

# فهرس المحتويات

## الموضوع

### الصفحة

## الباب الأول: الإطار العام

للدراسة.....1

.....المقدمة

1.....

الفصل الأول: تطور الإنتاج والتجارة الخارجية  
لعسل النحل على

مستوى العالم والمملكة العربية

السعودية.....2

أولاً: الإنتاج والتجارة العالمية لعسل

النحل.....2

ثانياً: تطور كمية وقيمة الصادرات والواردات

السعودية لعسل

النحل.....7

ثالثاً: تطور الإنتاج المحلي لعسل النحل في

المملكة العربية

السعودية.....

12.....

الفصل الثاني: المشكلة والأهداف

البحثية.....18

أولاً: المشكلة

البحثية.....18

ثانياً: الأهداف

البحثية.....18

ثالثاً: الأسلوب

البحثي.....19

رابعاً: مصادر البيانات	
البحثية.....	22
<b>الباب الثاني: الدراسات السابقة والإطار</b>	
<b>النظري و التحليلي.....</b>	<b>25</b>
الفصل الأول: الدراسات	
السابقة.....	25
أولا الدراسات التسويقية لبعض السلع	
الزراعية بالمملكة.....	25
ثانيا الدراسات التسويقية لعسل	
النحل.....	29
الفصل الثاني: الإطار النظري	
والتحليلي.....	37
أولاً: التكاليف التسويقية للسلع	
والمنتجات.....	37
ثانياً: الهامش التسويقي للسلع	
والمنتجات.....	37
ثالثاً: الكفاءة	
التسويقية.....	
.....	
.....	39
رابعاً: الصور الرياضية المستخدمة في تقدير	
دوال	
التكاليف	
التسويقية.....	
.....	
.....	40
خامساً: معايير اختبار النماذج المقدره لدوال	
التكاليف التسويقية...43	
سادساً: التوازن في الأسواق	
المتعددة.....	48
أولاً: نموذج التوازن للأسواق	
المتعددة.....	48

50.....	ثانياً: نظم العرض والطلب
51.....	ثالثاً: معادلة صافي التجارة
.....	رابعاً: حالة التوازن
52	خامساً: تحليل الرفاهية
53.....	سادساً: توصيف النموذج القاعدي
55.....	سابعاً: معايرة النموذج
55.....	ثامناً: حل النموذج
.....	56

## الباب الثالث: التقدير الإحصائي لدوال التكاليف التسويقية لعسل النحل في مختلف المناطق

57.....	الإنتاجية
.....	الفصل الأول: التحليل الإحصائي لكمية المبيعات والتكاليف التسويقية لعسل النحل في مختلف المناطق
57.....	الفصل الثاني: التقدير الإحصائي لدوال التكاليف التسويقية لعسل النحل...61
.....	أولاً: دالة التكاليف التسويقية لعسل النحل في منطقة المدينة المنورة.61
.....	ثانياً: دالة التكاليف التسويقية لعسل النحل في منطقة الطائف.....62

ثالثاً: دالة التكاليف التسويقية لعسل النحل  
في منطقة جدة.....63  
رابعاً: دالة التكاليف التسويقية لعسل النحل  
في منطقة الرياض.....64  
خامساً: دالة التكاليف التسويقية لعسل النحل  
في منطقة أبها.....65

## **الباب الرابع: الكفاءة التسويقية للنظام التسويقي السائد لعسل النحل في مختلف**

**المناطق**.....67  
الفصل الأول: مؤشرات الأداء الاقتصادي للمنشآت  
التسويقية.....67  
الفصل الثاني: العلاقة الاقتصادية بين الهامش  
التسويقي وقيمة  
المبيعات من العسل المحلي  
والمستورد.....71  
أولاً الأهمية النسبية لكمية وأنواع عسل النحل  
المحلي  
والمستورد المسوق بالمنشآت  
التسويقية.....71  
ثانياً: العلاقة بين الهامش لتسويقي وقيمة  
المبيعات  
من العسل المحلي  
والمستور.....73  
الفصل الثالث: تأثير السياسات على توازن  
الأسواق والرفاهة.....75  
أولاً: إعداد السيناريوهات المختلفة  
للسياسات.....76  
ثانياً: النتائج التجريبية للسيناريوهات  
المحاكاة.....77

