

دراسة تحليلية لأنماط إنتاج وتسويق الدجاج اللّاحم في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية.

د. مها عبد الفتاح إبراهيم سيد

قسم الاقتصاد التطبيقي، كلية العلوم الزراعية والأغذية، جامعة الملك فيصل، الأحساء، المملكة العربية السعودية.

قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة عين شمس، شبرا الخيمة، القاهرة، مصر.

المقدمة:

تعتبر صناعة الدواجن من الصناعات الزراعية الرئيسية في المملكة العربية السعودية، حيث تُعد هذه الصناعة إحدى المصادر الرئيسية للدخل الزراعي، وتوفر جزءاً كبيراً من البروتين الحيواني (اللحوم البيضاء والبيض)، الذي يتميز بارتفاع قيمته الغذائية ورخص ثمنه وارتفاع معامل التحويل الغذائي له بالمقارنة باللحوم الحمراء. وترتبط هذه الصناعة بالعديد من الصناعات الأخرى مثل صناعة الأعلاف الحيوانية والأدوية والمستلزمات البيطرية وغيرها، كما تتمتع هذه الصناعة بسرعة دوران رأس المال وارتفاع العائد وانخفاض رأس المال المطلوب للاستثمار في هذا المجال بالمقارنة بالمشاريع الإنتاجية الأخرى. والجدير بالذكر أن قطاع الدواجن يُعتبر قطاعاً هاماً وفعالاً لقدرة على تغطية الفجوة في إنتاج اللحوم، نظراً لقصور الإنتاج المحلي من اللحوم الحمراء عن مواكبة الزيادة المضطردة في الاحتياجات الاستهلاكية، حيث تُعد مشكلة نقص اللحوم ذات أهمية في دراستها لارتباطها المباشر بصحة الأفراد ومستوى ما يحصلون عليه من بروتين حيواني في ضوء زيادة أعداد السكان وارتفاع أسعار اللحوم الحمراء مقارنة بأسعار الدواجن والذي يؤدي إلى تزايد الاستهلاك من الدواجن كبديلاً لسد الفجوة الغذائية في اللحوم الحمراء. وعلى الرغم من الدعم والتشجيع المستمر من الدولة لمنتجي دجاج اللحم المتمثل في تقديم القروض الميسرة بدون فوائد وتقديم الإعانات للأعلاف والمعدات اللازمة لإنتاج دجاج اللحم إلا أن إنتاج دجاج اللحم لم يكن كافياً للوفاء باحتياجات الاستهلاك المحلي، حيث تشير البيانات المتاحة إلى تناقص نسبة الاكتفاء الذاتي من ٤٨.٢% خلال الفترة (٢٠٠٧-٢٠٠٩) إلى ٤٣.٦% خلال الفترة (٢٠١٢-٢٠١٤) وربما يُعزى ذلك لارتفاع متوسط الاستهلاك الفردي السنوي من ٢٠.١ كجم إلى ٤٧.١ كجم خلال نفس الفترة (الكتاب الإحصائي الزراعي السنوي، أعداد مختلفة).

بلغ عدد مشروعات الدجاج اللّاحم في المملكة العربية السعودية ٤٢٥ مشروعاً في عام ٢٠١٤ بطاقة إجمالية ٥٨٣.٤ مليون طير/ سنة، وبلغ إجمالي القروض لهذه المشروعات حوالي ٩٦ مليون ريال تمثل ١٧% من إجمالي القروض الممنوحة للمشاريع المتخصصة البالغ حوالي ٥٦٥.٦ مليون ريال (صندوق التنمية الزراعية، التقرير السنوي الواحد والخمسون، ٢٠١٤م). وبلغ عدد المشروعات المتخصصة في إنتاج دجاج اللحم في المنطقة الشرقية ٤٥ مشروعاً أي حوالي ١٠.٦% من إجمالي المشاريع المتخصصة بالمملكة، بلغت طاقتها الإنتاجية حوالي ٣٣.٨ مليون طير أي حوالي ٥.٨% من إجمالي الإنتاج بالمملكة.

وبالرغم مما تراكم الخبرات لأصحاب مشروعات إنتاج دجاج اللحم خلال تلك الفترة إلا أن صناعة الدواجن مازالت تواجه صعوبات متزايدة منذ عام ١٩٨٨م (الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، ١٩٩٠م). وتعاني المشاريع المتخصصة في إنتاج دجاج اللحم من مجموعة من المشاكل الإنتاجية والإدارية والتسويقية انعكست في ظهور عدة مؤشرات منها عدم التزام بعضها بمواعيد سداد قروض صندوق التنمية الزراعية وتوقف بعضها عن الإنتاج كلياً أو تشغيلها بطاقة إنتاجية أقل من طاقتها التخظيفية، وهذا ما أكدته الدراسات السابقة حيث أشارت إلى ندرة الدراسات التسويقية الزراعية بصفة عامة والداجية بصفة خاصة، بالإضافة إلى ظهور مؤشرات سلبية لهذه المشروعات تمثلت في: انخفاض نسبة سداد القروض على مستوى المملكة لدجاج اللحم، وانخفاض كفاءة التشغيل

للمشاريع، فضلاً عن شكوى أصحاب المشروعات من ارتفاع الهوامش التسويقية ومنافسة الدجاج المستورد بسبب ارتفاع التكاليف وسياسة الإغراق (الغرفة التجارية الصناعية، ٢٠١٥). وأمر هذا شأنه وتلك هي طبيعته يستدعي دراسة أهم الملامح الإنتاجية والمعاملات الفنية (التكنولوجية) لهذه المشروعات وفقاً لأنماط إنتاجها وطاقتها الإنتاجية باعتبارها من أهم المؤشرات لما يواجه هذه المشروعات من مشكلات.

المشكلة البحثية:

على الرغم من أن ما تمثله مشروعات دجاج اللحم من أهمية لكونها مصدر هام من مصادر البروتين الحيواني، كما تعمل على سد النقص من اللحوم الحمراء، وكذلك لما تقدمه من ارتفاع دخول أصحاب مزارع الإنتاج الداجني وذلك بسبب قصر دورة تلك المشروعات وانخفاض تكلفتها الاستثمارية مقارنة بالمشروعات الأخرى. كما يُعد الإنتاج الداجني بمثابة العمود الفقري للإنتاج الحيواني في المملكة لما له من دور كبير في الحد من مشكلة البطالة من ناحية ومحاولة تحقيق استقرار الأسعار من ناحية أخرى، ولاسيما في ظل زيادة الطلب على المنتجات الداجنية (اللحوم البيضاء والبيض) كنتيجة طبيعية لزيادة عدد السكان، إلا أنه تلاحظ في الآونة الأخيرة تذبذب أعداد المزارع وخاصة دجاج اللحم وهو ما يعكس عدم وجود سياسة ثابتة للتوسع في هذه الصناعة لمواجهة الزيادات المطردة في الأسعار والحد من البطالة كهدف قومي. فضلاً عما تبين ما تعانيه تلك المشروعات من مشاكل في الجانب التسويقي منها ارتفاع التكاليف التسويقية وأثرها على هامشها التسويقي وما يعانيه المنتجين من انخفاض أسعار البيع وعدم القدرة على منافسة الدجاج المستورد.

الأهداف البحثية:

استهدف البحث بصفة عامة دراسة أهم الملامح الإنتاجية والتسويقية لمشروعات إنتاج دجاج اللحم بالمنطقة الشرقية وذلك من خلال:

١. استعراض وتحليل الطاقة الإنتاجية وأهم المعاملات الفنية (التكنولوجية) لمختلف أنماط مشروعات دجاج اللحم لمختلف الطاقات الإنتاجية لهذه المشروعات.
٢. التعرف على منافذ التوزيع وأهميتها النسبية في المبيعات.
٣. الوقوف على هيكل التكاليف التسويقية للمشروعات الإنتاجية.
٤. التعرف على المشكلات الإنتاجية والتسويقية التي تواجه المشروعات الإنتاجية لدجاج اللحم بالمنطقة الشرقية.

الأسلوب البحثي ومصادر البيانات:

استخدم أسلوب التحليل الاقتصادي لبيانات قطاع مستعرض Cross Section لعينة من مشروعات إنتاج دجاج اللحم في المنطقة الشرقية بلغ حجمها ٢٨ مشروعاً تمثل نحو (٦٢.٢%) من إجمالي عدد المشروعات القائمة بالمنطقة الشرقية والبالغ ٤٥ مشروعاً عام ٢٠١٤، وقد تعددت أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة في البحث من الناحيتين الوصفية والكمية، حيث تم الاستعانة ببعض الأساليب الإحصائية الوصفية مثل المتوسطات الحسابية والهندسية، والمعاملات الفنية (التكنولوجية) Technical Coefficient، والكمية مثل أسلوب تحليل التباين في اتجاه واحد ANOVA ONE WAY المقرون باستخدام اختبار أقل فرق معنوي (L.S.D) لمقارنة متوسطات المعاملات الفنية لمختلف السعات الإنتاجية لمزارع عينة الدراسة، فضلاً عن استخدام اختبار (T-test) لمعنوية الفرق بين متوسطين حالة وجود سعتين إنتاجيتين فقط. كما تم تحليل نقطة التعادل كنسبة من الطاقة الإنتاجية لمختلف السعات الإنتاجية للمشروع وفقاً لكل نمط من أنماط الإنتاج وذلك

للتعرف على حجم الإنتاج الذي يجعل المشروع في مأمن من الخسارة. كما اعتمد البحث على البيانات الثانوية المنشورة وغير المنشورة والتي تم الحصول عليها من الكتاب الإحصائي الزراعي السنوي، وصندوق التنمية الزراعية السعودي، والغرفة التجارية الصناعية بالرياض. بالإضافة إلى بعض المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت وبصفة خاصة موقع وزارة الاقتصاد والتخطيط، بالإضافة إلى المعلومات التي أمكن الحصول عليها من الدراسات ذات الصلة بموضوع البحث.

