

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات الزراعيه

قسم الاقتصاد الزراعي

بحث تكميلي لنيل درجة البكالوريوس مرتبة الشرف

بعنوان :

تسويق اللحوم الحمراء بولاية الخرطوم

دراسه حاله سوق (بحري ، ام درمان)

اعداد الطالبه:

ملاك أمين جعفر محمود

إشراف :

د. سليمان الماهل سليمان

إكتوبر 2016

الآية :

قال تعالى :

وَمِنَ الْأَنْعَامِ حَمُولَةٌ وَفَرَشًا كُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعُوا
خُطُواتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٤٢﴾

صدق الله العظيم

سورة الأنعام :

الآية "142"

الإهداء :

الي ابي

إجلالاً لأقدر الأبوة وإكراماً لعظمة الامومة

الي النبع الذي ظل وما زال يسقيني وفيض الحنان الذي يتدفق دوماً ليرويننا

الي امي

الي التي من ذاك البرد تحميني ومن الشمس تخفيني وبين الناس تهويني

وخلف الصدر تحملني

الشكر والعرفان :

* الشكر من قبل ومن بعد الي **المولي سبحانه وتعالى** الذي وفقني في

اخراج هذا البحث .

* تتسابق الكلمات وتتزاحم العبارات لتنظم عقد الشكر الذي لا يستحقه الا انت ، اليك

يا من كان له قدم السبق في ركب العلم والتعليم ، اليك يا من بذلت ولم تنتظر العطاء

الي الاب الروحي :

دكتور سليمان الماهل سليمان

المستخلص

اجريت هذه الدراسة بغرض التعرف علي تسويق اللحوم الحمراء في ولاية الخرطوم و المشاكل التي تواجه هذه القطاع .

اعتمدت الدراسة على المعلومات الاولية من خلال المسح الميداني الذي اجري لموسم 2015-2016م من خلال الاستبانة الذي تم توزيعه الي عينة الدراسة و حجم العينة كانت 30 استبانة كلها ملت بالمعلومات من خلال العينة المختار و تم تحليل هذه المعلومات بالتحليل الاحصائي الوصفي ، و من خلال هذه الدراسة وجدت ان اللحوم الحمراء اكثر تسوقا في ولاية الخرطوم هي لحوم العجالي و الضان نسبة لرغبة المستهلكين في هذه الولاية و متطلباتهم و احتياجاتهم من اللحوم ، و ايضا وجدت ان هنالك تذبذب في اسعار اللحوم الحمراء وزيادة في تكاليف التسويق

الفصل الاول

تمهيد:

يعتبر السودان من أغني الاقطار العربيه بالثروة الحيوانية ويقدر مالديه منها 150مليون رأس من الماشيه بفضل وجود مساحات هائله من أراضي الرعي والغابات ومع ذلك فإن الانتاج الكلي منخفض مقارنة مع حجم القطيع وذلك لظروف عديدة اهمها البيئه ونوعيه السلالات وطرق التربيه ونقص الغذاء ويمكن الحكم علي ذلك بمقارنة الانتاجية في الدول الاخري.

تساهم الثروه الحيوانيه بأكثر من 20% من حجم الانتاج المحلي الاجمالي وتشكل 40% من مساهمات القطاع الزراعي ومايفوق 25% من مجموع الصادرات السودانيه التي تقدر بنحو 800مليون دولار سنوياً .

تغطي الثروة الحيوانية الاستهلاك المحلي من اللحوم الحمراء والذي يقدر بنصف مليون طن سنوياً تبلغ قيمتها حوالي 700 مليون دولار، كما تساهم في كفاية الاستهلاك المحلي من الالبان وتوفير الخام للصناعات الجلدية .

تمتاز اللحوم السودانية بجودتها العاليه لاعتماد القطعان علي الغذاء الطبيعي من المراعي المنتشرة في ربوع البلاد وتتركز مناطق انتاج الثروة الحيوانية في السودان في غرب وشرق البلاد وفي الولايات الوسطي مثل الجزيرة ،سنار،النيل الازرق والنيل الابيض.

أهمية البحث:

هنالك اسباب لاستغلال الثروة الحيوانية لاحداث تنميه كبرى بالبلاد تؤمن البروتين الحيواني لتغذية المواطن وبتكلفة مناسبة وتضمن عائداً مجزياً للمربين والبلاد من خلال تجاره صادرات منتجاتها وغيرها.

اهداف البحث:

الهدف الرئيسي لهذا البحث الوقوف على تسويق اللحوم الحمراء بولايه الخرطوم ومن ثم عكس المشاكل والمعوقات التي تواجه تسويقها. أما الأهداف الفرعية:

- معرفة سبب تذبذب اسعار اللحوم.

_العمل علي ايجاد حلول لخفض تكاليف التسويق.

فروض البحث:

_ دعم الدولة للصادرات وتشجيع انشاء المزارع الضخمة في مناطق الانتاج التقليدي لرفع انتاجية

الرأس.

تشكل الوبئة والأمراض أكبر العوائق لتسويق اللحوم الحمراء بالسودان.

استقرار الأسعار.

مشكلة البحث:

تتمثل في ارتفاع أسعار اللحوم الحمراء بالرغم من توفر الماشية والمرعي وذلك يرجع الي زيادة تكاليف التسويق .

منهجية البحث

يتبع هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي والذي يعتمد علي الوسائل المختلفه من مقابلات شخصية ويعتمد علي المنهج الاستنباطي بالرجوع الي المصادر الثانويه من مراجع وكتب وبحوث قديمة.

حدود البحث:

يقع هذا البحث في ولاية الخرطوم من الناحية المكانية
اما الناحية الزمانية عام (2015_2016).

