



شبكة المعلومات الجامعية
التوثيق الإلكتروني والميكرو فيلم

بسم الله الرحمن الرحيم



HANAA ALY



شبكة المعلومات الجامعية
التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم



شبكة المعلومات الجامعية التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم



HANAA ALY



شبكة المعلومات الجامعية
التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

جامعة عين شمس

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها
علي هذه الأقراص المدمجة قد أعدت دون أية تغيرات



يجب أن

تحفظ هذه الأقراص المدمجة بعيدا عن الغبار



HANAA ALY

سوق الخضروات المجمدة

رسالة مقدمة من

فاطمة عادل سعد محمد

بكالوريوس العلوم التعاونية الزراعية، المعهد العالي للتعاون الزراعي، ٢٠١١

**كجزء من متطلبات الحصول على
درجة الماجستير في العلوم الزراعية
(اقتصاد زراعي)**

قسم الاقتصاد الزراعي

كلية الزراعة

جامعة عين شمس

صفحة الموافقة على الرسالة

سوق الخضروات المجمدة

رسالة مقدمة من

فاطمة عادل سعد محمد

بكالوريوس العلوم التعاونية الزراعية، المعهد العالي للتعاون الزراعي، ٢٠١١

**كجزء من متطلبات الحصول على
درجة الماجستير في العلوم الزراعية
(اقتصاد زراعي)**

وقد تمت مناقشة الرسالة والموافقة عليها

اللجنة

د. محمد عبد الخالق احمد الصاوي

رئيس بحوث الاقتصاد الزراعي، معهد بحوث الاقتصاد الزراعي، مركز البحوث الزراعية

د. عبد الله محمود عبد المقصود

أستاذ الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة عين شمس

د. سلوي محمد أحمد عبد المنعم

أستاذ الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة عين شمس

د. محمد بدير العراقي

أستاذ الاقتصاد الزراعي المتفرغ، كلية الزراعة، جامعة عين شمس

تاريخ المناقشة : / / ٢٠١٩

جامعة عين شمس
كلية الزراعة

رسالة ماجستير

اسم الطالبة : فاطمة عادل سعد محمد
عنوان الرسالة : سوق الخضروات المجمدة
اسم الدرجة : ماجستير في العلوم الزراعية (اقتصاد زراعي)

لجنة الإشراف

د. محمد بدير العراقي

أستاذ الاقتصاد الزراعي المتفرغ، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة عين شمس
(المشرف الرئيسي)

د. سلوي محمد أحمد عبد المنعم

أستاذ الاقتصاد الزراعي، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة عين شمس

تاريخ التسجيل / ٢٠١٦

الدراسات العليا

أجيزت الرسالة بتاريخ

٢٠١٩ / ١١ / ١٤

ختم الإجازة

موافقة مجلس الجامعة

٢٠٢٠ / /

موافقة مجلس الكلية

٢٠٢٠ / /

شكر وعرفان

أول مشكور هو الله عز وجل، ثم والداي على كل مجهوداتهم منذ ولادتي إلى هذه اللحظات، أنتم كل شيء أحبكم في الله أشد الحب ثم اسجد لله شكرا وعرفانا أن جعلني من تلاميذ الأستاذ الدكتور الجليل/ د . محمد بدير العراقي أستاذ الاقتصاد الزراعي بالكلية على اختياره لذلك الموضوع الذي أثار الجميع فهو كذلك يفاجئنا بموضوعاته الجديدة التي تحتاج إلى بحث وتفكير فأدعو الله له أن يزرع ثمرة العلم وتطويره لكل طالب وباحث. كما أتقدم بالشكر والعرفان إلى الام ذو القلب والعقل الفياض والنبض الدائم لا بناءها بالتفوق والتطور العلمي المستمر الأستاذ الدكتور/ د. سلوي محمد أحمد عبد المنعم رئيس القسم على مجهوداتها المستمرة والمستتيرة كما اتقدم بالشكر الي استاذي الكبير الأستاذ الدكتور/ عبد الله محمود عبد المقصود أستاذ الاقتصاد الزراعي على ما تعلمته خلال فترة دراستي ، ولا أنسى استأذنا الجليل الأستاذ الدكتور/ محمد عبد الخالق احمد الصاوي رئيس بحوث الاقتصاد الزراعي معهد البحوث الاقتصاد الزراعي ، مركز البحوث الزراعية الذي أعطانا من وقته الكثير ومن علمة الوفير كل ذلك دون مقابل غير ان تكون شاكرين لله فضلا.

كما أتقدم بخالص الشكر والعرفان لكلاً من (روح المرحوم اخي الصغير احمد عادل سعد) الذي كان قوتي، وسندي فالدنيا و والدي ووالدتي اللذان سهررا على تربيتي وتعليمي منذ أن بدأت حياتي واختي دعاء عادل سعد والاستاذ احمد عبد الله كما اتقدم بجزيل الشكر الي الاستاذ ممدوح مامون و الاستاذ مهاب اعضاء مجلس ادارة شركة مونتانا والاستاذ يسري شهبان نائب مدير عام المصنع والاستاذ خالد ياسين مدير ادارة المخازن والاستاذ جمال عواد مدير ادارة المشتريات الزراعية والكابتن حامد يونس والدكتور مصطفى مجدي والمهندس محمد البربري والاستاذ محمد بدر والاستاذ احمد الشيخ والاستاذ محمد المنسي كما اتقدم بكل الشكر الي زملائي الذي كانوا نعم الاخوات علي مسنداتهم لي الدكتوراة .سمر سمير والدكتوراة. اسراء جمال و الدكتور احمد عبد الموجود و الدكتور محمود سمير وباقي اصدقائي وجميع أعضاء هيئة التدريس والمدرسين المساعدين والمعدين بالقسم.

كما أتقدم بخالص الشكر لأكاديمية البحث على مجهوداتها على إحياء البحث العلمي.

والله وراء القصد

الباحثة

فاطمة عادل سعد محمد

اهداء

هذه الرسالة الي روح

اخي الصغير رحمة الله عليه وجعله من اهل الجنة

(احمد عادل سعد محمد)

الذي كان سندي وقوتي فالدنيا وسبب من اسباب حصولي علي هذه المكانة

فضلا وليس امرا لكل من استفاد من هذه الرسالة قراءة الفاتحة الي روحه

الطاهرة

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
1	المقدمة
1	مشكلة الدراسة
2	أهداف الدراسة
2	مصادر جمع البيانات
2	الأسلوب التحليلي للدراسة (الطريقة البحثية)
	محتويات الدراسة
	الباب الأول: الاستعراض المرجعي و الإطار النظري للدراسة
4	تمهيد
4	الفصل الأول: الاستعراض المرجعي للدراسات السابقة
	تمهيد
4	اولا : دراسات متعلقة باقتصاديات التصنيع لكل من الخضر والفاكهة
	ثانيا : دراسات متعلقة بتصدير اهم محاصيل الخضر الطازجة
9	والمصنعة
23	أهم نتائج الاستعراض المرجعي
24	الفصل الثاني:الإطار النظري
25	أهداف التصنيع الغذائي
27	الطاقة الإنتاجية لمصانع التصنيع الغذائي
28	التسويق الزراعي
29	الباب الثاني: انتاج لبعض محاصيل الخضر فى مصر
	اولا: المساحة وانتاج بعض محاصيل الخضر لاجمالى الجمهورية
32	خلال الفترة من (2005: 2016)
	ثانيا: تطور المساحة والانتاج والانتاجية لمحصول الفاصوليا
	الخضراء خلال الفترة (2005:2016)
	ثالثا: تطور المساحة والانتاج والانتاجية لمحصول البسلة الخضراء
36	خلال الفترة (2005:2016)
	رابعا: تطور المساحة والانتاج والانتاجية لمحصول البامية خلال
39	الفترة (2005:2016)
	خامسا: تطور المساحة والانتاج والانتاجية لمحصول السبانخ خلال
34	الفترة (2005:2016)

الصفحة	الموضوع
	سادساً: تطور المساحة والانتاج والانتاجية لمحصول الملوخية خلال الفترة (2005:2016)
47	الباب الثالث: السوق المحلية للخضر المصنعة مع التركيز علي الخضر المجمدة
52	تطور اجمالي الإنتاج من الخضروات المحفوظة والمخللات .
52	تطور اجمالي الإنتاج من الخضروات المجمدة .
54	تطور الانتاج للخضر المجمدة والمصنعة .
62	تطور اجمالي كمية الاستهلاك من الخضر المجمدة.
69	تقدير الاتجاهات العامة لمؤشرات التجارة الخارجية:
71	الباب الرابع: الدراسة الميدانية لبعض محاصيل الخضر المجمدة في مصر
74	الفصل الأول: أسس اختيار وتوصف عينة الدراسة
74	اختيار عينة الدراسة.
76	توقيت جمع البيانات :
76	وصف عينة الدراسة :
78	أهم الخضر المجمدة وأكثرها اقبالاً من قبل المستهلك:
79	افضلية المستهلك لشركات الخضر المجمدة لأهم الاصناف وأكثرها اقبالاً من قبل المستهلك:
79	أسباب الاقبال علي الخضر المجمدة :
86	العلاقات الانحدارية بين الكمية المستهلكة وبعض المتغيرات الشارحة
89	العلاقات الانحدارية بين الكمية المستهلكة والسعر :
90	الفصل الثاني: اسعار الخضر المجمده
90	الفرق بين اسعار منتجات الشركات بالسوبر ماركات
93	مقارنة اسعار الخضر المجمدة خلال عامي (2018/2019)
102	الفصل الثالث : دراسة حاله لشركه مونتانا
111	كمية مبيعات الشركة خلال الثلاث سنوات
113	قائمة اسعار الشركة خلال الثلاث سنوات
116	الملخص والتوصيات
121	المراجع
125	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الصفحة	رقم الجدول	
30	(1-2)	تطور اجمالي مساحة وانتاج مصر لمحاصيل الخضر خلال الفترة (2016-2005)
31	(2-2)	الاتجاهات الزمنية لتطور إجمالي المساحة والانتاج لمحاصيل الخضر خلال الفترة (2016-2005)
33	(3-2)	تطور المساحة والانتاجية والانتاج لمحصول الفاصوليا الخضراء خلال الفترة (2016-2005)
34	(4-2)	الاتجاهات الزمنية لتطور محصول الفاصوليا الخضراء خلال الفترة (2016-2005)
37	(5-2)	تطور المساحة والانتاجية والانتاج لمحصول البسلة الخضراء خلال الفترة (2016-2005)
38	(6-2)	الاتجاهات الزمنية لتطور محصول البسلة الخضراء خلال الفترة (2016-2005)
40	(7-2)	تطور المساحة والانتاجية والانتاج لمحصول البامية خلال الفترة (2016-2005)
41	(8-2)	الاتجاهات الزمنية لتطور محصول البامية خلال الفترة (2016-2005)
44	(9-2)	تطور المساحة والانتاجية والانتاج لمحصول السبانخ خلال الفترة (2016-2005)
45	(10-2)	الاتجاهات الزمنية لتطور محصول السبانخ خلال الفترة (2016-2005)
48	(11-2)	تطور المساحة والانتاجية والانتاج لمحصول الملوخية خلال الفترة (2016-2005)
49	(12-2)	الاتجاهات الزمنية لتطور محصول الملوخية
53	(1-3)	تطور كمية الانتاج الفعلي لمنتجات تجهيز الخضر خلال الفترة (2016-2007) الكمية بالالف طن
53	(2-3)	الاتجاهات الزمنية لكمية الانتاج الفعلي لمنتجات تجهيز الخضر خلال الفترة (2016-2007) الكمية بالالف طن

رقم الصفحة	رقم الجدول
58	(3-3) تطور قيمة الانتاج الفعلى لمنتجات تجهيز الخضر خلال الفترة (2007-2016) القيمة بالمليون جنية
59	(4-3) الاتجاهات الزمنية لقيمة الانتاج الفعلى لمنتجات تجهيز الخضر خلال الفترة (2007-2016) الكمية بالالف طن
63	(5-3) تطور الانتاج من الخضر المجمدة والمصنعة خلال الفترة (2007-2016)
64	(6-3) معادلات انتاج الخضر المجمدة والمصنعة خلال الفترة (2007-2016).
70	(7-3) تطور كمية الاستهلاك من الخضر المجمدة و المصنعة خلال الفترة (2007-2015) الكمية بالالف طن
70	(8-3) تطور استهلاك الخضر المجمدة خلال الفترة (2007-2015)
72	(9-3) تطور التجارة الخارجية للخضروات المجمدة خلال الفترة (2007-2015)
73	(10-3) الاتجاه الزمنى العام للخضروات المجمدة للتجارة الخارجية للفترة من (2007-2016)
75	(1-4) توزيع مفردات العينة وفقاً للأسواق التجارية
76	(2-4) توزيع مفردات العينة وفقاً للتركيب النوعي
77	(3-4) توزيع مفردات العينة وفقاً للحالة العملية
77	(4-4) توزيع مفردات العينة وفقاً للحالة الاجتماعية
78	(5-4) الأهمية النسبية لاعداد مشتري الخضر المجمدة بعينة الميدانية وفقاً لاراءهم حول الموسم الاكثر استهلاكاً للخضر المجمدة
79	(6-4) الاهمية النسبية لاعداد مستهلكي الخضر المجمدة بعينة الدراسة الميدانية وفقاً لارائهم حول اكثر الخضر المجمدة اقبالاً من المستهلك
80	(7-4) أفضلية المستهلك لشركات الخضر المجمدة لصنف الباميا المجمدة
81	(8-4) افضلية المستهلك لشركات الخضر المجمدة لصنف الملوخية المجمدة