## الباب الخامس: التوزيع الاحتمالي لمشكلات تسويق العسل واقتراحات التغلب عليها في مختلف

- المناطق.....116  
الفصل الأول: التوزيع الاحتمالي للصعوبات التي  
تواجه المنشآت التسويقية  
عند شراء العسل في مختلف  
المناطق.....116  
أولاً: التوزيع الاحتمالي للصعوبات التي تواجه  
المنشآت التسويقية عند شراء العسل في  
منطقة مكة المكرمة.....116  
ثانياً: " التوزيع الاحتمالي للصعوبات التي تواجه  
المنشآت  
التسويقية عند شراء العسل في منطقة  
المدينة المنورة.....118  
ثالثاً: التوزيع الإحتمالي للصعوبات التي تواجه  
المنشآت  
التسويقية عند شراء العسل في منطقة  
الطائف.....121  
رابعاً: التوزيع الإحتمالي للصعوبات التي تواجه  
المنشآت  
التسويقية عند شراء العسل في منطقة  
جدة.....123  
خامساً: التوزيع الاحتمالي للصعوبات التي  
تواجه المنشآت  
التسويقية عند شراء العسل في منطقة  
الرياض.....125  
سادساً: منطقة التوزيع الإحتمالي للصعوبات  
التي تواجه  
المنشآت التسويقية عند شراء العسل في  
منطقة أبها.....127

الفصل الثاني: التوزيع الاحتمالي لمشكلات تسويق العسل في مختلف المناطق.....	129
أولا: التوزيع الاحتمالي لمشكلات تسويق العسل في منطقة مكة المكرمة.....	129
ثانيا: التوزيع الإحتمالي لمشكلات تسويق العسل في منطقة المدينة المنورة.....	132
ثالثا: التوزيع الإحتمالي لمشكلات تسويق العسل في منطقة الطائف.....	136
رابعا: التوزيع الإحتمالي لمشكلات تسويق العسل في منطقة جدة.....	139
خامسا: التوزيع الإحتمالي لمشكلات تسويق العسل في منطقة الرياض.....	143
سادسا: التوزيع الإحتمالي لمشكلات تسويق العسل في منطقة أبها.....	146
الفصل الثالث: التوزيع الإحتمالي للحلول المقترحة للتغلب على مشكلات تسويق العسل في المملكة.....	150
الموجز والتوصيات.....	154.

المراجع.....	159.....
مراجع باللغة العربية.....	159.....
مراجع باللغة الإنجليزية.....	163.....
الملاحق.....	167.....

## فهرس الجداول

<u>الجدول</u>	<u>الصفحة</u>
جدول (1-1): تطور الإنتاج والصادرات والواردات العالمية لعسل النحل واستخداماتها خلال الفترة 1990-2003م.....	4.....
جدول (2-1): التحليل الوصفي لإجمالي الإنتاج والصادرات والواردات واستخدامات عسل النحل على مستوى العالم.....	5.....
جدول (3-1): معادلات الاتجاه العام لتطور الإنتاج والصادرات والواردات العالمية لعسل النحل خلال الفترة.....	6.....
جدول (4-1): تطور كمية الإنتاج وقيمة الصادرات والواردات السعودية لعسل النحل.....	9.....
جدول (5-1): التحليل الوصفي لكمية وقيمة الصادرات والواردات.....	

## السعودية من عسل

النحل.....10  
جدول (1-6) :معادلات الاتجاه العام لتطور كمية وقيمة  
الصادرات والواردات  
السعودية لعسل

النحل.....11  
جدول (1-7) : تطور الإنتاج المحلي لعسل النحل  
بالمملكة العربية السعودية....13  
جدول (1-8): تطور كمية عسل النحل المنتجة محلياً  
بالطن في مختلف  
مناطق

المملكة.....16  
جدول(1-9): توزيع العينة البحثية على مختلف  
المناطق بالمملكة.....23  
جدل (3-1) التحليل الإحصائي لكمية المبيعات  
والتكاليف التسويقية لعسل النحل  
في مختلف المناطق

.....58  
جدول (4-1): بعض مؤشرات الأداء الاقتصادي  
للمنشآت التسويقية لعسل النحل  
في مختلف المناطق عام

.....1425هـ68  
جدول (4-2): كمية وأنواع عسل النحل المحلي  
والمستورد المسوق بمنشآت تسويق  
العسل عام

.....1425هـ72  
جدول (4-3): التحليل الإحصائي بين الهامش  
التسويقي وقيمة المبيعات من العسل  
المحلي

.....والمستورد



جدول (4-4) تكاليف العمليات التجارية لعسل النحل المحلي وفقا للسيناريو	79
جدول (5-4) تكاليف العمليات التجارية لعسل النحل المستورد وفقا للسيناريو	79
جدول (6-4) نسبة التغير في الطلب على عسل النحل نتيجة لانخفاض تكاليف العمليات التجارية للعسل المحلي	84
جدول (7-4) نسبة العجز التجاري في عسل النحل نتيجة لانخفاض تكاليف العمليات التجارية للعسل المحلي	86
جدول (8-4): نسبة التغير في رفاه المستهلك نتيجة انخفاض تكاليف العمليات التجارية للعسل المحلي	89
جدول (9-4): نسبة التغير في الطلب على عسل النحل نتيجة لانخفاض تكاليف العمليات التجارية للعسل المستورد	91
جدول (10-4): نسبة العجز التجاري في عسل النحل نتيجة لانخفاض تكاليف العمليات التجارية للعسل المستورد	93
جدول (11-4): نسبة التغير في فائض المستهلك نتيجة انخفاض تكاليف	

- العمليات التجارية للعسل  
المستورد.....93  
جدول (4-12):نسبة التغير في الطلب على عسل  
النحل نتيجة الانخفاض المزدوج في  
تكاليف العمليات التجارية للعسل المحلي  
والمستورد.....98  
جدول (4-13):نسبة العجز التجاري في عسل النحل  
نتيجة الانخفاض في  
تكاليف العمليات التجارية للعسل المحلي  
والمستورد.....100  
جدول (4-14):نسبة التغير في فائض المستهلك نتيجة  
الانخفاض المزدوج في تكاليف  
العمليات التجارية للعسل المحلي  
والمستورد.....102  
جدول (4-15):نسبة التغير في الطلب على عسل  
النحل نتيجة ارتفاع أسعار  
العسل  
المستورد.....104  
جدول (4-16):نسبة التغير في عرض عسل النحل  
نتيجة ارتفاع أسعار العسل  
المستورد.....  
106  
جدول (4-17):نسبة العجز والفائض في تجارة عسل  
النحل نتيجة ارتفاع أسعار  
العسل  
المستورد.....108  
جدول (4-18):نسبة التغير في فائض المستهلك لعسل  
النحل نتيجة ارتفاع أسعار  
العسل  
المستورد.....109

جدول (4-19): نسبة التغير في فائض المنتج لعسل النحل نتيجة ارتفاع أسعار العسل

المستورد.....111  
جدول (4-20): مقارنة نسبة التغير في الطلب نتيجة ارتفاع مرونة العرض

والطلب.....113  
جدول (4-21): مقارنة نسبة التغير في حجم التجارة نتيجة ارتفاع مرونة العرض

والطلب.....113  
جدول (4-22): مقارنة نسبة التغير في رفاهة المستهلك نتيجة ارتفاع مرونة العرض

والطلب.....114  
جدول (5-1): مؤشرات تقدير احتمال وجود صعوبات التي تواجه منشآت تسويق العسل عند الشراء في منطقة مكة

المكرمة.....117  
جدول (5-2): مؤشرات تقدير احتمال وجود صعوبات التي تواجه منشآت تسويق العسل عند الشراء في منطقة المدينة

المنورة.....120  
جدول (5-3): مؤشرات تقدير احتمال وجود الصعوبات التي تواجه منشآت تسويق العسل عند الشراء في منطقة الطائف.....122

جدول (5-4): مؤشرات تقدير احتمال وجود صعوبات التي تواجه منشآت تسويق

- العسل عند الشراء في منطقة  
جدة.....124  
جدول (5-5): مؤشرات تقدير احتمال وجود صعوبات  
التي تواجه منشآت  
تسويق العسل عند الشراء في منطقة  
الرياض.....126  
جدول (6-5): مؤشرات تقدير احتمال وجود صعوبات  
التي تواجه منشآت تسويق  
العسل عند الشراء في منطقة  
أبها.....128  
جدول (7-5): مؤشرات تقدير احتمال وجود المشكلات  
المتعلقة بتسويق العسل في  
منطقة مكة  
المكرمة.....131  
جدول (8-5): مؤشرات تقدير احتمال وجود المشكلات  
المتعلقة بتسويق العسل في  
منطقة المدينة  
المنورة.....134  
جدول (9-5): مؤشرات تقدير احتمال وجود المشكلات  
المتعلقة بتسويق العسل  
في منطقة  
الطائف.....138  
جدول (10-5): مؤشرات تقدير احتمال وجود  
المشكلات المتعلقة بتسويق العسل  
في منطقة  
جدة.....142  
جدول (11-5): مؤشرات تقدير احتمال وجود  
المشكلات المتعلقة بتسويق العسل  
في منطقة  
الرياض.....145

جدول (5-12): مؤشرات تقدير احتمال وجود  
المشكلات المتعلقة بتسويق العسل  
في منطقة

أبها.....149

جدول (5-13): التوزيع الاحتمالي لمقترحات التغلب  
على مشكلات تسويق العسل  
في

المملكة.....  
151

## فهرس الأشكال

### الشكل

### الصفحة

شكل رقم (1-1) تطور الانتاج المحلي لعسل النحل  
بالفترة 1990-2004.....14

شكل رقم (1-4) النسب المئوية لتكاليف العمليات  
التجارية للعسل لمحلي.....81

شكل رقم (2-4) النسب المئوية لتكاليف العمليات  
التجارية للعسل المستورد.....81

شكل رقم (3-4) مقارنة النسب المئوية لتكاليف  
العمليات التجارية لأنواع  
عسل

النحل.....82

شكل رقم (4-4) تأثير تكاليف العمليات التجارية  
للعسل المحلي على فائض

المستهلك.....	89
شكل رقم (4-5) تأثير تكاليف العمليات التجارية للعسل المستورد على فائض	
المستهلك.....	95.....
شكل رقم (4-6) تأثير الانخفاض المزدوج لتكاليف العمليات التجارية للعسل المحلي والمستورد على فائض	
المستهلك.....	102.....
شكل رقم (4-7) تأثير ارتفاع السعر العالمي على عرض العسل.....	106.....
شكل رقم (4-8) نسبة الفائض والعجز في عرض العسل نتيجة ارتفاع الاسعار	
العالمية.....	108.....
شكل رقم (4-9) نسبة التغير في فائض المستهلك نتيجة ارتفاع الاسعار العالمية لعسل	
النحل.....	109.....
شكل رقم (4-10) نسبة التغير في فائض المنتج نتيجة ارتفاع الاسعار العالمية لعسل	
النحل.....	111.....