

وتبين ان السعه الثالثه هى التى تحقق ادنى حد لمتوسط التكاليف الانتاجيه —
بالنسبه للالف ككوت ، مما يدل على وجود وفورات للسعات الكبرى .
وبد راسه د وال التكاليف فى مزارع التسمين فى المدى الطويل ، تبين ان ~~الطاقه~~^{السمه}
الانتاجيه المثل تبلغ ٣٩ الف ككوت فى السنه بمتوسط تكاليف يقرب من ٢٠٦٢ جنيهها
للالف ككوت ، وبالتالى فان مزارع السعه الاولى لا تستطيع ان تصل الى هذه
الطاقه حتى لو عملت بكامل طاقتها القصوى ، اما بالنسبه للسعه الثانيه فانها
يمكنها الوصول الى هذه الطاقات اذا عملت اربع دورات ، وان حجم الانتاج
الامثل قد بلغ ٢٦٤١ طنا .

— اما بالنسبه للربحيه فقد اوضحت الد راسه التحليليه لد وال الربحيه فى الثلاث
سعات ، ان متوسط ربح المزرعه فى السعه الاولى بلغ ٤٨١٣ جنيه فى السنه
الانتاجيه المدروسه ، وان هذه السعه تنتج فى المرحله المتزايد بالنسبه لكميه
اللحم المنتجه ، وان الربح الحدى يبلغ ١٠٧٤٥ ر. جنيهها للطن ، وان العوامل
التي تؤثر فى اختلاف صافى الربح من مزرعه الى اخرى فى هذه السعه هى كميّه اللحم
المنتج ، والمنفق على الخدمات البيطريه والمنفق على شراء الكسكايت . وبلغ
متوسط ربح المزرعه السنوى فى السعه الثانيه ١٠٩١١ ر. ٦٩ جنيهها ، وبلغ
متوسط وزن اللحم الحى الناتج ٥٤٧٢ ر. طن وان الربح الحدى يبلغ ١٥٤٨ جنيهها
للطن . وان العوامل التي تؤثر معنويا فى اختلاف صافى الربح من مزرعه الى اخرى
هى كميّه اللحم المنتجه ، والمنفق على العلائق . كما بلغ متوسط ربح المزرعه
السنوى فى السعه الثالثه ٤٦٩١٣ ر. ٦٩ جنيهها ، وان قيمه الربح الحدى يبلغ
٨٦٧٣٦ ر. جنيهها للطن ، وان العامل الوحيد التي ثبتت معنويته فى التأثير على
صافى الربح « و وزن اللحم الحى الناتج » .

— وعند د راسه الهيئات التسويقيه المتعامله فى دجاج اللحم ، تبين من تلك
الد راسه ان الوسطاء المتعاملين فى السلعه موضع الد راسه ، اما وسطاء يتعاملون

بصوره شخصيه مثل سمساره العموله ، وتجارة الجملة ، وتجارة التجزئه ويتعاملون فـى
الدجاج الحى ، واما وسطاء يتعاملون بصورهم المعنويه فى السلع بصوره حـيـه
او مذبوحه ، ويمثلون فى المجازر الاليه والهيئات التعاقدية ومحللات شى الدجاج
كذلك اوضحت الد راسه ان الخدمات ، والعمليات التسويقية لدجاج اللحم ، تتمثل
فى خدمات فيزيقيه وتبادليه وتيسيره سواء فى مناطق الانتاج ، او على مستوى سوق
الجملة ، او على مستوى سوق التجزئه ، ومن اهم هذه الخدمات الشراء والبيع ،
الخف ، الجمع ، الفرز ، التعبئة ، الوزن ، النقل ، التحويل (الذبح وتجهيز
الدجاج) ، التخزين ، تحمل المخاطره ، الاعلام التسويقى .

— ويد راسه التكاليف التسويقيه والنمط الموسمى للتكاليف التسويقيه خلال الفتره ٨٤-٨٦ ،
حيث يتراوح متوسط التكاليف التسويقيه ٢١٢ قرش للكيلو جرام دجاج حى ، تبين ان قيمه
التكاليف التسويقيه خلال شهور الصيف تتزايد عن نظيراتها فى شهور الشتاء . وبالنسبه
لاسعار المستهلك فى محافظات الجمهوريه عام ١٩٨٦ ، تبين ان محافظه قنا تمثل اعلى
سعر مستهلك ، حيث يبلغ سعر الكيلو ٢٣٣ قرشا برقم قياسى ١٢٦ % من متوسط سعر
الجمهوريه البالغ ١٨٥ قرشا ، وتمثل محافظه القليوبيه اقل سعر ، حيث بلغ سعر الكيلو بها
فى نفس السنه ١٥٦ قرشا برقم قياسى ٨٤ % من جملة سعر الجمهوريه . وباجراء تحليل
التباين ذو الاتجاهين لبيانات الاسعار الشهريه للدجاج المحلى سلا له اجنيه فى مختلف
المدن الرئيسيه بجمهوريه مصر العربيه لعام ١٩٨٦ اتضح وجود فرق معنوى مؤكدا بين
مختلف شهور السنه ، وكذا فروق معنويه بين مختلف المدن . وحساب القياس الموسمى
للاسعار وجد ان اقل رقم قياسى موسمى فى شهر يناير ، حيث بلغ ٥٧ ر ٨٧ % ، اعلى رقم
قياسى فى شهر اكتوبر ، ويبلغ ١٢٠ % ، وباجراء اختبار توكى اتضح ان هناك فروق معنويه ،
ومؤكد احصائيا عند مستوى ٥ ر . بين شهر اكتوبر وكل من شهر يناير وفبراير ، ولم تثبت
المعنويه الاحصائيه للفروق بين متوسطات الاسعار الشهريه فى باقى الشهور ، وكذلك
تبين من اجراء اختبار توكى على الفروق السعرية بين المحافظات ان هناك فروق
سعرية بين القليوبيه وكل من الاسكندريه ، اسيوط ، قنا ، كذلك بين قنا وكـ