

المحتويات

رقم الصفحة

مقدمة

١	تمهيد:
٢	مشكلة البحث
٣	أهداف البحث
٣	طريقة وأدوات البحث
٣	مصادر البيانات
٤	خطة البحث والدراسة

الباب الأول : الإطار النظري والإستعراض المرجعي

٥	تمهيد:
٧	الفصل الأول : الإطار النظري للدراسة
	المبحث الأول : تعريف وتقسيم وأهمية محاصيل الخضر
٧	والفاكهة
٧	- تعريف محاصيل الخضر والفاكهة
٨	- تقسيمات محاصيل الخضر والفاكهة
	- الأهمية الاقتصادية لمحاصيل الخضر
١٠	والفاكهة
	- الأهمية الغذائية لمحاصيل الخضر
١٣	والفاكهة
١٥	المبحث الثاني : النظام التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة
١٦	- الهيئات التسويقية لمحاصيل الخضر والفاكهة

	- المسالك والخدمات التسويقية لمحاصيل
١٨	 الخضر والفاكهة
	- الصعوبات التي تواجه تسويق محاصيل
٢٢	 الخضر والفاكهة
٢٤	المبحث الثالث : الفاقد التسويقي
٢٤	أولاً: تعريف الفاقد التسويقي
٢٦	ثانياً: أساليب تقدير الفاقد التسويقي
٢٩	ثالثاً: مشاكل وصعوبات تقدير الفاقد التسويقي
	رابعاً: أهم أسباب الفاقد التسويقي على مستوى
٣٠	المزرعة وأسواق الجملة والتجزئة
	أ- العوامل المسببة للفاقد التسويقي في الحاصلات
٣١	 الزراعية
	ب- العوامل المسببة للفاقد التسويقي في محاصيل
٣٥	 الخضر والفاكهة
٤٤	 الفصل الثاني : الإستعراض المرجعي
	الباب الثاني : عينة الدراسة الميدانية
٥٦	 تمهيد :
٥٧	- اختيار عينة الدراسة:
٥٧	أولاً : مراحل اختيار عينة المزارع:
٥٧	- المرحلة الأولى: اختيار محافظات العينة
٥٨	- المرحلة الثانية : اختيار مراكز العينة
٦١	- المرحلة الثالثة : اختيار قرى العينة
٦٣	- تحديد حجم العينة

٦٨ ثانياً : أختيار عينة سوق الجملة

٧١ ثالثاً : أختيار عينة سوق التجزئة

الباب الثالث : الفاقد التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة على

مستوى المزرعة

٧٣ تمهيد : —————

- الفاقد التسويقي بالمزرعة لمحاصيل الخضر والفاكهة بمحافظة

٧٤ الجيزة (مركز إمبابة)

أولاً : الفاقد التسويقي بالمزرعة لمحاصيل الخضر

٧٤ بمركز إمبابة

ثانياً : الفاقد التسويقي بالمزرعة لمحاصيل الفاكهة

٧٤ بمركز إمبابة

- الفاقد التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بمحافظة القليوبية

٧٨ (مركزى قليوب وطوخ)

أولاً : الفاقد التسويقي بالمزرعة لمحاصيل الخضر

٧٨ بمركز قليوب

ثانياً : الفاقد التسويقي بالمزرعة لمحاصيل الفاكهة

٨٠ بمركز طوخ

- الفاقد التسويقي بالمزرعة لمحاصيل الخضر والفاكهة بمحافظة

٨٠ الشرقية (مركزى فاقوس وأبوحماد)

أولاً : الفاقد التسويقي بالمزرعة لمحاصيل الخضر

٨٠ بمركز فاقوس

ثانياً : الفاقد التسويقي بالمزرعة لمحاصيل الفاكهة

٨٣ بمركز أبو حماد

٨٥	 الدراسة :	- الفاقد التسويقي بالمزرعة لمحاصيل الخضر والفاكهة بمراكز
٨٥	 أولاً: الفاقد التسويقي بالمزرعة لمحاصيل الخضر	
٨٥	 بالمراكز الثلاث (إمبابة ، قليوب ، فاقوس)	
٨٥	 ثانياً: الفاقد التسويقي بالمزرعة لمحاصيل الخضر	
٨٥	 بالمراكز الثلاث (إمبابة ، طوخ ، أبوحماد)	
٨٧	 العوامل المؤثرة عليه بالمزرعة	- العلاقة بين كمية الفاقد التسويقي للخضروالفاكهة وبعض
٨٩	 أولاً- دراسة العلاقة بين كمية الفاقد التسويقي من	
٨٩	 الخضروالفاكهة والعوامل المؤثرة عليه بمحافظة	
٨٩	 (مركز إمبابة)	الجيزة
٨٩	 أ- دراسة العلاقة الخطية البسيطة	(١) دراسة العلاقة بين كمية الفاقد التسويقي من
٩١	 ب- دراسة العلاقة الخطية المتعددة	الخضر والعوامل المؤثرة عليه بمحافظة الجيزة
٩٥	 (مركز إمبابة)	
٩٥	 أ- دراسة العلاقة الخطية البسيطة	
٩٧	 ب- دراسة العلاقة الخطية المتعددة	
٩٥	 ثانياً- دراسة العلاقة بين كمية الفاقد التسويقي من	
٩٧	 الخضر و الفاكهة والعوامل المؤثرة عليه بمحافظة	
١٠١	 (مركزى فاقوس وأبو حماد)	الشرقية

- (١) دراسة العلاقة بين كمية الفاقد التسويقي من
الخضر والعوامل المؤثرة عليه بمحافظة الشرقية (مركز فافوس) ١٠١
- أ- دراسة العلاقة الخطية البسيطة ١٠١
- ب- دراسة العلاقة الخطية المتعددة ١٠٣
- (٢) دراسة العلاقة بين كمية الفاقد التسويقي من
الفاكهة والعوامل المؤثرة عليه بمحافظة
الشرقية (مركز أبو حماد) ١٠٨
- أ- دراسة العلاقة الخطية البسيطة ١٠٨
- ب- دراسة العلاقة الخطية المتعددة ١١٠
- ثالثاً- دراسة العلاقة بين كمية الفاقد التسويقي من
الخضر و الفاكهة والعوامل المؤثرة عليه بمحافظة
القليوبية (مركز قليوب وطوخ) ١١٤
- (١) دراسة العلاقة بين كمية الفاقد التسويقي من
الخضر والعوامل المؤثرة عليه بمحافظة
القليوبية (مركز قليوب) ١١٤
- أ- دراسة العلاقة الخطية البسيطة ١١٤
- ب- دراسة العلاقة الخطية المتعددة ١١٦
- (٢) دراسة العلاقة بين كمية الفاقد التسويقي من
الفاكهة والعوامل المؤثرة عليه بمحافظة
القليوبية (مركز طوخ) ١٢١
- أ- دراسة العلاقة الخطية البسيطة ١٢١
- ب- دراسة العلاقة الخطية المتعددة ١٢٣

الباب الرابع : الفاقد التسويقي من الخضر والفاكهة بالأسواق والمناطق التسويقية

تمهيد : ١٢٨

الفصل الأول: الفاقد التسويقي من محاصيل الخضر والفاكهة

- بأسواق الجملة والتجزئة ١٣٠
- سوق الجملة للقاهرة الكبرى بمدينة العبور ١٣١
- الفاقد التسويقي لمحاصيل الخضر و الفاكهة بأسواق الجملة ١٣٨
- الفاقد التسويقي لمحاصيل الخضروالفاكهة بأسواق التجزئة: ١٣٩
- أولاً: الفاقد التسويقي لمحاصيل الخضر فى سوق التجزئة ١٤٠
- ثانياً: الفاقد التسويقي لمحاصيل الفاكهة فى سوق التجزئة ١٤٢
- الفاقد التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة على مستوى الجمهورية ١٤٥

الفصل الثانى: العوامل المؤثرة على كمية الفاقد التسويقي من

الخضر والفاكهة لدى تجار العينة بسوق التجزئة

- بالقاهرة الكبرى ١٤٨
- أولاً: دراسة العلاقة بين كمية الفاقد التسويقي من الخضر والعوامل المؤثرة عليه ١٥٠
- أ- دراسة العلاقة الخطية البسيطة ١٥٠
- ب- دراسة العلاقة الخطية المتعددة ١٥٣
- ثانياً: دراسة العلاقة بين كمية الفاقد التسويقي من الفاكهة والعوامل المؤثرة عليه ١٥٨
- أ- دراسة العلاقة الخطي البسيطة ١٥٨
- ب- دراسة العلاقة الخطية المتعددة ١٦١

الباب الخامس: تقدير التباين لنسب الفاقد التسويقي من الخضر والفاكهة بالمزارع والأسواق

- ١٦٦ تمهيد :
- تحليل التباين لمتوسط نسب الفاقد التسويقي من الخضر والفاكهة
١٦٧ على مستوى المزرعة
- تحليل التباين لمتوسط نسب الفاقد التسويقي بين أنواع الخضر
١٦٨ بالمحافظات الثلاثة
- تحليل التباين لمتوسط نسب الفاقد التسويقي بين أنواع الفاكهة
١٧٠ بالمحافظات الثلاثة
- تحليل التباين لمتوسط نسب الفاقد التسويقي من الخضر والفاكهة
١٧٣ في سوق التجزئة
- تحليل التباين لمتوسط نسب الفاقد التسويقي بين أنواع الخضر
١٧٥ في سوق التجزئة
- تحليل التباين لمتوسط نسب الفاقد التسويقي بين أنواع الفاكهة
١٧٧ في سوق التجزئة

الخاتمة :

- ١٨٠ تمهيد :
١٨٢ أولاً : الملخص
١٨٩ ثانياً : التوصيات

المراجع :

- ١٩٢ أولاً : مراجع باللغة العربية
١٩٥ ثانياً : مراجع باللغة الإنجليزية

الملاحق :

- ١٩٦ - ملحق رقم (١) إستمارتي الاستبيان
٢٠٣ - ملحق رقم (٢) جداول البيانات الأولية

ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية