

Strategic planning for agricultural exports that treated genetically

???? Elhousani Elsaid Elsonbati

تهدف هذه الرسالة الي توضيح اهمية تطبيق البيوتكنولوجيا في مجال الغذاء والزراعة والصحة ولتحقيق التميز ودعم القدرة التصديرية من خلال التعرف علي فائدة استخدام الهندسة الوراثية في الحاصلات الزراعية والغذائية. يكتسب التخطيط الاستراتيجي اهمية كبيرة للمنظمات المصرية والعربية والاجنبية لا سيما مع تزايد سرعة ودناميكية المتغيرات البيوتكنولوجية العالمية والاقليمية والمحلية. وترجع اهمية التخطيط الاستراتيجي للصادرات البيوتكنولوجية الي ما يمكن علاجه من تاثير للعوامل البيئية الكبرى والصغرى، واعادة هندسة المزيج التسويقي البيوتكنولوجي. اهمية البحث: 1-الاهمية العلمية: المساهمة في اثراء الفكر الاداري المعاصر في التخطيط الاستراتيجي عامة وتخطيط الاستراتيجيات النوعية التسويقية خاصة، ويساعد ذلك في دعم القدرات التنافسية للتصدير المعاصر والمستقبل. 2-الاهمية التطبيقية: تعتبر الصادرات قطاعا استراتيجيا في ج.م.ع. وبعض الشركات وبعض الجهات العلمية البحثية التابعة لوزارة البحث العلمي، وكذلك تعتبر اهم مصادر الثروة الطبيعية المستقبلية. اهداف البحث: 1-التعرف علي تحديد مدي توجه الشركات محل الدراسة بالتخطيط الاستراتيجي، والتوجهات العالمية. 2-الاستفادة من استخدام الهندسة الوراثية في استراتيجيات تصميم المنتج لتطوير المنتجات حتما ونوعا. 3-امكانية تخفيض كمية الفاقد من المحاصيل الزراعية باستخدام استراتيجيات تكون نواتها الهندسة الوراثية. 4-توضيح اهمية استخدام الهندسة الوراثية بالمحاصيل الزراعية وذلك لتحسين المراكز التنافسية في اسواق التصدير. 5-تحقيق الاهداف النوعية الاستراتيجية المخططة والمحققة للشركات التصديرية من المحاصيل المعالجة وراثيا. 6-الاشارة الي الاهمية الاقتصادية للتكلفة والعائد نتيجة استخدام الهندسة الوراثية في انتاج المحاصيل الزراعية المقترحة للتصدير في ج.م.ع. خطة البحث: وتحتوي الرسالة علي الفصول التالية: الفصل الاول: مراجعة وتقييم التجارب البيوتكنولوجية. الفصل الثاني: التخطيط الاستراتيجي كمنهج للبحث. الفصل الثالث: التخطيط الاستراتيجي البيوتكنولوجي. الفصل الرابع: تجاه نموذج التخطيط الاستراتيجي للصادرات الزراعية. الفصل السادس: مراجعة التجارب الدولية في تطبيق البيوتكنولوجيا. الفصل السابع: التجربة العربية في تطبيقات البيوتكنولوجيا. الفصل الثامن: الدراسة الميدانية. الفصل التاسع: اعادة هندسة المزيج التسويقي البيوتكنولوجي. الفصل العاشر: استراتيجيات البيوتكنولوجيا. الفصل الحادي: عشر النتائج والتوصيات.