

الباحثة

اكرام ابراهيم رزق خليل

المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
	مستخلص الدراسة
	الشكرواهداء
1	مقدمة الدراسة
٢	- مشكلة الدراسة
3	- هدف الدراسة
3	-الطريقة البحثية ومصادر البيانات
3	-اطار الدراسة

الباب الاول: الاطار النظرى والدراسات السابقة

الفصل الاول: الاطار النظرى

4	تمهيد
4	بعض المفاهيم الخاصه للتسويق الداخلى
5	1-أسس اختيار الأسواق
6	٢-الخدمات التسويقية للموالح
7	اولا :الهيئات والمسالك التسويقية
8	ثانيا:الهوامش التسويقية
9	الكفاءة التسويقية
9	مفهوم توزيع جنيه المستهلك
10	ثالثا:طرق البيع محاصيل الفاكهة
10	النصيب السوقى

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

تمهيد

أولا : الدراسات المتعلقة بانتاج وتسويق البرتقال

ثانيا : الدراسات المتعلقة بانتاج وتسويق العنب

ثالثا: الدراسات المتعلقة بالتصدير والتجارة الخارجية لكل من البرتقال والعنب

أهم النتائج المستخلص من الدراسات السابقة

الباب الثاني

الفصل الاول

الوضع الراهن لمساحة وإنتاج وإنتاجية محصول البرتقال في جمهورية مصر العربية خلال فترة
الدراسة (٢٠٠٤-٢٠١٥)

تمهيد

أولا: الأهمية الاقتصادية

ثانيا : الأهمية النسبية لحاصلات الفاكهة في التركيب المحصولي الزراعي

ثالثا: أهمية محاصيل الفاكهة في توليد الدخل الزراعي

رابعا: اختيار محاصيل الفاكهة

الوضع الراهن لمحاصيل الفاكهة للمساحة والإنتاج

١- تطور المساحة والإنتاج لمحاصيل الفاكهة

١-التوزيع النسبي للمساحة المنزرعة بحاصلات الفاكهة في مصر

ب-التوزيع النسبي لإنتاج حاصلات الفاكهة في مصر

الوضع الراهن لمحصول البرتقال خلال فترة الدراسة

٢-تطور الأهمية النسبية لمحصول البرتقال في جمهورية مصر العربية

١-التوزيع النسبي للمساحة المنزرعة للبرتقال في جمهورية مصر العربية

ب-التوزيع النسبي للمساحة المثمرة لمحصول البرتقال بمحافظة

ج- التوزيع النسبي لإنتاج محصول البرتقال مصر

د-التوزيع النسبي إنتاجية محصول البرتقال مصر

التوزيع الجغرافي لأصناف البرتقال في جمهورية مصر العربية

أولا :البرتقال أبو سرّة

- 60 ا-التوزيع الجغرافى لمساحة الكلية للبرتقال أبو سرّة
61 ب-التوزيع الجغرافى لمساحة المثمرة للبرتقال أبو سرّة
64 ج-التوزيع الجغرافى الانتاج للبرتقال أبو سرّة
ثانيا:البرتقال الفالانشيا
66 ا-التوزيع الجغرافى لمساحة الكلية للبرتقال الفالانشيا
67 ب-التوزيع الجغرافى لمساحة المثمرة للبرتقال أبو سرّة
70 ج-التوزيع الجغرافى الانتاج للبرتقال الفالانشيا
الفصل الثانى
73 الوضع التسويقى لمحصول البرتقال

تمهيد

القيمة الغذائية للموالح (البرتقال)

اولا : تطور مستويات الأسعار المرزعية واسعار الجملة واسعار التجزئة للبرتقال ابو سرّة خلال فترة الدراسة (٢٠٠٤-٢٠١٥)

١- تطور المستويات السعرية لمحصول البرتقال أبو سرّة خلال فترة الدراسة (٢٠٠٤-٢٠١٥)