هيكل الدراسة:

يقع البحث في خمسة ابواب

الفصلالاول :المقدمة

الفصل الثاني:انتاج اللحوم والقيمة الغذائية لها وطرق حفظها

الفصل الثالث:تسويق اللحوم

الفصل الرابع:النتائج والمناقشة

الفصل الخامس: المنهجيه

الفصل السادس: النائج والتوصيات

الفصل الثاني: الإطار النظري

مفهوم التسويق والأنظمة التسويقية :

قبل التطرق الي التسويق يجب معرفه الفرق بين السوق والتسويق وتوجد عده تعريفات للسوق ولكن اكثر هذه التعريفات ملائمه من الناحيه التسويقيه وهو ان السوق مجموعه من المشترين والبائعين الحاليين والمرتبين في منطقه جغرافيه معينه والذين يتعاونون في سلعه او مجموعه من السلع اثناء مرحله معينه من مراحل انسيابها من المنتج الي المستهلك الاخير او المشتري الصناعي خلال فتره معينه ، وتختلف كلمه السوق باختلاف من يستخدمها فمثلا لرجل الاقتصاد السوق هو جميع المشترين والبائعين المهتمين بسلعه معينه ولرجل التسويق السوق هو جميع الافراد والمنظمات الذين يتكون منهم العلماء الحاليين والمرتبون لسلعه او خدمه معينه .

التسويق:

يعرف بانه يتضمن كافه نواحي الانشطه التي تؤدي الي خلق المنفعه المكانيه اي نقل السلعه الي الاسواق المختلفه التي تحتاج اليها المنفعه الزمنيه اي تخزين السلع التي يحتاج اليها المستهلك الاخير .

يري آدم اسميث ان التسويق ليس فقط امتداد للعمليه الانتاجيه ولكنه يمثل هدفا لها وذكر في كتابه "ثروه الامم " ان الاستهلاك هو الغرض النهائي الوحيد لكل انواع الانتاج ويجب ان تراعي مصلحه المنتج بما يتمشي وما هو ضروري للترويج لمصلحه المستهلك .

ويعرف ديكس التسويق بأنه هو سلسله الخدمات المرتبطه بنقل السلعه من نقطه الانتاج الي نقطه الاستهلاك وتعريف ديكس هو الذي تعترف به العديد من المنظمات والحكومات ، فهو بصف انشئتها في تسويق السلع .

كما يشخص التعريف حاله التسويق في البلدان الناميه ، ويشخص الوظائف التي كانت تؤديها في الماضي الهيئات الحكوميه التي تعني بتسويق الغذاء الاساسي .

ومع ذلك يشير ديكس فان هذا التعريف يهمل عنصرين اساسين ومحورين لمفهوم التسويق وهما التوجه نحو المستهلك والاستدامه.

ان توصيل السلع من المنتج الي المستهلك بواسطه القائمين بهذه العمليه هو الهدف الرئيسي للتسويق الزراعي، الا ان هذا الهدف مرتبط ضمنا بأهداف فرعيه بهدف التسويق الزراعي والوصول اليه هو:

_ الزيادة في ارباح المنتج

_ زيادة توصيل الاستهلاك بصوره مستمره في المنتجات الزراعيه

_ توصيل السلعه من المنتج الي المستهلك بكفاءة

_ المنغعه الحيازيه وتشمل كل من الشراء والبيع ودفع الثمن

_ المنغعه الماكينه والزمنيه وتشمل النقل والتخزين والتدرج والتجمع

_ التعرف علي الاحتياجات والرغبات الكامنه في نفوس الافراد

_ يلعب التسويق دورا مهما في رفع مستوى معيشة الافراد

_ يعتبر التوزيع من الوظائف الرئيسة للتسويق اذ انه يهدف الي توصيل السلعه بعد الانتهاء من

انتاجها الي المستهلك الاخير او المشتري الصناعي

مشاكل التسويق الزراعي :

تظهر مشاكل التسويق الزراعي اساسا من الظروف المختلفه الي تحيط بالمنتجات الزراعيه ومن

اهم المشكلات التسويقيه الزراعيه التي تواجه البلدان الناميه وتحتاج الي دراسته وتحليل هي المشاكل

المتعلقه ب:

*دراسه طرق التسويق الصحيحه التي يمكن اتباعها للحصول علي سعر جيد للمنتجات الزراعيه .

* دراسته الخطوات التسويقيه اللازم اتباعها لتحليل التكاليف التسويقيه الي اقل حد ممكن .

* تضارب اهداف القائمين في العمليات التسويقيه .

* دراسته رغبات المستهلك للمواد الغذائيه وغيرها .

تسويق اللحوم الحمراء:

اللحوم:

تعتبر اللحوم الماده الاساسيه لنمو الانسان نظرا لما تحتويه من كميته عاليه من البروتين اللازم لبناء

الجسم وانسجته المختلفه . لذلك حرصت الدول المتقدمه علي توفير هذه الماده الغذائيه للمواطنين

.ولا يوجد تعريف محدد للحوم فهي تعرف احيانا بانها تلك الانسجة الحيوانيه التي يمكن ان تستعمل كغذاء او تعرف بانها عبارة عن اجزاء من الانسجه المناسبه الليمفاويه.وتعرف من جهه البائع بأنها الذبيحه الصالحه للاستهلاك الادمي بعد سلخها وتطهيرها .ومن ناحيه المستهلك العادي بانها تلك الاجزاء من الزبيحه الصالحه للاستهلاك الادمي وتضم العضلات والدهن والامعاء والكلي والقلب .

