

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا  
كلية الدراسات الزراعيه  
قسم الإقتصاد الزراعى  
بحث تكميلى لنيل درجة البكالوريوس مرتبة الشرف

بعنوان:

تسويق النباتات الطبيه والعطريه بولاية الخرطوم

Marketing of medical and aromatic plants in Khartoum  
state

إعداد :

الطالبه – مهله آدم موسى دودين

إشراف:

الدكتور – سليمان الماهل سليمان

أكتوبر ٢٠١٧ م

Sudan University of Science and Technology

College of Agricultural Studies

Department of Agricultural Economics

Supplementary research to obtain the degree of honorary  
baccalaureate under the title of

Marketing of medical and aromatic plants in Khartoum  
state

Prepared:

Mahlah Adam Musa Dudin

Supervisor:

Dr: Suliman Elmahel Suliman

October 2017

## الاهداء

إلى سيد الخلق اجمعين إلى رسولنا الكريم (محمد صلى الله عليه وسلم)

إلى من اراد ان ابلغ اسمى درجات العلم والمعرفة

إليك يا حبا ملاً جوارحى وحنيناً ملاً قلبى

إلى رمز الحب والعطاء إلى رمز الصبر والكفاح

إلى والدى والعزیز رحمہ اللہ

ارجو من الله ان يجعل الفردوس الاعلى مثواك

إلى ينبوع الحب الاكبر إلى حنان الاشمل

إلى شمعة أحرقت من أجلنا إلى ملاك سعدت لفرحتنا

إلى بسمه الحياة

إلى سر الوجود إلى من كان دعائها سر نجاحى وحنانها بلسم يشفى جراحى

إلى اغلى الحبايب اطل الله فى عمرها

(امى الحبيبه)

إلى من يمثلون درة حياتى إلى من يحملون اجمل زكرياتى

إلى اخواتى واخى الغالى

إلى الزين لا شئ يضاهى لحظة فرح معهم

إلى صديقاتى واصدقائى

إلى ينبوع العطاء إلى شموع اضائت طريق العلم

إلى أساتذتى الأجلاء

## الشكر و العرفان

الحمد لله حمداً كثيراً والصلاة والسلام على أشرف خلق الله الصادق الأمين محمد بن عبدالله وعلى آله وصحبه والتابعين .

اتقدم بوافر الشكر الجزيل إلى أستاذى الجليل الدكتور - سليمان الماهل سليمان الذى قام بإرشادى وتوجيهى فى كل مراحل هذا البحث ، كما اتقدم بوافر الشكر و التقدير إلى قلعة العلم والمعرفة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كما أقدم اسمى آيات الشكر والإمتنان والتقدير والمحبه للذين مهدوا لنا طريق العلم والنجاح إلى جميع أساتذتى بقسم الإقتصاد الزراعى

وكذلك الشكر موصول إلى كل من ساهم فى إتمام هذا البحث

والشكر لله من قبل ومن بعد.

## المستخلص

تتاولت الدراسة تسويق النباتات الطبيه والعطريه بولاية الخرطوم ونجد ان الهدف الاساسى لهذه الدراسة معرفة تسويق النباتات الطبيه والعطريه بولاية الخرطوم وانواع النباتات الموجوده بالولاية واهم المشاكل التى تواجه تسويق هذه النباتات ومن الدراسة يتضح ان الغالبية العظمى من التجار من الذكور بنسبه تبلغ ٩٣% والذين تتراوح اعمارهم ما بين (٢٥\_٣٥) ونسبتهم ٣٦.٧% بينما فى المستوى التعليمى اعلى نسبه تمثلت فى الثانوى والجامعى وذلك بنسبة ٣٠.٠% اما بالنسبه للحاله الاجتماعيه نجد نسبة المتزوجين ٦٠% كما ان خبرة التسويق للتجار بنسبة ٣٠.٠% للذين تتراوح خبرتهم التسويقيه ما بين (٣\_١) سنه .

ونجد ان اغلبية التجار تتراوح دخولهم ما بين (٦٥٠\_٥٠٠) جنيه شهرياً وذلك بنسبة ٤٦.٧% وان اكثر الانواع بيعاً النباتات الطبيه بنسبة ٣٣.٣% اما اماكن تسويق هذه النباتات كل من غرب السودان \_ الولايه الشماليه \_ ولاية الخرطوم حيث نجد ان اكبر سوق لهذه النباتات هو سوق ولاية الخرطوم بنسبة ٩٠.٠% . هنالك انواع متعددة الاستخدام، وان هذه النياتات مربحة حيث يبلغ متوسط الارباح (١٨٢) جنيه فيما اذا بيع كيلو واحد من الاصناف المتوفرة لدى التجار، أما العوائد الكلية فتعتمد على الكمية والنوعية المباعة خلال اليوم ومن هنا يتضح ان ولاية الخرطوم توجد بها انواع متعدده من النانات الطبيه والعطريه حيث تمثل مصدر دخل وتوفير النقد للكثير من السكان المحليين فبالتالى يجب خفض التكاليف التسويقيه واقامة مخازن ذات مواصفات جيده لحفظ النباتات الطبيه والعطريه و ذلك لتشجيع الاستثمار

