

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

العوامل المؤثرة على إنتاج وتسويق بيض المائدة
ولاية نهر النيل – السودان

Factors affecting production and
marketing of table eggs in
River Nile State - Sudan

بحث تكميلي مقدم لنيل درجة الماجستير في الإنتاج الحيواني في المناطق الحارة

إعداد:

علاء الدين محجوب خلف الله أحمد

إشراف الدكتور :

أسامة الشيخ يس

ديسمبر / 2021م – 1442هـ

الاستهلال

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال الله تعالى:

(قَالَ تَعَالَى: أَعُوذُ بِاللَّهِ مِنَ الشَّيْطَانِ الرَّجِيمِ ﴿ فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلْالًا

طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿ ١١٤ ﴾

صدق الله العظيم.

سورة النحل (الآية 114)

الإهداء

إلى من ابتهلوا بالدعاء إلى بالتوفيق
إلى والدي الحبيب والدي الغالي
إلى أساتذتي الأجلاء ،،،،، ينابيع العلم والفضيلة
... لكم صادق الحب ،،، وأعظم الاحترام والتجلي

إلى من كنتم دائما نهل العطاء
أخوتي وأخواتي

الشكر والتقدير

الحمد لله وكفى والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى
المبعوث رحمة للعالمين صلى الله عليه وسلم .
الشكر أولاً لله رب العالمين الذي وفقني للقيام بهذه الدراسة
على الأكمل والشكر والعرفان لكل من ساهم معي لإكمال هذا البحث
مشاركاً بمعلومة أو بكفارة.
وأخص بالشكر الجزيل للأستاذ الدكتور /

أسامة الشيخ يس

الذي بذل كل جهده معي لإكمال هذا البحث فأشكره على إرشاده
وتوجيهه وملاحظاته القيمة التي كانت نوراً لكتابة هذا البحث له
واسع الرحمة والمغفرة.

والشكر موصول للزملاء والزميلات
الذين وقفوا معي في جمع وتحليل استبيانات الدراسة الميدانية.

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع	رقم
I	الاستهلال	
II	الإهداء	
III	الشكر والعرفان	
IV	قائمة المحتويات	
VII	قائمة الجداول	
IX	قائمة الأشكال	
X	مستخلص البحث باللغة العربية	
XI	مستخلص البحث باللغة الانجليزية	
الباب الأول: المقدمة		
1	تمهيد	1-1
1	أهمية البحث	2-1
2	مشكلة البحث	3-1
2	مبررات البحث	4-1
2	أهداف البحث	5-1
2	الهدف الرئيسي	1-5-1
2	الأهداف الثانوية	2-5-1
3	فرضيات البحث	6-1
3	زمان البحث	7-1
3	منطقة البحث	8-1
3	مجتمع البحث	9-1

الباب الثاني: أدبيات البحث		
4	تعريف البيضة الطازجة	1-2
4	تركيب البيض	2-2
4	القيمة الغذائية للبيض	3-2
5	جودة البيض	4-2
5	تعريف الجودة	1-4-2
5	معايير جودة البيض	2-4-2
5	الجودة الخارجية	1-2-4-2
6	الجودة الداخلية	2-2-4-2
6	البقع اللحمية والدموية	3-2-4-2
7	الغرفة الهوائية المتحركة	4-2-4-2
7	المعاملات التي تحسن جودة البيض	3-4-2
7	التعبئة والتداول	1-3-4-2
7	النقل خلال فترة التسويق	2-3-4-2
8	العرض	3-3-4-2
8	المستهلك	4-3-4-2
8	التخزين	5-2
9	المواصفات والمقاييس السودانية	6-2
11	تسويق البيض	7-2
11	قنوات التوزيع	1-7-2
11	تعريف وظائف التسويق	2-7-2
12	تقسيم وظائف التسويق	3-7-2
12	تاريخ الدواجن بولاية نهر النيل	8-2
13	مشاريع الدواجن بولاية نهر النيل	9-2

14	الدراسات السابقة لانتاج الدواجن بولاية نهر النيل والخرطوم	10-2
الباب الثالث: طرق ووسائل البحث		
19	منهج البحث	1-3
20	طرق جمع البيانات	2-3
21	المسح الميداني	3-3
21	طريقة التحليل	4-3
الباب الرابع : النتائج والمناقشة		
22	نتائج تحليل استبيان الجهات الرسمية ذات الصلة	1-4
27	نتائج تحليل استبيان مربي الدواجن المبحوثين	2-4
38	نتائج تحليل استبيان مسوقي بيض المائدة (السوق)	3-4
44	نتائج تحليل استبيان مسوقي بيض المائدة (البقالات)	4-4
49	نتائج تحليل استبيان مستهلكي بيض المائدة	5-4
الباب الخامس : الخلاصة والتوصيات		
53	الخلاصة	1-5
54	التوصيات	2-5
55	المراجع باللغة العربية	3-5
57	المراجع باللغة الاجنبية	4-5

قائمة الجداول

رقم الصفحة	الموضوع	رقم
22	التوزيع التكراري للجهات الرسمية وفقاً للمواقع	1-4
22	التوزيع التكراري للجهات الرسمية وفقاً للعلاقة بصناعة الدواجن	2 - 4
23	التوزيع التكراري للجهات الرسمية وفقاً للاهتمام بصناعة الدواجن	3 - 4
24	التوزيع التكراري للجهات الرسمية وفقاً لنوع الخدمة المقدمة	4 - 4
25	التوزيع التكراري للجهات الرسمية وفقاً لوجود سجلات إنتاج الدواجن بالولاية	5- 4
26	التوزيع التكراري للجهات الرسمية وفقاً للمعوقات والمشاكل لصناعة الدواجن	6 - 4
27	التوزيع التكراري لمربي الدجاج البياض وفقاً للسمات الشخصية	7 - 4
29	التوزيع التكراري لمربي الدجاج البياض وفقاً لملكية الحظائر ونظم وتاريخ بداية التربية	8 - 4
32	التوزيع التكراري لمربي الدجاج البياض وفقاً للعلف ومصادر الكتاكيت	9 - 4
33	التوزيع التكراري لمربي الدجاج البياض وفقاً لنوع الاشراف العام والصحي للمزرعة	10 - 4
34	التوزيع التكراري لمربي الدجاج البياض وفقاً لأسباب النفوق وكيفية التعامل مع الأمراض	11 - 4
35	التوزيع التكراري لمربي الدجاج البياض وفقاً للتعامل مع النافق والروث	12 - 4
36	التوزيع التكراري لمربي الدجاج البياض وفقاً لمشاكل إنتاج بيض المائدة	13 - 4
37	التوزيع التكراري لمربي الدجاج البياض وفقاً للربحية وتشجيع الاستثمار	14 - 4
38	التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة (السوق) وفقاً للسمات الشخصية	15 - 4
39	التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة (السوق) وفقاً لشراء البيض المنتج من المزارع	16 - 4

40	التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة (السوق) وفقاً لتداول بيض المائدة	17- 4
45	التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة (السوق) وفقاً للبيع والعرض	18- 4
42	التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة (السوق) وفقاً للمشاكل والمعوقات التسويقية	19- 4
43	التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة (السوق) وفقاً للربحية والاستثمار	20- 4
44	التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة (بقالات) وفقاً للسّمات الشخصية	21- 4
45	التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة (بقالات) وفقاً للتداول	22- 4
46	التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة (بقالات) وفقاً لشراء البيض المنتج من المزرعة	23- 4
47	التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة (بقالات) وفقاً للمشاكل والمعوقات التسويقية	24- 4
48	التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة (بقالات) وفقاً للربحية والاستثمار	25- 4
49	التوزيع التكراري لمستهلكي بيض المائدة وفقاً للسّمات الشخصية	26- 4
50	التوزيع التكراري لمستهلكي بيض المائدة وفقاً لذوق المستهلك والتفضيل	27- 4
51	التوزيع التكراري لمستهلكي بيض المائدة وفقاً لأفضلية الشراء	28- 4

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	الموضوع	رقم
24	نسبة تمويل مزارع الدواجن في مشاريع التنمية	1-4
52	أسباب اختيار بيض المائدة	2-4

المستخلص

تمت دراسة العوامل المؤثرة على إنتاج وتسويق بيض المائدة بولاية نهر النيل في الفترة من

(أكتوبر 2020 –ديسمبر 2021م) حيث تم اختيار ثلاثة محليات تمركزت فيها مشاريع إنتاج بيض المائدة وهي (عطبرة ، الدامر وبربر). اشتملت الدراسة على 15 عينة من الجهات ذات صلة بصناعة الدواجن وهي دائرة الثروة الحيوانية ، دائرة الاستثمار و المصارف ، 14 عينة من منتجي بيض المائدة، 30 عينة من تجار بيع بيض المائدة بالتجزئه ، 15 عينة من تجار البقالات و 30 عينة من مستهلكي بيض المائدة في أعمار ومستويات تعليم مختلفة كل هذه العينات تم اختيارها عشوائياً.

تم تصميم استبيانات وتوزيعها علي الجهات المختارة ومن ثم جمعها وتحليل البيانات المتحصل عليها بواسطة تحليل التباين باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS16).

أوضحت النتائج أن استراتيجيات التنمية للجهات ذات الصلة بصناعة الدواجن كانت ضعيفة جداً وذلك من ناحية الخطط والزيادة التمويلية السنوية من حيث توفير المساحات وتوفير مدخلات الإنتاج. وأشارت النتائج ايضاً الي ان الخدمة المقدمة من دائرة الثروة الحيوانية تمركزت في الخدمات الإرشادية فقط . كما عكست النتائج أن أكبر معوقات ومشاكل الإنتاج في الولاية تمثلت في ارتفاع تكاليف مدخلات الإنتاج (الكتاكيث والاعلاف). أوضح تجار بيع التجزئة إلى أن أكبر معوقات التسويق تمثلت في تذبذب الأسعار وضعف الانتاج المحلي من بيض المائدة بالإضافة لإعتماد السوق على البيض الوارد من خارج الولاية ووجدت الدراسة أن معظم المستهلكين يفضلون البيض الأبيض اللون والمختوم الوارد من خارج الولاية كما لاحظت الدراسة ارتفاع المستوى التعليمي لمعظم منتجي بيض المائدة بالولاية.

خلصت الدراسة إلى أهمية تشجيع الاستثمار في إنتاج بيض المائدة داخل الولاية والعمل علي توفير مدخلات الإنتاج (الكتاكيث والاعلاف).

Abstract

Factors affecting production and marketing of table eggs in Nile River State during the period between October 2020 to December 2021 has been studied. Three localities in which table egg production projects concentrated were selected, these localities are, Atbara, Al-Damir and Barbar. The study included 15 related agencies, these are (Animal resources department, Investment authority and Banking Department), 14 from table egg producers, 30 table egg retailers, 15 grocery dealers and 30 table egg consumers with different ages and educational level. All Samples were selected randomly. Five questionnaires were designed and distributed to the selected samples. Data collected were analyzed by ANOVA using statistical package for social science (SPSS16). The results revealed that the development strategies of the related agencies are very weak based on planning strategies beside increased annual investment, provision of land and production inputs. The study elucidated that extension services are the main services provided by the animal resources department. The study showed that the main obstacles and problems that faced table eggs production in the state were the high cost of production inputs and prices fluctuation. Retailers explained that the big problems of table eggs marketing concentrated on prices fluctuation, low production in the state and table eggs imported from outside of the state. The study explain that most of the consumers preferred white and stamped imported table eggs. The study noted the highest educational level of the most table eggs producers. The study concluded that the importance of encouraging investment in table eggs production in the state and provision of production inputs (Chicks and feeds).

الباب الأول المقدمة

1 - 1 تمهيد :

تشكل الثروة الحيوانية جزءاً أساسياً ومهماً في القطاع الزراعي حيث لا تقل أهميتها عن الجانب النباتي وتشكل الدواجن جزءاً مهماً من الثروة الحيوانية، يعتبر قطاع الدواجن الأكثر تطوراً حيث شهدت صناعة الدواجن في السودان تطوراً كبيراً بدخول الاستثمارات الوطنية والأجنبية ، وذلك استجابة للطلب المتزايد لمنتجات الدواجن والناج عن النمو السكاني والاقتصادي وتحسين المستوى المعيشي بالإضافة الي اتباع الثقافة الغذائية لدي المستهلك. وتطورت صناعة الدواجن في الأعوام الأخيرة من حيث السلالات والإنتاج والتغذية والاسكان . ويعود ذلك التطور إلي توفير المقومات اللازمة لتربية الدواجن من امكانيات طبيعية وبيئية حيث تتوفر الأرض والمساحة الصالحة والمياه الجوفية والسطحية والمساحات المزروعة والاعلاف .

شهدت ولاية نهر النيل في العشرة سنوات الأخيرة تطوراً واضحاً أثر علي تغيير سلوك انسان الولاية الغذائي وحجم الاستثمار والترويج له في مجال صناعة الدواجن وإدخال نظم مختلفة للتربية مما أدى إلي ارتفاع الانتاج والانتاجية والعائد الاقتصادي وتطوير نظم المعلومات والمعلوماتية والاهتمام بتسويق المنتجات وتسهيل الوصول إليها . ولكن في الفترة الأخيرة تلاحظ تجفيف معظم الحظائر وتوجه المربين إلي مهن أخرى وكانت هذه الدراسة لمعرفة العوامل التي تؤثر علي أنتاج وتسويق بيض المائدة في ولاية نهر النيل عبر البحث في المشاكل والمعوقات التي تحدد تنمية هذه الصناعة من خلال مفاهيم الفئات المختلفة (الجهات ذات الصلة ، مربي الدجاج البياض ومسوقي بيض المائدة .

1-2 أهمية البحث:

- ❖ معرفة العوامل التي تؤثر علي إنتاج وتسويق بيض المائدة ولاية نهر النيل.
- ❖ والمساهمة في تنمية وتطوير مستقبل صناعة الدواجن من خلال تحليل المعلومات من فئات مختلفة (جهات حكومية ذات صلة، مربين ، مسوقين، بقالات ، اسواق، مستهلكين) .

3-1 مشكلة البحث:

يعتبر بيض المائدة أحد منتجات الدواجن ومصدر مهم للبروتين ومن أرخص السلع في العالم ومرتفع في السودان بالرغم من الإمكانيات المساعدة لزيادة الإنتاج وإمكانية التوسع فيه ولكن تلاحظ تجفيف معظم الحظائر وتغير المربين لمهن أخرى. إذ نجد أن هنالك مشكلة فعلية خاصة في ولاية نهر النيل بين توظيف الإمكانيات المتاحة وبلوغ مستوي الإنتاج الفعلي المريح والذي يعمل علي توفير المنتج بأسعار مقبولة للمستهلك.

4-1 مبررات البحث:

1. ملاحظة تذبذب أسعار المنتج وارتفاعها رغم الطلب المتزايد عليها وعدم الوفرة علي مدار العام.
2. خروج بعض مربي الدجاج البياض من الإنتاج وتجفيف مزارعهم.
3. عدم وصول التمويل للمربين .

5-1 أهداف البحث:

1-5-1 الهدف الرئيسي:

التعرف علي العوامل التي تؤثر علي إنتاج وتسويق بيض المائدة بولاية نهرالنيل من خلال دراسة ميدانية وبالاستبيانات علي عينة عشوائية وذلك للمساهمة في قياس تنمية وتطور صناعة الدواجن بولاية نهر النيل.

2-5-1 الأهداف الثانوية:

1. توصيف وتقييم الوضع الراهن لمزارع بيض المائدة بولاية نهر النيل.
2. معرفة السلوك المعرفي للمربين ودعم الإنتاج والتسويق والاستهلاك.
3. تحديد معوقات ومشاكل الإنتاج ووضع مقترحات الحلول.

6-1 فرضيات البحث:

وجود علاقة ارتباط بين العوامل التي تؤثر علي إنتاج وتسويق بيض المائدة ونظم التربية والسّمات الشخصية لمربي الدجاج البياض بالولاية .

7-1 زمان البحث:

تم هذا البحث في الفترة من 1/10/2020 وحتى 1/12/2021م.

8-1 منطقة البحث:

تمت الدراسة في ولاية نهر النيل وأخذت ثلاثة محليات (الدامر، عطبرة، بربر) من اجمالي سبعة محليات بالولاية وذلك لتمرکز صناعة الدواجن بهذه المحليات.

9-1 مجتمع البحث:

1. الجهات الرسمية (وزارة الزراعة والثروة الحيوانية) ذات الصلة بصناعة الدواجن.
2. مزارع الدجاج البياض بأنماطها المختلفة.
3. الشركات التسويقية والمحلات التجارية.
4. المستهلكين.

الباب الثاني

أدبيات البحث

1-2 تعريف البيضة الطازجة :

أوردت المواصفة السودانية (الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس 2007/751) تعريف البيض الطازج: "هو البيض المنتج حديثاً (4-7) أيام من دجاج سليم صحياً والذي يتميز بعدم تغير خصائصه الطبيعية أو مكوناته ولم يعالج بأي من الطرق المتبعة في حفظ البيض".

2-2 تركيب البيض:

تتكون البيضة من أربعة أجزاء رئيسية هي الصفار Yolk والبياض (الألبومين) Albumen وأغشية القشرة Shell membranes والقشرة Shell.

يتم تكوين الصفار بالكبد ويتم ترسيبه في شكل عنقود بالبيض، وقطر الصفار حوالي 34 مليمتراً، ويحاط بغشاء الصفار Vitelline membrane (كامل، 2005).

وأثناء مرور الصفار بقناة المبيض يتم إفراز البياض لتغطية الصفار الذي يتحرك إلى أسفل قناة المبيض باتجاه الغدة القشرية Shell gland حيث تفرز القشرة السمكية. (الهدمي، 1994)

2-3 القيمة الغذائية للبيض:

أورد الهدمي (1994) مقارنة بين القيمة الغذائية للبيضة الواحدة مع المقررات الغذائية التي يحتاجها الشخص البالغ حيث أوضح أن البيضة تعطي 155 من الاحتياج اليومي من البروتين و4% من الكالسيوم و13% من الحديد و15% من الفسفور ونسبة 2-12% من فيتامين D و2-3% من فيتامين B₂.

أورد Abdel Wahid أن البيض يعد ضمن قائمة الأغذية ذات القيمة البيولوجية العالية وذلك لمحتواه من العناصر الغذائية والكيميائية المكونة له.

ويعتبر البيض مصدراً غذائياً غنياً بالبروتين ذو الجودة المرتفعة حيث يحتوي علي الأحماض الأمينية الأساسية وأيضاً الأملاح المعدنية والفيتامينات. (www.subiavet.com, 2010)

4-2 جودة البيض:

1-4-2 تعريف الجودة:

تعريف (Kramer, 1951) الجودة هي بعض الخصائص التي يجب توفرها في الغذاء والتي تلبى رغبة ومتطلبات المستهلك .

مصطلح جودة البيض يشير إلي عدة معايير تحدد نوعية البيض مثل خصائص قشرة البيض ونوعية الألبومين والصفار والقوام واللزوجة والخلو من البقع الدموية، كل هذه الخصائص وغيرها يجب أن تحدد وعلي أساسها يتم تدرج جودة البيض (Koelkebeck, 2005).

هذا وقد أورد (Forbes, 2002) أن لون الصفار ونظافة القشرة وتماسك وتناسق البياض ووزن البيضة تعتبر الخصائص الأكثر أهمية للجودة بهذا الترتيب لدي المستهلك وتعتبر قوة القشرة وحجم الصفار مهمة في الترتيب، أما لون القشرة فلا يعتبر مهماً.

2-4-2 معايير جودة البيض:

تحدد جودة البيض من خلال ثلاث معايير: الجودة الخارجية، الجودة الداخلية، والفحص الضوئي.

1-2-4-2 الجودة الخارجية:

تشمل قياس الحجم والشكل والوزن ولون القشرة والقوام والنظافة وتجانس البيض في درجة واحدة، هنالك مفهوم أن البيض صغير الحجم مرتفع الجودة الداخلية مقارنة بالبيض الكبير الحجم وهو

مفهوم غير صحيح لأن الحجم هو العامل الأهم في تحديد سعر البيض في أي سوق.
(Ensminger, 1980).

ووزن البيض يرجع إلي عدة عوامل مثل السلالة، عمر الطائر، ودرجة حرارة المحيط ففي أفريقيا الوزن بين الوزن بين 35-65 جرام، وفي أوروبا بين 45-70 جرام. (Jacobott et al, 2003).
القشرة يجب أن تكون خالية من الشقوق والكسور حتي لا تسبب تلوث البيضة، كذلك يجب أن تكون نظيفة، أيضاً يجب أن يكون متجانساً، فالشكل يلعب دوراً هاماً والمستهلكون بعضهم يفضل اللون البني وبيعضهم اللون الأبيض وفي كل قطر هنالك لون مفضل (Hosting, 2003).التسويق والتعبئة والتداول حيث أن الشكل غير البيضواوي عرضة للكسر أثناء التداول.

2-2-4-2 الجودة الداخلية:

أفضل طريقة لتحديد الجودة الداخلية هي كسر البيضة علي طبق مسطح زجاجي ومقارنة خصائص البياض والصفار مع معايير الجودة القياسية المختلفة، وفي التسويق هذه الطريقة تستخدم كقاعدة فقط، حيث تستخدم الطرق الأخرى التي لا تحتاج إلي كسر القشرة مثل الكشف الضوئي والمعايير الخارجية (Mindere, 1990).

