتوقف التسويق على القوة الشرائية ومستوى الدخول والإنفاق على إعتبار أن الأثاث من السلع المعمرة .

- يعد القرب الجغرافى للدول وتوافر وسائل النقل البحرى وتعدد الموانئ وإرتفاع مستوى الدخول يؤثر بشكل كبير على حجم تجارة الأثاث الخارجية وكيفية الحصول عليها حسب طلب المستهلكين فى هذة الأسواق وأذواقهم .
- تأتى تسويق صناعة الأثاث و منتجاتها دولياً مع الصادرات من التجارة المتطورة وتحتاج إلى المزيد من الإهتمام والإستثمارات لتطويرها والتسويق لها بالدعاية عالمياً .

الهوامش :

١- محمد حمدى عاشور (١٩٩٠) :- تاريخ دمياط ، مطبعة التحرير ، القاهره.

٢- محمد إبراهيم رمضان (١٩٨٥) ، الصناعات الخشبية فى مصر " دراسة فى جغرافية الصناعة" ، رسالة ماجستير ، غير منشورة كلية الآداب ، جامعة الإسكندرية .

٣- محمد إبراهيم رمضان (١٩٨٩) ، مدينة العاشر من رمضان " دراسة فى جغرافية الصناعة " ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة الإسكندرية .

٤- سيسيل زكى فؤاد (٢٠١٣) ،صناعة الأثاث الخشبى فى مصر ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، قسم الجغرافيا ، كلية الدراسات الإنسانية ، جامعة الأزهر فرع البنات ، القاهرة.

٥- أحمد عبد العزيز الشخص (٢٠٠٥) ، الاستفادة من خطوط إنتاج الأثاث الحديثة فى إنتاج أثاث هيكلى اقتصادى ، رسالة ماجستير، غير منشورة ، قسم التصميم الداخلى والأثاث ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، القاهرة .

٦- رئاسة مجلس الوزراء ، مركز المعلومات ودعم إتخاذ القرار ، تقارير (منشورة) عن تسويق الأثاث من خلال المعارض الدولية ومشاركة الأثاث الدمياطى فيها خلال المدة من (٢٠٠٠/٢٠١٠ م) .

٧- حسن محمد خير الدين (١٩٧٣م) مشكلات التسويق الخارجى لصناعة الأثاث الخشبى ووسائل علاجها ، المجلة العلمية للإقتصاد والتجارة ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس .

٨- رباب لطفى حامد (٢٠١٣م) ، التغلغل الرأسمالى والصناعة التقليدية ، دراسة حالة لصناعة الأثاث فى دمياط ، رسالة دكتوراة ، غير منشورة ، قسم الإجتماع ، كلية الآداب ، جامعة عين شمس

٩- حامد أحمد السيد (٢٠٠٠م) صناعة الأثاث وتسويقها فى مصر ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، ص٤٤ .

١٠- الدراسة الميدانية والمقابلات الشخصية مع أصحاب المعارض وورش التصنيع عام ٢٠١٧م .

١١- الدراسة الميدانية لمعارض وورش تصنيع الأثاث بقرى مدينة دمياط كالشعراء ، العنانية، البصراط ، شط جريبة ، شطا ، شط غيط النصارى وذلك خلال المدة من ٢٠١٧/٦/١٣ إلى ٢٠١٨/٤/١٥م .

١٢- معامل إرتباط خطى (بيرسون) =

$$\frac{\text{ن } \sum س ص - \sum س \sum ص}{\sqrt{[\text{ن } \sum س^2 - (\sum س)^2][\text{ن } \sum ص^2 - (\sum ص)^2]}}$$

ن= عدد القيم (المراكز)
س= متغير النقل
ص= متغير حجم تسويق الأثاث

للمزيد أنظر :- صفوح خير (١٩٩٥ م) :- البحث الجغرافى أساليبه وطرقه ومناهجه ، دار الفكر العربى ، بيروت ، لبنان ، ص ٢٣١ .

١٣- المقابلة الشخصية مع المستهلكين الوافدين لشراء أثاث من ورش التصنيع بقرية الشعراء فى يوم ٢٠١٦/٦/١٣.

معامل الإختلاف للطلب على الأثاث = $100x \frac{\text{الإنحراف المعيارى للطلب على الأثاث}}{\text{متوسط الطلب على الأثاث}}$

للمزيد أنظر :

- صفوح خير (١٩٩٥م) ، مرجع سابق ، ص١٤٩ .
- محمد خميس الزوكة (٢٠٠٠م) الأساليب الكمية والإحصائية فى الجغرافيا الإقتصادية ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ،ص ٩٢.

١٤- العمل الميدانى وزيارة معارض الأثاث فى العاصمة دمياط فى أيام ١٥ من شهر فبراير ، ١٧ من شهر مايو ٢٠١٧ م .

١٥- العمل الميدانى والنتائج النهائية لنموذج الإستبيان ٢٠١٧م .

١٦- عبد الحكيم نجم (١٩٩٠م) ، أثر سلوك المستهلك على سياسات تسويق الأثاث فى جمهورية مصر العربية ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، قسم إدارة الأعمال ، كلية التجارة ، جامعة المنصورة ، ص٦٤ .

١٧- حسن محمد الدين (١٩٧٣م) ، مشكلات التسويق الخارجى لصناعة الأثاث الخشبى ووسائل علاجها ، المجلة العلمية للإقتصاد والتجارة ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس ، ص٢٤٧ .

١٨- معدل الإهلاك لرأس المال = $\frac{\text{قيمة نوع رأس المال}}{\text{العمر الإفتراضى}}$

والعمر الإفتراضى للصناعات يختلف حسب أحجامها فالصناعات الكبيرة (٢٥ عام) ، والصناعات المتوسطة (٣٥ عام) ، والصناعات الصغيرة (٥٠ /٧٥ عام) .

١٩- صافى الدخل = قيمة الإنتاج – إجمالى التكاليف للمزيد إنظر :-

Alfred , B, (2002) :- The Industrial statistics Analytical ,holand, press , New York , p,11. -

٢٠- معامل إرتباط خطى (بيرسون) =

$$\frac{\text{ن مج س ص} - \text{مج س} \times \text{مج ص}}{\sqrt{\text{ن مج (س}^2\text{)} - (\text{مج س})^2} \times \sqrt{\text{ن مج (ص}^2\text{)} - (\text{مج ص})^2}}$$

ن= عدد القيم (المراكز)
س= متغير النقل
ص= متغير حجم تسويق الأثاث
للمزيد أنظر :- صفوح خير (١٩٩٥ م) :-) :- مرجع سابق ، ص ٢٣١ .

٢١- رئاسه مجلس الوزراء ، إدارة مركز المعلومات والإحصاء ، تقارير عن التجارة الخارجيه المتطورة للصادرات والواردات المصرية من السلع والخدمات ، تقرير ١٥ لسنه ٢٠١٧ / ٢٠١٨ م ، ص١٢١ .

٢٢- الجهاز المركزى للتعبئة العامه والإحصاء (٢٠١٧م) ، تقارير عن التجارة الخارجية لمصر ونشاطها حسب السلع والخدمات ، تقرير ٢١ لسنه ٢٠١٧م ، ص٩٦ .

٢٣- الجهاز المركزى للتعبئة العامه والإحصاء ،مصدر سبق ذكره ، ٢٠١٨ ،ص١٠١ .

٢٤- مقابلة شخصية مع أحد تجار الأثاث عام ٢٠١٧ .

أولاً : المصادر والمراجع العربية :

أ- الكتب والمراجع :

(١) حامد أحمد السيد (٢٠٠٠م) صناعة الأثاث وتسويقها فى مصر ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة.

(٢) حسن محمد خير الدين (١٩٧٣م) مشكلات التسويق الخارجى لصناعة الأثاث الخشبى ووسائل علاجها ، المجلة العلمية للإقتصاد والتجارة ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس.

(٣) حمد خميس الزوكة (٢٠٠٠م) الأساليب الكمية والإحصائية فى الجغرافيا الإقتصادية، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية .

(٤) صفوح خير (١٩٩٥ م) :- البحث الجغرافى أساليبه وطرقه ومناهجه ، دار الفكر العربى ، بيروت ، لبنان .

(٥) محمد حمدى عاشور (١٩٩٠) :- تاريخ دمياط ، مطبعة التحرير ، القاهره .

ب- الرسائل العلمية :-

(١) أحمد عبد العزيز الشخص (٢٠٠٥) ، الاستفادة من خطوط إنتاج الأثاث الحديثة فى إنتاج أثاث هيكلى اقتصادى ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، قسم التصميم الداخلى والأثاث ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، القاهرة .

(٢) رباب لطفى حامد (٢٠١٣م) ، التغلغل الرأسمالى والصناعة التقليدية ، دراسة حالة لصناعة الأثاث فى دمياط ، رسالة دكتوراة ، غير منشورة ، قسم الإجتماع ، كلية الآداب ، جامعة عين شمس ، ص ص ١٤٤- ١٤٥ .) سيسيل زكى فؤاد (٢٠١٣) ،صناعة الأثاث الخشبى فى مصر ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، قسم الجغرافيا ، كلية الدراسات الإنسانية ، جامعة الأزهر فرع البنات ، القاهرة .

(٣) عبد الحكيم نجم (١٩٩٠م) ، أثر سلوك المستهلك على سياسات تسويق الأثاث فى جمهورية مصر العربية ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، قسم إدارة الأعمال ، كلية التجارة ، جامعة المنصورة ، ص٦٤ .

(٤) محمد إبراهيم رمضان (١٩٨٥) ، الصناعات الخشبية فى مصر " دراسة فى جغرافية الصناعة " ، رسالة ماجستير ، غير منشورة كلية الآداب ، جامعة الإسكندرية .

(٥) ـــ(١٩٨٩) ، مدينة العاشر من رمضان " دراسة فى جغرافية الصناعة " ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية .

د- المصادر العربية :

١- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء بالقاهرة ، التقارير السنوية لإسهامات

المشـــروعات الصـــناعية للنـــاتج المحلـــى الإجمالى، عام ٢٠١٨م .

٢- الجهـاز المركـزى للتعبئـة العامـة والإحصـاء بالقاهرة ، تقارير وزارة الخارجية عن الصادرات والـواردات المصـرية مـن الأثـاث للمـدة مـن (٢٠٠٠-٢٠١٨ م) .

٣- الغرفـة التجاريـة لمحافظـة دميـاط ، بيانـات (غير منشورة) عن المعارض ، ٢٠١٨م .

٤- رئاسه مجلس الوزراء ، إدارة مركز المعلومات والإحصـاء ، تقـارير عـن التجـارة الخارجيـه المتطـورة للصـادرات والـواردات المصـرية مـن السلع والخدمات ، تقرير ١٥ لسنه ٢٠١٧ / ٢٠١٨م

٥- رئاسة مجلس الوزراء ، مركز المعلومات ودعم إتخـاذ القرار ، تقارير (منشورة) عن تسويق الأثاث من خـلال المعـارض الدولية ومشـاركة الأثـاث الـدمياطى فيهـا خـلال المـدة مـن (٢٠٠٠/٢٠١٠ م) .

٦- مركز المعلومات ودعم إتخاذ القرار ، محافظة دمياط ،إداره الإحصاء بيانات (منشورة)عن كميـة الإنتـاج لصـناعة الأثـاث الخشـبى للمدة مابين عامى (٢٠٠٠/٢٠١٨ م) .

٧- محافظـة دميـاط ، الغرفـة التجاريـة ، تقـارير (غير منشورة) عن حجم المبيعات من الغرف والأثمان لعام ٢٠١٨م .

- **ثانياً المراجع الأجنبية :**

1- Willson.s..(2000).The Marketing of Manufacture Products. 1st Ed . Longman . london. p.107.

2- Edwen.s..(2001) .The furniture Trade In Eroupe . 1st Ed . longman . London . p.91

3- Alfred . B. (2002) :- The Industrial statistics Analytical .holand. press . New York . p.11