- 74 ا-تطور السعر المزرعى للبرتقال أبو سرّة
74 ب- تطور سعر الجملة للبرتقال أبو سرّة
75 ج- تطور سعر التجزئة للبرتقال أبو سرّة
75 ٢- توزيع جنيه المستهلك لمحصول البرتقال أبو سرّة خلال فترة الدراسة (٢٠٠٤-٢٠١٥)
76 ا- نصيب المزارع من جنيه المستهلك للبرتقال
76 ب- نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك للبرتقال ابوسرّة
٧٦ ج- نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك للبرتقال ابوسرّة
٧٧ د-النسبة المئوية لنصيب الوسطاء
٧٨ ٣- الهوامش التسويقية لمحصول البرتقال أبو سرّة خلال فترة الدراسة (٢٠٠٤-٢٠١٥)
٧٩ ا-الهامش التسويقى بين المنتج و تاجر الجملة
٧٩ ب-الهامش التسويقى بينتاجر الجملة وتاجر التجزئة

- ٨٠ ج- الهامش التسويقي بين المنتج وتاجر التجزئة للبرتقال
- ٨١ د- تكاليف انتاج طن البرتقال أبوسرة
- ٨١ ز- الكفاءة التسويقية لمحصول البرتقال أبوسرة
- ٨٣ ثانيا : تطور مستويات الأسعار المرزعية واسعار الجملة واسعار التجزئة للبرتقال الصيفي
- ٨٣ ١- تطور المستويات السعرية لمحصول البرتقال الصيفي فى مصر
- ٨٣ ا-تطور السعر المزرعى للبرتقال الصيفي
- ٨٤ ب- تطور سعر الجملة للبرتقال الصيفي
- ٨٤ ج- تطور سعر التجزئة للبرتقال الصيفي
- ٨٥ ٢- توزيع جنيه المستهلك لمحصول البرتقال الصيفيخلال فترة الدراسة (٢٠٠٤-٢٠١٥)
- ٨٦ ا- نصيب المزارع من جنيه المستهلك للبرتقال
- ٨٦ ب-نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك للبرتقال
- ٨٧ ج-نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك للبرتقال
- ٨٧ د-النسبة المئوية لنصيب الوسطاء
- ٨٨ ٣- الهوامش التسويقية لمحصول البرتقال الصيفيخلال فترة الدراسة (٢٠٠٤-٢٠١٥)
- ٨٨ ا-الهامش التسويقي بين المنتج و تاجر الجملة
- ٨٩ ب-الهامش التسويقي بين تاجر الجملة وتاجر تجزئة
- ٨٩ ج- الهامش التسويقي بين المنتج وتاجر تجزئة
- ٩٠ د-تكاليف الانتاج للبرتقال
- ٩١ ز-الكفاءة التسويقية

الفصل الثالث

الوضع الراهن للتجارة الخارجية لمحصول البرتقالخلال فترة الدراسة (٢٠٠٤-٢٠١٥)

تمهيد:

- ٩٢ تطور قيمة صادرات واردات الفاكهة
- اولا : تطور أسعار وكميات الصادرات العالمية لمحصول البرتقالخلال فترة الدراسة)
- ٩٣ أ- تطور كمية صادرات البرتقال العالمية
- ٩٤ ب-تطور قيمة الصادرات البرتقال العالمية
- ٩٥ ج- تطور أسعار البرتقال العالمية

- ٩٦ ثانيا: تطور أسعار وكميات الصادرات المصرية لمحصول البرتقال خلال فترة الدراسة (٢٠٠٤-٢٠١٥)
- ٩٧ أ- تطور كمية صادرات البرتقال المصرية
- ٩٧ ب- تطور قيمة الصادرات البرتقال المصرية
- ٩٧ ج- تطور أسعار البرتقال المصرية
- الوضع الراهن لورادات محصول البرتقال
- ٩٨ اولا : تطور الوردات لمحصول البرتقال على مستوى العالم
- ٩٨ ا- كمية وراتات البرتقال العالمى خلال فترة الدراسة (٢٠٠٤-٢٠١٥)
- ٩٨ ب-قيمة وراتات البرتقال العالمى خلال السنوات فترة الدراسة
- ٩٩ ج- سعر وراتات البرتقال العالمى خلال السنوات فترة الدراسة
- ثانيا : تطور وراتات مصر من البرتقال خلال السنوات فترة الدراسة
- ١٠١ ا-كمية وراتات البرتقال المصرى
- ١٠٢ ب-قيمة وراتات البرتقال المصرى
- ١٠٣ ج- سعر وراتات البرتقال
- ١٠٣ ثالثا : تطور صادرات أهم الدول المنافسة للبرتقال المصرى
- ١٠٤ اهم الدول المصدرة
- ١٠٥ رابعا : اهم الدول المستوردة البرتقال
- ١٠٦ خامسا: توزيع الجغرافى لكمية وقيمة صادرات البرتقال
- ١٠٨ سادسا:أهم مؤشرات قياس القدرة التنافسية لصادرات مصر من البرتقال
- ١٠٨ ١- مؤشر الميزة
- ١١٠ ٢- مؤشر النصيب السوقى لصادرات المصرية