## Abstract

The main objective of this study is to know the marketing of medicinal and aromatic plants in the state of Khartoum and the types of plants found in the state and the most important problems facing the marketing of these plants. The study shows that the vast majority of traders of zakur (93%) and zine (25-35) and 36.7% (respectively), while in the educational level the highest percentage was represented in secondary and university (30%). As for the social situation, we find that the percentage of married couples is 60%. The marketing experience of traders is 30.0% for Zain. Their marketing experience ranges from 1-3 years. Most traders are between 500-650 LE per month. And 46.7%. The most popular types of medicinal plants sold were 33.3%. The marketing of these plants is in Western Sudan, the northern state of Khartoum, where the largest market for these plants is Khartoum State Market with 90.0% It has many types of medicinal and aromatic plants, which represent a source of income and provide cash to many local inhabitants You must cut costs and marketing set up stores specifications for good Zaat keeping Tayyiba plants and aromatic so as to encourage investmen

المحتويات	رقم الصفحة
الاهداء .....	I
الشكر و العرفان .....	II
المستخلص .....	III
المحتويات .....	V
الفصل الأول:المقدمة .....	١
1-1:تمهيد: .....	١
١-٢:مشكلة البحث: .....	٢
3-1:أهداف البحث: .....	٢
4-1:فرضيات البحث: .....	٢
٥-١:منهجية البحث: .....	٢
٦-١:هيكل البحث: .....	٣
الباب الثاني : الإطار النظري: .....	٤
١.٢: تمهيد .....	٤
١-١-٢: أهمية النباتات الطبية والعطرية: .....	٤
٢-١-٢: تصنيف النباتات الطبية والعطرية : .....	٧
2-2:تعريف التسويق الزراعي:- .....	١١
١-٢-٢:التطور التاريخي للتسويق الزراعي :- .....	١٢
٢-2-2: أهمية التسويق الزراعي: .....	١٣
٣-٢-٢: التسويق من منظور المنشأه الاقتصادي:- .....	١٣
٤-٢-٢: خصائص تسويق السلع الزراعية .....	١٤
٥-٢-٢:مشاكل التسويق الزراعي :- .....	١٤
٦-٢-٢:اهداف التسويق الزراعي:- .....	١٤
٧-٢-٢: المنافع الاقتصادي لتسويق الزراعي:- .....	١٥
٨-٢-٢: القنوات التسويقيه :- .....	١٥
٩-٢-٢: الهوامش التسويقيه :- .....	١٥
١٠-٢-٢: السياسات الحكوميه في تسويق المنتجات الزراعية : .....	١٦
الفصل الثالث: طرق البحث .....	١٧
1-3:نبذة عن منطقة الدراسة .....	١٧
2-3: منهجية البحث : .....	١٨
الفصل الرابع: التحليل المناقشة .....	١٩

١٩	١-٤ : الخصائص الإجتماعية للمبحوثين:
١٩	٢-٤ : الخصائص الاقتصادية :
١٩	٣.٤ : حساب الميزانية:
٢٠	٤-٤ : المشاكل والمعوقات
٢٢	الفصل الخامس: الخلاصة والتوصيات
٢٢	١.٥ : الخلاصة:
٢٥	٢.٥ : التوصيات
٢٦	المراجع:

رقم الجدول :	العنوان	رقم الصفحة
١.٤	الخصائص الاجتماعية للمبحوثين:	٢١
٢.٤	الخصائص الاقتصادية للمبحوثين	٢٢:
٣.٤	اسعار البيع، التكاليف وهامش الارباح للاصناف المسوقة للكيلوجرام	٢١٩



## الفصل الأول: المقدمة

### 1-1: تمهيد:

يعتبر القطاع الزراعي من اهم القطاعات الاقتصادية فى السودان نسبة لما يتميز به من اتساع مساحته وتنوع المناخ فيه والتربة وخصوبتها مما يجعل السودان قابل لانتاج الكثير من المحاصيل المختلفه سواء كانت حقلية او بستانية و غيرها من المحاصيل الزراعيه حيث نجد ان الاقتصاد الزراعي يساهم بطريقه فعاله فى توفير الطرق التسويقيه المناسبه لهذه المحاصيل الزراعيه المختلف مثلا تسويق (الخضروات \_الفاكهه \_وكافه المحاصيل البستانيه) بما لا يقل تسويق النباتات الطبيه والعطريه اهميتاً نعن ذلك. حيث تعتبر النباتات الطبيه و العطريه ذات قيمه إقتصاديّه كبيره حيث يزداد الطلب عليها محلياً وعالمياً لما تتميز به من استخدامات متعدده و فى الكثير من المجالات كما ان إزدیاد التوجه العالمى الحديث للتحول إلى كل ما هو طبيعى قد أدى إلى إزدیاد الطلب والإقبال عليها و خاصه الدول الصناعيه و المتقدمه مما أدى إرتفاع أسعارها و لذلك كانت لها أهميه إقتصاديّه وعائد تصديري مجزئ وتحثل هذه النباتات مكانه فى الإقتصاد السودانى وخاصه الإقتصاد الزراعى باعتبارها من المحاصيل الواعده غير التقليديه ذات الإستهلاكات المتنوعه فى صورتها المباشره وغير المباشره وذلك عن طريق إستخلاص ماده الفعاله وإستخدامها فى صناعه الادويه العلاجيه و الصناعات الغزائيه المختلفه و ايضاً صناعه العطور ومستحضرات التجميل غيرها من الصناعات الاخرى . حيث يتم تسويق هذه النباتات بصوره مباشره أى دون إجراء تغييرات فيها (رطبهِ\_جافه)أو ممكن أن تسوق كمنتجات تم تحضيرها أو صناعتها من النباتات الطبيه و العطريه كما نجد أن النباتات الطبيه و العطريه تواجهها مشاكل تسويقيه متعدده

## ٢-١: مشكلة البحث:

بالرغم من أن النباتات الطبية والعطرية تعتبر من المحاصيل الواعدة غير التقليديه والتي يمكن أن تسهم وبدرجه كبيره من خلال صادراتها فى زيادة حصيلة الدوله من النقد الأجنبى و من ثم تحسين ميزانها التجارى إلا انه لوحظ تذبذب واضح سواء كان فى أسعارها أو إنتاجها أو صادراتها

## 1-3: أهداف البحث:

الهدف الرئيسى :

١| تحليل الكفاءة التسويقيه .

٢| حساب نصيب الفرد من جهة المستهلك وتقدير المرفات التكاليف التسويقيه

٣| ايجاد الطرق الاسهل لتسويق النباتات الطبيه والعطريه .

٤| معرفة الخصائص الإقتصاديه والإجتماعيه للمبحوثين

## 1-4: فرضيات البحث:

١| توفير أو إيجاد القناة التسويقيه المناسبه يؤدى إلى زياده الكفاءة التسويقيه

٢| توفير الخدمات التسويقه للنباتات الطبيه والعطريه يؤدى ذلك إلى زياده عائد كل من المنتج والمستهلك

٣| الترويج أو نشر المعلومات عن النباتات الطبيه والعطريه يؤدى ذلك الطلب عليها

٤| الخصائص الإقتصاديه و الإجتماعيه للمبحوثين متجانسه

## ١-٥: منهجية البحث:

مصادر جمع البيانات : مصادر أوليه متمثله فى الإستبيان ومصادر ثانويه متمثله فى المراجع.

## ٦-١: هيكل البحث:

الفصل الاول : المقدمة ويشتمل على أساسيات البحث، أما الفصل الثاني فيحتوي على الإطار النظري، بينما الفصل الثالث نعرض فيه طرق البحث، ويليه الفصل الرابع والذي يتضمن التحليل والمناقشه، وأخيراً الفصل الخامس والخاص بالخلاصة والتوصيات.

## الباب الثانى : الإطار النظرى:

### ١.٢: تمهيد

تنمؤ النباتات الطبيه والعطريه منذ القدم ومنذ أن عرفها الإنسان فى أرجاء الصحارى والاراضى المهجوره أو البعيده عن منازل و رعاية الإنسان فى صوره مبعثره .

### النبات الطبي:

يعرف النبات الطبي بأنه النبات الذى فى عضو أو اكثر من اعضائه المختلفه أو تحوراتها على ماده كيميائيه واحده أو اكثر (بعض النظر عن طبيعة الماده الكيميائيه بتركيز منخفض او مرتفع و لها القدره الفسيولوجيه العلاجيه ) على معالجه مرض معين أو التقليل من أعراض الإصابه به إذا ما أعطيت للمريض سواء كانت فى صورتها النقيه (طازجه أو جافه) أو فى صورة مستخلص .

