



## Agricultural Economics and Social Science

Available online at <http://zjar.journals.ekb.eg>  
<http://www.journals.zu.edu.eg/journalDisplay.aspx?JournalId=1&queryType=Master>



### الكفاءة التسويقية للأسمك المنتجة من المزارع السمكية الحكومية بمحافظة الشرقية

لمياء أيمن سعد\* - محمد جابر عامر - عادل عيد حسن - أحمد فوزى حامد

قسم الاقتصاد الزراعى - كلية الزراعة - جامعة الزقازيق - مصر

Received: 01/01/2023 ; Accepted: 06/01/2023

**المخلص:** استهدفت الدراسة تقدير الهوامش التسويقية والتكاليف التسويقية وتوزيع جنيه المستهلك بين المنتج والوسطاء التسويقيين (تاجر الجملة وتاجر التجزئة) وفقاً لإختلاف القنوات التسويقية المتنوعة والأصناف المنتجة، بالإضافة إلى تقييم الوضع الراهن لتسويق الأسماك المنتجة من المزارع السمكية الحكومية بمحافظة الشرقية، من خلال تطبيق نموذج تحليل الميزانية المزرعية لمرحلة الإنتاج، إستناداً إلى بيانات أولية لعينة ميدانية تشمل مختلف القنوات التسويقية، بالإضافة إلى البيانات الثانوية المنشورة وغير المنشورة للهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية، وتضمنت مزارع الدراسة حوالى 60% من إجمالى عدد المزارع الحكومية بالمحافظة، تمثل حوالى 48.5% من المساحة الإجمالية للمزارع السمكية الحكومية بالمحافظة، ونحو 97.58% من حجم الإنتاج الكلى للمزارع السمكية الحكومية بمحافظة الشرقية عام 2020، وتتبع القنوات التسويقية من المنتج إلى تاجر الجملة ثم إلى تاجر التجزئة، تبين أنه يتم تسويق إنتاج المزارع السمكية الحكومية لتجار الجملة عن طريق مزاد علنى يتم فيه تحديد السعر وفقاً للصف والحجم داخل الصنف، ويقوم تاجر الجملة بتعبئة ووزن الأسماك فى عبوات بلاستيكية بسعات وأحجام مختلفة ونقلها فى سيارات ثلاجة إلى أسواق الجملة بكل من القاهرة والسويس وكفر الشيخ، إضافة إلى توزيعها على تجار التجزئة بمحافظة الشرقية. وتوصلت الدراسة إلى أن المزارع السمكية الحكومية حققت صافى ربح للطن بلغ حوالى 8.74 ألف جنيه، وبمتوسط إيرادات بلغت حوالى 26.10 ألف جنيه للطن، وبلغ متوسط إنتاجية الفدان 3.83 طن، كما تبين ارتفاع الهوامش التسويقية لمرحلتى الجملة والتجزئة مقارنة بتكاليف الوظائف التسويقية المتمثلة فى الفرز والتدريج، والتعبئة، والنقل، والحفظ والعمولات.

**الكلمات الاسترشادية:** تسويق الأسماك، الهوامش التسويقية، الربحية، الكفاءة التسويقية.

### المقدمة والمشكلة البحثية

تعتمد نجاح العملية التسويقية على ما يحققه كل من المنتج والوسطاء فى العملية التسويقية للأسماك من الهوامش التسويقي المجدى كمؤشر للحوافز التسويقية التى تُدعم تسويق سلعة سريعة التلف كالأسماك تحتاج لعناية خاصة منذ صيدها حتى وصولها للمستهلك النهائى. الأمر الذى يعكس ضرورة التداول والإستغلال الكفاء للإنتاج السمكى من المزارع السمكية من خلال تطوير نظم تسويق مبتكرة تحقق الكفاءة التسويقية والإقتصادية التى تضمن الربح المناسب للمنتجين والوسطاء وفى نفس الوقت الحفاظ على الكميات المنتجة وتقليل التلف والفاقد أثناء تداول الأسماك بين الأسواق حتى تصل للمستهلك فى الشكل والوقت المناسب والمكان المحدد بأقل تكاليف ممكنة لإشباع احتياجات الأفراد فى المجتمع.