2-2-4-3 البقع اللحمية والدموية :

من أهم صفات الجودة الداخلية للمستهلك عدم وجود البقع اللحمية والدموية ، التي تفسر بأن الدم يتسرب إلي الصفار أثناء عملية تكوين البيضة . والبقع اللحمية عادة تأتي في مرحلة قناة البيض وأثناء تكوين الالبومين وهي غير مقبولة لدي المستهلك وهاتان الصفتان ترجعان إلي خصائص وراثية وإلي اختيار القطيع ولها ارتباط بالتغذية ولها فايتمين K بمستويات عالية (Anthony 2001).

2-4-2-4 الغرفة الهوائية المتحركة :

في الطبيعة توجد الغرفة الهوائية في الطرف العريض من البيضة ولكن في بعض الأحيان تكون الغرفة الهوائية داخل البيضة ومن ثم تنفذ خلال الغشاء الداخلي في شكل فقاعات (2010 , com.maff.gov.uk).

2-4-2-3 المعاملات التي تحسن جودة البيضة :

2-4-2-1 التعبئة والتداول :

يجب تعبئة البيض في أطباق أو صواني أو صناديق نظيفة ، والصواني أو الصناديق المتعفنة والقذرة أو المبتلة بالماء قد تسبب تلوث بكتيري أو روائح غير طبيعية .

يعبأ البيض بحيث يكون النهاية العريضة لأعلي وذلك الأسلوب يعمل علي أن يظل الصفار في الوضع الطبيعي ويساعد في المحافظة علي النوعية وتحاشي الهز والارتجاج الأكثر من اللازم والذي يعمل علي تكوين خلية هوائية مكسورة أو تذبذب من جانب إلي آخر أو تلف التركيب العام الداخلي للبيضة (قمر وسامي 1994) .

2-4-2-3-2 النقل خلال فترة التسويق :

للاحتفاظ بأعلي نوعية يجب تداول البيض ونقله بسرعة خلال قنوات التسويق ويتطلب ذلك التداول السريع في محطة التدرج مع امكانيات التبريد المناسب والرطوبة المنتظمة في حجرة التخزين . النقل السريع بواسطة السيارات الي محطة التدرج إلي مراكز توزيع الجملة والقطاعي والتوريد المتكرر إلي تجار التجزئة علي الأقل مرتين أو ثلاث إلي خمسة مرات أسبوعية (قمر وسامي 1994) .

2-4-3-3 العرض :

تاجر التجزئة له دور هام في المحافظة علي نوعية البيض علي الرغم من أن الكثيرين لا يعتقدوا ذلك ورفوف عرصه تكون دافئة وغير مبردة ، علي ذلك كل متجر تجزئة يجب أن يكون لديه مسطح تخزين كاف مبرد وبيع وعرض البيض من رفوف عرض مبردة بحيث يكون معدل الفقد في النوعية بأقل قدر (قمر وسامي 1994) .

2-4-3-4 المستهلك :

يجب أن يحفظ البيض في ثلاجة منزلية حتي الحاجة إليه حيث أن البيض ينحدر بسرعة في النوعية إذ يحفظ عند درجة حرارة الغرفة . ولضمان أن يكون البيض جيداً يجب اتباع الطرق الصحية في المعاملة وهي ضرورية في المنزل عند استعمال بياض البيض أو صفاره في اعداد الأغذية (قمر وسامي 1994) .

2-5 التخزين : أورد (Sreenivasaih, 2006) أن البيض يجب أن يخزن في درجة حرارة ما بين $10-15^{\circ}\text{C}$ والأبحاث أثبتت وجود معدل نمو *Salmonella enteritidis* في البيض كاستجابة مباشرة للحرارة أثناء التخزين ولكن عند درجة حرارة 4.4°C تقل مقاومة *Salmonella enteritidis* للتجميد يبطئ تكاثر الميكروبات علي قشرة البيضة. التخزين الآمن يفضل أن يكون في درجة حرارة بين $4.4-7.2^{\circ}\text{C}$ والرطوبة النسبية تكون 80% للحفاظ علي الوزن وإيقاف النمو الميكروبي أثناء التخزين حيث يقل الوزن ويكبر حجم الغرفة الهوائية.

أوضح (Hassan & Aylin, 2009) أن بعد فترة تخزين 3-7-10 و 14 يوماً علي درجة حرارة أوضححت النتائج أثراً سلبياً علي فقدان الوزن ، معامل البياض ومعامل الصفار ووحدات هاف مع

ملاحظة زيادة الأثر علي فقدان الوزن والأس الهيدروجيني للبياض والصفار، أوصت الدراسة إلي أن التخزين المبرد (Chilling) هو أضمن طريقة لحفظ البيض طازجاً ونضراً.

أورد(Jones & Mugrove, 2005) حيث تم تخزين البيض تحت درجة حرارة 4°C لمدة 10 أسابيع انخفض فيها وزن البيض من 61 إلي 57 جرام وانخفض ارتفاع الألبومين من 7.05 إلي 4.85 ملليمتر وانخفضت وحدة هاو من 82.59 إلي 67.43 ولم تجد الدراسة أي فروقات معنوية من قوة القشرة ورغم هذه الانخفاضات إلا أن الدراسة خلصت إلي أن درجة جودة البيض لازالت في الحدود المعيارية المقبولة.

وهناك طرق لتخزين بيض المائدة منها (التبريد ، التبريد في وجود ثاني أكسيد الكربون ، المعاملة بالزيت ، التجميد ، التجفيف ، الحفظ بماء الجير وسلكات الصوديوم) .

2-6 المواصفات والمقاييس السودانية:

تحدد المواصفة السودانية للبيض الطازج (الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس، مواصفة 2007/751) تحدد التصنيف والمتطلبات الصحيحة ومتطلبات مراكز التعبئة والنقل والتخزين.

والتصنيف الوارد في المواصفة يأخذ بطريقتين للتصنيف:

1. تصنيف البيض الكامل الطازج علي أساس الجودة ويشمل:

- الصنف الممتاز Class AA
- الدرجة الأولى Class A
- الدرجة الثانية Class B

2. تصنيف علي اساس الوزن ويشمل : حسب المواصفة السودانية رقم 2007/751

الدرجة	وزن البيضة بالجرام
جامبو	70 جرام فأكثر
كبير جداً	69 - 65
كبير	64 - 60
متوسط	59 - 55
صغير	49 - 45
تحت الصغير	أقل من 45

(عبده وآخرون 1990)

7-2 تسويق البيض:

ذكر (Ensminger, 1980) مفهوم تسويق البيض يشمل بيع وشراء وتداول وتوزيع البيض من نقطة الإنتاج وحتى الوصول للمستهلك.

وأيضاً اهتم بمرحلة الإنتاج التي تؤثر في جودة البيض، المستهلك يبحث عن خصائص معينة في المنتج وفي التعبئة، يجب توفرها في المنتج لكي يتم تسويقه، وبين هذين الطرفين تدخل عدة عمليات تشمل التدرج، النقل، التجهيز، التخزين، الجوانب المالية، نظم الشراء، التوزيع، بيع الجملة، المفرد، السعر الممكن، وتتعدد العمليات التسويقية حتي يصل البيض إلي المستهلك بالجودة المطلوبة.

1-7-2 قنوات التوزيع: (Achrya&Agrawal, 1999)

- ✓ من المنتج إلي المستهلك.
- ✓ من المنتج إلي تاجر التجزئة إلي المستهلك.
- ✓ من المنتج إلي تاجر الجملة إلي تاجر التجزئة إلي المستهلك.
- ✓ من المنتج إلي الجمعيات التعاونية إلي تاجر الجملة إلي تاجر التجزئة إلي المستهلك.
- ✓ من المنتج إلي مصنع تجفيف البيض.

2-7-2 تعريف وظائف التسويق:

الوظائف التسويقية هي الخطوات التي تؤدي أثناء عملية تجميع وتوزيع أو تصريف السلع والخدمات الاقتصادية أو هي المهام التي أثناء انتقال المنتجات الزراعية إلي المستهلكين ويضم جميع الجهود المبذولة لإضافة المنافع الحيازية والمكانية والزمانية للسلع.

2-7-3 تقسيم وظائف التسويق:

- وظيفة تتعلق بالتبادل وتضم الشراء والبيع.
- وظيفة تتعلق بالتوزيع وتشمل النقل والتخزين.
- وظائف تسهيلية وتضم:
 - التدرج والمماثلة.
 - التصنيع والتجهيزات التجارية.
 - التمويل للعمليات.
 - تحمل المخاطر.
 - معلومات السوق.
 - التسجيل والمحاسبة التسويقية. (إمام، 2001).

2-8 تاريخ الدواجن بولاية نهر النيل :

بدأت تربية الدواجن بالتربية المنزلية للدجاج البلدي لتلبية احتياجات الأسر من البيض واللحوم كما يتم الاستفادة منها في الدخل وذلك ببيعه أو بيع منتجاتها في الأسواق المحلية وشراء الاحتياجات الأخرى ، تطورت التربية بإدخال السلالات الأجنبية وإدخال نظم التربية في الحضائر المفتوحة بشكل تجاري وقد ساهم توفر الأعلاف في نشر ثقافة تربية الدواجن وتغيير ذوق المواطن نحو استهلاك لحوم الدواجن وأصبح يتناولها بعد طهيها بطرق مختلفة، أكد يسن (2011) في الفترة من 1926 - 1950 تم انشاء وحدة الدواجن والألبان بمنطقة عطبرة وهي لا زالت حتى الآن ، وقد توسعت الولاية في تربية الدواجن إذ قامت مشاريع كبيرة وشجعت ميزات الولاية المستثمرين في ولوج صناعة الدواجن .

