

### دراسة اقتصادية لتسويق أهم أصناف الأسماك بمحافظة الدقهلية

أ.د / مصطفى عبد ربه محمد القبلاوي  
رئيس بحوث ورنيس قسم البحوث والدراسات الإقليمية  
معهد بحوث الاقتصاد الزراعي

د / هبة الله على محمود السيد  
أستاذ مساعد الاقتصاد الزراعي  
كلية الزراعة - جامعة المنصورة

#### الملخص والتوصيات:

يعتبر القطاع السمكي أحد القطاعات الإنتاجية الهامة للمقتصد القومي ، حيث بلغت قيمة إنتاجه حوالي 29.8 مليار جنيه ، تمثل نحو 11.6% من إجمالي قيمة الدخل الزراعي والبالغة حوالي 256.9 مليار جنيه ، كما تمثل نحو 22.3% من إجمالي قيمة الإنتاج الحيواني والبالغة حوالي 133.9 مليار جنيه عام 2016. وتتعدد الأصناف السمكية التي يجري إنتاجها على النظام التجاري في مصر (8) ؛ فهي تبلغ أكثر من 50 صنفاً ، ومن أهمها أسماك البلطي والبورى والبياض والقرموط التي تساهم بنحو 80% من إجمالي كمية الإنتاج السمكي في مصر والبالغة حوالي 1.71 مليون طن عام 2016 .

وتتميز محافظة الدقهلية بتعدد مصادر الإنتاج السمكي بين إنتاج المصايد الطبيعية متمثلة في كلا من بحيرة المنزلة والمياه العذبة (نهر النيل) ، والاستزراع السمكي بإنتاج بلغ حوالي 36.5 ألف طن ، يمثل نحو 2.1% من الإنتاج السمكي بالجمهورية خلال عام 2016.

ويعتبر التسويق من أهم العمليات لأي نشاط اقتصادي ، نظرا لما يقوم به الجهاز التسويقي من خدمات ووظائف تسويقية وتحقيق الربح للمنتجين والعاملين في القطاع التسويقي .

وقد استهدف البحث بصفة رئيسية دراسة اقتصاديات تسويق أهم أصناف الأسماك (البلطي والبورى) بمحافظة الدقهلية من حيث وضعها الإنتاجي وأهميته النسبية لإجمالي إنتاج الجمهورية خلال الفترة (1995 - 2016) . كما استهدف البحث أيضا توزيع جنيه المستهلك بين المنتج والوسطاء ، وتقدير بنود التكاليف التسويقية ، والهوامش والكفاءة التسويقية لأهم أصناف الأسماك بمحافظة الدقهلية لموسم إنتاج عام 2018. وكذلك التعرف على أهم المشكلات الإنتاجية والتسويقية التي تواجه منتجي الأسماك في محافظة الدقهلية ، والحلول المقترحة لها ، لتحسين ورفع كفاءة الأداء الإنتاجي والتسويقي للأسماك التي تساعد على تنمية وتطوير الثروة السمكية بالمحافظة .

وقد اعتمدت الدراسة على البيانات الأولية المستمدة من سجلات هيئة تنمية الثروة السمكية بمحافظة الدقهلية ، وسجلات الغرفة التجارية بالمحافظة ، وذلك لخصر كلا من منتجي الأسماك وفقا للأصناف ، وتجار الجملة والتجزئة . حيث تم اختيار منطقة بحيرة المنزلة وفقا للأهمية النسبية لإنتاجها السمكي بالمحافظة ، حيث يمثل إنتاجها نحو 85% من إجمالي إنتاج المحافظة من الأسماك ، كما تم اختيار صنفى سمك البلطي والبورى ، لكونهما أهم أصناف الأسماك ، حيث يمثلان نحو 55% ، 21% على الترتيب من إجمالي الإنتاج السمكي بالمحافظة عام 2017 . حيث تم اختيار 90 من منتجي الأسماك بمنطقة البحيرة بطريقة عشوائية

، يمثلون نحو 10% من إجمالي عدد المنتجين بالمنطقة . كما تم اختيار 60 من تجار الجملة والتجزئة من سوقى مركزي المنصورة والسنبلاوين ، باعتبارهما أكبر أسواق الجملة والتجزئة بالمحافظة ، ليصل حجم عينة الدراسة 150 مبحوث . كما استخدمت الدراسة أسلوبى التحليل الإحصائي الوصفي والكمي كالنسب المئوية ، والمتوسطات ، ومعادلات الاتجاه الزمني العام . كما تم تقدير الهوامش التسويقية وعلاقتها بالتكاليف التسويقية ، وتوزيع جنيبه المستهلك ، وقياس الكفاءة التسويقية ، كما تم استخدام اختبار ( كا2 ) لقياس العلاقة بين بنود المشكلات الإنتاجية والتسويقية التي تواجه إنتاج وتسويق أهم أصناف الأسماك في محافظة الدقهلية والحلول المقترحة لها لموسم إنتاج عام 2018 . وقد تمثلت أهم نتائج الدراسة فيما يلي :

- 1- انخفاض الأهمية النسبية لإنتاج محافظة الدقهلية من الأسماك بالنسبة لإجمالي إنتاج الجمهورية ، من حوالي 14.9% من عام 1998 إلى نحو 2.1% عام 2016 . وهو مما يشير إلى ضعف الاهتمام بموارد الإنتاج السمكي بالمحافظة وتنميتها .
- 2- بلغ إجمالي الإنتاج السمكي في محافظة الدقهلية حوالي 36.5 ألف طن ، يمثل نحو 2.1% من إجمالي الإنتاج السمكي بالجمهورية لعام 2016 .
- 3- ارتفاع تكلفة النقل وعمال البيع لأسماك البلطي والبورى والتي تراوحت ما بين (18% - 22.1%) من إجمالي التكاليف التسويقية لتاجر الجملة وتاجر التجزئة . وقد ترجع ذلك إلى تعدد الوسطاء ، وبعد الأسواق عن مناطق الإنتاج حيث تم تسويق معظم تلك الأسماك في أسواق : العبور ، الإسكندرية .
- 4- بلغت نسبة ما يحصل عليه المنتج من جنيبه المستهلك لأسماك البلطي والبورى محل الدراسة حوالي 70.34% ، 75.23% . في حين بلغت نسبة ما يحصل عليه الوسطاء من جنيبه المستهلك حوالي 29.66% ، 24.77% لتلك الأسماك على الترتيب لموسم إنتاج عام 2018 . مما يدل ذلك على ارتفاع نصيب المنتج من جنيبه المستهلك لأسماك البلطي والبورى يليه تاجر التجزئة ثم تاجر الجملة .
- 5- نصيب تاجر التجزئة من الفروق التسويقية كان أكبر من نظيره لتاجر الجملة . وذلك بسبب ارتفاع أسعار التجزئة لصالح تاجر التجزئة لموسم إنتاج عام 2018 . الأمر الذي يتطلب مواجهة ذلك بهدف زيادة نصيب المنتج ، ومن ثم زيادة دخله .
- 6- بلغ مجموع الفروق التسويقية (الهوامش التسويقية) لتاجر الجملة وتاجر التجزئة من تسويق أسماك البلطي ، والبورى محل الدراسة حوالي 7565 ، 9845 جنيها للطن ، يمثل نحو 28.93% ، 24.62% من أسعار التجزئة لتلك الأسماك على الترتيب لموسم إنتاج عام 2018 . الأمر الذي يشير إلى ارتفاع نسبة الهوامش التسويقية للوسطاء لتلك الأسماك في محافظة الدقهلية .
- 7- قدرت الدراسة الكفاءة التسويقية لأسماك البلطي والبورى محل الدراسة في محافظة الدقهلية بحوالي 64.37% ، 62.91% على الترتيب لموسم إنتاج عام 2018 .

8- وقد أوضحت الدراسة أهم المشكلات الإنتاجية والتسويقية التي تواجه إنتاج وتسويق أهم أصناف الأسماك في المحافظة . وكذا الحلول المقترحة لها لموسم إنتاج عام 2018 . وقد توصلت الدراسة إلى توصيات لتحسين ورفع كفاءة الأداء

- الإنتاجي والتسويقي للأسماك بالمحافظة . حيث يعتبر هذا أمراً ضرورياً لتنمية الإنتاج السمكي بالمحافظة ، وذلك لمواجهة الطلب المتزايد في السوق المحلي . وبناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة فإنها توصي بما يلي :
- 1- ضرورة العمل على رفع الكفاءة التسويقية لأسماك البلطي والبورى في محافظة الدقهلية . وذلك من خلال تحسين وتطوير المسالك التسويقية الحالية لتلك الأسماك أو العمل على خفض الهوامش التسويقية للوسطاء .
  - 2- تكوين اتحادات تعاونية نوعية جديدة لتسويق الأسماك ، وتوفير مستلزمات الإنتاج السمكي . وذلك للحد من الممارسات الاحتكارية في هذا المجال مع العمل على إنشاء مراكز للتجميع .
  - 3- تحسين وتطوير أداء العمليات والخدمات التسويقية لأسماك البلطي والبورى ، مع إضافة بعض المسارات التسويقية مثل : فتح مجالات التصنيع لمنتجاتها . الأمر الذي يترتب عليه الاستقرار النسبي في الأسعار على مدار العام ، مما ينعكس ذلك على تحسين دخل منتجي الأسماك في المحافظة .
  - 4- التوسع في الإقراض في مجال الإنتاج السمكي بفائدة مخفضة ، لتشجيع الاستثمار لهذا المجال الهام
  - 5- إقامة وحدات معالجة لمياه الصرف الزراعي والصحي قبل صبها في بحيرة المنزلة ، ومنع الصرف الصناعي فيها .

