

## An Analytical Study of the Consumption Pattern of Local Slaughtered Chicken in Giza Governorate

Shaltout, S. Y. S. A. and A. M. A. Saleh

Agricultural Economics Research Institute - Agricultural Research Center



### دراسة تحليلية للنمط الاستهلاكي لدجاج اللحم المذبوح محلياً بمحافظة الجيزة

صبري يحيى سيد علي شلتوت و عادل محمد عبدالوهاب صالح

معهد بحوث الاقتصاد الزراعي - مركز البحوث الزراعية

#### الملخص

تتمثل مشكلة البحث في زيادة الطلب على منتجات الدواجن لمواجهة ارتفاع أسعار اللحوم الحمراء والتي يتوقع أن تصل إلى مستويات كبيرة قد تعجز عنها الفئات ذات الدخل المنخفضة عن تحقيق الاحتياجات الضرورية من البروتين الحيواني. مما استدعى الأمر تسويق دجاج اللحم في الصورة المذبوحة رغم أن الغالب هو تسويق أغلب الدجاج في صورته الحية، مما قد يؤدي إلى حدوث اختلافات أو تباينات في النمط الاستهلاكي لدجاج اللحم المذبوح محلياً وتأثره المكاني والدخلي، والعوامل المؤثرة عليه، ولذا كان من أهداف الدراسة هو تحليل نمط المستهلك المحلي للدجاج المذبوح محلياً من واقع عينة البحث ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي: أوضحت نتائج البحث: - أن نسبة المستهلكين الذين يفضلون دجاج طازج بعد نجه أمام المستهلك عند تاجر التجزئة والمجهز والمبرد بلغ نحو 86.7%، 7.6%، 5.7% على الترتيب من إجمالي حجم العينة البالغ حوالي 105 مستهلك كما بينت النتائج زيادة إقبال المستهلكين على شراء قطع الدجاج الكاملة، والأوراك، وصدور الدجاج، ولحم الفيليه (باتيه)، ودبليس الورك، والكبد والقوانص بنسب بلغت نحو 17.1%، 18.1%، 22.9%، 2.9%، 4.8% على الترتيب. كما بلغ نسبة مستهلكي دجاج اللحم المجمد محلياً والمستورد نحو 79%، 21% من إجمالي العينة البالغ حوالي 105 مستهلك. ويرجع ذلك إلى أن دجاج اللحم المذبوح المحلي أكثر جودة وثقة لدى جمهور العينة. - بتقدير العلاقة الانحدارية الجزئية في بين الدخل الفردي الشهري، ومتوسط الاستهلاك الفردي الشهري من لحم الدجاج، تبين أنه بزيادة الدخل الفردي بمقدار الوحدة تزيد الكميات المستهلكة بمقدار 0.005 كجم/شهر. كما تشير العلاقة بين المنفق الشهري على لحم الدجاج، ومتوسط الاستهلاك الفردي الشهري من لحم الدجاج إتحض أنه بزيادة الدخل الفردي بمقدار جنيه واحد تزيد الكميات المشتراة بمقدار 0.032 كجم/شهر. والعلاقة بين ما ينفقه المستهلك بالجنيه شهرياً وبين متوسط دخل الفرد، اتضح أنه كلما زاد الدخل بمقدار الوحدة زاد الإنفاق على لحم الدجاج بمقدار 0.16 جنيه. - وتبين أن أهم العوامل المؤثرة على الكميات التي يطلبها المستهلكون بعينة البحث والمتعلقة، في سعر بيع الدجاج، ومستوى الدخل الفردي، وأسعار السلع البديلة كأسعار اللحوم الحمراء، وأسعار الأسماك، التي تم تقديرها على مستوى العينة، وعلى مستوى الفئات الدخلية الثلاثة (المنخفضة، المتوسطة، الأعلى) مجتمع العينة. لم تظهر النتائج أي تأثير معنوي لأسعار الدواجن، والأسعار البديلة من اللحوم الحمراء على الكميات المطلوبة للاستهلاك بعينة البحث، وقد يعزى ذلك إلى الارتفاع الكبير في أسعار اللحوم في تلك الفترة. وقد ثبت تأثير الدخل الفردي الشهري ثبوته معنوياً على مستوى الفئات الدخلية المنخفضة والمتوسطة. - فيما يتعلق بعوامل جذب المستهلك للإقبال على دجاج اللحم المذبوح إتضح أن جودة الدجاج المذبوح وثقة المستهلك في منفذ دجاج اللحم، وإسلوب العرض والدعاية على دجاج اللحم المذبوح، وكذلك سعر دجاج اللحم المذبوح، بالإضافة إلى المظهر الخارجي لعبوة دجاج اللحم المذبوح من أهم عوامل جذب المستهلك للإقبال على دجاج اللحم المذبوح. كما أوضح البحث أن للإعلانات والعروض أثر على جذب المستهلك لشراء دجاج اللحم المذبوح. - كما تبين من البحث أن أسباب إجماع بعض المستهلكين عن شراء دجاج اللحم المذبوح المجمع قد ترجع إلى انخفاض القيمة الغذائية، وعدم الثقة في مدة وطريقة التخزين، بالإضافة إلى عدم الثقة في فترة الصلاحية للدجاج المجمع، وعدم التأكد من مصدر الدجاج وكيفية نجه، فضلاً عن الاعتقاد بأن دجاج اللحم المبرد أفضل بكثير من دجاج اللحم المجمع.

الاستهلاكي لدجاج اللحم المذبوح محلياً نتيجة لعدة عوامل مؤثرة في ذلك الاتجاه.

#### هدف البحث

يستهدف البحث التعرف على النمط الاستهلاكي لدجاج اللحم المذبوح محلياً في بعض مناطق محافظة الجيزة، والعوامل المؤثرة على الاستهلاك وذلك من خلال دراسة الأنماط الاستهلاكية لمستهلكي لحم الدجاج المذبوح، وتحليل العوامل المؤثرة على الطلب الاستهلاكي والإنفاقي، وكذلك متوسط الدخل والإنفاق على دجاج اللحم المذبوح والكميات المطلوبة، ومتوسط نصيب الفرد منها والأسعار داخل المناطق المدروسة، وأنماط الاستهلاك بين القطيعات المختلفة للدجاج المذبوح، وتوزيع مستهلكي دجاج اللحم وفقاً لتفضيلاتهم المختلفة عند الشراء، ودراسة العوامل المؤثرة على الكميات المطلوبة للاستهلاك بعينة البحث، وأسباب عدم إقبال المستهلكين على شراء دجاج اللحم المجمد المحلي.

#### الطريقة البحثية

اتبع في إجراء البحث طريقتي التحليل الوصفي والكمي، حيث تم الاعتماد على الأسلوب الوصفي لتوصيف متغيرات البحث والتحليل الكمي لبعض المتغيرات الاقتصادية للبحث، وقد تم استخدام أساليب النسب المنوبة وبعض مقاييس النزعة المركزية (المتوسطات الحسابية) وتحليل الانحدار المتعدد والمرحلي وحساب الاتجاه الزمني العام وتطبيق النماذج الخطية واللوجاريمية المختلفة لقياس العلاقات الجزئية، والدوال الإنفاقيه، والعوامل المؤثرة على استهلاك لحم الدجاج المذبوح، واختبار تحليل التباين في قياس الأثر المكاني والدخلي على الكميات المستهلكة في عينة البحث.

#### مصادر البيانات

اعتمد البحث على البيانات الثانوية المنشورة وغير المنشورة الصادرة من وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، والجهاز المركزي للتبعية العامة والإحصاء، وهيئة الخدمات البيطرية وكذلك الشبكة العنكبوتية بالإضافة إلى البيانات الأولية للبحث والتي تم الحصول عليها من واقع الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة عشوائية من مستهلكي الدجاج المذبوح محلياً بمحافظة الجيزة عام 2017، وتم الاستعانة ببعض الأبحاث والرسائل العلمية ذات الصلة بموضوع البحث.