المفاهيم البحثية:

تستخدم المعاملات الفنية (التكنولوجية) الإنتاجية كمجموعة معايير متخصصة للحكم على الكفاءة الإنتاجية للوحدات المكونة لصناعة ما، وما إذا كانت هذه الصناعة تنسم بالكفاءة في استخدام الموارد المتاحة، كما تستخدم في الحكم على مدى كفاءة القطاعات المختلفة المكونة لصناعة ما التي يتسم كل منها باستخدام أسلوب إنتاجي يختلف عن ذلك المستخدم في باقي القطاعات، ووفقاً لذلك يمكن القول أن **المعامل الفني (التكنولوجي) Technical Coefficient** هو عدد وحدات العنصر

الإنتاجي اللازمة لإنتاج وحدة واحدة من المنتج النهائي (Heady and Dillon, 1961). وفيما يتعلق بإنتاج دجاج اللحم فإنه يتضمن العديد من المعاملات الفنية (التكنولوجية) تتمثل في كل من المعامل الفني (التكنولوجي) للعلف، والمعامل التكنولوجي للصيضان، والمعامل الفني (التكنولوجي) للعمالة، ومعامل التحويل من علف إلى لحم، ومعامل التحويل من صيضان إلى لحم.

ويُقدر **المعامل الفني (التكنولوجي) للعلف**: على أساس النسبة بين كمية العلف الإنتاجية المستهلكة وعدد الدجاج المُنتج، في حين يُقدر المعامل الفني (التكنولوجي) الخاص بالصيضان على أساس النسبة بين أعداد الصيضان المرباة وعدد الدجاج المُنتج، أما المعامل الفني (التكنولوجي) للعمالة فيُقدر على أساس النسبة بين أيام العمل وعدد الدجاج المُنتج، في حين يُقدر معامل التحويل من علف إلى لحم بنسبة المعامل التكنولوجي للعلف إلى متوسط وزن الدجاجة، ومعامل التحويل من صيضان إلى لحم بنسبة المعامل الفني (التكنولوجي) للصيضان إلى متوسط وزن الدجاجة. ولقد تم تقدير تلك المعاملات لكل نمط إنتاجي على حده وفقاً لساعات الإنتاجية، وقد قُسمت أنماط الإنتاج بمنطقة الدراسة إلى نمطين إنتاجيين. النمط الأول: الدجاج الحي، والنمط الثاني: الدجاج الحي والمجهز.

السعة الإنتاجية: ويقصد بها سعة المشروع، أي عدد الصيضان الداخلة للمشروع بالنسبة لمشروعات دجاج اللحم.

كفاءة التشغيل: تمثل نسبة الطاقة الفعلية السنوية إلى إجمالي الطاقة التصميمية السنوية للمشروع. **نمط الإنتاج**: قُسمت مشروعات إنتاج دجاج اللحم بالمنطقة الشرقية إلى نمطين إنتاجيين رئيسيين، الأول نمط إنتاج دجاج اللحم الحي، والثاني نمط إنتاج دجاج اللحم الحي والمجهز.

التكاليف التسويقية: تتطوي هذه التكاليف على تكاليف إجراء المهام التسويقية التي تتضمن التجميع والتدريج والفرز والتعبئة والنقل والتجهيز والتجزئة والتمويل والتبادل (الفيل، ١٩٧٠م). والتكاليف التسويقية بذلك عبارة عن الجزء من التكاليف الكلية التي يتعين على المنتج أن يتحملها لقاء حصوله على الموارد اللازمة لتسويق ناتجه، وتنقسم إلى قسمين: أولهما التكاليف الثابتة التسويقية وتتضمن إهلاك الأصول الخاصة بالعمليات التسويقية وتشمل مخازن التبريد وسيارات النقل المبرد ومنافذ التوزيع، وثانيهما التكاليف المتغيرة التسويقية وتتمثل في جميع المبالغ النقدية التي يتم إنفاقها للقيام بالعمليات التسويقية وتتضمن التجهيز والفرز والتدريج والتعبئة وتكاليف التخزين والنقل والبيع والإعلان والنفقات الإدارية^١.

Branson, R.E. and Douglass G. Norvel (1983), Introduction to Agricultural Marketing, McGraw-Hill Book Company, New York, U.S.A.

حجم الإنتاج عند نقطة التعادل: هي أداة لتحديد النقطة التي تتعادل فيها الإيرادات مع التكاليف، وبالتالي فإن تحليل نقطة التعادل يمكن المشروع من التعرف على حجم الإنتاج الذي يجعله في مأمن من الخسارة. ويمكن حسابه من العلاقة التالية: **حجم الإنتاج عند نقطة التعادل = تكاليف التشغيل الثابتة / (سعر بيع الوحدة - التكاليف المتغيرة للوحدة)**، أو **نقطة التعادل كنسبة من الطاقة الإنتاجية = تكاليف التشغيل الثابتة / (الإيرادات الكلية - التكاليف المتغيرة)**. وكلما كانت النسبة منخفضة كان المشروع أفضل لأن معدل الأمان يكون مرتفعاً.

النتائج البحثية ومناقشتها:

أولاً: نمط إنتاج دجاج اللحم الحي

١. ملامح الطاقة الإنتاجية:

يتسم إنتاج هذا النمط بكثرة عدد المشروعات الإنتاجية وصغر الطاقة الإنتاجية لكل منها، حيث اشتمل هذا النمط على ١٨ مشروعاً لإنتاج دجاج اللحم الحي في منطقة الدراسة، ونظراً لانخفاض الطاقات الإنتاجية لمشروعات نمط إنتاج الدجاج الحي وكثرة عددها فقد تم تقسيم طاقات مشروعاتها إلى ثلاث ساعات إنتاجية حتى يتم تناول أهم ملامحها الإنتاجية كما هو موضح بالجدول رقم (١). السعة الأولى (أقل من ٢٠٠ ألف دجاجة)، وبها ٩ مشروعات تمثل ٥٠% من إجمالي مشروعات هذا النمط، والسعة الثانية (٢٠٠ ألف - ٥٠٠ ألف دجاجة)، وبها خمسة مشروعات تمثل ٢٧.٨% من إجمالي مشروعات النمط والسعة الثالثة (أكبر من ٥٠٠ ألف دجاجة)، وبها أربعة مشروعات فقط تمثل ٢٢.٢% من إجمالي مشروعات هذا النمط. أما بالنسبة لمبيعات المشروع فقد بلغت كميتها في المتوسط حوالي ٣٥٥.١ ألف دجاجة بقيمة بلغت حوالي ٣٥٦٥ ألف ريال منها ١٧٠.٤ ألف دجاجة بقيمة قدرت بحوالي ١٧١٧.٦ ألف ريال تباع في المنطقة الشرقية تمثل نحو ٤٨% من إجمالي الكمية المباعة، في حين بلغت الكمية المباعة خارج المنطقة الشرقية حوالي ١٨٤.٧ ألف دجاجة بقيمة قدرت بنحو ١٨٤٧.٤ ألف ريال تمثل نحو ٥٢% من إجمالي الكمية المباعة، الأمر الذي يشير إلى شدة منافسة الشركات الأجنبية للإنتاج المحلي من الدواجن بالمنطقة الشرقية.

وبالنسبة للإيرادات والتكاليف للمشروع تشير النتائج إلى زيادة صافي الدخل السنوي بزيادة الطاقة الإنتاجية للمشروع، الأمر الذي يشير إلى أن السعة الثالثة هي السعة المثلى التي يسعى أصحاب مزارع الدواجن للوصول إليها نظراً لما بها من وفورات سعة Economies of Scale، من أهمها أسعار عناصر الإنتاج الداخلة في الصناعة.

جدول (١): أهم الملامح الإنتاجية لمشروعات إنتاج دجاج اللحم الحي وفقاً للسعات الإنتاجية للمشروع في المنطقة الشرقية عام ٢٠١٦/٢٠١٧ م.

السعات الإنتاجية ^(١)			المتوسط	الملامح الإنتاجية
الثالثة	الثانية	الأولى		
الطاقة الإنتاجية للمشروع:				
٧٤٥.٥	٢٦٦.٠	١١٨.٤	٣٧٦.٦	إجمالي عدد الصيصان (بالآلاف صوص)
٥.٠	٥.٤	٥.٧	٥.٤	عدد الدورات (دورة / السنة)
٦.٦	٤.٨	٤.١	٥.١	نسبة النفوق (%)
٤٧.٨	١٢.٣	٤.٤	٢١.٥	عدد الدجاج النافق (بالآلاف دجاجة)
١.٤٦	١.٤٨	١.٣٩	١.٤٤	متوسط وزن الدجاجة (كجم)
٩٠.٠	٩٠.٨	٩٧.٧	٩٢.٨	الكفاءة التشغيلية (%)
مبيعات المشروع:				
٦٩٧.٧	٢٥٣.٧	١١٤.٠	٣٥٥.١	إجمالي المبيعات (بالآلاف دجاجة)
٣٥٣.٥	٨٩.٧	٦٨.٠	١٧٠.٤	مبيعات المنطقة الشرقية (بالآلاف دجاجة)
٣٤٤.٢	١٦٤.٠	٤٦.٠	١٨٤.٧	المبيعات خارج المنطقة الشرقية (بالآلاف دجاجة)
٧٠٣٢.٣	٢٥٨٨.٦	١٠٧٤.٢	٣٥٦٥	إجمالي مبيعات الدجاج (بالآلاف ريال)
٣٤٤٧.٠	٩٤٤.٢	٧٦١.٧	١٧١٧.٦	مبيعات المنطقة الشرقية (بالآلاف ريال)
٣٥٨٥.٣	١٦٤٤.٤	٣١٢.٥	١٨٤٧.٤	المبيعات خارج المنطقة الشرقية (بالآلاف ريال)
١٨.٥	٨.٨	٤.١	١٠.٥	قيمة الفرشة (بالآلاف ريال)
الإيرادات والتكاليف للمشروع:				
٧٠٥٠.٨	٢٥٩٧.٤	١٠٧٨.٣	٣٥٧٥.٥	إجمالي المبيعات والفرشة (بالآلاف ريال)
٩١٥.٠	٣٦١.٢	١٥٨.٨	٤٧٨.٣	إجمالي التكاليف الثابتة (بالآلاف ريال)
٤٣٥١.٣	١٧٢٧.٠	٨١٥.٥	٢٢٩٧.٩	إجمالي التكاليف المتغيرة (بالآلاف ريال)
٥٢٦٦.٣	٢٠٨٨.٢	٩٧٤.٣	٢٧٧٦.٢	التكاليف الكلية (بالآلاف ريال)
١٧٨٤.٥	٥٠٩.٢	١٠٤.٠	٧٩٩.٣	صافي الدخل السنوي (بالآلاف ريال)
٣٣.٩	٤١.٥	٦٠.٤	٤٤.٠	نقطة التعادل كنسبة من الطاقة الإنتاجية (%)

(١): السعة الإنتاجية الأولى (أقل من ٢٠٠ ألف دجاجة)، السعة الثانية (٢٠٠-٥٠٠ ألف دجاجة)، السعة الثالثة (أكثر من ٥٠٠ ألف دجاجة).

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية.

وهذا ما أكدته نتائج تحليل نقطة التعادل كنسبة من الطاقة الإنتاجية، حيث بلغت نحو ٦٠.٤%، ٤١.٥%، ٣٣.٩% لكل من الفئات الأولى والثانية والثالثة على الترتيب. الأمر الذي يشير إلى أن التوسع في حجم المشروع يجعله في مأمن أكثر من الخسارة.

٢. المعاملات الفنية (التكنولوجية):

يعبر متوسط معامل تحويل العلف إلى لحم Feed Conversion Ratio عن نسبة المعامل الفني (التكنولوجي) للعلف إلى متوسط وزن الدجاجة (١.٤٤ كجم) في مشروعات دجاج اللحم الحي في منطقة الدراسة، ومن ثم فإن كمية العلف اللازمة لإنتاج كجم لحم على مستوى متوسط المشروعات بلغ حوالي ١.٧٢ كجم، وبذلك فإن قيم معاملات التحويل بلغت وفقاً لذلك حوالي ٢.٠٨، ١.٥٩، ١.٥٥ في السعات الإنتاجية للمشروعات على الترتيب كما هو موضح بالجدول رقم (٢)، وهذا يعني تفوق الكفاءة التحويلية للأعلاف في السعات الأكبر للمشروعات، وبإجراء تحليل التباين في اتجاه واحد One Way Anova لمعامل التحويل من علف إلى لحم تبين ثبوت المعنوية الإحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠١ للفرق بين معامل التحويل في السعات الإنتاجية المختلفة.

جدول (٢): المعاملات الفنية (التكنولوجية) لمختلف ساعات مشروعات إنتاج دجاج اللحم الحي ونتائج تحليل التباين في المنطقة الشرقية عام ٢٠١٦/٢٠١٧ م.

قيمة F المحسوبة	الساعات الإنتاجية ^(١)			المتوسط	المعاملات الفنية
	الثالثة	الثانية	الأولى		
**٩.٤	٢.٢٦	٢.٣٥	٢.٨٩	٢.٤٩	المعامل الفني للعلف (كجم/ دجاجة)
**٥.١	١.٠٥	١.٠٧	١.١٠	١.٠٧	المعامل الفني للصيصان (صوص/ دجاجة)
**١١.٢	٠.٠٠٠٠٥	٠.٠٠٠٠٣	٠.٠١١	٠.٠٠٠٠٥	المعامل الفني للعمالة (عامل/ دجاجة)
**١٣.٨	١.٥٥	١.٥٩	٢.٠٨	١.٧٢	معامل تحويل العلف إلى لحم (كجم)
**٣٢.٢	٠.٧٢	٠.٧٢	٠.٧٩	٠.٧٤	معامل تحويل الصيصان إلى لحم (كجم)

(١): السعة الإنتاجية الأولى (أقل من ٢٠٠ ألف دجاجة)، السعة الثانية (٢٠٠-٥٠٠ ألف دجاجة)، السعة الثالثة (أكثر من ٥٠٠ ألف دجاجة)، (***) تشير إلى معنوية قيمة (ف) المحسوبة عند مستوى معنوية ٠.٠٠١. المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية.

أما بالنسبة لمتوسط معامل تحويل الصيصان إلى دجاج مُنتج، والذي يعبر عن نسبة المعامل الفني (التكنولوجي) للصيصان إلى متوسط وزن الدجاجة (١.٤٤ كجم) في مشروعات دجاج اللحم الحي في منطقة الدراسة، فإن عدد الصيصان اللازم لإنتاج كجم لحم على مستوى متوسط المشروعات بلغ ٠.٧٤، وبذلك فإن قيم معاملات التحويل بلغت وفقاً لذلك حوالي ٠.٧٩، ٠.٧٢، ٠.٧٢ في الساعات الإنتاجية للمشروعات على الترتيب كما هو موضح بالجدول رقم (٢)، وهذا يعني تفوق الكفاءة التحويلية للصيصان في الساعات الأكبر للمشروعات، وبإجراء تحليل التباين في اتجاه واحد One Way Anova لمعامل التحويل من صيصان إلى لحم تبين ثبوت المعنوية الاحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٠١ للفرق بين معامل التحويل في الساعات الإنتاجية المختلفة. وللتعرف على أي من تلك الساعات يُعزى إليها الفرق، يوضح اختبار أقل فرق معنوي للمقارنات المتعددة أن السعة الإنتاجية الأولى هي التي يُعزى إليها هذا الفرق، حيث تختلف اختلافاً معنوياً احصائياً عن السعتين الإنتاجيتين الثانية والثالثة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥. كما هو موضح بالجدول (٣).

جدول (٣): نتائج اختبار أقل فرق معنوي (L.S.D) للمعاملات الفنية لمختلف ساعات مشروعات إنتاج دجاج اللحم الحي بعينة الدراسة الميدانية في المنطقة الشرقية عام ٢٠١٦/٢٠١٧ م.

Significant	Std. Error	Mean Difference	السعة الإنتاجية	المعاملات الفنية
*٠.٠٠٠٤	٠.١٦٥٠	٠.٥٦٥	الأولى والثانية	المعامل الفني للعلف (كجم/ دجاجة)
*٠.٠٠٠٢	٠.١٧٨٠	٠.٦٥٢	الأولى والثالثة	
٠.٦٦٨	٠.١٩٩٠	٠.٠٨٧	الثانية والثالثة	
*٠.٠٤٣	٠.٠١٤٤	٠.٣١٨	الأولى والثانية	المعامل الفني للصيصان (صوص/ دجاجة)
*٠.٠١٠	٠.٠١٥٥	٠.٤٥٣	الأولى والثالثة	
٠.٤٤٧	٠.٠١٧٢	٠.٠١٤	الثانية والثالثة	
*٠.٠٠٠٠	٠.٠٠٠٠٩	٠.٠١١٠	الأولى والثانية	المعامل الفني للعمالة (عامل/ دجاجة)
*٠.٠٠٠٠	٠.٠٠٠٠١	٠.٠١١٥	الأولى والثالثة	
٠.٦٤١	٠.٠٠٠١١	٠.٠٠٠٥	الثانية والثالثة	
*٠.٠٠٠١	٠.١١٩	٠.٥٠٩	الأولى والثانية	معامل تحويل العلف إلى لحم (كجم)
*٠.٠٠٠١	٠.١٢٨	٠.٥٤٧	الأولى والثالثة	
٠.٧٩٢	٠.١٤٣	٠.٠٣٨	الثانية والثالثة	
*٠.٠٠٠٠	٠.٠١٠٢	٠.٠٦٩٧	الأولى والثانية	معامل تحويل الصيصان إلى لحم (كجم)
*٠.٠٠٠٠	٠.٠١١٠	٠.٠٦٩١	الأولى والثالثة	
٠.٩٦٥	٠.٠١٢٣	٠.٠٠٠٦	الثانية والثالثة	

حيث (*) تشير إلى معنوية أقل فرق عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥.

المصدر: جمعت وحسبت من نتائج التحليل الاحصائي باستخدام برنامج SPSS لبيانات عينة الدراسة الميدانية.

٣. صافي العائد للدجاجة:

بلغ متوسط صافي العائد للدجاجة في مشروعات إنتاج دجاج اللحم الحي حوالي ١.٨٧ ريال ويزداد بزيادة السعة الإنتاجية للمشروع حيث بلغ في السعات الإنتاجية الثلاث ١.٠٣، ١.٩٤، ٢.٦٣ ريال على الترتيب، وأوضحت النتائج بالجدول (٤) وجود فروق معنوية احصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١ بين هذه السعات حيث بلغت قيمة اختبار (F) المحسوبة ١٣.٣ مما يدل على وجود تأثير معنوي للسعة الإنتاجية للمشروع على عائد الدجاجة، ويُعزى ذلك إلى وجود فروق معنوية احصائياً للتكاليف المتغيرة في السعات الإنتاجية المختلفة. وللتعرف على أي من تلك السعات يُعزى إليها الفرق، يوضح اختبار أقل فرق معنوي للمقارنات المتعددة أن السعة الإنتاجية الثالثة هي التي يُعزى إليها هذا الفرق، حيث تختلف اختلافاً معنوياً احصائياً عن السعتين الإنتاجيتين الأولى والثانية عند مستوى معنوية ٠.٠٥. حالة التكاليف المتغيرة والتكاليف الكلية، أما في حالة صافي عائد الدجاجة فتبين أن السعة الإنتاجية الأولى هي التي يُعزى إليها هذا الفرق، حيث تختلف اختلافاً معنوياً احصائياً عن السعتين الإنتاجيتين الثانية والثالثة عند مستوى معنوية ٠.٠٥. كما هو موضح بالجدول (٥).

جدول (٤): صافي عائد الدجاجة لمختلف سعات مشروعات إنتاج دجاج اللحم الحي ونتائج تحليل التباين في المنطقة الشرقية عام ٢٠١٦/٢٠١٧ م.

قيمة F المحسوبة	السعات الإنتاجية ^(١)			المتوسط	البيان
	الثالثة	الثانية	الأولى		
٠.٩٩	١.٢٤	١.٣٨	١.٤٧	١.٣٦	التكاليف الثابتة (ريال/ دجاجة)
**١٨.٢	٦.٢٦	٦.٩٢	٧.٢٣	٦.٨١	التكاليف المتغيرة (ريال/ دجاجة)
**١١.٣	٧.٥٠	٨.٣٠	٨.٧٠	٨.١٧	التكاليف الكلية (ريال/ دجاجة)
١.٥٠	١٠.١٣	١٠.٢٤	٩.٧٣	١٠.٠٣	سعر البيع (ريال/ دجاجة)
**١٣.٣	٢.٦٣	١.٩٤	١.٠٣	١.٨٧	صافي عائد الدجاجة (ريال / دجاجة)

(١): السعة الإنتاجية الأولى (أقل من ٢٠٠ ألف دجاجة)، السعة الثانية (٢٠٠-٥٠٠ ألف دجاجة)، السعة الثالثة (أكثر من ٥٠٠ ألف دجاجة)، (** تشير إلى معنوية قيمة (F) المحسوبة عند مستوى معنوية ٠.٠١. المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية.

جدول (٥): نتائج اختبار أقل فرق معنوي (L.S.D) لصافي عائد الدجاجة لمختلف سعات مشروعات إنتاج دجاج اللحم الحي بعينة الدراسة الميدانية في المنطقة الشرقية عام ٢٠١٦/٢٠١٧ م.

Significant	Std. Error	Mean Difference	السعة الإنتاجية	البند
٠.٠٥٥	٠.١٤٩	٠.٣١٠	الأولى والثانية	التكاليف المتغيرة (ريال/ دجاجة)
*٠.٠٠٠	٠.١٦١	٠.٩٦٥	الأولى والثالثة	
*٠.٠٠٢	٠.١٧٩	٠.٦٥٥	الثانية والثالثة	التكاليف الكلية (ريال/ دجاجة)
٠.١٠٧	٠.٢٣٣	٠.٣٩٩	الأولى والثانية	
*٠.٠٠٠	٠.٢٥١	١.١٩١	الأولى والثالثة	صافي عائد الدجاجة (ريال / دجاجة)
*٠.٠١٣	٠.٢٨١	٠.٧٩١	الثانية والثالثة	
*٠.٠٠٩	٠.٢٩٧	٠.٨٩٩	الأولى والثانية	صافي عائد الدجاجة (ريال / دجاجة)
*٠.٠٠٠	٠.٣٢٠	١.٥٨	الأولى والثالثة	
٠.٠٧٦	٠.٣٥٧	٠.٦٨١	الثانية والثالثة	

حيث (*) تشير إلى معنوية أقل فرق عند مستوى معنوية ٠.٠٥.

المصدر: جمعت وحسبت من نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS لبيانات عينة الدراسة الميدانية.

ثانياً: نمط إنتاج دجاج اللحم الحي والمجهز: ١. ملامح الطاقة الإنتاجية:

يتم إنتاج هذا النمط في مشروعات مشتركة حيث تقوم بإنتاج كل من الدجاج الحي والدجاج المجهز، ويشتمل هذا النمط على عشرة مشروعات لإنتاج دجاج اللحم الحي واللحم المجهز في منطقة الدراسة، ونظراً لقلّة أعداد المشروعات في هذا النمط فقد تم تقسيم طاقات مشروعاتها إلى سعتين إنتاجيتين حتى يتم تناول أهم ملامحهما الإنتاجية كما هو موضح بالجدول رقم (٦). السعة الأولى (أقل من ٥٠٠ ألف دجاجة)، وتتكون من ٧ مشروعات تمثل ٧٠% من إجمالي مشروعات هذا النمط، السعة الثانية (أكبر من ٥٠٠ ألف دجاجة)، وتتكون من ثلاثة مشروعات تمثل ٣٠% من إجمالي مشروعات هذا النمط. أما بالنسبة لمبيعات المشروع فقد بلغت كميته في المتوسط حوالي ٤٢٢.٨ ألف دجاجة بقيمة بلغت حوالي ٤٣١٥.٦ ألف ريال منها ١٩٨.٤ ألف دجاجة بقيمة قدرت بحوالي ١٩٥٠.٤ ألف ريال تباع في المنطقة الشرقية تمثل نحو ٤٦.٩% من إجمالي الكمية المباعة، في حين بلغت الكمية المباعة خارج المنطقة الشرقية حوالي ٢٢٤.٤ ألف دجاجة بقيمة قدرت بنحو ٢٣٦٥.٢ ألف ريال تمثل نحو ٤٣.١% من إجمالي الكمية المباعة، الأمر الذي يشير إلى شدة منافسة الشركات الأجنبية للإنتاج المحلي من الدواجن بالمنطقة الشرقية.

وبالنسبة للإيرادات والتكاليف للمشروع تشير النتائج إلى زيادة صافي الدخل السنوي بزيادة الطاقة الإنتاجية للمشروع، الأمر الذي يشير إلى أن السعة الثانية هي السعة المثلى التي يسعى أصحاب مزارع الدواجن للوصول إليها نظراً لما بها من وفورات سعة، أهمها أسعار عناصر الإنتاج الداخلة في الصناعة. وهذا ما أكدته نتائج تحليل نقطة التعادل كنسبة من الطاقة الإنتاجية، حيث بلغت نحو ٤٩.٦%، ٣٢.١% لكل من الفئتين الأولى والثانية على الترتيب. الأمر الذي يشير إلى أن التوسع في حجم المشروع يجعله في مأمن أكثر من الخسارة.

٢. المعاملات الفنية (التكنولوجية):

يعبر متوسط معامل تحويل العلف إلى لحم Feed Conversion Ratio عن نسبة المعامل الفني (التكنولوجي) للعلف إلى متوسط وزن الدجاجة (١.٤٤ كجم) في مشروعات دجاج اللحم الحي والمجهز في منطقة الدراسة، ومن ثم فإن كمية العلف اللازمة لإنتاج كجم لحم على مستوى متوسط المشروعات بلغ حوالي ١.٦٦ كجم، وبذلك فإن قيم معاملات التحويل بلغت وفقاً لذلك حوالي ١.٨٠، ١.٥٣ في السعات الإنتاجية الأولى والثانية للمشروعات على الترتيب كما هو موضح بالجدول رقم (٧)، وهذا يعني تفوق الكفاءة التحويلية للأعلاف في السعات الأكبر للمشروعات، وبإجراء اختبار (ت) لمعنوية الفرق بين متوسطين لمعامل التحويل من علف إلى لحم تبين ثبوت المعنوية الاحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ للفرق بين معامل التحويل في السعات الإنتاجية المختلفة.

جدول (٦): أهم الملامح الإنتاجية لمشروعات إنتاج دجاج اللحم الحي والمجهز وفقاً للساعات الإنتاجية للمشروع في المنطقة الشرقية عام ٢٠١٦/٢٠١٧ م.

السعة الإنتاجية ^(١)		المتوسط	الملامح الإنتاجية
السعة الثانية	السعة الأولى		
			الطاقة الإنتاجية للمشروع:
٦٧٩.٠	٢٢٠.٧	٤٤٩.٩	إجمالي عدد الصيصان (بالآلاف صوص)
٥.٠	٥.٤	٥.٢	عدد الدورات (دورة / السنة)
٦.٧	٤.٤	٥.٤	نسبة النفوق (%)
٤٤.٨	٩.٦	٢٧.٢	عدد الدجاج النافق (بالآلاف دجاجة)
١.٤٧	١.٤٠	١.٤٤	متوسط وزن الدجاجة (كجم)
٨٠.٠	٩٠.٠	٨٤.٩	الكفاءة التشغيلية (%)
			مبيعات المشروع:
٦٣٤.٢	٢١١.٢	٤٢٢.٨	إجمالي المبيعات (بالآلاف دجاجة)
٣٠٤.٨	٩١.٩	١٩٨.٤	مبيعات المنطقة الشرقية (بالآلاف دجاجة)
٣٢٩.٤	١١٩.٣	٢٢٤.٤	المبيعات خارج المنطقة الشرقية (بالآلاف دجاجة)
٦٥٩٣.٨	٢٠٣٧.٣	٤٣١٥.٦	إجمالي مبيعات الدجاج (بالآلاف ريال)
٢٩٣١.٠	٩٦٩.٧	١٩٥٠.٤	مبيعات المنطقة الشرقية (بالآلاف ريال)
٣٦٦٢.٨	١٠٦٧.٦	٢٣٦٥.٢	المبيعات خارج المنطقة الشرقية (بالآلاف ريال)
٣٨.٣	٧.٤	٢٢.٩	قيمة الفرشة (بالآلاف ريال)
			الإيرادات والتكاليف للمشروع:
٦٦٣٢.١	٢٠٤٤.٧	٤٣٣٨.٤	إجمالي المبيعات والفرشة (بالآلاف ريال)
٨٤٦.٧	٢٩٨.٠	٥٧٢.٤	إجمالي التكاليف الثابتة (بالآلاف ريال)
٣٩٩٤.٣	١٤٤٣.٩	٢٧١٩.١	إجمالي التكاليف المتغيرة (بالآلاف ريال)
٤٨٤١.٠	١٧٤١.٩	٣٢٩١.٥	التكاليف الكلية (بالآلاف ريال)
١٧٩١.١	٣٠٢.٨	١٠٤٦.٩	صافي الدخل السنوي (بالآلاف ريال)
٣٢.١	٤٩.٦	٣٩.٩	نقطة التعادل كنسبة من الطاقة الإنتاجية (%)

(١): السعة الإنتاجية الأولى (أقل من ٥٠٠ ألف دجاجة)، السعة الثانية (أكثر من ٥٠٠ ألف دجاجة).
المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية.

أما بالنسبة لمتوسط معامل تحويل الصيصان إلى دجاج مُنتج، والذي يعبر عن نسبة المعامل الفني (التكنولوجي) للصيصان إلى متوسط وزن الدجاجة (١.٤٤ كجم) في مشروعات دجاج اللحم الحي واللحم المجهز في منطقة الدراسة، فإن عدد الصيصان اللازم لإنتاج كجم لحم على مستوى متوسط المشروعات بلغ ٠.٧٤، وبذلك فإن قيم معاملات التحويل بلغت وفقاً لذلك حوالي ٠.٧٦، ٠.٧١ في الساعات الإنتاجية للمشروعات على الترتيب كما هو موضح بالجدول رقم (٧).

جدول (٧): المعاملات الفنية (التكنولوجية) لمختلف ساعات مشروعات إنتاج دجاج اللحم الحي والمجهز ونتائج اختبار (T) لمعنوية الفرق بين متوسطين في المنطقة الشرقية عام ٢٠١٦/٢٠١٧ م.

قيمة T المحسوبة	السعة الانتاجية ^(١)		المتوسط	المعاملات
	الثانية	الأولى		
١.٣٩	٢.٢٥	٢.٥٢	٢.٣٨	المعامل الفني للعلف (كجم/ دجاجة)
١.٧٠	١.٠٥	١.٠٧	١.٠٦	المعامل الفني للصيصان (صوص/ دجاجة)
١.٣٢	٠.٠٠٠٥	٠.٠٠٠٥	٠.٠٠٠٢	المعامل الفني للعمالة (عامل/ دجاجة)
*١.٩٤	١.٥٣	١.٨٠	١.٦٦	معامل تحويل العلف إلى لحم (كجم)
**٦.١١	٠.٧١	٠.٧٦	٠.٧٤	معامل تحويل الصيصان إلى لحم (كجم)

(١): السعة الانتاجية الأولى (أقل من ٥٠٠ ألف دجاجة)، السعة الثانية (أكثر من ٥٠٠ ألف دجاجة)، (***) تشير إلى معنوية قيمة (ت) المحسوبة عند مستوى معنوية ٠.٠٠١، (*) تشير إلى معنوية قيمة (ت) المحسوبة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥.

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية.

وهذا يعني تفوق الكفاءة التحويلية للصيصان في الساعات الأكبر للمشروعات، وبإجراء اختبار (T) لمعنوية الفرق بين متوسطين لمعامل التحويل من صيصان إلى لحم تبين ثبوت المعنوية الاحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٠١ للفرق بين معامل التحويل في الساعات الانتاجية المختلفة.

٣. صافي العائد للدجاجة في نمط انتاج دجاج اللحم الحي والمجهز:

بلغ متوسط صافي العائد للدجاجة في مشروعات هذا النمط حوالي ٢.١٢ ريال ويزداد بزيادة السعة الانتاجية للمشروع حيث بلغ في السعتين ١.٤٠ و ٢.٨٣ ريال على الترتيب، وأوضحت نتائج اختبار معنوية الفرق بين متوسطين بالجدول رقم (٨) أن هناك فروق معنوية احصائياً بين السعتين موضع الدراسة، مما يدل على وجود تأثير معنوي للسعة الانتاجية للمشروع على عائد الدجاجة، ويُعزى ذلك إلى وجود فروق معنوية لكل من التكاليف المتغيرة وسعر البيع للدجاجة في السعتين الانتاجيتين.

جدول (٨): صافي عائد الدجاجة لمختلف ساعات مشروعات إنتاج دجاج اللحم الحي والمجهز ونتائج اختبار (T) لمعنوية الفرق بين متوسطين في المنطقة الشرقية عام ٢٠١٦/٢٠١٧ م.

قيمة T المحسوبة	السعة الانتاجية ^(١)		المتوسط	البيان
	الثانية	الأولى		
٠.٨٨	١.٢٦	١.٤٠	١.٣٣	التكاليف الثابتة (ريال/ دجاجة)
**٢.٩٧	٦.٣٢	٦.٩٨	٦.٦٥	التكاليف المتغيرة (ريال/ دجاجة)
**٢.٦١	٧.٥٨	٨.٣٨	٧.٩٨	التكاليف الكلية (ريال/ دجاجة)
*٢.٠٠	١٠.٤١	٩.٧٨	١٠.١٠	سعر البيع (ريال/ دجاجة)
**٤.٨٧	٢.٨٣	١.٤٠	٢.١٢	صافي عائد الدجاجة (ريال/ دجاجة)

(١): السعة الانتاجية الأولى (أقل من ٥٠٠ ألف دجاجة)، السعة الثانية (أكثر من ٥٠٠ ألف دجاجة)، (***) تشير إلى معنوية قيمة (ت) المحسوبة عند مستوى معنوية ٠.٠٠١، (*) تشير إلى معنوية قيمة (ت) المحسوبة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥.

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية.

الأهمية النسبية لمنافذ توزيع دجاج اللحم:

بلغ إجمالي كمية مبيعات عينة مشروعات الدراسة حوالي ٣٥٥.١ ألف دجاجة من مشروعات إنتاج الدجاج الحي منها ١٨٤.٧ ألف دجاجة (٥٢% من إجمالي المبيعات للدجاج الحي) تمثل المبيعات خارج المنطقة الشرقية. وتم توزيع المبيعات للدجاج الحي داخل المنطقة الشرقية من

المزارع بنسبة ٧٨%، ومن محلات البيع المتخصصة بنسبة ٢٢% خلال فترة الدراسة، وبلغ إجمالي قيمة مبيعات مشروعات الدجاج الحي حوالي ٣.٥٦ مليون ريال، بمتوسط سعر يبلغ ١٠٠٠ ريال للدجاجة. في حين بلغ إجمالي المبيعات لمشروعات عينة الدراسة حوالي ٤٢٢.٨ ألف دجاجة في مشروعات إنتاج الدجاج الحي والمجهز يباع منها حوالي ٥٣.١% خارج المنطقة الشرقية (٢٢٤.٤ ألف دجاجة) وحوالي ٤٦.٩% داخل المنطقة الشرقية، وبلغ إجمالي قيمة مبيعات مشروعات الدجاج الحي والمجهز حوالي ٤.٣٢ مليون ريال، بمتوسط سعر يبلغ ١٠.٢٢ ريال للدجاجة. وفي حين اقتصر منافذ التوزيع للدجاج الحي داخل المنطقة الشرقية على منفذين هما المزرعة ومحلات البيع المتخصصة، يُلاحظ انتشار منافذ التوزيع للدجاج المجهز داخل المنطقة الشرقية بين خمسة منافذ تحتل أولها مبيعات الأكشاك (٣٢.٣%)، والتموينات (٢٣.٧%)، والأسواق المركزية (٢١.٨%)، والشركات (٢٠.٢%)، وأخيراً مبيعات المزرعة بنسبة لا تتعدى (٢%) كما هو موضح بالجدول رقم (٩)، ويختلف متوسط أسعار البيع في منافذ التوزيع عن المتوسط العام للأسعار البالغ ١٠.٢٢ ريال للدجاجة المجهزة، حيث يقل عن ذلك المتوسط في منافذ البيع للمزرعة والتموينات والأسواق المركزية بنسبة تتراوح بين ٢ - ١٠%، في حين يزيد في منافذ البيع للشركات والأكشاك وخارج المنطقة وخارج المملكة بنسبة تتراوح بين ٣ - ٥%.

جدول (٩): منافذ توزيع دجاج اللحم بمشروعات إنتاج دجاج اللحم الحي أو الحي والمجهز بعينة الدراسة الميدانية بالمنطقة الشرقية عام ٢٠١٦/٢٠١٧ م.

البند	نمط الدجاج الحي		نمط الدجاج الحي والمجهز	
	الكمية أو القيمة %	الكمية أو القيمة %	الكمية أو القيمة %	%
إجمالي كمية المبيعات بالآلاف دجاجة	٣٥٥.١	-	٤٢٢.٨	-
إجمالي قيمة المبيعات بالمليون ريال	٣.٥٦	-	٤.٣٢	-
متوسط سعر الدجاجة بالريال	١٠.٠	-	١٠.٢٢	-
كمية المبيعات داخل المنطقة الشرقية	١٧٠.٤	٤٨.٠	١٩٨.٤	٤٦.٩
كمية المبيعات خارج المنطقة الشرقية	١٨٤.٧	٥٢.٠	١٩٤.٨	٤٦.١
كمية المبيعات خارج المملكة	-	٠.٠	٢٩.٦	٧.٠
منافذ التوزيع داخل المنطقة الشرقية: بالآلاف دجاجة				
المزارع	١٣٢.٩	٧٨	٤.٠	٢.٠
محلات البيع المتخصصة	٣٧.٥	٢٢	-	٠.٠
الأكشاك*	-	-	٦٤.١	٣٢.٣
التموينات	-	-	٤٧.٠	٢٣.٧
الأسواق المركزية	-	-	٤٣.٢	٢١.٨
الشركات	-	-	٤٠.١	٢٠.٢
إجمالي كمية المبيعات داخل المنطقة الشرقية	١٧٠.٤	١٠٠	١٩٨.٤	١٠٠

* تشمل مؤسسات التجهيزات الغذائية، والفنادق، والمطاعم، وغيرها.
المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية.

هيكل التكاليف التسويقية لدجاج اللحم:

بلغ إجمالي التكاليف في نمط إنتاج الدجاج الحي حوالي ٨.١٧ ريال للدجاجة، حيث بلغت التكاليف الإنتاجية حوالي ٧.٦ ريال للدجاجة أي حوالي ٩٣.٠% من إجمالي التكاليف، وبلغ إجمالي التكاليف التسويقية حوالي ٠.٥٧ ريال تمثل حوالي ٧.٠% منها، وبلغ متوسط وزن الدجاجة الحية ١.٤٤ كجم في عينة الدراسة، وقدّر بذلك إجمالي تكاليف الكيلوجرام من دجاج اللحم بحوالي ٥.٦٧ ريال وتكاليفه الإنتاجية بحوالي ٥.٢٨ ريال وتكاليفه التسويقية بحوالي ٠.٣٩ ريال. وتضمنت التكاليف

التسويقية لدجاج اللحم التكاليف الثابتة وتبلغ حوالي ٠.١١ ريال/كجم، والتكاليف المتغيرة وتبلغ ٠.٢٨ ريال/كجم وهي بذلك تمثل حوالي ٢٨.١%، ٧١.٩% على التوالي من إجمالي التكاليف التسويقية. في حين بلغ إجمالي التكاليف في نمط إنتاج الدجاج الحي والمجهز حوالي ٧.٩٨ ريال للدجاجة، حيث بلغت التكاليف الإنتاجية حوالي ٧.٠ ريال للدجاجة أي حوالي ٨٧.٧% من إجمالي التكاليف، وبلغ إجمالي التكاليف التسويقية حوالي ٠.٩٨ ريال تمثل حوالي ١٢.٣% منها، وبلغ متوسط وزن الدجاجة الحية ١.٤٤ كجم في عينة الدراسة، وقدّر بذلك إجمالي تكاليف الكيلوجرام من دجاج اللحم الحي والمجهز بحوالي ٥.٥٤ ريال وتكاليفه الإنتاجية بحوالي ٤.٨٦ ريال وتكاليفه التسويقية بحوالي ٠.٦٨ ريال. وتضمنت التكاليف التسويقية لدجاج اللحم التكاليف الثابتة وتبلغ حوالي ٠.٢٤ ريال/كجم، والتكاليف المتغيرة وتبلغ ٠.٤٤ ريال/كجم وهي بذلك تمثل حوالي ٣٥.٧%، ٦٤.٣% على التوالي من إجمالي التكاليف التسويقية، كما هو موضح بالجدول رقم (١٠).

جدول (١٠): متوسط إجمالي التكاليف والتكاليف الإنتاجية والتسويقية للدجاجة والكيلو جرام لمشروعات دجاج اللحم في نمط الدجاج الحي، والحي والمجهز بعينة الدراسة الميدانية بالمنطقة الشرقية عام ٢٠١٦/٢٠١٧م.

نمط الدجاج الحي والمجهز		نمط الدجاج الحي		البند
للكيلو جرام	للدجاجة	للكيلو جرام	للدجاجة	
٥.٥٤	٧.٩٨	٥.٦٧	٨.١٧	إجمالي التكاليف بالريال
٤.٨٦	٧.٠	٥.٢٨	٧.٦٠	التكاليف الإنتاجية بالريال
٨٧.٧	٨٧.٧	٩٣.٠	٩٣.٠	%
٠.٦٨	٠.٩٨	٠.٣٩	٠.٥٧	التكاليف التسويقية بالريال
١٢.٣	١٢.٣	٧.٠	٧.٠	%
١.٤٤		١.٤٤		متوسط وزن الدجاجة بالكيلو جرام
٠.٦٨	٠.٩٨	٠.٣٩	٠.٥٧	التكاليف التسويقية:
٠.٢٤	٠.٣٥	٠.١١	٠.١٦	تكاليف ثابتة
٣٥.٧	٣٥.٧	٢٨.١	٢٨.١	%
٠.٤٤	٠.٦٣	٠.٢٨	٠.٤١	تكاليف متغيرة
٦٤.٣	٦٤.٣	٧١.٩	٧١.٩	%

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية.

وتضمنت بنود التكاليف التسويقية بصفة عامة تكاليف الذبح والتجهيز بنسبة ٤٠.٦% منها، ويليها تكاليف التخزين والتبريد (٢٠.٨%)، وتكاليف النقل والتوزيع (١٥.٥%)، وتكاليف التعبئة والتغليف (١١.٦%)، وتكاليف الفرز والتدريج (١٠.٦%)، وأخيراً تكاليف الإعلان والبيع وتمثل ٠.٩%.

وينضح من ذلك أهمية تكاليف الذبح والتجهيز إذ تتجاوز ٤٠% من إجمالي التكاليف التسويقية وتمثل التكاليف الثابتة حوالي ٣٠% منها، ومن ثم تبدو الحاجة لأهمية توافر الاستثمارات اللازمة لتوفير المسالخ في مشروعات الدجاج الحي والمجهز لتوفير فرص توزيع الإنتاج وإمكانية تنظيم العرض في الأسواق والتغلب على عنصر المخاطرة للبايع والمشتري، وقلة الانتشار وزيادة عدد الوسطاء وتجار التجزئة بالنسبة للدجاج المباع حياً، كما تتضح أهمية تكاليف النقل والتوزيع حيث تمثل ما يزيد عن ١٥% من التكاليف التسويقية مما يؤكد أيضاً أهمية توزيع المشروعات الإنتاجية وقربها من مناطق الاستهلاك.

ومما هو جدير بالملاحظة اختلاف التكاليف التسويقية لدجاج اللحم وفقاً لنمط إنتاج المشروعات، حيث بلغ متوسطها حوالي ٠.٥٧ و٠.٩٨ ريال للدجاجة تمثل نحو ٧%، ١٢.٣% من إجمالي التكاليف للدجاجة في مشروعات إنتاج نمط الدجاج الحي، والحي والمجهز على الترتيب، ويُعزى ارتفاعها في مشروعات إنتاج نمط الدجاج الحي والمجهز إلى ارتفاع التكاليف الثابتة للدجاجة نظراً لانخفاض مقدار الإنتاج في هذه المشروعات مقارنة بما تتضمنه من تجهيزات ومعدات.

المشكلات الانتاجية والتسويقية التي تواجه مشروعات دجاج اللحم:

تم التعبير عن المشاكل التي تواجه مشروعات دجاج اللحم في الحصول على الصيصان والتي تمثلت في ثلاثة أسباب وهي: ارتفاع سعر الصوص، انخفاض جودة الصوص، مصدره غير متوفر (قلة المعروض من الصيصان)، حيث قام صاحب كل مشروع بترتيب المشاكل وفقاً لأرائه الخاصة وما يقابله من مشاكل في الحياة العملية، ولكي يتمكن الباحث من دراسة تلك الأسباب كلاً على حده فقد تم تجميع تلك المشاكل من استمارة الاستبيان وتصنيفها وفقاً لدرجة خطورة كل منها، حيث أشارت بيانات الجدول (١١) أن مشكلة انخفاض جودة الكتكوت الموجود في السوق جاءت في المرتبة الأولى بجميع أفراد العينة بأهمية نسبية بلغت نحو ٧٠.٠% من إجمالي المشاكل الخاصة بالصيصان، وهذا يبين أن الصوص قد يكون غير مقاوم وحامل للأمراض، في حين جاءت مشكلة ارتفاع سعر الكتكوت عمر يوم في المرتبة الثانية وأوضح المنتجون أن سبب هذا الارتفاع قلة قطعان مزارع أمهات التسمين وبالتالي قلة عدد البيض المفرخ، وأيضاً قلة المعروض من الصيصان لأنه أقل بكثير عن الطلب، ثم مشكلة قلة المعروض من الصيصان (تتمثل في عدم وجود مصدر ثابت لشراء الكتاكيت مع عدم التزام الشركات المنتجة بتسليم الصيصان في موعدها)

جدول (١١): أهم المشكلات الانتاجية والتسويقية التي تواجه مشروعات دجاج اللحم بعينة الدراسة الميدانية في المنطقة الشرقية للموسم الإنتاجي ٢٠١٦/٢٠١٧م.

البند	المشكلات الانتاجية والتسويقية	التكرار	%
الصوص	ارتفاع سعر الصوص عمر يوم	٦	١٥.٠
	انخفاض جودة الصوص الموجود في السوق	٢٨	٧٠.٠
	ارتفاع نسبة النفوق	٢	٥.٠
	عدم توفر مصادر بيع الصيصان	٤	١٠.٠
العلف	الجملة	٤٠	١٠٠
	ارتفاع سعر الطن من العلف	١٠	٥٠.٠
	انخفاض جودة العلف الموجود بالسوق	٧	٣٥.٠
	قلة مصادر إنتاج العلف	٣	١٥.٠
الأدوية والإشراف البيطري	الجملة	٢٠	١٠٠
	ارتفاع أسعار الأدوية واللقاحات	٦	٦٠.٠
	انخفاض جودة الأدوية واللقاحات	٢	٢٠.٠
	عدم توفر الإشراف البيطري	٢	٢٠.٠
العمالة	الجملة	١٠	١٠٠
	ارتفاع أجور العمال	٤	١٣.٣
	عدم توفر العمالة المدربة	٢٦	٨٦.٧
تكلفة الإنتاج	الجملة	٣٠	١٠٠
	ارتفاع تكلفة الوقود والكهرباء	٢٦	٨٦.٧
	ارتفاع تكلفة الفرشة وعدم توفرها	٤	١٣.٣
المشكلات التسويقية	الجملة	٣٠	١٠٠
	انخفاض سعر البيع	٢٨	١٨.١
	استغلال محلات البيع الكبيرة	٢٨	١٨.١
	صعوبة التسويق بكميات كبيرة	٢٨	١٨.١
	ارتفاع تكلفة الذبح والتجهيز	٢٦	١٦.٨
	ارتفاع تكلفة التخزين والتبريد	١٤	٩.٠
	ارتفاع تكلفة النقل والتوزيع	١٦	١٠.٣
	ارتفاع تكلفة التعبئة والتغليف	١٥	٩.٦
	الجملة	١٥٥	١٠٠

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية.

حيث بلغت نحو (٤) مشاهدات من إجمالي العينة بأهمية نسبية بلغت نحو ١٠.٠% من إجمالي المشاكل المتعلقة بالكتاكيت. في حين مثلت مشكلة ارتفاع نسبة النفوق نحو ٥.٠% من إجمالي المشاكل الخاصة بالصيصان. كما يوضح الجدول رقم (١١) أن مشكلة ارتفاع سعر الأعلاف جاءت في المرتبة الأولى بأهمية نسبية تقدر بنحو ٥٠.٠% من إجمالي المشاكل الخاصة بالأعلاف على مستوى عينة الدراسة، ثم جاء بعد ذلك كلا من مشكلة انخفاض جودة العلف الموجود بالسوق وقلة المعروض وتأخر وصوله على التوالي بنسب قدرت بنحو (٣٥، ١٥%) على الترتيب من إجمالي المشاكل المتعلقة بالأعلاف.

أما بالنسبة للأدوية واللقاحات والخدمات والاستشارات البيطرية وأهم المشاكل المتحصل عليها فقد اوضحت نتائج الاستبانة أن ارتفاع أسعار الأدوية واللقاحات، وعدم توافر الإشراف البيطري، وانخفاض جودة الأدوية على التوالي بنسبة قدرت بنحو (٦٠، ٢٠، ٢٠%) على الترتيب من إجمالي المشاكل المتعلقة بالأدوية واللقاحات والاستشارات البيطرية. كما أوضحت النتائج أن المشروعات تعاني من عدم توافر العمالة المدربة حيث بلغت الأهمية النسبية في هذه المشكلة ٨٦.٧% من جملة المشاكل الخاصة بالعمالة، أما عن مشكلة ارتفاع أجور العمال فإنها لا تسبب عقبة على منتجي الدواجن حيث بلغت الأهمية النسبية بها نحو ١٣.٣% من جملة المشاكل الخاصة بالعمالة. في حين أوضحت النتائج أن المشروعات تعاني من ارتفاع تكلفة الوقود والكهرباء حيث بلغت الأهمية النسبية في هذه المشكلة ٨٦.٧% من جملة المشاكل الخاصة بتكلفة الإنتاج، أما ارتفاع تكلفة الفرشة وعدم توفرها فإنها لا تسبب عقبة على منتجي الدواجن حيث بلغت الأهمية النسبية بها نحو ١٣.٣% من جملة المشاكل الخاصة بتكلفة الإنتاج.

أما بالنسبة للمشكلات التسويقية فقد أوضحت نتائج الاستبانة أنها تتمثل في: انخفاض سعر البيع، واستغلال محلات البيع الكبيرة، وصعوبة التسويق بكميات كبيرة، وارتفاع تكلفة الذبح والتجهيز، وارتفاع تكلفة التخزين والتبريد، وارتفاع تكلفة النقل والتوزيع، وارتفاع تكلفة التعبئة والتغليف بنسبة قدرت بنحو (١٨.١، ١٨.١، ١٨.١، ١٦.٨، ٩.٠، ١٠.٣، ٩.٦%) على الترتيب من إجمالي المشاكل التسويقية.

كما تبين من النتائج أن ٩٥% من حجم العينة يفضلون نشارة الخشب كمصدر للفرشة عن التبن وذلك للأسباب التالية: لا تسبب رائحة كريهة، لا تؤدي لحدوث عفونة تحت الطائر، لا تلتصق بالأرض مثل التبن، تعمل على تدفئة الدجاج، كما أنها تمتص الرطوبة، هذا فضلاً عن سهولة الحصول عليها. وبالنسبة لطرق التخلص من النافق فقد أوضحت نتائج الدراسة أن المزارعين يتخلصون من النافق عن طريق البلدية عن طريق الحرق في المحارق الخاصة بالمشروع أو من خلال الدفن الصحي.

الملخص والتوصيات:

تعتبر صناعة الدواجن من الصناعات الزراعية الرئيسية في المملكة العربية السعودية، حيث تُعد هذه الصناعة إحدى المصادر الرئيسية للدخل الزراعي، وتوفر جزءاً كبيراً من البروتين الحيواني (اللحوم البيضاء والبيض)، الذي يتميز بارتفاع قيمته الغذائية ورخص ثمنه وارتفاع معامل التحويل الغذائي له بالمقارنة باللحوم الحمراء. لذا استهدف البحث التعرف على أنماط الإنتاج لمشروعات إنتاج الدجاج اللحم في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية وذلك من خلال دراسة ٢٨ مشروعاً تمثل نحو ٦٢.٢% من إجمالي المشروعات المنتجة في هذه المنطقة لعام ٢٠١٤م، واعتمد البحث بصفة رئيسية على البيانات الأولية التي تم جمعها من خلال استبانة للتعرف على ملامح الطاقة الإنتاجية والمعاملات الفنية (التكنولوجية) وصافي العائد للدجاجة لكل نمط إنتاجي على حده، وقد تم تقسيم مشروعات الدراسة إلى نمطين إنتاجيين وفقاً لصورة المنتج من دجاج اللحم هما: الدجاج الحي، والدجاج الحي والمجهز.

النمط الأول (مشروعات دجاج اللحم الحي) ويوجد به ١٨ مشروعاً، تم تقسيم طاقات مشروعاتها إلى ثلاث ساعات إنتاجية لتناول أهم ملامحها الإنتاجية، حيث بلغت متوسطات المعاملات الفنية (التكنولوجية) في هذا النمط للعلف والصيضان والعمالة حوالي ٢.٤٩ كجم/دجاجة، ١.٠٧ صوص/دجاجة، ٠.٠٠٠٥ يوم عمل/دجاجة على الترتيب، أما متوسط صافي العائد للدجاجة في هذا النمط فبلغ ١.٨٧ ريال ويزداد معنوياً بزيادة الطاقة الإنتاجية للمشروع. الأمر الذي يشير إلى أن السعة الثالثة هي السعة المثلى التي يسعى أصحاب مزارع الدواجن للوصول إليها نظراً لما بها من وفورات سعة Economies of Scale، من أهمها أسعار عناصر الإنتاج الداخلة في الصناعة. وهذا ما أكدته نتائج تحليل نقطة التعادل كنسبة من الطاقة الإنتاجية، حيث بلغت نحو ٦٠.٤%، ٤١.٥%، ٣٣.٩% لكل من الفئات الأولى والثانية والثالثة على الترتيب. الأمر الذي يشير إلى أن التوسع في حجم المشروع يجعله في مأمن أكثر من الخسارة.

أما النمط الثاني: فيتضمن المشروعات التي تقوم بإنتاج دجاج اللحم الحي والمجهز ويوجد في هذا النمط ١٠ مشروعات تم تقسيم طاقات مشروعاتها إلى ساعتين إنتاجيتين لتناول أهم ملامحها الإنتاجية. وقد بلغت متوسط المعاملات الفنية (التكنولوجية) في هذا النمط ٢.٣٨ كجم/دجاجة، ١.٠٦ صوص/دجاجة، و٠.٠٠٢ يوم عمل/دجاجة على الترتيب. أما صافي العائد للدجاجة فقد بلغ متوسطه لهذا النمط ٢.١٢ ريال ويزداد معنوياً بزيادة الطاقة الإنتاجية للمشروع. الأمر الذي يشير إلى أن السعة الثانية هي السعة المثلى التي يسعى أصحاب مزارع الدواجن للوصول إليها نظراً لما بها من وفورات سعة، أهمها أسعار عناصر الإنتاج الداخلة في الصناعة. وهذا ما أكدته نتائج تحليل نقطة التعادل كنسبة من الطاقة الإنتاجية، حيث بلغت نحو ٤٩.٦%، ٣٢.١% لكل من الفئتين الأولى والثانية على الترتيب. الأمر الذي يشير إلى أن التوسع في حجم المشروع يجعله في مأمن أكثر من الخسارة.

