

DOI: 10.21608/alexja.2024.306630.1083

Poultry Marketing Efficiency in Egypt

Reham Galal Ahmed

Department of Economics and Agribusiness, Faculty of Agriculture, Alexandria University, Egypt.

Corresponding author: reham-galal@alexu.edu.eg

كفاءة تسويق الدواجن في مصر

ريهام جلال أحمد

قسم الاقتصاد وإدارة الأعمال الزراعية- كلية الزراعة- جامعة الإسكندرية

ABSTRACT

The research aimed to study the marketing efficiency of poultry in Egypt from 2008 to 2023 by studying the evolution of farm prices, wholesale and consumer prices, the development of marketing margins, distribution of consumer pounds, marketing efficiency and estimating the seasonal index to consumer prices of chicken Baladi and white chicken .

Results of the research during the period 2008-2023: -

- The annual growth rate of the farm price of Baladi chicken was about 10.7% while the wholesale price was about 10.5% and the consumer price was about 10.6% during the study period, the annual growth rate of the farm white chicken price about 9.1%, while the wholesale price was about 9.1%. As for consumer price, it was about 9% during the study period.
- The average marketing margin for Baladi chicken was about 5.2 pounds/kg with a coefficient of variation about 71.2% and the proportional average of marketing margins was about 14.8%. For white chicken, it was about 6.2 pounds/kg with a coefficient of variation about 41.8%, while the proportional average of marketing margins was about 2.2.3% during the study period.
- The marketing efficiency of Baladi chicken decreased from 85.8% in 2008 to 81.3% in 2022 and then rose in 2023 to 83.3%. For white chicken, it decreased from about 86.7% in 2008 to about 69.2% in 2022 and rose again to about 87.3% in 2023 This is a result of the decrease in intermediaries' share.
- When estimating the seasonal guide of consumer prices between months for Baladi chicken, we note that the lowest value was about 79% in January and the maximum value was 108% in November and December. For white chicken, the lowest value was about 80.1% in January and the maximum value was about 107.5% in April.

The study recommends supporting producers who have suffered losses so that they can continue that strategic industry and encourage farmers to grow grain crops to reduce imports, Setting rules for price control in the market.

المخلص

تعتبر صناعة الدواجن من الصناعات الهامة في القطاع الزراعي حيث تساهم بنحو 30,8% من إجمالي قيمة الإنتاج الحيواني ويهدف البحث بصفة أساسية إلى دراسة الكفاءة التسويقية للدجاج في مصر خلال الفترة 2008-2023 من خلال دراسة تطور أسعار المزرعة والجملة والمستهلك، تطور الهوامش التسويقية، توزيع جنيه المستهلك والكفاءة التسويقية للدجاج البلدي والدجاج الأبيض وتقدير السدليل الموسمي لأسعار المستهلك.

وتوصل البحث الي النتائج التالية:

- بلغ معدل النمو السنوي لسعر المزرعة للدجاج البلدي نحو 10,7%، بينما سعر الجملة بلغ نحو 10,5% وبالنسبة لسعر المستهلك بلغ نحو 10,6% عند مستوي المعنوية 1% خلال فترة الدراسة، بينما معدل النمو السنوي لسعر المزرعة للدجاج الأبيض بلغ نحو 9,1%، بينما سعر الجملة بلغ نحو 9,1%، وبالنسبة لسعر المستهلك بلغ نحو 9% عند مستوي المعنوية 1% خلال فترة الدراسة.

- بلغ متوسط الهوامش التسويقية الإجمالية للدجاج البلدي حوالي ٥,٢ جنيه/كجم بمعامل اختلاف بلغ نحو ٧١,٢% وبلغ المتوسط النسبي للهوامش التسويقية الإجمالية نحو ١٤,٨%، وبالنسبة للدجاج الأبيض بلغت حوالي ٦,٢ جنيه/كجم بمعامل اختلاف بلغ نحو ٤١,٨% بينما المتوسط النسبي للهوامش التسويقية الإجمالية بلغ نحو ٢٢,٣% خلال فترة الدراسة.
- انخفضت الكفاءة التسويقية للدجاج البلدي من ٨٥,٨% عام ٢٠٠٨ لتصل إلى ٨١,٣% عام ٢٠٢٢ ثم ارتفعت عام ٢٠٢٣ لتصل إلى ٨٣,٣%، وبالنسبة للدجاج الأبيض انخفضت من نحو ٨٦,٧% عام ٢٠٠٨ لتصل إلى نحو ٦٩,٢% عام ٢٠٢٢ ثم ارتفعت مرة أخرى لتصل إلى نحو ٨٧,٣% عام ٢٠٢٣ وذلك ناتج من انخفاض نصيب الوسطاء.
- عند تقدير الدليل الموسمي لأسعار المستهلكين بين الشهور بالنسبة للدجاج البلدي نلاحظ أن أدنى قيمة لها بلغت نحو ٧٩% في شهر يناير وأقصى قيمة لها بلغت ١٠٨% في شهري نوفمبر وديسمبر، وبالنسبة للدجاج الأبيض أدنى قيمة لها بلغت نحو ٨٠,١% في شهر يناير وأقصى قيمة لها بلغت نحو ١٠٧,٥% في شهر أبريل.
- توصي الدراسة بالعمل على دعم المنتجين الذين تعرضوا للخسائر لكي يتمكنوا من مواصلة تلك الصناعة الاستراتيجية وإلا سيهجر المنتجين هذه الصناعة وتتجه الدولة للإستيراد لتغطية الاحتياج مما سيؤدي إلى ارتفاع الأسعار إلى ما لا نهاية، كذلك تشجيع المزارعين على زراعة محاصيل الحبوب لتقليل الواردات وتشغيل مصانع الأعلاف المتوقفة عن الإنتاج ورفع كفاءة المصانع الحالية، ووضع آليات لتسعير الدجاج وإنشاء بورصة سلعية للدواجن.

الكلمات الدالة: الكفاءة التسويقية للدواجن - الهامش التسويقي للدواجن - الدليل الموسمي لأسعار الدواجن.

الدجاج منها نحو ٩٥,٧%، ويبلغ متوسط نصيب الفرد منها حوالي ١٨,٦ كجم/سنة (نشرة الميزان الغذائي، ٢٠٢٢) وتعتبر اللحوم البيضاء من أهم مصادر توفير احتياجات الفرد من البروتين الحيواني خاصة مع الارتفاع الكبير في أسعار اللحوم الحمراء، كما يساهم في زيادة الأمن الغذائي وتحسين مستوي التغذية مما يساهم في تحقيق الهدف الثاني من أهداف التنمية المستدامة الخاص بالقضاء على الجوع وتحقيق الأمن الغذائي والتغذية المحسنة وكذلك الهدف الثامن المتعلق بالنمو الاقتصادي وتوفير فرص العمل والعمل اللائق (www.un.org/sustainabledevelopment).