2-9 مشاريع الدواجن بولاية نهر النيل :

1. مشاريع الخريجين بتنفيذ صندوق تشغيل الخريجين بتمويل مصرفي لكل محليات الولاية .
2. مجمعات الزهراء محلية شندي .
3. مزرعة كورال لإنتاج الأمهات والدجاج البياض محلية المتمة .
4. مزارع القطاع الخاص (الآفاق الأوسع عطر ، الأمن الغذائي عطبرة والدامر ، مزارع شندي ، مزارع بربر) . (تقرير وزارة الإنتاج والموارد الاقتصادية ولاية نهر النيل 2017)

10-2 الدراسات السابقة لإنتاج الدواجن بولاية نهر النيل والخرطوم :

(عائشة 2019) حاضر ومستقبل فروج اللحم بولاية نهر النيل في الفترة من اكتوبر 2018 م الي نوفمبر 2019 م في المحليات الدامر وعطبرة و بربر خلصت الدراسة الي ان المهدهدالرئيسي لصناعة الدواجن في ولاية نهر النيل هو ارتفاع تكلفة مدخلات الإنتاج اذ اتفقت في ذلك كل الفئات المبحوثة وكذلك ضعف الاهتمام بصناعة الدواجن وقلة المساحات المخصصة. ومن أهم المقترحات والرؤية المستقبلية لفروج اللحم للجهات ذات الصلة المبحوثين تمثلت في تخصيص مساحات لصناعة الدواجن، سن و تفعيل القوانين واللوائح، الغاء الضرائب والرسوم الجمركية من مدخلات الإنتاج، تخصيص نسبة واضحة من التمويل الحكومي والمصرفي ، تشجيع مراكز البحوث، دعم مدخلات الإنتاج وتقوية الجهاز الارشادي. ومن اهم مقترحات المستهلكين الاهتمام بدعم المنتجين، انشاء المجازر، الاهتمام بتوضيب المنتج وجودته، توفير اماكن توزيع للبيع المخفض، الاهتمام ببيع التجزئة تطوير المنتج من حيث الاسم والعنوان وازضافة مميزات ومواصفات وتعبئة جديدة الاهتمام بالمنتجات الأخرى وتوفيرها علي مدار العام. من خلال المسح الميداني تلاحظ ان اغلب الامراض السائدة الالتهابات والسالمونيلا . مما يشير الي ضرورة تصافر الجهود ومزيديا من البحوث لتنمية وتطوير صناعة الدواجن وإستغلال الموارد المتاحة لها بولاية نهر النيل .

اجري (حبيب 2018) واقع و تحديات مزارع إنتاج البيض بولاية نهر النيل أجريت الدراسة في محلية عطبرة وكان الهدف الرئيسي من الدراسة التعرف علي واقع وتحديات مزارع الدجاج البياض خلال العام 2017-2018 اعتمدت الدراسة علي طريقة المسح بالعينة لجمع البيانات الاولييه باستخدام الاستبيان المخصص لها بالإضافة الي المقابلات الشخصية للمنتجين بالمحلية، أما البيانات الثانوية فقد تم جمعها من وزارة الزراعة والثروة الحيوانية ووزارة الاستثمار بالإضافة لعدد من المواقع ذات

الصلة في شبكة الانترنت. وخلصت الدراسة إلى أن المههد الرئيسي لإنتاج بيض المائدة في الولاية هو إرتفاع تكاليف مدخلات الإنتاج وقلة التمويل الحكومي.

(السرف 2015) الكفاءة الفنية والاقتصادية لإنتاج بيض المائدة بولاية الخرطوم، السودان. هدفت

هذه الرسالة الدراسة الوضع الراهن وتحديد معوقات إنتاج مزارع الدجاج البياض بولاية

الخرطوم موقياس الكفاءة الفنية والتوظيفية والاقتصادية لهذه المزارع ومعوقاتها. واعتمدت الدراسة

فيتحقيقاً هدفها علي التحليل الاقتصادي الوصفي وكذلك التحليل الاقتصادي الكمي بصفة

خاصة علي نموذج تحليل مغلفات البيانات (DEA) ، ودالة الإنتاج المجالية العشوائية

(هنادي 2015) اجرت دراسة علي المسح الميداني للمبنيين طريقا لاستبيان علي 45 من صغار ومتوسطي

مزارع عيروج الحنف بولاية الخرطوم لتقصي اسباب خروج مزارع عيروج الحنف من دائرة العمل لاجني

شمالا لاستبيان السمات والخصائص الشخصية والاسباب المالية والإنتاجية والادارية والتسويقية التي اديت

للخروج من دائرة العمل. كانتا هما السمات والخصائص الشخصية % 97.8

منا عينة المدروسة تعليميا فوق الثانوي 66.7 % مناقلة العاملة دون الابتدائي 51.1

في مجال العمل اكثر من 10 سنوات % 46.7 معلوماتهم الداجنية محدودتو % 64.4

افادوا بالربحية المتوسطة بينما افاد % 24.4

بانا العمل جزيو مريح. ولا سبابا الخروج مصدر المحور المالي متوسط كلتي % 2.42 ثمال عواما لإنتاجية % 2.1

فالا دارية % 1.74 فالتسويقية % 1.62 ، واهما لاسبابا المالية بالتالي كانت تكاليف العلف، ايجار المزرعة الادارية

ثم مشا كلالقا حاتقا كهربيا ثم الكتا كيتو في المحور لإنتاج جيمشا كلالعفو التغذية فالكثافة الاسكانية

وفي المجال الاداري النفوقو التخلص من النافق ثم مكافحة الامراض الوصفا لوظيفة وتوزيع

وثباتو بقاء العمال فمكافحة الحشرات ولافات المرضة ثم مقصور المعرفة الاشرافية وفيدائرة التسويق تذبذبا لأسعار فالوسط

منتج الدواجن يحصلون عليه تمويلاً بالبنك الزراعي بسهولة وخلافتة وجيزة إلا أن توقيت
منح التمويل المتوسط بين مناسب وغير مناسب .

(أحمد 2006) أشار في دراسة لإقتصاديات إنتاج البيض التجاري والعوامل المؤثرة على
إنتاجية هبولة ولاية الخرطوم . تتناول أوجه النشاط لإقتصاد في مزارع عبيضا المائدة المتخصصة

حيث تم تقسيم حظائر الدواجن إلى ثلاث طبقات بناء على حجم الحظائر ، أظهر التحليل الإحصائي في
المزارع المغلقة أن تكلفة العلفها الأعلى تمثل 63.2% وتليها تربية الصوص عمر يوم 18.6% من جملة التكاليف
أما المزارع المفتوحة المنتجة للعلف والتيتبد أبصوص عمر يوم فإن تكلفة العلف بلغت 63.2%

وتليها تكلفة الصوص عمر يوم 16.9% من جملة التكاليف . أما المزارع المنتجة للعلف والتيتبد إنتاجها بفرايج
عمر 4 شهور فإن تكلفة العلف بلغت 63.7% تليها تكلفة الفرايج 20.7% من جملة التكاليف .
أظهرت نتائج تحليل الانحدار أن

عدد الحظائر في المزرعة وحجم القطيع وأسعار البيض وتكلفة العلفو الأمراض لها تأثير على
الإنتاجية كما أظهرت الدراسة أن ما هم مشاكل إنتاج البيض في الولاية إنتشار الأمراض ومشاكل
المياه والكهرباء وارتفاع العليقة والفرايج .

(عوضية 1998) دراسة إقتصادية عن سوق الدواجن بولاية الخرطوم
وهي دراسة تطبيقية علي قاطع الدواجن بولاية الخرطوم . وبينت الدراسة أن المفهوم العلمي لمعني

التسويقاً و لوظائف إدارة التسويق يكتاد يكون مفقوداً إلى حد كبير بالنسبة لأغلب المزارع محل
الدراسة . حيث أن الجهاز التسويقي لمنتجات الدواجن غير كفؤ وينقصها الكثير من التوعية والإرشاد

وذلك خصوصية السلعة المتداولة فيه . خلصت الدراسة إلى أن هناك علاقة طردية بيننا الطالب علي

لحوم الدواجن والبيض وحجم السكان ومعدل دخل الفرد ، وتحليل الإنتاجها العامل المطبوع على لحوم

الدواجن أظهر وجود علاقة طردية قوية بين الزمن والكمية المطلوبة من لحم الدواجن وعلاقة
ضعيفة مع الكمية المطلوبة من البيض .

الباب الثالث

طرق ووسائل البحث

3-1 منهج البحث:

تناول البحث دراسة العوامل التي تؤثر علي إنتاج وتسويق بيض المائدة في ولاية نهر النيل لمعرفة وقياس مديالتطور الذي حدث لهذه الصناعة وتحليل البيانات للوقوف علي المعوقات وإيجاد مقترحات وحلول والعمل علي الحد منها بغرض المساهمة في تنمية صناعة الدواجن بالولاية .

هدفت الدراسة لمعرفة العوامل التي تؤثر علي إنتاج وتسويق بيض المائدة بأخذ عينات عشوائية من الجهات الرسمية ومربي ومسوقي ومستهلكي بيض المائدة بمحليات الدامر ، عطبرة وبربر وتحليلها من خلال معايير تم تبويبها في خمسة أنواع من الاستبيانات حسب الفئات الآتية :

1. استبيان مختص بالجهات ذات الصلة صناعة الدواجن (دائرة الثروة الحيوانية والمراعي ، دائرة الاستثمار ، بعض البنوك المصرفية) من خلال الاستبيان تم رصد العلاقة لصناعة الدواجن ونسبة التمويل للمشاريع ونسبة مشاريع الدواجن حسن الخطط والاستراتيجيات تضمنت الدراسةالمقترحات والرؤية المستقبلية والجهات ذات الصلة بما يختص بتنمية صناعة الدواجن بالولاية وتم توزيع عدد (15) استبيان .

2. استبيان لمربي الدواجن من خلاله يتم التعرف علي نوع المزرعة والسماط الشخصية لمربي الدواجن وأنظمة التربية وعدد الحظائر وحجم المشروع وحجم الإنتاج وكيفية إدارة المزرعة بما يتعلق بمصادر مدخلات الإنتاج والأعلاف والفاكسينات والسجلات وكيفية التعامل مع الأمراض وأسباب النفوق والإشراف المتخصص ومشاكل الإنتاج التي تؤدي تحفيف المزرعة ، تم توزيع عدد (30) استبيان .

3. استبيان يستهدف مسوقي بيض المائدة سواء أن كانوا منتجين ، وكلاء ، تجار جملة ، قطاعي و أصحاب المتاجر ، ومعرفة حركة السوق والتعرف كذلك علي مشاكل تسويق بيض المائدة بأسواق المحليات .
4. استبيان يستهدف أصحاب البقالات ، تجار القطاعي ومعرفة حركة المباع والمستهلك ورغبة الجمهور من بيض المائدة من حيث الشكل واللون والحجم وكمية المباع اليومي .
5. استبيان مستهلكي بيض المائدة وبرصد السمات الشخصية للمستهلك ونوع البيض المفضل ولونه والتفضيل بين الوارد من خارج الولاية والانتاج المحلي وأسعار ومدى توفره خلال العام.

3-2 طرق جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة علي طريقة المسح بالعينة لجمع البيانات الاولييه باستخدام الاستبيانات المخصصة لها كالاتي:

1. عمل استبيانات تملأ من الجهات الحكومية ذات الصلة والمربين والشركات التسويقية والمحلات التجارية والمستهلكين
2. تحليل المعلومات من التقارير السنوية لدائرة الثروة الحيوانية ولاية نهر النيل .
3. بحوث ومراجع واوراق علمية تتناول جانب صناعة الدواجن .
4. مقابلات شخصية .

3-3 المسح الميداني:

بعد اعداد الاستبيانات ، تم إجراء المسح الميداني في منطقة الدراسة في الفترة من 2020/9/12 وحتى 2021/6/30م ، وتتكون الدراسة من عدد (135) استبيان من جهات ذات الصلة ، المربين ، مسوقين ، أصحاب بقالات والمستهلكين ، تم اختيارهم عشوائياً من مجتمع الدراسة داخل ولاية نهر النيل .