كما أوضحت النتائج أنه في حين تقتصر منافذ التوزيع للدجاج الحي في المنطقة الشرقية على منفذين هما المزرعة ومحلات البيع المتخصصة، فإنها تصل إلى خمسة منافذ للدجاج المجهز تحتل أولها مبيعات الأكشاك (٣٢.٣%)، يليها التموينات (٢٣.٧%)، والأسواق المركزية (٢١.٨%)، والشركات (٢٠.٢%)، وأخيراً مبيعات المزرعة بنسبة لا تتعدى (٢%). وتبين أن التكاليف التسويقية للدجاجة المجهزة تمثل نحو ١٢.٣% من إجمالي التكاليف، وأوضحت النتائج أهمية تكاليف الذبح والتجهيز حيث تمثل نحو ٤٠.٦% من التكاليف التسويقية، كما تمثل تكاليف التخزين والتبريد، والنقل والتوزيع نحو ٢٠.٨%، ١٥.٥% لكل منهما على الترتيب، الأمر الذي يستلزم توافر الاستثمارات اللازمة للمسالخ ووسائل التخزين والتبريد، ووسائل النقل لتوفير فرص توزيع الإنتاج وتنظيم العرض فضلاً عن ضرورة توزيع المشروعات الإنتاجية قرب مناطق الاستهلاك. كما أوضحت النتائج اختلاف التكاليف التسويقية لدجاج اللحم وفقاً لنمط إنتاج المشروعات، حيث بلغ متوسطها حوالي ٠.٥٧ و٠.٩٨ ريال للدجاجة تمثل نحو ٧%، ١٢.٣% من إجمالي التكاليف للدجاجة في مشروعات إنتاج الدجاج الحي، والحي والمجهز على الترتيب، ويُعزى ارتفاعها في مشروعات إنتاج الدجاج الحي والمجهز إلى ارتفاع التكاليف الثابتة للدجاجة نظراً لانخفاض مقدار الإنتاج في هذه المشروعات مقارنة بما تتضمنه من تجهيزات ومعدات. كما تبين أن أهم المشكلات الإنتاجية والتسويقية تتمثل في انخفاض جودة الصوص الموجود بالسوق، وعدم توفر العمالة المدربة، وارتفاع تكلفة الوقود والكهرباء، وانخفاض سعر البيع، وارتفاع تكلفة الذبح والتجهيز، واستغلال محلات البيع الكبيرة، ومنافسة الشركات الأجنبية لرخص سعرها.

الكلمات المفتاحية: الدجاج اللحم، أنماط الإنتاج، السعة الإنتاجية، المعامل الفني، معامل تحويل العلف، المشاكل التسويقية، المنطقة الشرقية.

وفي ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة يمكن اقتراح التوصيات التالية:

١. تشجيع ودعم التوسع في إنتاج دجاج اللحم لسد العجز في الإنتاج المحلي ورفع نسبة الاكتفاء الذاتي عن طريق تشجيع إقامة المشروعات ذات السعة الإنتاجية الكبيرة وتوفير الوسائل التي تمكن من دمج المشروعات الحالية لنتائج الدراسة.
٢. أهمية القيام بدراسات مستقبلية للوقوف على أسباب ارتفاع التكاليف الإنتاجية وانخفاض الهامش الربحي للمشروعات وانخفاض قدرتها التنافسية ومحاولة مساعدة هذه المشروعات برفع كفاءتها الإنتاجية.
٣. الاستمرار في إمداد مشروعات الدجاج اللحم بالقروض ذات الفائدة الميسرة حتى يمكن توسيع حجم الإنتاج مما يساعد على الارتقاء بمستوى كفاءة الأداء، والوصول إلى مستوى الإنتاج الأمثل والاقتصادي.

المراجع

أ. المراجع العربية:

١. البشر، محمد عبد الرحمن عبد العزيز، تحليل اقتصادي لبرامج تنمية صناعة الدواجن في المملكة العربية السعودية، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة القاهرة، جمهورية مصر العربية، (١٩٨٣م).
٢. البنك الزراعي العربي السعودي، الدليل الإحصائي للمشروعات الزراعية المتخصصة الممولة عن طريق البنك، إدارة البحوث والدراسات، الرياض، المملكة العربية السعودية، (١٩٩١م).
٣. الدار السعودية للخدمات الاستشارية، دراسة عن جدوى إنشاء شركة لتسويق منتجات الدواجن من البيض واللحم بالمملكة العربية السعودية، (١٩٨٥م).
٤. الشيال، سعد الدين محمد، دراسة تحليلية لتكاليف الإنتاج، مبادئ وتطبيقات، وزارة الزراعة، القاهرة، جمهورية مصر العربية، (١٩٦٤م).
٥. الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، دراسة ممارسات تصديرية جائزة للدجاج من فرنسا والبرازيل، الرياض، المملكة العربية السعودية، (١٩٩٠م).
٦. الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، دراسة ممارسات تصديرية جائزة للدجاج من فرنسا، البرازيل، الرياض، المملكة العربية السعودية، (١٩٩٠م).
٧. الفيل، أحمد محمد توفيق القواعد والأساليب التسويقية الزراعية التعاونية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية، (١٩٧٠م).
٨. القنبيط، محمد حمد، أبو الوفا عصام، سفيان بدر الدين، حلمي أحمد، وسلطان محمد، تحليل اقتصادي لأهم مشكلات الإنتاج والتسويق التي تواجه مشروعات الدواجن في المنطقة الوسطى بالمملكة العربية السعودية، دراسة الخصائص والمشكلات، مركز البحوث الزراعية، كلية الزراعة، جامعة الملك سعود، نشرة بحثية رقم (٣٨)، (١٩٩٣م).
٩. القنبيط، محمد حمد، مشروعات إنتاج دجاج اللحم: أيهما أفضل المشروعات الكبية أم الصغيرة، المجلة العلمية، كلية الزراعة، جامعة القاهرة، بحث مقبول للنشر، (١٩٩٤م).
١٠. صندوق التنمية الزراعية السعودي، الدليل الإحصائي للمشروعات الزراعية المتخصصة الممولة عن طريق الصندوق، الرياض، (٢٠١٤م).
١١. وزارة البيئة والمياه والزراعة، إدارة الدراسات الاقتصادية والاحصاء، الموازنات الغذائية للمملكة العربية السعودية، أعداد مختلفة، الرياض، المملكة العربية السعودية، (٢٠١٥م).

1. Barker, J.W. (1981), Agricultural Marketing, 2nd Ed. Oxford University Press Oxford, New York.
2. Branson, R.E. and Douglass G. Norvel (1983), Introduction to Agricultural Marketing, McGraw–Hill Book Company, New York, U.S.A.
3. Heady, Earl O. and John L. Dillon (1961), Agricultural Production Functions, Iowa State University Press, Ames, Iowa, U.S.A.

**ANALYTICAL STUDY OF THE PRODUCTION AND MARKETING
OF BROILER CHICKENS IN THE EASTERN REGION, SAUDI
ARABIA.**

Maha Abdel- Fattah Ibrahim Saied

Applied Economics Dep., Collage of Agricultural sciences & food, king Faisal
University, Alhassa, Saudi Arabia.

Agricultural Economics Dep., Faculty of Agriculture, Ain Shams University, Shobra
El-Khema, Cairo, Egypt.

ABSTRACT

This study aims at identifying the types of production and marketing in broilers projects, identifying the existing distribution channels and their relative importance in the volume of sales in the region, and examining the costing of the setting up and preparation of the final output along with the marketing cost structure for the exiting projects. Using cross sectional data from 28 projects in the eastern region, Saudi Arabia, representing about 62.2% of the total productive projects in this region for the year 2014, the data was utilized to study production capacity, technical coefficients, and net return per broiler in each of two production types, namely: live broilers projects, live and processed broilers projects.

There were 18 projects producing only live broilers, Average technical coefficients for feed, chicks, and labor were estimated to be 2.49 kg/broiler, 1.07chicks/ broiler, and 0.0005 working day/ broiler, respectively. Net returns per broiler was estimated to be 1.87 Saudi riyal (SR) which increased as production capacity increases.

There were 10 projects producing live and processed broilers, Average technical coefficients for feed, chicks, and labor were estimated to be 2.38 kg/broiler, 1.06 chicks/ broiler, and 0.002 working day/ broiler, respectively. Net returns per broiler was estimated to be 2.12 Saudi riyal (SR) which also increased as production capacity increased. The study showed that

while the distribution channels for live broilers are limited, they reach five channels for the processed broilers, the first of which is the sales of stalls (32.3%), followed by the supplies (23.7%) and the central markets (21.8%), Companies (20.2%), and finally sales of the farm by not more than (2%). Moreover, marketing costs of processed broiler accounted for about 12.3% of total costs; the results indicated the importance of slaughtering and processing costs; represent about 40.6% of the marketing costs. On the other hand, Storage and cooling costs, transport and distribution represent 20.8% and 15.5% respectively. Which requires the necessary investments for slaughterhouses, means of storage and cooling, and transportation means to provide opportunities for distribution of production, in addition to scheduling supply.

Key Words: Broilers, Types of Production, Production Capacity, Technical Coefficient, Feed Conversion Ratio, Marketing Problems, Eastern Region.