#### مقدمة :

يعتبر القطاع السمكي أحد القطاعات الإنتاجية الهامة للمقتصد القومي ، حيث بلغت قيمة إنتاجه حوالي 29.8 مليار جنيه ، تمثل نحو 11.6% من إجمالي قيمة الدخل الزراعي والبالغ حوالي 256.9 مليار جنيه ، كما تمثل نحو 22.3 % من إجمالي قيمة الإنتاج الحيواني والبالغ حوالي 133.9 مليار جنيه عام 2016<sup>(2)</sup> . كما تعتبر الأسماك من أهم مصادر البروتين الحيواني للإنسان واحدي البدائل الرخيصة الثمن التي ساهمت في تخفيف نسبة العجز فيه ، ويرتبط بها العديد من الصناعات ، كما أنها مصدراً لتشغيل العمالة سواء في مجال الإنتاج أو التسويق أو التصنيع . وتتعدد الأصناف السمكية التي يجري إنتاجها على النظام التجاري في مصر<sup>(8)</sup> ؛ فهي تبلغ أكثر من 50 صنفاً ، ومن أهمها أسماك البلطي والبورى والبياض والقرموط التي تساهم بنحو 80 % من إجمالي كمية الإنتاج السمكي في مصر والبالغ حوالي 1.71 مليون طن عام 2016<sup>(13)</sup> .

وتتميز محافظة الدقهلية بتعدد مصادر الإنتاج السمكي بين إنتاج المصايد الطبيعية متمثلة في كلا من بحيرة المنزلة والمياه العذبة (نهر النيل) ، والاستزراع السمكي ممثلاً في كلا من المزارع السمكية والأقفاص العائمة وحقول الأرز بإنتاج بلغ حوالي 36.5 ألف طن ، يمثل نحو 2.1 % من الإنتاج السمكي بالجمهورية خلال عام 2016<sup>(13)</sup> . هذا بالإضافة إلى ما تمتلكه المحافظة من مقومات وتنمية الإنتاج السمكي من مفرخ لإنتاج الزريعة ، ومصنع لإنتاج أعلاف الأسماك بالمنزلة .

ويعتبر التسويق من أهم العمليات لأي نشاط اقتصادي ، نظراً لما يقوم به الجهاز التسويقي من خدمات ووظائف تسويقية وتحقيق الربح للمنتجين والعاملين في القطاع التسويقي .

### مشكلة البحث :

تتمثل مشكلة البحث في أنه بالرغم مما تمتلكه محافظة الدقهلية من العديد من المصائد المائية ، إلا أن هذه الثروة المائية غير مستغلة الاستغلال الكافي في مجال الثروة السمكية، كما تعرضت مصادر الإنتاج السمكي ومقومات تنمية إنتاجها للعديد من التحديات خلال العقدين الأخيرين ، تمثلت في التعدي على بحيرة المنزلة بالتجفيف والجفاف والتلوث ، مما أدى إلى تقلص مساحتها من حوالي 750 ألف فدان إلى نحو 125 ألف فدان<sup>(1)</sup> ، وهو ما انعكس أثره في انخفاض الأهمية النسبية لإنتاج المحافظة من الأسماك بالنسبة لإجمالي إنتاج الجمهورية ، حيث انخفضت من حوالي 14.9% من عام 1998 إلى نحو 2.1% عام 2016<sup>(13)</sup> . مما أدى ذلك إلى الارتفاع النسبي لأسعار الأسماك بالنسبة للمستهلك . بالإضافة إلى ارتفاع الهوامش التسويقية للوسطاء ، هذا فضلا عن الطبيعة البيولوجية للأسماك . الأمر الذي استلزم دراسة تسويق أهم أصناف الأسماك بالمحافظة ، والمشكلات الإنتاجية والتسويقية التي تحد من تنميته .

### أهداف البحث :

يهدف البحث بصفة رئيسية إلى دراسة اقتصاديات تسويق أهم أصناف الأسماك بمحافظة الدقهلية وذلك من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية :

- 1- دراسة تطور الإنتاج السمكي بمحافظة الدقهلية وأهميته النسبية لإنتاج الجمهورية خلال الفترة (1995 – 2016) .
- 2- توزيع جنيه المستهلك بين المنتج والوسطاء ، وتقدير بنود التكاليف التسويقية ، والهوامش والكفاءة التسويقية لأهم أصناف الأسماك بمحافظة الدقهلية لموسم إنتاج عام 2018.
- 3- التعرف على أهم المشكلات الإنتاجية والتسويقية التي تواجه منتجي الأسماك في محافظة الدقهلية ، والحلول المقترحة لها ، لتحسين ورفع كفاءة الأداء الإنتاجي والتسويقي للأسماك التي تساعد على تنمية وتطوير الثروة السمكية بالمحافظة .

### الطريقة البحثية :

اعتمد البحث على أسلوب التحليل الإحصائي الوصفي والكمي كالنسب المئوية ، والمتوسطات ، ومعادلات الاتجاه الزمني العام . كما تم تقدير الهوامش التسويقية وعلاقتها بالتكاليف التسويقية ، وتوزيع جنيه المستهلك ، وقياس الكفاءة التسويقية ، كما تم استخدام اختبار (كا) Chi Square Test لقياس العلاقة بين بنود المشكلات الإنتاجية والتسويقية التي تواجه إنتاج وتسويق أهم أصناف الأسماك في محافظة الدقهلية والحلول المقترحة لها لموسم إنتاج عام 2018 .

### مصادر البيانات :

اعتمد البحث على مصدرين رئيسيين للبيانات : أولهما : البيانات الثانوية المنشورة وغير المنشورة والمستمدة من النشرات الإحصائية السنوية التي تصدرها الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية التابعة لوزارة الزراعة واستصلاح الأراضي ، والجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء خلال الفترة (1995 – 2016). هذا بالإضافة إلى الدوريات والبحوث العلمية المرتبطة بموضوع الدراسة . وثانيهما : البيانات الأولية لعينة دراسة ميدانية . وقد تم تصميم استمارة استبيان لتحقيق أهداف الدراسة تم تجميعها عن طريق المقابلة الشخصية لكل

من منتجي الأسماك بمنطقة بحيرة المنزلة ، وتجار الجملة ، وتجار التجزئة بمركزي المنصورة والسنبلاوين بمحافظة الدقهلية لموسم إنتاج عام 2018 .

#### توصف عينة الدراسة الميدانية :

اعتمدت الدراسة على البيانات الأولية المستمدة من سجلات هيئة تنمية الثروة السمكية بمحافظة الدقهلية لحصر منتجي الأسماك ، ومن سجلات الغرفة التجارية بالمحافظة لحصر تجار الجملة والتجزئة ، كإطار لسحب عينة عشوائية قوامها 150 مبحوث . حيث تم اختيار 90 من منتجي الأسماك بمنطقة بحيرة المنزلة بطريقة عشوائية ، يمثلون نحو 10% من إجمالي عدد المنتجين بالمنطقة . كما تم اختيار 31 تاجر جملة ، 29 تاجر تجزئة من سوقي مركزي المنصورة والسنبلاوين ، باعتبارهما أكبر أسواق الجملة والتجزئة بالمحافظة لعام الدراسة 2018 . ولقد تم اختيار منطقة بحيرة المنزلة وفقا للأهمية النسبية لإنتاجها السمكي بالمحافظة ، حيث بلغ إنتاجها حوالي 53.03 ألف طن ، يمثل نحو 85 % من اجمالي إنتاج المحافظة من الأسماك والبالغ نحو 62.38 ألف طن ، كما تم اختيار صنفى سمك البلطي والبورى ، لكونهما أهم أصناف الأسماك بكميات بلغت حوالي 18.53 ، 4.16 ألف طن ، يمثلان نحو 54% ، 21% من اجمالي إنتاجهما بالمحافظة والبالغ نحو 34.3 ، 19.8 ألف طن على الترتيب عام 2017<sup>(14)</sup> .