### المشكلة البحثية

تتمثل مشكلة البحث فيما تتطلبه الأسماك من عناية خاصة خلال مراحل تداولها سواء قبل أو أثناء أو بعد

الحصاد للحفاظ على جودتها نظراً لسرعة تلف الأسماك، حيث يتم بيع معظم إنتاجها طازجاً (جابر وفوزى، 2016) الأمر الذى يتطلب الاهتمام بتحديد ميعاد الاستزراع لضمان منع تركيز وزيادة وتراكم العرض فوق حاجة الطلب من الأسماك فى مدة محددة سنوياً الأمر الذى قد يؤدي إلى جانب إنخفاض السعر تلف وإهدار المنتج من الأسماك، ومن هنا تأتى أهمية مراعاة المسالك التسويقية وأداء أدوارها بكفاء للحفاظ على الوضع المثالى للإستفادة من إنتاج المزارع السمكية سيما الحكومية، والحفاظ على جودة ونوع الأسماك المرباه ومدى مراعاة قبولها لذوق المستهلك، وحجم السوق، وجودة الزريعة، ونوعية الغذاء، وميعاد الصيد، وقنوات البيع والتوزيع لتحقيق أقصى كفاءة تسويقية للموارد السمكية المتاحة.

### هدف الدراسة

استهدفت الدراسة تقدير الكفاءة التسويقية للأسماك المنتجة من المزارع السمكية الحكومية بمحافظة الشرقية وفقاً للقنوات التسويقية المتاحة والأصناف المنتجة، حيث

\* Corresponding author: Tel. :+201093752565

E-mail address: youssifmo43@gmail.com

وتقع المزارع الثلاثة بقرية العباسية مركز أبوحماد، ويتم فيها إنتاج أسماك البلطي، والبورى، والطوبار، والمبروك والقراميط. وتتبع ملكية هذه المزارع للحكومة ويتم إدارتها بواسطة القطاع الخاص، حيث تقوم الجهات الحكومية التابعة لها هذه المزارع وهى المعمل المركزى لبحوث الثروة السمكية، المركز الدولى للأسماك، محافظة الشرقية بتأجيرها لمستثمرين. هذا بالإضافة إلى ثلاث تجار جملة من كفر الشيخ، الزقازيق وأبوحماد وهم من المشترين للأسماك من هذه المزارع و10 تجار تجزئة من المتعاملين مع نفس تجار الجملة من منطقتى الزقازيق وأبو حماد.

### تسويق أسماك المزارع الحكومية فى عينة الدراسة

يتضح من عينة الدراسة أن المزارع السمكية الحكومية تتبع القناة التسويقية من المنتج إلى تاجر الجملة ثم إلى تاجر التجزئة، حيث يتم تسويق إنتاج المزارع السمكية الحكومية لتجار الجملة عن طريق مزاد علنى يتم فيه تحديد السعر وفقاً للسنف والحجم داخل الصنف. ويقوم تاجر الجملة بتعبئة ووزن الأسماك فى عبوات بلاستيكية بسعات مختلفة، ونقلها فى سيارات مجهزة بتلاجة إلى أسواق الجملة بالمحافظات المختلفة، إضافة إلى توزيع جزء من الأسماك إلى تجار تجزئة بمحافظة الشرقية. ويفضل منتج الأسماك التعامل مع تجار الجملة. ويتم فرز وتدرج الأسماك فى مرحلتى الجملة والتجزئة، حيث يتم تدرج أسماك البلطى إلى بلطى سوبر، وبلطى درجة أولى، وبلطى درجة ثانية، وبلطى درجة ثالثة. وأسماك العائلة البورية إلى درجة أولى، ودرجة ثانية. وسمك المبروك والقراميط إلى درجة واحدة فقط.

### التكاليف التسويقية لتسويق أسماك المزارع السمكية الحكومية

تعد من أهم الوظائف التسويقية إضافة قيمة اقتصادية للسلعة من خلال إضافة المنافع الشكلية والمكانية والزمانية التى تحقق رغبات المستهلكين، وذلك من خلال الوظائف التسويقية التى تتم خلال القنوات التسويقية المختلفة، والتى تؤثر تكاليفها التسويقية فى السعر النهائى للمستهلك، وتحدد نصيب كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة (عامر، 1986)، حيث يبين من جدول 2 أن إجمالى تكلفة الوظائف التسويقية للطن فى سوق الجملة بلغ نحو 580 جنيه منها تكلفة النقل فى المرتبة الاولى بنسبة 38.79%، وفى المرتبة الثانية تكلفة الفرز والتدرج، والحفظ بنسبة 17.24% لكل منها، فى حين جاءت تكلفة التعبئة والعمولات بنسبة 13.45% ونحو 13.77% كل منهما على الترتيب. وفيما يتعلق بمرحلة التجزئة بلغ إجمالى تكلفة الطن نحو 420 جنيه، منها نحو 20.24% للفرز والتدرج، ونحو 15.48% للتعبئة، ونحو 35.71% للنقل، ونحو 17.86% للحفظ، وأخير نسبة العمولات بلغت نحو 10.71% من إجمالى تكلفة الوظائف التسويقية فى مرحلة التجزئة فى عام 2022.