#### المقدمة

يعتبر الإنتاج الحيواني جزءاً هاماً وأساسياً في الزراعة المصرية، وبرغم المشاكل التي مر بها ويصانفها إلا أنه يتسم بقدرته على توفير البروتين الحيواني اللازم لغذاء الإنسان، بالإضافة إلى العديد من الصناعات الغذائية وغير الغذائية التي تقوم على منتجاته<sup>(1)</sup>. وقد بلغت قيمة إنتاج اللحوم من الدواجن خلال الفترة (2012-2015) نحو 21 مليار جنيه مثلت حوالي 24.2% من قيمة الإنتاج الداجني الزراعي لتلك الفترة<sup>(4)</sup> وفي ظل محدودية الدخل لأغلبية المستهلكين من جهة وعدم استقرار الأسعار بالنسبة لدجاج اللحم - حيث بلغت متوسط أسعار التجزئة لدجاج اللحم حوالي 17.3 جنيه/كجم للربع الأخير من عام 2010، وارتفعت لتصل حوالي 20 جنيه/كجم للربع الأخير من عام 2015 بنسبة زيادة قدرها 15.6% مقارنة بعام 2010<sup>(2)</sup>، ثم ارتفعت الأسعار ارتفاعاً ملحوظاً خلال عام 2017 بمتوسط ترواح ما بين 23.5 جنيه/كجم إلى 35.5 جنيه/كجم. مما يشير إلى حدوث خللاً بين العرض والطلب، ومن ثمة ضرورة دراسة النمط الاستهلاكي لدجاج اللحم المذبوح محلياً في ظل الظروف والأوضاع الراهنة للزيادة الملحوظة في أسعار الغذاء عامة، واللحم بصفة خاصة. وتعتبر محافظة الجيزة أحد المحافظات ذات الكثافة السكانية المرتفعة والمستهلكة للحوم البيضاء، كما قدرت الطاقة الفعلية الانتاجية للمحافظة لمزارع بدارى التسمين بحوالي 21.3 مليون وحدة حيوانية من الحيوانات المزرعية المنتجة للحوم البيضاء كمتوسط للفترة (2012-2016)<sup>(5)</sup>.

#### المشكلة البحثية

في ظل زيادة الطلب على منتجات الدواجن لمواجهة ارتفاع أسعار اللحوم الحمراء والتي يتوقع أن تصل إلى مستويات كبيرة قد تعجز عنها الفئات ذات الدخل المنخفضة عن تحقيق الاحتياجات الضرورية من البروتين الحيواني، وخاصة بعد تراجع الإنتاج من اللحوم الحمراء لانتشار الأمراض الحيوانية وعدم توافر المراعى وارتفاع أسعار الأعلاف. والتقلبات السعرية في أسعار دجاج اللحم الحى إلى جانب ظهور مرض انفلونزا الطيور في مصر مما يسببه من مخاطر بيئية وصحية على صحة الإنسان والطيور، مما استدعى الاتجاه نحو تسويق دجاج اللحم في الصورة المذبوحة رغم أن الغالب هو تسويق أغلب الدجاج في صورته الحية، مما قد يؤدي إلى تباينات في النمط

(1200، 7200) جنينًا بمتوسط حوالي 3633 جنين، وبولاق الذكور حوالي (1500، 6200) جنينًا بمتوسط حوالي 3867 جنين، والذقي حوالي (200، 9000) جنينًا بمتوسط حوالي 3090 جنين، وفيصل حوالي (2000، 7800) جنينًا بمتوسط حوالي 3600 جنين، والهرم حوالي (1500، 4000) جنينًا بمتوسط حوالي 2903 جنين، والعمرانية حوالي (2000، 6200) جنينًا بمتوسط حوالي 3163 جنين على الترتيب.

كما بلغ الحد الأدنى والأعلى على الترتيب للدخل المنفق على الدجاج من إجمالي دخل الأسرة في منطقة أكتوبر حوالي (174، 1260) جنينًا، وإمبابة حوالي (180، 900) جنينًا، وبولاق الذكور حوالي (248، 864) جنينًا، والذقي حوالي (348، 1200) جنينًا، وفيصل حوالي (348، 992) جنينًا، والهرم حوالي (174، 768) جنينًا، والعمرانية حوالي (168، 1080) جنينًا على الترتيب، بمتوسط بلغ حوالي 501، 437، 571، 525، 545، 408، 497 جنينًا لنفس المناطق على الترتيب، كما بلغ نسبة إنفاق دخل المستهلكين على الدجاج المنبوح كحد أدنى وأقصى داخل كل منطقة من الأولى إلى السابعة كما يلي: المنطقة الأولى نحو (8.7%، 21%)، والثانية نحو (12%، 15%)، والثالثة نحو (13.9%، 16.5%)، والرابعة نحو (13.3%، 29%)، والخامسة نحو (12.7%، 17.4%)، والسادسة نحو (11.6%، 19.2%)، والسابعة نحو (14%، 17.4%) من إجمالي حجم العينة.

#### الأهمية النسبية لكميات اللحم المطلوبة للاستهلاك وأسعارها ومتوسط نصيب الفرد من الدجاج المنبوح

تبين من نفس الجدول أن الحد الأدنى والأعلى للكميات المستهلكة للأسرة من دجاج اللحم المنبوح في منطقة أكتوبر بلغ حوالي 6، 36 كجم/شهر، وإمبابة حوالي 6، 30 كجم/شهر، وبولاق الذكور حوالي 5، 24 كجم، والذقي حوالي 12، 40 كجم/شهر، وفيصل حوالي 12، 32 كجم/شهر، والهرم حوالي 6، 24 كجم/شهر، والعمرانية 6، 40 كجم/شهر، بمتوسط بلغ نحو 15.7، 14.1، 17.6، 16.8، 17.8، 13.2، 17.2 كجم/شهر لكل منطقة على الترتيب، كما بلغ متوسط مستهلكي عينة البحث حوالي 16.1 كجم/شهر.

#### جدول 1. الحد الأعلى والأدنى للدخل الشهري والإنفاق ونسب الإنفاق والكميات المطلوبة للاستهلاك والأسعار ومتوسط نصيب الفرد الشهري على دجاج اللحم المنبوح بعينة البحث

البند المنطقة	الدخل الشهري (جنيه)		الإنفاق على دجاج اللحم (جنيه)		% الإنفاق على دجاج اللحم		كميات اللحم المطلوبة (كجم/شهر)		الأسعار (جنيه)		متوسط نصيب الفرد (كجم/شهر)	
	حد أدنى	متوسط	حد أدنى	متوسط	حد أدنى	متوسط	حد أدنى	متوسط	حد أدنى	متوسط	حد أدنى	متوسط
أكتوبر	2000	6000	174	3730	8.7	510	6	14	21	14	21	6.1
إمبابة	1200	7500	180	3633	15	437	6	15.2	15	12	15	6.7
بولاق	1500	6200	248	3867	13.9	571	8	16.7	16.5	13.9	16.5	7.9
الذقي	1200	9000	348	3090	13.3	525	12	22	29	13.3	29	6.6
فيصل	2000	7800	348	3600	12.7	545	12	15.8	17.4	12.7	17.4	6.4
الهرم	1500	4000	174	2903	11.6	408	6	15.1	19.2	11.6	19.2	6.3
العمرانية	2000	6200	168	3163	14	497	6	16.9	17.4	14	17.4	7.1

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان الخاصة بعينة الدراسة عام 2017.

وباستقراء بيانات نفس الجدول يتبين أن الحد الأدنى لسعر كيلو اللحم المنبوح بلغ حوالي 27 جنين في منطقة العمرانية وحد أقصى بلغ حوالي 38 جنين في منطقة بولاق الذكور، وقد أدى هذا التباين في أسعار المناطق المذكورة سابقاً إلى إختلاف المتوسط بين المناطق حيث بلغ حوالي 32، 33، 31، 32، 31، 31، 29 جنين على الترتيب.

كما تبين من الجدول السابق أن الحد الأدنى والأعلى لنصيب الفرد من الدجاج المنبوح بمناطق البحث شهرياً بلغ حوالي 1.5، 6.1 كجم/شهر لمنطقة أكتوبر، وحوالي 1.2، 7.5 كجم/شهر لمنطقة إمبابة، وحوالي 3.2، 8 كجم/شهر لمنطقة بولاق الذكور، وحوالي 2.3، 10 كجم/شهر لمنطقة الذقي، وحوالي 1.7، 9 كجم/شهر لمنطقة فيصل، وحوالي 1.1، 6 كجم/شهر لمنطقة الهرم، وحوالي 1.5، 8 كجم/شهر لمنطقة العمرانية، بمتوسطات بلغت حوالي 6.1، 6.7، 7.9، 6.6، 6.4، 6.3، 7.1 كجم/شهر للفرد لكل منطقة على الترتيب.