#### نتائج البحث ومناقشتها:

**أولا : تطور الإنتاج السمكي بمحافظة الدقهلية وأهميته النسبية لإجمالي إنتاج الجمهورية.**  
يوضح بيانات الجدولين رقمي (1) ، (2) تطور الإنتاج السمكي بمحافظة الدقهلية وأهميته النسبية لإجمالي إنتاج الجمهورية ، ومعادلات الاتجاه الزمني العام لهما خلال الفترة (1995- 2016) . وسيتم استعراضها على النحو التالي :  
تشير بيانات الجدول رقم (1) إلى تطور الإنتاج السمكي بمحافظة الدقهلية وأهميته النسبية لإنتاج الجمهورية خلال الفترة (1995- 2016) ، حيث تبين إن إنتاج المحافظة من الأسماك قد اتسم بعدم الاستقرار خلال فترة الدراسة حيث تراوح بين حد أدنى عام 2007 بإنتاج بلغ نحو 32.7 ألف طن ، يمثل نحو 3.24% من إجمالي إنتاج الجمهورية و البالغ حوالي 1008 ألف طن لنفس العام ، و بين حد أقصى عام 1998 بإنتاج بلغ حوالي 81.5 ألف طن ، تمثل حوالي 14.88 % من إنتاج الجمهورية والبالغ نحو 547.7 ألف طن لنفس العام ، وذلك بمتوسط لفترة الدراسة بإنتاج بلغ حوالي 59.4 ألف طن ، تمثل 6.0% من متوسط إنتاج الجمهورية والبالغ نحو 989.6 ألف طن خلال نفس الفترة .  
وتشير المعادلة رقم (1) بالجدول رقم (2) إلى وجود اتجاهها عاما متزايدا ومعنويا إحصائيا عند المستوى الإحتمالي 0.01. بمقدار زيادة سنوي بلغ نحو 58.5 ألف طن ، يمثل حوالي 5.9% من المتوسط السنوي لاجمالي إنتاج الجمهورية من الأسماك والبالغ نحو 989.6 ألف طن خلال الفترة (1995 – 2016) . وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.98 بما يعني أن 98% من التغيرات في إجمالي إنتاج الجمهورية من الأسماك ترجع إلى عوامل يعكس أثرها الزمن ، وأن 2% من تلك التغيرات ترجع إلى عوامل أخرى . كما تشير المعادلة رقم (2) بالجدول رقم (2) إلى وجود اتجاهها عاما متناقصا ومعنويا إحصائيا عند المستوى الإحتمالي 0.05. بمقدار تناقص سنوي بلغ نحو 0.940 ألف طن ، يمثل نحو 1.58% من المتوسط السنوي لاجمالي إنتاج محافظة الدقهلية من الأسماك والبالغة نحو

59.4 ألف طن خلال نفس الفترة . وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.18 بما يعني أن 18% من التغيرات في إجمالي إنتاج الجمهورية من الأسماك ترجع إلى عوامل يعكس أثرها الزمن ، وأن 82% من تلك التغيرات ترجع إلى عوامل أخرى .

جدول رقم (1) : تطور اجمالي الإنتاج السمكي بمحافظة الدقهلية وأهميته النسبية لإجمالي إنتاج الجمهورية خلال الفترة (1995 – 2016) .

السنة	الإنتاج السمكي بالجمهورية (بالآلف طن)	الإنتاج السمكي بالدقهلية (بالآلف طن)	% من اجمالي الجمهورية
1995	400.4	58.8	14.69
1996	433.4	58.7	13.54
1997	459.1	64.5	14.05
1998	547.7	81.5	14.88
1999	649.9	69.4	10.68
2000	737.9	80.1	10.86
2001	774.7	71.3	9.20
2002	800.2	63.8	7.97
2003	876.0	72.2	8.24
2004	863.5	68.7	7.96
2005	889.5	44.6	5.01
2006	970.0	45.6	4.70
2007	1008.0	32.7	3.24
2008	1067.5	46.9	4.39
2009	1092.9	45.1	4.13
2010	1304.8	59.6	4.57
2011	1362.2	60.0	4.40
2012	1372.0	59.8	4.36
2013	1454.4	79.8	5.49
2014	1482.0	57.3	3.87
2015	1518.9	49.2	3.24
2016	1706.2	36.5	2.14
المتوسط	989.6	59.4	6.00

المصدر : جمعت وحسبت من : وزارة الزراعة واستصلاح الاراضى ، الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية ، إحصاءات الإنتاج السمكي ، أعداد متفرقة .

ومما تقدم يتضح انخفاض الأهمية النسبية لإنتاج محافظة الدقهلية من الأسماك بالنسبة لإنتاج الجمهورية. مما يدل على ضعف الاهتمام بموارد الإنتاج السمكي بالمحافظة وتنميتها خلال نفس الفترة.

**ثانياً : التسويق الداخلي لأهم أصناف الأسماك بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة الدقهلية :**

يبدأ تسويق الأسماك من الناحية الفيزيائية من مراحل عملية توصيل الأسماك من المنتج أو الصياد للمستهلك النهائي في الشكل والمكان والوقت الملائم بهدف إشباع رغباته وحاجاته . وقد يكون المسلك التسويقي للأسماك مباشر من الصياد إلى المستهلك أي بدون وسطاء ، ويتم إتباعه للهروب من جشع التجار ، والتحايل على الصيد المخالف ، والبيع على الشاطئ خوفاً من تلف الأسماك ، والحصول على ربح أكبر ، ويمتاز هذا المسلك باحتفاظ

الأسماء طازجة وانخفاض سعرها . وقد يكون المسلك التسويقي للأسماك غير مباشر أي من المنتج إلى المستهلك عبر العديد من الوسطاء ، وذلك من خلال أسواق الجملة أو التجزئة . ويعتبر هذا المسلك التسويقي أفضل من نظيره المباشر ، وذلك للقيام ببعض العمليات التسويقية التي من شأنها إدخال منافع تسويقية للسمك مثل التخزين ، وقد يتم تسليم الإنتاج لبعض الجمعيات التعاونية لتوزيعها على منافذ التسويق (12) .

جدول رقم (2) : معادلات الاتجاه الزمني العام لتطور الإنتاج السمكي بالجمهورية ومحافظة الدقهلية خلال الفترة (1995 - 2016).

(الكمية : ألف طن)

م	البيان	معادلة الاتجاه الزمني العام	المتوسط السنوي بالألف طن	معامل التحديد (ر <sup>2</sup> )	قيمة (ف) المحسوبة	معدل التغير السنوي %
1	إنتاج الجمهورية من الأسماك	$ص^8 هـ = 317.0 + 58.5 ص هـ$ $(32.38)**$	989.6	0.98	**1049	5.9
2	إنتاج الدقهلية من الأسماك	$ص^8 هـ = 69.8 - 0.940 ص هـ$ $(2.12)*$	59.4	0.18	*4.5	1.58

حيث : ص<sup>8</sup> هـ = القيمة التقديرية للمتغير في السنة هـ ، ص هـ = متغير الزمن ، هـ = 1 ، 2 ، 3 ، ..... 22  
( ) القيم التي بين الأقواس تشير إلى قيمة ( ت ) المحسوبة (\*) معنوي عند 0.05 (\*\*\*) معنوي عند 0.01  
المصدر: جمعت وحسبت من البيانات الواردة بالجدول رقم (1) .

### (1) الأهمية النسبية لبنود التكاليف العمليات التسويقية لأهم أصناف الأسماك بعينة الدراسة :

بدراسة الأهمية النسبية لبنود تكاليف العمليات التسويقية التي تجرى على الأسماك البلطي واليوري محل الدراسة على مستوى كلا من : تاجر الجملة وتاجر التجزئة بعينة الدراسة لموسم إنتاج 2018. كما هو موضح بالجدول رقم (3) ، وسيتم استعراضها على النحو التالي :

#### (أ) التكاليف التسويقية لتاجر الجملة لأسماك البلطي واليوري بعينة الدراسة بمحافظة الدقهلية :

##### 1- أسماك البلطي :

احتلت تكاليف النقل المرتبة الأولى بنسبة بلغت نحو 22.1% ، بينما احتلت تكلفة عمالة التحميل المرتبة الثانية بنسبة بلغت نحو 15.6% ، في حين احتلت تكلفة العبوات (الجنبات البلاستيكية) المرتبة الثالثة بنسبة بلغت نحو 14.2% ، أما تكلفة إيجار محلات الجملة فقد احتلت المرتبة الرابعة بنسبة بلغت حوالي 12.3% ، بينما احتلت تكاليف عمال التفريغ المرتبة الخامسة بنسبة بلغت حوالي 11.7% ، في حين احتلت العمولة والسامسة المرتبة السادسة بنسبة بلغت نحو 11.3% ، بينما احتلت المصاريف الإدارية والضرائب المرتبة السابعة بنسبة بلغت حوالي 7.8% . وأخيرا احتلت رسوم دخول سوق الجملة المرتبة الثامنة بنسبة بلغت نحو 5.1% من اجمالي التكاليف التسويقية لتاجر الجملة لأسماك البلطي بعينة الدراسة بمحافظة الدقهلية والبالغة حوالي 781 جنيه / طن لموسم إنتاج عام 2018 .