رقم الصفحة	رقم الجدول
82	(9-4) الأهمية افضلية المستهلك لشركات الخضر المجمدة لصنف البسلة المجمدة
83	(10-4) افضلية المستهلك لشركات الخضر المجمدة لصنف الفاصوليا الخضراء المجمدة
84	(11-4) افضلية المستهلك لشركات الخضر المجمدة لصنف الخضار المشكل المجمدة
85	(12-4) افضلية المستهلك لشركات الخضر المجمدة لصنف السبانخ المجمدة
86	(13-4) افضلية المستهلك لشركات الخضر المجمدة لصنف ورق العنب المجمدة
87	(14-4) آراء المستهلكين حول الاقبال علي الخضر المجمدة
92	(15-4) الاسعار للخضار الطازج و أهم شركات الخضر المجمدة
93	(16-4) الفرق بين اسعار منتجات الشركات بالسوبر ماركات
94	(17-4) مقارنة اسعار الخضر المجمدة المتواجدة بالسوبر مركات لشركة مونتانا بعينة الدراسة خلال عامي (2018-2019)
95	(18-4) مقارنة اسعار الخضر المجمدة المتواجدة بالسوبر مركات لشركة بسمة بعينة الدراسة خلال عامي (2018-2019)
97	(19-4) مقارنة اسعار الخضر المجمدة المتواجدة بالسوبر مركات لشركة جيفركس بعينة الدراسة خلال عامي (2018-2019)
98	(20-4) مقارنة اسعار الخضر المجمدة المتواجدة بالسوبر مركات لشركة لذة خلال عامي (2018-2019)
99	(21-4) مقارنة اسعار الخضر المجمدة المتواجدة بالسوبر مركات لشركة امريكانا بعينة الدراسة خلال عامي (2018-2019)
101	(22-4) مقارنة اسعار الخضر المجمدة المتواجدة بالسوبر مركات لشركة السنبله بعينة الدراسة خلال عامي (2018-2019)
111	(23-4) كمية مبيعات الشركة خلال الثلاث سنوات (الكمية بالطن)
113	(24-4) قائمة اسعار الشركة خلال الثلاث سنوات (السعر بالجنيه)
115	(25-4) مقارنة اسعار الخضر المجمدة المتواجدة بالسوبر مركات لشركة مونتانا بعينة الدراسة خلال عامي (2018-2019)

رقم
الصفحة

رقم
الجدول

قائمة الاشكال

الصفحة	رقم الشكل
30	(1-2) تطور المساحة لاجمالى محاصيل الخضر للفترة من (2016-2005)
31	(2-2) تطور الانتاج لاجمالى محاصيل الخضر للفترة من (2016-2005)
34	(3-2) تطور مساحة محصول الفاصوليا الخضراء للفترة من (2016-2005)
35	(4-2) تطور انتاجية محصول الفاصوليا الخضراء للفترة من (2016-2005)
36	(5-2) تطور انتاج محصول الفاصوليا الخضراء للفترة من (2016-2005)
38	(6-2) تطور انتاجية محصول البسلة الخضراء للفترة من (2016-2005)
39	(7-2) تطور انتاج محصول البسلة الخضراء للفترة من (2016-2005)
42	(8-2) تطور مساحة محصول البامية للفترة من (2016-2005)
42	(9-2) تطور الانتاجية محصول البامية للفترة من (2016-2005)
43	(10-2) تطور انتاج محصول البامية للفترة من (2016-2005)
45	(11-2) تطور مساحة محصول السبانخ للفترة من (2016-2005)
46	(12-2) تطور انتاجية محصول السبانخ للفترة من (2016-2005)
46	(13-2) تطور انتاج محصول السبانخ للفترة من (2016-2005)
50	(14-2) تطور مساحة محصول الملوخية للفترة من (2016-2005)