

THE ECONOMICS OF PRODUCTION AND MARKETING OF MEAT POULTRY IN THE LIGHT OF THE CURRENT VARIABLES (A CASE STUDY OF FAYOUM GOVERNORATE)

Abd El-hamed, S.A.*; Enas El. Sadek* and Nesren M. Awad

1- Department of Agricultural Economics, Faculty of Agriculture El-Fayoum University

2- RS & GIS Economics, Faculty of Agriculture El-Fayoum University

اقتصاديات انتاج وتسويق دجاج اللحم في ظل المتغيرات الراهنة (دراسة حالة لمحافظة الفيوم)

سيد عبد التواب عبد الحميد ، إيناس السيد صادق و نسرين ميلاد عوض

قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة الفيوم

معهد بحوث الاقتصاد الزراعي- وحدة بحوث الفيوم

الملخص

تعتبر لحوم الدواجن مصدر غني ورخيص للبروتين الحيواني في مصر مقارنة باللحوم الحمراء حيث تمثل نسبة البروتين في لحوم الدواجن ٢٣% مقابل ٢٠% من اللحوم الحمراء، ١٨% من السمك، ٢% من البيض، ٤,٣% من اللبن. ومن جهة أخرى يعتبر انخفاض نصيب الفرد في جمهورية مصر العربية من البروتينات الحيوانية من المشكلات الغذائية الهامة ، وهناك سبيلان لزيادة نصيب الفرد في جمهورية مصر العربية من البروتينات أولهما يتمثل في التوسع في استيراد المنتجات الحيوانية، وثانيها يتركز علي زيادة الإنتاج المحلي وذلك بتشجيع المنتجين المحليين في الأستثمار والدخول في مشروعات الإنتاج الحيواني والدواجن مع الحفاظ علي استمرار تلك المشروعات.

وهنا تبرز المشكلة الأساسية للدراسة، تلك التي تتركز في عدم وضوح مستوي ثابت لكمية وقيمة إنتاج دجاج التسمين في الأونة الأخيرة بسبب انتقال وانتشار مرض أنفلونزا الطيور في مصر مما ترتب عليه حدوث خللا واضطرابا ملحوظا في صناعه الدواجن والصناعات الأخرى المرتبطة بها، مما أدى إلى إغلاق البعض، وتغيير نشاط البعض الأخر. الأمر الذي أدى إلي حدوث خسائر مالية كبيرة لهذا القطاع. لذا فقد استهدفت الدراسة توصيف بيئة انتاج وتسويق دجاج اللحم في محافظة الفيوم في ظل المتغيرات الراهنة.

واعتمدت الدراسة علي تقسيم النتائج إلي: النتائج الخاصة بالأوضاع الإنتاجية لمزارع التسمين، وأضح أن معظم المزارع ذات ملكية خاصة، وكلما زادت سعة المزرعة نتجة الحيازة نحو الملكية الخاصة، كما أن متوسط عدد العنابر علي مستوي إجمالي العينة حوالي ٣,١٨ عنابر. وفيما يخص عدد الدورات فان متوسط عدد الدورات بالعينة ٤,٧٥ دورة سنويا، وأن اغلب مزارع العينة غير مرخصة تمثل حوالي ٨٤,٣% من إجمالي العينة.

واوضحت النتائج الخاصة بتأثير مرض أنفلونزا الطيور علي عينة الدراسة أن حوالي ٢٠ مزرعة تمثل حوالي ٢٨,٦% من إجمالي العينة كان نفوقها بسبب مرض أنفلونزا الطيور، تشير تقديرات الدراسة أن الآثار الاقتصادية لإنتشار مرض أنفلونزا الطيور في عينة الدراسة تنقسم إلي خسائر مباشرة بسبب المرض وتقدر بنحو ١,٨٨٦٥٧ مليون جنية، وخسائر غير المباشرة تقدر بنحو ١٥,٤٥٩٦٣ مليون جنية، حيث يبلغ إجمالي الخسارة التي تعرض لها قطاع صناعة الدواجن بمحافظة الفيوم والناجمة عن إنتشار مرض أنفلونزا الطيور نحو ١٧,٣٤٦٢ مليون جنية.

كما اوضحت النتائج الخاصة بوصف الجوانب التسويقية لمزارع دجاج اللحم في عينة الدراسة والتي تناولت تحليل سلسلة القيمة والتنافسية لدجاج اللحم بالعينة موضع الدراسة حيث تم تقدير متوسط تكاليف الإنتاج لكل طن من دجاج اللحم للساعات المزرعية المختلفة لمنتجي دجاج اللحم حيث بلغ نحو ٨٧٥٩,٨ جنية/طن. وبلغ متوسط الساعات المزرعية من إجمالي الإيرادات لمنتجي دجاج اللحم نحو ١,١٢٥٧٤ جنية/طن. بينما بلغ متوسط الساعات المزرعية من صافي العائد لمنتجي دجاج اللحم نحو ١,١٢٥٧٤ جنية/طن. في حين بلغ متوسط الساعات المزرعية من متوسط التكاليف التسويقية لتاجر الجملة نحو ٤,٢٠٤ جنية/طن. وبلغ متوسط الساعات المزرعية من إجمالي الإيرادات لتاجر الجملة نحو ٦,٩٦٣ جنية/طن. بينما بلغ متوسط الساعات المزرعية من

صافي العائد لتاجر الجملة نحو ٧٦٤,٧ جنية/طن. وبتقدير متوسط التكاليف التسويقية للطن/شهر من دجاج اللحم لتاجر تجزئة فقد بلغت نحو ٤٦٥,٢ جنية/طن، بينما بلغ إجمالي الإيرادات لكل طن من دجاج اللحم لتاجر تجزئة الدواجن نحو ١١٢٢,٧٥ جنية/طن، في حين بلغ صافي عائد الدواجن لكل طن من دجاج اللحم لتاجر التجزئة الدواجن نحو ٦٥٧,٥٥ جنية/طن.

وبقياس الكفاءة التسويقية تبين أنه كلما زاد حجم المزرعة زادت الكفاءة التسويقية للمزرعة، في حين تنخفض الكفاءة التسويقية لمزارع السعة الأولى والثانية وتقدر الكفاءة التسويقية لكلاهما بحوالي ٤,٧٩ %، وبلغت أقصاها في السعة الإنتاجية الخامسة حيث بلغت نحو ٨٣,١ %.

المقدمة

تعتبر صناعة الدواجن وخاصة دجاج التسمين احد الأنشطة الإنتاجية الزراعية الهامة، فمن ناحية تعتبر احد المصادر الرئيسية للدخل في قطاع الإنتاج الحيواني. ومن ناحية أخرى تعتبر احد الركائز الرئيسية في تحقيق سياسة الأمن الغذائي باعتبارها مصدر هام للبروتين، والذي يتميز بارتفاع قيمته الغذائية ورخص ثمنه وارتفاع معامل التحويل الغذائي له عن اللحوم الحمراء، والدواجن كسلعة غذائية تحتل المرتبة الثالثة من حيث القيمة الغذائية بعد كل من اللحوم الحمراء والألبان ومنتجاتها فهي تتمتع بنسبة قبول لدي المستهلك المصري حيث تغطي جزء من الفجوة الغذائية للبروتين الحيواني الناتجة عن النقص في إنتاج اللحوم الحمراء. ويمثل الدجاج قرابة ٨٥% من إجمالي الطاقة الإنتاجية للحوم الدواجن، وقد تطورت الطاقة الإنتاجية للدواجن خلال الفترة (١٩٩٧-٢٠٠٩) من حوالي ٤٠٨ ألف طن في عام ١٩٩٧ زادت إلى حوالي ٥٣٧ ألف طن عام ٢٠٠٩، وقد بلغ مقدار التغيير السنوي لتلك الفترة حوالي ١٩ ألف طن سنويا بمعدل نمو سنوي حوالي ٣%. وقد بلغت الطاقة الإنتاجية حوالي ٩٨٩ ألف طن في عام ٢٠٠٢ أي أكثر من ضعف ما كانت عليه في بداية الفترة، وتدهورت بشده حتى عام ٢٠٠٩ حيث بلغت الطاقة الإنتاجية للدجاج ما يعادل نحو ٥٤,٣% أي قرابة نصف ما كانت عليه في عام ٢٠٠٢. وإذا اخذ في الاعتبار الآثار السلبية المترتبة على أنفلونزا الطيور فان الطاقة الإنتاجية للدجاج في عام ٢٠٠٥ كانت حوالي ٨٤٥ ألف طن نقصت إلى حوالي ٥٣٧ ألف طن في عام ٢٠٠٩^(١).

مشكلة الدراسة:

لقد ترتب على انتقال وانتشار مرض أنفلونزا الطيور في مصر خلا واضطرابا ملحوظا في صناعة الدواجن والصناعات الأخرى المرتبطة بها، مما أدى إلى إغلاق البعض، وتغيير النشاط في البعض الآخر. وتحقيق خسائر مالية كبيرة، إلى جانب هذا التلخص من الكثير من الدواجن" عن طريق الأعدام"، بالإضافة إلى ارتفاع أسعار بدائل اللحوم البيضاء مما ألقى بعبء اكبر على المستهلك في مصر. فضلا عن محدودية وعدم قدرة منتجي هذه الصناعة على تصريف منتجاتها بكفاءة، الأمر الذي يترتب عليه انخفاض الأسعار المزرعية للدواجن الحية وتعرضها للتقلبات السعرية الشديدة بالإضافة إلى انخفاض نصيب المنتج من السعر النهائي وتحكم التجار والوسطاء في تحديد أسعار الدواجن، ثم أن عدم وجود مجازر وثلاجات بدرجه كافيه يترتب عليه عدم قدرة المنتجين على التخزين. ونظرا للانخفاض الشديد في المعروض من الدواجن بالأسواق نتيجة التلخص من الدواجن خوفا من انتشار أنفلونزا الطيور (٢٩ مليون دجاجة تم إعدامها في عام ٢٠٠٦ والتي قدرت قيمتها بحوالي ٤٦٣,٤ مليون جنيها وهي تمثل نحو ٩,٢% من صافي الدخل من قطاع الدواجن)، وكذا توقف عمليات الإنتاج الداجني في غالبية المزارع (٥٠ ألف مزرعة تجاريه بخلاف عشرات الآلاف من المزارع الأهلية علي مستوى الجمهورية عام ٢٠٠٦). الامر الذي أثر علي كفاءة تسويق الدواجن وتذبذب أسعارها بصفة عامة، مما يتطلب دراسة تحليلية لاقتصاديات إنتاج وتسويق الدواجن في ظل المتغيرات الراهنة.

تهدف الدراسة بصفة اساسية الي دراسة حالة لتحليل بيئة إنتاج وتسويق الدواجن في محافظة الفيوم في ظل المتغيرات الراهنة وذلك من خلال:

(١) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، " نشرات الثروة الحيوانية"، أعداد مختلفة، القاهرة، ٢٠٠٩.

أهداف الدراسة:

- ١- قياس أثر أهم مؤشرات النظام التسويقي الحالي على المستويات السعرية والهوامش التسويقية وكفاءة العملية التسويقية للحوم الدواجن.
 - ٢- تحديد المعوقات التي تقف عتبة أمام تطوير النظام التسويقي للدواجن في محافظة الفيوم وتحديد وسائل وأساليب التغلب عليها.
 - ٣- تحليل اثر انتقال وانتشار مرض أنفلونزا الطيور على اقتصاديات صناعة الدواجن في محافظة الفيوم.
 - ٤- تحليل (سلسلة القيمة) لأهم المسالك التسويقية للدواجن في محافظة الفيوم.
- مصادر البيانات والطريقة البحثية:** اعتمدت الدراسة علي بيانات تم تجميعها من خلال الاستعانة بأسلوب البحث الميداني كوسيلة للحصول علي البيانات التي تم تجميعها من عينة تمثل مجمع الدراسة، حيث صممت استمارة استبيان خاصة بالدراسة، وتم تجميع بياناتها بالمقابلة الشخصية مع مفردات عينة الدراسة، وقد اختيرت محافظة الفيوم كمنطقة لدراسة. واعتمدت الدراسة علي أسلوب التحليل الوصفي والكمي لتحليل البيانات التي أمكن تجميعها متمثلاً في تحليل سلسلة القيمة، وبعض مؤشرات الكفاءة التسويقية وذلك في تحليل وعرض ما توصلت إليه الدراسة من نتائج.

عينة الدراسة الميدانية:

تم سحب عينة الدراسة من محافظة الفيوم بطريقة عمدية عشوائية، حيث بلغ عدد المزارع في محافظة الفيوم ١٢٧٥ مزرعة عام ٢٠١١، وقد تم اختيار مركزي الفيوم، وسنورس، تمثيلاً لأكبر المراكز من حيث الأهمية النسبية لعدد مزارع دجاج اللحم حيث بلغ عدد المزارع في مركز الفيوم ٢٨٦ مزرعة تمثلت نحو ٢٢,٧% من إجمالي عدد المزارع علي مستوي المحافظة. في حين بلغ عدد المزارع في مركز سنورس ٥٧٨ مزرعة تمثلت نحو ٤٦,٧% من إجمالي عدد المزارع. وتم تحديد حجم العينة مرجحاً بالوسط الهندسي، حيث بلغ مفردات العينة ٧٠ مفردة، كما تم تقسيم العينة (٧٠ مفردة) إلى خمسة طاقات إنتاجية، السعة الأولى (أقل من ١٠٠٠٠ طائر) تمثلها ٢٤ مزرعة بنسبة حوالي ٣٤,٣% من جملة العينة، و ٢٠ مزرعة في السعة الثانية (١٠٠٠٠-١٥٠٠٠ طائر) تمثل حوالي ٢٨,٦% من جملة العينة، و ١٢ مزرعة في السعة الثالثة (١٥٠٠٠-٢٠٠٠٠ طائر) تمثل حوالي ١٧,١% من جملة العينة، و ٩ مزارع في السعة الرابعة (٢٠٠٠٠-٢٥٠٠٠ طائر) تمثل حوالي ١٢,٩% من جملة العينة، و ٥ مزارع في السعة الخامسة (٢٥٠٠٠ فأكثر) تمثل حوالي ٧,١% من جملة العينة.

نتائج الدراسة:

أولاً: الجوانب الإنتاجية لمزارع دجاج اللحم في عينة الدراسة:

١- نوعية الحيازة المزرعية:

يوضح الجدول رقم (١) توزيع مزارع العينة وفقاً للساعات الحيازية ونوعية الحيازة حيث يتضح سيادة المزارع ذات الملكية الخاصة حيث تمثل ٦٢,٨% من إجمالي العينة، أما المزارع المؤجرة تمثلت نحو ١٨,٦% من إجمالي العينة، أما الحيازة المشتركة فتمثلت ١٨,٦% من إجمالي العينة، كما يلاحظ في الجدول. ويلاحظ أنه كلما زادت سعة المزرعة تتجه الحيازة نحو الملكية الخاصة، وتكون الحيازات المؤجرة والمشاركة أكثر عند الساعات الأقل.

٢- عدد العنابر وعدد الدورات:

يتراوح عدد العنابر بالمزرعة بين (١-٥) عنابر وفقاً لسعتها الإنتاجية، وكلما زادت سعة المزرعة زادت أعداد العنابر. وفيما يخص عدد الدورات فإن متوسط عدد الدورات بالعينة يبلغ نحو ٤,٧٥ دورة سنوياً ويتضح أن هناك علاقة طردية بين عدد الدورات وسعة المزرعة، الأمر الذي يشير إلي أن المزارع ذات الساعات الكبيرة تتمكن من إنجاز عدد أكبر من الدورات سنوياً ويبلغ عدد الدورات أقصاه علي مستوي العينة في أكبر الساعات وهي السعة الخامسة بمتوسط ٥,٥ دورة/سنوياً يليها السعة الرابعة ١٣,٥ دورة/سنوياً يليها السعة الثالثة بمتوسط ٥ دورة/سنوياً يليها السعة الثانية بمتوسط ٤,١٥ دورة/سنوياً يليها السعة الأولى بمتوسط ٣,٥ دورة/سنوياً.

٣- موقف المزرعة من الترخيص:

يوضح الجدول رقم (١) توزيع مزارع العينة وفقاً لكل من ساعاتها وموقفها من الترخيص حيث يتضح أن أغلب مزارع العينة غير مرخصة حيث بلغ عددها ٥٩ مزرعة بالعينة تمثلت ٨٤,٣% من إجمالي العينة، أما المزارع المرخصة فقد بلغ عددها ٩ مزرعة بالعينة تمثلت ١٢,٩% من إجمالي العينة، بينما المزارع جارية الترخيص فيبلغ عددها ٢ مزرعة بالعينة تمثلت ٢,٨% من إجمالي العينة، كما يوضح الجدول. أنه كلما زادت سعة المزرعة تتجه المزارع إلي أن تكون مرخصة.

جدول رقم (١): توزيع مزارع العينة وفقاً لنوع الحيابة والموقف من الترخيص ولمصادر رأس المال .

السعة البيان	السعة الأولى		السعة الثانية		السعة الثالثة		السعة الرابعة		السعة الخامسة		الإجمالي	
	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد
توزيع مزارع العينة وفقاً لنوع الحيابة												
ملك	١٥	٦٢,٥	١١	٥٥	٨	٦٦,٦	٦	٦٦,٧	٤	٨٠	٤٤	٦٢,٨
إيجار	٤	١٦,٧	٦	٣٠	٢	١٦,٧	١	١١,١	-	-	١٣	١٨,٦
مشاركة	٥	٢٠,٨	٣	١٥	٢	١٦,٧	٢	٢٢,٢	١	٢٠	١٣	١٨,٦
الإجمالي	٢٤	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٢	١٠٠	٩	١٠٠	٥	١٠٠	٧٠	١٠٠
توزيع مزارع العينة وفقاً للموقف من الترخيص												
مرخص	١	٤,٢	١	٥	٢	١٦,٧	٢	٢٢,٢	٣	٦٠	٩	١٢,٩
غير مرخص	٢٢	٩١,٧	١٩	٩٥	١٠	٨٣,٣	٧	٧٧,٨	١	١٥	٥٩	٨٤,٣
جاري الترخيص	١	٤,١	-	-	-	-	-	-	-	١٥	٢	٢,٨
الإجمالي	٢٤	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٢	١٠٠	٩	١٠٠	٥	١٠٠	٧٠	١٠٠
توزيع مزارع العينة وفقاً لمصادر رأس المال												
ذاتي	١٧	٧٠,٨	١٥	٧٥	٧	٥٨,٣	٦	٦٦,٧	٤	٨٠	٤٩	٧٠
سعر فائدة	٢	٨,٤	٢	١٠	٣	٢٥	١	١١,١	-	-	٨	١١,٤
مشاركة	٥	٢٠,٨	٣	١٥	٢	١٦,٧	٢	٢٢,٢	١	٢٠	١٣	١٨,٦
قرض	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
الإجمالي	٢٤	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٢	١٠٠	٩	١٠٠	٥	١٠٠	٧٠	١٠٠

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان ٢٠١١.

٤- مصادر رأس المال:

يوضح الجدول رقم (١) أن أغلب مزارع العينة تعتمد علي التمويل الذاتي فيما يتعلق برأس المال وتمثل حوالي ٧٠% من إجمالي العينة، ويعزي زيادة الاعتماد علي رأس المال الذاتي بمزارع الدجاج إلي ارتفاع المخاطر في هذه الصناعة، والتي لا يضمن معها المزارع عائداً مستقراً يضمن لها الوفاء بالتزاماته المالية سواء كانت لقيمة القرض أو سعر الفائدة خاصة للمزارع ذات السعة المحدودة، وذلك ما يقف حاجز نحو تطويرها لتنافس المزارع ذات السعة الكبيرة حتي تضمن لنفسها عائداً مستقراً وذلك يفسر خروج عدد من المنتجين من حلقة الصناعة. بينما تمثل المزارع التي تعتمد علي رأس المال بسعر الفائدة حوالي ١١,٤% من إجمالي العينة، وتمثل المزارع التي تعتمد علي رأس المال بالمشاركة حوالي ١٨,٦% من إجمالي العينة. في حين أن لا يوجد أي مزارع تعتمد في رأس مالها علي القروض وذلك لان الدولة قامت بإلغاء القروض لمزارع الدواجن بعد انتشار مرض أنفلونزا الطيور في عام ٢٠٠٦. مما أدى إلي خروج عدد كبير من المنتجين وانخفاض الكفاءة التشغيلية الفعلية عن الكفاءة الكلية.

٥- مصادر الحصول علي الأعلاف:

تختلف مكونات العلف حسب عمر الكتكوت ونوعه، وتعتمد جميع مزارع العينة في حصولها علي الأعلاف من القطاع الخاص وشراء جاهزا مخلوطا بالإضافة ومركزات العليقة. ويحصل المنتج علي العلف عند باب المزرعة ولا يتكلف صاحب المزرعة مصاريف النقل، ومن ثم فإن الأعلاف تمثل نسبة كبيرة في تكلفة الإنتاج لمزارع الدواجن، نظراً لأن أغلب مكوناتها مستوردة من الخارج مما يمثل عبأً إضافياً علي الميزان التجاري المصري.

٦- العوامل المحددة لعدد الدورات وحجم الإنتاج بعينة الدراسة:

للتعرف علي أهم العوامل المحددة لبدء الدورة الإنتاجية وحجمها، قامت الدراسة بوضع ستة عوامل تم تحديدها من خلال استطلاع آراء بعض المنتجين بهذا المجال، وكذلك الدراسات السابقة، بالإضافة إلي محددات أخرى يمكن إضافتها، ليتم الاختيار من بينهما وفقاً لرأي عينة الدراسة. ويتضح من الجدول رقم (٢) أن مدي توافر التمويل اللازم لمواجهة التكاليف هو المحدد الأول لعدد الدورات وحجم الإنتاج بعينة الدراسة ويمثل نحو ٩٥,٧% من إجمالي العينة، ويأتي في المرتبة الثانية من العوامل المحددة لعدد الدورات وحجمها مدي توافر الكتكوت الجيد ويمثل نحو ٨٠% من إجمالي العينة، ويعتبر انتشار الأمراض الوبائية العامل الثالث المحدد لعدد الدورات وحجمها وأشار إلي ذلك حوالي ٧٢,٩% من إجمالي العينة، والظروف المناخية تأتي في

المرتبة الرابعة وأشار إليها نحو ٦٢% من إجمالي العينة، بينما تأتي في المرتبة الخامسة وأشار إليه حوالي ٥١% من إجمالي العينة المناسبات والمواسم والأعياد من العوامل المحددة لعدد الدورات وحجمها ، وأخيرا يظهر بالعينة عامل آخر أضافة المنتجين أصحاب المزارع وهو مدي توافر الأعلاف الجيدة ويحتل المرتبة السادسة والأخيرة وأشار إليه حوالي ٤٠% من إجمالي العينة.

جدول رقم (٢): العوامل المحددة لعدد الدورات وحجم الإنتاج بعينة الدراسة

الترتيب	السعة الأولى		السعة الثانية		السعة الثالثة		السعة الرابعة		السعة الخامسة		الإجمالي	
	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد
١- مدي توافر التمويل اللازم	٩٥,٨	٢٣	٩٥	١٩	١٠٠	١٢	٨٦	٨٨,٩	٥	١٠٠	٦٧	٩٥,٧
٢- مدي توافر الكتكتوت الجيد	٨٧,٥	٢١	٨٠	١٦	٧٥	٩	٦	٦٦,٧	٤	٨٠	٥٦	٨٠
٣- انتشار الأمراض الوبائية	٧٥	١٨	٨٠	١٦	٦٦,٧	٨	٦	٦٦,٧	٣	٦٠	٥١	٧٢,٩
٤- الظروف المناخية	٦٢,٥	١٥	٦٥	١٣	٦٦,٧	٨	٥	٥٥,٦	٣	٦٠	٤٤	٦٢,٩
٥- المناسبات والمواسم والأعياد	٥٤,٢	١٣	٦٠	١٢	٥٠	٦	٣	٣٣,٣	٢	٤٠	٣٦	٥١,٤
٦- مدي توافر الأعلاف	٤١,٧	١٠	٤٥	٩	٥٠	٦	٢	٢٢,٢	١	٢٠	٢٨	٤٠

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان ٢٠١١.