## 2- أسماك البوري :

احتلت تكاليف النقل المرتبة الأولى بنسبة بلغت نحو 20.7% ، بينما احتلت تكلفة إيجار محلات الجملة المرتبة الثانية بنسبة بلغت حوالي 16.9% ، في حين احتلت تكلفة عمالة التحميل المرتبة الثالثة بنسبة بلغت نحو 15.1% ، أما تكلفة العبوات فقد احتلت المرتبة الرابعة بنسبة بلغت حوالي 14.1% ، بينما احتلت العمولة والسماسة لسوق الجملة المرتبة الخامسة بنسبة بلغت نحو 10.9% ، في حين احتلت تكاليف عمال التفريغ المرتبة السادسة بنسبة بلغت حوالي 9.1% ، بينما احتلت المصاريف الإدارية والضرائب المرتبة السابعة بنسبة بلغت حوالي 8% . وأخيرا احتلت رسوم دخول سوق الجملة المرتبة الثامنة بنسبة بلغت بنحو 5.2% من اجمالي التكاليف التسويقية لتاجر الجملة لأسماك البوري بعينة الدراسة بمحافظة الدقهلية والبالغة نحو 895 جنيه / طن لموسم إنتاج عام 2018 .

جدول رقم (3) : الأهمية النسبية لبنود التكاليف التسويقية لأهم الأصناف السمكية (البطي والبوري) بعينة الدراسة بمحافظة الدقهلية لموسم إنتاج عام 2018 .

أسماك البوري		أسماك البلطي		بنود التكاليف التسويقية (جنيه/طن)
%	القيمة	%	القيمة	
				التكاليف التسويقية لتاجر الجملة
14.1	126.3	14.2	110.5	تكلفة العبوات
15.1	135.2	15.6	121.5	تكلفة عمال التحميل
5.2	46.7	5.1	39.6	رسوم دخول سوق الجملة
16.9	151.4	12.3	95.9	إيجار محلات الجملة
10.9	97.3	11.3	88.4	عمولة وسماسة
9.1	81.2	11.7	91.6	تكاليف عمال التفريغ لسوق الجملة
20.7	185.3	22.1	172.4	تكاليف النقل
8.0	71.6	7.8	60.8	مصاريف إدارية وضرائب
100.0	895.0	100.0	781.0	إجمالي تكاليف تاجر الجملة
				التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة
19.9	136.4	18.2	139.6	تكلفة النقل
4.8	33.2	4.0	30.6	تكلفة العبوات
14.0	96.1	13.9	106.5	تكلفة عمال تحميل
7.6	52.2	7.9	60.1	تكلفة الثلج
18.0	123.4	20.7	158.1	إيجار محلات التجزئة
15.5	106.5	15.9	122.0	مصاريف إدارية وضرائب
20.3	139.2	19.4	148.1	تكلفة عمال للبيع
100.0	687.0	100.0	765.0	إجمالي تكاليف تاجر التجزئة
-	1582	-	1546	اجمالي التكاليف التسويقية

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارات الاستبيان الخاصة بعينة الدراسة لموسم إنتاج 2018 .



(ب) التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة لأسماك البلطي والبوري بعينة الدراسة بمحافظة الدقهلية :

#### 1- أسماك البلطي :

احتلت تكاليف إيجار محلات التجزئة المرتبة الأولى بنسبة بلغت نحو 20.7% ، بينما احتلت تكلفة عمال البيع المرتبة الثانية بنسبة بلغت نحو 19.4% ، أما تكلفة النقل فقد احتلت المرتبة الثالثة بنسبة بلغت نحو 18.2% ، بينما المصاريف الإدارية والضرائب احتلت المرتبة الرابعة بنسبة بلغت حوالي 15.9% ، في حين احتلت تكاليف عمال التحميل لسوق التجزئة المرتبة الخامسة بنسبة بلغت حوالي 13.9% ، بينما احتلت تكلفة الثلج المرتبة السادسة بنسبة بلغت نحو 7.9% ، وأخيرا احتلت تكلفة العبوات المرتبة الثامنة بنسبة بلغت نحو 4% من اجمالي التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة لأسماك البلطي بالعينة الميدانية بمحافظة الدقهلية والبالغة نحو 765 جنيهه / طن لموسم إنتاج 2018 .

#### 2- أسماك البوري :

احتلت تكاليف عمال البيع المرتبة الأولى بنسبة بلغت نحو 20.3% ، بينما احتلت تكلفة النقل المرتبة الثانية بنسبة بلغت نحو 19.9% ، في حين احتلت تكلفة إيجار محلات التجزئة المرتبة الثالثة بنسبة بلغت نحو 18% ، أما المصاريف الإدارية والضرائب فقد احتلت المرتبة الرابعة بنسبة بلغت حوالي 15.5% ، بينما احتلت تكاليف عمال التحميل لسوق التجزئة المرتبة الخامسة بنسبة بلغت حوالي 14% ، في حين احتلت تكلفة الثلج المرتبة السادسة بنسبة بلغت نحو 7.6% . وأخيرا احتلت تكلفة العبوات المرتبة الثامنة والأخيرة بنسبة بلغت نحو 4.8% من اجمالي التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة لأسماك البوري بالعينة الميدانية بمحافظة الدقهلية والبالغة حوالي 687 جنيهه / طن خلال موسم إنتاج 2018 .

وتجدر الإشارة إلى أن : ارتفاع تكلفة النقل وعمال البيع لأسماك البلطي والبوري والتي تراوحت ما بين (18% - 22.1%) من اجمالي التكاليف التسويقية لتاجر الجملة والتجزئة ، قد ترجع إلى تعدد الوسطاء ، وبعد الأسواق عن مناطق الإنتاج . حيث تم تسويق معظمها في سوقي العبور ، الإسكندرية .

ثالثا : الأسعار والهوامش التسويقية وعلاقتها بالتكاليف التسويقية لأهم أصناف الأسماك بعينة الدراسة بمحافظة الدقهلية :

#### (أ) أسعار أسماك البلطي والبوري :

تعتبر الأسعار الأداة أو الآلية التي يتوزع بمقتضاها الدخل بين المنتجين وبين مختلف عوامل الإنتاج. في حين تعتبر الهوامش التسويقية والعوامل المؤثرة عليها مؤشرا هاما لفهم المشاكل التسويقية من ناحية ، والحكم على كفاءة العمليات المختلفة في المسلك التسويقي لسلعة معينة من ناحية أخرى<sup>(11)</sup> .

وبدراسة أسعار كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة لأهم الأصناف السمكية البلطي والبوري محل الدراسة والتي أمكن منها تقدير الفروق التسويقية للمراحل المختلفة وفقا لما هو موضح أيضا بالجدول رقم (4) . اتضح أن متوسط أسعار كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة لأسماك البلطي بعينة الدراسة الميدانية بلغت حوالي 18580 ، 20965 ، 26145 جنيها للطن على الترتيب . في حين بلغ متوسط أسعار كل من المنتج

وتاجر الجملة وتاجر التجزئة لأسماك البوري بلغت حوالي 30140 ، 32570 ، 39985 جنيها للطن على الترتيب لموسم إنتاج 2018 .

#### (ب) تقدير الفروق التسويقية المطلقة لأسماك البلطي والبوري .

بتقدير الفروق التسويقية المطلقة لأسماك البلطي والبوري تبين أن : نصيب تاجر الجملة قد بلغ نحو 2385 ، 2430 جنية/ طن ، بنسب بلغت نحو 11.38 % ، 7.46 % ، من أسعار التجزئة لتلك الأسماك على الترتيب . أما نصيب تاجر التجزئة فقد بلغ نحو 5180 ، 7415 جنية / طن ، بنسب بلغت نحو 19.81 % ، 18.54 % من أسعار التجزئة لتلك الأسماك بنفس الترتيب لموسم 2018 .

ومما سبق يتبين أن : نصيب تاجر التجزئة من الفروق التسويقية كان أكبر من نظيره لتاجر الجملة . وذلك بسبب ارتفاع أسعار التجزئة لصالح تاجر التجزئة . الأمر الذي يتطلب مواجهة ذلك بهدف زيادة نصيب المنتج ، ومن ثم زيادة دخله .

#### جدول رقم (4) : الهوامش التسويقية لأسماك البلطي والبوري بعينة الدراسة لموسم إنتاج عام 2018.

البيان	متوسط الأسعار الجارية						الهوامش التسويقية		
	سعر المنتج (المزرعي) جنية/طن	سعر الجملة جنية/طن	سعر التجزئة (المستهلك) جنية/طن	منتج - جملة		جملة - تجزئة		منتج - تجزئة	
				الفرق المطلق	% من سعر المنتج	الفرق المطلق	% من سعر الجملة	الفرق المطلق	% من سعر المنتج
البلطي	18580	20965	26145	2385	11.38	5180	19.81	7565	28.93
البوري	30140	32570	39985	2430	7.46	7415	18.54	9845	24.62

المصدر: جمعت وحسبت من : استمارات الاستبيان الخاصة بعينة الدراسة عام 2018.

#### (ج) الهوامش التسويقية لأهم أصناف الأسماك وعلاقتها بالتكاليف التسويقية بعينة الدراسة:

بدراسة الهوامش التسويقية وعلاقتها بالتكاليف التسويقية لأسماك البلطي ، والبوري محل الدراسة لموسم إنتاج 2018 ، كما هو موضح بالجدول رقم (4) . تبين أن مجموع الفروق التسويقية (الهوامش التسويقية) لتاجر الجملة وتاجر التجزئة من تسويق أسماك البلطي ، والبوري محل الدراسة بلغت حوالي 7565 ، 9845 جنيها للطن ، تمثل نحو 28.93 % ، 24.62 % من أسعار التجزئة لتلك الأسماك على الترتيب لموسم إنتاج 2018 . الأمر الذي يشير إلى ارتفاع نسبة الهوامش التسويقية للوسطاء لتلك الأسماك في محافظة الدقهلية . لذا يجب العمل على تطوير النظام التسويقي بتقليل عدد المسالك التسويقية التي تسلكها تلك الأسماك من المزرعة إلى المستهلك ، وتحسين الخدمات التسويقية المختلفة لها . بغية خفض نسبة الهوامش التسويقية من ناحية ، وارتفاع دخول المنتجين من ناحية أخرى .

#### رابعا : توزيع جنية المستهلك على المنتج والوسطاء لأهم أصناف الأسماك بمحافظة الدقهلية :

يقصد بتوزيع جنية المستهلك توزيع ما قيمته جنيها واحدا من سعر المستهلك النهائي الذي يدفعه ذلك المستهلك وكيفية توزيعه على المنتج أو المزارع ، وتاجر الجملة ، وتاجر التجزئة ، والوظائف التسويقية ، ونصيب كل منهما من هذا الجنيه .

وباستعراض بيانات الجدول رقم (5) تبين أن : نسبة ما يحصل عليه المنتج من جنية المستهلك لأسماك البلطي والبوري بلغت حوالي 70.34 % ، 75.23 % على الترتيب .

مما يدل ذلك على ارتفاع نصيب منتجي هذه الأسماك من سعر المستهلك ، وبالتالي ارتفاع دخولهم . في حين بلغت نسبة ما يحصل عليه الوسطاء من جنيه المستهلك حوالي 29.66 % ، 24.77 % لتلك الأسماك على الترتيب لموسم إنتاج عام 2018. مما يدل ذلك على انخفاض عدد الوسطاء إلى حد ما بين المنتجين والمستهلكين . الأمر الذي قد أدى إلى خفض المصروفات التسويقية لتلك الأسماك .

ومما سبق تبين : ارتفاع نصيب المنتج من جنيه المستهلك عند بيع أسماك البلطي والبورى في سوق التجزئة ، في حين يحصل تاجر الجملة على نصيب أقل ويتكلف المستهلك الهوامش التسويقية بين المنتج وسوق التجزئة ممثلة في النقل والإعداد للتسويق .

**جدول رقم (5) : توزيع جنيه المستهلك لأسماك البلطي والبورى بعينة الدراسة لموسم إنتاج عام 2018**

توزيع جنيه المستهلك %	أسماك البلطي	أسماك البورى
	% من سعر التجزئة	% من سعر التجزئة
نصيب المنتج	70.34	75.23
نصيب تاجر الجملة	9.37	5.72
نصيب تاجر التجزئة	20.29	19.05
جملة نصيب الوسطاء	29.66	24.77
الاجمالي	100	100

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات الجدول رقم (4) .

#### **خامسا : الكفاءة التسويقية لأهم أصناف الأسماك لعينة الدراسة بمحافظة الدقهلية :**

يقصد بالكفاءة التسويقية بأنها معظمة النسبة بين كل من ناتج النشاط التسويقي والذي يتمثل في إشباع رغبات المستهلك من السلع والخدمات وإجمالي عناصر الإنتاج المستخدمة في العمليات التسويقية . ويمكن تعظيمها عندما تتحرك السلع من المنتجين إلى المستهلكين بأقل تكلفة ممكنة تتناسب مع الخدمات التي يرغبها كل من المنتج والمستهلك (12) .

وتقسم الكفاءة التسويقية لنوعان ، الأول الكفاءة التسويقية التكنولوجية ويقصد بها كفاءة أداء مختلف العمليات التسويقية من تعبئة ونقل وتخزين وخلافه ، والنوع الثاني هو الكفاءة التسويقية السعرية وهي تهتم بتحسين عمليات الشراء والبيع والنواحي السعرية خلال العملية التسويقية . كما يمكن بواسطتها الحكم على مدى كفاءة النظام التسويقي لأي ناتج زراعي . وقد تم قياسها باستخدام المعادلة الآتية :

التكاليف التسويقية

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - \left( 100 \times \frac{\text{التكاليف التسويقية} + \text{التكاليف الإنتاجية}}{\text{التكاليف التسويقية}} \right)$$

ويتقدير الكفاءة التسويقية لأسماك البلطي والبورى محل الدراسة لموسم إنتاج عام 2018 ، كما هو موضح بالجدول رقم (6) . تبين أن أسماك البورى قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة بلغت نحو 64.37 % . ويرجع ذلك إلى ارتفاع سعر المنتج وانخفاض سعر المستهلك ، بينما احتلت أسماك البلطي المرتبة الثانية بنسبة بلغت نحو 62.91 % ، وقد يرجع ذلك إلى ارتفاع سعر المستهلك وانخفاض سعر المنتج .

وتشير تلك التقديرات إلى أن : التكاليف الإنتاجية لأسماك البلطي والبورى محل الدراسة تفوق نظيرتها التسويقية . الأمر الذي يدل على ارتفاع كفاءتها التسويقية . وهذا يعنى أن الفروق التسويقية التي يحصل عليها الوسطاء خلال المراحل التسويقية لا تتناسب مع الخدمات التسويقية المقدمة .

لذا توصى الدراسة بضرورة العمل على رفع الكفاءة التسويقية لأسماك البلطي والبورى في محافظة الدقهلية . وذلك من خلال تحسين وتطوير المسالك التسويقية الحالية لتلك الأسماك أو العمل على خفض الهوامش التسويقية للوسطاء من خلال تشديد دور الأجهزة الرقابية على الأسعار علاوة على زيادة المؤسسات التعاونية متمثلة في التسويق التعاوني ، وتقليل بعض الخدمات التسويقية غير الضرورية خلال المسالك التسويقية التي تسلكها تلك الأسماك من المنتجين إلى المستهلكين .

**جدول (6) : تقدير الكفاءة التسويقية لأهم أصناف الأسماك بعينة الدراسة بمحافظة الدقهلية عام 2018 .**

البيان الصنف	التكاليف الإنتاجية جنيه/ طن	التكاليف التسويقية جنيه/ طن	اجمالي التكاليف الإنتاجية والتكاليف التسويقية	% الكفاءة التسويقية
أسماك البلطي	12832	7565	20397	62.91
أسماك البورى	17786	9845	27631	64.37

المصدر: جمعت وحسبت من: استمارات الاستبيان الخاصة بعينة الدراسة عام 2018، ومن الجدولين (4،3).

