

بسم الله الرحمن الرحيم

Sudan University of Science & Technology
College of Graduate Studies



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا

بحث لنيل درجة الماجستير في اقتصاديات الدواجن

بعنوان

دراسة بعض المشاكل والمعوقات الاقتصادية للشركات
المتخصصة في إنتاج فروج اللحم بولاية الخرطوم

Study of some economic problems and handicaps for
specialized broiler producing companies in Khartoum State

إعداد الدارس
مهيد عوض علي محمد

إشراف
د. مناهل التجاني حسن عكاشة

2019 م

الاستهلال

قَالَ تَعَالَى:

﴿وَفَاكِهَةٍ مِّمَّا يَتَخَيَّرُونَ ﴿٢٠﴾ وَلَحْمِ طَيْرٍ مِّمَّا يَشْتَهُونَ ﴿٢١﴾﴾

صدق الله العظيم

(سورة الواقعة- الآيات 20- 21)

الإهداء

إلي والدي عرفانًا بفضلهما علي

إلي روح شقيقي مهلب

إلي أسرتي الحبيبة الصغيرة

إلي أخواني وأخواتي

وإلي كل من مد لي يد العون لإكمال هذا البحث

أهدي ثمرة مجهودي

الشكر والعرفان

الشكر والفضل لله سبحانه وتعالى من قبل ومن بعد من لا يشكر
الناس لا يشكر الله

الشكر أجدها لدكتورة الإنسانة الفاضلة/مناها لالتجانحسنتي
لولاها لما كان هذا البحث بين أيدينا قد كانت نعم المشرف و
المرشد والمعاون خصما علي راحتها ومن زمنها الخاص في سبيل
مساعدتي ومعاونتي ومساعدة من يلجا إليها من طلاب العلم
والمعرفة. وأخص بالشكر وزارة الثروة الحيوانية ممثلة في الإدارة
العامة لتنمية الإنتاج الحيواني التي تفضلت لي بالمنحة الدراسية
لها مني كل الشكر والامتنان.

والشكر كل الشكر لكل الجهات التي أعاننتي وقدمت لي المعلومات
والبيانات لإخراج هذا البحث.

الشكر للزملاء والزميلات بوزارة الثروة الحيوانية لقد كان لوقفهم
معيدورًا كبيرًا في هذا العمل.

الملخص

أجريت هذه الدراسة بولاية الخرطوم - السودان بمحلياتها الثلاثة (الخرطوم - الخرطوم بحري - أمدرمان) في الفترة من يونيو 2017م حتى فبراير 2019م. لدراسة بعض المشاكل الاقتصادية والإنتاجية التي تواجه الشركات المتخصصة في إنتاج فروج اللحم. تكمن أهمية البحث في الوقوف على أهم المعوقات الاقتصادية والمشاكل التي تواجه الشركات في قطاع إنتاج فروج اللحم ومن ثم تحليلها وعرضها في شكل توصيات تفيد المربين والمهتمين والجهات الحكومية والشركات الخاصة لزيادة الإنتاج والإنتاجية. وذلك بهدف التعرف على المشاكل والمعوقات الاقتصادية المتعلقة بالكميات المتوفرة في السوق وأساليب الإنتاج لشركات الدواجن وقياس التكاليف الإنتاجية والتعرف على مساهمة شركات الدواجن المتخصصة في إنتاج فروج اللحم في السوق المحلي.

على الرغم من الازدهار الذي شهدته صناعة إنتاج اللحم في السنوات الأخيرة في السودان إلا أنها تلك عدة عوامل مؤثرة في استقرار السوق وتوفر المنتج حيث تلاحظ في العام 2014م بلغ الإنتاج 80 مليون فرخة تناقصت إلى 60 مليون في العام 2016م حيث تتأرجح أسعار فروج اللحم خلال العام نفسه ويرجع ذلك لعدم اهتمام الجهات الداعمة للشركات المنتجة من خلال ارتفاع تكاليف الإنتاج.

تم جمع البيانات الأولية عبر استبانة خاصة بالشركات المتخصصة في مجال فروج اللحم وزعت عشوائياً على عدد 35 شركة من مجموع 45 شركة بولاية الخرطوم، كما تم جمع البيانات الثانوية من المراجع، الأوراق العلمية، المواقع الإلكترونية، تقارير من الوزارات ذات الصلة بإنتاج فروج اللحم وغرفه منتجي الدواجن. المنهج المتبع هو المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة الحالة. حيث تم تحليل البيانات عن طريق التحليل الوصفي باستخدام تطبيق الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية. خلصت الدراسة إلى أن هنالك عدة عوامل تعوق عملية الإنتاج أبرزها ارتفاع تكاليف الإنتاج وعدم توفر الكفاية بصورة متواصلة خلال العام وتجاهل عملية التدريب لبعض الشركات. كما أظهرت الدراسة أن هناك بعض المشاكل المرتبطة بعملية التسويق مثل موسمية الطلب على فروج اللحم ويفضل المستهلك أوزان وأحجام معينة دون غيرها كما أن التكلفة الإنتاجية العالية تحول دون منافسة شركات فروج اللحم السوداني عالمياً في عملية تصديره بالإضافة لأسباب أخرى.

Abstract

This study was conducted in Khartoum State - Sudan with its three localities (Khartoum - KhartoumBahri - Omdurman) in the period from June 2017 to February 2019, to study some of the economic and productivity problems faced by companies engaged in the production of meat birds . The importance of this research is to identify the most important economic obstacles and problems facing companies in the production of meat birds and then analyze, present them in the form of recommendations that benefit educators, interested parties, government agencies , private companies to increase production, productivity As well as identify the problems and economic constraints related to the quantities available in the market and methods of production of poultry companies and the measurement of production costs and identify the contribution of poultry companies specialized in the production of meat breeds in the local market. Deposit the property in broiler production industry, in recent years in Sudan , we notice that there are many factors affecting stability of the market and availability of the products , this results in fluctuation in the production e.g. in 2014 the production is 80 million tons decreased to 60 million tons in 2016 . also the prices of chicks changing many times in the same year, all this due to high production cost.

The preliminary data were collected through random questionnaire distributed to 35 companies out of 45 companies in Khartoum State. Secondary data were collected through references, scientific papers, websites, reports from ministries related to meat production and poultry producers. The approach is descriptive analytical approach and case study methodology. The data were analyzed by descriptive analysis using the application of statistical packages for social sciences. The study concluded that there are several factors that hinder the production process, most notably the high production costs and the unavailability of chicks continually during the year and ignoring the training of some companies. The study also showed that there are some problems associated with the marketing process such as seasonal demand for meat birds and the consumers prefer weights and sizes of a certain size, and the high production cost prevents the competition of Sudanese companies in the process of export plus other reasons .

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع	الرقم
I	الاستهلال	1
II	الإهداء	2
III	الشكر والعرفان	3
IV	الملخص باللغة العربية	4
V	الملخص باللغة الانجليزية	5
VI	فهرس المحتويات	6
IX	فهرس الجداول	7
الباب الأول المقدمة		
2	أهمية البحث	8
2	مشكلة البحث	9
3	أهداف البحث	10
3	فروض البحث	11
الباب الثاني أدبيات البحث		
4	مفهوم الشركات	12
5	الفرق بين الشركات المدنية والتجارية	13
6	معوقات موقع شركات إنتاج فروج اللحم	14
7	المشاكل الاقتصادية الناتجة عن عدم تطبيق نظام الأمن الحيوي	15

7	مشاكل التطهير	16
8	مشاكل الكتاكيت	17
8	معوقات إنتاج وتربية فروج اللحم	18
9	المشاكل الناجمة عن تلوث مياه الشرب	19
9	مشاكل صناعة الأعلاف	20
10	الإنتاج	21
10	عناصر الإنتاج	22
11	منافسة لحوم الدواجن للحوم الحمراء	23
12	المعوقات الفنية والإدارية للمجازر	24
13	مستلزمات صناعة الدواجن	25
13	المعوقات الاقتصادية لشركات فروج اللحم	26
14	تسويق فروج اللحم	27
15	إجراءات تسجيل شركات	28
15	إجراءات طلب استيراد مدخلات إنتاج فروج اللحم	29
18	أنشطة ومهام إدارة الدواجن بالوزارة	30
18	غرفة منتجي الدواجن	31
20	علاقة غرفة الدواجن مع شركات الدواجن	32
21	علاقة غرفة الدواجن مع القطاع العام	33
الباب الثالث		
22	منهجية البحث	34
22	منطقة البحث (ولاية الخرطوم)	35
23	النشاط الاقتصادي	36
25	أداة جمع البيانات	37

26	اختيار العينة	38
26	حجم العينة	39
الباب الرابع النتائج والمناقشة		
27	النتائج والمناقشة	40
27	جداول تحليل النتائج	41
58	التحليل الاحصائي	42
الباب الخامس الخاتمة والتوصيات		
70	التوصيات	43
71	المراجع	44
73	الملاحق	45

فهرس الجداول

رقم الصفحة	العنوان	رقم الجدول
6	مدخلات الشركات للعام 2015	1
6	مدخلات الشركات للعام 2016	2
11	تطور صناعة إنتاج الدواجن في السودان	3
جداول الاستبانة		
27	ملكية الشركة	1
28	موقع الشركة	2
28	المستوي التعليمي	3
29	وظيفة التسويق	4
29	التدريب	5
30	ملكية الأرض	6
30	مساحة الأرض	7
31	منتجات الشركة	8
31	مجال عمل الشركة	9
32	الكمية المنتجة بالطن للدورة الواحدة	10
32	وجود نشاط اخر مع انتاج الفروج اللاحم	11
33	عدم وجود نشاط آخر	12
33	التدريب والتخصص في مجال الدواجن	13
34	تدريب العمالة بالشركات	14
34	نظام الإسكان المتبع في شركات الدواجن	15

35	نظام التغذية والأعلاف	16
35	مصانع الأعلاف بالشركات	17
36	أهمية مصنع العلف للشركات	18
36	المركزات والإضافات العلفية	19
37	مصدر التمويل	20
37	اختبار السلالات الكتاكيت	21
38	نسبة الفقس في البيض المستورد	22
39	نسبة الفقس في بيض الأمهات	23
39	اللقاحات المستوردة	24
40	الكميات المنتجة للسوق	25
40	الهيكل الإداري للشركة	26
41	عدم وجود هيكل إداري	27
41	البعد عن أقرب شركة أو مزرعة	28
42	نوع السور الخارجي	29
42	أنواع تربية حيوان داخل الشركة	30
43	عمليات التعقيم والتطهير	31
43	تطبيق نظام الأمن الحيوي	32
44	مصادر الطاقة	33
44	أسعار الكهرباء والماء	34
45	أنواع السلالات المستخدمة في التربية	35
45	نسبة الفقس في البيض المستورد	36
46	التسويق	37
47	توزيع كل المنتجات	38

47	كيفية البيع	39
48	ما إذا كان التوزيع لا يتم في نفس اليوم	40
	قلة الإنتاج	41
49	طريقة تسويق المنتج	42
49	كيفية تحديد الأسعار	43
50	وجود عربات توزيع خاصة بالشركة	44
50	أهمية عربات التوزيع	45
51	أسباب عدم وجود عربات توزيع	46
51	المواسم التي يكثر فيها الطلب على المنتج	47
52	أسباب زيادة الطلب في الموسم	48
52	أسباب عدم وجود كميات مرتجعة من التسويق	49
53	الأوزان الأكثر طلباً في السوق	50
53	كيفية التعامل مع الكميات المرتجعة	51
54	وجود مجزر بالشركة	52
54	وجود المجزر بالشركة	53
55	عدم وجود المجزر بالشركة	54
55	وجود معامل تصنيع في الشركة	55
56	وجود معامل تصنيع خاصة بالشركة	56
56	السبب في عدم وجود معامل للتصنيع	57
جداول التحليل البياني		
58	اختبار التباين الأحادي للعلاقة بين مستوى تدريب العاملين والكمية المنتجة.	58
58	اختبار التباين الأحادي للعلاقة للتدريب والتخصص في مجال الدواجن و توزيع المنتجات	59

59	اختبار التباين الأحادي للعلاقة بين أنواع السلالات المستخدمة في التربية الكمية المنتجة	60
60	معامل الارتباط للعلاقة بين الترويج والتسويق	61
60	معامل الارتباط للعلاقة بين تطبيق نظام الأمن الحيوي والكمية المنتجة	62
جداول استبانة الوزارات وغرفة الدواجن		
61	علاقة الوزارات وغرفة الدواجن مع شركات فروج اللحم	63
61	علاقة الوزارات وغرفة الدواجن مع الشركات من حيث الإنتاج	64
62	رأي الوزارات وغرفة الدواجن في الشركات من الناحية الفنية	65
62	التقييم من الناحية الاقتصادية	66
62	القيود والشروط للتسجيل	67
63	الرسوم المفروضة علي الشركات	68
63	الاجتماعات الدورية مع أصحاب الشركات	69
63	أهمية الاجتماعات الدورية	70
64	الدور في توفير المدخلات	71
64	توفير مدخلات من الوزارات وغرفة الدواجن	72
64	عدم توفير مدخلات من الوزارات وغرفة الدواجن	73
65	وجود قوانين ملزمة ببرنامج معين للشركات	74
65	القوانين الملزمة للشركات ببرنامج الذبيح والتعبئة ونقل المنتج	75
65	أسباب عدم وجود القوانين	76
66	وجود الزيارات الميدانية من الوزارات وغرفة الدواجن للشركات الإجابة نعم أولا الإجابة	77
66	الزيارات الميدانية لشركات إنتاج فروج اللحم	78
66	في حالة الإجابة بلا عدم وجود برنامج زيارة من قبل الوزارة	79

67	ازدياد معدل شركات فروج اللحم في العشرة سنوات الأخيرة	80
67	توقف بعض الشركات عن الإنتاج	81
67	استيراد فروج اللحم	82
68	تصدير فروج اللحم	83

الباب الأول

المقدمة

يعتبر قطاع الدواجن بشقيه اللحم والبيض من أكبر القطاعات الزراعية والاقتصادية في السودان حيث يعمل في هذا القطاع حوالي 25.000 فرد يزيد رأس المال المستثمر فيه عن 4 مليار و 500 مليون دولار وهو من القطاعات التي شهدت ازدهاراً كبيراً في السنوات الأخيرة ويتناول هذا البحث المشاكل والمعوقات الاقتصادية لقطاع إنتاج اللحم و الشركات العاملة في هذا المجال. (مجلة الشرق الأوسط، 2001م)

وتأتى الأهمية لما تساهم به لحوم الدواجن في أسواق اللحوم بالسودان وتوفر مصدر بروتين حيواني غنى في فترة زمنية قصيرة بمعدل استهلاك 4 كجم للفرد في العام وفي ولاية الخرطوم 12 كجم / للفرد في العام (مجلة دواجن الشرق الأوسط، 2001م).

تختلف لحوم الحيوانات فيما بينها من حيث كمية البروتين والدهن والماء. يعتبر الدجاج اللحم من أهم مصادر البروتين الحيواني حيث يحتوي هذا البروتين على الأحماض الأمينية الأساسية و غير الأساسية لبناء جسم الانسان و تجديد الخلايا، و قد أثبتت التجارب العلمية أن الاستفادة و القابلية لهضم البروتين الحيواني تصل الي 79% مقارنة بنسبة 84% من البروتين من أصل نباتي، و تتراوح نسبة البروتين في لحوم الدواجن ما بين 25-30 وحدة بروتين /100غرام من اللحم المستهلك، ويحتاج جسم الإنسان الي 70 جرام من البروتين الحيواني يومياً أي ما يعادل ¼ دجاجة حيث توفر هذه الكمية 200 سعر حراري، كما تحتوي لحوم الدواجن على نسبة 8% من الدهون و التي تعتبر مصدراً هاماً لتزويد جسم الإنسان بالطاقة الحرارية اللازمة و كذلك تحتوي لحوم الدواجن على فيتامين A،B و معدن الحديد الذي يعتبر أساسياً لهيمقلوبين الدم و يمنع ظهور انيميا الغذاء، (حمدي، 2013) ونظراً لأنها تعتبر مصدراً رخيصاً للبروتين مقارنة بالمصادر الأخرى فقد تم الاعتماد عليها بصورة ملحوظة كمصدر للبروتين الحيواني. ومن الناحية الاقتصادية فهي تعطي أحد أنواع اللحوم ذات أفضل قيمة غذائية بين لحوم الحيوانات المختلفة، ومن الممكن التحكم في الظروف البيئية لتربية الدواجن، و للدواجن القابلية على تحويل المواد الغذائية غير الصالحة للإنسان إلي مواد صالحة لاستهلاكه الغذائي. نظراً للتحسين الوراثي الكبير الذي طرأ على الدواجن،

أصبح لها القدرة علي تحويل الغذاء إلي لحم، حيث أن الكفاءة التحويلية للدجاجة 2 كيلوجرام عليقة لإنتاج كيلوجرام واحد من اللحم (سنة، 2012). تتميز الدواجن عن الحيوانات الكبيرة بسرعة دورة الإنتاج وبالتالي سرعة دورة رأس المال حيث تصل الدجاجة في 6-8 أسابيع لعمر التسويق. وينجم عن تسارع نمو استهلاك الدجاج في العالم، زيادة الرفاهية في الأسواق الناشئة حيث تتطلب تربيتها علف أقل بالمقارنة مع أنواع اللحوم الحمراء مثل البقر وغيرها. كما أن القيود الدينية التي تحرم أكل الخنزير والأبقار في بعض البلدان، لا تنطبق على الدواجن، ومن المتوقع أن يقود الإقبال الكبير على لحوم الدجاج، إلى زيادة حجم إستهلاكها إلى 127.002 مليون طن سنوياً بحلول 2021 م كما أن معدل استهلاك الفرد سيزيد سنوياً بمعدل 1.11% (سنة، 2012).