### النبات العطرى :

يعرف على أنه النبات الذى يحتوى فى عضو أو أكثر من أعضائه النباتيه أو تحوراتها على زيوتاً عطريه طياره سواء كانت فى صورتها الحره أو فى صوره تحلل مائى إلى زيوت عطريه طياره ذات عبير مقبول

### ١-١-٢:أهمية النباتات الطبيه والعطريه:

للنباتات الطبيه والعطريه اهميه كبرى وذلك للأسباب الاتيه :

١| تدخل فى صناعه الدواء وبذلك تحقق زراعتها أهميه إستراتيجيه تتعلق بالامن القومى بتوفير ضمانات الصحه العامه للشعب .

٢| تحقق زراعتها سياسة الإكتفاء الذاتى وتوفير العملات الصعبه اللازمه لإستيرادها .

٣| تصدير كميات كبيره منها و من منتجاتها يجلب العمله و ذلك لإرتفاع اسعارها .

٤| تستخدم النباتات الطبيه و العطريه لأغراض أخرى مثل:

أ| التوابل : (الكمون\_ الشمر\_ الكثيره )

ب| مواد مغزيه : (الحلبه\_ السطب\_ النشا)

ج| زيون عطريه و مكسبات الطعم والرائحه: (زيت الياسمين\_والكمون\_ النعناع)

د| مستحضرات تجميل : (زيت الورد\_والفل\_ و الياسمين)

هـ| مبيدات للحشرات : (الطباق\_الريحان )

و| زيوت ثابتة : (زيت عباد الشمس\_والخروع)

من أهم العوامل التي أدت إلى الاهتمام بالنباتات الطبيه والعطريه و استثمارها ما يلي:

١| زوال الاعتقاد السائد في وقت من الاوقات بإمكانية الإستغناء عن النباتات الطبيه

٢| تستعمل بعض النباتات الطبيه والعطريه في أغراض أخرى إقتصاديّه غير صناعة الادويه

٣| إنتشار النباتات الطبيه و العطريه في الوطن العربي شجع على جمعها و الإستفاده منها في مصانع الادويه

النباتات الطبيه والعطريه و إمكانية إنتاجها في السودان :

تعتبر النباتات الطبيه والعطريه من اهم مصادر إنتاج الدواء و التوابل ومكسبات النكهه إلى الاطعمه

ومستحضرات التجميل .

ويمكن تقسيم النباتات الطبيه والعطريه المتداوله محلياً فى السودان إلى ثلاثة مصادر رئيسيه وهى:

نباتات بريه تنمو طبيعياً من غير تدخل الإنسان وهى من حيث التوزيع تكون إما مستوطنه فى السودان أو لها مدى عريض فيكون توزيعها متواصلاً او مفصولاً،النباتات التى أدخلت إلى السودان فتأقلمت على البيئه ،نباتات أستجلبت من خارج السودان وتم توزيعها.

هنالك عدة عوامل تجعل السودان من الاقطار الواعده فى مجال إنتاج النباتات الطبيه والعطريه وهى :

الموقع الجغرافى :يعد السودان من اكبر البلدان الإفريقيه رقعه وتحيط به تسع دول إفريقيه ولذا نجد ان تجربته فى التداوى بالاعشاب من اغنى التجارب نظراً لاستفادته من التداخل مع شعوب الجوار وكذلك تعد مناطق شمال السودان ملائمه لزراعة نبات (الحناء\_والشمر \_الينسون\_الكرابيه \_الكمون الاسود\_البابونج\_حشيشة الليمون \_النعناع بأنواعه المختلفه)

اما غرب السودان فيناسب زراعة (الكركدى \_السنمكه \_الزنجبيل \_الشيخ \_النعناع \_الفلفل \_الغرنجال )

وفى وسط وشرق السودان مناطق تناسب زراعة نفس النباتات فى شمال السودان إضافة (للاراك \_والونكا \_الصبار \_ الثوم )

ومنطقة جنوب السودان تناسب زراعة نباتات (الشاي\_البن\_ الغرنجال\_الباباي\_الفلفل الاسود \_حشيشة الليمون )

إتساع الاراضى الصالحه للزراعه :إتساع الاراضى الصالحه للزراعه مع تباين انواع التربه وتفاوت خصوبتها تمكن من زراعة قطاع عريض دون الحوجه إلى إضافة الاسمده الكيمائيه .

رأس المال: لا يتطلب انتاجها الى رأس مال كبير مقارنة بغيرها من المحاصيل الاخرى

الاسواق: توفير الاسواق المفتوحه محلياً و عالمياً

مصادر الري : توفير مصادر الري المتعدده

البنيان التحتيه : توفير طرق المواصلات التى تربط المدن مع الدول و القارات وتوفير إدارات وزارات محطات بحثيه تساعد على توفير اليات الانتاج .

## ٢-١-٢: تصنيف النباتات الطبيه والعطريه :

تصنف النباتات الطبيه والعطريه على مجموعات ذات صفات مشتركه او ميزات متشابه تجمع بين افراد المجموعه النباتيه الواحده وذلك بقصد تسهيل دراسة هذه النباتات والتعرف على جميع خصائصها المختلفه من حيث الزراعه والانتاج والمواد الكيمائيه الفعاله والحصاد وطرق تجفيفها وغير ذلك من المعلومات التى تؤدى فى النهايه إلى الانتاج الامثل.

هنالك العديد من الاسس التى يمكن الاستناد عليها فى تصنيف النباتات الطبيه و العطريه أهمها الاتى:

### أ| التصنيف المورفولوجى :

يعتمد على اماكن تواجد المواد الكيمائيه الفعاله بالاجزاء النباتيه المختلفه حيث تعتبر هذه الاجزاء هى المصدر الرئيسى للحصول على ماده الفعاله لذلك صنفنا النباتات الطبيه والعطريه إلى المجموعات التاليه :

نباتات تستخدم باكملها :وهى النباتات التى تتوزع فيها المواد الكيمائيه الفعاله بالاجزاء النباتيه المختلفه مثل نبات (الونكا\_الشيخ\_السيكران\_الداتوره )

نباتات تستخدم اوراقها : وهى التى تحتوى على المواد الكيمائيه الفعاله فى اوراقها مثل (نبات الكول\_حشيشة

الليمون\_الريحان\_النعناع\_الشاي\_الحناء)

نباتات تستخدم نوراتها او ازهارها :وهى نباتات التى تتواجد موادها الكيميائيه الفعاله فى النوره (البابونج) او فى بتلات الازهار

(الورد\_الفل\_الياسمين) او تتواجد فى كأس الزهره (السبلات) مثل الكركدى.

او تتواجد فى مياسم الازهار كما فى (الزعفران ) وكزاك قد تتواجد المواد الفعاله فى الزهره المؤنثه دون المذكره ( القلب الهندى ).

نباتات تستخدم ثمارها :وهى النباتات التى تحتوى على ماده الكيميائيه الفعاله فى الثمار مثل (الشطه \_الحنظل) او فى عصير الثمار غير الناضجه (الخشخاش\_الباباى).

نباتات تستخدم بزورها :وهى نباتات تحتوى على ماده الفعاله فى الثمار مثل (حبة البركه\_الحليه\_الخردل \_البن )

نباتات تستخدم سيقانها: (الصندل)، نباتات تستخدم اجزائها الارضيه:

قد تكون سيقان ارضيه متحوره أو جزور متدرنه والرايدوم مثل (الزنجبيل\_الابصال \_الفصوص\_الكورمات\_الدرنات)

٨| نباتات يستخدم قلفها :

وهى نباتات تحتوى على ماده الفعاله فى قلفها مثل (القرفه \_التين\_الرمان)

التقسيم الصناعى :

تقسم فيه النباتات على حسب إستخداماتها الاقصاديه والتجاربه الى الاتى :



النباتات الطبيه : (الداتوره السنمكه الخله بنوعيهها )

النباتات الطريه : (النعناع\_حشيشة الليمون\_الريحان\_الورد\_الفل\_الياسمين)

مجموعه التوابل: تستخدم كفاتحه للشهيه ومكسبات طعم ونكهه مثل:(الكثيره\_الينسون\_الكمون)

نباتات ميده للحشرات :هى نباتات سامه تستخدم فى صناعة المبيدات مثل (الحرجل كمبيد فطرى\_الريحان

كمبيد حشرى)

مكسبات اللون: مثل (الكردى\_الزعفران)

معاملات ما بعد الحصاد :

المعالجه،النظافه، التجفيف، الفرز والتدريج، التعبئة، الحفظ، استخلاص ماده الفعاله

طرق واعداد النباتات الطبيه والعطريه:

اولاً\_ الجمع والحصاد :

معظم النباتات الطبيه والعطريه توجد فى صورة عشبيه والقليل منها على صورة شجيرات واشجار كما

تختلف هذه النباتات فى نوعيه الانتاج النباتى للاعضاء النباتيه مثل (الاوراق\_الازهار\_الثمار\_البزور\_الجور )

وكذلك نوع المنتج الطبيعى الناتج من عمليات الايض والتمثيل مثل (السيكران\_الزيوت العطريه\_الزيوت

الثابته\_الجليوكسيديات\_القلويات\_المضادات الحيويه المختلفه)

للحصول على هذه الاعضاء المختلفه لهذه النياتات وكذلك الافرازات الاولييه او المنتجات الطبيعيه فيها قد يتوقف على الاتي:

مرحلة النضج المناسب ، عمر النبات ،مرحلة النمو والتطور ،فصول السنه المختلفه ، حالة الطقس اليومي (ساعات النهار)

مثلاً:

النباتات الطبيه والعطريه المنتجه للاوراق تجمع اوراقها على فترات او دفعات تبعاً لمرحلة نضج

الاوراق فسيولوجياً بشرط جمعها قبل مرحلة التزهير وتكوين الازهار وان تجمع خلال الظهيرة بينما

الاوراق العطريه مثل النعناع والريحان تجمع خلال الصباح.

النباتات الطبيه والعطريه المنتجه للازهار :تقطف في مراحل نمو مختلفه :

مثلاً

كاملة التلقيح مثل : نباتات البابونج\_الاقحوان .

نصف التلقيح مثل: نباتات الورد \_الياسمين

قبل التلقيح اى في طور البرعمه مثل : القرنفل

النباتات الطبيه والعطريه المنتجه للثمار والبزور :تقطف في مراحل نمو مختلفه حسب القيمه الطبيه والعطريه

للثمره والبزور فالثمار الجافه و التى يحدث لها تشقق وتنتثر بزورها عند تمام تحصر عند اكتمال نضجها وقبل

جفافها لتجفف كاملاً بعد جمعها مثل (الخرع)

اما الثمار المحتويه على ماده لحميه بها نسبة عاليه من الرطوبه تحصد عند اكتمال نضج الثمار ثم تستخلص منها البزور وتغسل وتجفف الثمار التي لا تسقط بزورها عند جفافها تترك حتى تجف ثم تحصد فى الصباح الباكر قبل بزوغ الشمس حتى لا يحدث لها تشتت نتيجة لوجود قطرات الندى عليها.

النباتات الطبيه والعطريه المستخدمه فيها الاجزاء الارضيه او القلف :

\_كورمات اللحلاح :تحصد فى فصل الصيف

\_ القرفه : بعد ثمانيه سنوات حيث ينزع القلف وقت سريان العصاره النباتيه

\_ العرقسوس :يجمع بعد (٢.٥ \_ ٥) سنوات

المكونات الفعاله:

للحصول على ماده الفعاله من الجزء النباتى لابد من إختيار الفصل والوقت والعمر المناسب لجمع الجزء المطلوب.

مثلاً:

الزيوت العطريه تكون مرتفعه فى الصيف والربيع كما فى (النعناع \_الريحان \_ الكافور ) تحصد صباحاً قبل شروق الشمس.

## 2-2: تعريف التسويق الزراعي:-

يعرف بانّه هو عبارة عن مجموعه من الخدمات التي تؤدي لسلع الزراعيه اثناء انتقالها من المزارع او المنتج وحتى وصولها الي المستهلك النهائي (عابدة)٢٠٠١م.

ويهدف التسويق الزراعي الي تسهيل تبادل السلع الزراعيه بين الاطراف المعنيه بها والنوعيات والكميات والاسعار المناسبه وبنا عليه فانه يمكن تعريف التسويق الزراعي علي انه ذلك النظام المرن الهادف الي تسهيل تدفق السلع الزراعيه والخدمات المرتبطه بها من اماكن انتاجها الي اماكن استهلاكها بالاوضاع والاسعار والنوعيات المناسبه والمقبوله من كافه اطراف العمليه الزراعيه (عبيدان، ٢٠٠٥)م

## ٢-٢-١: التطور التاريخي للتسويق الزراعي :-

يعتبر التطور التاريخي لموضوع التسويق الزراعي بسبب التطورات المتلاحقه التي واكبته منذ بدايه هذا القرن ونهايه الوقت الحاضر ففي بدايه هذا القرن كانت الزراعه بدائيه كما كانت ادوات واساليب تسويق المنتجات الزراعيه مختلفه حيث اعتمدت عمليه الانتاج في معظم الاحيان علي التبادل التجاري المباشر من المزارع الي المستهلك (الدخن والقمح والارز) ولقد واكبت هذه المرحله نشؤ القطاعات الزراعيه الواسعه ووجود الاعداد الكبيره من العمال الذين يعملون مقابل اجور زهيدة كما شهدت هذخ المرحله عشرات الاضرابات العماليه المطالبه برفع مستوي الاجور والامتيازات المعنويه الاخري كما اتصفت هذه المرحله بمشاكل التعبئة و التصنيف و التسعير للجهات المعنيه بتسويق و استهلاك هذه السلع الزراعيه وبعد الحرب العالميه الأولى و الثانية تم تأسيس العديد من الشركات المتخصصة في تصنيع المنتجات الزراعيه بهدف تصديرها الي الاسواق التي هي بحاجة كبيره و ماسة لها و الجدير بالذكر هنا الي انه لم يوجد لقاية ما قبل الحرب العالميه الاولى اي مؤشرات علي وجود نظاما تسويقا زراعي متكاملا ما عدا بعض الوظائف المرتبطة بنقل التأمين و التخزين البدائي.

ومن المعروف انه بعد انتهاء الحرب العالميه الثانية توسع الانتاج الزراعي بشكل كبير كما زادت الحاجة الي وجود نظام تسويقي فعال وخاصة في العالم الغربي . ( عبيدان ، ٢٠٠٥).

## 2-2-2: أهمية التسويق الزراعي:

يعتبر التسويق الزراعي مهما لكل من الفرد و المجتمع و بالنسبة للفرد تتضح أهميته اذا تصورناها بالنسبة للطوائف المتصلة بتسويق المنتجات الزراعية والتي يمكن حصرها في ثلاثة طوائف رئيسية وهم المنتجون والزراعيون ومستهلكي المنتجات الزراعية و الوسطاء ومن ثم يعتبر فهم التسويق الزراعي مهما لاي من هذه الوظائف الثلاثة لما يترتب عليه من عوائد اقتصاديه. وبالنسبة للمجتمع تأتي اهميه التسويق الزراعي في ضوء دورة رفاهيه المجتمع ككل من حيث دوره في توزيع الموارد وكفاءه استخدامها وقدرته علي توزيع ناتج العمليات الانتاجيه الاولييه والتسويقيه بطريقه عادله بمختلف الطوائف المتصله به. (منظمة الاغذيه والزراعه للامم المتحده ٢٠٠٥)

وتتلخص اهميه التسويق الزراعي في الاتي :-

موسميه الانتاج الزراعي .و بعض المنتجات الزراعيه سريعه التلف .و عدم استمار الانتاج الزراعي .و صعوبه التحكم في صعوبع الانتاج و

تميز المنتجات الزراعيه بالكميات المختلفه من الانتاج .

(عابده) ٢٠٠١

## ٢-٢-٣: التسويق من منظور المنشأه الاقصاديه:-

يعتبر التسويق نشاطا اقتصاديا من ابتكار البشر لاجل تلبية احتياجاتهم حيث يخرطون في مؤسسات اقتصاديه متخذة للقرار وبذلك يهدف التسويق من منظور المنشأه الاقصاديه الي بيع منتجات المنشأه لتحقيق المنافع الثلاث للتسويق وقد يصبح التسويق نشاطا معقدا يتضمن تجهيز المنتج وتعبئته وتخزينه وترويجه عبر قنوات التوزيع ولهذا يمكن تعريف التسويق من منظور المنشأه الاقصاديه انه مفهوم للاداره يهدف الي الحفاظ علي

قدرة المنشأه الاقصاديه علي ترويج منتجاتها في ظل متغيرات عبر الزمن. (سليمان، ٢٠٠٨)

## ٢-٢-٤: خصائص تسويق السلع الزراعية

يمتاز انتاج وتسويق السلع الزراعيه بمجموعه من العوامل وهي كما يلي :

\_ تغير شروط تسويق المنتجات الزراعيه لاسباب تربط بالكميه المنتجه والظروف السياسيه للبلد المصدر والمستور والاسعار

\_ التغير المستمر في كميات الانتاج من عام لآخر وذلك لاسباب عديده اهمها الطقس والامطار وعوامل اخري

\_ التنوع في مجال تسويق السلع الغذائيه والذي يوذي زياده الجهد التسويقي وتنوعه وتعقد البيئه التنافسيه وذلك لزياده المتنافسين والبدائل

## ٢-٢-٥: مشاكل التسويق الزراعي :-

الاختلاف الكبير في اسعار المنتجات الزراعيه بين مختلف ولايات السودان اضافة الي الاختلاف الكبير بين نفس المحصول وارتفاع هوامش التمويل اضافه الي ان بعض صيغ التمويل مثل السلم التي يتم فيها التحديد المسبق للسعر قبل الانتاج يسبب بعض المشاكل وخاصه عند انخفاض السعر الي ما دون السعر المتفق عليه وعدم توفر المعلومات بالنسبه للمنتجين عن الاسعار المحليه والعالميه ومشاكل متعلقه بدراسه الطرق التسويقيه الصحيحه التي يمكن اتباعها لحصول المنتجات الزراعيه و

مشاكل متعلقه بدراسه رغبات المستهلك للمواد الغذائيه والاسعار

## ٢-٢-٦: اهداف التسويق الزراعي :-

١/ الزيادة في انتاج المنتج

٢/ زيادة الاستهلاك بصورة مستمرة من المنتجات الزراعيه

٣/ توصيل السلعة من المنتج الي المستهلك بكفاءة عالية

٢-٢-٧: المنافع الاقتصادية لتسويق الزراعي:-

يقوم النشاط التسويقي بخلق مجموعه من المنافع للسلع والتي تعود بفائدة لكل من المنتج والمستهلك ومن هذه المنافع الاتي:-