سيتم توصيف النظام التسويقي، وتقدير الهوامش التسويقية والتكاليف التسويقية وأيضاً توزيع جنيته المستهلك كمقياس للكفاءة التسويقية، والتعرف على أهم المشاكل والمعوقات التى تواجه تسويق أسماك المزارع السمكية الحكومية.

### مصادر البيان والطريقة البحثية

اعتمدت الدراسة على نوعين من البيانات أولهما بيانات ثانوية منشورة وغير منشورة من الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية، وثانيهما بيانات أولية من عينة ميدانية عمدية قوامها ثلاث مزارع حكومية هى مزرعة العباسية، ومزرعة المركز الدولى، ومزرعة محافظة الشرقية، حيث يمثل عدد هذه المزارع مجتمعة نحو 60% من إجمالى عدد المزارع السمكية الحكومية بمحافظة الشرقية عام 2020، بالإضافة إلى ثلاث تجار جملة من كفر الشيخ، الزقازيق وأبوحماد، وهم من المشترين للأسماك من هذه المزارع ونحو 10 تجار تجزئة من المتعاملين مع نفس تجار الجملة من منطقتى الزقازيق وأبو حماد.

استندت الدراسة إلى أساليب الإحصاء الوصفى والكمى، حيث تم استخدام المتوسطات والنسب المئوية، كما تم تحليل هيكل التكاليف والإيرادات وتقدير الهوامش التسويقية، ومؤشرات الربحية، والكفاءة التسويقية وانتشار جنيته المستهلك.

### النتائج والمناقشة

يتناول هذا الجزء من البحث دراسة توصيف النظام التسويقي للأسماك المنتجة من المزارع السمكية الحكومية، النظام التسويقي للأسماك المنتجة من المزارع السمكية بمحافظة الشرقية من عينة الدراسة عام 2022، التكاليف التسويقية لنظام تسويق أسماك المزارع السمكية الحكومية والكفاءة التسويقية والربحية للمزارع السمكية الحكومية بمحافظة الشرقية.

### توصيف النظام التسويقي للأسماك المنتجة من المزارع السمكية الحكومية

يتضح من إحصاءات الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية وجود خمس مزارع حكومية بمحافظة الشرقية كما فى جدول 1 بمساحة إجمالية بلغت حوالى 3.3 ألف فدان، وبحجم إنتاج بلغ حوالى 3.89 ألف طن فى عام 2020، تم إختيار عينة ميدانية مكونة من ثلاثة مزارع هى مزرعة العباسية، ومزرعة المركز الدولى ومزرعة المحافظة، وهذه المزارع تمثل 60% من إجمالى عدد المزارع الحكومية بالمحافظة، كما تمثل حوالى 48.5% من المساحة الإجمالية ونحو 97.58% من حجم الإنتاج للمزارع السمكية الحكومية بمحافظة الشرقية عام 2020.

جدول 1. مساحة وإنتاج المزارع السمكية الحكومية عام 2020

م	المزرعة	المساحة بالفدان	%	الإنتاج بالطن	%
1-	بركة عنان	200	6.06	19	0.49
2-	النصر (العمياء سابقاً)	1500	45.45	75	1.93
3-	مزرعة العباسة	1200	36.36	3000	77.16
4-	مزرعة المركز الدولي	200	6.06	163	4.19
5-	مزرعة المحافظة	205	6.06	631	16.23
6-	الإجمالي	3305	100	3888	100

المصدر: الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية، كتاب الإحصاءات السمكية السنوي، 2020.

جدول 2. تكاليف الوظائف التسويقية للأسماك المنتجة من المزارع السمكية الحكومية في عام 2022

الوظائف التسويقية	مرحلة الجملة (جنيه/طن)	%	مرحلة التجزئة (جنيه/طن)	%
الفرز والتدريج	100	17.24	85	20.24
التعبئة	78	13.45	65	15.48
النقل	225	38.79	150	35.71
الحفظ	100	17.24	75	17.86
العمولات	77	13.28	45	10.71
الإجمالي	580	100	420	100

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة عام 2022.