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في الوقوف على بعض المعوقات الاقتصادية والمشاكل التي تواجه الشركات في قطاع إنتاج فروج اللحم ومن ثم تحليلها وعرضها في شكل توصيات تفيد المربين والمهتمين والجهات الحكومية والشركات الخاصة لزيادة الإنتاج والإنتاجية.

مشكلة البحث:

على الرغم من الازدهار الذي شهدته صناعة إنتاج اللحم في السنوات الأخيرة في السودان إلا أنهالك عدة عوامل مؤثرة فاستقرار السوق وتوفر المنتج حيث تلاحظ في العام 2014 بلغ الإنتاج 80 مليون فرخة تناقصت الى 60 مليون في العام 2016 م حيث تتأرجح أسعار فروج اللحم خلال العام نفسه ويرجع ذلك لعدم اهتمام الجهات الداعمة للشركات المنتجة من خلال ارتفاع تكاليف الإنتاج كالعامة.

أهداف البحث:

الهدف الرئيسي:

- التعرف على بعض المشاكل والمعوقات الاقتصادية والإنتاجية لشركات الدواجن المتخصصة في إنتاج فروج اللحم وتقاس بمعرفة (الطاقة التصميمية للكميات المنتجة والقدرة التنافسية بالإضافة للأسعار ومشاكل ومحددات الإنتاج).

الأهداف الفرعية:

- التعرف على المشاكل والمعوقات الاقتصادية المتعلقة بالكميات المتوفرة في السوق.
- التعرف على أساليب الإنتاج لشركات الدواجن وقياس التكاليف الإنتاجية.
- التعرف على مساهمة شركات الدواجن المتخصصة في إنتاج فروج اللحم في السوق المحلي وتقاس بالمشاكل المتعلقة بالقدرة التنافسية بين الشركات.

فروض البحث:

- ازدياد عدد شركات الدواجن يساهم في توفير كميات كبيرة من فروج اللحم في السوق.
- توفير مدخلات الإنتاج بأسعار مناسبة مما يؤثر على كميات فروج اللحم للشركات وبالتالي يزيد من الإنتاج مما يعمل على تخفيض الأسعار للمنتجات.
- تقليل تكلفة الإنتاج تؤدي إلى زيادة الإنتاج.
- دخول عدد كبير من المستثمرين في مجال تربية فروج اللحم يزيد من حدة المنافسة.

الباب الثاني

أدبيات البحث

مفهوم الشركات:

إن الشركة كفكرة ليست وليدة اليوم ولكنها قديمة قدم هذا العالم بدأها الإنسان الأول في صورة تعاونه مع أفراد أسرته كما تمثلت في تعاون الأسرة والعشائر مع بعضها وهذا يعني أن الشركة بصورتها الحالية هي نتاج تطور الفكر الإنساني على مر العصور وقد اعتبرت الشركة كنظام قانوني منذ العصور الوسطى عندما زاد النشاط التجاري في الجمهوريات الإيطالية حيث ظهر ما يسمى بالشركات العامة يحكمها قانون مستقل عن الشركاء ويقوم على فكرة المصلحة المشتركة للشركاء. وتحظى الشركات في العصر الحديث بأهمية كبيرة نظراً لدورها المميز في عملية النهوض الاقتصادي. هنالك خلاف بين ماهية الشركة من الناحية القانونية فالفقه التقليدي يرى أن المعيار الأساسي لتحديد هذه الماهية هو العمل الإداري المنشأ للشركة (العمل الذي يخلق الشركة ويحدد العلاقة بين الشركاء). والشركة عقد يلتزم بمقتضاه شخصان أو أكثر بأن يساهم كل منهما في مشروع مالي بتقديم حصة من المال أو عمل لاقتسام ما قد ينشأ عن هذا المشروع من ربح أو خسارة. (عزت، 2006).

إجراءات تأسيس الشركات:

تنشأ الشركات التجارية بعقد رسمي يحرر لدى الموثق وهي التي تتسم بالصيغة القانونية الخاصة بشركة المساهمة أو الشركة ذات المسؤولية المحددة ويشترط الموثق قبل أن يحرر كل الوثائق الصحيحة التي تساعد على إثبات الأهلية المدنية للأشخاص والاكتمال حسب الشكل القانوني ويتخذ أو يكلف من يتخذ جميع تدابير التحقيق المعينة (مصطفى، 1999).

الفرق بين الشركات المدنية والتجارية:

الشركات المدنية لا تختلف عن الشركات التجارية من حيث كونها مشروع جماعي يستهدف الربح، إلا أنها تختلف عنها في الغرض الذي تؤسس الشركة للقيام به فالشركة المدنية يتحدد غرضها بممارسة أحد الأعمال المدنية ولا تتخذ أحد أشكال الشركات التجارية المنصوص عليها في قانون الشركات مثل شركات الدواجن والشركات الزراعية التي يؤسسها عدد من المهندسين الزراعيين والضابط الذي يستعمل الشركات المدنية والتجارية هو الغرض الذي تسعى لتحقيقه. (كمال، 1999)

• فالشركات التجارية تعد تاجراً وتزاول عملاً تجارياً لذا تسري عليها أحكام قانون المعاملات التجارية بشكل عام وأحكام قانون الشركات بشكل خاص فهي تلتزم بالواجبات المهنية للتاجر التي يثبتها قانون المعاملات التجارية مثل القيد في السجل التجاري وإمساك الدفاتر التجارية كما تخضع لأحكام الإفلاس إذا توقفت عن دفع ديونها التجارية. (عبدالقادر، 2006).

• أما الشركات المدنية فهي شخص معنوي عادي لذا تسري على المعاملات المالية التي تقوم بها أحكام قانون المعاملات المدنية فلا تخضع لقانون المعاملات التجارية أو قانون الشركات. (عبدالقادر، 2006).

بدأت شركات تربية إنتاج فروج اللحم في ولاية الخرطوم منذ العام 1976م عبر إقامة عدد من الشركات عبر النظام المغلق ثم بدأت بالتنامي والازدهار في السنوات الأخيرة بدعم وأضح من الدولة في شكل إعفاءات وتسهيلات ومنح أراضي زراعية للمستثمرين وذلك للاستفادة من تصدير اللحوم الحمراء وإيجاد بديل صحي وجيد في متناول الجميع من اللحوم البيضاء، الأمر الذي شجع كثير من المستثمرين الوطنيين والأجانب للدخول في هذه الصناعة مما رفع الإنتاج من 25 مليون دجاجة في العام 2009م إلى 45 مليون في العام 2010م ليصل الإنتاج إلى حوالي 90 مليون فرخة في العام 2012م بنسبة زيادة 400%. (عبدالقادر، 2006).

وتنتشر هذه الشركات موزعة في محليات الخرطوم المختلفة الخرطوم- بحري- امدرمان.

كما أن وجود عدد كبير من المنافسين وشركات إنتاج أمهات الكتاكيت والتي يزيد عددها عن (4) شركات ساهم بصورة كبيرة في توطين واستقرار صناعة الدواجن اللاحمة (وزارة الثروة الحيوانية، 2016م)

يبلغ الإنتاج الشهري لشركات الدواجن في ولاية الخرطوم حوالي 6000 ستة مليون فرخة أي حوالي 72 مليون فرخة في العام. (وزارة الثروة الحيوانية، 2016م).

يوضح الجدول رقم (1) واردات الشركات من بيض تفقيس وكتاكيت أمهات وكتاكيت لاحم 2015-2016م

جدول رقم (1)

يوضح مدخلات الشركات للعام 2015

المنشأ	إجمالي التكلفة دولار	الوحدة	إجمالي الكمية	المدخل
بلجيكا- الاردن	245099	بيضة	3477240	بيض تفريخ لاحم
البرازيل	147568	بيضة	401129	كتاكيت أمهات لاحم

جدول رقم (2)

يوضح مدخلات الشركات للعام 2016

بلجيكا- الاردن- البرازيل- تركيا	5025865	بيضة	11697816	بيض تفريخ لاحم
الاردن- بلجيكا- ايطاليا- بريطانيا	203683	كتكوت	356841	كتاكيت أمهات لاحم
بلجيكا	63248	كتكوت	124005	كتاكيت لاحم

(وزارة الثروة الحيوانية ، 2017)

معوقات موقع شركات إنتاج فروج اللحم:

1. قرب الموقع من المزارع ومصادر الأمراض والأوبئة بمسافة تقل عن 2كلم.
2. البعد من مصادر توريد الكتاكيت والأعلاف وبالتالي صعوبة الترحيل وزيادة تكلفة الترحيل.
3. البعد عن طرق المواصلات الرئيسية يصعب من عملية توريد احتياجات المشروع اللازمة.
4. البعد عن مراكز التوزيع والاستهلاك.

5. ارتفاع درجات الحرارة والرطوبة يزيد من معدل الإصابة بالأمراض وسوء التخزين لمواد الأعلاف والمنتجات الأخرى.
6. عدم توفر مصدر دائم من الماء والكهرباء بالمنطقة.
7. القرب من أماكن الضوضاء والإزعاج وأماكن تجميع المخلفات والطيور البرية.
8. عدم وجود تصريف جيد.
9. صعوبة الحصول على المساحة اللازمة وارتفاع أسعار الأرض. (البديري، 2006).

المشاكل الصحية الناتجة عن عدم تطبيق نظام الأمن الحيوي:

- دخول المسببات المرضية والجرثومية إلى الدواجن في المزرعة والتسبب في عدوى المرض.
1. انتقال العدوى من المزرعة إلى المزارع أو البلاد المجاورة أو البيئة المحيطة والكائنات الأخرى مثل الإنسان.
 2. صعوبة التقييم العلمي للعدوى وطرق التعامل معها وبالتالي صعوبة تحديد الموقف الوبائي. مثل دخول سيارات نقل الأعلاف ومستلزمات الإنتاج إلى المزرعة دون دخولها في منطقة حجر صحي والتعامل معها وتطهيرها. ويؤدي ذلك الي ضعف الإنتاج وهدر الموارد. (سلطان، 2005م)

المشاكل الناتجة عن الإجراءات الإدارية:

1. انتقال العمال بين العنابر دون التقيد بإجراءات الأمن الحيوي.
2. عدم تطبيق برامج خاصة بالتطهير المفرخات وبيض التفريخ والمجازر خاصة التي تتعامل في تصنيع ومعالجة مخلفات الدواجن.
3. عدم وجود موانع فيزيائية فوق العنابر للحد من تجمع الطيور البرية والمهاجرة حولها مما يؤدي إلى انتقال كثير من الأمراض خاصة إنفلونزا الطيور.
4. عدم وجود محرقة أو التخلص من النفاق بطريقة غير علمية. (سلطان 2005م)

مشاكل التطهير:

إن تحديد برنامج التطهير المناسب والفعال يوفر حوالي 24% من التكلفة العلاجية الدوائية للمزرعة لذا فإن الاهتمام بالبرنامج التطهيري هو أول مفاتيح الأمن الحيوي وتحقيق الربحية الصحيحة- كما أن برنامج إدارة المخاطر في صناعة الدواجن يبدأ وينتهي بالتطهير ومن أهم العوامل التي يجهلها العاملون بالمزرعة والتي تؤدي إلى عدم كفاءة التطهير هي:

1. معرفة زمن تفاعل المطهر.
2. إجراء المسح الحقلية بعد استخدام المطهر لتقييم أداء المطهر ومدى ملاءمته للجراثيم الموجودة بالمزرعة.
3. الاستخدام الأمثل للمطهر حسب ما هو موصى به بالرش مثلاً أو التبخر أو التركيز المناسب لكل عملية. وينتج عن ذلك عدم كفاءة المطهر.
4. التطهير المناسب لأدوات وملابس العمال.
5. برنامج تطهير مياه الشرب وخزانات وخطوط المياه.
6. برامج القضاء على القوارض والحشرات والذي ينتج عنه عدة أمراض (شقيير، 1997م).

مشاكل الكتاكيت:

تعتبر الكتاكيت ذات المواصفات الجيدة حجر الزاوية في عملية الإنتاج لشركات إنتاج فروج اللحم إلا أن هنالك عدة عوامل مؤثرة في جودتها مثل:

1. ضعف معدل التحويل الغذائي أي أكثر من 2.400 كجم علف لكل كجم وزن.
2. ضعف الوزن وقلة النمو فبعض السلالات لا يصل الوزن المناسب في العمر المناسب.
3. نسبة التصافي أقل من 63%.
4. زيادة نسبة النقوق عن 3% (شقيير، 1997م).

معوقات الإنتاج والتربية لفروج اللحم:

1. عدم الحصول على نوعية جيدة من الكتاكيت.
2. الحضانة غير الجيدة أو عدم ضبط درجة الحرارة.

3. عدم تجانس الكتاكيت في العمر والوزن.
4. إجراء تطعيمات أو إعطاء أدوية دون الحاجة إليها مما يعني إهدار المال وزيادة التكاليف.
5. عدم وجود مصادر تهوية للطوارئ في حالة انقطاع التيار الكهربائي خاصة في المساكن المقفولة. (شقيير، 1997م)

المشاكل الناجمة عن تلوث مياه الشرب:-

يجب الكشف عن نوعية المياه فيما يتعلق بالمكونات والشوائب خاصة إذا كان مصدرها برك مكشوفة أو كانت المياه مخزنة في صهاريج أو غيره وتتلخص مشاكل المياه في:

1. اللون- تغير اللون أو الرائحة أو الطعم.
2. البكتيريا: وجود البكتيريا في المياه بسبب تلوث الطبقة الأرضية وتلف المواسير أو وجود مواد عضوية كالروث ويعالج التلوث بمحلول الكلور.
3. وجود النتروجين العضوي في المياه بسبب تحلل بعض المواد العضوية أو زيادة النترات في المياه الجوفية ويؤثر ذلك على استفادة الطيور من الكاروتين وفايتمين (A).
4. التلوث بعنصر المغنسيوم ويعمل على زيادة استهلاك المياه وزيادة إفرازها في الزرق.
5. الكبريت: وجوده في الماء يسبب رائحة تشبه رائحة البيض الفاسد مما يجعل الماء غير مستساغ ويتسبب في وجود ورم ونزيف أسفل الجلد (مجلة دواجن الشرق الاوسط وافريقيا, 2004م).

مشاكل صناعة الأعلاف:

1. ضعف البنية الأساسية.
2. مصادر الطاقة وعدم توفرها وارتفاع أسعارها.
3. عدم الاستقلال الأمثل للمخلفات الزراعية والصناعية المتاحة.
4. عدم وجود الكوادر المدربة في هذا المجال تدريباً كافياً لإدارة هذه المصانع ودخول فئة من غير المتخصصين في هذا المجال دون المراعاة للأسس العلمية والمواصفات.
5. عدم وجود مواصفات قياسية علمية للأعلاف المصنعة وعدم تحديد الأسعار للعلف المنتج حسب قيمته الغذائية كما هو الحال في الدول المتقدمة.
6. عدم استعمال الطرق العلمية وإجراء بحوث لتحديد قيمة الأعلاف المصنعة من ناحية غذائية.

7. عدم الاستفادة من العلماء والباحثين في الجامعات ومراكز البحوث في تركيب الخلطات وتحليلها وتجربتها قبل التوصية باستخدامها وبيعها (المنظمة العربية للتنمية الزراعية، 1984م).

الإنتاج والعرض

الإنتاج: هو مجموعة من العمليات التي تهدف الى حسن استغلال الموارد وذلك للحصول على مواد منتجة لأشباع الحاجات والرغبات أو تحويلات المواد الخام ومرورها بعدة مراحل من العمل للحصول على منتج أو سلعة تساهم في أشباع حاجات الانسان.

العرض هو الكمية التي تعرض في السوق من سلعة معينة بغرض البيع عند ثمن معين وفي فترة زمنية معينة والعرض لا يتساوى بالضرورة في أي فترة مع الإنتاج، فالكمية المعروضة من سلعة ما قد تختلف عن الكمية المنتجة منها لأسباب عديدة منها تعرض جزء من الإنتاج للتلف - والاستهلاك الشخصي للمنتجين لجزء من الكمية المنتجة من السلعة وكذلك عملية التخزين. ونجد أن العرض هو الخطوة النهائية في العملية الإنتاجية أو هو الحلقة التي تصل ما بين المشروعات والسوق (www.equiti.com, 2019).

عناصر الإنتاج:

إن أهم عناصر الإنتاج التقليدية هي رأس المال والعمالة والأرض والإدارة وصنفت عوامل الإنتاج بين ثابتة ومتغيرة فالأولى مثل الأرض والمعدات اما المتغيرة فهي التي تتغير مع تغير حجم الإنتاج. تطورت تربية الدواجن في السودان تطوراً كبيراً من حيث كميات (اللحوم والبيض) حيث بلغت الإحصاءات في ولاية الخرطوم (الجدول أدناه).

جدول رقم (3)

يوضح تطور صناعة إنتاج الدواجن في السودان

عام	لحوم دواجن/ألف طن	بيض مائة /ألف طن
2011	68	30
2012	75	51
2013	93	60.4
2014	110	66
2015	130	82
2016	140	145

المصدر:وزارة الثروة الحيوانية، (2017).

كما بلغت اعداد المزارع الحديثة أكثر من 80 مزرعة والتقليدية أكثر من 250مزرعة أو من حيث التقنيات المستخدمة وهي بذلك تحولت من تربية تقليدية الي تربية حديثة ومتخصصة أشبه ماتكون بالأعمال الصناعية منها الي الأعمال الزراعية وأن لحوم الدواجن هي السلعة المنافسة للحوم الحمراء والأكثر قبولا والتي يمكن أن تلعب دوراً بارزاً في هذا المجال (غرفة الدواجن 2016م).

منافسة لحوم الدواجن للحوم الحمراء تتمثل في الآتي:

1. التزايد المستمر على منتجات الدواجن كونها مصدر غنى بالبروتين الحيواني ورخيص بالمقارنة باللحوم الحمراء.
2. سرعة دوران رأس المال المستثمر في الإنتاج.
3. عدم تأثر الإنتاج بعوامل المناخ (المساكن المغلقة).
4. ارتفاع نسبة صافي اللحم والتي تصل من (63-65%) في فروج اللحم (رحال، 2004) ولكل ما سبق ازداد الإنتاج في قطاع إنتاج اللحم والذي تمثل في إدخال العديد من المستحدثات التجارية وكأمثلة منها:

1. هجينات فروج اللحم:

أ-روس اسكتلندا (Ross)

ب- هيوبردهولندا

ت- هيكوهولندا

ث- لوهمان المانيا

ج- اريو ريكز امريكا

ح- ايزافيدتفرنسا

2. إنتاج وتصنيع معدات الدواجن.

3. إنتاج وتصنيع أعلاف الدواجن والمركزات التي تمثل 5-10% من مكونات العليقة ومن المعروف أن 90-95% من مواد العلف الخام متوفرة محلياً كالأبازات المختلفة والحبوب ومخلفاتها ومصادر الكالسيوم والفسفور (إسحاق والزبير، 2001).

4. توفير الرعاية البيطرية اللازمة.

5. تدريب الكوادر المعنية اللازمة.

6. إنشاء المرافق التسويقية.

7. المجازر الآلية ووحدات التبريد والتجميد ومراعاة أسس برنامج الأمن الحيوي (مصطفى، 2013).

المعوقات الفنية والإدارية للمجازر:

هنالك عدة معوقات تؤثر في جودة فروج اللحم عند الذبح وتنقسم إلى قسمين:

أ- معوقات فنية:

1. صغر حجم الفراخ ويترتب عليه تصنيعه كمنتج للدرجة الثانية وكذلك يؤثر في عملية الصعق

وتكون قوة الصاعق الكهربائي للمجزر محددة بدرجة معينة 45 مل أمبير وهذه القوة تتناسب مع

الأحجام الكبيرة أما بالنسبة للأحجام الصغيرة فينتج عن هذه الزيادة نفوق وبقع دموية في منطقة

الصدر واحمرار في منابت الريش.

2. الهزال.

3. الاستسقاء.

4. سوء الإدماء.

5. الكسور والكدمات.

6. زيادة السمط.

7. عدم تصويم الفراخ.

8. عملية القبض والشحن.

ب - معوقات إدارية:

1. عدم وجود هيكل إداري.

2. البعد عن حظائر الدواجن.

3. العمالة غير ثابتة وغير مدربة.

4. عدم وجود وحدة مخلفات في كثير من المجازر (Rendering plant).

5. التصريف والتخلص من النفايات.

6. عدم وجود صيانة دورية.

7. السعة التخزينية للكثير من المجازر صغيرة خاصة عند حدوث كساد في الأسواق.

زيادة الأعباء المالية المفروضة من الدولة في شكل رسوم وغرامات (وزارة الزراعة ولاية

الخرطوم، 2017م)

مستلزمات صناعة الدواجن:

هذه المستلزمات من الضروري توفيرها بشكل دائم حتى يمكن لصناعة الدواجن أن تستمر وتستقر

وتؤدي دورها لسد احتياجات المواطن من اللحوم البيضاء على مدار العام وتصدير الفائض منها

وأن أي نقص في توفير هذه المستلزمات أو ارتفاع أسعارها خاصة الأعلاف والصيدان بدون أن

يقابلها ارتفاع في أسعار المنتج سوف يؤدي إلى:-

1- خروج عدد من المربين وغالبيتهم من القطاع الخاص من حلقة الإنتاج.

2- حدوث اختناقات في سوق الاستهلاك وارتفاع الأسعار (حمدي، 2013).

المعوقات الاقتصادية التي تواجه شركات إنتاج فروج اللحم:

أولاً: ضعف الإنتاجية التحويلية وبالتالي ضعف الإنتاج.

ثانياً: زيادة معدلات النقوق.

ثالثاً: إهدار الموارد التشغيلية.

رابعاً: صدمة العرض صدمة الطلب (حمدي، 2004)

خامساً: التسويق.

تعريف التسويق هو الوظيفة التي تحول وتتحكم في كل العمليات المتعلقة بإدارة الأعمال والتي تشمل المتابعة والتقييم والتي تحول القوة الشرائية للمستهلك الى الطلب الفعال لسلمة أو خدمة معينة لتحقيق أهداف ربحية أو أي أهداف أخرى. (فرح، 2010م).

يمكن تقسيم وظائف التسويق في مجال الدواجن الى:-

- 1- البحوث التسويقية Marketing Research.
- 2- تخطيط المنتج Product Planning.
- 3- تخطيط الإنتاج Production Planning.
- 4- الإنتاج Production.
- 5- الإعداد وترويج المبيعات Advertising and sales production.
- 6- التصنيع والتجهيزات للسوق Processing and preparation.
- 7- خدمات ما بعد البيع After Sales Services.
- 8- العلاقة العامة وتعليم المستهلك Public Relation and Consumer education (فرح، 2010).

تسويق فروج اللحم:

يتأثر نظام التسويق للدواجن بعدة عوامل وأهمها:

- 1- درجة الحرية Degree of Freedom وهي تنظيم ديناميكية العلاقة بين المنتج و المستهلك من خلال القوانين واللوائح بالمدخلات والمنتجات.

- 2- التعاون والتكامل: كل أو بعض أنشطة إنتاج الدواجن المتعلقة بالتسويق يمكن أن تتعاون وذلك أما أفقياً أو راسياً وهذا التكامل يؤثر بصورة مباشرة لتقليل سلسلة التسويق (المنتج و المستهلك)
- 3- الظروف الجغرافية وتوزيع السكان.
- 4- الظروف الاقتصادية.
- 5- أثر المعتقدات والموروثات الاجتماعية.
- 6- مستوى ثقافة المستهلك من خلال الأهمية الغذائية للحوم الدواجن (عبد اللطيف، 1998).
- يلاحظ أن ظروف السوق التي تحيط بنشاط شركات إنتاج فروج اللحم لها أهمية خاصة في النشاط الإنتاجي للمشروع وهي تتراوح بين المنافسة الكاملة والاحتكار الكامل واحتكار القلة وهناك عدة عوامل تؤثر في المنافسة الكاملة مثل:
1. وجود عدد كبير من الشركات المنتجة (جانِب العرض) والمشتريين (جانِب الطلب).
 2. حرية الدخول إلى مجال النشاط الإنتاجي لكل من يريد القيام به.
 3. تجانس السلع المنتجة.
 4. العلم الكامل لدى جميع الشركات المنتجة والمشتريين بمجريات السلع المنتجة وأثمانها. (المقداد، 1994م).

القنوات التسويقية:

أفاد مقداد، 1984م للوصول إلى مفهوم محدد لقناة التوزيع ينبغي الإشارة أولاً إلى مفهوم التوزيع حيث عرف بأن الأنشطة والفعاليات التي تهدف إلى تدفق وانسياب السلع والخدمات من المنتج للمستهلك في الزمان والمكان المناسبين وبأسعار مقبولة من خلال الاعتماد على القنوات التسويقية ويمثل المخطط قنوات توزيع السلع للمستهلك:

الشركة — المستهلك.

الشركة — تاجر التجزئة — المستهلك.

الشركة — تاجر الجملة — تاجر التجزئة — المستهلك.

الشركة — الموزع — تاجر التجزئة — المستهلك. (المقداد، 1994م).

إجراءات تسجيل شركات إنتاج فروج اللحم بوزارة الثروة الحيوانية:

يتم تسجيل الشركة بالوزارة (الإدارة العامة لتنمية الإنتاج الحيواني) بإرفاق الشهادات الآتية:-

أ- إحضار صورة من شهادة التأسيس للشركة أو صورة من اسم العمل.

ب- إحضار صورة من سجل المصدرين والمستوردين (ساري المفعول).

ج- إحضار صورة من شهادة عضوية الغرفة التجارية (سارية المفعول).

د- إحضار صورة من شهادة عضوية غرفة الدواجن (سارية المفعول).

هـ - تسديد رسوم 1000 جنيه وفي حالة التجديد 500 جنيه.

و- تسجيل زيارة موقع الشركة. (وزارة الثروة الحيوانية، 2017م)

إجراءات طلبات استيراد مدخلات الإنتاج لفروج اللحم:

تقوم شركات فروج اللحم باستيراد عدة مدخلات للإنتاج مثل الكتاكيت وبيض التفقيس والمركزات

والإضافات العلفية ومعدات الحظائر وهناك عدة إجراءات يتم إتباعها في عملية استيراد مدخلات

الإنتاج وهي كالتالي:

أ- تعقد اجتماعات اللجنة يومين في الأسبوع (الأثنين - الأربعاء).

ب- يتم استلام الطلبات عبر مكتب التنسيق للمراجعة والرصد وذلك قبل 48 ساعة من موعد

اجتماع اللجنة بالنسبة لواردات الحيوانات الحية و اللحوم والمنتجات الحيوانية أما بالنسبة للأعلاف

والمركزات لا يقل عن الـ 24 ساعة ولا يتم النظر في الطلبات التي ترد للجنة في صباح يوم

الاجتماع.

ج- يجب أن يكون الطلب مطبوع ومروس مشفوع بتوقيع ومختوم من قبل الشركة موضح فيه دولة

المنشأ الصنف- الكمية- البنك المراد فتح الاعتماد عليه مع ملاحظة أن تكون الفواتير المرفقة

واضحة ومؤرخة بتاريخ حديث كذلك التحاليل في حالة استيراد إضافات علفية أو مركزات والتي

لابد أن تكون مطابقة للمواصفات الصادرة عن الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس مع ذكر أي

إضافات كيميائية أخرى يتم إضافتها.

د- تسجيل الطلبات بعد المراجعة واستيفاء الشروط وتسليمها المقرر للجنة لعرضها في اجتماع اللجنة.

هـ - تعرض الطلبات علي أعضاء اللجنة وبعد استيفاء الشروط يمنح التصديق المبدئي علي ضوء الرأي الفني للإدارات المعنية واستنادا علي لائحة الإجراءات المحجرية لصادرات وواردات الحيوانات الحية و اللحوم والمنتجات الحيوانية وبموجبه يحرر خطاب البنك المراد فتح الاعتماد عليها متضمنا الشروط الخاصة باستيراد المدخل.

و- فترة صلاحية التصديق المبدئي 45 يوماً للبيض والكتاكيت والأسماك و 90 يوماً للمركزات والإضافات العلفية.

ز- فيما يخص استيراد المعدات يتم إرفاق كشف احتياجات المشروع.

ح- يتم استلام المستندات المطلوبة في التصديق المبدئي حسب نوع المدخل وشروطه بواسطة مكتب التنسيق لإصدار التصديق النهائي ومخاطبة السلطات المختصة للإفراج وفيه يجب إبراز الآتي:-

1. شهادة المنشأ.
2. الشهادة الصحية.
3. شهادة تحليل المكونات الأساسية من معمل مرجعي (البروتين- الدهون- الألياف- الطاقة - الرماد-مضادات الأكسدة- مضادات الكوكسيديا وإضافات أخرى).
- أ/ تحديد مصدر البروتين.
- ب/ تحليل يفيد بخلوها من الإشعاع وليس إفادة بالخلو.
- ج/ تحليل يفيد بخلوها من الدايبوكسين.
4. توثق جميع الشهادات بالسفارة السودانية ببلد المنشأ.
5. شهادة الذبح الحلال للفراخ والمصران.
6. في حال الأسماك والدواجن واللحوم ومنتجاتها تبرز شهادة خلو من الترسبات الدوائية والمضادات الحيوية والكيماويات.
- ط. تبرز المستندات باللغة الانجليزية بالنسبة للدول الأجنبية.
- ي. لا يقبل إعادة الصادر وتجارة الترانزيت.
- ك. اللجنة غير مسؤولة عن الرسائل التي ترد ولا يتم منحها تصديق مبدئي من قبل اللجنة (وزارة الثروة الحيوانية 2018م).

أنشطه ومهام إدارة الدواجن:-

1/الزيارات:

1. زيارات فنية لمخازن ومواقع الشركات العاملة في قطاع الدواجن.
2. زيارات الشركات الكبرى العاملة في قطاع الدواجن (الشركات المنتجة للككايت،الشركات المنتجة للأمهات لمعرفة الآتي:-

أ- جمع البيانات.

ب-معرفة الإنتاج.

ت-الرقابة والإشراف. (وزارة الثروة الحيوانية، 2017م)

2/التقارير:

- التقارير الفنية عند التسجيل أو إعادة تسجيل الشركات العاملة في قطاع الدواجن.
التقارير السنوية والربع والنصف سنوية والثلاثة أرباع سنوية لأنشطة الإدارة المختلفة.

3- الرأي الفني:

الرأي الفني في مدخلات الدواجن وطلبات الاستيراد لقطاع الدواجن وتمثل 90% من المدخلات المستوردة في قطاع الإنتاج الحيواني.

إعداد الرأي الفني بواسطة العاملين في الإدارة من الأطباء البيطريين واختصاصي الإنتاج الحيواني وتوجد بالإدارة كوادر مؤهلة ذات مخصصات مختلفة من المرجعيات لإبداء الرأي الفني هي المواصفات السودانية -العربية- الأوروبية - الأمريكية - الشبكة العنكبوتية - الاستشارات لأساتذة بعض الجامعات.

يقع العبء الأكبر في إبداء الرأي الفني في المدخلات المستوردة علي إدارتي الدواجن والتغذية.

(وزارة الثروة الحيوانية، 2017م)

المدخلات المستوردة تتمثل في الآتي:

6. بيض التفقيس (اللاحم - البياض).

7. الإضافات العلفية.

8. المركزات.

9. معدات الدواجن (وزارة الثروة الحيوانية ، 2018م).

غرفة منتجي الدواجن:

نبذة تاريخية:

غرفة الدواجن عضو مؤسس لاتحاد غرفة الزراعة والإنتاج الحيواني تأسست عام 2002م بهدف العمل علي تنظيم وتطوير قطاع الدواجن بالسودان. (غرفة الدواجن، 2016م)

مجالات عمل الغرفة:

أ/ المحور الإداري والتنظيمي:

1. إنشاء قاعدة بيانات حيث يتم حصر عدد المزارع والشركات في جميع ولايات السودان ويتم تصنيفها حسب إنتاجها.
2. تكوين فروع للغرفة في الولايات.
3. تكوين شعب لمنتجات بيض المائدة واللحم و الكتاكيت والخدمات.
4. العمل علي توفير مدخلات الإنتاج.
5. التعاون مع الوزارات والهيئات والمنظمات ذات الصلة لتنمية قطاع الدواجن. (غرفة الدواجن، 2016م)

ب/ المحور العلمي والخدمي:

- 1- مشاركة الغرفة في اللجنة العليا لدرء آثار أنفلونزا الطيور في العام 2006 م والتي افضت لتعويض المنتجين.
- 2- توفير منتجات الدواجن عبر نافذة البيع المخفض.
- 3- توفير الدعم المالي والعيني للقوافل لمناطق العمليات والكوارث. (غرفة الدواجن، 2016م)

علاقة غرفة الدواجن مع شركات إنتاج فروج اللحم:

1. العمل علي توطين صناعة الدواجن بتوفير المدخلات محليا.
2. تبني مشروعات استراتيجيةبين القطاعين الخاص والعام الزراعة مشروعات ضخمة لمحصولي الذرة الشامية وفول الصويا (أعلاف الدواجن).
3. تأهيل وإنشاء معامل مرجعية تختص بجودة مدخلات الأعلاف المحلية المستوردة.
4. تأهيل معامل تشخيصية لإجراء المسوحات للأزمة الكافة للأمراض الوبائية.
5. خدمات إدارية تتمثل توافق بين القطاعات بين القطاعين العام والخاص ويشمل عدة جوانب أهمها:
أ- استيفاء متطلبات الهيئة السودانية للمواصفاتوالمجلس الأعلى للأدوية والسموم والطاقة الذرية والمجلس القومي للسلالة الإحيائية والجمارك السودانية.
ب- إزالة ازدواجية الرسوم.
6. إقامة دورات تدريبية وورش عمل وسمنارات في مجالات الجودة الشاملة.
7. العمل علي تكملة إجراءات تأسيس شركة خدمات المنتجين (سيسبو) لتوفير مدخلات الإنتاج ومواعين التخزين ومعينات العمل لصغار المنتجين.
8. المساعدة في تكملة سلاسل القيمة في إنتاج الدواجن من خلال توفير منافذ التسويق منتجات الدواجن والترويج لها محليا وعالميا. (غرفة الدواجن، 2016م)

أهم إنجازات غرفة منتجي الدواجن:-

1. إعفاء مدخلات الدواجن المستوردة ومدخلات الأعلاف والأعلاف المصنعة من القيمة المضافة.
2. توفير الذرة الشامية والرفيعة وفول الصويا.
3. توفير العملة الحرة.
4. إيجاد مقر دائم للغرفة.
5. اعتماد شهادات العضوية اتحاد غرف الزراعة والإنتاج الحيواني بدلا من الغرفة التجارية.

6. تأسيس شراكة بالشركة مع وزارة الزراعة ولاية الخرطوم لتوفير مدخلات الإنتاج والخدمات للقطاع.

7. رعاية وإشراف معرض دواجن السودان. (غرفة الدواجن، 2016م)

علاقة غرفة الدواجن مع القطاع العام:

تكمّن العلاقة بينهما في تطوير إنتاج فروج اللحم عبر عدة لجان فنية، وتتمثل هذه اللجان في الآتي:

1. اللجنة الفنية للدواجن ومنتجاتها بالهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس.
2. لجنة التخطيط بوزارة الثروة الحيوانية الاتحادية.
3. اللجنة الفنية لواردات مدخلات الإنتاج الحيواني وزارة الثروة الحيوانية والسمكية الاتحادية.
4. مجلس الدواجن لبرنامج النهضة الزراعية.
5. اللجنة الاقتصادية لمجلس الوزراء.
6. لجنة تطوير قطاع الدواجن وزارة الزراعة ولاية الخرطوم هذا بالإضافة الي المشاركات الخارجية مثل اجتماعات مجلس الأعمال الإفريقي الهولندي والاتحاد الإفريقي ومعارض الدواجن(غرفة منتجي الدواجن، 2019م).

الباب الثالث

منهجية البحث

منطقة الدراسة:

ولاية الخرطوم تقع في وسط السودان يحدها من الجهة الشمالية الشرقية ولاية نهر النيل ومن الجهة الشمالية الغربية الولاية الشمالية ومن الجهة الشرقية والجنوبية الشرقية ولايات ولاية كسلا وولاية القضاة وولاية الجزيرة^[1]. أي تقع ولاية الخرطوم في الجزء الشمالي الشرقي من أواسط البلاد في قلب السودان عند التقاء النيلين النيل الأبيض والنيل الأزرق ليكونا نهر النيل تقع الولاية على ارتفاع 1352 قدماً فوق سطح البحر، وتقدر مساحتها بحوالي 22.736 كيلو متر مربع.

(www.google.laction KhorutomSate .com، 2019)

المناخ:

تقع معظم ولاية الخرطوم في المنطقة المناخية شبة الصحراوية، بينما المناطق الشمالية تقع في المناطق الصحراوية، ومناخ الولاية حار إلى حار جداً وممطر صيفاً ودافئ إلى بارد وجاف شتاءً، الأمطار 100-200 ملليمتر في المناطق الشمالية الشرقية، 200-300 ملليمتر في المناطق الشمالية الغربية ما بين 10-100 ملليمتر، درجات الحرارة تتراوح في فصل الصيف ما بين 25-40 درجة مئوية في الأشهر من أبريل / حتى يونيو / حزيران، ومن 20-35 في الأشهر من يوليو / تموز إلى أكتوبر / تشرين الأول وتواصل درجات الحرارة انخفاضها في فصل الشتاء بين الأشهر من نوفمبر / تشرين الثاني حتى مارس / آذار من 15-25 درجة مئوية.

السكان:

يقطن الولاية حوالي 8 مليون نسمة يمثلون كافة ألوان الطيف الاثني والسياسي والاجتماعي والثقافي بالسودان ويتوزعون على سبع محليات إدارية. ثلث السكان نزح إلى هذه الولاية من ولايات السودان الأخرى وأصبحت الولاية الآن ذات كثافة سكانية عالية تكاد تصل إلى ربع عدد السكان في البلاد .

النشاط الاقتصادي:

معظم السكان هم من العمال وموظفي دواوين الدولة والقطاع الخاص والبنوك، كما أن هناك شريحة كبيرة من أصحاب الأعمال الذين يعملون في التجار قوشريحة أخرى يمثلها المهاجرون والنازحون تعمل في بعض الأعمال الهامشية، أما سكان الريف فيعملون بالزراعة والرعي ويمدون العاصمة الخرطوم بالخضر والفاكهة والألبان، وهناك أيضاً بعض السكان الذين يسكنون علي ضفاف النهر ويمارسون صناعة الفخار والطوب وصيد الأسماك .

(www.googleKhorutomSate.com، 2019)

الزراعة:

تبلغ مساحة الأراضي الصالحة للزراعة في الولاية حوالي 1.8 مليون فدان، والمزروع منها لا يزيد على 350.000 فدان فقط. وبلغت المساحة المستغلة للمراعي الطبيعية 2.2 مليون فدان. مصادر المياه المستغلة في عمليات الزراعة من النيلين الأزرق والأبيض ونهر النيل والمياه الجوفية. تشمل المحاصيل الزراعية في ولاية الخرطوم الخضر والفواكه.

(www.googleKhorutomSate.com 2019)،

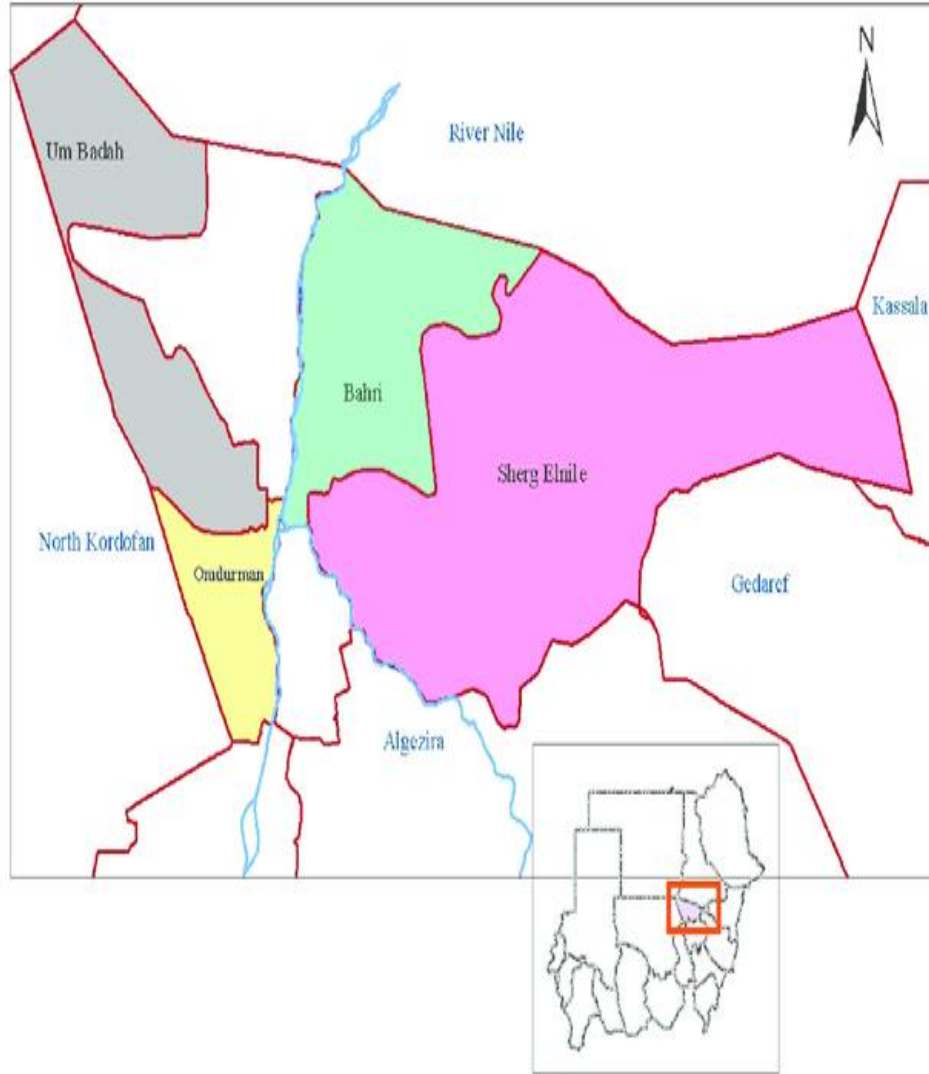
الثروة الحيوانية:

وتتكون من 1380500 رأس ويتم التركيز على تربية أبقار الألبانومزارع للأسماك وإنتاج الدواجن للبيضودجاج اللحوم. أما إنتاج لحوم الماشية فهي للتصدير إلى جانب تغطية احتياجات المستهلك المحلي.

(www.googleKhorutomSate.com، 2019)

شكل رقم (1)

بوضوح خريطة ولاية الخرطوم



(www.googleMapKhorutomSate.com، 2019)

أداة جمع البيانات:

مصادر جمع المعلومات الأولية والثانوية:

يعتمد البحث على المنهج الوصفي والتحليل القائم على:

المصادر الأولية: تم إجراء مسحيداني للشركات المتخصصة في مجال إنتاج فروج اللحم في ولاية الخرطوم وذلك باستخدام استبيانات خاصة بإدارات الشركات وإجراء مقابلات شخصية للوزارات المختصة وغرفة الدواجن عن طريق الاستبانة الخاصة بهم.

المصادر الثانوية: تعتمد علي جمعا لمعلومات والبيانات عن طريق المراجع والتقارير والدوريات والأوراق العلمية للندوات وورش العمل والشبكة العنكبوتية.

استخدمت نوعان من أداة الاستبانة لجمع البيانات وصممتا استبانة الأولى عن قطاعا لشركات العاملة في إنتاج فروج اللحم بولاية الخرطوم وشملت سبعة محاور أساسية في الآتي:-
المحور الأول أشتمل علي الأتموقع الشركة وملكية الشركة ونوع الملك وتاريخ الإنشاء وملكية الأرض ومساحة الأرض ونظام الإسكان (مفتوح أو مغلق ومصادر المياه والكهرباء والهيكل الإداري).

المحور الثاني التدريب والمستوي التعليمي ومجالات التدريب والمؤهل وتدريب العاملين.

المحور الثالث الإنتاج والسلالات المستخدمة في التربية ومصادر الكتاكيت واستخدام الأمن الحيوي.

المحور الرابع – التغذية ومصادر العلف والمركزات ونوع العليقة.

المحور الخامس – الإنتاج والكميات المنتجة والإنتاج اليومي. المحور السادس – وشمل طرق البيع وأوزان وأحجام الفراخ المطلوبة في السوق.

المحور السابع – ملحقات الشركات المجازر ومعامل التصنيع وعربات النقل والدعاية.

وصممت استبانة ثانية خاصة بالوزارات الولائية والاتحادية ذات الصلة بقطاع الدواجن وغرفة منتجي الدواجن وشملت المحاور الآتية:

المحور الأول شكل العلاقة بين الوزارة والشركة تصديقات رسوم خدمات.

المحور الثاني تقييم الوزارات للشركات من الناحية الفنية والاقتصادية.

المحور الثالث قيود وشروط التسجيل والقوانين.

اختيار العينة وجمع المعلومات:

حجم ونوع العينة: حصر شامل لكل مجتمعات العينة (الشركات المتخصصة) بإنتاج فروج اللحم بولاية الخرطوم لعدد 45 شركة موزعة في جميع انحاء العاصمة المثلثة(الخرطوم، بحري، امدرمان).

المقابلات الشخصية وملاحظات الباحث:

تم توزيع الاستبانات لعدد 35 شركة من مجموع 45 ذلك بسبب توقف بعض الشركات وال 10 شركات الأخرى بعضها متوقف من الإنتاج والآخر كان غير متعاون مع الباحث.

حجم العينة:

تم اختيار عدد 35 شركة إنتاج فروج اللحم بولاية الخرطوم من محليات (Localitaies) مدن الخرطوم الثلاث (الخرطوم - الخرطوم بحري أمدرمان) وعدد خمسة جهات ذات صلة إنتاج فروج اللحم (وزارة الثروة الحيوانية والسمكية - وزارة الزراعة ولاية الخرطوم - هيئة المواصفات والمقاييس - وزارة الاستثمار وغرفة الدواجن)

الحدود المكانية للبحث: ولاية الخرطوم شركات الدواجن المتخصصة في إنتاج اللحم.

الحدود الزمانية: يونيو 2017-2019.

طرق التحليل:-

1/ تم الاعتماد في جمع معلومات الشركات بولاية الخرطوم عددها 35 شركة منتجة للحم ويتم أخذ العينة عن طريق استخدام الاستبانة الخاصة بها ويستخدم المنهج الإحصائي الوصفي التحليلي عن طريق الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

2/ معامل الارتباط.

الباب الرابع

النتائج والمناقشة

تم تبويب النتائج التي تم التوصل إليها من خلال تحليل البيانات التي قام الباحث بجمعها من عينة الدراسة بعد ذلكتم إدخال البيانات في جهاز الحاسب الآلي لتحليلها في برنامج spss20 أتبع الباحث المعالجة الإحصائية التي تتناسب مع نوعية هذه البيانات و التي توصل إلى النتائج العلمية الصحيحة ومن ثم مناقشة النتائج على ضوء التحليل الإحصائي، والجدول أدناه تحمل ما توصل إليه الباحث من نتائج.

الجدول رقم (1)

النسبة %	التكرار	ملكية الشركة
40	14	شراكة مع قطاع خاص
37.1	13	ملكية فردية
17.1	6	أجنبية
5.7	2	شراكة عربية سودانية
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه يتضح أن 40% من المبحوثين لديهم شركة مع قطاع خاص و 37.1% من المبحوثين أصحاب ملكية فردية أما قليل من المبحوثين أصحاب ملكية أجنبية وعربية مما يدل علي إهتمام القطاع الخاص بمثل هذه الاستثمارات.

الجدول رقم (2)

موقع الشركات بولاية الخرطوم

النسبة %	التكرار	الموقع
34.3	12	الخرطوم
20	7	بحري
45.7	16	أم درمان
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه يتضح أن 45.7% من المبحوثين تقع شركاتهم داخل مدينة أم درمان و 34.3% تقع شركاتهم داخل مدينة الخرطوم وبقية المبحوثين موقع شركاتهم في مدينة بحري مما يدل علي وجود مساحات لقيام مثل هذه المشاريع في امدرمان والخرطوم.

الجدول رقم (3)

المستوى التعليمي لأصحاب الشركات

النسبة %	التكرار	المستوي
14.3	5	ثانوي
51.4	18	جامعي
34.3	12	فوق الجامعي
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه يتضح أن 51.4% من المبحوثين مستواهم التعليمي جامعي و 34.3% مستواهم التعليمي فوق الجامعي ويتضح أن 87.7 من المبحوثين تعليمهم ما بين الجامعي وفوق الجامعي. هذا يعكس اهتمام الشريحة ذات التعليم العالي في مجال استثمارات الدواجن، وأن ما دون هذا المستوى نسبتهم ضعيفة إذا ما قورنت بالنسبة أعلاه.

الجدول رقم (4)
وظيفة التسويق

النسبة %	التكرار	وظيفة التسويق
57.1	20	مدير تسويق
25.7	9	مدير إنتاج
17.1	6	مدير إداري
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه يتضح أن 57.1% من المبحوثين يعملون في وظيفة مدير تسويق وباقي الشركات توكّل مديري الإدارة والإنتاج مهاموظيفة التسويق وذلك لأهمية الدور المتعاظم للتسويق، يؤكد ذلك (عبداللطيف، 1992م)، من خلال أنظمة تسويق فروج اللحم.

الجدول رقم (5)
نوع التدريب

النسبة %	التكرار	نوع التدريب
42.9	15	كورسات
28.6	10	دورات تدريبية خارجية
28.6	10	دورات تدريبية داخلية
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه يتضح أن 42.9% من المبحوثين تلقوا كورسات و 28.6% لكل من الدورات التدريبية الخارجية والداخلية مما يعني عدم مواكبة التقانات العالمية والاستفادة من التطور في مجالات الدواجن، يؤكد ذلك (مصطفى، 2013م)، من خلال إدخال العديد من المستحدثات في ازدياد الإنتاج.

الجدول رقم (6)

ملكية الأرض

النسبة %	التكرار	نوع الملكية
51.4	18	استثمار
28.6	10	ملك حر
20	7	إيجار
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه يتضح أن 51.4% من المبحوثين مستثمرين للأرض و 28.6% من المبحوثين أصحاب ملك حر و 20% فقط المبحوثين مؤجرين للأرض معظم الأراضي من مجموع الأراضي عبارة عن استثمار ممنوح لأصحاب الشركات من الدولة.

الجدول رقم (7)

مساحة الأرض

النسبة %	التكرار	مساحة الأرض/الفدان
17.1	6	كبيرة (50-100)
62.9	22	متوسطة (20-أقل من 50)
20	7	صغيرة (5-أقل من 20)
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه يتضح أن 62.9% من المبحوثين مساحة الأرض لديهم متوسطة (20- أقل من 50 فدان) من المبحوثين مساحة الأرض لديهم صغيرة بينما 17.1% فقط من المبحوثين مساحة الأرض لديهم كبيرة. ويدل هذا علي أن المساحات الممنوحة علي حسب الأراضي المصدقة للاستثمار، يؤكد ذلك (غرفة الدواجن، 2016م) عبر الدعم الذي قدم من قبل الحكومات الازدهار هذا القطاع ممثل في الإعفاءات والتسهيلات.

الجدول رقم (8)

منتجات الشركة

النسبة %	التكرار	منتجات الشركة
82.9	29	اللاحم
2.9	1	بياض ولاحم
14.3	5	كتاكيث ولاحم
100	35	المجموع

من الجدول يتضح أن 82.9% من المبحوثين منتجاتهم من الدجاج اللاحم و 14.3. ويتضح من هذا أن أغلب الشركات تعمل في مجال إنتاج فروج اللحم فقط لسرعة دورة رأس المال حيث يؤكد ذلك (رحال 2004) بأن من أسباب منافسة لحوم الدواجن سرعة دورات رأس المال المستثمر في الإنتاج، وأن (وزارة الثروة الحيوانية، 2016م) تؤكد زيادة الإنتاج لفروج اللحم في العام بولاية الخرطوم.

الجدول رقم (9)

وجود أنشطة غير إنتاج فروج اللحم

النسبة %	التكرار	عمل الشركة
11.4	4	نعم
88.6	31	لا
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه يتضح أن 88.6% من المبحوثين لا تعمل شركاتهم في مجال غير إنتاج فروج اللحم و 11.4% من المبحوثين يعملون في مجالات أخرى غير إنتاج الدواجن. يؤكد ذلك (وزارة الثروة الحيوانية، 2016م) مساهمة عدد كبير في إنتاج أمهات الكتاكيث ويساهم بصورة كبيرة في استقرار صناعة الدواجن اللاحمة.

الجدول رقم (10) الكمية المنتجة بالطن للدورة الواحدة

النسبة %	التكرار	الكمية المنتجة بالطن
40	14	20 وأقل من 100
60	21	100 وأكثر من 300
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه يتضح أن 60% من الشركات يتراوح إنتاجها من 100 إلى 300 طن في الدورة الواحدة بينما 40% من إنتاجها يتراوح ما بين 20 إلى 100 طن في الدورة الواحدة ويؤكد هذا تقارير (وزارة الزراعة - ولاية الخرطوم، 2017) بأن هناك زيادة في الاستثمار في مجال إنتاج فروج اللحم في السنوات الأخيرة.

الجدول رقم (11) وجود نشاط اخر مع انتاج الفروج اللاحم

النسبة %	التكرار	نوع النشاط
37.1	13	-
22.9	8	زيادة الأرباح
22.9	8	استغلال مساحة الشركة
17.1	6	تقليل التكلفة
100	35	المجموع

من الجدول السابق يتضح أن 37.1% من المبحوثين ليس لديهم منشآت في غير مجال الدواجن و 22.9% من المبحوثين لديهم نشاط متمثل في استغلال مساحة الشركة و 22.9% من المبحوثين لديهم نشاط لزيادة الأرباح و 17.1% لديهم نشاط في تقليل التكلفة. من الجدول أعلاه يتضح أن السبب في وجود أنشطة أخرى هو زيادة الإنتاج إضافة لاستغلال المساحات.

الجدول رقم (12) عدم وجود نشاط آخر

النسبة %	التكرار	عدم وجود نشاط آخر
42.9	15	عدم توفر السوق
28.6	10	مساحة الشركة صغيرة
28.6	10	ارتفاع تكلفة الإنتاج
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه يتضح أن 42.9% من المبحوثين يرون أن عدم توفر السوق هو السبب الرئيسي في عدم وجود نشاط آخر بينما 28.6% يرون أن ارتفاع تكلفة الإنتاج هو السبب وأيضاً 28.6% من المبحوثين يرون أن صغر مساحة الشركة هو السبب في عدم وجود نشاط آخر.

الجدول رقم (13) عدم وجود التدريب في مجال الدواجن

النسبة %	التكرار	نوع التدريب
60	21	نعم
40	14	لا
100	35	المجموع

من الجدول السابق يتضح أن 60% من المبحوثين لديهم تدريب وتخصص في مجال الدواجن و 40% من المبحوثين ليس لديهم تدريب وتخصص في مجال الدواجن. مما يعني أن نسبة كبيرة من المستثمرين في هذا المجال ليسوا من ذوي التخصص.

الجدول رقم (14) مستوى تدريب العمالة بالشركات

النسبة %	التكرار	مستوي التدريب بالشركات
37.1	13	تدريب جيد
28.6	10	تدريب عادي
22.9	8	غير مدرب
11.4	4	متخصصة
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه يتضح أن 37.1% من المبحوثين تلقوا تدريب جيد و 28.6 % منهم تلقوا تدريب عادي بينما 22.9% من المبحوثين غير مدربين و 11.4% منهم مؤهلين بصورة جيدة. وضح من الجدول أعلاه أن 51.5 من الشركات لاتهم بعملية التدريب المتقدم مما يؤثر في عملية تطبيق التقانات الحديثة.

الجدول رقم (15) نظام الإسكان المتبع في شركات الدواجن

النسبة %	التكرار	النظام المتبع
80	28	مغلق
20	7	شبه مغلق
100	35	المجموع

من الجدول السابق نجد أن 80% من المبحوثين نظام الإسكان المتبع لديهم مغلق بينما 20% فقط من المبحوثين نظام الإسكان المتبع لديهم شبه مغلق. ويدل ذلك علي تطور الشركات من ناحية نظام الإسكان.

الجدول رقم (16) كيفية الحصول على التغذية والأعلاف

النسبة %	التكرار	الحصول على التغذية
62.9	22	تركيب داخل الشركة
22.9	8	شراء من مصانع أعلاف
14.3	5	شراء من وكلاء
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 62.9% من المبحوثين يت م تركيب نظام التغذية والأعلاف داخل الشركة و 22.9% من المبحوثين يتم عبر الشراء من مصانع الأعلاف و 14.3% يتم الشراء عبر وكلاء. مما يعني استغلال أكثر 62.5% لمصانع أعلاف داخل الشركة.

الجدول رقم (17) مصانع الأعلاف بالشركات

النسبة %	التكرار	مصانع الاعلاف
62.9	22	نعم
37.1	13	لا
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 62.9% من الشركات يوجد فيها مصانع للأعلاف بينما 37.1% فقط من الشركات لا يوجد فيها مصانع للأعلاف. هذا يعني اهتمام الشركات بجودة الأعلاف وتقليل التكلفة.

الجدول رقم (18) أهمية مصنع العلف للشركات

أهمية المصنع	التكرار	النسبة %
ضمان عليقة جيدة	20	57.1
تقليل التكلفة	13	37.1
توفر موادخام	2	5.7
المجموع	35	100

من الجدول أعلاه نجد أن 57.1% من المبحوثين يرون أن أهمية مصنع العلف للشركة يضمن عليقة جيدة و 37.1% من المبحوثين يرون أن الأهمية تتمثل في تقليل التكلفة لديهم بينما 5.7% فقط من المبحوثين يرون أن الأهمية متمثلة في توفر مواد خام فقط. هذا يدل علي اهتمام أصحاب الشركات بجودة الأعلاف وتقليل تكاليف التصنيع بنسبة 94.2%.

الجدول رقم (19) المراكز والإضافات العلفية

المركبات	التكرار	النسبة %
تستوردها الشركة مباشرة	17	48.6
تشتري من شركات محلية	13	37.1
تصنع محلياً	5	14.3
المجموع	35	100

من الجدول يتضح أن 48.6% من الشركات المبحوثة تستورد شركتهم المراكز والإضافات مباشرة بينما 37.1% من الشركات المبحوثة تشتري المراكز والإضافات العلفية من شركات محلية و 14.3% فقط من الشركات تصنع المراكز والإضافات العلفية محلياً. ويؤكد هذا تقرير المنظمة العربية ، 1984 م أن أهم مشاكل صناعة الأعلاف هي عدم الإستغلال الأمثل للمخلفات الزراعية والصناعية.

الجدول رقم (20) مصدر التمويل

النسبة %	التكرار	نوع المصدر
34.3	12	قروض
25.7	9	جهات مساهمة
22.9	8	بنكي
17.1	6	ذاتي
100	35	المجموع

من الجدول السابق يتضح أن 34.3% من الشركات المبحوثة مصدر التمويل لديهم عبارة عن قروض و 25.7% من الشركات مصدر تمويلهم عن طريق جهات مساهمة و 22.9% من الشركات مصدر تمويلهم بنكي و 17.1% فقط من الشركات المبحوثة تمويلهم ذاتي. ويشير الجدول الي أن 57.2% من رأس مال الشركات من إنتاج فروج اللحم عبارة عن تمويل بنكي وقروض.

الجدول رقم (21) اختبار السلالات الكتاكت

النسبة %	التكرار	نوع الاختبار
34.3	12	التجارب السابقة
28.6	10	المتوفر
25.7	9	اختيار السلالة
11.4	4	عالية التأقلم
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 34.3% من الشركات المبحوثة اختبار السلالات لديها يتم عن طريق التجارب السابقة و 28.6% من الشركات تختبر السلالة على حسب المتوفر عندها و 25.7% منها يتم عن طريق اختيار السلالة مسبقاً بينما 11.4% فقط من الشركات تختبر السلالات عن طريق اختيار السلالة المناسبة. من الجدول أعلاه نجد أن 62.9% من الشركات يكون احتياجها للكتاكت بعامل التجارب السابقة والوفرة مما يعني أن شركات إنتاج الكتاكت محدودة ولا توجد منافسة.

الجدول رقم (22) نسبة الفقس في البيض المستورد

النسبة %	التكرار	نسبة الفقس
40	14	عالية
40	14	متوسطة
20	7	ضعيفة
100	35	المجموع

من الجدول رقم (23) يظهر أن 40% من الشركات المبحوثة نسبة الفقس في البيض المستورد كانت عالية بينما 40% أيضاً من الشركات المبحوثة كانت النسبة فيها متوسطة بينما 20% من الشركات المبحوثة كانت نسبة الفقس في البيض المستورد ضعيفة تؤكد نتائج الجدول أن مشاكل التفقيس في البيض ليست من المعوقات الأساسية في عملية الإنتاج.

الجدول رقم (23) نسبة الفقس في بيض الأمهات

النسبة %	التكرار	نسبة الفقس
51.4	18	متوسطة
31.4	6	ضعيفة
17.1	11	عالية
100	35	المجموع

من الجدول رقم (24) يظهر أن 51.4% من الشركات المبحوثة نسبة الفقس في البيض الأمهات كانت متوسطة بينما 16.1% أيضاً من الشركات المبحوثة كانت النسبة فيها ضعيفة منبينما 31.4% من الشركات المبحوثة كانت نسبة الفقس في بيض الأمهات عالية. ويؤكد هذا على نفس نتائج الجدول السابق في أن مشكلة التفقيس في البيض سوى أن كان محلي أو مستورد ليست من المشاكل الكبيرة في إنتاج فروج اللحم، نتيجة لنوع السلالة وطريقة إدارة وحدات التفريخ وطريقة معاملة البيض.

الجدول رقم (24) اللقاقات المستوردة

النسبة %	التكرار	اللقاقات المستوردة
85.7	30	الجودة
14.3	5	سهولة الحصول
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 85.7% من الشركات المبحوثة تستورد لقاقات عالية الجودة بينما 14.3% من الشركات المبحوثة تستورد اللقاقات على حسب سهولة الحصول عليها. ويميز هذا التفضيل الشركات اللقاقات المستوردة لعدم جودة اللقاقات، ونسبة الفقس ضعيفة بسبب أداء بعض السلالات.

الجدول رقم (25) الكميات المنتجة للسوق

النسبة %	التكرار	الكمية بالطن
57.1	20	200- 100
28.6	10	100
14.3	5	200-300
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه يتضح أن 57.1% من الشركات المبحوثة تنتج للسوق من 100 - 200 طن و 28.6% من الشركات تنتج أكبر من 200 طن و 14.3% فقط من الشركات تنتج من 200 إلى 300 طن. ويدل هذا على أن 85% من الشركات إنتاجها متوسط.

الجدول رقم (26) الهيكل الإداري للشركة

النسبة %	التكرار	الهيكل الإداري
74.3	26	نعم
25.7	9	لا
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 74.3% من الشركات المبحوثة يوجد لديها هيكل إداري بينما 25.7% من الشركات المبحوثة لا يوجد لديها هيكل إداري مكتمل. ويدل علي اهتمام الشركات بالهيكل الإداري لتسجيل المهام الإدارية.

الجدول رقم (27) عدم وجود هيكل إداري

النسبة %	التكرار	السبب
33.3	3	تقليل التكلفة
66.7	6	إدارة العمل سهلة
100	9	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 66.7% من الشركات المبحوثة أن السبب في عدم وجود هيكل إداري يرجع إلى أن إدارة العمل سهلة وتتم بسلاسة بينما 33.3% من الشركات المبحوثة السبب الرئيسي لعدم وجود هيكل إداري بها لتقليل التكلفة. يوضح الجدول أعلاه أن الشركات ذات الإنتاج المتوسط غير مهتمة بالشكل الإداري.

الجدول رقم (28) البعد عن أقرب شركة أو مزرعة

النسبة %	التكرار	المسافة
28.6	10	أقل من 1 كيلو متر
28.6	10	كيلو متر
42.9	15	أكثر من واحد كيلو متر
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 42.9% من الشركات المبحوثة البعد عن أقرب شركة أو مزرعة أكثر من واحد كيلومتر بينما 28.6% منها البعد عن أقرب شركة أو مزرعة كيلومتر فقط وهي نفس النسبة أي 28.6% للمسافة الأقل من كيلومتر وأحد. ويشير الجدول الي أن 57.2% من الشركات تكون مواقعها قريبة من بعضها وذلك لقلّة المسافات الممنوحة للاستثمار وانعكاسها على الأمن الحيوي.

الجدول رقم (29) نوع السور الخارجي

النسبة %	التكرار	نوع السور
40	14	سلك
60	21	سلك وأشجار
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 60% من الشركات المبحوثة لديها سور خارجي عبارة عن سلك وأشجار بينما 40% من الشركات لديها سور عبارة عن سلك فقط. ويوضح الجدول اعتماد الشركات علي السلك والأشجار في التسوير بدلاً عن الحائط وذلك لقلّة التكلفة.

الجدول رقم (30) أنواع تربية حيوان داخل الشركة

النسبة %	التكرار	نوع الحيوان
60	6	حيوانات زراعية
40	4	أسماك
100	10	المجموع

من الجدول أعلاه يتضح أن 60% من الشركات المبحوثة التي تربي الحيوان بالإضافة للدواجن 40% من الشركات المبحوثة تربي أسماك فقط. ويوضح الجدول أن الحيوانات الزراعية هي الأكثر تربية داخل الشركات (بعيداً عن الحظائر).

الجدول رقم (31) عمليات التعقيم والتطهير:

النسبة %	التكرار	عمليات التعقيم والتطهير
60	21	عمال الشركة
22.9	8	عمال من خارج الشركة
17.1	6	شركات متخصصة
100	35	المجموع

من الجدول رقم (31) يتضح أن 60% من الشركات المبحوثة عمليات التعقيم والتطهير فيها تتم عبر عمال الشركة أنفسهم و 22.9% من الشركات المبحوثة تقوم بالعملية عبر عمال من خارج الشركة بينما 17.1% من الشركات تتم عمليات التعقيم والتطهير فيها عن طريق شركات متخصصة. ويوضح الجدول أن 89.2% من الشركات تقوم بعملية التطهير بواسطة عمال غير متخصصين في مجال التطهير وذلك لتقليل التكلفة.

الجدول رقم (32) أسباب تطبيق نظام الأمن الحيوي

النسبة %	التكرار	نظام الأمن الحيوي
60	21	الحد من انتشار المرض
22.9	8	سهولة الاستخدام
17.1	6	الالتزام بالقوانين
100	35	المجموع

من الجدول رقم (32) نجد أن 60% من الشركات المبحوثة تطبق نظام الأمن الحيوي للحد من انتشار المرض بينما 22.9% منها تطبق حسب سهولة الاستخدام بينما 17.1% فقط من هذه الشركات تلتزم بالقوانين الخاصة بنظام الأمن الحيوي. يوضح الجدول أعلاه أن هدف الشركات من تطبيق الأمن الحيوي ليس الالتزام بالقوانين بقدر ما هو حد لانتشار الأمراض وسهولة الاستخدام.

الجدول رقم (33) مصادر الكهرباء

النسبة %	التكرار	نوع المصدر
57.1	20	مولد + كهرباء
42.9	15	كهرباء
100	35	المجموع

من الجدول السابق نجد أن 57.1% من الشركات المبحوثة تتعدد فيها مصادر الطاقة عن طريق استخدام المولدات والكهرباء العامة بينما 42.9% من الشركات المبحوثة تستخدم الكهرباء العامة فقط. ويوضح الجدول اعتماد الشركات ذات المقدرة المالية الكبيرة علي المولدات إضافة للكهرباء.

الجدول رقم (34) أسعار الكهرباء والماء

النسبة %	التكرار	الأسعار
60	21	عالية
14.3	5	منخفضة
25.7	9	مناسبة
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه يتضح أن 60% من المبحوثين يرون أن أسعار الكهرباء والماء عالية بينما 25.7% من المبحوثين يرون أن الأسعار مناسبة و 14.3% من المبحوثين يرون أن أسعار الكهرباء والماء منخفضة. يوضح الجدول أن 60% تشير الي أسعار الكهرباء والماء ممايزيد من تكاليف الإنتاج.

الجدول رقم (35) أنواع السلالات المستخدمة في التربية

النسبة %	التكرار	اسم السلالة
45.7	16	روس
22.9	8	أريزيكز
20	7	كوب Cop
11.4	4	هابرد
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 45.7% من الشركات المبحوثة تستخدم السلالات الرؤوس في التربية بينما 22.9% منها تستخدم الأريزيكز في السلالات المرعى لديها و 20% من الشركات المبحوثة تستخدم سلالة كوب في التربية و 11.4% منها تستخدم سلالة هابرد في التربية. ويشير الجدول الي أغلب الشركات لسلالة الرؤوس نسبة للتجارب السابقة وكذلك إنتاجها من شركات إنتاج الكتاكييت. ويؤكد هذا مواكبة شركات إنتاج فروج اللحم للسلالات العالمية (اسحق والزبير، 2001م).

الجدول رقم (36) نسبة الفقس في البيض المستورد

النسبة %	التكرار	نسبة الفقس
40	14	عالية
40	14	متوسطة
20	7	ضعيفة
100	35	المجموع

من الجدول رقم (36) يظهر أن 40% من الشركات المبحوثة نسبة الفقس في البيض المستورد كانت عالية بينما 40% أيضاً من الشركات المبحوثة كانت النسبة فيها متوسطة بينما 20% من الشركات المبحوثة كانت نسبة الفقس في البيض المستورد ضعيفة. يظهر الجدول أن 80% من الشركات تتفق على جودة بيض الفقس المستورد، ربما يعزي السبب إما لنوع السلالة أو أخطاء إدارية في مكبات التفريخ أو معاملة البيض.

الجدول رقم (37) التسويق

النسبة %	التكرار	التسويق
22.9	8	يومي
25.7	9	أسبوعي
34.3	12	نصف شهري
17.1	6	شهري
100	35	المجموع

من الجدول السابق يتضح أن 34.3% من الشركات المبحوثة تقوم بعملية التسويق بصورة نصف شهري و 25.7% من الشركات المبحوثة تقوم بعملية التسويق بصورة أسبوعية بينما 22.9% من الشركات المبحوثة تقوم بعملية التسويق بصورة يومية و 17.1% من هذه الشركات تقوم بعملية التسويق بصورة شهرية. ويرجع ذلك للإنتاج فالشركات الكبيرة يكون لها إنتاج يومي بينما الأقل إنتاجاً يكون التوزيع فيها أسبوعياً الي شهرياً وتحفظ في برادات تخزين.

الجدول رقم (38) توزيع كل المنتجات

النسبة %	التكرار	توزيع المنتجات
57.1	20	نعم
42.9	15	لا
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 57.1% من الشركات المبحوثة توزع كل المنتجات لديها بينما 42.9% من الشركات المبحوثة لا توزع كل منتجاتها. مما يجعلها تلجأ للتخزين لفترة حتى تتم عملية البيع.

الجدول رقم (39) كيفية البيع

النسبة %	التكرار	الكيفية
2.9	1	في نفس اليوم نقداً
97.1	34	بيع بالأجل
100	35	المجموع

من الجدول السابق يظهر أن 97.1% من الشركات المبحوثة آلية البيع المتبعة لديها تتم عبر البيع الأجل بينما 2.9% فقط من الشركات المبحوثة آلية البيع عندها نقداً أي في نفس اليوم. ويوضح ذلك أن البيع بالأجل أهم معوقات التسويق وبالتالي يؤثر في عملية الإنتاج.

الجدول رقم (40) التوزيع لا يتم في نفس اليوم

النسبة %	التكرار	شكل التعامل
80	28	تخزين المنتج
20	7	فتح أسواق جديدة
100	35	المجموع

من الجدول رقم (40) نجد أن 80% من الشركات المبحوثة تقوم بتخزين المنتج الذي لا يوزع في نفس اليوم بينما 20% من الشركات المبحوثة تتوسع في فتح أسواق جديدة لتتمكن من توزيع باقي المنتجات لديها.

الجدول رقم (41) قلة الإنتاج

النسبة %	التكرار	الأسباب
22.9	8	عدم توفر المدخلات
57.1	20	زيادة التكاليف
20	7	محدودية السوق
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه يظهر أن 57.1% من الشركات المبحوثة تعزى قلة الإنتاج فيها إلى زيادة التكاليف بينما 22.9% من هذه الشركات تعزى قلة الإنتاج إلى عدم توفر المدخلات و 20% من الشركات المبحوثة تعزى السبب لمحدودية السوق. ومن الجدول يتضح أن زيادة التكاليف هي السبب الرئيسي في قلة الإنتاج.

الجدول رقم (42) طريقة تسويق المنتج

النسبة %	التكرار	الطريقة
37.1	13	مراكز بيع
28.6	10	عربات توزيع
17.1	6	وكلاء
17.1	6	وسطاء
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 37.1% من الشركات المبحوثة طريقة التسويق لمنتجاتها تتم عبر فتح مراكز بيع خاصة بها و 28.6% من الشركات طريقة تسويقها لمنتجات تتم عن طريق عربات توزيع بينما 17.1% من الشركات المبحوثة التسويق عندها يتم عبر وكلاء وهي نفس النسبة للتسويق الذي يتم عبر الوسطاء. ومن الجدول يتضح أن 65.7 من الشركات توزع منتجاتها بصورة مباشرة عن طريق مراكز البيع وعربات التوزيع.

الجدول رقم (43) كيفية تحديد الأسعار

النسبة %	التكرار	الكيفية
42.9	15	السوق
25.7	9	الكميات المطروحة
11.4	4	بواسطة إدارة الشركة
11.4	4	قوة المنافسين
8.6	3	التكلفة
100	35	المجموع

من الجدول يظهر أن 42.9% من الشركات المبحوثة تحدد الأسعار وفقاً للسوق و 25.7% من الشركات المبحوثة تحدد الأسعار وفقاً للكميات المطروحة (العرض والطلب) و 11.4% من الشركات المبحوثة تحدد الأسعار بواسطة إدارة الشركة لديها وهي نفس النسبة أي 11.4% تخضع الأسعار فيها لقوة المنافسين بينما 8.6% من الشركات المبحوثة تحدد أسعارها وفقاً للتكلفة

عندها. ويتضح من الجدول أن الكميات المعروضة في السوق هي العوامل الأساسية في تحديد السعر. ويوافق هذا مع (المقداد، 1994م) في أن المنافسة هي التي تحدد السعر في السوق.

الجدول رقم (44) وجود عربات توزيع خاصة بالشركة

وجود العربات	التكرار	النسبة %
نعم	29	82.9
لا	6	17.1
المجموع	35	100

من الجدول رقم (45) نجد أن 82.9% من الشركات المبحوثة توجد لديها عربات توزيع خاصة بها بينما 17.1% من الشركات المبحوثة لا توجد بها عربات توزيع خاصة بها.

الجدول رقم (45) أهمية عربات التوزيع

الأهمية	التكرار	النسبة %
زيادة للمنتج	15	42.9
التحكم في انسياب السلعة	14	40
فتح أسواق جديدة	6	17.1
المجموع	35	100

من الجدول أعلاه يرى 42.9% من الشركات المبحوثة إن أهمية عربات التوزيع تعمل على زيادة المنتج و 40% من الشركات يرون أنها تتحكم في انسياب السلعة و 17.1% من الشركات المبحوثة ترى إنها تمكنها من فتح أسواق جديدة.

الجدول رقم (46) أسباب عدم وجود عربات توزيع

النسبة %	التكرار	الأسباب
66.7	4	إيجار عربات ترحيل
16.7	1	قلة الإنتاج
16.7	1	تقليل التكلفة
100	6	المجموع

من الجدول أعلاه يظهر أن 66.7% من الشركات المبحوثة تعزى أسباب عدم وجود عربات توزيع لديها بالقيام بإيجار عربات ترحيل و 16.7% من الشركات المبحوثة تعزى الأسباب فيها لقلة الإنتاج و 16.7% من الشركات المبحوثة تعزى أسبابها لتقليل التكلفة. ومن الجدول أعلاه يتضح أن تأثير عربات التوزيع يكون في سبب زيادة الإنتاج والتحكم في عملية التوزيع والتسويق.

الجدول رقم (47) المواسم التي يكثر فيها الطلب على المنتج

النسبة %	التكرار	الموسم
37.1	13	الصيف
22.9	8	الشتاء
40	14	شهر رمضان
100	35	المجموع

من الجدول رقم (38) نجد أن 40% من الشركات المبحوثة يكثر الطلب على منتجاتها في شهر رمضان 37.1% من الشركات يكثر الطلب على منتجاتها في موسم الصيف بينما 22.9% من الشركات المبحوثة يكثر الطلب فيها في موسم الشتاء. من الجدول أعلاه تزيد الرغبة في الاستهلاك في شهر رمضان والصيف بينما تقل في الشتاء لوجود بدائل أقرب بالإضافة الي انخفاض أسعار اللحوم الحمراء في فصل الشتاء.

الجدول رقم (48) أسباب زيادة الطلب في الموسم

النسبة %	التكرار	السبب
28.6	10	انخفاض في السعر
71.4	25	زيادة الاستهلاك
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 71.4% من الشركات المبحوثة تعزى أسباب زيادة الطلب في الموسم إلى زيادة الاستهلاك و 28.6% من الشركات المبحوثة تعزى السبب إلى انخفاض الأسعار.

الجدول رقم (49) أسباب عدم وجود كميات مرتجة من التسويق

النسبة %	التكرار	السبب
51.4	18	سرعة التسويق
31.4	11	جودة المنتج
17.1	6	طول فترة الصلاحية
100	35	المجموع

من الجدول السابق نجد أن 51.4% من الشركات المبحوثة تعزى أسباب عدم وجود كميات مرتجة من التسويق إلى سرعة التسويق فيها و 31.4% من الشركات تعزى السبب إلى جودة منتجاتها بينما 17.1% من الشركات تعزى السبب إلى طول فترة صلاحية منتجاتها.

الجدول رقم (50) الأوزان الأكثر طلباً في السوق

النسبة %	التكرار	الوزن
8.6	3	أقل من 1 كجم
74.3	26	وأحد كجم
17.1	6	أكثر من 2 كجم
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 74.3% من الشركات المبحوثة الأوزان الأكثر طلباً في السوق من منتجاتها هي وزن الواحد كجم و 17.1% من الشركات الأكثر طلباً في منتجاتها هو وزن أكثر من 2 كجم و 8.6% من الشركات المبحوثة وزن الأقل من 1 كجم هو الأكثر طلباً في السوق من منتجاتها. ومن الجدول يتضح أن وزن واحد كيلوجرام هو الوزن المثالي في التسويق للاستهلاك من قبل أصحاب المطاعم والكافتيات وكذلك في المناسبات.

الجدول رقم (51) كيفية التعامل مع الكميات المرتجعة

النسبة %	التكرار	الكيفية
57.1	20	التقطيع والبيع
31.4	11	تباع لجهات خاصة
11.4	4	التصنيع
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 57.1% من الشركات المبحوثة تتعامل مع الكميات المرتجعة بالتقطيع و 31.4% من الشركات المبحوثة آلية التعامل مع الكميات المرتجعة عبر البيع لجهات خاصة و 11.4% من الشركات تقوم بإعادة تصنيع المنتجات المرتجعة. يوضح الجدول أعلاه علي أن عملية تصنيع منتجات الفراخ اللحم تعتبر ضئيلة جداً أسوة بالدول الأخرى.

الجدول رقم (52) وجود مجزر بالشركة

النسبة %	التكرار	نوع المجزر
57.1	20	نعم
42.9	15	لا
100	35	المجموع

من الجدول رقم (42) نجد أن 57.1% من الشركات المبحوثة يوجد لديها مجزر بالشركة بينما 42.9% من الشركات المبحوثة لا يوجد لديها مجزر خاص بها. أي ان 57.1% من الشركات الكبرى لديها مجازر خاصة

الجدول رقم (53) وجود المجزر بالشركة

النسبة %	التكرار	المجزر
35	7	ضمان جودة المنتج
30	6	التحكم في المنتج
20	4	تقليل التكلفة
15	3	سهولة إدارة المجزر
100	20	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 35% من الشركات المبحوثة ترى وجود المجزر بالشركة إلى ضمان جودة المنتج و 30% منها ترى إن المجزر يعمل على التحكم في المنتج و 20% من الشركات ترى إنه يقلل من تكاليفها و 15% ترى أن إدارة المجزر سهلة. والجدول يوضح أن الشركات ذات الإنتاج القليل بسبب محدودية رأس المال.

الجدول رقم (54) عدم وجود المجزر بالشركة

النسبة %	التكرار	عدم وجود المجزر
53.3	8	ارتفاع التكلفة
26.7	4	قلة الإنتاج
20	3	قلة تكاليف الذبح في المجازر الأخرى
100	15	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 53.3% من الشركات المبحوثة عدم وجود المجزر فيها إلى ارتفاع التكلفة و 26.7% من الشركات عدم وجود مجزر خاص بها إلى قلة إنتاجها بينما 20% فقط من الشركات ترى أن قلة تكاليف الذبح في المجازر الأخرى.

الجدول رقم (55) وجود معامل تصنيع اللحوم في الشركة

النسبة %	التكرار	المعامل
40	14	نعم
60	21	لا
100	35	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 60% من الشركات المبحوثة لا توجد لديها معامل تصنيع خاصة بينما 40% فقط من الشركات المبحوثة توجد لديها معامل تصنيع؟

الجدول رقم (56) وجود معامل تصنيع خاصة بالشركة

النسبة %	التكرار	الأسباب
50	7	الإستفادة من الأوزان الغير مرغوبة في السوق
28.6	4	زيادة قنوات التسويق
21.4	3	زيادة الربحية
100	14	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 50% من الشركات المبحوثة تعزى وجود معامل تصنيع خاصة بها إلى الاستفادة من الأوزان الغير مرغوب فيها في السوق و 28.6% من الشركات تعزى وجودها لزيادة قنوات التسويق و 21.4% منها تعزى وجود معامل التصنيع فيها إلى زيادة الربحية. ويتضح أن معامل التصنيع تكمن أهميتها بنسبة 78.6% للشركات كوسيلة غير المباشرة للفراخ ذات الأوزان الكبيرة.

الجدول رقم (57) السبب في عدم وجود معامل للتصنيع

النسبة %	التكرار	السبب
50	10	قلة الطلب على الفراخ
40	8	عدم وجود فائض
10	2	إرتفاع التصنيع
100	20	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن 50% من الشركات المبحوثة ترجع السبب في عدم وجود معامل للتصنيع إلى قلة الطلب على الفراخ المصنعة و 40% من الشركات المبحوثة ترجع السبب إلى عدم وجود فائض و 10% من الشركات ترجع السبب إلى ارتفاع التصنيع.

التحليل الإحصائي:

مناقشة الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تدريب العاملين بالشركة و الكميات المنتجة من فروج اللحم

جدول رقم (58) اختبار التباين الأحادي للعلاقة بين مستوى تدريب العاملين والكمية المنتجة.

تدريب العمالة بالشركات * توزيع المنتجات						
الاستنتاج	مستوى الدلالة.	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	
الفرض دال إحصائياً	0.00	54.658	9.019	3	27.056	داخل المجموعة
			0.165	31	5.115	بين المجموعات
				34	32.171	المجموع

الاستنتاج: بالنظر إلى الجدول نجد أن قيمة (ف) = 54.658 ومستوى الدلالة = 0.00 وهي دالة إحصائياً. أذن توجد فروق في مستوى تدريب العاملين بالشركة والكمية المنتجة. مناقشة الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التدريب والتخصص في مجال الدواجن و توزيع المنتجات.

جدول رقم (59) اختبار التباين الأحادي للعلاقة التدريب والتخصص في مجال الدواجن و توزيع المنتجات

التدريب والتخصص في مجال الدواجن * توزيع المنتجات						
الاستنتاج	مستوى الدلالة.	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	
الفرض دال إحصائياً	0.00	264	7.467	1	7.467	داخل المجموعة
			0.028	33	0.933	بين المجموعات
				34	8.4	المجموع

الاستنتاج: بالنظر إلى الجدول نجد أن قيمة (ف) = 264 ومستوى الدلالة = 0.00 وهي دالة إحصائياً. أذن توجد فروق في التدريب والتخصص في مجال الدواجن وتوزيع المنتجات. مناقشة الفرضية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التدريب والتخصص في مجال الدواجن و توزيع المنتجات.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أنواع السلالات المستخدمة في التربية والكمية المنتجة من فروج اللحم

جدول رقم (60) اختبار التباين الأحادي للعلاقة بين أنواع السلالات المستخدمة في التربية والكمية المنتجة

أنواع السلالات المستخدمة في التربية * توزيع المنتجات						
الاستنتاج	مستوى الدلالة.	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	
الفرض دال إحصائياً	0.00	65.519	11.221	3	33.662	داخل المجموعة
			0.171	31	5.309	بين المجموعات
				34	38.971	المجموع

الاستنتاج: بالنظر إلى الجدول نجد أن قيمة (ف) = 65.519 ومستوى الدلالة = 0.00 وهي دالة إحصائياً. أذن توجد فروق في أنواع السلالات المستخدمة في التربية والكمية المنتجة من فروج اللحم. مناقشة الفرضية الرابعة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التدريب والتخصص في مجال الدواجن و توزيع المنتجات.

هناك علاقة ارتباطية ما بين الترويج والتسويق.

جدول رقم (61) معامل الارتباط للعلاقة بين الترويج والتسويق

0.525**	1	معامل الارتباط بيرسون	وجود عربات توزيع خاصة بالشركة
0.001		مستوى الدلالة	
35	35	العدد	
1	0.525**	معامل الارتباط بيرسون	هل يتم توزيع كل المنتج
	0.001	مستوى الدلالة	
35	35	العدد	

** معامل الارتباط دال إحصائياً عند مستوى 0.01

من الجدول أعلاه نجد إن قيمة معامل الارتباط بيرسون تساوي (0.525**) عند مستوى دلالة 0.01، الاستنتاج: نجد أنه يوجد ارتباط طردي متوسط ما بين الترويج والتسويق. مناقشة الفرضية الخامسة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التدريب والتخصص في مجال الدواجن و توزيع المنتجات.

هنالك علاقة ارتباط ما بين تطبيق نظام الأمن الحيوي والكمية المنتجة من فروج اللحم.

جدول رقم (62) معامل الارتباط للعلاقة بين تطبيق نظام الأمن الحيوي والكمية المنتجة

**7500.	1	معامل الارتباط بيرسون	تطبيق نظام الأمن الحيوي
0.00		مستوى الدلالة	
35	35	العدد	
1	**7500.	معامل الارتباط بيرسون	هل يتم توزيع كل المنتج
	0.00	مستوى الدلالة	
35	35	العدد	

** معامل الارتباط دال إحصائياً عند مستوى 0.01

من الجدول السابق نجد إن قيمة معامل الارتباط بيرسون تساوي (0.750**) عند مستوى دلالة 0.01، الاستنتاج: نجد أنه يوجد ارتباط طردي قوي ما بين تطبيق نظام الأمن الحيوي والكمية المنتجة من فروج اللحم حيث إنه كلما زاد تطبيق نظام الأمن الحيوي زادت نسبة الكمية المنتجة.

تحليل استبيانات الخاصة بالوزارات وغرفة الدواجن والمشاكل والمعوقات التي تواجه شركات إنتاج وتوزيع فروج اللحم

جدول رقم (63) علاقتكم مع شركات فروج اللحم

النسبة	التكرار	نوع العلاقة
40%	2	تصديقات + رسوم
40%	2	رسوم + تسهيلات
20%	1	خدمات + تصديقات

من الجدول أعلاه نجد أن 80% من الوزارات وغرفة الدواجن كانت علاقتها التصديقات والرسوم

جدول رقم (64) علاقتكم في الشركات من حيث الإنتاج

النسبة	التكرار	من ناحية الإنتاج
40%	2	عالي + جودة عالية
40%	2	إنتاج عالي + توزيع مالي
20%	1	جودة عالية

من حيث الجدول أعلاه نجد أن 40% من الوزارات اتفقت علي الإنتاج العالي والجودة بينما -
التوزيع والإنتاج العالي 40% بينما الجودة 20%.

جدول رقم (65) رأيكم من الناحية الفنية

النسبة	التكرار	التقييم
60	3	مواكبة التقنية الحديثة + الجودة العالية
20	1	جودة عالية
20	2	تقليدية

من الجدول أعلاه نجد أن 60% من الوزارات لها تصحيح بمواكبة الشركات التقنية الحديثة إضافة الي الجودة.

جدول رقم (66) التقييم من الناحية الاقتصادية

النسبة	التكرار	التقييم
20	1	مواكبة الطلب السوق + إنتاج جيد
40	2	مواكبة السوق + إنتاج جيد + تكلفة عالية
20	1	مواكبة الطلب + أسعار تنافسية
20	1	الأسعار عالية (مرتفعة)

يتضح من الجدول أعلاه أن 40% من المبحوثين أتفقوا علي مواكبة الشركات لطلب السوق والإنتاج الجيد والتكلفة العالية.

جدول (67) القيود والشروط للتسجيل

النسبة	التكرار	هل يوجد قيد
80	4	نعم
20	1	لا

من الجدول أعلاه وضح 80% من الجهات لها قيود وشروط معينة للتسجيل ويعزي وجود شروط

جدول رقم (68) الرسوم المفروضة علي الشركات

النسبة	التكرار	نوع الرسوم
60	3	قيمة موحدة لكل الشركات
40	2	حسب حجم الاستثمار

وضح من الجدول أعلاه أن 60% من الجهات تفرض قيمة موحدة للرسوم علي الشركات

الجدول رقم (69) الاجتماعات الدورية مع أصحاب الشركات

النسبة	التكرار	الفترة الزمنية
20	1	شهرية
20	1	نصف شهرية
60	3	عند الضرورة

من الجدول أعلاه يتضح أن 60 % من الوزارات تجتمع مع الشركات عند الضرورة.

الجدول رقم (70) أهمية الاجتماعات الدورية

النسبة	التكرار	أهمية الاجتماعات
20	1	الرقابة علي الأداء
60	3	الرقابة علي الأداء وتقديم التوجيهات
20	1	تطبيق التقانات

وضح من الجدول أن 60% من الجهات المبحوثة

جدول رقم (71) الدور في توفير المدخلات

النسبة	التكرار	الدور في توفير المدخلات
60	3	نعم
40	2	لا

وضح من الجدول أن 60% من الوزارات لها دور في إدخال المدخلات ويرجع ذلك الي سياسيات الوزارة في تطوير القطاع.

جدول رقم (72) في حاله الإجابة بنعم

النسبة	التكرار	السبب
33.4	1	الرقابة علي المدخلات
66.6	2	الرقابة علي المدخلات وتشجيع الاستثمار وتخفيض الأسعار

وضح من الجدول أعلاه أن 66.6 من الوزارات تساهم في توفير بعض المدخلات للرقابة عليها وتشجيع الاستثمار وتخفيض سعر المنتج.

جدول رقم (73) في حالة الإجابة بلا

النسبة	التكرار	السبب
50	1	ضعف موارد الجهة المعنية
50	1	عدم التزام الشركات بنوعية المدخلات

يوضح الجدول (11) 50% من الوزارات موارد هاضيفة لذلك لا تساهم في توفير المدخلات + 50% تري عدم التزام الشركات بنوعية المدخلات.

جدول رقم (74) وجود قوانين ملزمة ببرنامج معين للشركات

هل يوجد قيد	التكرار	النسبة
نعم	3	60
لا	2	40

من الجدول أعلاه 60% من الوزارات تلزم الشركات ببرنامج معين تتمثل في الفاكسين الذبيح والترحيل والجودة.....الخ.

الجدول رقم (75) القوانين الملزمة للشركات ببرنامج الذبيح والتعبئة ونقل المنتج

القانون	التكرار	النسبة
الذبيح والتعبئة	1	33.3
نقل المنتج	1	33.3
الذبيح ونقل المنتج	1	33.3

من الجدول السابق وجد أن 66.6 من الوزارات تلزم الشركات إنتاج فروج اللحم ببرنامج الذبيح والتعبئة ونقل المنتج.

جدول رقم (76) في حاله الإجابة بلا

طبيعة البرنامج	التكرار	النسبة
برنامج الشركة	1	50
امكانيه الشركة	1	50

من الجدول أعلاه رقم (14) نجد أن 50% من الوزارات لا تلزم الشركات ببرنامج معين تترك الخيار للشركة حسب الإمكانيات و50% حسب برنامج الشركة.

**جدول رقم (77) وجود الزيارات الميدانية من الوزارات وغرفة الدواجن للشركات الإيجابية نعم
أو الإجابة بلا**

النسبة	التكرار	الإجابة
80	4	نعم
20	1	لا

من الجدول أعلاه يتضح اهتمام 80% من الوزارات وغرفة الدواجن بالزيارات الميدانية لمواقع شركات إنتاج فروج اللحم.

جدول رقم (78) في حالة الإجابة نعم

النسبة	التكرار	سبب الزيارة
20	1	التأكد من جودة المنتج
20	1	الرقابة علي الشركات
20	1	تقديم التوجيهات والمعلومات
20	1	التأكد من الجودة وتقديم التوجيهات

من الجدول أعلاه نجد أن 50% من الوزارات التي تقوم بزيارة الشركات تكون بسبب تقديم التوجيهات والمعلومات والتأكد من الجودة.

جدول رقم (79) في حالة الإجابة بلا عدم وجود برنامج زيارة من قبل الوزارات

النسبة	التكرار	عدم وجود برنامج للزيارة
100		عدم وجود برنامج للزيارة

جدول رقم (18) وضح من السؤال رقم (15) في الاستبيان أن هناك زيارة في عدد الشركات المستثمرة في مجال إنتاج فروج اللحم خلال العشرة سنوات الأخيرة (2008-2018) بنسبة 25% - 50% من إجمالي عدد الشركات.

جدول رقم (80) ازدياد معدل شركات فروج اللحم في العشرة سنوات الأخيرة

النسبة	التكرار	زياده الشركات
100	5	زياده عدد الشركات

يوضح الجدول أعلاه اتجاه عدد المستثمرين في السنوات الأخيرة في مجال إنتاج فروج اللحم بنسبة 100% عنه في السنوات الماضية.

جدول رقم (81) توقف بعض الشركات عن الإنتاج

النسبة	التكرار	توقف الشركات عن الإنتاج
20	1	إرتفاع التكاليف
60	3	إرتفاع التكلفة + عدم وجود أرباح
20	1	المنافسة الحادة

من الجدول رقم (19) نجد أن 80% من الوزارات تري سبب توقف بعض الشركات عن الإنتاج هو إرتفاع التكلفة وقلة الأرباح.

جدول رقم (82) استيراد فروج اللحم

النسبة	التكرار	استيراد فروج اللحم
20	1	إكتفاء السوق المحلي
20	1	تشجيع المنتج المحلي
60	3	إكتفاء السوق + تشجيع الإنتاج

من الجدول أعلاه نجد أن 60% من الوزارات تعزي سبب عدم استيراد فروج اللحم الي اكتفاء السوق المحلي وتشجيع الإنتاج المحلي.

الجدول رقم (83) تصدير فروج اللحم

النسبة	التكرار	هل يوجد تصدير لفروج اللحم
100	5	نعم
0	0	لا

من الجدول أعلاه نجد أنه يوجد تصدير لفروج اللحم لبعض الدول الإفريقية المجاورة بنسبة 100
الا أن الكميات ضعيفة نسبة الإرتفاع تكاليف الإنتاج مما يؤثر علي المنافسة في السعر العالمي.

الخاتمة

أجريت الدراسة لبعض المشاكل والمعوقات الاقتصادية والإنتاجية لشركات إنتاج فروج اللحم بولاية الخرطوم وبعد تحليل الإستبيان الخاص بالشركات والوزارات ذات الصلة لإنتاج فروج اللحم وغرفة الدواجن تبين أن أهم المشاكل التي تعوق عملية الإنتاج وتؤثر علي الجدوى الاقتصادية تمثلت في ارتفاع تكاليف الإنتاج وارتفاع أسعار الماء والكهرباء وعدم توفر الكتاكيت بصورة دائمة خلال العام فضلا عن انخفاض الكفاءة التحويلية المقاومة لبعض السلالات كذلك عدم الزام بعض الشركات بتصنيف نظام الأمن الحيوي نجد أن 17.1% فقط من الشركات ملتزمة بتطبيق الأمن الحيوي وفق اللوائح والقوانين أما في جانب تسويق فروج الاحم نجد أن ازدياد الشركات المنتجة للحم في السنوات العشر الأخيرة بنسبة 100% زادت من حدة المنافسة مما اضطر بعض الشركات لتخزين إنتاجها وأن الشركات ذات الانتاج العالي والتي يوجد لديها مجازر اليه وعربات توزيع ومعامل تصنيع يكون حجم مبيعات منتجاتها اكثر من غيرها .

موسمية الإقبال والطلب علي الفراخ بسبب كساد في بعض مواسم العام.أما من ناحية تصدير فروج اللحم وجدت الدراسة أن التكلفة الكبيرة وعدم مطابقة بعض المجازر المواصفات العالمية يقلل من المنافسة العالمية وأن عملية التصدير تتم فقط بنسبة 5.7% من مجموع الشركات .

ثانياً: التوصيات:

1. المساهمة في توفير مدخلات الإنتاج بأسعار مناسبة.
2. دعم تصنيع المركبات محلياً.
3. دعم تصنيع اللقاحات وتطوير المعامل القومية.
4. تشجيع تربية وتوطين الجدود والأمهات لسلاسلات فروج اللحم العالمية بالسودان.
5. الاهتمام بالاجتماعات الدورية بين الشركات والوزارات ذات الصلة بإنتاج فروج اللحم لمناقشة تطوير القطاع.
6. الالتزام بمتطلبات الجودة والسلامة الغذائية ورفع قدرات العاملين في هذا المجال ورفع الكفاءة.
7. تشجيع عملية تصنيع منتجات فروج اللحم بصورة تلبي رغبات المستهلك في الأسواق المحلية والعالمية.

المراجع:

1. إبراهيم مقداد محمد (1984م)، التكاليف في مجال التسويق مطبوعه أسد بغداد.
2. إدريس، عادل فرح، (2010)، وزارة الثروة الحيوانية والسمكية، ورقة اقتصاديات إنتاج الدواجن في السودان القاعة الكبرى بوزارة الثروة الحيوانية والسمكية والمراعي.
3. البديري، عادل سيد أحمد (2006م) الاستثمار في مزارع الإنتاج الحيواني، المطبعة الأولى، منشأة المعارف للطباعة والنشر، القاهرة مصر.
4. المنظمة العربية للتنمية الزراعية، 1984م
5. جامعة الدول العربية للتنمية الزراعية يوليو 1983م الجدوى الاقتصادية لمشروع إنتاج الأعلاف المركزة في السودان الخرطوم، السودان.
6. حمدي، أكرم زين العابدين محمود محمد (2013)، ندوة أهمية لحوم الدواجن كغذاء. قاعة الصداقة الخرطوم.
7. حمدي، حسين، (2004)، ورشة معوقات الإنتاج في مساكن الدواجن، قاعة الصداقة القاعة الإقليمية، الخرطوم، السودان.
8. خليل، إبراهيم إسماعيل 1983م تربية دجاج اللحم وإنتاجه، الطبعة الأولى، مطابع مديرية دار الكتب للنشر، الموصل العراق.
9. رحال، مصطفى، (2004) واقع صناعة الدواجن في سوريا، المؤسسة العامة للدواجن.
10. سامي، سعيد محمد 2001م الطبعة الأولى إنتاج داج اللحم دار الفكر العربي، القاهرة مصر.
11. سلطان محمد السيد 2005م الحديث في الإنتاج الداجن، الطبعة الأولى، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر
12. سناء حسن عبد الأخوة المسلماوي 28/11/2012 14:02:54
13. شقير -سلامه داؤود 1997م مشاريع الدواجن ضمان للمستقبل، دار علاء لدين الطبعة الأولى، دمشق سوريا
14. الشيخ، إسامة، عبد الرحمن، عبدالقادر، أنعوف، ميرغني عثمان (2000)، اقتصاديات إنتاج الدواجن في السودان -ورشة إنتاج الدواجن في السودان، الخرطوم، السودان.

15. عبداللطيف، فلاح حسن، (1998) إنتاج الدواجن وأسس العلائق، الطبعة الأولى، مطبعة الربيع حلب سوريا.
16. عزت عبدالقادر محمد، 2006م، الشركات التجارية، دراسة الفكر الجامعي، القاهرة مصر.
17. عمر، محمود إسحاق، الزبير، الفاضل، (2001)، بدائل المركبات - ورشة إنتاج الدواجن في السودان وزارة الثروة الحيوانية والسلمكية الخرطوم السودان.
18. غرفة الدواجن - اتحاد أصحاب العمل - ولاية الخرطوم (2016) التقارير السنوية.
19. غرفة الدواجن - اتحاد أصحاب العمل - ولاية الخرطوم (2019) التقارير السنوية.
20. مجلة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا السنة الثانية والثلاثون العدد 211، 2001، تربية الدواجن في السودان، ملف السودان.
21. مجلة دواجن الشرق وأفريقيا السنة الخامسة والثلاثون، العدد اغسطس 2014م.
22. مجله دواجن الشرق الأوسط أفريقيا السنة الرابعة والثلاثون، العدد 225، مايو 2012م
23. محمد، عثمان احمد عثمان (2013)، الممارسات الجيدة للمعايير في سلسلة المنتجات الغذائية ذات الأصل الحيواني، الطبعة الأولى، مطبعة أمدرمان الإسلامية، الخرطوم، السودان، ص: 33-45.
24. مصطفى كمال السيد 1999 أصول القانون التجاري دارالعلوم، الإسكندرية، مصر
25. مصطفى، النعمة عبد الخالق (2013)، الأمن الحيوي لتعزيز حماية نظم إنتاج الدواجن، الطبعة الأولى، دار الأمة للطباعة والنشر، أبوظبي، الإمارات، ص: 23-24.
26. مصطفى، كمال السيد (1999)، أصول القانون التجاري، دار العلوم للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، ص: 22-25.
27. مقداد إبراهيم محمد 1982، التكاليف في مجال التسويق، الطبعة الأولى، مطبعه أسد، بغداد، العراق .
28. وزارة الثروة الحيوانية الاتحادية تقارير 2016 و 2017 المكتب الفني للإنتاج الحيواني
29. وزارة الثروة الحيوانية والسلمكية والمراعي - الإدارة العامة لتنمية الإنتاج الحيواني - تقارير إدارة الدواجن للعام (2019).

30. وزارة الزراعة والثروة الحيوانية ولاية الخرطوم تقارير الإدارة العامة للمجازر والمسالخ.
31. <http://kenanaonline.com/users/poulryscience/aboutus2>
32. <http://www.aalameldawagen.com/aalameldawagen/NewsDetails.aspx?NID=1305&NT=2>. 06:35:56 2014 (مارس) وهي G.
33. <http://www.aalameldawagen.com/aalameldawagen/NewsDetails.aspx?NIDz1305&NT=2>.
34. www.google.laction Khorutom Sate .com ،(2019)
35. http://www.sudaneseclub-oman.com/vbforum/uploaded/17_1310197691.jpg
36. <http://www.equiti.com> 2019

بسم الله الرحمن الرحيم

إستبيان عن المشاكل والمعوقات الإقتصادية التي تواجه شركات إنتاج فروج اللحم بولاية الخرطوم

1/ ملكية الشركة :

ملكية فردية () شراكة مع قطاع خاص () مؤسسة حكومية () شراكة عربية سودانية () أخرى ()

2/ النوع : ذكر () انثي ()

3/ موقع الشركة : الخرطوم () بحري () أم درمان ()

4/ تاريخ الإنشاء

5/ ملكية الأرض:

ملك حر () إيجار () استثمار () أخرى () .

6/ مساحة الأرض (الشركة)

كبيرة () متوسطة () صغيرة ()

المستوي التعليمي : ثانوي () جامعي () فوق الجامعي ()

7/ إدارة التسويق :

مدير إداري () مديرتسويق () مدير إنتاج () أخرى () .

8/ التدريب: هل أنت متخصص في هذا المجال: لا () نعم ()

إذا كانت الإجابة بلا مانوع التدريب

دورات تدريبية خارجية () كورسات () دورات تدريبية داخلية ()

أخري () .

9/ هل يوجد هيكل إداري : () نعم () لا

إذا كانت الإجابة بلا () إدارة العمل سهلة لا تحتاج لذلك () تقليل التكلفة ()
إشراف مباشر من المكاتب ()

10/ نوع المنتجات:

لاحم () للاحم وبياض ()

11/ هل لديكم مزارع تعمل في مجال غير الإنتاج الداخني :

نعم () لا () إذا كانت الإجابة نعم لماذا؟

لتقليل التكلفة () زيادة الأرباح () إستغلال المساحة بالشركة ()

12/ إذا كانت الإجابة بلا

لماذا.....

مساحة الشركة صغيرة () إرتفاع تكلفة الإنتاج () عدم توفر السوق () اخرى ()

13/ العمالة: مؤهلة () مدربة تدريب جيد () تدريب عادي () غير مدرب ()

إذا كان العامل غير مدرب تقليل تكلفة الاجور () عدم الضرورة للتدريب () الشركة
مبتدئة ()

14/ نظام الإسكان المتبع :

مغلق () مفتوح () شبه مفتوح ()

15/ نوع التغذية: محلية ()

16/ في حالة المحلية:

تركيب داخل المشروع () شراء من مصانع متخصصة () شراء من وكلاء ()

17/ في حالة المستوردة:

أكثر جودة () قلة التكلفة () أخرى ()

18/ هل يوجد مصنع للعلف بالشركة () نعم () لا

19/ في حاله الإجابة بلا

(أ) تشتري المواد الخام وتصنع في مصانع تجاريه.

(ب) تشتري عليه جاهزه من السوق المحلي.

(ج) تشتري عليه مستورده.

20/ في حاله الإجابة بنعم:

تقليل التكلفة () ضمان عليه جيدة () توفر المواد الخام ().

21/ المركبات والإضافات العلفيه:

تستوردها الشركه () تصنع محلياً () تشتري من شركات محليه ().
أخري ().

22/ مصادر التمويل :

زاتي () بنكي () قروض () جهات مساهمة () أخرى ()

23/ إختيار السلالة يتم وفقاً إلي:-

اختبار السلالة () تجربة سابقة () التوفر () عالية التأقلم ()

24/ اللقاحات:-

محلية () مستوردة () الإثنين ()

25/ في حاله اللقاحات المحليه:-

الجودة () سهولة الحصول () قلة التكلفة () أخرى ()

26/ في حاله اللقاحات المستوردة:

قلة التكلفة () الجودة () سهولة الحصول () أخري ()

27/ الفاكسينات والتطعيمات:

محليه () مستورده ().

28/في حاله المحليه:

قلة التكلفة () سهوله الحصول عليها () الجودة ()

29/في حاله المستورده:

قله التكاليف () أكثر جودة () متوفره ().

30/ البعد عن أقرب شركة أو مزرعة:

1 كيلومتر () أكثر من كيلومتر () أقل من كيلومتر ()

31/ هل يوجد سور في الشركة في حالة الإجابة بنعم؟

أشجار () حائط () سلك () أخرى ()

32/ في حالة الإجابة بلا:-

كبر مساحة الشركة () بعد الشركة عن المزارع الأخرى () زيادة التكلفة ()

33/ هل توجد أنواع تربية حيوان داخل الشركة..... في حالة الإجابة بنعم حدد؟

طيور () حيوانات زراعية () حيوانات أخرى () أسماك ()

34/ التعقيم والتطهير يتم بواسطة :-

عمال الشركة () عمال من خارج الشركة () شركات متخصصة ()

35/هل تطبق نظام الأمن الحيوى:- () نعم () لا

36/ إذا كانت الإجابة نعم:-

الحد من إنتشار الامراض () سهولة إستخدام اسلوب الأمن الحيوى () التزام باللوائح والقوانين تحت إشراف بيطري ()

37/إذا كانت الإجابة لا:-

إرتفاع تكلفة تطبيق نظام الأمن الحيوى () عدم وجود أمراض () تسويق القطيع بسرعة () عدم أهمية الأمن الحيوي ()

38/مصادر الكهرباء- الطاقة

كهرباء عامة () مولد () طاقة شمسية () أخرى ()

39/ مصادر المياه:-

آبار جوفية () آبار إرتوازية () الأنهار () أخرى ()

40/ أسعار مدخلات الإنتاج (ماء – كهرباء) :

عالية () مناسبة () منخفضة ()

41/ السلالات:- ماهي أنواع السلالات المستخدمة في التربية:-

روس () هابرد () اربريكز () لوهمان () هايبرو () أخرى ()

42/ مصادر الكتاكيت:-

كتاكيت مستوردة () بيض مستورد () امهات خاصة بالشركة ()

43/ نسبة الفقس في البيض المستورد:-

عالية () متوسطة () ضعيفة ()

44/ نسبة الفقس في بيض الامهات:-

عالية () متوسطة () ضعيفة ()

45/ نسبة النفوق في الكتاكيت :

منخفضة () عالية ()

46/في حالة نسبة النفوق منخفضة :

مصدر الكتاكيت جيد () الالتزام بقواعد التربية () جودة اللقاحات () أخرى

حدد ()

47/ في حالة نسبة النفوق عالية :

عدم جودة مصدر الكتاكيت () عدم الالتزام بقواعد التربية () عدم جودة اللقاحات
() أخرى حدد ()

48/ الكمية المنتجة للسوق:

كبيرة () متوسطة () قليلة ()

49/ الكمية المنتجة بالطن للدورة الواحدة:

20 - 50 () 50 - 100 () 100 - 200 () أخرى ()

48/ تسويق الإنتاج :

يومي () إسبوعي () نصف شهري () شهري () أخرى ()

50/ هل يتم توزيع كل المنتج:

نعم () لا ()

51/ إذا كانت الاجابه نعم كيفيه البيع:

في نفس اليوم نقداً () بيع بالأجل () أخرى ()

52/ إذا كانت الإجابة بلا:

يتم تخزين المنتج لوقت لاحق () فتح اسواق جديده () يتم تصنيع المنتج ()

أخرى ()

53/ هل الكمية المنتجة تغطي إحتياجات السوق:

نعم () لا ()

54/ إذا كانت الإجابة بنعم:

كثره الإنتاج () قلته التكاليف () محدوديه السوق () أخرى ()

55/ إذا كانت الإجابة بلا:

عدم توفر مدخلات الإنتاج () إرتفاع التكلفة () زياده الطلب علي المنتج ()
أخري. ()

56/هل يتم التسويق مباشره للمستهلك:

نعم () لا ()

57/في حاله الإجابة بنعم:

توجد مراكز بيع خاصه بالشركه () عربات توزيع مباشره للمؤسسات والاسواق ()
وكلاء () وسطاء () سماسرة () أخرى ()

58/كيفية تحديد الاسعار:

بواسطه الشركه () من خلال الكميّه المطلوبه () السوق. () حسب ظروف السوق
() من خلال التكلفة () قوه المنافسين ().

59/هل توجد عربات توزيع خاصه بالشركه:

نعم () لا. ()

60/إذا كانت الإجابة بنعم:

تساعد للترويج للمنتج () فتح أسواق جديده للمنتج () للتحكم في إنسياب السلعه في
السوق () أخري. ()

61/إذا كانت الإجابة بلا:

الإنتاج قليل () لتقليل التكلفة () البيع داخل الشركه () أخري ()

62/هل هنالك مواسم يكون الطلب علي المنتج فيها اكثر من غيرها إذا كانت الإجابة بنعم:

الصيف () الشتاء () الخريف ()

63/لماذا في هذا الموسم:

إنخفاض سعر البيع () زياده الإستهلاك () أخري ()

64/الأوزان الاكثر طلباً في السوق:

اقل من 1كجم () 1كجم () اكثر من 2كجم. ()

65/هل هنالك كميات مرتجعه(مسترده)من المنتج

66/إذا كانت الإجابة بلا:

جوده المنتج () طول فتره الصلاحيه () سرعه التسويق ()

67/إذا كانت الإجابة بنعم:

يتم إبادتها والتخلص منها () يعاد تصنيعها () تباع لجهات () أخرى ()

68/هل يوجد مجزر خاص بالشركه:

نعم () لا. ()

69/في حاله الإجابة بنعم:

لضمان جوده المنتج () تقليل التكلفه () سهوله إداره المجزر () الإستفاده منه تجارياً للذبح للمزارع الاخري والشركات () التحكم في الإنتاج ().

في حاله الإجابة بلا:

التكلفه عاليه () الإنتاج قليل () قله تكاليف الذبيح في المجازر التجاريه () ذبح يدوي () أخرى ()

70/هل توجد معامل تصنيع وتقطيع داخل الشركه:

نعم () لا. ()

71/إذا كانت الإجابة بنعم:

الإستفاده من الفائض في الاوزان غير المرغوبه في الشراء () زياده الربحيه ()

زياده قنوات التسويق ()

72/إذا كانت الإجابة بلا:

لا يوجد إنتاج فائض () التكلفه العاليه للتصنيع. ()

قله الطلب علي الفراخ المصنعه. ()

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إستبيان عن المشاكل والمعوقات الإقتصادية التي تواجه شركات إنتاج وتوزيع الفراخ
اللاحم

استبانة للوزارات وغرفة الدواجن

1/ الجهة :

وزارة () غرفة دواجن () أخرى ()

2/ علاقتكم مع شركات فروج اللحم :

تصديقات () رسوم () تسهيلات () خدمات () أخرى ()

3/ رأيكم في شركات إنتاج فروج اللحم :

قوية () ضعيفة ()

4/ في حالة قوية لماذا :

هيكلها الإداري مكتمل () إنتاجها عالي () إنتاجها ذو جودة عالية () توزيع منتجاتها
عالي () أخرى ()

5/ في حالة ضعيفة لماذا :

ليس لها هيكل إداري واضح () ضعف الطلب علي منتجاتها () الكميات المنتجة
ضعيفة () أخرى ()

6/ رأيكم في شركات إنتاج فروج اللحم من الناحية الفنية :

مواكبة للتقنية الحديثة () ذات جودة عالية () غالبيتها شركات تقليدية () أخرى ()

7/ رأيكم في شركات إنتاج فروج اللحم من الناحية الإقتصادية :

مواكبة لطلب السوق () إنتاجها جيد () إنتاجها ضعيف () أسعار منتجاتها مناسب ()

مرتفعة الأسعار () تكاليف الإنتاج مرتفعة () أخرى ()

8/ هل هنالك قيود أو شروط لتسجيل الشركات وممارسة نشاطها :

نعم () لا ()

إذا كانت الإجابة نعم :

وجود قانون خاص للتسجيل () تسهيل عملية الرقابة والمتابعة () ضمان جودة المنتج ()
أخري ()

إذا كانت الإجابة لا :

عدم وجود قانون خاص للتسجيل () صعوبة عملية الرقابة والمتابعة () أخري ()
9/ هل هنالك رسوم مفروضة علي الشركات :

نعم () لا ()

إذا كانت الإجابة نعم :

قيمة موحدة لكل الشركات () نسبة محددة من رأس المال () أخري ()
إذا كانت الإجابة لا :

لتشجيع الإستثمار () حتي لا تؤثر في سعر المنتج () أخري ()
10/ هل تعقد إجتماعات دورية مع أصحاب الشركات :

نعم () لا ()

إذا كانت الإجابة نعم المدة الزمنية:

شهرية () ربع سنوية () نصف سنوية () سنوية () أخري ()
إذا كانت الإجابة لا لماذا :

عدم التزام اصحاب الشركات بالإجتماعات () صعوبة الإتصال بهم () عدم أهمية
الإجتماعات () أخري ()

11/ ماهي أهمية الإجتماعات الدورية مع الشركات :

الرقابة علي الأداء () تقديم التوجيهات () تطبيق التقانات () أخري ()
12/ هل لكم دور في توفير مدخلات الإنتاج :

نعم () لا ()

إذا كانت الإجابة نعم :

الرقابة علي المدخلات () تشجيع الإستثمار () أخري ()

إذا كانت الإجابة لا :

ضعف الموارد لديكم () عدم إلتزام الشركات بنوعية معينة من المدخلات () تأرجح السوق ()

أخري ()

13/ هل هنالك قوانين ملزمة ببرنامج معين :

نعم () لا ()

إذا كانت الإجابة نعم وضح :

التطعيمات والتحصينات () الزبيح () التعبئة () ترحيل ونقل المنتج () أخري ()

إذا كانت الإجابة لا وضح :

حسب برنامج الشركة المعينة () حسب أمكانية الشركة () عدم الأهمية () أخري ()

14/ هل تقوم الوزارة أو غرفة الدواجن بزيارات دورية للشركات :

نعم () لا ()

إذا كانت الإجابة نعم وضح :

للتأكد من جودة المنتجات () الرقابة علي تطبيق برنامج التطعيمات () تقديم التوجيهات والمعلومات () أخري ()

إذا كانت الإجابة لا وضح :

عدم توفر اليات الوصول لتلك الشركات () عدم تعاون إدارات الشركات () عدم أهمية مثل هذه الزيارات () أخري ()

15/ هل هناك نسبة زيادة في عدد الشركات المستثمرة في مجال إنتاج فروج اللحم خلال العشرة سنوات الأخيرة :

نعم () لا ()

إذا كانت الإجابة نعم حدد النسبة :

أقل من 25% () 25-50% () أكثر من 50% () أخري ()

إذا كانت الإجابة لا :

ارتفاع تكاليف الإنتاج () عدم وجود التمويل () ارتفاع الضرائب () أخرى ()

16/ هل هنالك شركات توقفت عن الإنتاج :

نعم () لا ()

إذا كانت الإجابة نعم لماذا :

عدم وجود أرباح () ارتفاع تكاليف المدخلات () المنافسة الحادة () أخرى ()

إذا كانت الإجابة لا لماذا :

إنخفاض تكاليف الإنتاج () زيادة الطلب على المنتجات () الأرباح العالية () أخرى ()

17/ هل يسمح بإستيراد فروج اللحم :

نعم () لا ()

إذا كانت الإجابة نعم لماذا :

أقل سعراً () أكثر جودة () عدم إكتفاء السوق المحلي () أخرى ()

إذا كانت الإجابة لا لماذا :

ارتفاع سعر المستورد () عدم جودة المستورد () إكتفاء السوق المحلي () تعقيد إجراءات

الإستيراد () أخرى ()

18/ هل يتم تصدير فروج اللحم ومنتجاته :

نعم () لا ()

إذا كانت الإجابة نعم لماذا :

الفراخ السودانية مطلوبة عالمياً () الأسعار منافسة عالمياً () سهولة إجراءات التصدير ()

المساهمة في الدخل القومي () أخرى ()

إذا كانت الإجابة لا لماذا :

الكميات المنتجة لا تكفي السوق المحلي () صعوبة إجراءات التصدير () عدم منافسة الفراخ

السودانية للسوق العالمية () أخرى ()