#### جدول 2. الأهمية النسبية لعدد مستهلكي دجاج اللحم المنبوح الطازج والمجهز والمبرد بالمنطقة

البند المنطقة	أكتوبر	إمبابة	بولاق الذكور	الذقي	فيصل	الهرم	العمرانية	إجمالي العينة	% من إجمالي العينة
دجاج طازج	12	13	13	12	13	14	14	91	86.7
% من إجمالي المنطقة	80	87	87	80	87	93	93		
دجاج مجهز	0	1	1	2	1	1	1	8	7.6
% من إجمالي المنطقة	0	6.7	6.7	13.3	6.7	6.7	6.7		
دجاج مبرد	3	1	1	1	1	0	0	6	5.7
% من إجمالي المنطقة	20	6.7	6.7	6.7	6.7	0.0	0.0		
إجمالي المناطق	15	15	15	15	15	15	15	105	100

المصدر: حسبت وجمعت من بيانات استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث عام 2017.

ونحو 33%، 27%، 40% لمنطقة بولاق الدكرور، ونحو 73%، 13.3%، 20%، 33% لمنطقة الدقي، ونحو 86.7%، 20%، 33%، 13.3% لمنطقة الهرم، ونحو 86.7%، 20%، 13%، 27% لمنطقة العمرانية كل منهم على الترتيب من متوسط الفئة، أما منطقة فيصل فقد بلغ نسبة الذين يفضلون الحاججة الكاملة والصدور والفيليه نحو 86.7%، 6.7%، 20% كمتوسط للمنطقة.

**الأهمية النسبية لمستهلكي الدجاج المذبوح وفقاً للقطاعات:**  
تتعدد أنماط الاستهلاك بين القطاعات المختلفة التي يرغب في شراؤها المستهلكون لدجاج اللحم المذبوح، ما بين مفضلي الدجاج الكامل، والأوراك، والصدور، والفيليه، وديبليس الورك، والكبد والقوانص، وقد تبين من الجدول رقم (3) أن عدد المستهلكين الذين يفضلون قطيعات دجاججة كاملة، أوراك، وصدور، وفيليه (باتيه) بلغت نسبتهم نحو 80%، 13.3%، 13.3%، 6.7% لمنطقة أكتوبر، ونحو 73%، 20%، 13.3%، 20% لمنطقة إمبابية،

**جدول 3. الأهمية النسبية لمستهلكي دجاج اللحم المذبوح وفقاً للقطاعات المفضلة من الدجاج المذبوح**

القطاعات المناطق	دجاج كامل		أوراك		صدور		فيليه		ديبليس		كبد وقوانص	
	عدد المستهلكين	% من المنطقة	عدد المستهلكين	% من المنطقة	عدد المستهلكين	% من المنطقة	عدد المستهلكين	% من المنطقة	عدد المستهلكين	% من المنطقة	عدد المستهلكين	% من المنطقة
أكتوبر	12	80	2	13.3	2	13.3	1	6.7	0	0	0	0
إمبابية	11	73	3	20	2	13.3	3	20	0	0	2	13.3
بولاق الدكرور	5	33	5	33	4	27	6	40	0	0	0	0
الدقي	11	73	2	13.3	3	20	5	33	0	0	2	13.3
الهرم	13	86.7	3	20	5	33	2	13.3	2	13.3	0	0
العمرانية	13	86.7	3	20	2	13	4	27	1	6.7	0	0
فيصل	13	86.7	0	0	1	6.7	3	20	0	0	0	0
إجمالي العينة	78	-	18	-	19	-	24	22.8	3	2.8	5	-
% من العينة	74.3	-	17.1	-	18.1	-	22.9	22.9	2.9	4.8	-	-

المصدر: حسبت وجمعت من بيانات استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث عام 2017.

فيصل والعمرانية والهرم بلغوا نحو 100%، 100%، 93% على الترتيب، في حين تصل منطقة إمبابية وأكتوبر والدقي وبولاق الدكرور لنحو 80%، 66.7%، 60%، 53% على الترتيب. في حين بلغ المستهلكين الذين يفضلون الدجاج المجمد المستورد نحو 47%، 40%، 33%، 20% في مناطق بولاق الدكرور والدقي وأكتوبر وإمبابية وأخيرًا منطقة الهرم بنسبة بلغت نحو 7%.

**الأهمية النسبية لمستهلكي دجاج اللحم للمجمد المحلي أو المجمد المستورد**  
باستقراء الجدول رقم (4) تبين أن عدد المستهلكين للدجاج اللحم المجمد محليًا بلغ حوالي 83 مستهلك بنسبة 79% من إجمالي العينة البالغ حوالي 105 مستهلك. في حين بلغ عدد المستهلكين الذين يفضلون شراء الدجاج المجمد المستورد حوالي 22 مستهلك بنحو 21% من إجمالي حجم العينة، وأن نسبة الذين يفضلون شراء الدجاج المجمد المحلي داخل مناطق

**جدول 4. تفضيلات مستهلكي دجاج اللحم المذبوح المجمد المحلي والمستورد**

المناطق البند	أكتوبر	إمبابية	بولاق الدكرور	الدقي	فيصل	الهرم	العمرانية	العدد	% من العينة
مجمد محلي	10	12	8	9	15	14	15	83	79
% من كل منطقة	66.7	80	53	60	100	93	100		
مجمد مستورد	5	3	7	6	0	1	0	22	21
% من كل منطقة	33	20	47	40	0	7	0		

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث.

إجمالي العينة وتراوح دخلهم ما بين 3000-5000 جنيه/شهر، والفئة الثالثة بلغ عددها 19 مشاهدة من مستهلكي دجاج اللحم تمثل نحو 18% من إجمالي العينة وهي الأعلى دخلًا وأكثر من 5000 جنيه/شهر. ويتضح ذلك من الجدول رقم (5) وقد تبين من الجدول أن الفئة الثالثة الأعلى دخلًا تستهلك كمية حوالي 16.7 كجم كمتوسط للعينة، بينما تستهلك الفئة الثانية حوالي 16.6 كجم، وتأتي الفئة الأولى الأقل دخلًا بكميات تصل إلى 15.4 كجم/شهر، كما بلغ متوسط الدخل الشهري للفئات الأولى والثانية والثالثة حوالي 2319، 3642، 5798 جنيه على الترتيب، وقيمة المنفق على الدجاج المذبوح حوالي 478، 517، 517 جنيه للفئات الثلاثة شهرًا بنسب بلغت نحو 21.3%، 14.1%، 9.3% على الترتيب من متوسط الدخل الشهري.

مما سبق تبين ارتفاع نسبة المنفق على شراء الدواجن من إجمالي الدخل الشهري لمتوسط الفئة الأولى الأقل دخلًا، ويقل في الفئتين الثانية والثالثة على الرغم من انخفاض الكميات المستهلكة لهذه الفئة والتي تصل إلى 15.4 كجم/شهر، وزايدتها بالنسبة للفئتين الأخيرتين، وهو ما يشير إلى أن هذه السلعة تعتبر ضرورية في الفئة الأقل دخلًا لعينة البحث وهو ما يتوافق مع المنطق الاقتصادي.

**جدول 5. قيمة الإنفاق على دجاج اللحوم المذبوح والكميات المطلوبة للاستهلاك شهريًا وفقاً للفئات الدخلية**

الفئات	عدد مستهلكي الدجاج	% من متوسط الدخل الشهري (جنيه)	% من متوسط المنفق على الدجاج (جنيه)	% من متوسط الكميات المستهلكة (كجم)	% من متوسط المنفق على الدجاج (جنيه)
الفئة الأولى	48	46	68	96	478
الفئة الثانية	38	36	106	104	517
الفئة الثالثة	19	18	169	104	517
مجموع/متوسط العينة	105	100	100	499	100

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث.