3-4 طريقة التحليل:

تم تحليل البيانات بعد ملء الاستبيانات باستخدام برنامج الاكسل والبرنامج الإحصائي (SPSS 16) والحصول علي جداول التكرارات و النسب المئوية ومعرفة الفروق المعنوية .

الباب الرابع

النتائج والمناقشة

4- 1 نتائج تحليل استبيان الجهات ذات الصلة :

جدول رقم (4 - 1) التوزيع التكراري للجهات الرسمية وفقاً للمواقع :

النسبة%	التكرار	البيان
26.6	4	الداير
53.3	8	عطبرة
20.1	3	بربر
100	15	Total

أوضحت نتائج الدراسة (جدول رقم 4 - 1) أن التركيز علي محلية عطبرة لتمرکز صناعة الدواجن بها

جدول رقم (4 - 2) التوزيع التكراري للجهات ذات الصلة وفقاً للعلاقة بصناعة الدواجن:

النسبة%	التكرار	البيان
60	9	مباشرة
40	6	غير مباشرة
100	15	Total

تلاحظ من نتائج الدراسة (جدول رقم 4 - 2) اعلاه ان الجهات ذات الصلة لها علاقة مباشرة

بصناعة الدواجن .

جدول رقم (4 - 3) التوزيع التكراري للجهات ذات الصلة وفقاً للاهتمام بصناعة الدواجن :

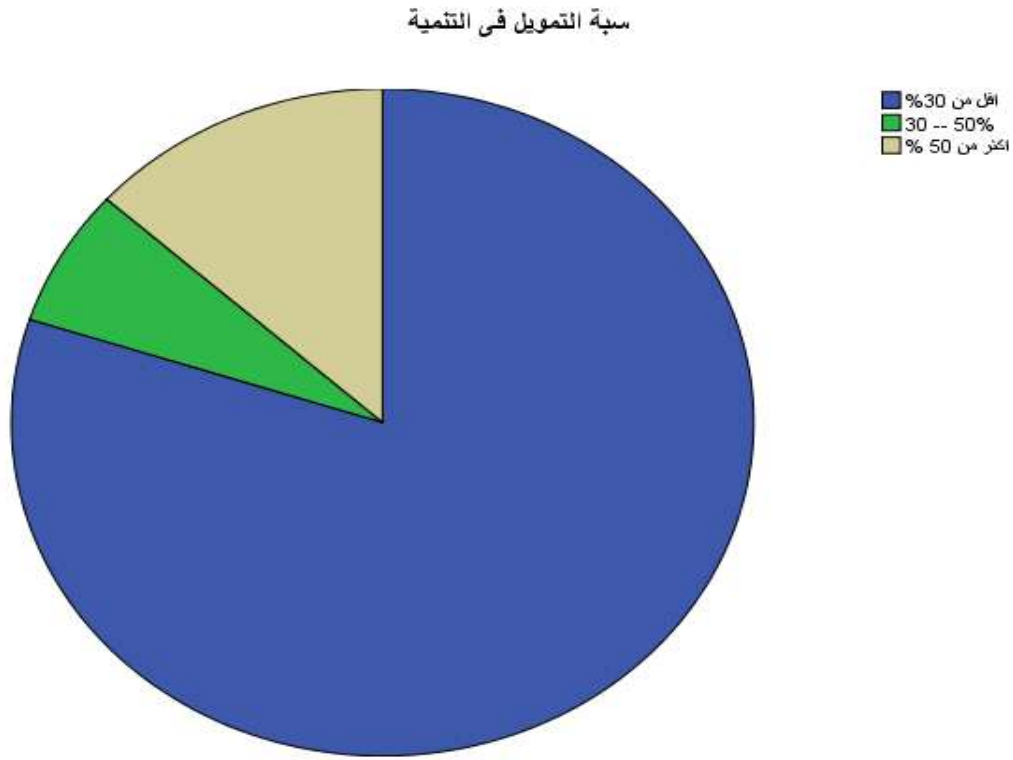
النسبة%	التكرار	البيان
33.3	5	ضعيف
40	6	جيد
20	3	ممتاز
6.7	1	غير محدد
100	15	Total

اوضحت النتائج (جدول رقم 4-3) اعلاه أن الاهتمام بصناعة الدواجن وفق الخطط جيدوهذا يدل

علي الاهتمام نوعا ما بصناعة الدواجن مما يساهم في العمل علي ايجاد حلول للمشاكل ومعوقات

الإنتاج .

شكل رقم (4 - 1) شكل توضيحي يوضح نسبة تمويل مشاريع الدواجن في مشاريع التنمية :



اظهرت النتائج في (الشكل 4 - 1) اعلاه ان ضعف تخصيص التمويل رغم وجود المصارف الممولة ولكنها لاتصل الا لفئة قليلة من المنتجين وهذا ما يتفق مع (عائشة 2019) و(عبدالحميد 2007) .

جدول رقم (4-4) التوزيع التكراري للجهات ذات الصلة وفقاً لنوع الخدمات المقدمة :

النسبة%	التكرار	البيان
93.3	14	ارشادية
6.7	1	تمويل
100	15	Total

ابانت النتائج (جدول رقم 4-4) أعلاه ان الخدمة المقدمة تمركزت في الخدمات الارشادية فقط.

جدول رقم (5-4) التوزيع التكراري للجهات ذات الصلة وفقاً لوجود سجلات إنتاج الدواجن بالولاية:

النسبة%	التكرار	البيان
80	12	نعم
20	3	لا
100	15	Total

اشارت النتائج (الجدول رقم 4 . 5) أعلاه ان هنالك اهتمام برصد الانتاج بالولاية .

جدول رقم (4-6) التوزيع التكراري للجهات ذات الصلة وفقاً للمعوقات والمشاكل لصناعة الدواجن:

النسبة %	التكرار	البيان	
80	12	نعم	المعدات ومدخلات الإنتاج
20	3	لا	
86,7	13	نعم	عدم تخصيص مساحات لصناعة الدواجن
13,3	2	لا	
73.3	11	نعم	عدم تطبيق اللوائح
26.7	4	لا	
26.7	4	نعم	ارتفاع الجمارك والجبائيات
73.3	11	لا	
26.7	4	نعم	الامراض والوبائيات
73.3	11	لا	
0	0	نعم	عدم تسويق المنتجات
100	15	لا	

أبانت النتائج (جدول رقم 4 - 6) أعلاه ان اكبر المعوقات والمشاكل وفق مفاهيم الجهات المختصة تتمثل في عدم تخصيص مساحات لصناعة الدواجن. وارتفاع تكاليف المعدات ومدخلات الإنتاج وهذا ما توصلت إليه (عائشة 2019) .

2-4 نتائج استبيان مربياالدجاج البياض:

جدول رقم (4-7) التوزيع التكراري لمربي الدجاج وفقاً للسمات الشخصية :

النسبة %	التكرار	البيان	
14.3	2	الدامر	الموقع
71.4	10	عطبرة	
14.3	2	بربر	
71.4	10	بياض	نوع المزرعة
28.6	4	لاحم + بياض	
42.9	6	اقل من 5	سنوات الخبرة
28.6	4	10 . 5	
28.6	4	اكثر من 10	
7.1	1	اقل من 25	العمر بالسنوات
64.3	9	40 . 25	
28.6	4	اكثر من 40	
14.3	2	ابتدائي	المستوي التعليمي
35.7	5	ثانوي	
50	7	جامعي	
14.3	2	حكومي	نوع القطاع
85.7	12	قطاع خاص	
42.9	6	متخصص	متخصص في المجال
57.1	8	غير متخصص	

اوضحت النتائج (جدول رقم 4 - 7) أعلاه تمركز صناعة الدواجن بمحلية عطبرة بينما الدامر

وبربر مع ملاحظة أن معظم الحظائر في محليتي الدامر وبربر مجففة.

اوضحت النتائج أن سنوات الخبرة أقل من 5 سنة مما يعني الاهتمام بصناعة الدواجن والتوسع فيها في الخمس سنوات الاخيرة اتفقت مع (أمين 2007) و(هنادي 2015) و(عائشة 2019) . اثبتت النتائج ان معظم المربين المبحوثين جامعي اتفقت مع (حبيب 2018) في ان المستوي التعليمي له اثر فعال في تطوير صناعة الدواجن. وهذا ماوردته (هنادي 2015) و (عائشة 2019) .

اما بالنسبة لنوع القطاع وجد ان القطاع الخاص يتحكم في صناعة الدواجن. اتفقت مع (امين 2007) و(عائشة 2019) واختلفت مع (هنادي 2015) .

جدول رقم (4-8) التوزيع التكراري لمربي الدجاج البياض وفقاً ملكية الحظائر ونظم التربية

وتاريخ بداية التربية :

النسبة %	التكرار	البيان	
71.4	10	ملك حر	ملكية المشروع
28.6	4	إيجار	
92.9	13	1 - 5	مساحة المشروع الكلي بالفدان
7.1	1	6 - 10	
3.3	1	أكثر من 20	
21.4	3	مغلق	نظام حظائر الإنتاج
21.4	3	شبه مغلق	
57.1	8	مفتوح	
57.1	8	1 - 2	عدد الحظائر
21.4	3	2 - 3	
21.4	3	أكثر من 3	
21.4	3	أقل من 500	تعداد الطيور الكلي
28.6	4	500 - 2000	
35.7	5	أكثر من 2000	
42.9	6	رملة	الارضية والفرشة
42.9	6	نشارة	
14.3	2	أخري	
21.4	3	ثابت	التيار الكهربائي
50	7	متقطع	
28.6	4	لا يوجد	
71.4	10	الخط العام	مصدر الكهرباء
0	0	مولد	
28.6	4	الاثنين معا	

57.1	8	يطبق	تطبيق برنامج الاضاءة
42.9	6	لايطبق	
35.7	5	8-10	عدد ساعات الاضاءة /اليوم
21.4	3	10 - 12	
42.9	6	اكثر من 12	
28.6	4	ابار	مصدر الماء
28.6	4	النيل مباشرة	
42.9	6	الخط العام	
0	0	أقل من سنة	تاريخ بداية المشروع
50	7	2-5	
50	7	أكثر من 5	
28.6	4	يطبق	الامن الحيوي
71.4	10	لايطبق	
92.9	13	ذاتي	مصدر التمويل
7.1	1	مصرفي	
42.9	6	كافي	هل التمويل كافي
57.1	8	غير كافي	
57.1	8	نعم	هل تمت دراسة جدوي
42.9	6	لا	

اظهرت النتائج (جدول رقم 4 - 8) اعلاه ان معظم ملكية المشروع ملك حر اتفقت مع (عائشة 2019) و (حبيب 2018) واختلفت مع (هنادي 2015) . ان اغلب مزارع الدواجن انشأت في مساحة (1-5) فدان اتفقت مع (عائشة 2019) و (حبيب 2018) و (سعيد 2004) بإمكانية عمل مشروع دواجن بياض في مساحات بسيطة اذا استغلت بصورة افضل لتحقيق ارباح اعلي .