القيمه الغذائيه للحوم :

تعتبر العضلات المكون الرئيسي للحوم . لذا تعتبر الخواص الكيمائيه و الفزيائيه للانسجه العضليه و الرابطه التي تتكون منها اللحوم ذات اهميه في تحديد مدي الاستفاده من اللحم. و ان الاحلال الجزئي لبعض مصادر البروتين الاخري محل الانسجه العضليه في منتجات اللحوم مهم في توفير هذه ماده الحيويه ذات القيمه البايولوجيه العاليه . و يعتبر استهلاك اللحوم المصدر الاساسي لامداد الجسم بالمواد البروتينيه و المواد الدهنيه و بعض الفيتمينات بجانب بعض العناصر الاعضويه و تعتبر تغذيه الانسان علي البروتين الحيواني ذو نوعيه عاليه ضروريه لفعاليات الجسم الفزيائيه و التطور العضلي و ذاك لاحتوائها علي الاحماض الامينيه الضروريه بالاضافه الي الكربوهيدريعات و الدهون حيث تمد الجسم بالطاقه الحراريه و الاحماض الدهنيه الضروريه بالاضافه الي النكهه و الطعم و المواد البروتينيه لها دور مهم حيث تقوم ببناء الانسجه و تعويض الفاقد منها و تدخل في تركيب كثير من المواد في الجسم كالانزيمات و الهرمونات و الاصباغ ، بما ان البروتينات لا تخزن بكميات كبيره في الجسم لهذا يكون ضروريا تناول البروتينات كل يوم .

و يتوقف احتواء المواد الغذائية في لحوم ماشيه اللحم و سعراتها الحراريه علي سمنه الحيوان و علي نسب المواد الداخلة في تركيبها فمثلا نجد ان الانسجه العضليه ذات قيمه غذائيه جيده بينما تعتبر القيمه الغذائيه للانسجه الرابطه رديئه

و تحتوي كثير من المنتجات الثانويه للحوم الماشيه علي كميات قليله من الدهون و البروتين و لكن تعتبر من المصادر الاقصاديه للبروتين و الفيتامين فمثلا تناول 100غم من اللحوم تعطي 50% من الاحتياجات اليوميه للانسان من البروتين و 10% من الطاقه و 35% من الحديد و 30-60% من مجموعه فيتامين ب و يعتبر الكبد اغني المصادر بفيتامين ا و النياسين و الحديد و يحتوي اللحم المصنع علي كميات كبيره من الدهون و الطاقه و العناصر الاعضويه بالاخص ملح الطعام و علي الكميات القليله من الماء و البروتين .

بروتين اللحم و الاحماض الامينيه:

يحتوي اللحم اضافه للبروتين علي بعض المركبات النتروجينيه غير البروتين مثل الاحماض الامينيه الحرة والبيتيدات البسيطة والامينات والاميدات الا ان هذه المركبات لاتؤثر علي

القيمه الغذائيه للحم بدرجة ملموسه الا انها تعتبر مصدر جيد للبروتين الذي يمكن ان يستخدم في تخليق الاحماض الامينيه وتكون البروتينات بصوره عامه من بروتينات العضلات .

والانسجه الرابطه وعندها تحتوي اللحوم علي الانسجه الرابطه بكميات كبيره فان ذلك يقلل من القيمه الغذائيه لان انزيمات العصارات المعديه لا تستطيع ان تهضم هذه البروتينات

الموجده في الانسجه العضليه وان بروتينات الليفات تكون الجزء الاكبر من مجموع بروتينات العضلات وتليه بروتينات الساركو بلازم والتي تتكون من انزيمات ومايوغلوبين وتتبعه بروتينات الانسجه الرابطة التي تتكون بالدرجه الاولى من الكولاجين وبعض الالستين وحتوي بروتينات اللحوم علي جميع الاحماض الامينيه .

من اكثر مكونات اللحم تاثيرا بالتجميد هي البروتينات وان استعمال الحراره في تعليب اللحم تحدث دنتره البروتين وتحلل الكولاجين وتحوله الي جيلاتين ويمزق الخلايا الدهنيه وتقلل الفيتامينات ويقصد بدنتره البروتين هي فقدان صبغه المايوكلوبين ويتحرر الهيماتين .

الشحوم في اللحوم :

تحتوي لحوم الماشيه علي العديد من المواد الدهنيه وتختلف كميته الدهن حسب نوع الحيوان و درجه سمنه و عمره و علي مقدار المتروك علي القطعه بعد التقطيع و القشط . ان المكونات الدهنيه المهمه من الناحيه التغذويه هي الفسفوليبيدات و الكولترول و الفيتامينات الذائبه فيها .

و يعتبر الدهنين الاوليين و ربما ان جسم الانسان يحتاج كميات قليله من هذه الاحماض فالكميات الموجوده في اللحوم تكفي لسد احتياجات جسمه .

الكربوهيدرات:

توجد المواد الكربوهيدرات في لحوم الماشيه علي شكل غلايكوجين و حامض الالكتيك و هي تشكل 85% من وزن اللحم و يعتبر الكبد محل الخزن الرئيسي للكلايكوجين فان معظم الكربوهيدرات في

درجه تسخين اعلي من الميه حيث تقل كميته الكلايوجين وتزداد كميته الكلوكوز وتقل كميته حامض البايروبيك.

الفيتامينات في اللحوم:

تعتبر لحوم الماشيه مصدر ممتازاً للفيتامينات وخاصة مجموعته فيتامينات ب الزائبه بالماء. وتعتبر اللحوم من المصادر الجيده ل ب12 ولكنها فقيره في فيتامين سي. الذائب في الماء وكذلك الفيتامينات الذائبه ب الدهن.

وتوجد الفيتامينات بنسبه اكبر في الانسجه العضليه منها في الانسجه الدهنيه. اما بالنسبه للتجميد فهو لا يؤثر علي الفيتامينات.

طرق حفظ اللحوم:

تتعرض اللحوم الي انواع عديده من التلف مما يؤثر علي قابليه الاستهلاك او تجعلها غير صالحه للاستهلاك او ضاره بالصحه سواء كان هذا التلف انزيمي او كيميائي لذا تستعمل طرق الحفظ المختلفه من اجل اطاله عده طرق مستعمله في حفظ اللحوم والتي تهدف جميعها الي تهيئه الظروف الغير ملائمه لنمو الاحياء المجهرية ويمكن تقسيمها الي ثلاث مجاميع هي:

السيطرة بواسطه الحراره وتشمل التبريد، التجميد، المعامله الحراريه.

_السيطره علي الرطوبه وتشمل التجفف،التجميد،التلميح.

_السيطره علي الاحياء مباشره كاستعمال الاشعاع والمضادات الحيويه والمواد المحافظه الكيمائيه.

الطرق التقليديه :

التجفيف عن طريق حراره الشمس والهواء(الشرموط) وهو احد الطرق التقليديه لحفظ اللحوم الحمراء التي تمارس في معظم مناطق السودان حيث يقطع اللحم الي شرائح تحت اشعه الشمس من يومين الي 7ايام تجمع بعد التجفيف لتستعمل لفترات وتمتد الي عام.

اضافه الملح (التلميح)مع التجفيف هي طريقه تقليديه تمارس ايضا في كثير من مناطق

السودان المختلفه.

الطرق الحديثه :

_التبريد: يعتبر من اهم وسائل الطرق الحديثه لحفظ اللحوم في المدن وهي:

1_التبريد العادي: في درجه الحراره من صفر الي اربعة درجات مئويه باستعمال الثلجات حيث

تحفظ اللحوم لمدة لاتزيد عن ثلاثه ايام ويمارس في المجازر الحديثه والوحدات السكنيه.

2_التجميد: وهنا نستعمل المجمدات العميقه حيث تصل درجه الحراره الي ما دون 20 درجه مئويه

تحت الصفر لحفظ اللحوم لفترات تصل الي اكثر من 3 اشهر ويمارس هذا النوع في المجازر

الحديثه ومصانع اللحوم واماكن بيع اللحوم والوحدات السكنيه.

_التعليب:

التعليب من التقنيات الحديثه لحفظ اللحوم الحمراء وهي واسع الانتشار في كثير من دول العالم

وفي السودان من دول العالم .

الفصل الثالث: منهج البحث

منطقة الدراسة:

ولاية الخرطوم: تقع في وسط السودان ويبلغ عدد سكانها 574321 نسمة، معظم السكان

هم من العمال وموظفي دواوين الدولة والقطاع الخاص والبنوك، كما ان هناك هناك

شريحة كبيرة من اصحاب الاعمال الذين يعملون في التجاره .

اما سكان الريف فيعملون بالزراعة والرعي ويمدون العاصمة الخرطوم بالخضر والفاكهه

والالبان.

الثروة الحيوانية لولاية الخرطوم:

تتكون من 1380500 رأس ويتم التركيز علي تربيته أبقار الالبان ، اما انتاج لحوم الماشيه فهي

للتصدير الي جانب تغطيه احتياجات المستهلك المحلي.

يعتمد سكان بحري في شراء اللحوم من الجزارات التي توجد في سوق الخضار،حيث تعتمد معظم

الجزارات علي بيع لحوم العجالي لانها مناسبة من ناحية السعر .

وايضا توجد لحوم الضان اما الماعز لا يتم تسويقه لانه غير مرغوب.

3- الأدوات المستخدمة في جمع البيانات :

1-الاستبيان: وهو عبارة عن استمارة بها اسئلة مكتوبه ومرتبـة يجاوب عليها المبحوث بنفسه وصمم

الاستبيان بغرض التعرف علي الخصائص الاجتماعية والاقتصاديـه للمبـحوثين و اسباب ارتفاع

اسعار اللحوم الحمراء وما هي اللحوم الاكثر تسويقا وربحا

2-المصادر الثانوية تم جمعها من المراجع والتقارير والمذكرات التي تخص الدراسة

3-طريقة تحليل البيانات تم التحليل باستخدام الاحصاء الوصفي للبيانات بواسطة برنامج SPSS

للحصول علي نتائج الدراسة.

الفصل الرابع: النتائج والمناقسة

1-4 الخصائص الإجتماعية :

1-1-4 النوع:

أظهرت نتائج التحليل أن كل العاملين في مجال تسويق اللحوم الحمراء هم من فئة الذكور بنسبة (100%) من مجموع المبحوثين، كما في الجدول (1-4) أدناه .

جدول (1-4) النوع:

النوع	التكرار	النسبة المئوية (%)
ذكر	25	100.0
أنثى	0	.000
المجموع	25	100.0

المصدر: المسح الميداني 2016

1-1-4 العمر :

نتائج تحليل البيانات أظهرت أن أعمار العاملين في مجال تسويق اللحوم الحمراء تتراوح ما بين عمر 20 سنة إلى عمر 50 سنة بإجمالي نسبة مئوية بلغت (70%) من مجموع المبحوثين، ونجد أن الذين أعمارهم أكبر من 50 سنة نسبتهم قليلة في هذا المجال، والجدول (2-4) يبين ذلك.

جدول (2-4) أعمار المبحوثين العاملين في مجال تسويق اللحوم الحمراء :

العمر	التكرار	النسبة المئوية (%)
أقل من 20 سنة	7	25.9
من 31 - 40 سنة	8	29.6
من 41 - 50 سنة	4	14.8
أكبر من 50 سنة	8	29.6
المجموع	27	100

المصدر: المسح الميداني 2016

3-1-4 الحالة الإجتماعية للمبحوثين :

أوضحت نتائج التحليل أن أغلب العاملين في مجال تسويق اللحوم الحمراء هم متزوجين بنسبة (68%) , وأيضا يوجد نسبة قليلة هم غير متزوجين عاملين في هذا المجال كما موضح في الجدول (3-4) .