الباب الثالث

محصول العنب

الفصل الاول

- ١١٢ الوضع الراهن لمساحة وإنتاج وإنتاجية محصول العنب في جمهورية مصر العربية
- ١١٢ الأهمية الاقتصادية لمحصول العنب

- ١١٣ اولاً : تطور المساحة الكلية والمثمرة والانتاج لمحصول العنب في مصر
- ١١٤ أ- تطور المساحة الكلية لمحصول العنب في مصر
- ١١٤ ب- تطور المساحة المثمرة لمحصول العنب في مصر
- ١١٥ ج- تطور الانتاجية لمحصول العنب في مصر
- ١١٦ د- تطور الانتاج لمحصول العنب في مصر
- ثانياً : التوزيع الجغرافي للعنب على مستوى جمهورية مصر العربية
- ١١٦ أ- التوزيع الجغرافي للمساحة الكلية لمحصول العنب
- ١١٧ ب- التوزيع الجغرافي للمساحة المثمرة لمحصول العنب
- ١٢٠ ج- التوزيع الجغرافي للانتاج لمحصول العنب
- التوزيع الجغرافي للاصناف العنب
- ١٢١ اولاً : عنب الفليم
- ١٢٢ أ- التوزيع الجغرافي للمساحة الكلية لمحصول عنب الفليم
- ١٢٣ ب- التوزيع الجغرافي للمساحة المثمرة لمحصول عنب الفليم
- ١٢٤ ج- التوزيع الجغرافي للانتاج لمحصول عنب الفليم
- ثانياً : عنب اسبريور
- ١٢٤ أ- التوزيع الجغرافي للمساحة الكلية لمحصول عنب اسبريور
- ١٢٥ ب- التوزيع الجغرافي للمساحة المثمرة لمحصول عنب اسبريور
- ١٢٦ ج- التوزيع الجغرافي للانتاج لمحصول عنب اسبريور
- الفصل الثانى
- الوضع التسويقي لمحصول العنب
- تمهيد
- القيمة الغذائية للعنب
- ١٢٨ ٤- تطور المستويات السعرية لمحصول العنب
- ١٢٨ أ- تطور سعر المزرعى للعنب
- ١٢٨ ب- تطور سعر الجملة للعنب
- ١٢٩ ج- تطور سعر التجزئة للعنب
- ١٣١ ٢- توزيع جنيته المستهلك لمحصول العنب

- ١٣١ ا- نصيب المزارع من جنيه المستهلك للعنب
- ١٣٢ ب- نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك للعنب
- ١٣٢ ج- نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك للعنب
- ١٣٢ د- النسبة المئوية لنصيب الوسطاء
- ١٣٢ ٣- الهامش التسويقي لمحصول العنب
- ١٣٣ ا- الهامش التسويقي بين المنتج و تاجر الجملة
- ١٣٤ ب- الهامش التسويقي بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة
- ١٣٥ ج- الهامش التسويقي بين المنتج وتاجر التجزئة للعنب
- ١٣٦ د- تكاليف انتاج طن العنب
- ١٣٦ ز- الكفاءة التسويقية لمحصول العنب

الفصل الثالث

الوضع الراهن لتجارة الخارجية لمحصول العنب

- ١٣٩ قيمة صادرات محصول العنب
- ١٤٠ اولا : تطور الصادرات العنب العالمى
- ١٤١ ا-كمية الصادرات العنب العالمى
- ١٤٢ ب-قيمة الصادرات العنب العالمى
- ١٤٣ ج-سعر الصادرات العنب العالمى
- ثانيا: تطور الصادرات العنب المصرى
- ١٤٠ ا-كمية الصادرات العنب المصرى
- ١٤٠ ب-قيمة الصادرات العنب المصرى
- ١٤١ ج-سعر الصادرات العنب المصرى
- ١٤١ اولا : تطور الواردات لمحصول العنب على مستوى العالمى
- ١٤١ ا-كميه واردات العنب العالمى خلال فترة الدراسه
- ١٤٢ ب-قيمة واردات العنب العالمى خلال فترة الدراسة
- ١٤٢ ج-سعر واردات العنب العالمى
- ١٤٣ ثانيا : تطور الواردات لمحصول العنب على مستوى المصرى
- ١٤٣ ا-كميه واردات العنب المصرى خلال فترة الدراسه