من النتائج (الجدول 4 - 8) اعلاه وجد ان نظام حظائر الإنتاج (نظم التربية) السائد مفتوح اتفقت مع كل من (عائشة 2019) و (حبيب 2018) و (هنادي 2015) تلاحظ ان هنالك تطور واضح لصناعة الدواجن، تساوي المربين في استخدام النشارة و الرملة كمواد ارضية للحظائر . نصف المربين المبحوثين اشاروا الي ان تاريخ بداية التربية يعود الي اكثر من خمس سنوات وان منهم لايطبق الامن الحيوي اختلفت مع (عائشة 2019) و (هنادي 2015) ويعتمد (71.4) من المربين المبحوثين علي الخط العام مصدرا للكهرباء بينما اشار أن تمويل المشاريع تمويل ذاتي وأن التمويل الحكومي غير كافي. عدد من المربين المبحوثين فقط استطاعوا التوسع في صناعة الدواجن بزيادة رأس المال عبر التمويل المصرفيا لاضافة لتمويلهم الذاتي اتفقت مع (عبد الحميد 2007) .معظم المربين قاموا بعمل دراسة جدوي للمشروع اولا .

جدول رقم (4-9) التوزيع التكراري لمربي الدجاج وفقاً للعلف ومصادر الكتاكيت

النسبة %	التكرار	البيان	
0	0	ولائية	مصدر الكتاكيت
100	14	خارج الولاية	
14.3	2	تركيبية محلية بالمزرعة	نوع العلف
28.6	4	مصنع	
57.1	8	شراء من السوق	
21.4	3	متوفرة	توفر مكونات العلف
7.1	1	غير متوفرة	
71.4	10	تتوفر احيانا	
100	14	عالية	أسعار مكونات العلف
0	0	متوسطة	
0	0	رخيصة	
14.3	2	50%	نسبة تكلفة العلف من التكلفة العامة
7.1	1	60%	
50	7	\$70	
28.6	4	اكثر من 70%	
92.9	13	تأثر	تغيرات الأسعار تؤثر علي تكاليف إنتاج المزرعة
7.1	1	لا تأثر	

اظهرت نتائج البحث (جدول رقم 4 - 9) اعلاه أن: مصدر الكتاكيت من خارج الولاية مما ينعكس هذا علي ارتفاع أسعار الكتاكيت وخروج معظم المربين من المجال نهائيا او علي فترات.

أغلب المبحوثين يقومون بشراء العلف من السوق اتفقت مع (هنادي 2015) وابان ان مكونات العلف تتوفر احيانا وجميع المبحوثين اكدوا ان أسعار العلف عالية. وأشار المبحوثين ان نسبة تكلفة العلف

من التكلفة العامة عالية. ان تغيرات الأسعار تؤثر علي تكاليف الإنتاج.

جدول رقم (4-10) التوزيع التكراري لمربي الدجاج وفقاً لوع الاشرافالعام والصحي علي المزرعة :

النسبة%	التكرار	البيان	
64.3.	9	متخصص	الإدارة
35.7	5	غير متخصص	
21.4	3	إختصاصي إنتاج حيواني	الإشراف الفني
21.4	3	طبيب بيطري	
21.4	3	مهندس زراعي	
35.7	5	لايوجد	
50	7	يوجد	الإشراف الصحي
50	7	لايوجد	
14.3	2	لاتوجد	مستوي خبرة العامل
85.7	12	توجد	
7.1	1	إدارية	السجلات
35.7	5	مالية	
50	7	كل السجلات	
7.1	1	لاتوجد	

أظهرت النتائج جدول رقم (4 - 10) اعلاه أن الاشراف له أهميته في انجاح المشروع سواء أكان طبيباً بيطرياً أو تخصص إنتاج حيواني أ مهندس زراعي . أن معظم العمال يكتسبون خبرة ميدانية إتفقت الدراسة مع (الرويس وابان 2002) و (هنادي 2015) و(عائشة 2019) في أهمية وجود المشرفين . وأن معظم المربين لديهم سجلات اتفقت مع (هنادي 2015) و(عائشة 2019) ، عموماً تلاحظ ان مفهوم السجلات رغم تواجدها الا انها غير منظمة لابد من تكثيف الارشاد وتصميم وتوزيع سجلات للمربين اتفقت مع(عائشة 2019).

جدول رقم (4-11) التوزيع التكراري لمربي الدجاج البياض وفقاً لأسباب النفوق وكيفية التعامل مع الامراض

النسبة %	التكرار	البيان	
42.9	6	امراض	اسباب النفوق
21.4	3	حرارة عالية	
14.3	2	إدارية	
7.1	1	قلة العلف	
14.3	2	أخري	
64.3	9	استشارة طبيب البيطري	التعامل مع الامراض
21.4	3	بالخبرة	
14.3	2	تجاهل	
85.7	12	يوجد	التحصين ضد الامراض
14.3	2	لا يوجد	

اظهرت نتائج البحث (جدول رقم 4 - 11) اعلاه ان أغلب اسباب النفوق من الامراض اختلفت مع (هنادي 2015) واتفقت مع (عائشة 2019) وجد ان اغلب المبحوثين يستشيروا طبيب عند التعامل مع الامراض وأن معظم المبحوثين لديهم برامج تحصين ضد الامراض.

جدول رقم (4-12) التوزيع التكراري لمربي الدجاج البياض وفقاً للتعامل مع النافق و الروث

النسبة %	التكرار	البيان	
7.1	1	حرق	التخلص من النافق
28.6	4	دفن	
7.1	1	نفايات	
35.7	5	يترك في العراء	
21.4	3	حرق + دفن	
64.3	9	بياع	التخلص من الروث
21.4	3	يترك في العراء	
7.1	1	سماد بالمزرعة	
7.1	1	بياع + سماد بالمزرعة	

اظهرت النتائج (جدول رقم 4 - 12) اعلاه أن اغلب المربين يتعاملون مع النافق ب (يترك في العراء) مثلت واختلفت هذه النتائج مع (هنادي 2015) (عائشة 2019) إذ وجدوا أن النافق يدفن . اغلب المربين يبيعون الروث اتفقت مع (عائشة 2019) .

جدول رقم (4-13) التوزيع التكراري لمربي الدجاج البياض وفقاً لمشاكل إنتاج بيض المائدة:

النسبة %	التكرار	البيان	
100	14	نعم	أسعار الكتاكيت وتوفرها
0	0	لا	
92.9	13	نعم	أسعار مواد العلف الخام
7.1	1	لا	
7.1	1	نعم	تسويق المنتج
92.9	13	لا	
21.4	3	نعم	ايجار المزرعة
78.6	11	لا	
35.7	5	نعم	اجور العاملين
64.3	9	لا	
42.9	6	نعم	الارياح
57.1	8	لا	
57.1	8	نعم	النقل والترحيل
42.9	6	لا	
21.4	3	نعم	الامراض والابوئة
78.6	11	لا	

اظهرت النتائج (الجدول رقم 4 - 13) اعلاه ان اكثر مشاكل إنتاج بيض المائدة أسعار الكتاكيت وتوفرها وأسعار مواد العلف الخام ولا توجد مشكلة في تسويق المنتج اتفقت هذه النتائج مع كل من (عائشة 2019) و(حبيب 2018) و (هنادي 2015) و(غيداء 2013) و(حياة 2009) و(بابكر 2006) و(سهير 1987) .

جدول رقم (4-14) التوزيع التكراري لمربي الدجاج البياض وفقاً للربحية وتشجيع الاستثمار:

النسبة %	التكرار	البيان	
42.9	6	مربح	ربحية الاستثمار
21.4	3	غير مربح	
35.7	5	متوسط الارباح	
14.3	2	وكيل معتمد	طريقة التسويق
21.4	3	توزيع بالموقع	
64.3	9	بيع مباشر للمستهلك او البقالات	
85.7	12	موجودة	المنافسة مع البيض الوارد
14.3	2	غير موجودة	
7.1	1	الإنتاج	الوارد من خارج الولاية يؤثر في الإنتاج والتسويق
7.1	1	التسويق	
85.7	12	الاثنتين معا	
78.6	11	اشجع	تشجيع الاستثمار
21.4	3	لااشجع	

اظهرت النتائج (الجدول رقم 4 - 14) اعلاه ان هنالك ربحية عالية من المشروع تربية الدواجن. ويبيعون البيض مباشرة للمستهلك او البقالات واكد الكثير وجود منافسة مع البيض الوارد . و اشار ان البيض الوارد من خارج الولاية يؤثر في الإنتاج والتسويق رغم ذلك نجد ان العديد منهم يشجعون الاستثمار .

3. 4 نتائج استبيان مسوقي بيض المائدة (السوق):

جدول رقم (4-15) التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة وفقاً للسمات الشخصية:

النسب %	التكرار	البيان	
10	3	اقل من 25	العمر بالسنوات
13.3	4	25 - 30	
76.7	23	اكثر من 30	
20	6	اساس	المستوي التعليمي
43.3	13	ثانوي	
33.3	10	جامعي	
3.3	1	فوق الجامعي	
40.0	12	اقل من خمسة	سنوات الخبرة
20.0	6	5 - 10	
40.0	12	اكثر من عشرة	
30	9	ملك	ملكية الموقع
60	18	ايجار	
3.3	1	حكومي	
6.7	2	أخري	

اوضحت النتائج (جدول رقم 4 - 15) اعلاه أن أغلب مسوقي بيض المائدة أعمارهم (أكثر من

30 سنة) واغلبهم خريجي ثانوي واغلبهم لهم أكثر من عشرة سنة سنوات خبرة ومواقعهم بالايجار .

جدول رقم (4-16) التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة وفقاً لشراء البيض المنتج من المزارع :

النسب %	التكرار	البيان	
46.7	14	مزرعة	نوع النشاط
6.7	2	شركة	
46.7	14	تاجر حر	
46.7	14	مزرعة	مصدر شراء البيض
30	9	شركة	
10	3	وكيل	
13.3	4	سمسار	
66.7	20	بالطبق	طريقة الشراء
6.7	2	بالكرتونة	
26.7	8	كل ماذكر	
16.7	5	بالمعاينة	اسس الشراء
16.7	5	التعاقد	
66.7	20	بالمظهر الخارجي	
76.7	23	غير ثابت	سعر الشراء
3.3	1	مجزئ	
20	6	غير مجزئ	
60	18	نعم	الفرق بين سعر المحليمن خارج الولاية
40	12	لا	

أظهرت النتائج (جدول رقم 4 - 16) اعلاه ان معظم وكلاء مزارع يشترون المنتج من المزرعة مباشرة ويسوقون المنتج بالطبق اعتمادا علي المظهر الخارجي واكد معظم المسوقين أن سعر الشراء غير ثابت وان هنالك فرق بين سعر البيض المحلي والمستورد من الولايات الأخرى.