جدول (3-4) الحالة الإجتماعية للعاملين في مجال تسويق اللحوم الحمراء :

الحالة	التكرار	النسبة المئوية (%)
متزوج	19	68
عازب	9	32

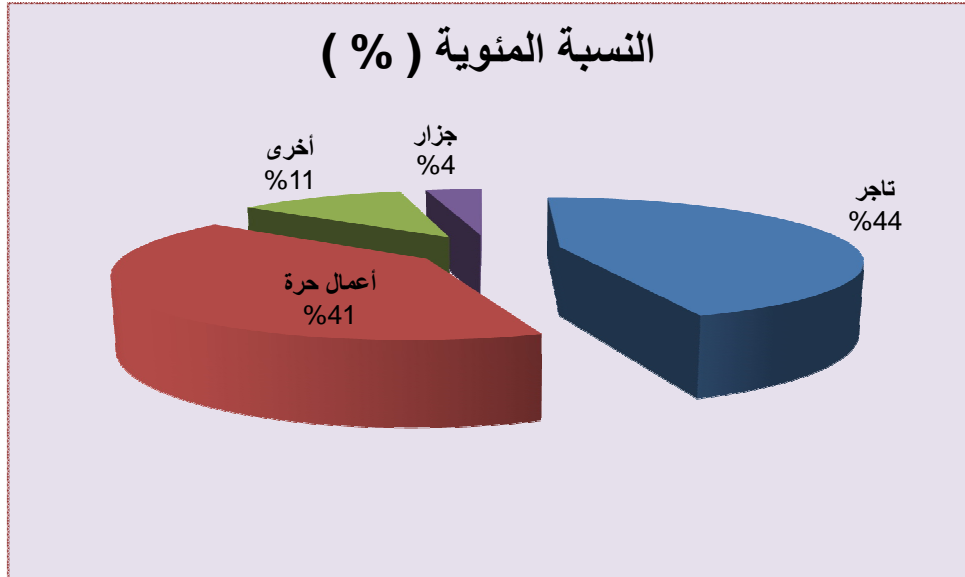
المجموع	28	100
---------	----	-----

المصدر : نتائج المسح الميداني

4-1-4 المهنة الرئيسية للمبحوثين :

أظهرت نتائج التحليل أن تسويق اللحوم الحمراء ليست هي المهنة الرئيسية للعاملين في هذا المجال , في الأغلب أصحاب مهن أخرى ويمارسون هذه المهنة ونجد التجارة بصورة عامة هي المهنة السائدة لمسوقي اللحوم بنسبة (44%) , ويلبها مهنة الأعمال الحرة بنسبة (41%) , ونسبة قليلة من المهن الأخرى , كما مبين في الشكل (1-4) التالي .

شكل (1-4) المهنة الرئيسية للعاملين في مجال تسويق اللحوم الحمراء :

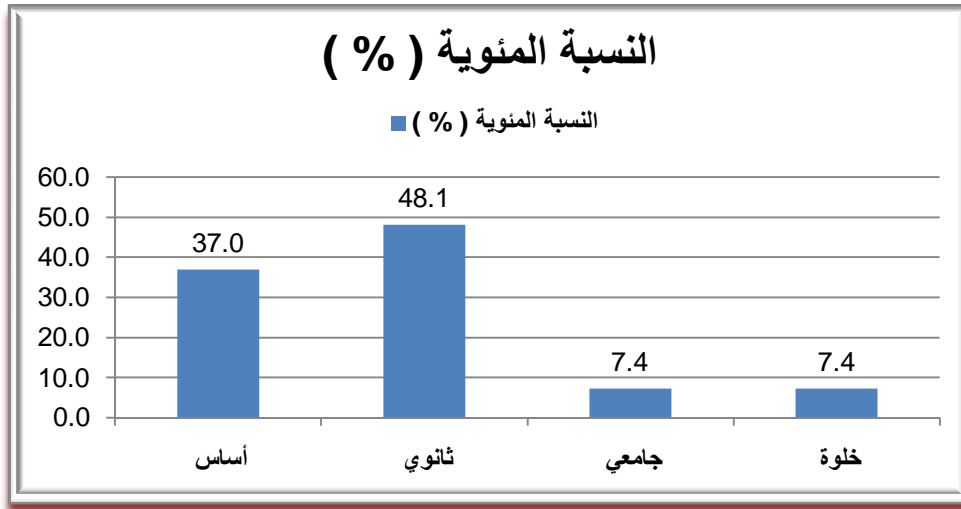


المصدر : نتائج المسح الميداني

5-1-4 المستوى التعليمي للمبحوثين :

نتائج تحليل الدراسة أوضحت مستوى تعليم مسوقي اللحوم الحمراء , ونجد أن معظمهم لا يتجاوز مستوى تعليمهم مرحلة الأساس والثانوي بإجمالي نسبة مئوية بلغت (92.6%) من المبحوثين , ونسبة قليلة هم جامعين , والشكل (2-4) يبين ذلك .

شكل (2-4) مستوى تعليم العاملين في مجال تسويق اللحوم الحمراء :