**سادسا : مشاكل إنتاج وتسويق الأسماك بعينة الدراسة بمحافظة الدقهلية والحلول المقترحة لها :**

يهدف هذا الجزء إلى التعرف على أهم المشاكل الإنتاجية والتسويقية التي تواجه منتجي الأسماك بمحافظة الدقهلية والحلول المقترحة لها ، وذلك وفقا لأراء كلا من : المبحوثين بعينة الدراسة الميدانية ، وأيضا وفقا لأراء المسؤولين بالهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية بالمحافظة ، وذلك لموسم إنتاج عام 2018. والتي سيتم تناولها على النحو التالي :

**(أ) أهم المشكلات الإنتاجية :**

بدراسة المشكلات الإنتاجية تبين أنها تنحصر في خمسة مشكلات رئيسية ، كما هو موضح بالجدول رقم (7) ، بينما توضح بيانات الجدول رقم (8) نتائج اختبار مربع كاي (2) والتي تشير إلى وجود علاقة معنوية إحصائية عند مستوى 0.01 بين بنود المشكلات الإنتاجية بعينة لموسم إنتاج 2018. والتي تم ترتيبها وفقا لأهميتها النسبية . والتي سيتم تناولها كما يلي :

احتلت مشكلة عدم توافر أعلاف الأسماك ذات النوعية والجودة العالية مع ارتفاع أسعارها المرتبة الأولى ، حيث تمثل نحو 43.4% من إجمالي الأراء بعينة الدراسة . بينما احتلت مشكلة ارتفاع أجور العمالة المدربة في مجال الإنتاج السمكي مع وضعف إنتاجيته المرتبة الثانية ، حيث تمثل حوالي 27.7% . في حين احتلت مشكلة ارتفاع نسبة الفاقد أثناء نقل الزريعة والإنتاج السمكي المرتبة الثالثة ، حيث تمثل نحو 17% ، بينما احتلت مشكلة عدم توافر الزريعة بالحيوية في الميعاد المناسب لإنتاج الأسماك المرتبة الرابعة، حيث تمثل نحو 6.4% . أما مشكلة ارتفاع أسعار الأدوية البيطرية وانخفاض كفاءة الخدمات والرعاية البيطرية وعدم توافر تمويل الإنتاج بالأجل ، وارتفاع سعر الفائدة فقد احتلت المرتبة الخامسة ، حيث تمثل نحو 5.5% فقط من إجمالي الأراء بعينة الدراسة .

جدول رقم (7): الأهمية النسبية للمشاكل الإنتاجية والتسويقية لمنتجات أهم أصناف الأسماك محل الدراسة وفقاً لنتائج عينة الدراسة بمحافظة الدقهلية خلال موسم إنتاج 2018 .

المشاكل الإنتاجية والتسويقية		
المتكرار	%	
أولاً : المشاكل الإنتاجية :		
102	43.4	- عدم توافر أعلاف الأسماك ذات النوعية والجودة العالية مع ارتفاع أسعارها .
75	27.7	- ارتفاع أجور العمالة المدربة في مجال الإنتاج السمكي مع ضعف إنتاجيته .
49	17.0	- ارتفاع نسبة الفاقد أثناء نقل الزريعة والإنتاج السمكي .
23	6.4	- عدم توافر الزريعة بالحيوية في الميعاد المناسب لإنتاج الأسماك .
17	5.5	- ارتفاع أسعار الأدوية البيطرية وانخفاض كفاءة الخدمات والرعاية البيطرية ، وعدم توافر تمويل الإنتاج بالأجل ، وارتفاع سعر الفائدة .
الجملة		
100		
ثانياً : المشاكل التسويقية :		
21	8.9	- ارتفاع إيجار المحلات وضعف القدرات المالية لدى معظم تجار التجزئة .
10	4.7	- عدم وجود تسويق تعاوني للأسماك .
16	6.8	- عدم توافر طرق الحفظ الحديثة للأسماك ، وارتفاع تكلفتها .
13	5.1	- انخفاض سعر البيع للأسماك لعدم وجود جهاز متخصص في التسويق .
56	23.8	- عدم توافر وسائل النقل وارتفاع تكلفتها
19	8.1	- عدم معرفة التغييرات السعرية اليومية
67	29.4	- تحكم واستغلال كبار التجار في تسويق الأسماك لعدم وجود رقابة عليهم .
33	13.2	- إغراق الأسواق المحلية بالأسماك المستوردة .
الجملة		
100		

المصدر: جمعت وحسبت من : استمارات الاستبيان الخاصة بعينة الدراسة عام 2018.

جدول رقم (8) : نتائج اختبار مربع كاي (كا2) لأهم المشاكل الإنتاجية والتسويقية لأهم أصناف الأسماك والحلول المقترحة لها بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة الدقهلية عام 2018 .

المشاكل والحلول	البيان	درجات الحرية	قيمة المحسوبة كا2	قيمة كا2 الجدولية	المعنوية
المشاكل الإنتاجية لأهم أصناف الأسماك	4	450.8	13.3	معنوي	
المشاكل التسويقية لأهم أصناف الأسماك	7	149.8	18.5	معنوي	
الحلول المقترحة للمشاكل الإنتاجية	3	231.1	11.3	معنوي	
الحلول المقترحة للمشاكل التسويقية	8	147.0	20.1	معنوي	

المصدر: جمعت وحسبت من : استمارات الاستبيان الخاصة بعينة الدراسة عام 2018.

#### (ب) أهم المشاكل التسويقية :

بدراسة المشاكل التسويقية تبين أنها تنحصر في ثمانية مشكلات رئيسية ، كما هو مبين بالجدول رقم (7) . بينما توضح بيانات الجدول رقم (8) نتائج اختبار مربع كاي (كا2) والتي تشير إلى وجود علاقة معنوية إحصائية عند مستوى 0.01 بين بنود المشاكل التسويقية والتي تم ترتيبها وفقاً لأهميتها النسبية . وذلك على النحو التالي :

احتلت مشكلة تحكم واستغلال كبار التجار في تسويق الأسماك لعدم وجود رقابة عليهم المرتبة الأولى ، حيث تمثل حوالي 29.4% من إجمالي الآراء بعينة الدراسة . بينما احتلت مشكلة عدم توافر وسائل النقل وارتفاع تكلفتها المرتبة الثانية ، حيث تمثل حوالي 23.8% . بينما احتلت مشكلة إغراق الأسواق المحلية بالأسماك المستوردة المرتبة الثالثة ، حيث تمثل حوالي 13.2% . أما مشكلة ارتفاع إيجار المحلات وضعف القدرات المالية لدى

بعض تجار التجزئة فقد احتلت المرتبة الرابعة ، حيث تمثل حوالي 8.9% . في حين احتلت مشكلة عدم معرفة التغييرات السعرية اليومية وإغراق الأسواق المحلية بالأسماك المستوردة المرتبة الخامسة ، حيث تمثل حوالي 8.1% . أما مشكلة عدم توافر طرق الحفظ الحديثة للأسماك وارتفاع تكلفتها فقد احتلت المرتبة السادسة ، حيث تمثل حوالي 6.8% . أما مشكلة انخفاض سعر البيع للأسماك لعدم وجود جهاز متخصص في التسويق قد احتلت المرتبة السابعة ، حيث تمثل حوالي 5.1% . أما مشكلة عدم وجود تسويق تعاوني للأسماك قد احتلت المرتبة الثامنة (الأخيرة) ، حيث تمثل حوالي 4.7% من إجمالي الآراء بعينة الدراسة لموسم إنتاج عام 2018 .

### (ج) الحلول المقترحة للمشكلات الإنتاجية والتسويقية :

توضح بيانات الجدول رقم (8) نتائج اختبار مربع كاي (2كا) والتي تشير إلى وجود علاقة معنوية إحصائية عند مستوى 0.01 بين بنود المقترحات الإنتاجية ، وأيضاً بين بنود المقترحات التسويقية والتي تم ترتيبها وفقاً لأهميتها النسبية . بينما تشير نتائج الجدول رقم (9) إلى وجود العديد من المقترحات لتحسين ورفع كفاءة إنتاج وتسويق الأسماك بمحافظة الدقهلية . والتي سيتم تناولها على النحو التالي :

#### (1) المقترحات الإنتاجية :

احتل توفير ودعم مستلزمات الإنتاج السمكي المرتبة الأولى ، حيث يمثل نحو 62.1% من إجمالي الآراء بعينة الدراسة . بينما احتل مكافحة التلوث بأنواعه المختلفة (الصحي ، الصناعي ، الزراعي) . لمرتبة الثانية ، حيث يمثل حوالي 21.7% . في حين احتل توعية العمالة السمكية المصرية بأساليب الصيد الحديثة وأوقات الصيد المناسبة من خلال عمل دورات تدريبية المرتبة الثالثة ، حيث يمثل حوالي 9.8% . وأخيراً احتل الاهتمام بالدراسات والبحوث السمكية التي تسعى لزيادة الإنتاج السمكي المرتبة الرابعة ، حيث يمثل نحو 6.4% من إجمالي الآراء بعينة الدراسة لموسم إنتاج عام 2018 .

