



## تسويق الدواجن والبيض

المهندس محمد أحمد الحسيني



### نبذة عن تسويق الدواجن والبيض في مصر

بدأ الاعتماد على تربية السلالات الأجنبية في عنابر مكثفة في أواخر الخمسينات في صورة مشروع حكومي، وهي ( المؤسسة العامة للدواجن) و كان الاعتماد قبل ذلك على السلالات المحلية البلدية و كان يتم تجميع المنتج من القرى بريف مصر، و يتم بيعه في الأسواق لتجار الجملة الذين يقومون بتوزيعه في المدن الكبرى مثل القاهرة و الإسكندرية و لم يحدث تحسين لهذه السلالات البلدية لفترة طويلة فانحدرت و كادت تندثر الى أن تم تحسينها فأنتجت (دقي/4، اسكندرانى)....الخ.

و كان إنتاج البيض و الدجاج من السلالات الأجنبية يتم تسويقه تعاونيا عن طريق الجمعيات التعاونية الاستهلاكية. و في أواخر السبعينات كانت بداية المشروعات الكبيرة للقطاع الخاص و ظهرت مزارع بطاقة إنتاجية 60 مليون بيضة / سنة، و 3 مليون دجاجة / سنة، و تعثرت هذه المزارع في البداية فتراكمت فوند البنوك مع ارتفاع مستمر لسعر الدولار و فوضى في السوق نتيجة استيراد الدواجن المجمدة و عدم حماية المنتج المحلي

و كان طبيعيا أن تغلق كثير من هذه المزارع للخسارة المستمرة، ثم استقر السوق نسبيا في النصف الثاني من الثمانينات و بدأ يتشجع كثير من المستثمرين في تطرق هذا النشاط بالإضافة الى عودة مزارع المغلقة الى استعادة نشاطها من جديد الى ان بلغ حجم الاستثمار في هذه الصناعة 7 مليار جنيه عام 94/93.

و خضع السوق لسياسة العرض و الطلب و أنشئت بورصة للأسعار و مقرها بنها، كما تم إنشاء اتحاد منتجي الدواجن و البيض و مقره القاهرة، ورغم ذلك ظهرت مشاكل في التسويق جعلت السوق يتجه نحو الفوضى مرة أخرى. فقد ظهرت حالة بنفرد بها السوق في مصر و هذه الحالة هي انخفاض الطلب في فصل الشتاء على البيض و الدجاج مع زيادة العرض، فجعل المنتج يئن من الشكوى فنتاج البيضة يكلفه 14 قرش و سعر البيضة في حدود 13 قرش. كذلك سعر كيلو الدجاج يقل عن 3 جنيهات في حين أن تكلفة الكيلو 3.20 جنيه.

و التجار كذلك يصرخون بان أطباق البيض تفسد ولا تجد من يشتريها و ثلاثة ملايين دجاجة تزدحم بها التلاجات. و تقول الأرقام أن تكلفة العلف في العامين السابقين زادت بنسبة 10% فقط و هي تمثل حوالي 70% من تكاليف المشروع المباشرة.

و تقول أيضا أن ثمن الكتكوت زاد في حدود 10% أيضا أما الحظائر و أجور العمال فلم يحدث لها تغيير يؤثر على زيادة الأسعار .

### أسباب ارتفاع الأسعار في فصل الصيف:

1. قلة المعروض حيث أن العنابر التي تستوعب 10 دجاجات /متر مربع في الشتاء تقل لتصبح 7 دجاجات / متر المربع
2. كثرة الأمراض و موجات الحر التي تسبب ارتفاع نسبة النافق في جميع المزارع فيقل المعروض.
3. نظرا لارتفاع نسبة النافق في الحر في المزرعة و بالتالي و لنفس الظروف ترتفع النسبة أثناء النقل مع تاجر الجملة و تاجر التجزئة مما يؤدي الى رفعهم هامش الربح لتعويض الخسائر الناتجة عن النافق.
4. الاستهلاك المستورد، ويقصد به السياحة التي تزيد في فصل الصيف و كذلك عودة المدرسين و العاملين المصريين في إجازة الصيف و هي فئة مستهلكة تزيد من الطلب بصرف النظر عن السعر.
5. المصايف في مصر تمتلئ بالسياحة الداخلية فيزيد استهلاك المطاعم و الفنادق و المعسكرات فيزيد الطلب أيضا .

و نظرا لهذه الأسباب فقد ارتفع سعر كيلو الدجاج في صيف 94 ليصل الى 5 جنيه للمستهلك و سعر البيضة إلى 22 قرشا و في ذلك انتعاش كبير جدا للمنتج مع إن المستهلك اكتوى بنار الأسعار .

### أسباب انخفاض الأسعار في فصل الشتاء:

1. قلة دخل الفرد و مصروفاته في هذه الفترة تكون متجهة الى المدارس و الملابس و الدروس الخصوصية ...الخ تجعله يخفض من استهلاكه لهذه السلع.
2. تعود المزارع للعمل بكامل طاقتها 10 دجاجات / متر مربع فيزيد المعروض .

و هذه الفوضى في السوق جعلت المنتج يخسر في الشتاء و يكسب في الصيف، ويمكن القول بان صناعة الدواجن كصناعة وطنية ثبتت أقدامها رغم رفع الدعم عنها و تتعامل مع آليات السوق و تحتاج إلى الآتي :

1. تخفيض الفوائد على القروض الممنوحة لمشروعات الأمن الغذائي.
2. تخفيض الضرائب على الدجاج و البيض.
3. تقوية اتحاد رابطة منتجي الدواجن و البيض ليكون له كلمة بدلا من الاتجاه الفردي الحادث الآن.
4. بورصة الأسعار في بنها يتحكم فيها تجار ليس لهم الحس الاقتصادي و إنما هم معلمين) يقومون بحساب السعر بطريقة غير علمية.
5. لازال المستهلك يسعد بطريقة الذبح البدائية في محل الدواجن، في حين لو تم الذبح في المذابح الآلية ففي ذلك سيكون التوسع المرغوب في فرع من فروع صناعة الدواجن و هو فرع المذابح الآلية و التي يمكنها استيعاب كثير من العمالة و الاستثمار و بالتالي يستقر السوق طوال العام .

و يمكن للمنتج أن يستدل بالأوقات التي تكون فيها الأسعار في صالحه :

1. اشهر الصيف:يونيو ، يوليو، أغسطس، سبتمبر
2. شهر رمضان المعظم
3. المواسم و المناسبات الدينية، المولد النبوي الشريف، عاشوراء..الخ
4. مع بداية العام الدراسي

### الأوقات التي تنخفض فيها الأسعار:

1. نوفمبر ، ديسمبر ، يناير، فبراير، مارس

2. عيد الأضحى المبارك حيث يكون الاستهلاك متجهاً للحوم الحمراء .

ولذلك يلجأ المنتج إلى دفع النمو بشدة خلال المراحل الأولى من عمر الدواجن مع الاتجاه إلى تسمينها حتى تصل إلى مرحلة التسويق في أعمار اصغر و تكاليف اقل .

#### استهلاك بداري التسمين خلال فترة التربية من العلف:

يستهلك الكتكوت 30 جم علف يومياً في الأسبوع الأول ثم يتزايد هذا المعدل أسبوعياً حتى نصل إلى الأسبوع الأخير (السادس أو 45 يوماً) فيكون استهلاك الطائر حوالي/150 جم /يوم .

و على ذلك فان الطائر يستهلك في حدود 4-4.25 كجم علف خلال فترة التسمين و حتى يصل إلى التسويق .

#### استهلاك الدجاج البياض خلال فترة التربية:

- يستهلك الطائر من عمر يوم و حتى عمر 140 يوم (فترة التربية) في حدود 7-7.5 كجم علف.
- و في فترة الإنتاج فان استهلاكه اليومي من العلف من 90-135 جم/يوم.
- و يكون معدل الاستهلاك خلال مدة التربية و الإنتاج و التي تصل إلى 18 شهراً (عام و نصف) 45 كيلو جرام.
- مع اعتبار أن كل 1% بروتين من طن العليقة يتكلف من 35-40 جنيهاً و بذلك يمكن حساب طن العليقة .