جدول رقم (4-17) التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة وفقاً لتداول بيض المائدة :

النسب %	التكرار	البيــــــــان	
63.3	6	باب المزرعة	طريقة الاستلام والترحيل
3.3	22	بالبكس	
26.7	1	عربات كارو	
6.7	1	أخري	
53.3	16	فرندات	طريقة عرض البيض
3.3	1	حجرة مبردة	
33.3	10	علي الارض	
10	3	أخري	
90	27	نظيف	نظافة البيض
10	3	متسخ	
60	18	قليلة	نسبة البيض المكسور
3.3	1	كثيرة	
36.7	11	وسط	

اشارت نتائج البحث (جدول رقم 4 - 17) أعلاه أن معظم المسوقين يستلمون ويرحلون البيض من

باب المزرعة ، ابانت النتائج أن أغلب طريقة لعرض البيض هي الفرندات وأغلب البيض نظيف

ونسبة المكسور فيه قليلة .

جدول رقم (4-18) التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة وفقاً للبيوع والعرض :

النسب %	التكرار	البيان	
46.7	14	المستهلك مباشرة	طريقة العرض
0	0	تاجر الجزئية	
0	0	التاجر	
53.3	16	كل ما ذكر	
76.7	23	ابيض	لون البيض المفضل
23.3	7	لا تفضيل	
13.3	4	بيع كل الوارد يوميا	نسبة البيع
70	21	بعد 2- 3 يوم	
16.7	5	بعد اسبوع	
13.3	4	اكثر شتاء	نسبة البيع خلال السنة
20	6	اكثر صيف	
66.7	20	لا فرق	
20	6	تجزئة	الاكثر طريقة للبيع
40	12	طبق كامل	
40	12	كل ما ذكر	
30	9	محلي	هل يفضل المستهلك البيض المحلي ام المستورد
40	12	مستورد	
30	9	لا فرق	

اشارت نتائج البحث (جدول رقم 4 - 18) ان طريقة البيع متنوعة واللون المفضل هو الابيض واكدت

النتائج ان البيع طوال العام وان المستهلكين يفضلون البيض المستورد.

جدول رقم (4-19) التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة وفقاً للمشاكل والمعوقات التسويقية (التجار) :

النسب %	التكرار	البيان	
93.3	28	نعم	تذبذب الأسعار
6.7	2	لا	
13.3	4	نعم	قلة الوارد
86.7	26	لا	
33.3	10	نعم	ضعف السوق والقوي الشرائية
66.7	20	لا	
43.3	13	نعم	النقل والتحويل
56.7	17	لا	
16.7	5	نعم	المنافسة مع الشركات
83.3	25	لا	
13.3	4	نعم	موسمية البيع والشراء
86.7	26	لا	

أشارت النتائج (جدول رقم 4 - 19) ان اكثر المشاكل والمعوقات لمسوقي بيض المائدة في تذبذب

الأسعار.وقلة الوارد و موسمية البيع والشراء .

جدول رقم (4-20) التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة وفقاً للربحية والاستثمار :

النسب %	التكرار	البيان	
10	3	عالية	الارباح
43.3	13	متوسطة	
46.7	14	غير مجدية	
43.3	13	نعم	هل لديك علم بمواصفات البيض
56.7	17	لا	
56.7	17	اشجع	تشجيع الاستثمار
43.3	13	لا اشجع	

اشارت النتائج (جدول رقم 4 - 20) ان أن الربحية غير مجدية اختلفت مع (سعيد 2004) و(هنادي 2015) وليس لديهم علم بمواصفات البيض من هيئة المواصفات السودانية وأن اغلبهم يشجعون الاستمرار في الاستثمار .

4. 4 نتائج تحليل استبيان مسوقي بيض المائدة (البقالات) :

جدول رقم (4-21) التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة (بقالات) وفقاً للسمات الشخصية:

النسبة %	التكرار	البيان	
6.7	1	اقل من 25	العمر بالسنوات
26.7	4	25 - 30	
66.7	10	اكثر من 30	
40	6	اساس	المستوي التعليمي
33.3	5	ثانوي	
26.7	4	جامعي	
33.3	5	اقل من خمسة	سنوات الخبرة
40	6	5 - 10	
26.7	4	اكثر من عشرة	
33.3	5	ملك	ملكية الموقع
66.7	10	ايجار	
86.7	13	ذاتي	التمويل
13.3	2	شراكة	

اوضحت النتائج (جدول رقم 4 - 21) اعلاه أن أغلب مسوقي بيض المائدة أعمارهم (أكثر من

30 سنة) واغلبهم خريجي ثانويولهم خبرة ومواقعهم بالايجار وتمويلهم ذاتي .

جدول رقم (4-22) التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة (بقالات) وفقاً للتداول :

النسب %	التكرار	البيان	
46.7	7	فرندات	طريقة عرض البيض
20	3	علي الأرض	
6.7	1	ثلاجات	
26.7	4	اخرى	
86.7	13	نظيف	نظافة البيض
13.3	2	متسخ	
80	12	قليلة	نسبة البيض المكسور
20	3	وسط	

اوضحت النتائج جدول رقم (4 - 22) اعلاه أن أغلب طريقة العرض في فرندات ما يؤكد أن

معظم المسوقين نظافة البيض وتقليل كمية البيض المكسور كمان أوضحت نسبة البيض المكسور

قليلة مما يدل علي سلامة الترحيل والتخزين .

جدول رقم (4-23) التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة (بقالات) وفقاً لشراء البيض المنتج

من المزرعة :

النسب %	التكرار	البيان	
40	6	نعم	اعتماد البيع علي التدرج
60	9	لا	
93.3	14	ابيض	لون البيض المفضل
6.7	1	لا تفضيل	
13.3	2	بيع كل الوارد يوميا	نسبة البيع
40	6	بعد 2- 3 يوم	
46.7	7	بعد اسبوع	
20	3	اكثر شتاء	نسبة البيع خلال السنة
0	0	اكثر صيف	
80	12	لا فرق	
46.7	7	تجزئية	الاكثر طريقة للبيع
6.7	1	طبق كامل	
46.7	7	لا فرق	

اوضحت النتائج (جدول رقم 4 - 23) اعلاه أن اعتماد البيع علي التدرج واللون المفضل للبيض

هو اللون الأبيض .

أشارت النتائج أنه لا توجد مشاكل تسويق للمنتج حيث يتم بيعه خلال الأسبوع وأنه ليس هنالك تأثير

لفصول السنة علي نسبة البيع والتسويق ولا فرق في طريقة البيع سواء أكان تجزأه أو كامل .

جدول رقم (4-24) التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة (بقالات) وفقاً للمشاكل والمعوقات

التسويقية :

النسب %	التكرار	البيان	
100	15	نعم	تذبذب الأسعار
0	0	لا	
0	0	نعم	قلة الوارد
100	15	لا	
0	0	نعم	ضعف التسويق
100	15	لا	
0	0	نعم	النقل والتحويل
100	15	لا	
20	3	نعم	المنافسة مع الشركات
80	12	لا	
0	0	نعم	موسمية البيع والشراء
100	15	لا	

اشارت النتائج (جدول رقم 4 - 24) ان اكثر المشاكل والمعوقات لتسويق بيض المائدة بالبقالات هو

تذبذب الأسعار وأقلاها قلة الوارد وموسمية البيع والشراء .

جدول رقم (4-25) التوزيع التكراري لمسوقي بيض المائدة (بقالات) وفقاً للربحية والاستثمار

النسب %	التكرار	البيان	
13.3	2	عالية	الارباح
53.3	8	متوسطة	
33.3	5	غير مجدية	
6.7	1	نعم	هل لديك علم بمواصفات
93.3	14	لا	البيض
66.7	10	اشجع	تشجيع الاستثمار بتجارة بيض
3	5	لاشجع	المائدة
3.3			

اشارت النتائج (جدول رقم 4 - 25) ان معظم المسوقين بالبقالات ليس لديهم علم بالمواصفات والمقاييس لبيض المائدة ، معظم المسوقين يشجعون الاستثمار في مجال تسويق الدواجن وهذا مؤشر

جيد .

4-5 نتائج تحليل استبيان مستهلكي بيض المائدة :

جدول رقم (4-26) التوزيع التكراري لمستهلكي بيض المائدة وفقاً لسمات الشخصية

النسبة %	التكرار	البيان	
73.3	22	ذكر	الجنس
26.7	8	انثي	
23.3	7	اقل من 25	العمر بالسنوات
16.7	5	30 - 25	
60	18	اكثر من 30	

اوضحت النتائج (جدول رقم 4 - 26) أن نسبة الذكور أعلي من الإناث في استهلاك بيض

المائدة وأغلب المستهلكين عمارهم اكثر من 30 عاماً .

جدول رقم (4-27) التوزيع التكراري لمستهلكي بيض المائدة وفقاً لذوق المستهلك والتفضيل

النسبة %	التكرار	البيان	
46.7	14	مسلق	اي طريقة تفضل اكل البيض
43.3	13	طوه	
10	3	لاتفضيل	
60	18	افطار	اي الوجبات تفضل
10	3	غذاء	
16.7	5	افطار +عشاء	
13.3	4	كل الوجبات	
3.3	1	المتجولين	من اين تشتري البيض
56.7	17	البقالات	
6.7	2	المزرعة	
33.3	10	متجولين	
73.3	22	عالي	سعر الدسته
23.3	7	وسط	
3.3	1	رخيص	

اوضحت النتائج (جدول رقم 4 - 27) أن مستهلكي بيض المائدة يفضلون البيض المسلق علي

وجبة الافطار ومعظم مشتراهم من البقالات ، اتفق معظم المستهلكين علي السعر العالي للمنتج .

جدول رقم (4-28) التوزيع التكراري لمستهلكي بيض المائدة وفقاً لأفضلية الشراء

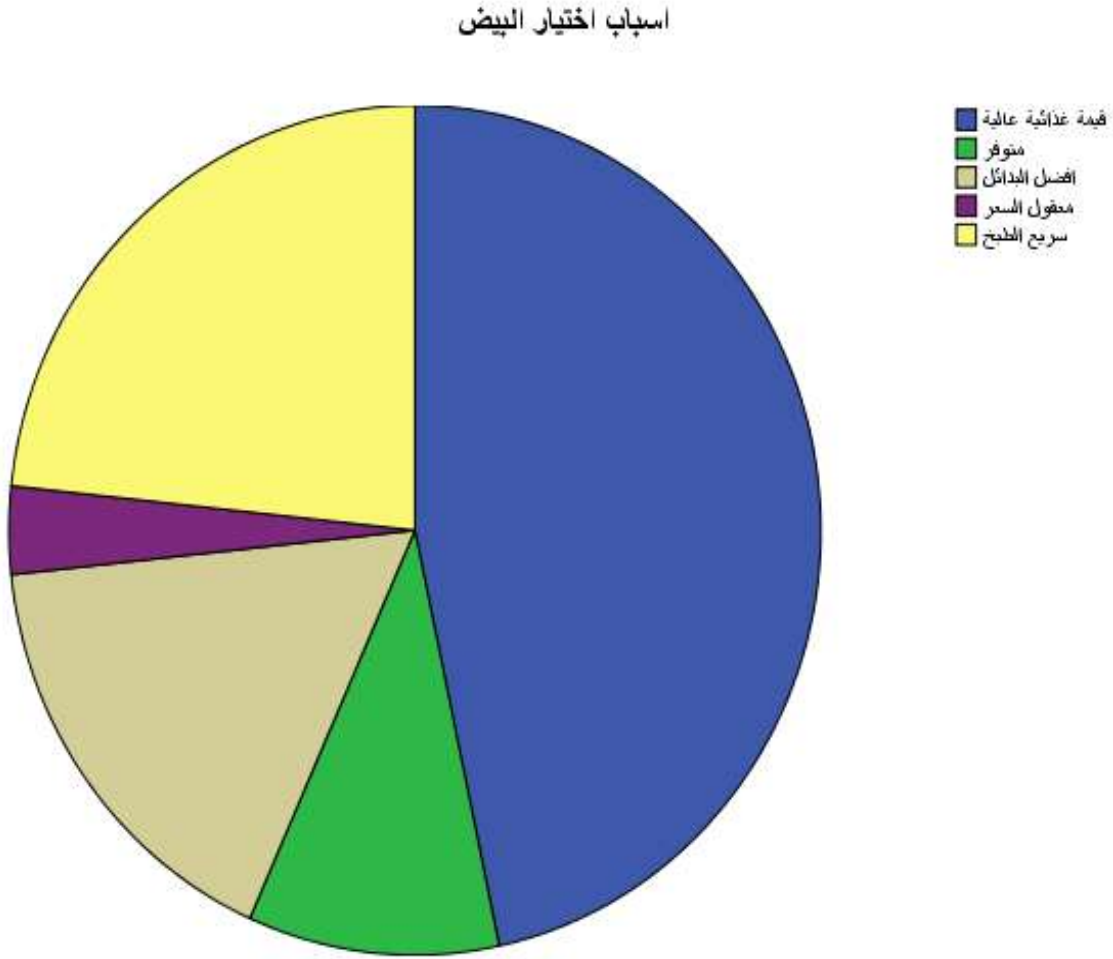
النسبة %	التكرار	البيان	
63.3	19	التجاري	اي انواع البيض تفضل
36.7	11	البلدي	
66.7	20	الكبيرة	اي الاحجام تفضل
16.7	5	الوسط	
16.7	5	لا تفضل	
93.3	28	ابيض	لون القشرة المفضلة
3.3	1	بني	
3.3	1	لا تفضل	
80	24	نعم	هل البيض متوفر دوما
20	6	لا	
70	21	مختوم	تفضيل البيض مختوم من المنتج
20	6	غير مختوم	
10	3	لا فرق	
23.3	7	الحجم	سبب التفضيل
66.7	20	النظافة	
10	3	السعر	
53.3	16	نعم	هل تعلم بمواصفات البيض
46.7	14	لا	

اوضحت النتائج (جدول رقم 4 - 28) أن معظم المستهلكين يفضلون البيض التجاري ذات

الأحجام الكبيرة ولون القشرة المفضل اللون الأبيض المختوم (بيض الشركات) وسبب التفضل يرجع

لنظافة المنتج وأن معظم المستهلكين لديهم العلم بمواصفات البيض الجيد .

2-4 أسباب استهلاك بيض المائدة :



الشكل رقم (2)

يلاحظ من الشكل (2) أن معظم المستهلكين يفضلون استهلاك البيض بنسبة عالية وذلك ارتفاع القيمة الغذائية وسرعة الطبخ .

الباب الخامس

1-5 : الخلاصة :

خلصت الدراسة إلي:

1. المههد الرئيسي لصناعة الدواجن بالولاية (ولاية نهر النيل) هو ضعف الاهتمام بصناعة الدواجن وقلة المساحات المخصصة وضعف تخصيص التمويل من قبل الجهات والمؤسسات الحكومية.
2. اعتماد المسوقين لبيض المائدة علي البيض الوارد من خارج الولاية وعدم وجود كتاكيث عمر يوم في الولاية واستجلابها من خارج الولاية .
3. ارتفاع تكاليف المدخلات (علف ، كتاكيث عمر يوم ، خدمات الخ) كل ذلك أدي ذلك إلي خروج بعض المربيين من المجال نهائياً أو علي فترات .
4. تذبذب الأسعار من أكثر العوامل التي تؤثر علي تسويق بيض المائدة .

2-5 : التوصيات:

- مزيد من الاهتمام بصناعة الدواجن من قبل الجهات ذات الصلة .
- العمل علي تشجيع مربي الدواجن بتكوين الجمعيات الانتاجية وربطهم بجهات التمويل الميسر .
- حماية مربي الدواجن بالولاية وذلك بسن القوانين وجعل المنتج المحلي منافساً للمنتج القومي .
- العمل علي تقليل تكاليف الإنتاج بإنشاء مزارع أمهات بياض ودعم المكونات العلفية من قبل السلطات التنفيذية .
- تشجيع البحوث العلمية لإيجاد بدائل علفية محلية أقل تكلفة .
- العمل علي إيجاد قنوات تسويقية قصيرة للمنتج والمستهلك .
- تشجيع الشركات علي إنشاء مراكز التوزيع المباشر مثل مراكز البيع المباشر والمخفض.

3-5 المراجع :

- ❖ أحمد مصطفى بابكر (2006) ، اقتصاديات إنتاج البيض بالنظام المفتوح ، ولاية الخرطوم ، رسالة ماجستير - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا .
- ❖ إمام عبده عبد الله (2001) التسويق الزراعي .
- ❖ حبيب مصطفى علي (2018) ، واقع وتحديات مزارع إنتاج البيض بولاية نهر النيل دراسة حالة لمحلية عطبرة رسالة ماجستير جامعة وادي النيل .
- ❖ السرف الشيخ الولي (2015) ، الكفاءة الفنية والاقتصادية لإنتاج بيض المائدة ، بولاية الخرطوم ، رسالة ماجستير - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا .
- ❖ عائشة محمد عطا الفضيل (2019) ، واقع ومستقبل إنتاج فروج اللحم.
- ❖ عبد الحميد عمر (2007)، أثر تمويل البنك الزراعي السوداني علي منتجي الدواجن بولاية الخرطوم ، رسالة ماجستير - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا .
- ❖ عبده ، أكرم ريشان ، الصراف ، هناء داؤود محمد ، ضاوي عليوي (1990) صحة الغذاء . دار الكتب الموصل .
- ❖ علام ، سامي (2000)، تربية الدواجن ورعايتها . الطبعة الثامنة مطبعة الانجلو المصرية .
- ❖ عوضية الحاج محمد (1998) ، سوق الدواجن بولاية الخرطوم ، رسالة ماجستير - كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة أم درمان الإسلامية .
- ❖ قمر ، محمد جمال ، سامي ، محمد سعيد (1984)، قطعان الانتاج التجاري للبيض . دار الفكر العربي بيروت .
- ❖ كامل ، فريد نصيف (2005)، البيض . مكتبة بستان المعرفة الاسكندرية .
- ❖ المواصفات السودانية لبيض الدجاج الطازج . 2007/751 الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس .
- ❖ نورث ماك ، ترجمة حسين العلائقي ، فتحي سعد ، محمد النادي ، فريد استيو (1989) دليل الانتاج التجاري للدجاج ، الجزء الثاني ، الدار العربية للنشر والتوزيع .
- ❖ الهدي ، جواد نورالدين (1994) الدليل العلمي لإنتاج اللحوم والبيض .

- ❖ هنادي عبد الله جازم (2015) ، أسباب توقف مزارع الدجاج اللّاحم الصغيرة والمتوسطة عن النتاج ولاية الخرطوم - رسالة ماجستير - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا .
- ❖ الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس ، مواصفات بيض المائدة القياسية ، رقم (ه س م م / 6 / 2001) .
- ❖ وزارة الإنتاج الموارد الاقتصادية - ولاية نهر النيل ، دائرة الثروة الحيوانية والمراعي (2015) تقارير سنوية .
- ❖ وزارة الإنتاج الموارد الاقتصادية - ولاية نهر النيل ، دائرة الثروة الحيوانية والمراعي (2017) تقارير سنوية .
- ❖ يس أسامة الشيخ (2018)، بحث بعنوان تطور صناعية الدواجن في السودان ، مجلد بولتركير العدد الأول يونيو (2009) .

- ❖ Abdalla. J.M.A (1999). The case of commercial Egg production in Khartoum state M. Sc University of Khartoum .
- ❖ Abdel wahid. H.H (2002) the Effect of storage time and dirt on Egg quality characteristics of table Egg in summer in Khartoum area Msc University of Khartoum.
- ❖ Achraya. S.S and Agrawal, N.L. (1999). Agricultural marketing India (in Ed. idt New Delhi). Oxford and IBH publishing Co .
- ❖ Anthony J.S. (2001) Poultry (m.Ed) by Macmillan publishing Co.
- ❖ Bell, D.D, P.H Patterson, K.W. Koelkebeck K.E. Anderson, S.M.J. Dahhe. (2005) . Egg marketing in national supermarket: Egg Quality. Poultry sci 80 : 383 – 389 .
- ❖ Ensminger. M.E (1980) Poultry science , The intentional printer and publisher Danville ,m.
- ❖ Forbes, K (2002). Management and egg quality . INT. poultry prond.10(5):18-
- ❖ Hassan .A and Aylin, A.O. (2009) Effect of storage. Time Temperature and Hen age on Egg quality in free- rang hens . Animal and vet advance. 8(10):1953-1958 .
- ❖ Hasting. M,M. (2003). The Dollar Hen . NorthCreck press.

- ❖ Jcabbott , A, M and Stewart G.F (2003). The FAO guide of egg marketing NO4. Jacqueline, P,J, Miles , R.D and Mather, S.B.(2005) Egg Quality . IF AS Extension, uni.06 .
- ❖ Jones, O.R and Mugrove .M.T. (2005) Effect of Extended storage on Egg Quality factor. Russell research center . Poultry science .84:1974-1777.
- ❖ Koalkebeck .K.w(2005) What is Quality and conserving .Hillin-in poultry net.
- ❖ Kramer (1951) What is egg quality and how it can measured . Work shop Ret Michigan collage.
- ❖ Meindere .R. (1990) Egg. Training book for Barneveld collage.
- ❖ Sreenivasaiah,P.V.(2006).Scientific Poultry Produced. International Book Distributing Co.