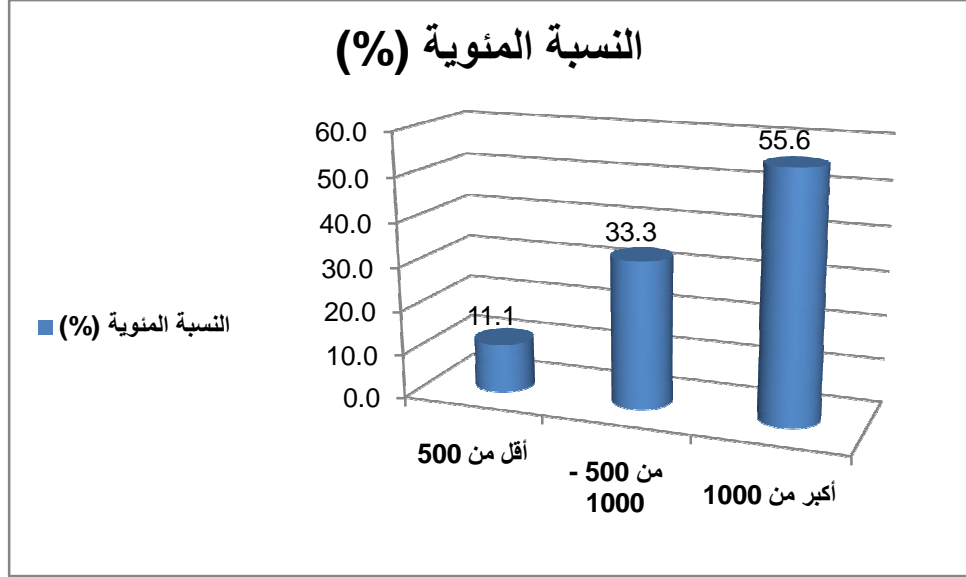
المصدر : نتائج المسح الميداني

6-1-4 مستوى الدخل الشهري للمبحوثين :

نتائج تحليل البيانات أظهرت أن معظم العاملين في مجال تسويق اللحوم الحمراء مستوي دخولهم يتجاوز 1000 جنيه في الشهر , بنسبة مئوية بلغت (55.6%) , و نسبة (33.3%) من المبحوثين دخولهم يتراوح ما بين 500 إلى 1000 جنيه سوداني في الشهر .

. شكل (3-4) مستوى الدخل الشهري للعاملين في مجال تسويق اللحوم الحمراء

بالجنيه السوداني :



المصدر : نتائج المسح الميداني 2016

2-4 تسويق اللحوم الحمراء:

1. الكميات المشتراة والمباعة :

أظهرت نتائج تحليل البيانات وضع السوق في اليوم لأنواع المختلفة من اللحوم الحمراء, ونجد أكبر متوسط كمية مشتراه ومباعة من اللحوم هي لحوم الضأن , حيث بلغت متوسط الكمية المشتراه منه (143.3) كيلوجرام , و متوسط كمية مباعة بلغت (137.3) كيلوجرام في اليوم , ويليه لحوم الأبقار من حيث متوسط الكميات المشتراة والمباعة بمتوسط (129.3) و (117.9) كيلوجراماً على التوالي في اليوم , ولحوم العجالي فمتوسط كمياتها المشتراة بلغت (

1.3 (كيلوجرام في اليوم , ومتوسط كمياتها المباعة تساوي (98) كيلو جرام . أما لحوم الماعز فالإقبال عليها قليل مقارنة باللحوم الحمراء الأخرى , حيث بلغ متوسط الكمية المشتراه منها (55) كيلو جراماً في اليوم والمباعة منه (49) كيلوجرام .

2. سعر الشراء والبيع :

نتائج التحليل أظهرت تفوق لحوم الضأن من حيث ارتفاع أسعارها (سعر الشراء و البيع) , حيث متوسط بلغ سعر بيعها (73) جنيه للكيلو الواحد بفارق (13) جنيه من سعر شراءها , ويليهما لحوم لحوم العجالي بمتوسط سعر بيع بلغ (48) جنيه للكيلو الواحد وسعر شراءها (40) جنيه , أما لحوم الأبقار والماعز فمتوسط أسعار شراءها وبيعها متقاربة كما موضح في الجدول (4-4) التالي .

جدول (4-4) متوسط الكميات من اللحوم الحمراء وأسعارها في اليوم الواحد بالجنيه السوداني.

النوع	الكمية المشتراة بالكيلو	الكمية المباعة بالكيلو	سعر الشراء	سعر البيع
أبقار	129.3	125.9	40	50
ضأن	143.3	140.3	60	80
ماعز	55	51	45	60
عجالي	103	99	45	55

المصدر : نتائج المسح الميداني

3-4 التكاليف :

(1) تكلفة الترحيل :

أظهر نتائج الجدول (4-5) أن متوسط تكاليف ترحيل اللحوم الحمراء مختلفة حسب أنواعها , وهذا الاختلاف والتفاوت حسب الكميات المشتراه في اليوم الواحد . حيث بلغ أعلى متوسط تكلفة ترحيل (185.8) جنيه للحوم الأبقار , ويليهما تكاليف ترحيل لحوم الضأن بمتوسط بلغ (170) جنيه , و (138) جنيه كتكلفة لحوم العجالي , أما لحوم الماعز فتكاليف ترحيلها قليلة نسبة لقلّة كمياتها المباعة والمشتري .

(2) تكلفة التغذية :

أوضحت نتائج تحليل البيانات تكاليف التغذية لمصادر أنواع اللحوم الحمراء (الأبقار , الضأن , الماعز و العجالي) , حيث نجد أن متوسط تكلفة تغذية الأبقار والعجول والضأن متقاربة حيث تتراوح ما بين (92) ألى (112) جنيه سوداني, أما الماعز بمتوسط تكاليف تغذيتها قليلة حيث بلغت (60) جنيه .

(3) تكلفة الذبيح :

نتائج الدراسة أظهرت أنه لا توجد اختلاف في متوسط تكاليف ذبيح الأبقار والعجول حيث بلغ متوسط التكلفة (50) جنيه سوداني للبقرة الواحدة أو العجل . أما الضأن والماعز فتكاليف ذبيحها مختلفة نسبياً , حيث بلغ متوسط تكلفة ذبيح الضأن (40) جنيه .

(4) تكاليف مصروفات البيع :

من نتائج التحليل نجد أن مصروفات البيع مختلفة , حيث بلغ أعلى متوسط تكلفة مصروف بيع من نصيب الضأن (30) جنيه , أما الأبقار والعجول والماعز فتكاليف مصروفات البيع غير مختلفة كثيراً كما موضح في الجدول (4-5) أدناه

(5) الفاقد من اللحوم الحمراء :

نتائج تحليل الدراسة أظهرت الفاقد من اللحوم الحمراء , حيث نجد أعلى فاقد هي من لحوم العجول بفاقد (7) كيلوفي المتوسط للذبيحة الواحدة , يليها لحوم الضأن بمتوسط فاقد بلغ (4) كيلو للذبيحة الواحدة . أما الأبقار والماعز فمتوسط الفاقد منهما قليلة جداً تتراوح ما بين 2 إلى 3 كيلو في المتوسط .

(6) تكلفة الضرائب :

أظهرت نتائج التحليل ان متوسط تكلفة الضرائب بالنسبة للأنواع المختلفة من اللحوم الحمراء ثابتة هي فقط (10) جنيه .

(7) تكلفة الذكاة :

من نتائج الجدول (4-5) نلاحظ أن تكلفة الذكاة من اللحوم الحمراء هي (15) جنية للأبقار والعجول , و (10) جنيه للضأن و الماعز .

(8) التكاليف الأخرى :

نلاحظ من نتائج التحليل أن متوسط التكاليف الأخرى بالنسبة للأبقار والعجول والماعز متقاربة تتراوح ما بين 18 جنيه إلى 20 جنيه , أما الضان فمتوسط تكاليفها الأخرى تساوي (26) جنيه .

(9) جملة التكاليف :

أظهرت نتائج تحليل الدراسة جملة التكاليف من الأنواع المختلفة للحوم الحمراء , حيث أتت لحوم الأبقار في المرتبة بأعلى متوسط جملة تكاليف بلغت (405.8) جنيه , ويليه لحوم الضان بمتوسط جملة تكاليف (390) جنيه . (358) جنيه كمتوسط جملة تكاليف لحوم العجول , أما الماعز فجملة تكاليفها قليلة بلغت (177) جنيه في المتوسط .

جدول (4-5) تكاليف تسويق الأنواع المختلفة من اللحوم الحمراء بالجنيه السوداني :

النوع	الترحيل	التغذية	الذبيح	مصرفات بيع	فاقد	ضرائب	نكاة	أخرى	الجملة
أبقار	185.8	112	35	25	3	10	15	20	405.8
عجول	138	110	36	24	7	10	15	18	358
ضأن	170	92	40	38	4	10	10	26	390
ماعز	20	60	25	30	2	10	10	20	177

المصدر : نتائج المسح الميداني

النوع	موسط العائد	متوسط تكلفة الشراء	متوسط تكلفة التسويق	جملة التكاليف	الربح
أبقار	6,295	5,172	405	5,577	718
ضأن	11,224	9,598	358	9,956	1,268
ماعز	3,060	2,475	350	2,825	235
عجالي	5,445	4,635	177	4,812	633

4-4 محور الأبقار :

من نتائج تحليل البيانات نجد الآتي :

1- معظم المبحوثين يرون أن أسعار لحوم البقر متدنية بنسبة كبيرة عن اللحوم الأخرى

بنسبة (52.7%) , بينما (14.8 %) منهم يرونة عكس ذلك .

2- نتائج التحليل أظهرت أيضاً أن انخفاض أسعار لحوم البقر ناتج من نوعية اللحم .

3- المبحوثين يولفون على أن تكلفة شراء حيوانات الزبيح تختلف حسب منطقة الإنتاج

4- أيضاً نستنتج من نتائج التحليل أن انخفاض سعر لحوم الأبقار جعلها في متناول يد

المستهلكين .

5- أوضحت نتائج التحليل أيضاً أن جودة لحوم الأبقار غير مقبولة نوعاً ما في معظم

الأوقات .

6- كما نجد أن لحوم الأبقار أحياناً مريحة , وأحياناً غير ذلك .

جدول (4-6) محور الأبقار :

النسبة المئوية (%)					محور البقر
أوافق بشدة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
4.2	16.7	12.5	45.2	12.5	1/ أسعار لحوم البقر متدنية بنسبة كبيرة عن اللحوم الأخرى
-	8.3	29.2	29.2	33.3	2/ إنخفاض أسعار لحوم البقر ناتج من نوعية اللحم
8.3	4.2	20.8	20.8	45.8	3/ تكلفة شراء حيوانات الزبيح تختلف حسب منطقة الإنتاج
4.2	-	16.7	29.2	25	4/ إنخفاض سعر لحوم الأبقار جعلها في متناول المستهلك
8.3	29.2	25	29.2	8.3	5/ جودة لحوم الأبقار مقبولة نوعاً ما
20.3	12.5	37.5	25	4.2	6/ تعتبر أكثر ربحية من غيرها

المصدر : نتائج المسح الميداني

4-5 محور الضأن :

أوضحت نتائج تحليل بيانات الدراسة أن :

1- أن لحوم الضأن هي أكثر الحوم ارتفاعاً في الأسعار مقارنة بالحوم الحمراء الأخرى

2 وكذلك لحوم الأ ن تعتبر ذات ربحية عالية لكثرة الطلب عليها .

3- أيضاً المبحوثين يرون أن الحصول على لحوم الضأن في منتهى السهولة مقارنة باللحوم الأخرى .

4- معظم المبحوثين يوافقون على أن لحم الضأن مرغوب أكثر وهي طازجة .

5- بعض المبحوثين يرون أن نوعية اللحوم مرتبطة بمناطق الإنتاج وقليل منهم يقولون ان مناطق الأنتاج ليس لها علاقة بنوعية اللحم .

جدول (4-7) محور الضأن :

النسبة المئوية (%)					محور الضأن
أوافق بشدة	لا أوافق بشدة	لا	محايد	أوافق	أوافق بشدة
-	8.7	8.7	30.4	52.2	1/ إرتفاع أسعار لحوم الضأن مقارنة باللحوم الأخرى
-	13	13	34.8	39.1	2/ تعتبر لحوم الضأن أكثر ربحية لكثرة الطلب عليها
-	17.4	13	47.8	21.7	3/ كيفية الحصول عليها سهل
-	-	18.2	13.6	68.2	4/ الطازج مرغوب أكثر
4.3	8.7	21.7	30.4	34.8	5/ نوعية اللحوم مرتبطة بمناطق الأنتاج

المصدر : نتائج المسح الميداني

4-6 محور الماعز :

من نتائج الجدول (4-8) نجد أن :

1- المبحوثين يرون أن ارتفاع أسعار الحوم الحمراء الأخرى (لحوم الأبقار والضأن) جعل

لحوم الماعز في متناول يد المستهلكين .

2- وأيضاً يؤكدون على أن لحوم الماعز غير مرغوب مقارنة باللحوم الحمراء الأخرى .

3- النتائج تشير أيضاً إلى أن أماكن تسويق لحوم الماعز قليلة .

4- يعتبر لحوم الماعز ذات ربحية أقل نسبة لفة كمبيعاتها المباعرة ولقة أماكن تسويقها وقلة

الطلب عليها لإنخفاض أسعارها .

5- المبحوثين محايدون في قبول جودة لحوم الماعز أي أنها مقبولة نوعاً ما .

6- المبحوثين يؤكدون على أن مناطق الإنتاج لها أثر على تكاليف شراء وتغذية الماعز

جدول (4-8) محور الماعز :

النسبة المئوية (%)					محور الماعز
أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق	
33.3	27.8	22.2	-	16.7	1 / ارتفاع أسعار لحوم الضأن و البقر جعلها في متناول اليد
21.1	31.6	36.8	5.3	5.3	2 / غير مرغوب مقارنة للحوم الأخرى
42.1	36.8	10.5	5.3	5.3	3 / أماكن تسويقها قليلة

5.3	5.3	21.1	36.8	31.6	14/ يعتبر أقل ربحية من غيرها
16.7	-	44.4	33.3	5.6	15/ جودتها مقبولة نوعاً ما
15.8	-	10.5	42.1	31.6	16/ تكلفة شرائها وتغذيتها تختلف حسب مناطق الإنتاج

المصدر : نتائج المسح الميداني

التقدير اللفظي	درجة تحسن	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لاوافق بشدة	لاوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الفقرة
				1	2			3	
أوافق	74.7%	0.964	3.733	1	3	4	17	5	س1
أوافق	71.3%	1.055	3.567	0	5	11	6	8	س2
أوافق	79.3%	1.080	3.967	1	2	6	9	12	س3
أوافق بشدة	88.0%	0.712	4.400	0	1	1	13	15	س4
محايد	66.0%	1.100	3.300	3	1	15	6	5	س5
أوافق	73.3%	1.011	3.667	1	3	7	13	6	س6
أوافق			3.772						

التقدير اللفظي	درجة تحسن	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لاوافق بشدة	لاوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الفقرة
				1	2			3	
أوافق بشدة	90.0%	0.671	4.500	0	0	3	9	18	س1
أوافق	75.3%	0.920	3.767	0	4	5	15	6	س2
أوافق	76.7%	1.213	3.833	2	3	4	10	11	س3
أوافق بشدة	88.0%	0.757	4.400	0	0	5	8	17	س4
محايد	56.7%	1.035	2.833	4	5	15	4	2	س5
أوافق			3.86						

التقدير اللفظي	درجة تحسن	الإحتراف المعياري	المتوسط الحسابي	لاأوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الفقرة
				1	2	3	4	5	
لا أوافق	51.3%	1.230	2.567	5	14	3	5	3	س1
أوافق	78.0%	0.907	3.900	0	3	5	14	8	س2
أوافق بشدة	84.7%	0.989	4.233	1	1	3	10	15	س3
لا أوافق	51.3%	1.230	2.567	4	6	14	5	1	س4
لا أوافق	51.3%	0.989	2.567	4	10	13	1	2	س5
أوافق	72.0%	0.800	3.600	0	1	15	9	5	س6
محايد			3.24						

الفصل الرابع

الفصل الخامس

1-5 الخلاصة والنتائج

تم اجراء الدراسة في ولاية الخرطوم وتم جمع البيانات عن طريق الاستبيان وهدفت الدراسة الى معرفة سبب ارتفاع اللحوم في ولاية الخرطوم .

خلصت الدراسة الى النتائج الاتية :

* كل العاملين في مجال تسويق اللحوم الحمراء هم من فئة الزكور (100%)

*معظم العاملين في مجال تسويق اللحوم الحمراء مستوى دخولهم يتجاوز الف جنيه في

الشهر

* نتائج التحليل اظهرت تفوق لحوم الضان من حيث ارتفاع اسعارها (سعر الشراء و سعر

البيع)

* اظهرت نتائج التحليل انه يوجد اختلاف في متوسط تكاليف الذبيح للابقار و العجول

والضان

* اظهرت النتائج ان متوسط تكلفة الضرائب بالنسبه للانواع المختلفه من اللحوم الحمراء

ثابته

* معظم المبحوثين يرون ان اسعار لحوم البقر متدنيه عن اللحوم الاخرى

* ايضا يؤكدون على ان لحوم الماعز غير مرغوبه مقارنة باللحوم الاخرى .

التوصيات :

- عمل سلخانات حكوميه باسعار مخفضه لتخفيض اسعار اللحوم البيضاء
- عمل ملحمه تنطبق عليها المواصفات الصحيه لبيع اللحوم
- عمل شهاده صحيه للحيوانات قبل زبحها
- خفض الضرائب

المراجع

* عمر عبد الرحيم الخضر_استخدام التقانات الحديثه لحفظ اللحوم الحمراء_وزارة التجارة

الخارجيه 1995م.

*عابده عبد الله امام_التسويق الزراعي.

*محمد علي النور_تسويق الصادرات الحيوانيه 2001م.