التغيرات في استهلاك الدجاج يرجع التغيرات في الدخل المنفق، وبلغت المرنة حوالي 0.98. مما يعني أنه بزيادة الدخل بنسبة 1% تزيد الكميات المطلوبة استهلاكها من لحم الدجاج 0.98%، وهو ما أشار إليه النموذج اللوغاريتمي المزوج بالمعادلة رقم (4).

**تقدير دالة الاستهلاك الإنفاقي على دجاج اللحم: (العلاقة بين الإنفاق على الدجاج، والدخل الفردي- المرنة الإنفاقي)**

تعتبر المرنة الإنفاقي عن التغير النسبي للإنفاق على سلعة أو مجموعة سلعية بالنسبة للتغير النسبي في الدخل<sup>(8)</sup>، مما يعني أنها توضح مقدار الاستجابة النسبية للإنفاق على السلعة أو مجموعة سلعية نتيجة تغير الإنفاق الفردي السنوي بنسبة 1% مع ثبات الأسعار، وقد إتضح من الجدول رقم (6) المعادلة رقم (5) تقدير العلاقة الانحدارية بين ما ينفقه المستهلك بالجنه شهرياً (كمتغير تابع)، وبين متوسط الدخل الشهري للفرد (كمتغير مستقل)، وجود علاقة طردية بين العاملين السابقين فكلما زاد الدخل بمقدار الوحدة زادت الانفاق على لحم الدجاج بمقدار 0.16 جنيه، ويشير معامل التحديد أن نحو 14% من التغيرات الحادثة ترجع لعوامل أخرى غير مقيسة، وقد ثبتت المعنوية الإحصائية لتلك العلاقة، وتم التقدير الإحصائي لنفس العلاقة في صورتها اللوغاريتمية المزوجة بالمعادلة رقم (6) وقدرت المرنة الإنفاقي بنحو 1.2، مما يعني أن نسبة 1% بالزيادة في الدخل الفردي الشهري للمستهلك، يزيد إنفاقه على لحم الدجاج المذبوح بنسبة 1.2%، مما يشير إلى أن هذه السلعة ضرورية.

**العلاقة بين الدخل الفردي ومتوسط استهلاك الفرد من دجاج اللحم المذبوح شهرياً:**

يشير الجدول رقم (6) المعادلة رقم (1) إلى تقدير العلاقة الانحدارية الجزئية في النموذج الخطي بين الدخل الفردي الشهري (كمتغير مستقل)، ومتوسط الاستهلاك الفردي الشهري من لحم الدجاج (كمتغير تابع)، وقد تبين وجود علاقة طردية وقد ثبت معنويتها من الناحية الإحصائية والمنطق الاقتصادي، حيث أنه بزيادة الدخل الفردي بمقدار الوحدة تزيد الكميات المستهلكة بمقدار 0.005 كجم/شهر، وتشير قيمة التحديد أن نحو 15% من التغيرات في الاستهلاك ترجع إلى التغيرات في الدخل المنفق، وأن قيمة المرنة بلغت حوالي 1.12 مما يعني أنه بزيادة الدخل بنسبة 1% تزيد الكميات المشتراه من لحم الدجاج بنحو 1.12%، وهو ما أشار إليه النموذج اللوغاريتمي المزوج بالمعادلة رقم (2).

**العلاقة بين الإنفاق الشهري على لحم الدجاج ومتوسط استهلاك الفرد شهرياً من دجاج اللحم المذبوح:**

يتضح من نفس الجدول المشار إليه والمعادلة رقم (3) تقدير العلاقة الانحدارية للنموذج الخطي بين المنفق الشهري على لحم الدجاج (كمتغير مستقل)، ومتوسط الاستهلاك الفردي من لحم الدجاج (كمتغير تابع)، وقد تبين وجود علاقة طردية وقد ثبت معنويتها من الناحية الإحصائية والمنطق الاقتصادي، حيث أنه بزيادة الدخل الفردي بمقدار جنيه واحد تزيد الكميات المستهلكة بمقدار 0.032 كجم/شهر، ويشير معامل التحديد أن 96% من

#### جدول 6. التقديرات الإحصائية لعلاقات الدوال الاستهلاكية بعينة البحث

البيان	الصيغة الرياضية للنموذج	R <sup>2</sup>	F	المرنة
العلاقة بين الدخل الفردي الشهري، والكميات المستهلكة بالكم من لحم الدجاج				
1 النموذج الخطي	$\hat{Y}_1 = -2.53 + 0.005X_1$ (0.33) (2.52)**	0.15	6.36	1.07
2 النموذج اللوغاريتمي المزوج	$\hat{Y}_1 = 3.14 + 1.12X_1$ (-1.8) (2.53)*	0.15	6.42	1.12
العلاقة بين الإنفاق الاستهلاكي على لحم الدجاج والكميات المستهلكة شهرياً				
3 النموذج الخطي	$\hat{Y}_1 = 0.21 + 0.032X_2$ (0.64) (52.3)**	0.96	2733	0.99
4 النموذج اللوغاريتمي المزوج	$\hat{Y}_1 = -1.44 + 0.98X_2$ (-28.7)** (52.2)**	0.96	1765	0.98
تقدير دالة الاستهلاك الإنفاقي (العلاقة بين الدخل الفردي والإنفاق على الدجاج- المرنة الإنفاقي)				
5 النموذج الخطي	$\hat{Y}_2 = -51.6 + 0.16X_1$ (-0.21) (2.38)*	0.14	5.67	1.1
6 النموذج اللوغاريتمي المزوج	$\hat{Y}_2 = -1.24 + 1.8 X_1$ (-1.01) (2.54)*	0.1	6.45	1.2

حيث:  $\hat{Y}_1$  = القيمة التقديرية لمتوسط استهلاك الفرد من دجاج اللحم المذبوح كجم/شهر.

$\hat{Y}_2$  = القيمة التقديرية للإنفاق على لحم الدجاج المذبوح جنيه/شهر.

$X_1$  = متوسط الدخل الفردي جنيه/شهر.

$X_2$  = متوسط قيمة الإنفاق على لحم الدجاج المذبوح جنيه/شهر.

\*, \*\* المعنوية الإحصائية عند مستوى احتمالي 0.01، 0.05.

المصدر: نتائج تحليل بيانات استمارة الاستبيان للعينة.

**أهم العوامل المؤثرة على الكميات المطلوبة للاستهلاك بعينة البحث ومستويات الدخل المختلفة:**

بدراسة العوامل المؤثرة على الكميات المستهلكة بعينة البحث ( $y_1$ ) كمتغير تابع، والمتغيرات المستقلة المتمثلة في سعر بيع الكيلو من الدجاج ( $x_1$ )، ومستوى الدخل الفردي ( $x_2$ )، وأسعار السلع البديلة كأسعار اللحوم الحمراء ( $x_3$ )، وأسعار الأسماك ( $x_4$ )، وسوف يتم تقديرها على مستوى العينة، وعلى مستوى الفئات الدخلية الثلاثة (المنخفضة، والمتوسطة، والأعلى) بمجتمع العينة المدروسة. حيث استخدمت الصيغة الخطية، واللوغاريتمية المزوجة في التقدير، وبإجراء الأسلوب الإحصائي للانحدار المتعدد والمرحلي تم الحصول على النتائج التالية:

يتضح من بيانات الجدول رقم (7) تقديرات العوامل المؤثرة على الكميات المستهلكة، ومن النتائج الإحصائية للنماذج المستخدمة تبين أنه لم تظهر أي تأثير معنوي لأسعار الدواجن، والأسعار البديلة من اللحوم الحمراء على الكميات المشتراه بعينة البحث، وقد يعزى ذلك إلى الارتفاع الكبير في أسعار اللحوم في تلك الفترة حيث أن مجتمع العينة يميل إلى استهلاك الدواجن بشكل كبير، وقد ثبت تأثير الدخل الفردي الشهري تأثيراً معنوياً على مستوى الفئات الدخلية المنخفضة والمتوسطة، بينما لا تظهر نتائج التحليل أي تأثير للعوامل المدروسة على الكميات المستهلكة من دجاج اللحم المذبوح محلياً في

الفئة الثالثة مرتفعة الدخل، وقد يرجع ذلك أن فئة الدخل المرتفعة لا تتأثر بشكل كبير بأسعار البيع ولا الأسعار البديلة للدواجن، وأن الكميات المستهلكة من الدجاج لا تتأثر بشكل كبير بزيادة الدخل، وبالنسبة لمستهلكوا الدجاج المذبوح على مستوى العينة تبين المعادلة رقم (1) قد ثبتت معنوية العلاقة بين الكميات التي يشتريها مستهلكوا العينة والدخل الشهري، وكذلك أسعار الأسماك، حيث يمثل هذين العاملين حوالي 84% من التأثيرات الحادثة في الكميات المشتراه. والمعادلة رقم (2) قد ثبتت العلاقة المعنوية بين الكميات التي يشتريها مستهلكوا فئة الدخل المنخفضة، حيث يمثل هذا العامل حوالي 86% من التأثيرات الحادثة في الكميات المطلوبة شرانها من الدواجن. كما تبين المعادلة رقم (4) ثبوت العلاقة المعنوية بين الكميات التي يشتريها مستهلكوا الفئة المتوسطة الدخل الشهري، حيث يمثل هذا العامل حوالي 84% من التأثيرات الحادثة في الكميات المشتراه من الدواجن المذبوحة محلياً.

**2- تأثير السعر على انخفاض الكميات المطلوبة للاستهلاك في عينة البحث:**

تبين من خلال استطلاع آراء مستهلكي دجاج اللحم المذبوح بعينة البحث أن 67 مشاهدة بالعينة تأثروا بارتفاع الأسعار بنسبة بلغت نحو 64% من إجمالي العينة، بينما باقي أفراد العينة وعددهم 38 لم يتأثروا بارتفاع الأسعار وتبلغ نسبتهم نحو 36% من إجمالي العينة.

جدول 7. التقدير الاحصائي للعوامل المؤثرة على الكميات المطلوبة للاستهلاك على مستوى الفئات الدخلية بعينة البحث

نموذج التحليل	الصيغة الرياضية للنموذج	R <sup>2</sup>	F
1 النموذج الخطي (بدون الجزء الثابت) Non-constant Model الفئة المنخفضة الدخل وتتراوح ما بين (1200-3000) جنيه	$\hat{Y} = 0.001X_2 + 0.687X_4$ (2.4)* (7.18)**	0.84	275.4
2 النموذج الخطي (بدون الجزء الثابت) Non-constant Model الفئة المتوسطة الدخل وتتراوح ما بين (3000-5000) جنيه	$\hat{Y} = 0.007 X_2$ (17.4)**	0.86	302.7
3 النموذج اللوغاريتمي المزوج الفئة المتوسطة الدخل وتتراوح ما بين (3000-5000) جنيه	$\hat{Y} = -1.967 + 0.582X_2 + 0.559X_4$ (-1.46) (3.04)** (1.05)	0.18	4.89
4 النموذج الخطي (بدون الجزء الثابت) Non-constant Model الفئة المتوسطة الدخل وتتراوح ما بين (3000-5000) جنيه	$\hat{Y} = 0.005X_2$ (14.06)**	0.84	197.7
5 النموذج اللوغاريتمي المزوج	$\hat{Y} = -3.14 + 1.21X_2$ (-1.84) (2.53)*	0.15	6.42

حيث:  $\hat{Y}$  = القيمة التقديرية لمتوسط استهلاك الفرد من دجاج اللحم المذبوح كجم/شهر.

$X_2$  = متوسط الدخل الفردي جنيه/شهر.

$X_4$  = سعر كجم من الأسماك جنيه/شهر.

\*\*، \* تشير إلى المغوية الاحصائية عند مستوى 0.01، 0.05.

المصدر: نتائج تحليل بيانات استمارة الاستبيان بالعينة عام 2017.

### ثانياً : العوامل الاجتماعية:

#### 1- اتجاهات التأثير المكاني على الكميات المطلوبة للاستهلاك:

يختلف نمط استهلاك السكان في الغذاء إختلافاً ملحوظاً باختلاف العادات الغذائية والتقاليد السائدة في كل بيئة، حيث يلاحظ ذلك في عينة البحث، وبدراسة تحليل التباين تبين من الجدول رقم (8) أنه لا يوجد تأثير معنوي للمناطق الجغرافية على الكميات المطلوبة، حيث تتشابه متوسطات الاستهلاك في المناطق المدروسة مع بعضها مما يشير إلى تشابه الأنماط والعادات الغذائية السائدة في تلك المناطق بدرجة كبيرة.

#### جدول 8. نتائج تحليل التباين للتأثير الجغرافي على الكميات المطلوبة للاستهلاك من لحم الدجاج المذبوح

مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)
بين المناطق	286.8	6	47.81	0.96
داخل المناطق	4892.5	98	49.92	
المجموع	5179.3	104		

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة استبيان العينة.

#### 2- تأثير الدخل على الكميات المطلوبة للاستهلاك في عينة البحث:

يعتبر الدخل من أهم العوامل التي تؤثر في الكمية المستهلكة من دجاج اللحم المذبوح، وبإجراء تحليل التباين بالجدول رقم (9) تبين أنه لا يوجد للدخل تأثير معنوي على الكميات المطلوبة، حيث تتشابه متوسطات الاستهلاك في المناطق المدروسة مع بعضها في الفئات الثلاثة، مما يؤكد عدم قبول تلك الفئات الانخفاض في استهلاكها من لحم الدجاج المذبوح وأنها سلعة ذات أهمية لمستويات الدخل في العينة.

#### 3- أثر طبيعة العمل في تفضيل نوعية تجهيز لحم الدجاج المذبوح:

تتأكد العلاقة الوثيقة بين طبيعة العمل وبين التفضيل الإنفاقي على مختلف السلع بوجه عام، والسلع الغذائية بوجه الخصوص، فطبيعة العمل

#### جدول 10. توزيع مستهلكي دجاج اللحم وفقاً لتأثير طبيعة العمل على استهلاك الدجاج في عينة البحث

الدخل	رعية منزل		موظف		عامل		أعمال حرة		أكاديمي		اجمالي العينة	
	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
دجاج طازج	14	15	45	48	12	13	17	18	5	5	93	100
% من الطازج	13	-	43	-	11	-	16	-	5	-	89	-
ميرد	0	0	6	100	0	-	-	-	-	-	6	100
% من الميرد	0	-	6	-	-	-	-	-	-	-	6	100
مجهز	0	0	5	83	-	-	-	-	1	-	6	100
% من المجهز	-	-	5	-	-	-	-	-	1	-	6	100
اجمالي الفئة	14	13	56	53	12	11	17	16	6	6	105	100
% من اجمالي العينة	13	-	53	-	11	-	16	-	6	-	100	-

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان لعينة البحث.

#### 4- أثر مستوى التعليم في تفضيل دجاج اللحم المذبوح:

يرتبط النمط الاستهلاكي ودرجة الوعي الغذائي بارتفاع مستوي التعليم للأفراد داخل المجتمع، وتحليل التباين يوضح من الجدول رقم (11) لا يوجد تأثير معنوي للمستوى التعليمي بالنسبة لمستهلكي العينة على الكميات المطلوبة، حيث تتشابه متوسطات المناطق المدروسة مع بعضها بالنسبة

يحدد على أساسها الدخل الفردي، مما يؤدي بدوره إلى التأثير على الوعي الغذائي والأنماط والعادات الاستهلاكية الغذائية.

#### جدول 9. نتائج تحليل التباين لتأثير الفئات الدخلية على الكميات المطلوبة للاستهلاك من لحم الدجاج المذبوح

مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)
بين الفئات الدخلية	42.3	2	21.16	0.42
داخل الفئات الدخلية	5137	102	50.36	
المجموع	5179.3	104		

المصدر: نتائج تحليل بيانات استمارة الاستبيان بالعينة.

وقد تم تقسيم عينة البحث وفقاً لطبيعة العمل إلى خمسة فئات هي فئة ربة المنزل والموظف والعامل والأعمال الحرة والأكاديمي واتضح من الجدول رقم (10) أن عدد الموظفين اللذين يفضلون شراء الدجاج الطازج بصوره المختلفة 56 مستهلك تمثل نحو 53% من إجمالي مستهلكي دجاج اللحم والبالغ عددهم 105 مستهلك، ونسبة كل من ربة المنزل والعامل والأعمال الحرة والأكاديمي بلغوا نحو 13%، 11%، 16%، 6% على الترتيب من إجمالي الفئة، كما لم تختلف كثيراً هذه النسبة للفئات الخمسة بالنسبة لتفضيلهم الصورة الطازجة المباشرة، حيث بلغت نحو 13%، 43%، 11%، 16%، 5% على الترتيب من إجمالي عدد المستهلكين والبالغ عددهم مجتمعين 93 مستهلكاً بنسبة تصل نحو 89% من إجمالي مستهلكي عينة البحث بمحافظة الجيزة.

كما بلغت نسبة الموظفين اللذين يفضلون شراء دجاج اللحم مبرداً 6 مستهلكين بنسبة 6% من إجمالي العينة، ونحو 11% على مستوى المناطق المدروسة، كما تبين ان فئة الموظفين والأكاديميون اللذين يفضلون لحم الدجاج الطازج المجهز بلغت نسبتهم نحو 83%، 17% من إجمالي الفئات بعينة البحث، بينما لم تتجاوز نسبتهم نحو 5%، 1% من إجمالي العينة.

للكميات التي يطلبها المستهلكون على مستوى الفئات الثلاثة، مما يؤكد عدم قبول فئات العينة لانخفاض الاستهلاك من لحم الدجاج المذبوح وأنها سلعة ذات أهمية لجميع مستويات الدخل في العينة. كما يرتبط النمط الاستهلاكي بدرجة الوعي الغذائي وارتفاع مستوي التعليم للأفراد داخل المجتمع.

كما يتضح من الجدول رقم (12) على مستوى العينة أن نسبة من يفضلون شراء دجاج اللحم الطازج والمبرد والمجهز من الحاصلين على التعليم الجامعي بلغوا نحو 53%، 3%، 6% من إجمالي مستهلكي دجاج اللحم بالعينة، بينما بلغت نسبة الحاصلين على تعليم ثانوي نحو 23%، 3% على الترتيب لكل من الطازج، والمبرد، والحاصلين على أقل من التعليم الثانوي والذين يفضلون الطازج المذبوح نحو 12% من إجمالي مستهلكي دجاج اللحم بالعينة.

جدول 11. نتائج تحليل التباين لتأثير مستوى التعليم على الكميات المطلوبة للاستهلاك من لحم الدجاج المذبوح

مصادر التباين	مجموع المربعات درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)
بين الفئات التعليمية	4	430.9	2.27
داخل الفئات التعليمية	100	4748.4	47.5
المجموع	104	5179.3	

المصدر: نتائج تحليل بيانات استمارة الاستبيان بالعينة.

جدول 12. تأثير مستوى التعليم على استهلاك دجاج اللحم المذبوح على مستوى العينة ومناطق البحث

المنطقة/ نمط الاستهلاك	الجامعي		الثانوي		دون الثانوي	
	مجهز	مبرد	مجهز	مبرد	مجهز	مبرد
العينة	56	3	24	3	13	0
%	53	3	23	3	12	0
أكتوبر	9	1	2	1	1	0
%	60	7	13	7	7	0
أمبابة	8	1	3	0	2	0
%	53	7	20	0	13	0
بولاق	7	1	5	0	1	0
%	49	7	35	0	7	0
الذكري	9	0	2	1	11	2
%	60	0	13	7	73	13
فيصل	7	0	4	1	3	0
%	47	0	27	7	20	0
الهرم	9	0	4	0	2	0
%	60	0	27	0	13	0
العمرانية	6	0	4	0	4	0
%	40	0	27	0	27	0

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان لعينة الدراسة 2017.

#### 4- العادات الغذائية والتقاليد (الثقافة):

وقد بلغ نسبة من تؤثر فيهم العادات والتقاليد لاستهلاك دجاج اللحم المجمد المحلي داخل المناطق المدروسة إمبابة وأكتوبر وفيصل والهرم والعمرانية نحو 80%، 73%، 60%، 60% على الترتيب، في حين لم تتأثر منطقتي الذقي وبولاق الذكور بالعادات الغذائية والتقاليد في شراء الدجاج المذبوح المجمد المحلي بأهمية نسبية بلغت نحو 40%، 27% على الترتيب.

تبين من الجدول رقم (13) أن نسبة تأثير العادات والتقاليد (الثقافة) على قراراتهم عند شراء دجاج اللحم المذبوح المجمد بلغت نحو 59%، أما بالنسبة لعدم تأثير العادات الغذائية والتقاليد فقد بلغوا نحو 41% من إجمالي مستهلكي العينة والبالغ عددهم حوالي 105 مستهلك.

جدول 13. أثر العادات الغذائية والتقاليد على استهلاك دجاج اللحم المذبوح المجمد المحلي في عينة البحث

المنطقة	أكتوبر	امبابة	بولاق الذكور	الذقي	فيصل	الهرم	العمرانية	إجمالي المستهلكين % من العينة
تؤثر	11	12	4	6	11	9	9	62
% من إجمالي المنطقة	73	80	27	40	73	60	60	-
لا تؤثر	4	3	11	9	4	6	6	43
% من إجمالي المنطقة	27	20	73	60	27	40	40	-

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث.

#### 5- مدى الأهتمام بالإعلان عن منتج دجاج اللحم المجمد المحلي والمستورد:

ومن نفس الجدول يتضح أن نسبة من يتقنون بالإعلان عن منتج لحم الدجاج المجمد المحلي داخل مناطق فيصل، وأكتوبر، والعمرانية، وإمبابة، وبولاق الذكور، والذقي نحو 53%، 33%، 27%، 20%، 20%، 13% على الترتيب. في حين بلغ نسبة من لا يتقنون بالإعلان عن منتج لحم الدجاج المجمد المستورد داخل مناطق الهرم، والذقي، وإمبابة، وبولاق الذكور، والعمرانية، وأكتوبر، وفيصل نحو 100%، 87%، 80%، 80%، 73%، 67%، 47% على الترتيب.

يشير الجدول رقم (14) أن عدد من يهتمون بالإعلان عن منتج اللحم المحلي المجمد قد بلغوا 29 مستهلكاً تمثل نحو 27.6% من إجمالي العينة، بينما بلغ عدد ممن لا يهتمون بالإعلان عن منتج دجاج اللحم المجمد المستورد 76 مستهلكاً تمثل نحو 72.4% من إجمالي العينة.

#### أسباب عدم الأقبال على شراء دجاج اللحم المذبوح المجمد المحلي في عينة البحث:

تعدد الأسباب التي يبني عليها المستهلك عدم إقباله على شراء لحم الدجاج المجمد المحلي، حيث تتباين وجهات نظرهم وفقاً للوعي الصحي والغذائي للمستهلكين وقد يعزى ذلك إلى انخفاض القيمة الغذائية للمنتج، أو الثقة في المصدر والصلاحية، وارتفاع الأسعار وقد تبين من الجدول رقم (15) أن مستهلكي منطقتي بولاق الذكور وفيصل أرجعوا عدم إقبالهم على شراء لحم الدجاج المحلي المجمد لانخفاض قيمته الغذائية بنسبة بلغت نحو 67%، 67% على الترتيب، بينما نسبة ما يرون أن عدم الأقبال على الدجاج المجمد المحلي لفقدان الثقة في المصدر مثل منطقة أكتوبر والعمرانية بلغت نحو 87%، 73% على الترتيب. في حين تراوحت منطقة إمبابة وباقي المناطق نحو 20%، 7% على الترتيب بالنسبة لصلاحية المنتج، بينما لم يكن لتأثير السعر سوى 1% لكل من مناطق أكتوبر والذقي والهرم.

ويشير نفس الجدول إلى تباين نسبة من يهتمون بالإعلان عن منتج لحم الدجاج المجمد المحلي داخل مناطق إمبابة، وأكتوبر، والعمرانية، والهرم، وفيصل، والذقي، وبولاق الذكور تصل نسبتهم نحو 40%، 33%، 33%، 27%، 27%، 20%، 13% على الترتيب. في حين بلغ نسبة من لا يهتمون بالإعلان عن الدجاج المجمد المستورد داخل مناطق بولاق الذكور، والذقي، وفيصل، والهرم، والعمرانية، وأكتوبر، وإمبابة نحو 87%، 80%، 73%، 73%، 67%، 67%، 60% على الترتيب.

#### 6- مدى ثقة مستهلكي العينة في الإعلان عن الدجاج المجمد المحلي والمستورد:

يوضح الجدول رقم (14) أن عدد من يتقنون بالإعلان عن منتج اللحم المحلي المجمد 25 مستهلكاً تمثل نحو 24% من إجمالي حجم العينة البالغ 105 مستهلكاً، بينما بلغ عدد ممن لا يتقنون بالإعلان عن منتج دجاج اللحم المجمد المستورد 80 مستهلكاً، بنسبة بلغت نحو 76% من إجمالي العينة بحفاظة الجيزة.

جدول 14. نسبة الاهتمام ومدى ثقة مستهلكي العينة بالأعلان عن منتج لحم الدجاج المجمد المحلي والمستورد

المنطقة	أكتوبر	إمبابة	بولاق الدكرور	الدقي	فيصل	الهرم	العمرائية	عدد المستهلكين	% من العينة
نسبة اهتمام المستهلكين بالأعلان منتج لحم الدجاج المجمد المحلي والمستورد	5	6	2	3	4	4	5	29	27.6
يهتم	33	40	13	20	27	27	33	-	-
لا يهتم	10	9	13	12	11	11	10	76	72.4
% من إجمالي المنطقة	67	60	87	80	73	73	67	-	-
نسبة ثقة المستهلكين بالإعلان منتج لحم الدجاج المجمد المحلي والمستورد	5	3	3	2	8	0	4	25	24
أثق	33	20	20	13	53	0	27	-	-
% من إجمالي المنطقة	10	12	12	13	7	15	11	80	76
لا أثق	67	80	80	87	47	100	73	-	-

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث.

جدول 15. أسباب عدم تفضيل شراء لحم الدجاج المجمد المحلي

المنطقة	قيمة غذائية منخفضة		الثقة في المصدر		الصلاحية		الاسعار	
	العدد	% من إجمالي المنطقة	العدد	% من إجمالي المنطقة	العدد	% من إجمالي المنطقة	العدد	% من إجمالي المنطقة
أكتوبر	1	7	13	87	0	0	1	7
إمبابة	5	33	7	47	3	20	0	0
بولاق الدكرور	10	67	4	27	1	7	0	0
الدقي	6	40	7	47	1	7	1	7
فيصل	10	67	4	27	1	7	0	0
الهرم	5	33	9	60	0	0	1	7
العمرائية	3	20	11	73	1	7	0	0
الإجمالي	40	-	55	-	7	-	3	-
% من إجمالي العينة	105	38.1	105	52.3	105	6.6	105	3

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث.

إمكانية استبدال المستهلك للكميات المطلوبة من الدجاج المنبوح المحلي إلى دجاج المستورد:

للاعتبارات الواردة 75 مستهلك تمثل نحو 71.4% من إجمالي العينة، بينما أبدى بعض المستهلكين على عدم موافقتهم لاستبدال مشترياتهم 30 مستهلكاً بنسبة تصل 28.6% من إجمالي العينة.

وقد تبين أن نسبة التأييد على مستوى المناطق حيث اتضح من نفس الجدول أن من يوافقون على استبدال مشترياتهم من دجاج اللحم المحلي المنبوح إلى المجمد المستورد في مناطق فيصل والهرم وأكتوبر وإمبابة والعمرائية والدقي وبولاق الدكرور بلغت نسبتهم نحو 87%، 80%، 73%، 73%، 73%، 60%، 53% على الترتيب.

تتعدد الأسباب التي يمكن أن تجعل المستهلك لدجاج اللحم المحلي أن يستبدل الكميات المستهلكة منه إلى لحم الدجاج المجمد المستورد في حالة إذا ما توافرت له شروط الأمان الصحي والنصح تبعاً للشرعية الإسلامية، أو ضمان سلامة هذا المنتج قبل الذبح، وسلامة النقل والتخزين.

وقد تم استطلاع آراء المستهلكين في هذا المقترح وقد أشار جدول رقم (16) إلى تبين وجهات نظرهم وفقاً لهذه الاعتبارات وأن من يوافقون على استبدال مشترياتهم من دجاج اللحم المنبوح الطازج إلى المجمد المستورد وفقاً

جدول 16. آراء مستهلكي العينة في إمكانية استبدال مشترياتهم من دجاج لحم طازج إلى لحم مجمد

المنطقة	أكتوبر	إمبابة	بولاق الدكرور	الدقي	فيصل	الهرم	العمرائية	العدد	% من حجم العينة
موافق	11	11	8	9	13	12	11	75	71.4
% من إجمالي المنطقة	73	73	53	60	87	80	73	-	-
غير موافق	4	4	7	6	2	3	4	30	28.6
% من إجمالي المنطقة	27	27	47	40	13	20	27	-	-

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث.

أثر اختلاف الشركات المنتجة للدجاج المنبوح على تفضيلات المستهلك:

شركة عن شركة أخرى وفقاً للسعر المنتج، في حين بلغ نسبة المستهلكين اللذين يفضلون جودة المنتج نحو 67%، 67%، 60%، 60%، 53%، 47%، 40% لمناطق فيصل، وبولاق الدكرور، وإمبابة، والهرم، والعمرائية، والدقي، وأكتوبر على الترتيب، وبالنسبة لتأثير الدعاية فقد بلغت نحو 7% بالنسبة لمنطقة إمبابة. بينما تصل نسبة تأثير كفاية البيانات على العبوة على المستهلك نحو 20%، 13%، 13%، 7% لمناطق إمبابة، وأكتوبر، والدقي وفيصل على الترتيب. في حين بلغ نسبة تأثير المظهر العام للمنتج على مستهلكي منطقة إمبابة، وأكتوبر، وبولاق الدكرور نحو 2%، 1%، 1% على الترتيب.

من أهم أسباب تفضيل المستهلك منتج شركة للدجاج المنبوح عن منتج شركة أخرى سعر المنتج وجوده المنتج وأسلوب العرض والدعاية عن منتج الشركة، كما أن المظهر الخارجي لعبوة منتج هذه الشركة وجود علامة الشركة على ثلاثة تخزين الدجاج المنبوح قد يكونا من عوامل تفضيل المستهلك لمنتج هذه الشركة عن أي شركة أخرى.

يوضح الجدول رقم (17) تبين آراء المستهلكين داخل مناطق العمرائية، وأكتوبر، والدقي، والهرم، وبولاق الدكرور، وفيصل بنسبة تبلغ نحو 47%، 40%، 40%، 27%، 27% على الترتيب ممن يفضلون منتج

جدول 17. أثر السعر والجودة والدعاية وكفاية البيانات والمظهر العام للمنتج على المستهلكين

المنطقة	السعر		الجودة		الدعاية		كفاية البيانات على العوات		المظهر العام للمنتج
	العدد	% من إجمالي المنطقة	العدد	% من إجمالي المنطقة	العدد	% من إجمالي المنطقة	العدد	% من إجمالي المنطقة	
أكتوبر	6	40	6	40	0	0	2	13	1
إمبابة	0	0	9	60	1	7	3	20	2
بولاق الدكرور	4	27	10	67	0	0	0	0	1
الدقي	6	40	7	47	0	0	2	13	0
فيصل	4	27	10	67	0	0	1	7	0
الهرم	6	40	9	60	0	0	0	0	0
العمرائية	7	47	8	53	0	0	0	0	0
الإجمالي	33	-	59	-	1	-	8	-	4
% من حجم العينة	105	31.4	105	56.2	105	0.95	105	7.6	3.8

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث.

الأمم المتحدة، المعهد الإحصائي لآسيا والمحيط الهادئ، "الدورة التدريبية الإقليمية الثانية حول طرق أخذ العينات لإنتاج البيانات الأساسية لبنود الإحصاءات الزراعية والريفية"، جاكرتا، اندونيسيا، نوفمبر 2015.

الجهاز المركزي للتبعية العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات (منتج/ جملة/ مستهلك)، للأعوام 2010، 2015.