#### (2) المقترحات التسويقية :

احتل العمل على خلق أسواق مجتمعة لتجار التجزئة ، وإقامة مراكز لتجميع وتعبئة وتصنيع وتغليف الأسماك بمناطق الإنتاج المرتبة الأولى ، حيث يمثل حوالي 31.1% من إجمالي الآراء بعينة الدراسة . بينما احتل العمل على توفير على وسائل النقل المجهزة وتمهيد ورصف الطرق لسهولة نقل الأسماك وتقليل نسبة الفاقد أثناء التسويق المرتبة الثانية ، حيث يمثل حوالي 27.2% . أما زيادة حجم الاستثمارات الحكومية الموجهة لهذا القطاع للعمل على رفع كفاءته قد احتل المرتبة الثالثة ، حيث يمثل حوالي 9.8% . أما تسهيل قروض ميسرة وبفائدة بسيطة وبخاصة لصغار تجار التجزئة فقد احتل المرتبة الرابعة ، حيث يمثل حوالي 8.9% . في حين احتل العمل على توافر المعلومات التسويقية اليومية للقائمين على تسويق الأسماك ، مما يساعد على تحقيق السعر المناسب المرتبة الخامسة ، حيث يمثل حوالي 8.1% . أما العمل على الحد من استغلال التجار واحتكارهم في تسويق الأسماك من خلال إنشاء منافذ بيع تابعة للمحافظة وهيئة الثروة السمكية ، وإنشاء جهاز تسويق تعاوني في مجال الأسماك فقد احتل المرتبة السادسة ، حيث يمثل حوالي 5.5% . بينما احتل ضرورة خضوع منتجي ومسوقي الأسماك بالمحافظة لمظلة التأمين الصحي والمعاشات لاستقرار أحوالهم الاجتماعية والاقتصادية المرتبة السابعة ، حيث يمثل حوالي 4.3% . في حين احتل العمل على حل جميع المشاكل الإدارية والقانونية المرتبة الثامنة حيث يمثل حوالي 3% . أما

العمل على خفض الضرائب والتأمينات على تاجر الجملة فقد احتل المرتبة التاسعة (الأخيرة) ، حيث يمثل نحو 2.1% من إجمالي الآراء بعينة الدراسة بمحافظة الدقهلية لموسم إنتاج عام 2018.

جدول رقم (9) : الأهمية النسبية لمقترحات تحسين ورفع كفاءة إنتاج وتسويق أهم أصناف الأسماك بعينة الدراسة بمحافظة الدقهلية لموسم إنتاج عام 2018 .

المقترحات الإنتاجية والتسويقية	التكرار	%
أولا : المقترحات الإنتاجية :		
توفير ودعم مستلزمات الإنتاج السمكي .	146	62.1
مكافحة التلوث بأنواعه المختلفة ( الصحي ، الصناعي ، الزراعي) .	80	21.7
توعية العمالة السمكية المصرية بأساليب الصيد الحديثة وأوقات الصيد المناسبة من خلال عمل دورات تدريبية .	45	9.8
الاهتمام بالدراسات والبحوث السمكية التي تسعى لزيادة الإنتاج السمكي .	27	6.4
الجملة		100
ثانيا : المقترحات التسويقية :		
تسهيل قروض ميسرة ويفاندة بسيطة وبخاصة لصغار تجار التجزئة .	21	8.9
العمل على حل جميع المشاكل الإدارية والقانونية .	7	3.0
زيادة حجم الاستثمارات الحكومية الموجهة لهذا القطاع للعمل على رفع كفاءته.	23	9.8
العمل على توفير وسائل النقل المجهزة وتمهيد ورصف الطرق لسهولة نقل الأسماك وتقليل نسبة الفاقد أثناء التسويق .	64	27.2
العمل على الحد من استغلال التجار واحتكارهم في تسويق الأسماك من خلال إنشاء منافذ بيع تابعة للمحافظة وهيئة الثروة السمكية ، وإنشاء جهاز تسويق تعاوني في مجال الأسماك .	13	5.5
العمل على خفض الضرائب والتأمينات على تاجر الجملة .	5	2.1
العمل على توافر المعلومات التسويقية اليومية للقائمين على تسويق الأسماك مما يساعد على تحقيق السعر المناسب .	19	8.1
العمل على خلق أسواق مجتمعة لتجار التجزئة ، وإقامة مراكز لتجميع وتعبئة وتصنيع وتغليف الأسماك بمناطق الإنتاج .	73	31.1
ضرورة خضوع منتجي ومسوقي الأسماك بالمحافظة لمظلة التأمين الصحي والمعاشات لاستقرار أحوالهم الاجتماعية والاقتصادية .	10	4.3
الجملة		100

المصدر: جمعت وحسبت من : استمارات الاستبيان الخاصة بعينة الدراسة لموسم إنتاج عام 2018.

سابعا : مشاكل إنتاج وتسويق أهم أصناف الأسماك بعينة الدراسة وفقا لآراء المسؤولين بالهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية بالدقهلية ، وأهم الحلول المقترحة لها :

باستعراض آراء بعض المسؤولين بالهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية بالدقهلية عن أهم مشاكل إنتاج وتسويق الأسماك بالمحافظة ، والتي سيتم تناولها على النحو التالي :

(أ) أهم المشكلات الإنتاجية للأسماك :

1- ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج السمكي . مما يزيد من تكاليف الإنتاج ، وبالتالي عزوف بعض المربين عن مجال تربية أسماك البلطي ، واتجاه بعضهم إلى تربية الأسماك التي تعتمد في غذائها على الغذاء الطبيعي مثل أسماك المبروك الفضي .

2- التعدي على بحيرة المنزلة بالتجفيف بغرض الزراعة ، التوسع العمراني ، شق طرق جديدة ، الجفاف بسبب عدم تدفق المياه إلى البحيرة . وكذلك التعدي عليها بالتلوث والذي

تعددت مصادره بين الصرف الصحي ، والصرف الصناعي ، والصرف الزراعي المحمل بالمبيدات.

3- تحويل بعض المزارع السمكية إلى أراضي زراعية ، وتبوير بعضها بدون إنتاج ، مما أدى ذلك إلى انخفاض الإنتاج السمكي بمنطقة بحيرة المنزلة .

4- عدم وجود مفرخات سمكية كافية بالمحافظة لإنتاج الزريعة أو إصبعيات الأسماك والتي تعد حجر الأساس في المزارع السمكية ، وعدم توفيرها بالأعداد اللازمة للاستزراع السمكي . مما يزيد من تكاليف نقل الزريعة ، وبالتالي ارتفاع أسعارها ، وارتفاع نسبة الفاقد منها .

5- ضعف القدرات المالية ونقص السيولة لدى بعض منتجين الأسماك بالمحافظة . الأمر الذي أدى إلى اعتمادهم على التجار للحصول على التمويل اللازم لتوفير مستلزمات الإنتاج ، مما ينتج عن ذلك ارتفاع أسعار الفائدة على القروض أو استغلال التجار لمزارع الأسماك .

6- ندرة وجود مصانع متخصصة لأعلاف تغذية الأسماك بالمنطقة ، وبالتالي عدم توفرها بالكمية الكافية وبأسعار مناسبة . الأمر الذي أدى إلى اعتماد المربين على بعض مصانع القطاعين العام والخاص بالمحافظات المجاورة . هذا بالإضافة إلى أن بيع الأعلاف للمنتجين تتم بطريقة الدفع الفوري ، وبالتالي لجوئهم إلى القطاع الخاص الذي يحملهم أعباء أكثر من ارتفاع أسعار الأعلاف .

7- صعوبة الحصول على تراخيص مزارع سمكية ، وتعدد الأجهزة والهيئات التي يتم التعامل معها ، وغموض وتضارب التشريعات المتعلقة بالمزارع السمكية .

8- ارتفاع اجر العامل مع ضعف إنتاجيته ، هذا بالإضافة إلى عدم توافر العمالة الفنية المدربة ذو الكفاءة العالية في مجال الاستزراع السمكي .

9- ضعف المياه وانخفاض منسوبها وعدم استقرار القيمة والمدة الايجارية للعقود للمزارع السمكية ، مما أثر ذلك على الإنتاج السمكي من تلك المزارع بالمحافظة .

#### - الحلول المقترحة للتغلب عليها :

1- تفعيل دور التعاونيات في إنشاء مصانع لإنتاج أعلاف الأسماك بالمنطقة ، حتي يمكن توفيرها بأسعار مناسبة ، مع إحكام الرقابة عليها وتحليل عينات من إنتاجها، للتأكد أنها مطابقة للمواصفات.

2- توفير الرعاية الصحية للمنتجين والصيادين بتفعيل مظلة التأمين الصحي ، وتوفير غطاء الأمان لأسرهم من خلال الهيئة العامة للتأمينات والمعاشات في حالة العجز أو الوفاة .

3- منع تحويل المزارع السمكية إلى أراضي زراعية وعدم تركها للجفاف .

4- العمل على التوسع في المفرخات السمكية لإنتاج الزريعة اللازمة لخفض الفاقد منها أثناء التداول وتقليل تكاليف النقل .