١٤٤	ب-قيمة واردات العنب المصرى خلال فترة الدراسة
١٤٥	ج-سعر واردات العنب المصرى
١٤٦	تطور قيمة صادرات الزراعة لمحصول العنب
١٥٠	أهم الدول المنافسة فى الاسوق العالمية لتصدير العنب المصري
١٥٠	الأوضاع التنافسية للعنب فى أهم الأسواق الاستيرادية
١٥٠	تنافسية العنب المصرى فى بعض لاسواق الاوروبية
١٥١	السوق الانجليزى
١٥٢	السوق الهولندى
١٥٥	التوزيع الجغرافى لصادرات العنب المصرى الى أسواق الاتحاد الاوروبى
١٥٧	التوصيات
١٦٢	الملخص باللغة العربية
٢٠٠	المراجع
١١	الملخص باللغة الإنجليزية

المستخلص

تحتل محاصيل الفاكهة مكانة هامة في الاقتصاد القومي لمصر باعتبارها من المحاصيل الزراعية ذات الأهمية الغذائية للإنسان. فقد اقتصرَت الدراسة على محصولي البرتقال والعنب وذلك لكونهم من أهم محاصيل الفاكهة الأساسية في مصر إنتاجاً وتوزيعاً إلا أن مصر تعاني من عدم الإستخدام الأمثل في اوقات معينه تؤهلنا الى تصدير هذه السلع مما يستوجب علينا دراسة الأهمية الاقتصادية لكل من محصولي البرتقال والعنب لذلك حيث يشغلان نسبة ٣٨% من متوسط إجمالي المساحة الكلية للفاكهة عام ٢٠١٥ ويمثل إنتاج كل من البرتقال والعنب حوالي ١٢١١,٩ ألف طن يمثل ٥٠% من متوسط إنتاج الفاكهة عام ٢٠١٥. وتبين من خلال دراسة الاتجاه العام الزمني للإنتاج الكلي للبرتقال والعنب أنه اخذ اتجاها عام متزايد. تبين من التوزيع الجغرافي لمحافظة مصر لكل من محصولي البرتقال والعنب أن محافظات الوجه البحري(البحيرة، الشرقية، الإسماعيلية) ومصر الوسطى(المنيا) ومحافظة النوبارية من أهم محافظات إنتاجا لكل من البرتقال والعنب ، و من خلال دراسة التسويق الداخلي لبعض محاصيل الفاكهة (البرتقال والعنب) وتطور أسعارهما تبين أن متوسط نصيب الوسطاء خلال الفترة المدروسة أكبر من متوسط نصيب المزارع ولذا يجب تفادي تعدد الوسطاء في المسلك التسويقي للسلعة كما تبين أن متوسط الكفاءة التسويقية للبرتقال والعنب تقدر بحوالي ٥٧,٧% و ٦٤% على الترتيب مما يوضح اخافض الكفاءة التسويقية للبرتقال والعنب خلال الفترة ، وتبين من حركة التجارة الخارجية أن هناك تزايد في كمية صادرات العالم من البرتقال والعنب منذ فترة الدراسة سنوية حيث تأتي مصر في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت حوالي ٨,٣% من قيمة صادرات العالم من البرتقال و تأتي مصر في المرتبة الحادية عشر من حيث الأهمية النسبية على مستوى العالم حيث تمثل نحو ٢,١ من قيمة صادرات العالم للعنب ويمثل الاتحاد الأوربي مستورد جيد من محصولي البرتقال والعنب ، وتبين من دراسة التوزيع الجغرافي للصادرات المصرية واهم الدول المنافسة لمصر ومعرفة قدرة مصر في التنافس، و الميزة النسبية لهم وقد تم التوصل الى ان مصر لها ميزة تنافسية سعرية في محاصيل الدراسة .

الكلمات الدالة: