

المحتويات

الصفحة	
١	- مقدمة
٣	- مشكلة البحث
٤	- هدف البحث
٥	- أجزاء الدراسة
٦	- الطريقة البحثية ومصادر البيانات
٧	<u>الباب الأول: الاستعراض المرجعي للدراسات السابقة.</u>
٨	- تمهيد
٨	أولاً: الأبحاث الخاصة بالمؤسسات التمويلية لقطاع الزراعة في مصر
٢١	ثانياً: الدراسات الخاصة بتمويل تسويق أهم المحاصيل الزراعية في مصر.
٢٦	<u>الباب الثاني : مصادر التمويل الزراعي في مصر ومدى كفايتها</u>
٢٧	- تمهيد
٢٧	- مفهوم التمويل وتعريفه وأهم مبادئ التمويل وأهدافه.
٢٩	- تطور مصادر التمويل الزراعي في مصر
٣١	- مدى كفاية الائتمان الزراعي في مصر
٣٢	- الفائدة على القروض
٣٣	- مصادر التمويل في ظل سياسة التحرر الاقتصادي.
٣٤	١- البنوك التجارية
٣٥	٢- البنك الرئيسي للتنمية والائتمان الزراعي
٣٦	٣- التمويل الذاتي

الصفحة	
٣٧	٤- التمويل التعاونى
٣٨	٥- القطاع الخاص
٤٠	٦- المصادر الحكومية
٤١	<u>الباب الثالث: الاقراض الزراعى وأثره على تسويق الحاصلات الزراعية فى مصر</u>
٤٢	- تمهيد
٤٢	- تعريف السياسة التسويقية الزراعية
٤٤	- أهمية الاقراض الزراعى بالنسبة لتسويق الحاصلات الزراعية
٤٥	- التمويل التسويقى للمنتجات الزراعية فى ظل الاقتصاد الحر
٤٦	- السياسة الائتمانية الزراعية
٤٧	- معوقات الاقراض والاقتراض الزراعى فى مصر
٤٩	<u>الباب الرابع : الأهمية النسبية للاقراض الزراعى بالنسبة لتمويل الانشطة</u> التسويقية لمحاصيل القطن والقمح والارز.
٥٠	- مقدمة
٥٥	<u>الفصل الاول : محصول القطن</u>
٥٠	- تمهيد
٥١	- الخدمات والوظائف التسويقية للقطن
٥٥	- تطور الكميات المسوقة لمحصول القطن
٥٧	- العوامل المؤثرة على الكمية المسوقة من محصول القطن

الصفحة	
٥٩	- العلاقة بين الأسعار المزرعية والأسعار التصديرية لمحصول القطن في فترتي التسويق الحر والتسويق التعاوني
٦١	- الاتجاه الزمني العام لتطور الكميات المصدره من محصول القطن
٦٢	- تطور الكفاءة التسويقية لقنطار القطن
٦٤	- تطور أجمالى القروض النقدية والعينية ونصيب فدان القطن من القروض قبل وبعد التحرر الاقتصادى.
٦٦	- المصروفات التسويقية لمحصول القطن خلال موسم ١٩٩٥/٩٤-١٩٩٦/٩٥
٦٧	- النظام الجديد لتسويق محصول القطن اختياريا لموسم ١٩٩٧/٩٦
٦٨	أ- أليات السوق الحر
٧١	ب- بنك التنمية والأئتمان الزراعى
٧٣	ج- هيئة التحكيم واختبارات القطن
٧٥	د- أحكام عامة : طبقاً لجداول الأسعار
٧٦	- النظام المقترح لتمويل الأنشطة التسويقية الزراعية فى ظل سياسة التحرر الاقتصادى.
٧٨	الفصل الثانى : محصول القمح
٧٨	- تمديد
٧٨	- الخدمات والوظائف التسويقية للقمح
٨٢	- تطور كميات القمح المسوقة تعاونياً والمستوردة من الخارج واجمالى المستهلك منه محلياً

الصفحة	
٨٤	- الاتجاه الزمني العام لتطور الكميات المسوقة والكميات المستوردة وإجمالي المستهلك تعاونيا من القمح.
٨٥	- العوامل المؤثرة على الكمية المسوقة تعاونيا من القمح خلال الفترة (١٩٨٠/٧٩ - ١٩٩٥/٩٤)
٨٧	- العلاقة بين الأسعار المزرعية وأسعار الإستيراد للقمح.
٨٧	- تطور الكفاءة التسويقية القمحية.
٩٠	- تطور إجمالي القروض النقدية والعينية ونصيب فدان القمح من القروض قبل وبعد التحرر الاقتصادي.
٩٢	الفصل الثالث : محصول الأرز
٩٢	- تمهيد
٩٢	- الخدمات والوظائف التسويقية للأرز
٩٦	- تطور الكميات المسوقة تعاونيا من الأرز
٩٦	- العوامل المؤثرة على الكمية المسوقة لمحصول الأرز خلال الفترة (١٩٨٠/٧٩ - ١٩٩٥/٩٤).
٩٨	- العلاقة بين الأسعار المزرعية وأسعار تصدير طن الأرز
١٠٠	- تطور الكفاءة التسويقية لمحصول الأرز
١٠٣	- تطور إجمالي القروض النقدية والعينية ونصيب فدان الأرز من القروض قبل وبعد التحرر الاقتصادي.
١٠٥	- الآثار والنتائج المترتبة على تغيير السياسات التسويقية والإقراضية للقطن والقمح والأرز
١١١	- سياسة إنتاج وتسويق وتجارة الأرز للموسم ١٩٩٦/١٩٩٧

الصفحة	
١١٣	* الملخص
١١٧	* التوصيات
١٢٠	* جداول الملحق الإحصائي
١٢٤	* المراجع باللغة العربية
١٣٠	* المراجع باللغة الانجليزية
1 - 3	* الملخص باللغة الانجليزية