المشكلة البحثية

تعاني صناعة الدواجن في مصر من العديد من الأزمات والمشاكل التي انعكست على كمية الإنتاج والأسعار في الفترة الأخيرة بشكل ملحوظ للجميع حيث انخفض الإنتاج ليصل من حوالي ٢,٥ مليون طن عام ٢٠٢١ إلى حوالي ٢,٠٢ مليون طن عام ٢٠٢٢، ومن أهم هذه الأزمات هو ارتفاع أسعار الأعلاف المستوردة الذي أدى إلي ارتفاع تكاليف الإنتاج حيث ارتفعت أسعار الذرة الصفراء المستوردة من ٤,٩ ألف جنيه/طن عام ٢٠٢١ إلى حوالي ٦,٢ ألف جنيه/طن عام ٢٠٢٢

المقدمة

تعتبر صناعة الدواجن من الصناعات الهامة في القطاع الزراعي حيث تساهم بنحو ٣٠,٨% من إجمالي قيمة الإنتاج الحيواني والذي يمثل بدوره نحو ٣٤,٢% من إجمالي قيمة الإنتاج الزراعي (نشرة تقديرات الدخل المزرعي، ٢٠٢٢) وتلعب دوراً هاماً في الاقتصاد الزراعي المصري وفي تحقيق أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ حيث تضم العديد من الأفراد والمنشآت العاملة في هذا القطاع تقدر بحوالي ١٠,٩ ألف مزرعة عاملة، ومن أهم هذه المزارع شركة الدقهلية للدواجن، وشركة القاهرة للدواجن، وشركة الوطنية للدواجن، ألا أن هناك حوالي ١٢,٢ ألف مزرعة متوقفة عن الإنتاج، وكذلك ٣١٣ مصنع لإنتاج أعلاف الدواجن بطاقة فعلية بلغت حوالي ١,٩ مليون طن سنوياً تمثل ٢٩% من الطاقة الكلية لهذه المصانع، كذلك يعمل في هذا القطاع حوالي ٣٣٤ مجزر حكومي ينتج حوالي ١٢٣ ألف طن لحوم دواجن سنوياً، و حوالي ٢١٠٣ وحدة وإدارة بيطرية موزعة على المحافظات المختلفة (نشرة الثروة الداجنة، ٢٠٢٢)، وتضم الدواجن كلاً من الدجاج والأرانب والبط والإوز والحمام والرومي ويبلغ إنتاج اللحوم البيضاء حوالي ٢,٠٢٨ مليون طن يمثل إنتاج

٣- تقدير التغيرات الموسمية لأسعار المستهلك للدجاج البلدي والدجاج الأبيض.

الأسلوب البحثي ومصادر البيانات

اعتمد البحث في تحقيق أهدافه على استخدام التحليل الوصفي والاستدلالي من خلال تقدير معادلات النمو السنوي لبعض لمتغيرات، وتقدير الكفاءة التسويقية وفقاً للمعادلة التالية :

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - 100 \times$$

وتقدير الدليل الموسمي وفقاً للخواتم التالية:

١- حساب المتوسط الحسابي لكل سنة.

٢- الحصول على القيم الاتجاهية المقابلة = (قيمة الشهر/متوسط السنة) $\times 100$ وجمعها في الاتجاه الأفقي.

٣- حساب المتوسط الحسابي لمجموع القيم الاتجاهية المقابلة في الاتجاه الأفقي وهو الدليل الموسمي ولا بد أن يكون مجموع عمود الدليل الموسمي = 1200% لان السنة مقسمة 12 شهر.

واعتمد البحث في تحقيق أهدافه علي البيانات الثانوية الصادرة من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء والنشرات الاقتصادية الصادرة من وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي والمواقع الإلكترونية والبحوث والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث.

النتائج البحثية ومناقشتها

أولاً: تطور أسعار المزرعة والجملة والمستهلك

للدجاج البلدي والدجاج الأبيض في مصر

يتضح من الشكل (١)، كيف يتم تداول الدجاج من خلال سلسلة إمداد تبدأ من المزرعة وصولاً إلى المستهلك النهائي من خلال قنوات تسويقية حيث سعر المزرعة هو أول سعر للمنتج يليه سعر الجملة وهو السعر الذي يكون بين مرحلة المزرعة والتجزئة وفيه يضاف الهامش التسويقي لتاجر الجملة، وأخر سعر للسلعة هو سعر المستهلك أو سعر التجزئة وفيه يضاف

لتصل إلى حوالي ١٠,٣ ألف جنيه/طن عام ٢٠٢٣ وكذلك فول الصويا المستورد ارتفع سعره من حوالي ٩,٨ ألف جنيه/طن عام ٢٠٢١ إلى حوالي ١٥,٣ ألف جنيه/طن عام ٢٠٢٢ ليصل إلى حوالي ٢٦ ألف جنيه/طن عام ٢٠٢٣ (الموقع الإلكتروني للجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء)، تزامناً مع مشكلة احتجاز الأعلاف في الموانئ بسبب أزمة العملة الأجنبية وتعقيدات الإفراجات الجمركية مما ساعد في تفاقم هذه الأزمة وتعرض العديد من أصحاب المزارع والمنتجين إلى خسائر كبيرة جعلت بعضهم يتوقفوا عن الإنتاج، بجانب وجود عوامل أخرى لا تخضع للقياس والتحكم ولا تتماشى مع الواقع الاقتصادي على رأسها طبقة السماسرة والتجار الذين يتحكمون في الأسعار، وقد تضاعفت أسعار المستهلك بنسبة بلغت نحو ٩٢% إلى ٩٤% ما بين عام ٢٠٢٢ إلى عام ٢٠٢٣ (نشرة أسعار المواد والمنتجات الغذائية، ٢٠٢٣) الأمر الذي انعكس على مستويات الاستهلاك من هذه السلعة الضرورية للتغذية المتوازنة حيث انخفض متوسط نصيب الفرد من اللحوم البيضاء من ٢٣,١ كجم/سنه إلى ١٩,٨ كجم/سنه عام ٢٠٢٢ والاتجاه إلى استهلاك المزيد من النشويات لسد الجوع، وتأتي أهمية دراسة الكفاءة التسويقية للدجاج كونه يؤثر على سلاسل الإمداد لهذه الصناعة وبالتالي يؤثر على الأسعار وربحية المنتجين وقدرتهم على الاستمرار في الإنتاج.

الأهداف البحثية

يستهدف البحث بصفة أساسية دراسة الكفاءة التسويقية للدواجن في مصر خلال الفترة ٢٠٠٨-٢٠٢٣ من خلال دراسة الأهداف التالية:

- ١- تطور أسعار المزرعة والجملة والمستهلك والهوامش التسويقية للدجاج البلدي والدجاج الأبيض.
- ٢- دراسة توزيع جنيه المستهلك والكفاءة التسويقية للدجاج البلدي والدجاج الأبيض.

٦٢,٧%، ومعدل نمو سنوي بلغ نحو ١٠,٦% عند مستوى المعنوية ١% خلال فترة الدراسة.

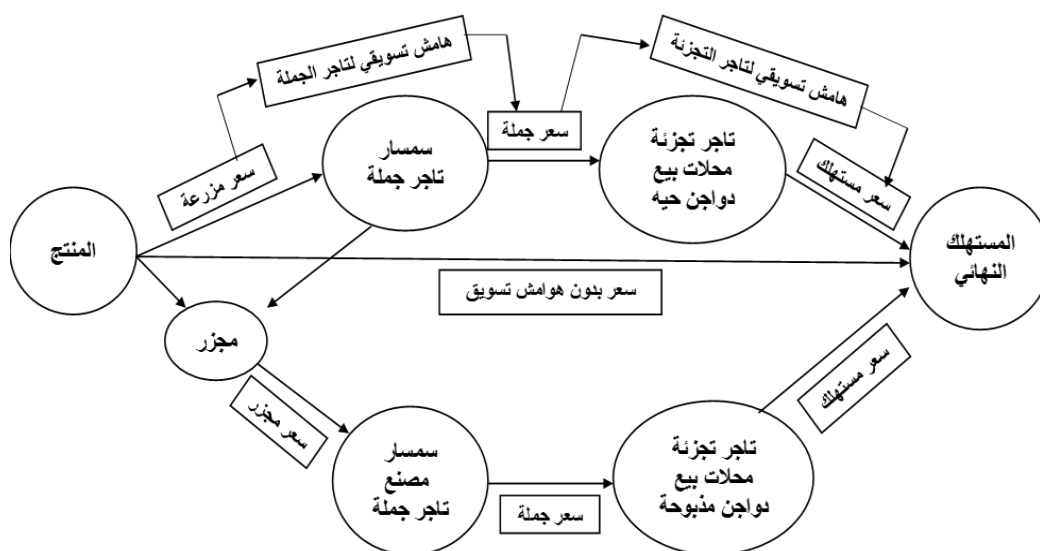
٢- تطور أسعار المزرعة والجملة والمستهلك للدجاج الأبيض في مصر خلال الفترة ٢٠٠٨-٢٠٢٣

وبالنسبة لسعر المزرعة للدجاج الأبيض تطور من حوالي ١٠,٣٥ جنيه/كجم عام ٢٠٠٨ ليصل إلى حوالي ٦٥,٩ جنيه/كجم عام ٢٠٢٣، بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٢١,٤ جنيه/كجم وبمعامل اختلاف قدر بنحو ٦١,٧%، ومعدل نمو سنوي بلغ نحو ٩,١% عند مستوى المعنوية ١%، بينما تطور سعر الجملة من حوالي ١٠,٨٩ جنيه/كجم عام ٢٠٠٨ ليصل إلى حوالي ٦٩,٦ جنيه/كجم عام ٢٠٢٣، بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٢٤,٢ جنيه/كجم وبمعامل اختلاف قدر بنحو ٥٧,٥%، ومعدل نمو سنوي بلغ نحو ٩,١% عند مستوى المعنوية ١%، وبالنسبة لسعر المستهلك تطور من حوالي ١١,٩٤ جنيه/كجم عام ٢٠٠٨ ليصل إلى حوالي ٧٥,٥ جنيه/كجم عام ٢٠٢٣، بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٢٧,٦ جنيه/كجم وبمعامل اختلاف قدر بنحو ٥٤%، ومعدل نمو سنوي بلغ نحو ٩% عند مستوى المعنوية ١% خلال فترة الدراسة.

الهامش التسويقي لتاجر التجزئة وهو السعر الذي يدفعه المستهلك النهائي للحصول على المنتج.

١- تطور أسعار المزرعة والجملة والمستهلك للدجاج البلدي في مصر خلال الفترة ٢٠٠٨-٢٠٢٣

يتضح من جدول (١) و(٢)، أن سعر المزرعة للدجاج البلدي تطور من حوالي ١٢,٣ جنيه/كجم عام ٢٠٠٨ ليصل إلى حوالي ٨٥,٨ جنيه/كجم عام ٢٠٢٣، بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٢٩,٢ جنيه/كجم وبمعامل اختلاف قدر بنحو ٦١,٦%، ومعدل نمو سنوي بلغ نحو ١٠,٧% عند مستوى المعنوية ١%، بينما سعر الجملة تطور من حوالي ١٣,٠ جنيه/كجم عام ٢٠٠٨ ليصل إلى حوالي ٨٩,٦ جنيه/كجم عام ٢٠٢٣، بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٣١,٢ جنيه/كجم وبمعامل اختلاف قدر بنحو ٦٠,٣%، ومعدل نمو سنوي بلغ نحو ١٠,٥% عند مستوى المعنوية ١%، وبالنسبة لسعر المستهلك تطور من حوالي ١٤,٣ جنيه/كجم عام ٢٠٠٨ ليصل إلى حوالي ١٠٣ جنيه/كجم عام ٢٠٢٣، بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٣٤,٤ جنيه/كجم وبمعامل اختلاف قدر بنحو



شكل ١: سلسلة الإمداد لصناعة الدواجن

المصدر: من إعداد الباحث بالاستعانة بالمراجع ذات الصلة.

جدول ١: تطور أسعار المنتج والجملة والتجزئة للدجاج البلدي والدجاج الأبيض في مصر خلال الفترة ٢٠٠٨-٢٠٢٣.

السنة	دجاج بلدي (السعر بالجنيه/ كجم)			دجاج ابيض (السعر بالجنيه/ كجم)		
	سعر المزرعة	سعر الجملة	سعر المستهلك	سعر المزرعة	سعر الجملة	سعر المستهلك
٢٠٠٨	١٢,٣	١٣,٠	١٤,٣	١٠,٣٥	١٠,٨٩	١١,٩٤
٢٠٠٩	١٢,٥	١٣,٢	١٤,٦	١٠,٣٩	١٠,٩٦	١٢,٠١
٢٠١٠	١٣,٧	١٥,٢	١٦,٨	١١,٢٩	١٢,٥٤	١٤,٦٢
٢٠١١	١٤,٩	١٥,٩	١٧,٨	١١,٤٨	١٣,٤٦	١٦,٦٣
٢٠١٢	١٦,٨	١٨,٦	٢٠,٦	١٤,٠٢	١٧,٨٧	٢٠,٣٦
٢٠١٣	٢٢,٦	٢٤,٥	٢٦,٧	١٥,٤٦	١٨,٧٤	٢٢,٦٣
٢٠١٤	٢٢,٣	٢٤,٣	٢٦,٥	١٧,٧٢	٢١,٠٧	٢٤,٩٢
٢٠١٥	٢٢,٣	٢٤,٣	٢٦,٥	١٨,٦٢	٢٠,٦٥	٢٤,٥
٢٠١٦	٢٦,٢	٢٨,٢	٣٠,٤	٢٠,٧٢	٢٤,٠٧	٢٧,٩٢
٢٠١٧	٣٣,٦	٣٥,٤	٣٧,٧	٢٥,٧٢	٢٩,٠٧	٣٢,٩٢
٢٠١٨	٣٣,٤	٣٥,١	٣٧,٢	٢٣,٣٧	٢٦,٧٣	٣٠,٥٨
٢٠١٩	٣٦,٩	٣٨,٦	٤١,٣	٢٢,٥٦	٢٥,٤٥	٢٩,٣
٢٠٢٠	٣٤,٧	٣٧,٧	٤٠,٤	٢١,٣٥	٢٣,٩٥	٢٧,٨
٢٠٢١	٣٦,٦	٣٧,٦	٤٣,٨	٢٦,١٦	٢٧,٤٤	٣٠,٩٤
٢٠٢٢	٤٣,١	٤٨,١	٥٣,١	٢٧,١٣	٣٤,٢٥	٣٩,٢١
٢٠٢٣	٨٥,٨	٨٩,٦	١٠٣	٦٥,٩	٦٩,٦	٧٥,٥
المتوسط	٢٩,٢	٣١,٢	٣٤,٤	٢١,٤	٢٤,٢	٢٧,٦
معامل الاختلاف %	٦١,٦	٦٠,٣	٦٢,٧	٦١,٧	٥٧,٥	٥٤

معامل الاختلاف = الانحراف المعياري / المتوسط × ١٠٠.

** تشير إلى مستوى معنوية عند المستوى الاحتمالي ١%.

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات (منتج/ جملة/ تجزئة)، أعداد متفرقة، القاهرة.

جدول ٢: نتائج دوال النمو لأسعار المزرعة والجملة والمستهلك للدجاج البلدي والأبيض في مصر خلال الفترة ٢٠٠٨-٢٠٢٣.

المتغيرات	الدالة	F	R2	G.R%
سعر المزرعة للدجاج البلدي جنيه/كجم	$\ln Y = 2.329 + 0.107Ti$ (28.7)** (12.7)**	162.1**	0.92	10.7
سعر الجملة للدجاج البلدي جنيه/كجم	$\ln Y = 2.409 + 0.105Ti$ (30.7)** (13)**	169**	0.92	10.5
سعر المستهلك للدجاج البلدي جنيه/كجم	$\ln Y = 2.49 + 0.106Ti$ (31.2)** (12.8)**	163.9**	0.92	10.6
سعر المزرعة للدجاج الأبيض جنيه/كجم	$\ln Y = 2.17 + 0.091Ti$ (20.7)** (8.36)**	69.9**	0.83	9.1
سعر الجملة للدجاج الأبيض جنيه/كجم	$\ln Y = 2.3 + 0.091Ti$ (22.7)** (8.7)**	75.8**	0.84	9.1
سعر المستهلك للدجاج الأبيض جنيه/كجم	$\ln Y = 2.44 + 0.090Ti$ (24.83)** (8.8)**	77.4**	0.84	9.0

** تشير إلى مستوي معنوية عند المستوي الاحتمالي ١%.

G.R%: معدل النمو Growth Rate

المصدر: حُسبت من التحليل الإحصائي للبيانات الواردة بالجدول (١) بالبحث باستخدام برنامج spss.

٤- تطور أسعار المزرعة والجملة والمستهلك للدجاج

الأبيض في مصر خلال الفترة ٢٠٠٨-٢٠٢٣

وبالنسبة لسعر المزرعة للدجاج الأبيض تطور من حوالي ١٠,٣٥ جنيه/كجم عام ٢٠٠٨ ليصل إلى حوالي ٦٥,٩ جنيه/كجم عام ٢٠٢٣، بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٢١,٤ جنيه/كجم وبمعامل اختلاف قدر بنحو ٦١,٧%، ومعدل نمو سنوي بلغ نحو ٩,١% عند مستوي المعنوية ١%، بينما تطور سعر الجملة من حوالي ١٠,٨٩ جنيه/كجم عام ٢٠٠٨ ليصل إلى حوالي ٦٩,٦ جنيه/كجم عام ٢٠٢٣، بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٢٤,٢ جنيه/كجم وبمعامل اختلاف قدر بنحو ٥٧,٥%، ومعدل نمو سنوي بلغ نحو ٩,١% عند مستوي المعنوية ١%، وبالنسبة لسعر المستهلك تطور من حوالي ١١,٩٤ جنيه/كجم عام ٢٠٠٨ ليصل إلى حوالي ٧٥,٥ جنيه/كجم عام ٢٠٢٣، بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٢٧,٦ جنيه/كجم وبمعامل اختلاف قدر بنحو ٥٤%، ومعدل نمو سنوي بلغ نحو ٩% عند مستوي المعنوية ١% خلال فترة الدراسة.

٣- تطور أسعار المزرعة والجملة والمستهلك للدجاج

البلدي في مصر خلال الفترة ٢٠٠٨-٢٠٢٣

يتضح من جدولي (١) و(٢)، أن سعر المزرعة للدجاج البلدي تطور من حوالي ١٢,٣ جنيه/كجم عام ٢٠٠٨ ليصل إلى حوالي ٨٥,٨ جنيه/كجم عام ٢٠٢٣، بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٢٩,٢ جنيه/كجم وبمعامل اختلاف قدر بنحو ٦١,٦%، ومعدل نمو سنوي بلغ نحو ١٠,٧% عند مستوي المعنوية ١%، بينما سعر الجملة تطور من حوالي ١٣,٠ جنيه/كجم عام ٢٠٠٨ ليصل إلى حوالي ٨٩,٦ جنيه/كجم عام ٢٠٢٣، بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٣١,٢ جنيه/كجم وبمعامل اختلاف قدر بنحو ٦٠,٣%، ومعدل نمو سنوي بلغ نحو ١٠,٥% عند مستوي المعنوية ١%، وبالنسبة لسعر المستهلك تطور من حوالي ١٤,٣ جنيه/كجم عام ٢٠٠٨ ليصل إلى حوالي ١٠٣ جنيه/كجم عام ٢٠٢٣، بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٣٤,٤ جنيه/كجم وبمعامل اختلاف قدر بنحو ٦٢,٧%، ومعدل نمو سنوي بلغ نحو ١٠,٦% عند مستوي المعنوية ١% خلال فترة الدراسة.

٢- الهوامش التسويقية للدجاج الأبيض في مصر خلال

الفترة ٢٠٠٨-٢٠٢٣

تبين من جدول (٣) أن الهامش التسويقي بين تاجر الجملة والمنتج تطور من ٠,٥ جنيه/كجم في عام ٢٠٠٨ ليصل إلى حوالي ٧,١ جنيه/كجم في عام ٢٠٢٢ بمتوسط بلغ حوالي ٢,٨ جنيه/كجم، وبمعامل اختلاف بلغ نحو ٥٣,٩% خلال فترة الدراسة.

بينما تطور الهامش التسويقي بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة من حوالي ١,١ جنيه/كجم عام ٢٠٠٨ إلى حوالي ٥,٩ جنيه/كجم في عام ٢٠٢٣ بمتوسط بلغ حوالي ٢,٨ جنيه/كجم، وبمعامل اختلاف بلغ نحو ٥٣,٩% خلال فترة الدراسة.

وبلغ متوسط الهوامش التسويقية الإجمالية للدجاج الأبيض حوالي ٦,٢ جنيه/كجم بمعامل اختلاف بلغ نحو ٤١,٨% وبلغ المتوسط النسبي للهوامش التسويقية الإجمالية نحو ٢٢,٣% خلال فترة الدراسة.

ثالثاً: توزيع جنيه المستهلك والكفاءة التسويقية للدجاج البلدي والدجاج الأبيض في مصر

يقصد بتوزيع جنيه المستهلك متوسط الفروق التسويقية المطلقة بالنسبة لمختلف أنواع الوسطاء.

١- توزيع جنيه المستهلك للدجاج البلدي في مصر

خلال الفترة ٢٠٠٨-٢٠٢٣

يتبين من البيانات الواردة بجدول (٤) أن نسبة نصيب المنتج من جنيه المستهلك تراوح بين نحو ٨١,٣% في عام ٢٠١٢ كحد أدنى وبين نحو ٨٩,٦% في عام ٢٠١٨ كحد أقصى بمتوسط هندسي بلغ نحو ٨٤,٩% من جنيه المستهلك، وكذلك تبين أن نسبة نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك تراوح بين نحو ٢,٣% في عام ٢٠٢١ كحد أدنى وبين نحو ٩,٣% في عام ٢٠٢٢ كحد أقصى بمتوسط هندسي بلغ نحو ٥,٧% من جنيه المستهلك، وتبين أن نسبة نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك تراوح بين نحو ٥,٩% في عام ٢٠١٧ كحد أدنى

ثانياً: تطور الهوامش التسويقية للدجاج البلدي

والدجاج الأبيض في مصر

ينقسم السعر النهائي الذي يدفعه المستهلك إلى جزئين: الجزء الأول هو عائد الإنتاج الذي يحصل عليه المنتج والجزء الثاني هو ما يتقاضاه الوسطاء نظير الخدمات التسويقية المختلفة كالذبح والتنظيف أو التصنيع والتوزيع حتى يصل المنتج إلى المستهلك النهائي وهذا الجزء يطلق عليه الهامش التسويقي الإجمالي، وهو عبارة الهامش التسويقي لتاجر الجملة بالإضافة إلى الهامش التسويقي لتاجر التجزئة.

١- الهوامش التسويقية للدجاج البلدي في مصر خلال

الفترة ٢٠٠٨-٢٠٢٣

الهامش التسويقي لتاجر الجملة وهو الفرق المطلق أو النسبي بين سعر الجملة وسعر المنتج وكلمنا انخفضت هذه القيمة أو النسبة ارتفعت الكفاءة التسويقية بين المنتج وتاجر الجملة أو سوق الجملة خلال فترة زمنية محددة، ويتضح من جدول (٣) أن الهامش التسويقي بين تاجر الجملة والمنتج تطور من ٠,٧ جنيه/كجم في عام ٢٠٠٨ ليصل إلى حوالي ٤,٩ جنيه/كجم في عام ٢٠٢٢ بمتوسط بلغ حوالي ٢ جنيه/كجم، وبمعامل اختلاف بلغ نحو ٥٦,٩% خلال فترة الدراسة.

بينما تطور الهامش التسويقي لتاجر التجزئة وهو الفرق المطلق أو النسبي بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة من حوالي ١,٣ جنيه/كجم عام ٢٠٠٨ إلى حوالي ١٣,٤ جنيه/كجم في عام ٢٠٢٣ بمتوسط بلغ حوالي ٣,٢ جنيه/كجم، وبمعامل اختلاف بلغ نحو ٩٣% خلال فترة الدراسة.

وبلغ متوسط الهوامش التسويقية الإجمالية للدجاج البلدي حوالي ٥,٢ جنيه/كجم بمعامل اختلاف بلغ نحو ٧١,٢% وبلغ المتوسط النسبي للهوامش التسويقية الإجمالية نحو ١٤,٨% خلال فترة الدراسة.

جدول ٣: تطور الهوامش التسويقية للدجاج البلدي والدجاج الأبيض في مصر خلال الفترة ٢٠٠٨-٢٠٢٣

السنة	الهوامش التسويقية للدجاج البلدي						الهوامش التسويقية للدجاج الأبيض					
	جملة- منتج		تجزئة- جملة		الإجمالي		جملة- منتج		تجزئة- جملة		الإجمالي	
	مطلق	نسبي (%)	مطلق	نسبي (%)	مطلق	نسبي (%)	مطلق	نسبي (%)	مطلق	نسبي (%)	مطلق	نسبي (%)
	جنيه/كجم		جنيه/كجم		جنيه/كجم		جنيه/كجم		جنيه/كجم		جنيه/كجم	
٢٠٠٨	٠,٧	٥,٤	١,٣	٩,٣	٢,٠	١٤,٢	١,١	٨,٨	١,٦	١٣,٣	٠,٥	٥,٠
٢٠٠٩	٠,٧	٥,٢	١,٥	٩,٩	٢,١	١٤,٦	١,١	٨,٧	١,٦	١٣,٥	٠,٦	٥,٢
٢٠١٠	١,٥	١٠,٠	١,٦	٩,٤	٣,١	١٨,٥	٢,١	١٤,٢	٣,٣	٢٢,٨	١,٣	١٠,٠
٢٠١١	١,٠	٦,٣	١,٨	١٠,٢	٢,٨	١٥,٩	٣,٢	١٩,١	٥,٢	٣١,٠	٢,٠	١٤,٧
٢٠١٢	١,٩	١٠,٠	٢,٠	٩,٧	٣,٩	١٨,٨	٢,٥	١٢,٢	٦,٣	٣١,١	٣,٩	٢١,٥
٢٠١٣	١,٩	٧,٨	٢,٣	٨,٥	٤,٢	١٥,٦	٣,٩	١٧,٢	٧,٢	٣١,٧	٣,٣	١٧,٥
٢٠١٤	٢,٠	٨,٠	٢,٢	٨,٤	٤,٢	١٥,٨	٣,٩	١٥,٩	٧,٢	٢٨,٩	٣,٤	١٥,٩
٢٠١٥	٢,٠	٨,٠	٢,٢	٨,٤	٤,٢	١٥,٨	٣,٩	١٥,٧	٧,٢	٢٤,٠	٢,٠	٩,٨
٢٠١٦	٢,٠	٧,٠	٢,٢	٧,٣	٤,٢	١٣,٨	٣,٩	١٣,٨	٧,٢	٢٥,٨	٣,٤	١٣,٩
٢٠١٧	١,٨	٥,١	٢,٢	٥,٩	٤,١	١٠,٨	٣,٩	١١,٧	٧,٢	٢١,٩	٣,٤	١١,٥
٢٠١٨	١,٧	٥,٠	٢,١	٥,٧	٣,٩	١٠,٤	٣,٩	١٢,٦	٧,٢	٢٣,٦	٣,٤	١٢,٦
٢٠١٩	١,٧	٤,٣	٢,٨	٦,٧	٤,٤	١٠,٦	٣,٩	١٣,١	٦,٧	٢٣,٠	٢,٩	١١,٤
٢٠٢٠	٣,٠	٧,٨	٢,٨	٦,٨	٥,٧	١٤,١	٢,٦	١٣,٨	٦,٥	٢٣,٢	٢,٦	١٠,٩
٢٠٢١	١,٠	٢,٦	٦,٢	١٤,١	٧,٢	١٦,٤	٣,٥	١١,٣	٤,٨	١٥,٤	١,٣	٤,٧
٢٠٢٢	٤,٩	١٠,٢	٥,٠	٩,٥	١٠,٠	١٨,٧	٧,١	١٢,٦	١٢,١	٣٠,٨	٧,١	٢٠,٨
٢٠٢٣	٣,٩	٤,٣	١٣,٤	١٣	١٧,٣	١٦,٧	٣,٧	٧,٨	٩,٦	١٢,٧	٣,٧	٥,٣
المتوسط	٢	٦,٣	٣,٢	٨,٧	٥,٢	١٤,٨	٢,٨	١٢,٧	٦,٢	٢٢,٣	٢,٨	١٠,٧
معامل الاختلاف %	٥٦,٩	-	٩٣	-	٧١,٢	-	٥٣,٩	-	٤١,٨	-	٣٤,٩	-

معامل الاختلاف = الانحراف المعياري / المتوسط × ١٠٠

الانتشار السعري المطلق = إجمالي الهوامش التسويقية بين المنتج وتاجر التجزئة.

المصدر: جُمعت وحُسبت من بيانات جدول (١).

جدول ٤: نسبة توزيع جنيه المستهلك للدجاج البلدي والدجاج الأبيض في مصر خلال الفترة ٢٠٠٨-٢٠٢٣.

السنة	توزيع جنيه المستهلك (%) للدجاج البلدي				توزيع جنيه المستهلك (%) للدجاج الأبيض			
	نصيب المنتج	تاجر الجملة	تاجر التجزئة	نصيب الوسيط	نصيب المنتج	تاجر الجملة	تاجر التجزئة	نصيب الوسيط
٢٠٠٨	٨٥,٨	٤,٩	٩,٣	١٤,٢	٨٦,٧	٤,٥	٨,٨	١٣,٣
٢٠٠٩	٨٥,٤	٤,٦	٩,٩	١٤,٦	٨٦,٥	٤,٧	٨,٧	١٣,٥
٢٠١٠	٨١,٥	٩,١	٩,٤	١٨,٥	٧٧,٢	٨,٥	١٤,٢	٢٢,٨
٢٠١١	٨٤,١	٥,٦	١٠,٢	١٥,٩	٦٩,٠	١١,٩	١٩,١	٣١,٠
٢٠١٢	٨١,٣	٩,٠	٩,٧	١٨,٨	٦٨,٩	١٨,٩	١٢,٢	٣١,١
٢٠١٣	٨٤,٤	٧,١	٨,٥	١٥,٦	٦٨,٣	١٤,٥	١٧,٢	٣١,٧
٢٠١٤	٨٤,٢	٧,٤	٨,٤	١٥,٨	٧١,١	١٣,٤	١٥,٤	٢٨,٩
٢٠١٥	٨٤,٢	٧,٤	٨,٤	١٥,٨	٧٦,٠	٨,٣	١٥,٧	٢٤,٠
٢٠١٦	٨٦,٢	٦,٥	٧,٣	١٣,٨	٧٤,٢	١٢,٠	١٣,٨	٢٥,٨
٢٠١٧	٨٩,٢	٤,٨	٥,٩	١٠,٨	٧٨,١	١٠,٢	١١,٧	٢١,٩
٢٠١٨	٨٩,٦	٤,٧	٥,٧	١٠,٤	٧٦,٤	١١,٠	١٢,٦	٢٣,٦
٢٠١٩	٨٩,٤	٤,٠	٦,٧	١٠,٦	٧٧,٠	٩,٩	١٣,١	٢٣,٠
٢٠٢٠	٨٥,٩	٧,٣	٦,٨	١٤,١	٧٦,٨	٩,٤	١٣,٨	٢٣,٢
٢٠٢١	٨٣,٦	٢,٣	١٤,١	١٦,٤	٨٤,٦	٤,١	١١,٣	١٥,٤
٢٠٢٢	٨١,٣	٩,٣	٩,٥	١٨,٧	٦٩,٢	١٨,٢	١٢,٦	٣٠,٨
٢٠٢٣	٨٣,٣	٣,٨	١٣	١٦,٧	٨٧,٣	٤,٩	٧,٨	١٢,٧
المتوسط الهندسي	٨٤,٩	٥,٧	٨,٧	١٤,٨	٧٦,٤	٩,٣	١٢,٧	٢٢,٣

المصدر: جُمعت وحُسبت من بيانات جدولي (١)، (٣).

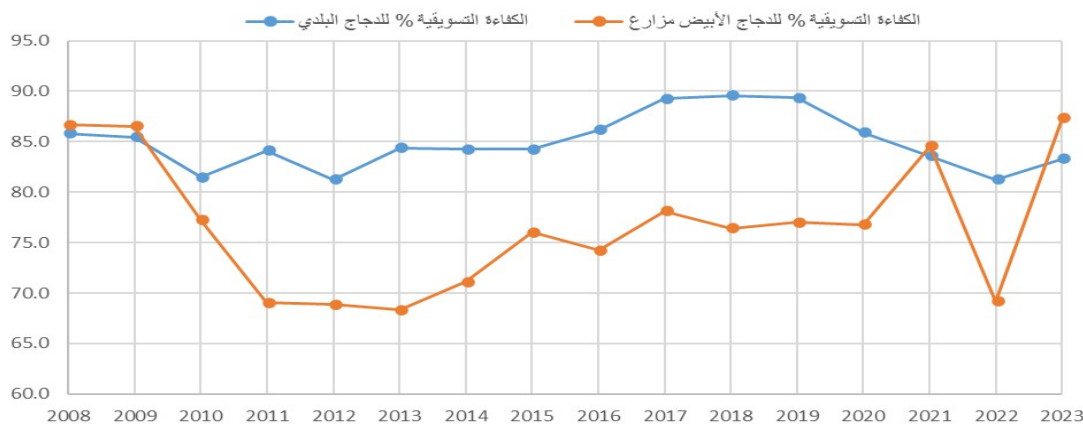
تاجر الجملة من جنيه المستهلك تراوح بين نحو ٤,٥% في عام ٢٠٠٨ كحد أدنى وبين نحو ١٨,٢% في عام ٢٠٢٢ كحد أقصى بمتوسط هندسي بلغ نحو ٩,٣% من جنيه المستهلك،

وتبين أن نسبة نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك تراوح بين نحو ٨,٧% في عام ٢٠٢٣ كحد أدنى وبين نحو ١٩,١% في عام ٢٠١١ كحد أقصى بمتوسط هندسي بلغ نحو ١٢,٧% من جنيه المستهلك، وبالنسبة لإجمالي نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك أو ما يطلق عليه الانتشار السعري النسبي فقد تراوح بين نحو ١٢,٧% في عام ٢٠٢٣ كحد أدنى وبين نحو ٣١,٧% في عام ٢٠١٣ كحد أقصى بمتوسط هندسي بلغ نحو ٢٢,٣% من جنيه المستهلك خلال متوسط فترة الدراسة، حيث تبين أن هناك ارتفاع في نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك، بينما ينخفض نصيب المنتج في جنيه المستهلك وذلك بالمقارنة ما بين عام ٢٠٠٨ و٢٠٢٢. ويتبين من شكل (٢) انخفاض الكفاءة التسويقية للدجاج الأبيض من نحو ٨٦,٧% عام ٢٠٠٨ ليصل إلى نحو ٦٩,٢% عام ٢٠٢٢ والذي يرجع إلى زيادة نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك ثم ارتفعت مرة أخرى لتصل إلى نحو ٨٧,٣% وذلك ناتج من انخفاض نصيب الوسطاء.

وبين نحو ١٤,١% في عام ٢٠٢١ كحد أقصى بمتوسط هندسي بلغ نحو ٨,٧% من جنيه المستهلك، وبالنسبة لإجمالي نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك أو ما يطلق عليه الانتشار السعري النسبي فقد تراوح بين نحو ١٠,٤% في عام ٢٠١٨ كحد أدنى وبين نحو ١٨,٧% في عام ٢٠٢٢ كحد أقصى بمتوسط هندسي بلغ نحو ١٤,٨% من جنيه المستهلك خلال متوسط فترة الدراسة، حيث هناك ارتفاع في نصيب الوسطاء في جنيه المستهلك بينما ينخفض نصيب المنتج في جنيه المستهلك وذلك بالمقارنة ما بين عام ٢٠٠٨ و ٢٠٢٢، ويتبين من شكل (٢) انخفاض الكفاءة التسويقية للدجاج البلدي من ٨٥,٨% عام ٢٠٠٨ لتصل إلى ٨١,٣% عام ٢٠٢٢ والذي يرجع إلى زيادة نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك بينما ارتفعت الكفاءة التسويقية عام ٢٠٢٣ لتصل إلى ٨٣,٣% وذلك ناتج من انخفاض نصيب الوسطاء.

٢- توزيع جنيه المستهلك للدجاج الأبيض في مصر خلال الفترة ٢٠٠٨-٢٠٢٣

يتضح من البيانات الواردة بجدول (٤)، أن نسبة نصيب المنتج من جنيه المستهلك تراوح بين نحو ٦٨,٣% في عام ٢٠١٣ كحد أدنى وبين نحو ٨٧,٣% في عام ٢٠٢٣ كحد أقصى بمتوسط هندسي بلغ نحو ٧٦,٤% من جنيه المستهلك، وتبين أن نسبة نصيب



شكل ٢: تطور الكفاءة التسويقية للدجاج البلدي والدجاج الأبيض في مصر خلال الفترة ٢٠٠٨-٢٠٢٣.

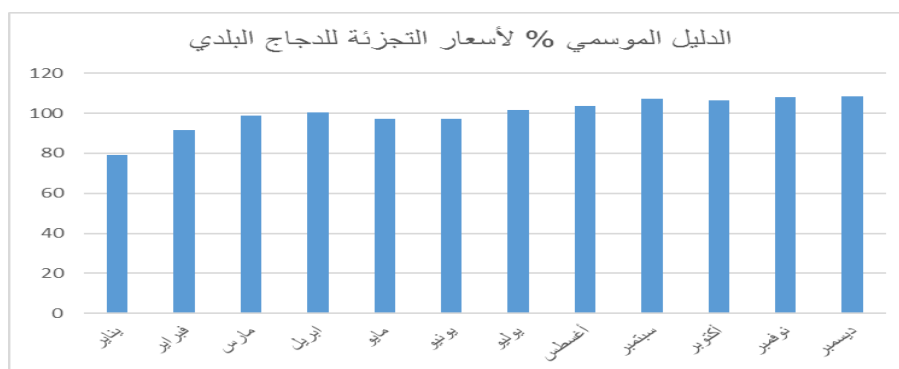
المصدر: جُمعت وحُسبت من بيانات جدول (١).

(٣) أن أدنى قيمة لها بلغت نحو ٧٩% في شهر يناير وأقصى قيمة لها بلغت نحو ١٠٨% في شهري نوفمبر وديسمبر، وبالنسبة للدجاج الأبيض نلاحظ من الشكل (٤) أن أدنى قيمة لها بلغت نحو ٨٠,١% في شهر يناير وأقصى قيمة لها بلغت نحو ١٠٧,٥% في شهر أبريل، وبذلك يتضح أن الاختلافات والتحركات بين الشهور اختلافات ليست كبيرة كما هو واضح من بيانات جدول (٥)، الأمر الذي يرجع إلى ارتفاع أسعار مستلزمات وتكاليف الإنتاج على مدار العام بأكمله وبالخصوص ارتفاع أسعار الأعلاف المستوردة (الذرة - كسب فول الصويا) نتيجة ارتفاع سعر صرف الدولار للجنيه.

رابعاً: التغيرات الموسمية لأسعار المستهلك للدجاج البلدي والدجاج الأبيض في مصر

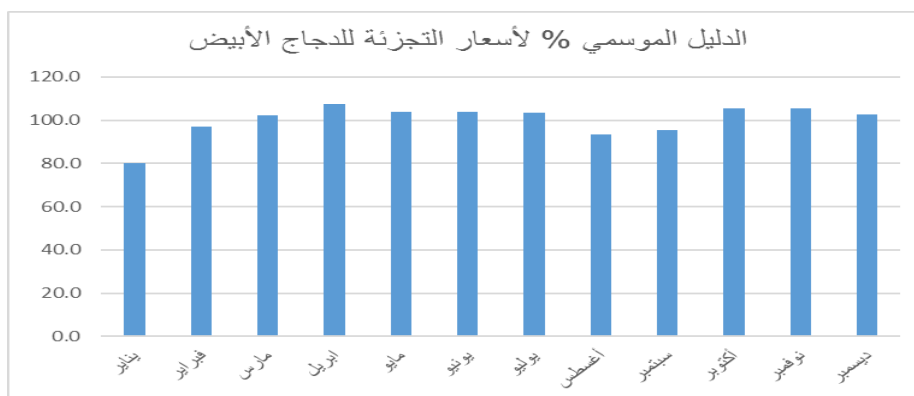
يستهدف تقدير الدليل الموسمي لأسعار الدواجن في مصر التعرف على التغيرات التي تحدث في الأسعار بين شهور السنة حيث ترجع هذه التغيرات إلى محصلة أثر العديد من المتغيرات الاقتصادية والتقنية والاجتماعية والسياسية كون معظم مستلزمات الإنتاج يتم إستيرادها من الخارج مما ينعكس أثره على دخل المنتج ومدى قدرته على الاستمرار في تلك الصناعة ويساعد بصورة مباشرة على رسم السياسات السعرية الحالية.

وعند مقارنة التغيرات الموسمية في أسعار المستهلك بين الشهور بالنسبة للدجاج البلدي نلاحظ من الشكل



شكل ٣: الدليل الموسمي لأسعار المستهلك للدجاج البلدي في مصر خلال الفترة من ٢٠٢١-٢٠٢٣.

المصدر: بيانات جدول (٥).



شكل ٤: الدليل الموسمي لأسعار المستهلك للدجاج الأبيض في مصر خلال الفترة من ٢٠٢١-٢٠٢٣.

المصدر: بيانات جدول (٥).

جدول ٥: تقدير التغيرات الموسمية لأسعار المستهلك للدجاج البلدي والأبيض في مصر خلال الفترة ٢٠٢١-٢٠٢٣

الشهور / السنة	دجاج بلدي			دجاج أبيض		
	٢٠٢٣	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٣	٢٠٢٢	٢٠٢١
يناير	٦٤,٣	٤٥,٥	٣٩,٢	٧٩	٢٣٨	٢٤٠,٢
فبراير	٩٧,٦	٤٧,٩	٣٩,٤	٩٢	٢٧٥	٢٩٠,٥
مارس	١١٢,١	٤٨,٩	٤١,٦	٩٩	٢٩٦	٣٠٦,٣
أبريل	١١٠,٧	٥٠,٠	٤٣,٤	١٠٠	٣٠١	٣٢٢,٤
مايو	٩٩,١	٥١,٢	٤٣,٠	٩٧	٢٩١	٣١١,٤
يونيه	٩٩,٣	٥١,٦	٤٢,٨	٩٧	٢٩٢	٣١١,٤
يوليو	١٠١,٥	٥٤,٨	٤٤,٩	١٠٢	٣٠٥	٣١٠,٥
أغسطس	١٠٧,٤	٥٥,١	٤٥,٠	١٠٤	٣١١	٢٧٩,٩
سبتمبر	١١٠,٢	٥٦,٠	٤٧,٥	١٠٧	٣٢١	٢٨٦,١
أكتوبر	١١٢,٥	٥٥,٤	٤٦,٣	١٠٧	٣٢٠	٣١٦,٤
نوفمبر	١١٢,٩	٥٨,٦	٤٥,٤	١٠٨	٣٢٤	٣١٦,٤
ديسمبر	١٠٨,٤	٦٢,٣	٤٤,٧	١٠٨	٣٢٥	٣٠٨,٤
المتوسط	١٠٣,٠	٥٣,١	٤٣,٦	١٢٠,٠	الإجمالي	٧٥,٥
						٣٩,٢
						٣٠,٩

الأرقام الموضحة أمام الشهور في كل سنة من السنوات الثلاثة تمثل القيم الحقيقية لأسعار المستهلك.

القيمة الاتجاهية المقابلة للشهر = (القيمة الحقيقية للشهر / متوسط السنة) × ١٠٠

الدليل الموسمي % = مجموع القيمة الاتجاهية المقابلة / عدد السنوات لكل شهر.

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات (منتج/ جملة/ تجزئة)، أعداد متفرقة ، القاهرة.

كامل، عبير على، جيهان محمد العفيفي (٢٠١٥)،
 دراسة اقتصادية لكفاءة تسعير وتسويق دجاج
 التسمين في مصر، المجلة المصرية للاقتصاد
 الزراعي، المجلد (٢٥)، العدد الأول.
 وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون
 الاقتصادية، نشرة الميزان الغذائي، أعداد متفرقة،
 القاهرة.
 وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون
 الاقتصادية، نشرة تقديرات الدخل المزرعي، أعداد
 متفرقة، القاهرة.
 وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون
 الاقتصادية، نشرة الثروة الداجنة، أعداد متفرقة،
 القاهرة.
 Norwood, F.Bailey, Layson L.Lusk, Derrell S.Peel,
 et al. (2022), Agricultural Marketing and Price
 Analysis, second edition, Waveland press, inc.

المراجع

الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة
 السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات
 (منتج/ جملة/ تجزئة)، أعداد متفرقة، القاهرة.
 الموقع الإلكتروني الجهاز المركزي للتعبئة العامة
 والإحصاء، قاعدة بيانات التجارة الخارجية.
 الموقع الإلكتروني للأمم المتحدة،
<https://sdgs.un.org/ar>
 بسيوني، جابر أحمد (٢٠١٣)، الاتجاهات المعاصرة
 في التسويق إدارة الجودة الشاملة، دار الوفاء لندنيا
 الطباعة والنشر.
 سليمان، إبراهيم، محمد جابر (٢٠٠٨)، نظم التسويق
 الزراعي، اقتصاديات الزراعة والغذاء (٢)، دار
 الفكر العربي.