5- إتباع طرق حديثة في التكنولوجيا الحيوية لإنتاج سلالات وأصناف جديدة من الأسماك وبخاصة الأسماك البحرية .

6- الحد من التعدي على البحيرات وخاصة بحيرة المنزلة ، وأيضا من تلوثها سواء البيئي أو الصحي أو الصناعي . هذا بالإضافة إلى الصرف الزراعي . وذلك للنهوض بهذا القطاع الإنتاجي الهام .

7- العمل على توافر العمالة المدربة لرفع كفاءتهم في مجال الاستزراع السمكي ، وانخفاض أجورها.



8- العمل على تحسين أسعار بيع الأسماك ، مما يؤدي إلى انخفاض التكاليف الإنتاجية ، ومن ثم تحقيق عائد مجزى للمنتجين ، وبالتالي تشجيعهم على الاستمرار في مجال الإنتاج السمكي بالمحافظة .

#### (ب) أهم المشاكل التسويقية للأسماك :

1- عدم إنشاء أسواق مركزية بالمنطقة لتجميع الأسماك بمواصفات عالية ومراعاة الجوانب الصحية .

2- ارتفاع كمية الفاقد من الأسماك أثناء النقل من المنتج للسوق وذلك لارتفاع تكاليف سيارات النقل المجهزة للأسماك ، الأمر الذي أدى إلى ارتفاع تكاليف النقل ، ومن ثم تقليل العائد للمنتجين .

3- تأخير نقل الأسماك الطازجة بين المحافظات ، يؤدي إلى تلف الأسماك في معظم الأحيان، نتيجة لعدم وجود ثلاجات ومصانع لتعليب حفظ الأسماك .

4- ضعف التصدير للأسماك ، نتيجة لاستخدام مياه الصرف الزراعي المخلوط بالمبيدات والأسمدة العضوية في تربيتها .

#### - الحلول المقترحة للتغلب عليها :

1- محاولة جذب الاستثمارات للدخول في قطاع إنتاج وتسويق الأسماك .

2- وضع نظام تسويقي متميز باستخدام أحدث الوسائل بمراكز تجميع وتجهيز وحفظ الأسماك طازجة ونقلها إلى الأسواق ، مما يقلل حجم الفاقد والتالف من الأسماك .

3- العمل على إنشاء أسواق مركزية بالمنطقة بمواصفات عالية تراعي الجوانب الصحية وطرق العرض الجيد لترغيب المستهلك .

4- دعم الجمعيات التعاونية لامتلاك سيارات نقل مجهزة لنقل الأسماك من مناطق الإنتاج إلى الأسواق ، وذلك نظر للطبيعة البيولوجية للأسماك لتأثيراتها الواضحة على إنتاجها وأسعارها وتسويقها .

5- العمل على تفعيل الدور الإعلامي والغرف التجارية بالخارج لمحاولة تحسين صورة الأسماك المصرية لتسهيل عملية التصدير .

#### المراجع:

1- الحسيني أحمد الحسيني النقبلي (دكتور) ، محمد على عبده حسين (دكتور) : دراسة تحليلية لمشكلات ومحددات الإنتاج السمكي بمحافظة الدقهلية ، مجلة العلوم الاقتصادية والاجتماعية ، كلية الزراعة ، جامعة المنصورة ، مجلد (7) ، العدد (2) ، عام 2016 .

2- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، النشرة السنوية لتقديرات الدخل من القطاع الزراعي ، مارس 2018 .

3- إيمان محمد بديوى (دكتور) ، إيمان سالم البطران (دكتور) : دراسة اقتصادية للإنتاج السمكي ومشاكله في مصر ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي ، مجلد (24) ، العدد (1) ، عام 2014 .

4- حسن رمزي القلا (دكتور) وآخرون : دراسة للاستزراع السمكي في محافظة الدقهلية ، معهد بحوث الاقتصاد الزراعي ، مركز البحوث الزراعية ، عام 2001 .

- 5- سمير أنور متولي (دكتور) وآخرون : دراسة اقتصادية لأنماط الإنتاج من الاستزراع السمكي وأهم المشاكل والمعوقات التي تواجهه في محافظة دمياط ، معهد بحوث الاقتصاد الزراعي ، مركز البحوث الزراعية ، عام 2013 .
- 6- صبري يحيى شلتوت (دكتور) وآخرون : التحليل الاقتصادي للأوضاع الحالية والمستقبلية لإنتاج واستهلاك الأسماك في مصر ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي ، المجلد (27) ، العدد (1) ، مارس 2017 .
- 7- عاصم كريم عبد الحميد (دكتور) : دراسة تحليلية لتسويق الأسماك في جمهورية مصر العربية ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي ، المجلد (19) ، العدد (4) ، ديسمبر 2009 .
- 8- محمد السيد لابي (دكتور) : الكفاءة التسويقية لبعض الأصناف السمكية المصرية ، كلية الزراعة ، جامعة المنيا ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي ، المجلد (27) ، العدد (2) ، يونيو 2017.
- 9- محمد جابر عامر (دكتور) : الإنتاج السمكي في مصر، المؤتمر الخامس عشر للاقتصاديين الزراعيين 17-18 أكتوبر 2007 .
- 10- محمود محمد قطب (دكتور) ، سلوى عامر خضر (دكتور) : الوضع الحالي والمستقبلي للإنتاج السمكي ببجيرة السد العالي ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي ، المجلد (28) ، العدد (1) ، مارس 2018.
- 11- مصطفى عبدربه القبلاوى (دكتور) وآخرون : دراسة اقتصادية لتسمين عجول الجاموس في مزارع المربين بمحافظة كفر الشيخ ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي ، المجلد (20) ، العدد (2) ، يونيو 2010 .
- 12- هشام أحمد عبد الرحيم (دكتور) : إنتاج وتسويق واستهلاك السمك البلطي في مصر ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي ، المجلد (27) ، العدد (4) ، ديسمبر 2017.
- 13- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي : الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية ، إحصاءات الإنتاج السمكي ، أعداد مختلفة ، القاهرة ، عام 2017.
- 14- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي : الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية ، فرع هيئة الثروة السمكية بالدقهلية ، بيانات غير منشورة .
- 15- Henderson, J.M and Quant, R.E.(1980): *Microeconomic Theory a Mathematical Approach*, Third Edition International Student Edition .
- 16- Johns, M., Griffin W., Lawrence and Fox, J., (1981): *Budget Analysis of penaeid Shrimp Hatchery Facilities*. J World Maricul.
- 17- Richard, L. K, and Downey, W. D (1972): *Marketing of Agricultural products*, Macmillan Co. New York.

## **An Economic Study of Marketing of the Most Important Fish Species in Dakahlia Governorate**

**Prof. Dr. Moustafa A. El kblawy.<sup>1</sup>**

**Dr . Hebat Allah,A. M. Elsyed.<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>*Economic Research Institute, Agricultural Research Center , Gaza, Egypt.*

<sup>2</sup>*Department of Agric. Economics , Faculty of agricultural ,Mansoura University*

### **Summary:**

This research aims mainly to economics study of marketing of the Most Important Fish species (Tilapia and Mullet) in Dakahlia Governorate. it aims to analysis the pricing relationships between the various marketing organization, estimate net revenue, marketing margins, measure marketing efficiency and the distribution of consumer pound "LE" between the producers, wholesaler and retailer for most important Fish species. It also aims to, study the problems of fish production and marketing in Dakahlia governorate and com to the recommendations was able to resolve these problems in a way that contributes to maintaining fish production development.

### *The most important results of the study:*

- 1- Decrease in the relative importance of fish production in Dakahlia Governorate for the production of the Republic, which indicates the lack of interest in fish production resources in the governorate and its development during the period (1995 - 2016).
- 2- Fish production in Dakahlia governorate was about 36.5 thousand tons, representing about 2.1% of the total fish production in the Republic during 2016.
- 3- The high cost of transport and sales workers of tilapia and mullet fish, which ranged between (18% - 22.1%) of the total marketing costs of the wholesaler and retailer.
- 4- The percentage of what you get from the product: consumer price about 70.34%, 75.23%. While they earn up to middlemen of about 29.66%, 24.77% of fish respectively during the production season of 2018.
- 5-The retailer's share of marketing differences was due to high retail prices in favor of the retailer.
- 6-The total marketing differences (marketing margins) for wholesalers and retailers of about 7565, 9845 pounds per ton, representing about 28.93%, 24.62% of retail prices.

7- The study estimated the marketing efficiency of the tilapia and mullet fish under study at 64.37% and 62.91% respectively during production in the year 2018.

8- The study showed the most important production and marketing problems facing the production and marketing of the most important fish species in the governorate, As well as the proposed solutions.

9- Com to the recommendations was able to resolve these problems in a way that contributes to maintaining fish production species in Dakahlia Governorate.