٧- التكاليف والإيرادات وصافي العائد لمنتجي دجاج اللحم بعينة الدراسة:

يوضح الجدول رقم (٣) متوسط تكاليف الإنتاج لكل طن من دجاج اللحم للساعات المزرعية المختلفة ويشير الجدول الي ان متوسط تكاليف الإنتاج لطن من دجاج اللحم قد بلغ بالسعة المزرعية الأولى نحو ٨٩٥٩ جنيها/طن تمثل نحو ٢٠,٥% من إجمالي متوسط التكاليف، بينما بلغ للسعة المزرعية الثانية نحو ٨٨٨٤ جنيها/طن تمثل نحو ٢٠,٣% من متوسط إجمالي التكاليف، في حين بلغ للسعة المزرعية الثالثة نحو ٨٧٩٥ جنيها/طن تمثل نحو ٢٠,١% من متوسط إجمالي التكاليف، وهكذا فإنه بلغ للسعة المزرعية الرابعة نحو ٨٦٧٦ جنيها/طن تمثل نحو ١٩,٨% من متوسط إجمالي التكاليف، بينما بلغ للسعة المزرعية الخامسة نحو ٨٤٨٥ جنيها/طن تمثل نحو ١٩,٤% من متوسط إجمالي التكاليف، وبلغ متوسط التكاليف التسويقية لمنتجي دجاج اللحم علي مستوي العينة نحو ٨٧٥٩,٨ جنيها/طن.

جدول رقم (٣): التوزيع النسبي لمتوسط تكاليف الإنتاج وإيرادات وصافي العائد لمنتجي دجاج اللحم بعينة الدراسة عام ٢٠١١ جنية/طن

البيان	السعة الأولى	الانحراف عن المتوسط	السعة الثانية	الانحراف عن المتوسط	السعة الثالثة	الانحراف عن المتوسط	السعة الرابعة	الانحراف عن المتوسط	السعة الخامسة	الانحراف عن المتوسط	متوسط العينة
تكاليف الإنتاج	٨٩٥٩	١٩٩,٢	٨٨٨٤	١٢٤,٢	٨٧٩٥	٣٥,٢	٨٦٧٦	٨٣,٨	٨٤٨٥	٢٧٤,٨	٨٧٥٩,٨
إجمالي الإيرادات	١٢٣٢٧,٨	٢٤٦,٣	١٢٣٣٢,١	٢٤٢-	١٢٥٢٧,٦	٤٦,٥-	١٢٦٦١,١	٨٧	١٣٠٢١,٧	٤٤٧,٦	١٢٥٧٤,١
صافي العائد	٣٣٦٨,٨	٤٤٥,٥-	٣٤٤٨,١	٣٦٦,٢-	٣٧٣٢,٦	٨١,٧-	٣٩٨٥,١	١٧٠,٨	٤٥٣٦,٦٥	٧٢٢,٣٥	٣٨١٤,٣

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان، ٢٠١١.

ثانيا: تحليل أثر مرض أنفلونزا الطيور علي إنتاج مزارع دجاج اللحم في عينة الدراسة:

١- أسباب ونسبة النفوق وطريقة التخلص من الناقق:

تبين من متابعة مزارع العينة أن متوسط نسبة النفوق يتراوح ما بين ٢-١٠% من عدد الدجاج في الدورة وذلك يرجع إلي أمراض فيروسية وبكتيرية بحوالي ٥٤,٣% من إجمالي العينة، وبسبب سوء الكتكتوت بحوالي ١٧,٢% من إجمالي العينة، وقد تبين أن ذلك المعدل يكون في مستواه الأدنى للمزارع مرتفعة السعة، والعكس للمزارع ذات السعة المنخفضة والمحدودة. بينما يتراوح متوسط نسبة النفوق بسبب مرض أنفلونزا الطيور ما بين ١٢-٣٠% من الدجاج في الدورة، بينما أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن حوالي ٢٨,٦% من إجمالي العينة كان نفوقها بسبب مرض أنفلونزا الطيور كما هو موضح بالجدول رقم (٤). كما يتبين أن

التخلص من النفاق يتم بالحرق والدفن في الأراضي الصحراوية أو بإلقائها في الترع والمصارف أو بالدفن أسفل الأشجار مما يؤكد ضرورة الاستفادة من النفاق بشكل أفضل وتوفير وسائل وأماكن خاصة لتجميع النفاق للحفاظ علي البيئة من المزارع واستخدامه في بعض الصناعات كالورق والسماد وغيرها مع عدم التأثير السيئ علي البيئة في نفس الوقت.

٢- كيفية التصرف في الدجاج المصاب والجهة القائمة بإعدام الدجاج:

تبين من بيانات مزارع العينة أن حوالي ٢٨,٦% من إجمالي العينة كان نفوقها بسبب مرض أنفلونزا الطيور، واتضح أن اغلب مزارع العينة المصابة تم إعدام الدجاج المصاب فقط بالأنفلونزا الطيور حيث أشار إلي ذلك حوالي ٤٥%، في حين لم يتم الإعدام الجائر للدجاج السليم كما حدث في عام ٢٠٠٦ ولكن المصاب فقط، بينما يظهر بالعينة عامل آخر أضافه المنتجون أصحاب المزارع وهو عدم الإعدام والتصريف في الإنتاج وأشار إليها حوالي ٥٥% من إجمالي المزارع المصابة. وفيما يتعلق بالجهة القائمة بإعدام الدجاج المصاب فإنه يتضح من بيانات الجدول رقم(٤) أن الهيئة العامة للخدمات البيطرية قامت بإعدام حوالي ٣٥% من إجمالي المزارع المصابة، في حين تبين أن حوالي ١٠% من إجمالي المزارع المصابة قد قامت بنفسها بالإعدام، كما يتبين أن الدولة لم تقم بصرف أي تعويضات للمنتجين إلا في عام ٢٠٠٦ فقط.

جدول رقم (٤): أسباب نفوق دجاج اللحم وكيفية التصرف في الدجاج المصاب بعينة الدراسة

السعة البيان	السعة الأولى		السعة الثانية		السعة الثالثة		السعة الرابعة		السعة الخامسة		الإجمالي	
	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد
أسباب نفوق دجاج اللحم												
بسبب سوء الككتوت	٣	١٢,٥	٣	١٥	٢	١٦,٧	٣	٣٣,٣	١	٢٠	١٢	١٧,٢
أنفلونزا الطيور	٧	٢٩,٢	٦	٣٠	٤	٣٣,٣	٢	٢٢,٢	١	٢٠	٢٠	٢٨,٦
أمراض بكتيرية وفيروسية	١٤	٥٨,٣	١١	٥٥	٦	٥٠	٤	٤٤,٥	٣	٦٠	٣٨	٥٤,٣
الإجمالي	٢٤	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٢	١٠٠	٩	١٠٠	٥	١٠٠	٧٠	١٠٠
كيفية التصرف في الدجاج المصاب												
الإعدام من قبل المزرعة	١	١٤,٤	١	١٦,٧	-	-	-	-	-	-	٢	١٠
الإعدام من قبل الدولة	٣	٤٢,٩	٢	٣٣,٣	١	٢٥	١	٥٠	-	-	٧	٣٥
عدم الإعدام والتصرف في الإنتاج	٣	٤٢,٩	٣	٥٠	٣	٧٥	١	٥٠	١	١٠٠	١١	٥٥
الإجمالي	٧	١٠٠	٦	١٠٠	٤	١٠٠	٢	١٠٠	١	١٠٠	٢٠	١٠٠

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان ٢٠١١.

٣- الآثار الاقتصادية لإنتشار مرض أنفلونزا الطيور علي الإنتاج في عينة الدراسة:

تشير نتائج الدراسة إلي أن حجم الإنتاج الفعلي كان أقل من المخطط له لدي جميع مزارع العينة، وان معدلات الإنتاج بجميع الساعات ابعدها ما يكون عن حجم الإنتاج الأمثل خلال عينة الدراسة، كنتيجة للآثار المباشرة وغير المباشرة لإنتشار مرض أنفلونزا الطيور علي قطاع الدجاج في مصر، وتهدف الدراسة من استعراض وتحليل البيانات إلي التعرف علي حجم الخسائر الناتجة عن إعدام الطيور، حتي يتضح لمتخذي القرار أبعاد الخسائر والمخاطر الناجمة عن انتشار هذا المرض علي صناعة الدواجن ككل. هذا ويمكن الإشارة إلي حجم الخسائر الذي تعرض لها قطاع دجاج التسمين الحي بمحافظة الفيوم بناء علي بيانات عينة الدراسة:

أ- الآثار الاقتصادية المباشرة :

-حجم الخسائر الناجمة عن التخلص من الدواجن "عن طريق الأعدام" بعينة الدراسة: حيث تقدر الدراسة الخسارة المترتبة علي الإعدام المباشر نتيجة لإنتشار مرض أنفلونزا الطيور بعينة الدراسة وذلك كما يلي:

$$\text{حجم الخسائر الناجمة عن إعدام الدواجن} = \text{إجمالي حالات الإعدام بالألف} \times \text{متوسط وزن الدجاجة بالكيلوجرام} \times \text{متوسط سعر الكيلوجرام للدجاجة}$$

$$= ٤٩,٩٩٦ \times ١,٧ \times ١٢,٥٣ = ١٠٦٤,٩٦ \text{ ألف جنية.}$$

تشير تقديرات الدراسة إلي أن إجمالي حالات الإعدام نتيجة لإنتشار مرض أنفلونزا الطيور بعينة الدراسة حوالي ٤٩,٩٩٦ ألف طائر من حجم الإنتاج الكلي بالعينة والذي يقدر بنحو ١١٧٠,٢ ألف طائر

وبنسبة إعدام تمثل ٤, ٢٣% من إجمالي حجم الإنتاج الكلي بالعينة، أما بالنسبة لمتوسط الوزن التسويقي يمثل حوالي ١,٧ كجم، وبلغ متوسط سعر السوق ١٢,٥٣ جنية/كجم، فقدرت حجم الخسائر الناجمة عن إعدام الدواجن بعينة الدراسة حوالي ١,٠٦٤ مليون جنية بالأسعار الجارية.

- حجم الخسائر نتيجة زيادة معدلات النفوق: باستطلاع آراء المنتجين تبين أن متوسط معدل النفوق في الدورات الإنتاجية بدون مشاكل ومسببات مرضية يتراوح ما بين (٢-٥%) "بمتوسط ٣,٥% حسب الساعات الانتاجية المختلفة" وسوف يتم تقدير حجم الخسائر نتيجة زيادة معدلات النفوق عن معدلاتها الطبيعية ويتم تقديرها كما يلي:

حجم الخسائر نتيجة زيادة معدلات النفوق =
 الإنتاج الفعلي × الفرق بين متوسط معدلات النفوق × متوسط الوزن × متوسط السعر
 = ١١٧٠,٢ × (٦,٨ - ٣,٥) × ١,٧ × ١٢,٥٣ = ٨٢٢,٥٧ ألف جنية
 وبناء عليه قدرت الدراسة حجم الخسائر نتيجة زيادة معدلات النفوق بحوالي ٨٢٢,٦ ألف جنية بالأسعار الجارية.

إجمالي الخسائر المباشرة لقطاع التسويق =
 حجم الخسائر الناجمة عن إعدام الدواجن + حجم الخسائر نتيجة زيادة معدلات النفوق = ١٠٦٤,٩٦ + ٨٢٢,٥٧ = ١٨٨٦,٥٧ ألف جنية.

ب- الآثار الاقتصادية غير المباشرة:

أوضحت نتائج الدراسة ان الآثار غير المباشرة المتمثلة في تعطيل استخدام الموارد الاقتصادية المتاحة في الوصول إلي الحجم الامثل كنتيجة مباشرة وغير مباشرة لانتشار الوباء وزيادة المخاطرة واللايقين في الإنتاج وعدم قدرة أصحاب المزارع في توقع العمر التسويقي الامثل الذي يمكن تحقيقه، وكذلك الأوزان المثلي للتسويق خلال الموسم بالإضافة إلي زيادة التقلبات السعرية بين المدخلات والمخرجات في الصناعة، مما أدى إلي تعطيل العمل بالمزارع والعنابر بشكل كلي أو جزئي حيث تقدر الطاقة الإنتاجية بنحو ٦,٦٥% من الطاقة الكلية المتاحة علي مستويات الصناعة بالمحافظة، وقد تم تقدير الخسائر غير المباشرة للطاقة الإنتاجية الاستثمارية المعطلة عن الإنتاج كما يلي:

- الخسائر غير المباشرة للطاقة الإنتاجية الاستثمارية المعطلة عن الإنتاج
 = الطاقة الإنتاجية الكلية المتاحة × النسبة المئوية للطاقة المعطلة × الربح (القيمة الإيجازية)
 = ٤٣٨٨٢٥,٥ ألف دجاجة × ٣٤,٤% × ١,٠ جنية/ دجاجة = ١٥٠٩٥,٥٨ ألف جنية.
 وعلي ذلك فإن حجم الخسائر نتيجة للطاقة الإنتاجية الاستثمارية المعطلة عن الإنتاج بلغ حوالي ١٥,٠٩٥ مليون جنية

- الخسائر غير المباشرة نتيجة معدلات الفرزة:

= الطاقة الفعلية للإنتاج × معدل الفرزة × متوسط وزن الفرزة × سعر الفرزة في السوق
 = ١١٧٠,٢ × ٤,٣٢% × ٠,٩٥٠ كجم × ٨,٣٣ = ٤٠٠,٠٥ ألف جنية
 فقدرت حجم الخسائر غير المباشرة نتيجة معدلات الفرزة بحوالي ٤٠٠ ألف جنية، مع العلم بان سعر الفرزة يقل الثلث عن سعر السوق ومتوسط وزن الفرزة ٩٥٠ جرام .
 إجمالي الخسائر غير المباشرة لقطاع التسويق =
 الخسائر للطاقة الإنتاجية الاستثمارية المعطلة عن الإنتاج + الخسائر نتيجة معدلات الفرزة
 = ١٥٠٩٥,٥٨ + ٤٠٠,٠٥ = ١٥٤٥٩,٦٣ ألف جنية
 وفي ضوء ذلك فإن إجمالي الخسائر غير المباشرة لقطاع التسويق داخل المحافظة يصل إلي نحو ١٥,٤٦٠ مليون جنية.

ويقدر إجمالي الخسائر التي تعرض لها قطاع صناعة الدواجن بالفيوم نتيجة للآثار المباشرة وغير المباشرة الناجمة عن انتشار مرض أنفلونزا الطيور
 = ١٨٨٦,٥٧ + ١٥٤٥٩,٦٣ = ١٧٣٤٦,٢ الف جنية.
 ويعني ذلك أن إجمالي الخسارة التي تعرض لها قطاع صناعة الدواجن بالفيوم الناجمة عن انتشار مرض أنفلونزا الطيور قد بلغ نحو ١٧,٣٤٦ مليون جنية.

ثالثاً: الجوانب التسويقية لمزارع دجاج اللحم في عينة الدراسة:

١- سلسلة القيمة لدجاج اللحم بعينة الدراسة:

تمر سلسلة القيمة لدجاج اللحم بخطوات عديدة حتي وصول المنتج الي المستهلك النهائي ويمكن تقسيم هذه الخطوات الي مرحلتين رئيسيتين: المرحلة الاولى الدجاج الحي، المرحلة الثانية الدجاج المذبوح. وترتكز هذه الدراسة علي المرحلة الاولى، وخلال هذه المرحلة يمر دجاج اللحم من خلال العديد من الجهات والأفراد الذين يتعاملون على طول السلسلة، كما سيتبين لاحقاً.

أ- ترتيب سلسلة القيمة:

يحتوي النشاط على سبعة أنظمة للمسالك التسويقية، كما هو مبين بالشكل رقم (١) الذي يوضح أشكال التدفقات داخل سلسلة القيمة، وأوضحت ما يلي:

١- أشارت الدراسة أنه يتم تصريف الناتج النهائي للبيع مباشرة إلي تجار الجملة لنحو ٨٥,٦% من حجم الإنتاج الكلي والقابل للتداول بالعينة، كما يقدر عدد تجار الجملة بالعينة نحو ٨ تاجر بمتوسط حجم للتعامل بالسوق يقدر بنحو ١٠,٤ طن/شهر، ويقوم تجار الجملة بتوريد الدجاج إلي تجار التجزئة بما يقرب من ٨٠% من إجمالي حصته ويقوم تاجر الجملة بتوريد هذه الكميات كل يوم حسب تسويق تاجر التجزئة اليومي ويتم إضافة (٢٥ - ٥٠) قرش للكيلوجرام ويكون تاجر الجملة غير مسئول عن تراجع الوزن والنافق ويستلم تاجر التجزئة أفضاهه كما هي بدون مراجعة. يوجد نظام آخر حيث يتم استلام الدجاج بوزن وحدة وفرز بسعر يتراوح بين (٠,٧٥ - ١) جنيه للكيلوجرام، ويتم التوريد للمجازر بحوالي ١٠,٣% من حصة تاجر الجملة من حجم الإنتاج الكلي والقابل للتداول بالعينة ويقوم المجزر بالاتفاق مع تاجر الجملة بتسليمه الدجاج المطلوب بالكمية والوزن حسب تسويق المجزر، يكون الاتفاق بشراء الكيلوجرام الحي أعلى من السوق بـ (١-٢ جنيه) ويتحمل تاجر الجملة تكاليف النقل والنافق، المجزر يستلم فقط وزن قبل الذبح وليس له علاقة بوزن المزرعة، ويقوم تاجر الجملة بالتوريد للمؤسسات التعاقدية والمطاعم والفنادق والشوايات بنسبة ٨,٤%، وللمستهلك النهائي ١,١% من إجمالي حصته.

٢- والمسلك الثاني يتم تصريف الناتج النهائي للبيع مباشرة إلي سمسرة ووسطاء بنحو ٨,١% من حجم الإنتاج الكلي والقابل للتداول بالعينة ويقوم السمسرة والوسطاء بتوريد الدجاج إلي تاجر الجملة بنسبة ٧٧,٨%، ويتم ذلك نظير عمولة ثابتة دون أن يتحمل السمسار أو الوسيط أي خسائر مادية، ويقوم بالتوريد أيضاً لتاجر التجزئة والمجازر بنحو ٢٢,٢% من إجمالي حصة السمسرة والوسطاء ويدور هم للمستهلك النهائي.

٣- والمسلك الثالث يتم تصريف المنتج النهائي للبيع مباشرة إلي المجازر بنحو ٣,٦% من حجم الإنتاج الكلي والقابل للتداول بالعينة، ويقوم المجزر بذبج الدجاج وتصنيفها إلي عدة أوزان تبدأ ب ٦٠٠ - ٦٥٠ علي الكيس ٦٥٠ - ٧٠٠ وهكذا حتي ٩٥٠ - ١٠٠٠ وبعد ذلك يكون الوزن ١٠٠٠ - ١١٠٠ ويستمر حتي ١٣٠٠ - ١٤٠٠ وبعده يتم تشفيه الدجاج التي أكبر من ١٤٠٠ إلي فيلية- أورك شيش- صدور- هياكل. تكون صور منتجات المجازر متمثلة في الوزن المذبوح ابتداء من ٦٠٠ - ٦٥٠ حتي ١٣٠٠ - ١٤٠٠ والمصنعات (صدور- فيلية - أورك- شيش- كبد وقوانص - هياكل- دهن وفي بعض الأحيان أرجل بالإضافة إلي مخلفات المجازر دم - ريش.....الخ) يتم بيعها لمزارع السمك، ويقوم المجزر بتوزيع المنتجات إلي تجار التجزئة ولا يواجه تاجر تجزئة مشكلة في النقل لأن سيارة المجزر تنقل له الدجاج المذبوح بالإضافة إلي حفظ المنتج في ثلاجة حفظ حتي يتم تسويقه ولكن هذا غير متواجد بالقرى والمراكز، وينتشر أكثر في المدن الرئيسية فقط. ويقوم المجزر بتوزيع المنتجات إلي السوبر ماركت ومنافذ التسويق والمطاعم والشوايات والفنادق والبيع بالوزن للمستهلك.

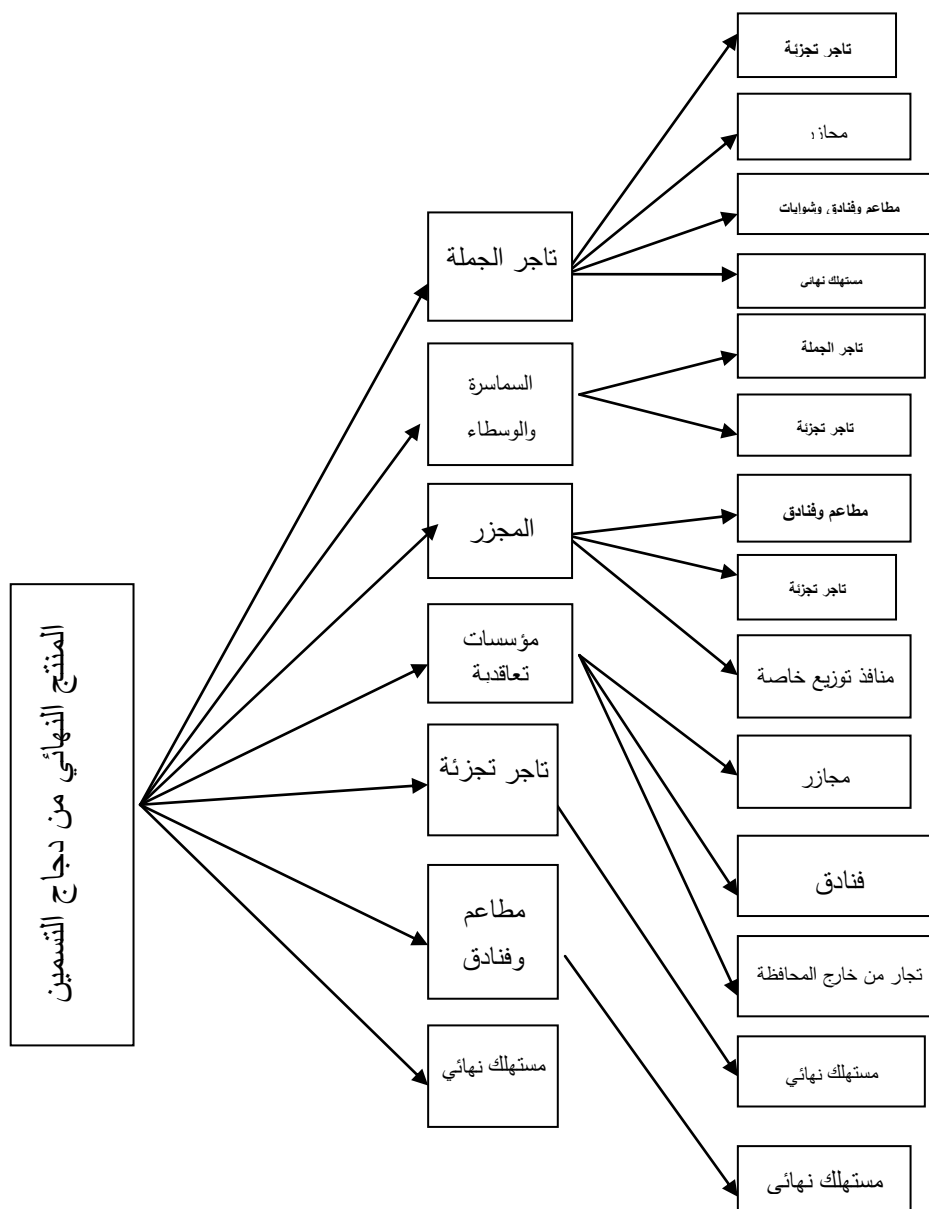
٤- والمسلك الرابع يتم تصريف المنتج النهائي للبيع مباشرة إلي مؤسسات تعاقدية بنحو ١,٤% من حجم الإنتاج الكلي والقابل للتداول بالعينة وتقوم هذه المؤسسات بالتعاقد مع المجازر والفنادق وتجار جملة من خارج المحافظة بتوريد حصة متفق عليها مسبقاً.

٥- المسلك الخامس يتم تصريف المنتج النهائي للبيع مباشرة إلي تاجر التجزئة بنحو ٠,٧% من حجم الإنتاج الكلي والقابل للتداول، ويقدر عدد تجار التجزئة بالعينة بنحو ٢٢ تاجر بمتوسط حجم تعامل بنحو ١,٨ طن /شهر بالمدن ويقدر حجم التعامل لتاجر التجزئة بالريف نحو ٠,٥ طن الاكتفاء الذاتي بالريف، ويقوم تاجر التجزئة بالبيع للمستهلك النهائي.

٦- المسلك السادس يتم تصريف المنتج النهائي للبيع مباشرة إلي الفنادق والمطاعم والشوايات بنحو ٠,٦% من حجم الإنتاج الكلي والقابل للتداول بالعينة.

٧- المسلك السابع يتم تصريف المنتج النهائي للبيع مباشرة إلي المستهلك النهائي بنحو ٠,٣% من حجم الإنتاج الكلي والقابل للتداول بالعينة.

الشكل رقم (١): المسالك التسويقية لدواجن التسمين الحية والأهمية النسبية لتعامل الوسطاء في المسلك التسويقي في محافظة الفيوم عام ٢٠١١



المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة، ٢٠١١.

ب- التكاليف والإيرادات وصافي العائد لتاجر الجملة بعينة الدراسة:

يوضح الجدول (٥) متوسط التكاليف التسويقية لتجار جملة دجاج اللحم للساعات المزرعية المختلفة ويشير الجدول الي ان متوسط التكاليف التسويقية لطن من دجاج اللحم قد بلغ بالسعة المزرعية الأولى نحو ٢٢١,٩ جنيهها/طن تمثل نحو ٢٠,٥% من متوسط إجمالي التكاليف، بينما بلغ بالسعة المزرعية الثانية نحو ٢٢١,٩ جنيهها/طن تمثل نحو ٢٠,٣% من متوسط إجمالي التكاليف، في حين بلغ في السعة المزرعية الثالثة نحو ٢٢٣ جنيهها/طن تمثل نحو ٢٠,١% من متوسط إجمالي التكاليف، وهكذا فقد بلغ في السعة المزرعية

الرابعة نحو ١٧١,٩ جنيه/طن تمثل نحو ١٩,٨% من متوسط إجمالي التكاليف، بينما بلغ في السعة المزرعية الخامسة نحو ١٧٣,١ جنيه/طن تمثل نحو ١٩,٤% من متوسط إجمالي التكاليف، ويشير الجدول رقم (٥) إلي أن متوسط التكاليف التسويقية لتاجر الجملة علي مستوي العينة قد بلغ نحو ٢٠٤,٤ جنيه/طن.

جدول رقم (٥): التوزيع النسبي لمتوسط التكاليف التسويقية والإيرادات وصافي العائد لتاجر الجملة بعينة

الدراسة عام ٢٠١١ جنية/طن /شهر										
البيان	السعة الاولى	الانحراف عن المتوسط	السعة الثانية	الانحراف عن المتوسط	السعة الثالثة	الانحراف عن المتوسط	السعة الرابعة	الانحراف عن المتوسط	السعة الخامسة	الانحراف عن المتوسط
التكاليف التسويقية	٢٢١,٩	١٧,٥٤	٢٢١,٩	١٧,٥٤	٢٣٣	٢٨,٦٤	١٧١,٩	٣٢,٥-	١٧٣,١	٣١,٣-
اجمالي الإيرادات	١١٩٠,٨	٢٢٧,٢	١١٩٠,٨	٢٢٧,٢	٩٩١,٥	٢٧,٩	٨٩٦,٩٤	٦٦,٧-	٥٤٨,١	٤١٥,٥٣-
صافي العائد	٩٦٨,٢	٢٠٣,٥	٩٦٨,٢	٢٠٣,٥	٧٥٨,٦	٦,١-	٧٥٢,٠٤	١٢,٧-	٣٧٥	٣٨٩,٧-

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان تاجر الجملة، ٢٠١١.

جـ التكاليف والإيرادات وصافي العائد لتاجر التجزئة بعينة الدراسة:

يوضح الجدول رقم (٦) متوسط التكاليف التسويقية لكل طن/شهر من دجاج اللحم لتاجر التجزئة الدواجن ويشير الجدول إلي أن متوسط التكاليف التسويقية لطن من دجاج اللحم قد بلغ نحو ٤٦٥,٢ جنيه/طن، بينما بلغ متوسط إجمالي الإيرادات لكل طن من دجاج اللحم لتاجر تجزئة الدواجن نحو ١١٢٢,٧٥ جنيه/طن، في حين بلغ متوسط صافي عائد الدواجن لكل طن من دجاج اللحم لتاجر التجزئة الدواجن نحو ٦٥٧,٥٥ جنيه/طن.

جدول رقم (٦): متوسط التكاليف التسويقية وإيرادات وصافي العائد لتاجر التجزئة بعينة الدراسة عام

٢٠١١ جنية/طن			
البيان	التكاليف التسويقية	اجمالي الإيرادات	صافي العائد
طن/شهر	٤٦٥,٢	١١٢٢,٧٥	٦٥٧,٥٥

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان تاجر التجزئة، ٢٠١١.

د- توزيع التكلفة والعائد بين المتعاملين في المراحل المختلفة:

تم حساب الربح أو الخسارة لجميع المتعاملين في سلسلة انتاج وتسويق دجاج اللحم بناءً على واقع العمل الحالي المطبق لجميع أشكال الأنظمة المستخدمة في منظومة الإنتاج والتسويق في عينة الدراسة. في النظام الأول يقوم المنتج بجميع المراحل في السلسلة من بداية الإنتاج وصولاً للمستهلك النهائي، وبهذا فإنه يتحمل نسبة ١٠٠% من إجمالي التكاليف الإنتاجية ولا توجد تكاليف تسويقية حيث يتم البيع عند باب المزرعة للمستهلك النهائي وغالباً ما تكون مثل هذه المزارع صغيرة وقريبة من المناطق السكنية ذات الكثافة العالية، ومن ثم فإن المنتج يحصل على ١٠٠% من سعر المستهلك وذلك كما هو موضح بالجدول رقم (٧).

وأما في النظام الثاني فإن المنتج يقوم بالعملية الإنتاجية، في حين يقوم تاجر التجزئة بالعملية التسويقية وكما هو موضح بالجدول رقم (٧) فإن المنتج يتحمل نسبة ٩٤,٤% من متوسط إجمالي التكاليف الإنتاجية والتسويقية، في حين يقوم تاجر التجزئة بالعملية التسويقية ويتحمل ٥,٦% من إجمالي التكاليف الإنتاجية والتسويقية، ويتوزع متوسط العائد من البيع على كل من المنتج وتاجر التجزئة بنسبة ٨٥,٧%، ١٤,٣% لكل منهما على الترتيب.

وفي النظام الثالث، يلاحظ أن المنتج يقوم بالعملية الإنتاجية، يتحمل نسبة ٩٧,٧% من متوسط إجمالي التكاليف الإنتاجية والتسويقية، وتاجر الجملة يقوم بالعملية التسويقية وصولاً إلي المستهلك النهائي ويتحمل ٢,٣% من متوسط إجمالي التكاليف الإنتاجية والتسويقية، ويتوزع متوسط العائد من البيع على كل من المنتج وتاجر الجملة بنسبة ٨٥,٨%، ١٤,٢% لكل منهم على الترتيب.

وفي النظام الرابع، تتوزع العمليات المختلفة وتكلفتها بين المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة، ونجد أن المنتج الذي يقوم بالعملية الإنتاجية ويتحمل نسبة ٩٣,٩% من إجمالي التكاليف الإنتاجية والتسويقية، وتاجر الجملة والتجزئة يقومان بالعملية التسويقية وصولاً إلي المستهلك النهائي ويتحمل ٢,٣%، ٣,٨% من إجمالي التكاليف الإنتاجية والتسويقية لكل منهم على الترتيب، ويتوزع العائد من البيع على كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة بنسبة ٨٥,٨%، ٦,٦%، ٧,٦% لكل منهم على الترتيب.

وفي النظام الخامس، تتوزع العمليات المختلفة وتكلفتها بين المنتج وتاجر التجزئة، ونجد أن المنتج الذي يقوم بالعملية الإنتاجية ويتحمل نسبة ٩٤,٥% من إجمالي التكاليف الانتاجية والتسويقية، ويقوم السمسار بالعمل علي تقريب وجهات النظر بين كل من المنتج وتاجر التجزئة حيث لا يتحمل أي أعباء مالية، ويتفاوض في الأسعار وينهي الصفقة،

جدول رقم (٧): توزيع التكلفة والعائد بين المتعاملين في المراحل المختلفة جنية/طن

النظام	المتعامل	البند	القيمة	% من إجمالي التكاليف	% من إجمالي العائد
النظام الأول	منتج	التكلفة	٨٧٥٩,٨	١٠٠	
		العائد	١٦٧٥٠,٧٥		١٠٠
		الربح	٧٩٩٠,٩٥		
النظام الثاني	منتج	التكلفة	٨٧٥٩,٨	٩٤,٤	٨٥,٧
		العائد	١٢٥٧٤,١		
		الربح	٣٨١٤,٣		
	تاجر تجزئة	التكلفة	٥١٥,٢	٥,٦	
		العائد	٢٠٩٠,٨١		١٤,٣
		الربح	١٥٧٥,٦١		
النظام الثالث	منتج	التكلفة	٨٧٥٩,٨	٩٧,٧	٨٥,٨
		العائد	١٢٥٧٤,١		
		الربح	٣٨١٤,٣		
	تاجر جملة	التكلفة	٢٠٤,٤	٢,٣	
		العائد	٢٠٨٤,٩٢٥		١٤,٢
		الربح	١٨٨٠,٥٢٥		
النظام الرابع	منتج	التكلفة	٨٧٥٩,٨	٩٣,٩	٨٥,٨
		العائد	١٢٥٧٤,١		
		الربح	٣٨١٤,٣		
	تاجر جملة	التكلفة	٢٠٤,٤	٢,٣	
		العائد	٩٦٣,٣		٦,٦
		الربح	٧٥٨,٩		
	تاجر تجزئة	التكلفة	٥١٥,٢	٣,٨	
		العائد	١١٢٢,٧٥		٧,٦
		الربح	٦٥٧,٥٥		
النظام الخامس	منتج	التكلفة	٨٨٥٩,٨	٩٤,٥	٨٥,٢
		العائد	١٢٥٧٤,١		
		الربح	٣٧١٤,٣		
	سمسار	التكلفة	-	-	
		العائد	١٠٠		٠,٧
		الربح	١٠٠		
	تاجر تجزئة	التكلفة	٥١٥,٢	٥,٥	
		العائد	٢٠٩٠,٨١		١٤,٢
		الربح	١٥٧٥,٦١		
النظام السادس	منتج	التكلفة	٨٨٥٩,٨	٩٦,٧	٨٥,٢
		العائد	١٢٥٧٤,١		
		الربح	٣٧١٤,٣		
	سمسار	التكلفة	-	-	
		العائد	١٠٠		٠,٧
		الربح	١٠٠		
تاجر جملة	التكلفة	٢٠٤,٤	٣,٣		
	العائد	٢٠٨٤,٩٢٥		١٤,١	
		الربح	١٧٨٠,٥٢٥		

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان للمنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة، ٢٠١١

ثم يخصم عمولته قبل توريد السلعة وتبلغ نحو ١٠٠ جنية/طن، وتاجر التجزئة يقوم بالعملية التسويقية وصولاً بالمستهلك النهائي ويتحمل ٥,٥%، من إجمالي التكاليف الانتاجية والتسويقية، ويتوزع العائد من البيع على كل من المنتج والسمسار وتاجر التجزئة بنسبة ٨٥,٢%، ٠,٧%، ١,١% لكل منهم على الترتيب. وفي النظام السادس، تتوزع العمليات المختلفة وتكلفتها بين المنتج وتاجر الجملة، ونجد أن المنتج الذي يقوم بالعملية الإنتاجية ويتحمل نسبة ٩٦,٧% من إجمالي التكاليف الانتاجية والتسويقية، ويقوم السمسار بالعمل علي تقريب وجهات النظر بين كل من المنتج وتاجر الجملة حيث لا يتحمل أي أعباء مالية، ويتفاوض في الأسعار وينهي الصفقة، ثم يخصم عمولته قبل توريد السلعة وتبلغ نحو ١٠٠ جنية/طن، وتاجر الجملة يقوم بالعملية التسويقية وصولاً بالمستهلك النهائي ويتحمل ٣,٣%، من إجمالي التكاليف الانتاجية والتسويقية،

ويتوزع العائد من البيع على كل من المنتج والسمسار وتاجر التجزئة بنسبة ٨٥,٢%، ٠,٧%، ١٤,١% لكل منهم على الترتيب. وهناك بعض المراحل التسويقية التي تمر بها السلسلة لم يتم حسابها لصعوبة الحصول على البيانات الخاصة بها.

٢- وصف الجوانب التسويقية لدجاج اللحم بعينة الدراسة: أ- العمر التسويقي للدجاج وسعر البيع :

يتبين من دراسة بيانات عينة الدراسة أن متوسط العمر عند التسويق للدجاج يتراوح تقريبا من (٤٥-٥٥) يوماً/دورة للدجاج الأبيض، ويتوقف العمر تحديداً على نوع الدجاج وكفاءة التحويل الغذائي ونوع العليقة المقدمة. أما متوسط السعر للكجم فقد تراوح ما بين (١٢,٣-١٢,٩٥) جنيه/كجم بمتوسط ١٢,٥٤ جنيه/كجم.

ب- تقلب الأسعار على مدار الموسم وأسبابه:

للتعرف على أسباب تقلب الأسعار، اشتملت الاستمارة على إجابات مفتوحة مكونة من خمسة عناصر، وتبين أن جميع مزارع العينة بمختلف ساعاتها ترى أن تقلب الأسعار تكون بدرجة عالية وأن ذلك يرجع لعديد من الأسباب تم استعراضها بالجدول رقم (٨)، كما يتبين أن أهم أسباب هذه التقلبات من وجهة نظر مزارع العينة تعزى إلى احتكار وتحكم الوسيط في تحديد سعر البيع حيث أشار إلى ذلك ٩٠% من إجمالي العينة، كما أشار ٧٧,١% من إجمالي العينة إلى أن تذبذب أسعار مدخلات الإنتاج الخاصة بسعر بيع الأعلاف يؤثر في تقلب السعر النهائي للمخرجات، كما أشار ٥٨,٦% من إجمالي العينة إلى أن التقلبات الجوية لها تأثير على كمية المنتج من الدجاج نتيجة لانخفاض درجة الحرارة بشكل كبير للمزارع ذات الإمكانيات المحدودة والتي لا تتوفر بها دفايات لما لذلك من أكبر الأثر على زيادة النفاق أو الإصابة بأمراض الشتاء كأفولنزا الطيور، كما أن ارتفاع الحرارة عن الحد المتوسط له نفس التأثير. ويلاحظ أن أصحاب المزارع محدودة السعة والتي تتميز بانخفاض الإمكانيات أكثر شكوى عن غيرها من المزارع والتي يتوفر بها وسائل التبريد والتدفئة، بالإضافة لما سبق فإن دخول منتجين جدد بدون دراية علمية أو خبرة عملية له تأثير على كمية المنتج وجودته، وبالتالي على تقلبات السعر وذلك من خلال استخدامهم للمدخلات المختلفة بكفاءة أقل مما يؤثر على الأسعار، كما أن مثل تلك المزارع قد تصبح عرضة للإصابة بالأمراض لعدم دراية أصحابها بطرق الوقاية والعلاج مما يؤثر على زيادة كمية النفاق. وقد أشار لذلك ٣٤,٣% من إجمالي مزارع العينة. وأخيراً ذكر ٣٢,٩% من إجمالي مزارع العينة أن الموسم والأعياد تؤثر على الأسعار كالموسم والأعياد الدينية وشهر رمضان والتي يزداد فيها الطلب على اللحوم البيضاء وبالتالي يرتفع سعرها.

جدول رقم (٨): توزيع مزارع العينة وفقاً لأسباب تقلب الأسعار

البيانات	السعة الأولى		السعة الثانية		السعة الثالثة		السعة الرابعة		السعة الخامسة		الإجمالي	
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
احتكار وتحكم الوسيط	٢١	٨٧,٥	١٩	٩٥	١١	٩١,٧	٧	٧٧,٨	٥	١٠٠	٦٣	٩٠
تذبذب أسعار مدخلات الإنتاج	٢٤	١٠٠	١٣	٦٥	٨	٦٦,٧	٥	٥٥,٦	٤	٨٠	٥٤	٧٧,١
التقلبات الجوية	١٦	٦٦,٧	١٥	٧٥	٥	٤١,٧	٢	٢٢,٢	٣	٦٠	٤١	٥٨,٦
دخول وخروج منتجين جدد بسهولة وبدون دراية علمية	-	-	٧	٣٥	٩	٧٥	٦	٦٦,٧	٢	٤٠	٢٤	٣٤,٣
الموسم والأعياد	١٠	٤١,٤	٧	٣٥	٢	١٦,٧	٣	٣٣,٣	١	٢٠	٢٣	٣٢,٩
الإجمالي	٢٤	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٢	١٠٠	٩	١٠٠	٥	١٠٠	٧٠	١٠٠

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان ٢٠١١.

ج- العوامل المحددة للسعر النهائي لدجاج التسمين بعينة الدراسة:

للتعرف على أهم العوامل المحددة للسعر النهائي لدجاج التسمين، تم وضع خمسة عوامل تم تحديدها من خلال استطلاع آراء بعض المنتجين بهذا المجال، وكذلك الدراسات السابقة بالإضافة إلى محددات أخرى يمكن إضافتها، ليتم الاختيار من بينهما وفقاً لرأي عينة الدراسة. ومن الجدول رقم (٩) يتضح أن سعر البورصة المعلن هو المحدد الأول للسعر النهائي بعينة الدراسة وأوضح ذلك ٩٧,١% من إجمالي العينة، ويأتي في المرتبة الثانية من العوامل المحددة للسعر النهائي آليات السوق "عرض وطلب" وأوضح ذلك ٨٧% من إجمالي العينة، وتكون تكاليف الإنتاج بالدورة هي العامل الثالث المحدد للسعر النهائي وأشار إليها حوالي ٧٥,٧% من إجمالي العينة، تحكم الوسيط والسماسرة تأتي في المرتبة الرابعة وأشار إليها ٦٢,٩% من إجمالي العينة، بينما تأتي في المرتبة الخامسة مدي انتشار الأمراض الوبائية من العوامل المحددة للسعر النهائي وأشار إليها حوالي ٥١,٤% من إجمالي العينة.

جدول رقم (٩): العوامل المحددة للسعر النهائي لدجاج التسمين بعينة الدراسة

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان ٢٠١١ .

السعة الترتيب	السعة الأولى		السعة الثانية		السعة الثالثة		السعة الرابعة		السعة الخامسة		الإجمالي	
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
١- سعر البورصة المعلن	٢٣	٩٥,٨	١٩	٩٥	١٢	١٠٠	٩	١٠٠	٥	١٠٠	٦٨	٩٧,١
٢- أليات السوق عرض وطلب	٢٢	٩١,٧	١٧	٨٥	١٠	٨٣,٣	٨	٨٨,٩	٤	٨٠	٦١	٨٧
٣- تكاليف الإنتاج بالدورة	٢٠	٨٣,٣	١٦	٨٠	٧	٥٨,٣	٦	٦٦,٧	٤	٨٠	٥٣	٧٥,٧
٤- تحكم الوسطاء والسماسرة	١٧	٧٠,٨	١٤	٧٠	٥	٤١,٦	٤	٤٤,٤	٤	٨٠	٤٤	٦٢,٩
٥- مدى انتشار الأمراض الوبائية	١٢	٥٨,٣	١١	٥٥	٤	٣٣,٣	٤	٤٤,٤	٣	٦٠	٣٦	٥١,٤
الإجمالي	٢٤	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٢	١٠٠	٩	١٠٠	٥	١٠٠	٧٠	١٠٠

د-الموقف الراهن لحجم الإنتاج المسوق والقابل للتجار من دجاج اللحم الحي في عينة الدراسة:

يعتبر كل من النمط الموسمي للإنتاج ومعدلات النفوق وظروف التغذية والرعاية البيطرية والمواصفات التجارية المتمثلة في العمر والوزن التسويقي المناسب للمستهلك والخالي من العيوب والتشوهات من أهم العوامل المؤثرة في حجم الإنتاج القابل للتداول والاتجار من دجاج اللحم. ويوضح الجدول رقم (١٠) أن حجم إجمالي الإنتاج الفعلي للساعات الإنتاجية المختلفة في عينة الدراسة بلغ حوالي ١١٧٠,٢ ألف طائر، وأن حجم النافق للساعات الإنتاجية المختلفة في عينة الدراسة بلغ نحو ٧٣,٤ ألف طائر، أو ما يمثل حوالي ٦,٣% من إجمالي الإنتاج لمختلف الساعات بالعينة، كما بلغت حجم الفرزة للساعات الإنتاجية المختلفة في عينة الدراسة حوالي ٤٧,٢ ألف طائر تمثل نسبة ٤,٣٢% كمتوسط مرجح لمختلف الساعات بالعينة، بينما بلغ حجم الاستهلاك الذاتي ألفين طائر فقط. كما يقدر متوسط الوزن التسويقي بالعينة بنحو ١,٧ كجم، كما يقدر متوسط العمر التسويقي بنحو ٤٩ يوما خلال الفترة التسويقية. وتشير البيانات إلى أن حجم الإنتاج المسوق للعينة يقدر بحوالي ١٠٤٧,٦ ألف طائر لنحو ٧٠ مزرعة وذلك بنسبة ٨٩,٥% من إجمالي الإنتاج الفعلي المقدر بنحو ١١٧٠,٢ ألف طائر.

هـ مؤشرات الكفاءة التسويقية لدجاج اللحم بعينة الدراسة:

يتبين من دراسة الجدول رقم (١١) أن متوسط تكلفة تسمين الكيلوجرام دجاج حي تتناقص كلما ازداد حجم المزرعة، كما يتبين أن متوسط تكلفة التسمين للكيلوجرام يصل إلى أقصاه للسعة الأولى حيث يبلغ حوالي ٨,٩٥٩ جنيه للدجاجة بمتوسط وزن ١,٧ كجم وكلما زاد متوسط وزن الدجاجة زادت تكلفة التسمين، يليها السعة الثانية بمتوسط يبلغ حوالي ٨,٨٨٤ جنيه للدجاجة ثم السعة الثالثة بمعدل يبلغ حوالي ٨,٧٩٥ جنيه للدجاجة، ويليهما السعة الرابعة بمتوسط يبلغ ٨,٦٧٦ جنيه للدجاجة، وأخيرا تأتي السعة الخامسة بأقل تكلفة لتسمين الدواجن الحية بمتوسط يبلغ ٨,٤٨٥ جنيه للدجاجة، وأما عن متوسط السعر المزرعي فإنه قد بلغ أدناه في السعة الأولى والثانية بمتوسط يبلغ ١٢,٣٠ جنيه/كجم، يليها السعة الثالثة والرابعة بمتوسط يقدر بحوالي ١٢,٥٠، ١٢,٦٠، ١٢,٦٠ جنيه/كجم علي التوالي، بينما تحصل السعة الخامسة علي اعلي سعر مزرعي ويقدر بحوالي ١٢,٩٥ جنيه/كجم، في حين بلغ متوسط سعر التجزئة لعينة الدراسة فقد بلغ حوالي ١٤,٦٢٥ جنيه/كجم. وأما عن متوسط الفروق التسويقية للساعات الخمسة فقد بلغ حوالي ٢,٣٢٥، ٢,٣٢٥، ٢,١٢٥، ٢,٠٢٥، ١,٧٢٥ جنيه/كجم علي التوالي ويلاحظ انه كلما زاد حجم المزرعة كلما انخفضت الفروق التسويقية ويحصل المنتج علي اعلي سعر مزرعي. وكما يلاحظ أن نصيب المنتج في جنية المستهلك قد بلغ أدناه في السعة الأولى والثانية بحوالي ٨٤,١ قرشاً، في حين بلغ أقصاه في السعة الرابعة حيث بلغ ٨٦,٢ قرشاً. وأما عن نصيب المسوقون فقد بلغ أدناه في السعة الأولى والثانية حيث قدر في كل منها ١٥,٩ قرشاً. وأما عن الكفاءة التسويقية فقد تبين أنه كلما زاد حجم المزرعة زادت الكفاءة التسويقية للمزرعة، في حين أن كانت في السعة الأولى والثانية عند حدودها الدنيا حيث تقدر الكفاءة التسويقية لكل منها بحوالي ٧٩,٤%، يليها السعة الثالثة والرابعة بمعدل ٨٠,٥%، ٨١,١%، وبلغت الكفاءة التسويقية أقصاها في السعة الإنتاجية الخامسة بمعدل ٨٣,١%.

جدول رقم (١١): مؤشرات الكفاءة التسويقية للدجاج اللحم بعينة الدراسة:

البيان	السعة الأولى	السعة الثانية	السعة الثالثة	السعة الرابعة	السعة الخامسة
متوسط تكلفة التسمين	٨,٩٥٩	٨,٨٨٤	٨,٧٩٥	٨,٦٧٦	٨,٤٨٥
متوسط السعر المزرعي	١٢,٣٠	١٢,٣٠	١٢,٥٠	١٢,٦٠	١٢,٩٥
متوسط سعر التجزئة	١٤,٦٢٥	١٤,٦٢٥	١٤,٦٢٥	١٤,٦٢٥	١٤,٦٢٥
متوسط الفروخ	٢,٣٢٥	٢,٣٢٥	٢,١٢٥	٢,٠٢٥	١,٧٢٥
توزيع جنية المستهلك	٨٤,١	٨٤,١	٨٥,٥	٨٦,٢	٨٨,٥
"منتج"	١٥,٩	١٥,٩	١٤,٥	١٣,٨	١١,٥
"مستوفون"	٧٩,٤	٧٩,٤	٨٠,٥	٨١,١	٨٣,١
الكفاءة التسويقية					

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان ٢٠١١.

و- العوامل المؤثرة علي الكفاءة التسويقية لدجاج التسمين:

للتعرف علي أهم العوامل المؤثرة علي الكفاءة التسويقية لدجاج التسمين ، تم وضع ستة عوامل تحددت من خلال استطلاع آراء بعض المنتجين بهذا المجال وكذلك الدراسات السابقة بالإضافة إلي محددات أخرى يمكن إضافتها، ليتم الاختيار من بينهما وفقاً لرأي المبحوثين. ومن الجدول رقم (١٢) يتضح أن تنظيم الإنتاج بين المزارع للحد من وفرة الإنتاج ونقصه هو المحدد الأول لرفع الكفاءة التسويقية ونسبة ٩٥,٧% من إجمالي العينة، ويأتي في المرتبة الثانية من العوامل المحددة لرفع الكفاءة التسويقية إعادة النظر في أسلوب التسعير بمعرفة البورصة ونسبة ٨٤,٣% من إجمالي العينة، وجاء تكوين اتحادات للمربيين لتوفير مستلزمات الإنتاج وتصريف الناتج بأسعار مناسبة في المرتبة الثالثة بنسبة ٧٥,٧% من إجمالي العينة، وأما عن توافر قاعدة بيانات للتتعرف علي ظروف السوق احتلت المرتبة الرابعة بنسبة ٦٠% من إجمالي العينة، بينما تأتي في المرتبة الخامسة الحد من سيطرة الوسطاء علي السوق بنسبة ٥٧,١% من إجمالي العينة، وأخيراً فقد جاء التحصين ضد انفلوانزا الطيور في المرتبة السادسة حيث بلغت نسبتها ٤٨,٦% من إجمالي العينة.

ر- المشكلات التسويقية التي تواجه منتجي مزارع عينة الدراسة:

للتعرف علي أهم المشكلات التسويقية التي تواجه منتجي الدواجن ، تم وضع ثمانية عوامل تم تحديدها من خلال استطلاع آراء بعض المنتجين بهذا المجال، وكذلك الدراسات السابقة بالإضافة إلي محددات أخرى يمكن إضافتها، ليتم الاختيار من بينهما بناءً علي النتائج التي تم التوصل إليها في عينة الدراسة. ومن الجدول رقم (١٣) يتضح أن عدم استقرار الأسعار تعتبر من أهم المشكلات التسويقية التي تواجه منتجي مزارع عينة الدراسة وأوضح ذلك ٩٦ مزرعة تمثل ٩٨,٥% من إجمالي العينة، ويأتي في المرتبة الثانية سعر البورصة غير الحقيقي أوضح ذلك ٦٥ مزرعة تمثل ٩٢,٩% من إجمالي العينة، بينما تأتي في المرتبة الثالثة من المشكلات التسويقية تحكم الوسطاء وأشار إلي ذلك ٦٠ مزرعة تمثل ٨٥,٧% من إجمالي العينة، في حين تأتي في المرتبة الرابعة من المشكلات التسويقية انخفاض سعر البيع عن التكلفة الفعلية وأوضح ذلك ٥٦ مزرعة تمثل ٨٠% من إجمالي العينة، بينما تأتي في المرتبة الخامسة من المشكلات التسويقية ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج وأشار إلي ذلك ٥٥ مزرعة تمثل ٧٨,٦% من إجمالي العينة، في حين تأتي في المرتبة السادسة ظاهرة انفلوانزا الطيور من المشكلات التسويقية التي تؤثر علي حجم الإنتاج المسوق وأوضح ذلك ٥٠ مزرعة تمثل ٧١,٤% من إجمالي العينة، بينما تأتي في المرتبة السابعة من المشكلات التسويقية زيادة نسبة الفرزه وأشار إلي ذلك ٤٦ مزرعة تمثل ٦٥,٧% من إجمالي العينة، في حين تأتي في المرتبة الثامنة من المشكلات التسويقية نقل الإنتاج المسوق داخل وخارج المحافظة وأوضح ذلك ٤٣ مزرعة تمثل ٦١,٤% من إجمالي العينة، وأخيراً أضاف ٦٠% من المنتجين أصحاب المزارع مشاكل عدم توافر المجازر والثلاجات لاستيعاب الإنتاج المعد للتسويق مجمداً، كما أضاف نحو ٥٥% من المنتجين مشكلة نقص المعلومات التسويقية كما أضاف نحو ٤٣,٦% من المنتجين مشكلة طول الفترة التسويقية عن ٥٥ يوماً.

جدول رقم (١٢): العوامل المؤثرة علي الكفاءة التسويقية لدجاج التسمين بعينة الدراسة:

السعة		السعة الأولى		السعة الثانية		السعة الثالثة		السعة الرابعة		السعة الخامسة		الإجمالي	
الترتيب	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد
١- تنظيم الإنتاج بين المزارع للحد من وفرة الإنتاج ونقصه خلال العام.	٢٣	٩٥,٨	١٩	٩٥	١١	٩١,٧	٩	١٠٠	٥	١٠٠	٦٧	٩٥,٧	
٢- إعادة النظر في أسلوب التسعير بمعرفة البورصة.	٢٣	٩٥,٨	١٦	٨٠	٨	٦٦,٧	٨	٨٨,٩	٤	٨٠	٥٩	٨٤,٣	
٣- تكوين اتحادات للمربين لتوفير مستلزمات الإنتاج وتصريف الناتج بأسعار مناسبة	٢١	٨٧,٥	١٤	٧٠	٨	٦٦,٧	٦	٦٦,٧	٤	٨٠	٥٣	٧٥,٧	
٤- توافر قاعدة بيانات للتعرف على ظروف السوق.	٢٠	٨٣,٣	١١	٥٥	٥	٤١,٦	٤	٤٤,٤	٢	٤٠	٤٢	٦٠	
٥- الحد من سيطرة الوسطاء على السوق	١٩	٧٩,٢	١١	٥٥	٥	٤١,٦	٣	٣٣,٣	٢	٤٠	٤٠	٥٧,١	
٦- التحصين ضد انفلوانزا الطيور	١٧	٧٠,٨	٩	٤٥	٤	٣٣,٣	٣	٣٣,٣	١	٢٠	٣٤	٤٨,٦	
الإجمالي	٢٤	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٢	١٠٠	٩	١٠٠	٥	١٠٠	٧٠	١٠٠	

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان ٢٠١١.

ز- المشكلات التسويقية التي تواجه تاجر الجملة بعينة الدراسة:

أشار معظم تجار الجملة بالعينة إلي مشكلتين أولهما الوزن بالمزرعة والذي قد يكون غير صحيح عند مقارنته بالوزن الفعلي وذلك بسبب خطأ في الميزان أو جمع الوزن أو نوع من الغش باللعب في الميزان. والمشكلة الثانية هي متاعب النقل من حيث الناقل إذا تعطل أو تأخر في الوزن بالمزرعة واضطرار التاجر للنقل في الصباح مما يسبب تناقصا في الوزن أو تزايد في الناقل لذا فإن النقل يتم خلال هذا الفصل في الليل دائما.

د- المشكلات التسويقية التي تواجه تاجر التجزئة بعينة الدراسة:

اتفق معظم تجار التجزئة بالعينة علي أن أهم المشاكل التي تواجههم أثناء التسويق فاجمعوا علي مايلي :
 ١. الوزن: قد يكون هناك فارق في الوزن في المزرعة عن الفعلي ويكتشفها تاجر التجزئة في نهاية اليوم بعد البيع. في بعض الأحيان يكون هناك غش بالميزان في المزرعة ويكون الوزن المستلم غير مطابق للوزن الفعلي وهذا يتحمله تاجر التجزئة عن الجملة إذا كان سوف يستلم بنظام ٢٥ - ٥٠ قرشا علي الكيلو. أما إذا يستلم بنظام ٧٥,٠ - ١ جنيه علي الكيلو يتحمل تاجر الجملة هذا الغش نتيجة استلام تاجر التجزئة بالوزن والعدد والفرز .

٢. الناقل: إذا تعرضت الطيور لموجة حارة أو باردة تنفق عند التاجر ولكن في الغالب لا تزيد نسبة الناقل عن ٢%.

٣. بقاء الدجاج لليوم التالي وعدم تسويق الكمية كلها يؤثر علي وزن الدجاج ويؤدي إلي وجود ناقل.

جدول رقم (١٣) : المشكلات التسويقية التي تواجه منتجي مزارع عينة الدراسة

السعة		السعة الأولى		السعة الثانية		السعة الثالثة		السعة الرابعة		السعة الخامسة		الإجمالي	
الترتيب	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد
١- عدم استقرار الأسعار	٢٣	٩٥,٨	٢٠	١٠٠	١٢	١٠٠	٩	١٠٠	٥	١٠٠	٦٩	٩٨,٥	
٢- سعر البورصة غير الحقيقي	٢٢	٩١,٧	١٩	٩٥	١١	٩١,٧	٩	١٠٠	٤	٨٠	٦٥	٩٢,٩	
٣- تحكم الوسطاء	٢١	٨٧,٥	١٧	٨٥	١٠	٨٣,٣	٨	٨٨,٩	٤	٨٠	٦٠	٨٥,٧	
٤- انخفاض سعر البيع عن التكلفة الفعلية	١٩	٧٩,٢	١٦	٨٠	١٠	٨٣,٣	٧	٧٧,٨	٤	٨٠	٥٦	٨٠	
٥- ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج	١٨	٧٥	١٦	٨٠	١٠	٨٣,٣	٧	٧٧,٨	٤	٨٠	٥٥	٧٨,٦	
٦- ظاهرة انفلوانزا الطيور	١٨	٧٥	١٤	٧٠	٩	٧٥	٦	٦٦,٧	٣	٦٠	٥٠	٧١,٤	
٧- زيادة نسبة الفرزه	١٦	٦٦,٧	١٣	٦٥	٩	٧٥	٥	٥٥,٦	٣	٦٠	٤٦	٦٥,٧	
٨- نقل الإنتاج المسوق داخل وخارج المحافظة	١٥	٦٢,٥	١٣	٦٥	٨	٦٦,٧	٥	٥٥,٦	٢	٤٠	٤٣	٦١,٤	
الإجمالي	٢٤	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٢	١٠٠	٩	١٠٠	٥	١٠٠	٧٠	١٠٠	

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان ٢٠١١.

التوصيات

مما تقدم يتضح ان هناك معوقات أدت الي انحراف المستوي الإنتاجي الراهن لمزارع دجاج اللحم وانطلاقاً من هذه المعوقات خلصت الدراسة إلي طرح بعض التوصيات التي يمكن الاسترشاد بها لتحسين مستوي الكفاءة الانتاجية والتسويقية لمزارع دجاج اللحم، والتي اتسمت بقصور في الامكانيات التمويلية والتسويقية في ظل عدم وجود مجازر فضلاً عن تدني الكفاءة الانتاجية والتسويقية للمزارع صغيرة الحجم حيث يمكن ايجاز أهم هذه التوصيات فيما يلي:

١. ضرورة إستكمال مرحلة المجازر علي مستوي الجمهورية وخاصة بالمحافظة حيث يمكن من خلال إنشاء مجزر آلي متطور بالمحافظة أن يقوم المجزر بالدور الرئيسي لربط مرحلة الإنتاج بمرحلة التسويق حيث يمكن ان يوفر للمزارع:
 - أ. توفير ثلجات لاستيعاب فائض المعروض، أو كل المعروض مما يؤدي إلي استقرار وتوازن العرض والطلب علي دجاج التسمين بالأسواق، ومن ثم استقرار أسعار الدجاج مما يفيد كل من المنتج والمستهلك.
 - ب. توفير وحدات مجزرية متنقلة تيسر الوصول إلي المزارع الصغيرة مما يؤدي إلي توفير تكاليف النقل لهذه المزارع.
 ٢. إعداد قاعدة بيانات دقيقة تتضمن حصراً لجميع المزارع سواء المرخصة منها أو غير المرخصة ومواعيد عمل هذه المزارع والأعداد الداخلة فيها ونوعيتها، وكذلك حصر لمعامل تفريخ الكتاكيت والطاقة الإنتاجية والنوعية ومواعيد الإنتاج لكل منها واتاحه هذه البيانات لجميع المربين في وسائل الأعلام حتى يستطيع كل مربي من تحديد موقفه بدقة وتحديد الموعد المناسب لدخوله في الإنتاج .
 ٣. تطوير نظام البيع في كل من محال وأسواق بيع الدجاج الحي إلي نظام بيع الدواجن المجمدة والمذبوحة بالمجازر و يمكن للدولة أن تقوم بوضع برنامج زمني لإجبار هذه الوحدات التجارية لإتباع هذا النظام.
 ٤. توفير البنية الأساسية اللازمة لاستقرار الأسواق وكسر احتكار تجار الجملة أو الوسطاء .
 ٥. تشجيع إنشاء شركات خاصة مساهمة بالتنسيق مع الجهات الحكومية المختصة لإدارة الأسواق ، وإنشاء وأداره المجازر. بحيث تكون الرقابة علي المواصفات الفنية والصحية قاصرة علي الحكومة فقط.
 ٦. إنشاء جمعيات تعاونية لمنتجي دجاج التسمين تعمل علي:
 - أ. توفير الكتاكيت للمربين من خلال اتفاقيات وتعاقبات مع مركز البحوث الزراعية، مشروع الدواجن التكاملية بالعزب، وكذلك المفرخات البلدية.
 - ب. توفير الأعلاف المطلوبة والمطابقة للمواصفات من خلال اتفاقيات وتعاقبات مع مصانع الأعلاف بالمحافظة.
 - ج. توفير التمويل لأعضاء الجمعية بالقدر المناسب وبالشروط وفي المواعيد المناسبة.
 - د. دعم مستلزمات الإنتاج للأعضاء خاصة الأدوية البيطرية من مصادرها المعتمده، مما يؤدي إلي السيطرة علي أمراض الدواجن وخاصة انفلونزا الطيور.
 ٧. أنشاء الطرق الممهدة والبنية الأساسية اللازمة لإنشاء مزارع الدواجن بالأراضي الصحراوية مما يؤدي إلي توفير الأراضي الزراعية للإستغلال النباتي فقط.

المراجع

- إبراهيم السيد غانم عبد المطلب، الموقف التسويقي الراهن لدجاج التسمين الحي بمحافظة المنوفية في ظل أنتشار وباء انفلوانزا الطيور في مصر، دراسة مقدمة لمعهد بحوث الاقتصاد الزراعي، وحدة بحوث المنوفية، ٢٠٠٦.
- إبراهيم حسن إبراهيم كريم (دكتور)، سعيد محمد فؤاد أحمد (دكتور)، دراسة تحليلية لصناعة تسمين الدجاج (دراسة حالة محافظة الإسماعيلية والشرقية)، المؤتمر الخامس عشر للاقتصاديين الزراعيين نادى الزراعيين الدقي، القاهرة، ١٧-١٨ أكتوبر ٢٠٠٧.
- الجهاز المركزي للتعينة العامة والإحصاء، " نشرات الثروة الحيوانية"، أعداد مختلفة، القاهرة، ٢٠١٠.
- حسام الدين محمود بريري (دكتور)، حمداوي حمدان بكري (دكتور)، دراسة اقتصادية لقياس أثر انتشار مرض انفلوانزا الطيور علي أستهلاك اللحوم في حضر محافظة سوهاج، المؤتمر الخامس عشر للاقتصاديين الزراعيين، ١٧- ١٨ أكتوبر ٢٠٠٧ .
- حسن محمود بيومي سمور (دكتور)، سمير عطية محمد عرام (دكتور)، أثر انتشار مرض انفلوانزا الطيور علي اقتصاديات صناعة الدواجن في مصر (دراسة حالة بمحافظة الشرقية)، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد السادس عشر العدد الرابع، ديسمبر ٢٠٠٦.

THE ECONOMICS OF PRODUCTION AND MARKETING OF MEAT POULTRY IN THE LIGHT OF THE CURRENT VARIABLES (A CASE STUDY OF FAYOUM GOVERNORATE)

Abd El-hamed, S.A.*; Enas El. Sadek* and Nesren M. Awad

1- Department of Agricultural Economics, Faculty of Agriculture El-Fayoum University

2- RS & GIS Economics, Faculty of Agriculture El-Fayoum University

ABSTRACT

The poultry meat is considered as a cheap source and rich of animal protein in Egypt compared with red meat, where the proportion of protein in poultry meat is 23% compared with 20% of red meat, 18% of the fish, 2% white meat, and 4.3% of the milk.

Here, the fundamental problem of the study rises which is being unclear about the constant level of the quantity and value of the production of the broiler chickens in recent time as a result of the transmission and spread of avian flu in Egypt, causing a significant imbalance and volatility in the poultry industry and other related industries, which led to the closure of some of them and change the activity in others and achieved significant financial losses.

So the study aimed to identify the following:

A case study characterize the environment of production and marketing of meat poultry in Fayoum governorate in the light of the current variables.

the results of the productivity situation for feedlots shows that most of the farms are privately owned, and the greater the capacity of the farm, the more the tenure goes towards property, and the average number of wards was about 3.18 and the greater the capacity of the farm, the more the number of wards increase. . With regard to the number of cycles, the average number of cycles of the sample is 4.75 cycles per year. It is clear that most of the farms of the sample are unlicensed, representing approximately 84.3% of the total of the sample.

The results of the impact of bird flu on the study sample; the results showed that about 20 farms represent about 28.6% of the total of the sample died because of bird flu. The study estimated that the economic effects of the spread of bird flu in the study sample is divided into direct losses due to illness by 1.88657 million pounds, and total indirect losses by 15.45963 million pounds, and the total loss suffered by the poultry industry in Fayoum resulting from the spread of bird flu was about 17.3462 million pounds.

And this part deal with the value chain and the competitiveness of meat chicken, then estimated the average of production costs per ton of meat chicken for various farm capacities for meat chicken producers and amounted to about 8759.8 pounds / ton. While the average capacities of the total farm revenue for producers of meat chicken about was 12574.1 pounds / ton. While the average capacities of farm net returns of producers of meat chicken was about 12574.1 pounds / ton. While the average farm capacities of the average marketing costs of the wholesaler was about 204.4 pounds / ton. And the average capacities of the total farm revenue for wholesaler amounted to 963.6 pounds / ton. While the average capacities of farm net return for the wholesaler to 764.7 pounds / ton. by estimating the average of marketing costs per ton / month of meat chicken for poultry retailer, it amounted to about 465.2 pounds / ton, while the total revenue per ton of meat chicken for the poultry wholesaler was around 1122.75 LE / ton, while net return per ton of meat chicken for poultry retailer was about 657.55 pounds / ton.

The marketing efficiency showed that the greater the size of the farm increased, the more the marketing efficiency of the farm increases, while the lower marketing efficiency of farms in first and second capacities estimated for both by 79.4%, with a peak in the fifth capacity with 83.1%.

جدول رقم (١٠): الموقف الراهن لحجم الإنتاج المسوق والقابل للتجار من دجاج اللحم الحي في عينة الدراسة:

حجم الإنتاج	حجم الإنتاج الكلي بالعينة بالآلاف طائر	النافق بالآلاف طائر	% للنافق	الفرزة بالآلاف طائر	% للفرزة	الاستهلاك الذاتي	حجم الإنتاج المسوق بالآلاف طائر	% حجم الإنتاج المسوق	متوسط الوزن التسويقي للطائر /كجم	متوسط العمر التسويقي باليوم	عدد المزارع	% لعدد المزارع
السعة الأولى	١٢٤.٤	١١.٦	٩.٣	٤.٩	٤.٢	٠.٢	١٠٧.٧	٨٦.٦	١.٥٣	٤٦	٢٤	٣٤.٣
السعة الثانية	٢٤١.٧	١٧.٩	٧.٤	٩.٩	٤.٤	٠.٤	٢١٣.٥	٨٨.٣	١.٦٩	٤٧	٢٠	٢٨.٦
السعة الثالثة	١٩١.٣	١٣.٦	٧.١	٨.٣	٤.٧	٠.٣	١٦٩.١	٨٨.٤	١.٧١	٤٧	١٢	١٧.١
السعة الرابعة	٢٠٦.٩	١١.٦	٥.٦	٨.٢	٤.٢	٠.٤	١٨٦.٧	٩٠.٢	١.٧٥	٥٠	٩	١٢.٩
السعة الخامسة	٤٠٥.٩	١٨.٧	٤.٦	١٥.٩	٤.١	٠.٧	٣٧٠.٦	٩١.٣	١.٧٥	٥٥	٥	٧.١
الإجمالي	١١٧٠.٢	٧٣.٤	٦.٣	٤٧.٢	٤.٣٢	٢	١٠٤٧.٦	٨٩.٥	١.٧	٤٩	٧٠	١٠٠

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان ٢٠١١ .