### الهوامش التسويقية والربحية للطن من الأسماك المنتجة في المزارع السمكية الحكومية

يعتبر الهامش التسويقي وانتشار جنيه المستهلك خلال مراحل التسويق المختلفة من أهم معايير تقييم كفاءة العملية التسويقية للحكم على أداء النظام التسويقي، ويوضح جدول 4 متوسطات الهوامش التسويقية والربحية للطن والكفاءة التسويقية للأسماك المنتجة من المزارع السمكية الحكومية بعينة الدراسة الميدانية في عام 2022، حيث بلغ متوسط هامش تاجر الجملة حوالي 2.3 ألف جنيه للطن، وتمثل تكاليف الإنتاج نحو 580 جنيه للطن، وبيع بلغ حوالي 1.7 ألف جنيه للطن، وبالنسبة لتاجر التجزئة بلغ متوسط هامش التجزئة حوالي 3.1 ألف جنيه للطن، منها حوالي 420 جنيه للطن تكاليف إنتاج، وبربحية بلغت نحو 2.63 ألف جنيه، في حين بلغت الكفاءة التسويقية لمتوسط العينة نحو 66.93% في عام 2022.

### التكاليف الإنتاجية وعوائد الإنتاج للطن من المزارع السمكية الحكومية

يتبين من جدول 3 أن متوسط إجمالي التكاليف والمتمثلة في قيمة الزريعة، والإيجار، والضرائب، ومصروفات الكهرباء والسولار، والأعلاف، والأسمدة العضوية، وصيانة المعدات، والمخلفات (كنس المطاحن)، العمالة بلغ حوالي 16.9 ألف جنيه. وتساهم تكاليف التغذية بالنصيب الأكبر في التكاليف الإنتاجية، حيث بلغت قيمة الأعلاف حوالي 9.56 ألف جنيه، بنسبة 56.54%. يليها كل من الزريعة والإيجار بنحو 12.16%، و7.70% على الترتيب، حيث بلغ متوسط قيمتهم حوالي 2.05، وحوالي 1.30 ألف جنيه على الترتيب. وحيث أن متوسط إنتاجية الفدان 3.83 طن، وإن متوسط إيرادات الطن للمزارع السمكية الحكومية حوالي 26.10 ألف جنيه، فإن صافي الربح الموجب بلغ نحو 8.74 ألف جنيه للطن، وبناء عليه فإن صافي الربح للفدان في المزرعة الحكومية كمتوسط بلغ نحو 33.47 ألف جنيه.

جدول 3. بنود التكاليف الإنتاجية للطن للمزارع السمكية الحكومية وفقاً للأصناف المنتجة بعينة الدراسة عام 2022 (القيمة: بالجنيه)

م	البند	المزرعة	مزرعة العباسة	مزرعة المحافظة	مزرعة المركز الدولي	المتوسط للعينة	
1	مساحة المزرعة (فدان)	1200	205	200	535		
2	حجم الإنتاج (طن)	4800	820	700	2106.67		
3	إنتاجية الفدان (طن) 1÷2	4	4	3.5	3.83		
4	التكاليف الإنتاجية						
5	قيمة الزريعة من الصنف	القيمة (جنيه/للطن)	%	القيمة (جنيه/للطن)	%	القيمة (جنيه/للطن)	%
6	بلطى	330	1.89	370	2.24	340	2.02
7	بورى	880	5.08	1290	7.74	1100	6.5
8	طوبار	500	2.9	570	3.44	520	3.1
9	مبروك	40	0.22	40	0.26	40	0.23
10	قراميط	50	0.29	60	0.34	50	0.31
11	إجمالى قيمة الزريعة	1790	10.37	2330	14.01	2050	12.16
12	الإيجار	1200	6.96	1500	8.9	1300	7.7
13	ضرائب	80	0.44	90	0.52	80	0.47
14	كهرباء وزيت وسولار	900	5.22	750	4.45	780	4.6
15	أسمدة عضوية	50	0.29	60	0.34	50	0.31
16	الأعلاف	10310	59.82	9380	55.64	9560	56.54
17	صيانة معدات	50	0.29	70	0.43	60	0.34
18	مخلفات	400	2.32	410	2.43	450	2.68
19	عمالة دائمة	680	3.92	560	3.32	510	3.03
20	عمالة مؤقتة	0.4	0.002	1	0.01	1	0.01
21	إجمالى التكاليف الإنتاجية	17240	100	16850	100	16900	100
22	إجمالى الإيرادات بالجنيه	27100		26000		26100	
23	صافى ربح المنتج بالجنيه	8480		9150		8740	

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة عام 2022

جدول 4. الهوامش التسويقية والربحية بالألف جنيه للطن من الأسماك المنتجة من المزارع السمكية الحكومية بعينة الدراسة في عام 2022.

م	البند	بلطى	بورى	طوبار	مبروك	قراميط	المتوسط
(أ) مرحلة الجملة							
1	سعر الشراء	25.17	43.67	26.33	20.33	15	26.1
2	سعر البيع	27.21	46.33	28.5	22.33	17.67	28.41
3	هامش الجملة (1-2)	2.04	2.67	2.17	2	2.67	2.31
4	تكاليف الجملة	0.58	0.58	0.58	0.58	0.58	0.58
5	ربح الجملة (4-3)	1.46	2.09	1.59	1.42	2.09	1.73
(ب) مرحلة التجزئة							
6	سعر الشراء	27.21	46.33	28.5	22.33	17.67	28.41
7	سعر البيع	30.25	51.21	30	25.5	20.33	31.46
8	هامش التجزئة (6-7)	3.04	4.88	1.5	3.17	2.66	3.05
9	تكاليف التجزئة	0.42	0.42	0.42	0.42	0.42	0.42
10	ربح التجزئة (9-8)	2.62	4.46	1.08	2.75	2.24	2.63
11	إجمالى الهامش (8+3)	5.09	7.54	3.67	5.17	5.33	5.36
12	إجمالى التكاليف التسويقية (9+4)	1	1	1	1	1	1
13	إجمالى أرباح تسويقية (10+5)	4.09	6.54	2.67	4.17	4.33	4.36
14	الكفاءة التسويقية (%)*	68.62	53.44	77.37	68.11	67.1	66.99

$$ME = 100 - (Pdw / (Cw + Pdw)) * 100 \quad (*)$$

ME: الكفاءة التسويقية : Pdw : الفرق السعرى (مستهلك - منتج) : Cw : تكاليف إنتاج الطن  
المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة عام 2022.

ألف جنيه، وبلغت الكفاءة التسويقية لسماك البلطى خلال القنوات التسويقية المختلفة بعينة الدراسة نحو 68.62%.

وفيما يتعلق بحساب الهامش التسويقي لتسويق سمك البورى، يتبين من جدول 4 أن متوسط الهامش التسويقي لتاجر الجملة وتاجر التجزئة بلغ حوالى 2.67، ونحو 4.88 ألف جنيه على الترتيب، فى حين بلغ متوسط تكاليف تسويق الطن حوالى 580، وحوالى 420 جنيه على الترتيب، وبلغ متوسط ربح الطن لتسويق السمك البورى نحو حوالى 2.09، وحوالى 4.46 ألف جنيه لتاجر الجملة وتاجر التجزئة على الترتيب. وتلخصا لما سبق يمكن القول بأن تكاليف تسويق الطن للسمك البورى لتاجر الجملة أعلى منه لتاجر التجزئة بفارق بلغ نحو 160 جنيه، تمثل حوالى 27.59% من تكاليف تسويق الطن لتاجر الجملة، ونحو 38.09% من تكاليف تسويق الطن لتاجر التجزئة، بينما انخفض الهامش التسويقي وربح الطن لتاجر الجملة مقارنة بتاجر التجزئة.

### الهوامش التسويقية والربحية لتسويق أسماك المزارع الحكومية وفقاً لنوع السمك

يتم فى هذا الجزء إستعراض الهامش التسويقي وربحية الطن لتسويق الاسماك فى المزارع الحكومية وفقاً لنوع السمك المتمثل البلطى والبورى والطوبار والقرموط والمبروك. حيث يتضح من جدول 4 أن الهوامش التسويقية والربحية لتسويق الطن من سمك البلطى خلال القنوات التسويقية المختلفة بلغ حوالى 2 ألف جنيه، ومتوسط تكاليفه التسويقية بلغت حوالى 580 جنيه، وبصافى ربح بلغ حوالى 1.46 ألف جنيه. وبالنسبة لتاجر التجزئة فبلغت تكاليفه التسويقية للطن حوالى 420 جنيه، وربح بلغ 2.62 ألف جنيه، وهامش تاجر تجزئة بلغ 3.04 ألف جنيه. فى حين بلغ إجمالى الهوامش التسويقية لسماك البلطى لمرحلتى الجملة والتجزئة حوالى 5.09 ألف جنيه، وإجمالى التكاليف التسويقية ألف جنيه، وبالنسبة للربحية فبلغت حوالى 4.09

درجة أولى بلغ حوالى 2 ألف جنيه، وحوالى 1.33 ألف جنيه للطن من سمك الطوبار درجة ثانية، وبربح بلغ حوالى 1.42 ألف جنيه. وبالنسبة لسمك المبروك والقراميط بلغ إجمالي هامش تاجر الجملة للطن حوالى 5.67 ألف جنيه.

يتضح من جدول 6 أن هامش تاجر التجزئة للطن من سمك البلطى السوبر بلغ حوالى 3.67 ألف جنيه، فى حين بلغ حوالى 1.83 ألف جنيه من سمك البلطى الدرجة الأولى، وبلغ هامش تاجر التجزئة لسمك البلطى درجة ثانية حوالى 3 ألف جنيه بينما بلغ هامش تاجر التجزئة للطن من سمك البورى درجة أولى حوالى 3.67 ألف جنيه، وحوالى 1.67 ألف جنيه للطن من سمك البورى درجة ثانية. أما هامش تاجر التجزئة للطن من سمك الطوبار درجة أولى بلغ حوالى 1.33 ألف جنيه، وحوالى 1 ألف جنيه للطن من سمك الطوبار درجة ثانية. وبالنسبة لسمك المبروك والقراميط بلغ إجمالي هامش تاجر التجزئة للطن حوالى 5.83 ألف جنيه، وبإجمالي ربح بلغ حوالى 4.99 ألف جنيه.

#### توزيع جنيه المستهلك عبر المراحل التسويقية وفقاً لتسويق الأصناف فى المزارع الحكومية

يعكس انتشار جنيه المستهلك التوزيع النسبى لجنية المستهلك على مراحل السوق المختلفة التى تتمثل فى مرحلة الجملة، ومرحلة التجزئة، حيث يتبين من جدول 7 أن نصيب المنتج من جنيه المستهلك لتسويق الطن من السمك البلطى بلغ حوالى 25.17 ألف جنيه للطن، يمثل نحو 83.21% من سعر البيع للمستهلك البالغ حوالى 30.25 ألف جنيه. أما نصيب تاجر الجملة فبلغ حوالى 2.00 ألف جنيه للطن، يمثل حوالى 6.74% من سعر البيع للمستهلك. وبالنسبة لتاجر التجزئة فبلغ نصيبه من جنيه المستهلك حوالى 3.04 ألف جنيه للطن، بنسبة بلغت نحو 10.1%، وبالتالي يحصل تاجر التجزئة على نصيب أكبر من جنيه المستهلك مقارنة بتاجر الجملة عند تسويق السمك البلطى. أما عن سمك البورى والطوبار فبلغ نصيب المنتج نحو 43.67، ونحو 26.33 ألف جنيه للطن على الترتيب، يمثل حوالى 85.26%، وحوالى 87.77% من سعر المستهلك على الترتيب، وبلغ نصيب تاجر الجملة حوالى 2.67، وحوالى 2.17 ألف جنيه لتسويق الطن من السمك البورى والطوبار على الترتيب.

#### المشاكل التسويقية لتسويق أسماك المزارع السمكية الحكومية فى محافظة الشرقية

يتناول هذا الجزء من الدراسة أهم المشاكل التى تواجه القنوات التسويقية للأسماك من منتجين وتجار جملة وتجار تجزئة والتى تؤثر على كفاءة النظام التسويقي للأسماك.

وفيما يتعلق بالهامش التسويقي لتسويق السمك الطوبار لتاجر الجملة وتاجر التجزئة، يتضح من جدول 4 أن متوسط الهامش التسويقي للطن بلغ نحو 2.17، ونحو 3.67 ألف جنيه لتاجر الجملة وتاجر التجزئة على الترتيب، مما يدل على إنخفاض الهامش التسويقي لتاجر الجملة مقارنة بتاجر التجزئة، وبلغ متوسط تكاليف التسويق للطن حوالى 580، وحوالى 1000 جنيه لهما على الترتيب، ليدل على إرتفاع وزيادة تكاليف التسويق للطن من السمك الطوبار لتاجر الجملة ومقارنة بتاجر التجزئة، كما إنخفض متوسط الربح لتاجر الجملة 1.59 جنيه مقارنة بالربح لتاجر التجزئة 2.67 ألف جنيه. وأمر هذا شأنه يدل على تفوق تاجر التجزئة على تاجر الجملة فى تحقيق هامش تسويقي وربحية عند تسويق طن من السمك الطوبار.

يبين جدول 4 الهوامش التسويقية والربحية للطن من سمك المبروك، حيث بلغ متوسط هامش تاجر الجملة حوالى 2 ألف جنيه، وبلغ متوسط تكاليفه التسويقية للطن حوالى 580 جنيه، وبمتوسط ربح بلغ حوالى 1.4 ألف جنيه. وبالنسبة لتاجر التجزئة فبلغت تكاليفه التسويقية للطن حوالى 420 جنيه، وربح بلغ حوالى 2.75 ألف جنيه، وهامش تاجر تجزئة بلغ حوالى 3.17 ألف جنيه. فى حين بلغ إجمالي الهوامش التسويقية لمرحلتى الجملة والتجزئة لسمك المبروك حوالى 5.17 ألف جنيه، وإجمالي التكاليف التسويقية ألف جنيه، بينما بلغت الربحية حوالى 4.17 ألف جنيه، والكفاءة التسويقية لسمك المبروك بلغت نحو 68.11% بعينة الدراسة.

يتضح من جدول 4 أن الكفاءة التسويقية لسمك القرموط بلغت نحو 67.10%. وهامش تاجر الجملة بلغ متوسطه حوالى 2.67 ألف جنيه، وبلغ متوسط تكاليفه التسويقية للطن فبلغ حوالى 580 جنيه، وبمتوسط ربح بلغ حوالى 2.09 ألف جنيه. وبالنسبة لتاجر التجزئة فبلغت تكاليفه التسويقية للطن حوالى 420 ألف جنيه، وربح بلغ 2.24 ألف جنيه، وهامش تاجر تجزئة بلغ حوالى 2.66 ألف جنيه. فى حين بلغ إجمالي الهوامش التسويقية لمرحلتى الجملة والتجزئة لسمك القراميط حوالى 5.33 ألف جنيه، وإجمالي التكاليف التسويقية حوالى ألف جنيه، بينما بلغت الربحية حوالى 4.33 ألف جنيه.

يتبين من جدول 5 أن هامش تاجر الجملة للطن من سمك البلطى درجة ثانية بلغ حوالى 2.5 ألف جنيه، فى حين بلغ حوالى 1.16 ألف جنيه من سمك البلطى الدرجة الثالثة، وبلغ هامش تاجر الجملة لسمك البلطى درجة أولى حوالى 2.33 ألف جنيه بينما بلغ هامش تاجر الجملة للطن من سمك البورى درجة أولى حوالى 3.67 ألف جنيه، وحوالى 2.33 ألف جنيه للطن من سمك البورى درجة ثانية. أما هامش تاجر الجملة للطن من سمك الطوبار

جدول 5. الهوامش التسويقية والربحية للأسمك المنتجة من المزارع السمكية الحكومية لمرحلة الجملة بالآلف جنيه للطن وفقاً لتدرجها بعينة الدراسة عام 2022

البيان /المزرعة	سعر الشراء	سعر البيع	هامش الجملة	تكاليف الجملة	ربح الجملة
بلطى سوبر	34.17	36.33	2.16	0.58	1.58
بلطى 1	27.17	29.5	2.33	0.58	1.75
بلطى 2	24.17	26.67	2.5	0.58	1.92
بلطى 3	15.17	16.33	1.16	0.58	0.58
بورى 1	44.33	48	3.67	0.58	3.08
بورى 2	43	44.67	2.33	0.58	1.75
طوبار 1	27.67	29	2	0.58	1.42
طوبار 2	24.99	28	1.33	0.58	0.75
ميروك	20.33	22.33	2.67	0.58	2.08
قراميط	15	17.67	3	0.58	2.42

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة عام 2022.

جدول 6. الهوامش التسويقية والربحية للطن للأسمك المنتجة من المزارع السمكية الحكومية لمرحلة التجزئة بالآلف جنيه وفقاً لتدرجها بعينة الدراسة عام 2022

البيان /المزرعة	سعر الشراء	سعر البيع	هامش التجزئة	تكاليف التجزئة	ربح التجزئة
بلطى سوبر	36.33	40	3.67	0.42	3.25
بلطى 1	29.5	31.33	1.83	0.42	1.41
بلطى 2	26.67	29.67	3	0.42	2.58
بلطى 3	16.33	20	3.67	0.42	3.25
بورى 1	48	53.81	3.67	0.42	3.25
بورى 2	44.67	48.61	1.67	0.42	1.25
طوبار 1	29	30.66	1.33	0.42	0.92
طوبار 2	28	29.33	1	0.42	0.58
ميروك	22.33	25.5	3.17	0.42	2.75
قراميط	17.67	20.33	2.66	0.42	2.24

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة عام 2022.

جدول 7. انتشار جنيه المستهلك للأسماك المنتجة من المزارع السمكية الحكومية بالجنيه للطن بمحافظة الشرقية عام 2022.

م	نصيب المرحلة	بلطى (جنيه/طن)	بلطى (سعر المستهلك)	بورى (جنيه/طن)	بورى (سعر المستهلك)	طوبار (جنيه/طن)	طوبار (سعر المستهلك)	مبروك (جنيه/طن)	مبروك (سعر المستهلك)	قرايمط (جنيه/طن)	قرايمط (سعر المستهلك)
1	المنتج	25.17	83.21	43.67	85.26	26.33	87.77	20.33	79.73	15	73.78
2	تاجر الجملة	2.04	6.74	2.67	5.21	2.17	7.23	2	7.84	2.67	13.13
3	تاجر التجزئة	3.04	10.05	4.88	9.53	1.5	5.00	3.17	12.43	2.66	13.08
4	سعر المستهلك (3+2+1)	30.25	100	51.22	100	30	100	25.5	100	20.33	100

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة عام 2022.

#### المشاكل التي تواجه المنتج

- انتشار الأسواق المنظمة في أماكن متعددة.
- توفير المعلومات السوقية والأسعار عبر القنوات الإعلامية المختلفة.
- رعاية المنتج وتوفير مستلزمات الإنتاج بأسعار عادلة للحد من احتكار تاجر الجملة.
- التوسع في إنشاء المراكز البحثية لتوفير زريعة الأصناف الأكثر طلبا في الوقت المناسب أو على مدار العام.
- مراقبة الأسواق والحماية من المرتزقة والبلطجية (الرمزيين).

#### المراجع

- عامر، محمد جابر (1986). دراسة اقتصادية للمزارع السمكية في مصر، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الزقازيق.
- عامر، محمد جابر (2016). دراسات جدوى المشروعات الزراعية، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الزقازيق.
- عامر، محمد جابر وأحمد فوزى حامد (2016). تسويق الأسماك المنتجة من المزارع السمكية بمحافظة الشرقية، مجلة الزقازيق للبحوث الزراعية، 43: 6.
- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية، نشرة إحصائيات الثروة السمكية، أعداد متفرقة.

Alphachaning (1972). Fundamental Methods of Mathematical Economics, 2<sup>nd</sup> Ed. MC Graw, Hill Book Campang, New York, USA.

#### المشاكل التي تواجه المنتج

- إحتكار تاجر الجملة للإنتاج.
- عدم توفر بنية تحتية تتمثل في عدم توفر وسائل النقل المجهزة والتخزين ومنافذ التوزيع.
- انخفاض سعر البيع نتيجة احتكار تاجر الجملة وامتلاك البنية التحتية للنقل والتوزيع.
- ارتفاع تكاليف النقل والتوزيع.
- تذبذب الإنتاج وانخفاض الاستقرار في الاسعار.
- عدم توفر المعلومات السوقية.
- ندرة توفر أصناف معينة تحقق الربحية على مدار العام.

#### المشاكل التي تواجه تاجر التجزئة

- محدودية توافر اسواق منظمة.
- سيطرة أشخاص رمزيين على الأسواق.
- الإنخفاض في وزن السمك نتيجة التداول بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة.
- ارتفاع تكاليف النقل والتخزين السليم.

#### التوصيات

- من خلال دراسة المشاكل والمعوقات التي تواجه تسويق الأسماك من المزارع الحكومية يمكن التوصية بالآتي:
- توفير وسائل النقل المجهزة.
- توفير مبردات وأماكن تخزين للحفاظ على الأسماك من التلف والتعرض للفقد في الوزن.



## MARKETING EFFICIENCY OF FISH PRODUCED FROM GOVERNMENT FISH FARMS IN SHARKIA GOVERNORATE

Lamiaa A. Saad, M.G. Amer, A.E. Hasaan and A.F. Hamed

Agric. Econ. Dept., Fac. Agric., Zagazig Univ., Egypt

**ABSTRACT:** The study aimed to estimate marketing margins and marketing costs, as well as the prevalence of consumer pounds as measures of marketing efficiency, according to the available marketing channels and fish varieties, to assess the current situation of marketing fish produced from government fish farms in Sharkia Governorate, in addition to the farm budget analysis model for the production stage, through preliminary data. For a field sample representing the different marketing channels, as well as the published and unpublished secondary data of the Public Authority for Fish Resources Development. It was found that the sample farms represented 60% of the number of government farms in the governorate, 48.5 % of its area, and 97.58% of the production volume. The marketing channel is followed from the producer to the wholesaler and then to the retailer, where the production of government fish farms is marketed to wholesalers through an auction in which the price is determined according to the variety and the size within the variety. The wholesaler packs and weighs the fish in plastic containers of different capacities and transports them in refrigerator cars to the wholesale markets in Cairo, Suez and Kafr El-Sheikh, in addition to retailers in the governorate. The study found that government fish farms achieved a positive net profit of 8.74 thousand pounds per ton, and average revenues of about 26.10 thousand pounds per ton, and the average productivity of an acre was 3.83 tons. It was also found that the marketing margins for the wholesale and retail phases were high compared to the costs of the marketing functions represented in sorting and grading, packaging, transportation, preservation and commissions.

**Key words:** Fish marketing, marketing margins, profitability, marketing efficiency.

---

المحكمون:

1- أ.د. مصطفى السعدني

2- أ.د. عبدالحكيم محمد إسماعيل

أستاذ الاقتصاد الزراعي – كلية الزراعة – جامعة دمنهور.  
أستاذ الاقتصاد الزراعي المتفرغ – كلية الزراعة – جامعة الزقازيق.