ناصر محمد عوض همام (دكتور)، "التحليل الاقتصادي لتأثيرات الدخل والمكان على الانفاق الاستهلاكي للحوم الحمراء في مصر"، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد (24) العدد (2)، يونيو 2014.

هنا شداد (دكتورة)، "دراسة مقارنة للإنفاق الاستهلاكي على المجموعات الغذائية الرئيسية في ريف وحضر مصر"، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد (24)، العدد (3)، سبتمبر 2014.

هيئة الخدمات البيطرية، الإدارة المركزية للصحة العامة والمجازر، الإدارة العامة للتفتيش على اللحوم ومنتجاتها، النشرة الفنية.

وائل عزب أحمد (دكتور)، منى محمود محمد مكنوي (دكتور)، "دراسة تحليلية للنمط الاستهلاكي لمصادر البروتين الحيواني في جمهورية مصر العربية"، المجلة المصرية للبحوث الزراعية، المجلد (94)، العدد (4)، سبتمبر 2016.

وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، "احصاءات الثروة الحيوانية والداجنة والسومية"، أعداد مختلفة.

وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي، "نشرة تقدير الدخل الزراعي"، أعداد مختلفة.

Ahmed E.E. ElMowafy. (2014). "The Regression Analysis through the Origin in The linear Functional Relationships: An econometric application in the Egyptian agriculture", The 39th International Conference For Statistics, Computer Science and Its Applications

Cristina P. Parel: " Sampling Design and Procedures", Council, 360 Fifth avenue, New York, 1973, PP. 37-39.

[http://www.unsiap.or.jp/elearning/el\\_material/Agri/1511\\_Samplin g2\\_IDN/Materials/M2\\_S2\\_4\\_%20 Cluster %20 Sampling.pdf](http://www.unsiap.or.jp/elearning/el_material/Agri/1511_Samplin g2_IDN/Materials/M2_S2_4_%20 Cluster %20 Sampling.pdf)

## الحلول المقترحة لزيادة الإقبال علي دجاج اللحم المذبوح من وجهة نظر مستهلكي العينة:

- لزيادة الإقبال علي دجاج اللحم المذبوح يلزم زيادة الرقابة علي استيراد دجاج اللحم المجمد، وتقليل مدة تخزين دجاج اللحم المذبوح، بالإضافة إلى تفعيل وتنشيد الرقابة علي الشركات التي تعمل في إنتاج دجاج اللحم المذبوح وتحسين جودة.
- في ضوء ما توصل إليه البحث من نتائج فإنه يوصى بالآتي:
- 1- تشجيع التوسع في انشاء مزارع كبيرة الحجم ومجازر لزيادة أعداد الدجاج لمواجهة الطلب الاستهلاكي المتزايد على الدجاج المذبوح.
  - 2- تفعيل الدور الرقابي على محال ومنافذ بيع الدجاج لضمان سلامة وصحة المستهلكين.
  - 3- تحسين جودة الدجاج المذبوح والعمل علي تسويقه للمستهلك مبرداً بدلاً من أن يكون مجمداً.
  - 4- تعزيز ثقة المستهلك في اللحم المجمد المحلي بضمان سلامة المنتج بتشديد الرقابة على منافذ بيعه من قبل الحكومة وتوفير هذه المنافذ بشكل أوسع على مناطق محافظة الجيزة.
  - 5- إعادة النظر في تقديرات الاستهلاك الخاصة بالانفاق على المجموعات الرئيسية في حضر وريف مصر.
  - 6- تفعيل دور الإعلام في العمل علي تغيير النمط الاستهلاكي.

## المراجع

اشرف عبد الله الفتحي (آخرون)، "دراسة تحليلية للوضع الحالي والمستقبلي لحقيقة نسبة الاكتفاء الذاتي من الحوم البيضاء في مصر"، مجلة البحوث الزراعية، جامعة كفر الشيخ، المجلد (41)، العدد (3)، سبتمبر 2015.

أشرف محمد علي الضالع، أشرف السيد مصطفى، لأميس فوزي البهنسي (دكتورة)، "دراسة تحليلية لأنماط الإنفاق الاستهلاكي الغذائي في حضر وريف مصر"، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد (25)، العدد (2)، يونيو 2015.

إمام الجمسى (دكتور)، "ندوة تطوير احصاءات الثروة الحيوانية في مصر" الجمعية المصرية للاقتصاد الزراعي، 17-18 أكتوبر، 2007.

## An Analytical Study of the Consumption Pattern of Local Slaughtered Chicken in Giza Governorate

Shaltout, S. Y. S. A. and A. M. A. Saleh

Agricultural Economics Research Institute - Agricultural Research Center

### ABSTRACT

The problem of the study is to increase the demand for poultry products to meet the high prices of red meat, which is expected to reach high levels where low income groups may not meet the necessary requirements of animal protein. Which required the marketing of chicken meat in the slaughtered image, although most of it is marketing most of the chickens in its living form, which may lead to differences or differences in the consumption pattern of locally slaughtered meat chickens and its spatial and internal impact, and factors affecting it. The pattern of the domestic consumer of chicken meat slaughtered locally from the sample of the study. The most important results of the study are the following: - The percentage of consumers who prefer fresh chicken after slaughter to the consumer at the retailer, the supplier and the coolant was 86.7%, 7.6%, 5.7% respectively of the total sample size of about 105 consumers. The results showed an increase in the consumption of chicken meat in the sample of the study to buy whole chicken pieces, hips, chests, bile, broilers, liver and quakes at about 74.2%, 17.1%, 18.1%, 22.9%, 2.9% and 4.8%, respectively. The percentage of consumers of imported and imported frozen chicken meat was about 79%, 21% of the total sample of about 105 consumers. This is due to the fact that the domestic slaughtered chicken is more reliable and reliable to the sample population. - estimating the partial slope relationship between monthly per capita income and average monthly per capita consumption of chicken meat, it was found that by increasing per capita income by unit, the consumed quantities increased by 0.005 kg / month. The relation between the monthly spend on chicken meat and average monthly per capita consumption of chicken meat showed that by increasing the per capita income by one pound, the quantities purchased increased by 0.032 kg / month. And the relationship between the consumer spending per pound per month and average per capita income, it became clear that the higher the income by the unit, the higher the expenditure on chicken meat by 0.16 pounds. - the study of the most important factors affecting the quantities demanded by consumers in the sample of the study, namely the price of chicken sales, the level of per capita income, the prices of alternative commodities such as red meat prices and fish prices, which were estimated at the sample level and at the level of the three categories of income (low, medium, ) In the study community. The results showed no significant effect on poultry prices and alternative prices of red meat on the quantities purchased in the sample, due to the significant increase in meat prices during that period. The impact of monthly per capita income has been shown to be significant at low and middle income groups. - In terms of consumer attraction factors for the demand for meat slaughtered meat, it was found that the quality of chicken slaughtered and the confidence of the consumer in the chicken meat port, the presentation and publicity on the meat of the meat slaughtered, as well as the price of chicken meat slaughtered, as well as the external appearance of chicken meat slaughtered are the most important factors to attract the consumer For the demand for chicken meat slaughtered. As for the impact of advertisements and presentations on consumer attraction, the study showed that advertisements and offers have an impact on attracting consumers to buy meatballs. - The study showed that the reasons for the reluctance of some consumers to buy frozen meatballs may be due to low nutritional value of the frozen chicken, the lack of confidence in the duration and storage method, the lack of confidence in the shelf life of frozen chicken, About the belief that chicken grilled meat is much better than frozen meat chicken. In light of the findings of the research, it is recommended that: 1- Encouraging the expansion of the establishment of large-scale farms and slaughterhouses to increase the number of chickens to cope with increasing consumer demand for slaughtered chicken. 2- activating the control role in shops and outlets selling chickens to ensure the safety and health of consumers. 3- Improve the quality of the slaughtered chicken and work to market it to the consumer cooled rather than frozen. 4- Enhancing consumer confidence in local frozen meat by ensuring the safety of the product by tightening the control of the outlets sold by the government and providing these outlets more widely in Giza governorate. 5- Reconsidering the consumption estimates for spending on major groups in urban and rural Egypt. 6- Activating the role of media in the work on changing the consumer pattern.