١/ منفعة شكلية : عن طريق تغييرهم لشكل المواد الخام وتحويلها لصورة اكثر نفعا من الصورة الاولي

٢/ منفعة مكانيه : وهو المكان الذي يتم فيه تبادل السلع

٣/ منفعة حيازيه : وهي تملك المستهلك لسلعه

٤/ منفعة زمانية

٢-٢-٨: القنوات التسويقيه :-

تعرف القناة التسويقيه لسلعه ما بانها عبارة عن الطريق الذي تسلكه وهي في طريقها من المزارع او المنتج حتي وصولها الي المستهلك النهائي يلاحظ ان المنتجين لا يبعون سلعهم للمستهلكين النهائيين مباشرة ولكن يتم البيع من خلال عدد من الوسطاء يقومون بعدد من الوظائف ويحملون العديد من الاسماء وهم :-

الوسطاء التجار (تاجر جملة وتاجر تجزئه)، الوسطاء الوكلا (وكيل بيع وكيل منتج)، السماسره

٢-٢-٩: الهوامش التسويقيه :-

تعريف الهوامش بانها الفرق بين سعر الشراء وسعر البيع للوحده المعادله من السلعه عند مراحل مختلف

انواع الهوامش التسويقيه :

١/ الهامش المطلق

٢/ الهامش النسبي المئوي للبيع

٣/ الهامش النسبي المئوي الشرائي

٤/ الامتداد سعري

٢-٢-١٠: السياسات الحكومية في تسويق المنتجات الزراعية :

تحاول الدول المنتجة والمستوردة للمنتجات الزراعيه تطبيق تلك السياسات الميسرة لما يدخل اليها او ما يخرج من حدودها من سلع زراعية بشكل عام قد تتضمن السياسات الزراعيه لبلد ما اتباع سياسات حمايه كامله أو جزئية في حين تتبع مجموعات زراعية اخرى وغير مقيدة.

(عبيدان ) .

اما في السودان يتم تسويق المنتجات الزراعية بواسطة مؤسسات القطاع العام والخاص وقد تدخلت مؤسسات القطاع في اغلب المنتجات الزراعية.

في فترة الثمنينات اختلف مستوى التدخل من محصول لأخر اذ قد يتم التسويق على مستوى التسويق المحلي والخارجي كما في محصول القطن والصمغ العربي وقد يقتصر التدخل في التسويق عند مرحلة التجارة الخارجية كما في صادرات الحبوب الزيتية وقد يكون التدخل موسميا كما في محصول الزرة الرفيعة وفي بعض المحاصيل يتم التسويق بواسطة القطاع الخاص دزن تدخل الدولة كما في حالة الخضر و الفاكهة.(عابدة ٢٠٠١)



## الفصل الثالث: طرق البحث

### 1-3: نبذة عن منطقة الدراسة

تقع ولاية الخرطوم في وسط السودان يحدها من الجبه الشمالية الشرقية ولاية نهر النيل ومن الجبه الشماليه الغربيه الولايات الشماليه ومن الجبه الشرقيه والجنوبيه الشرقيه ولايات كسلا وولاية القضارف وولاية الجزيرة

اي تقع ولاية الخرطوم في الجزء الشمالي الشرقي من اواسط البلاد في قلب السودان عند التقاء النيلين النيل الابيض بالنيل الازرق ليكونا نهر النيل تقع الولاية بين خطي طول ٣٤,٥,٣١ شرقاً وخطي عرض ١٥-١٦ شمالاً، وتقدر مساحتها بحوالي ٢٢,٧٣٦ كيلومتر مربع ٢٨١٦٥ كم مربع (٦٥٠ ميل مربع)

يقطن الولاية حوالي ٨ مليون نسمة يمثلون كافة الوان الطيف السياسي والاجتماعي والثقافي بالسودان ويتوزعون علي سبعة محليات ادارية ثلث السكان نزح الي هذه الولاية من ولايات السودان الاخرى واصبحت الولاية الان ذات كثافة سكانية عالية تكاد تصل الي ربع عدد السكان في العالم.

معظم السكان هم من العمال وموظفي دواوين الدولة والقطاع الخاص والبنوك كما ان هناك شريحة كبيرة من اصحاب الاعمال الذين يعملون في التجارة وشريحة اخري يمثلون المهاجرون والنازحون تعمل في بعض الاعمال الهامشية اما سكان الريف فيعملون بالزراعة والري ويمدون العاصمة الخرطوم بالخضر والفاكهه والالبان، تبلغ مساحه الاراضي الصالحة للزراعة في الولاية حوالي ١,٨ مليون فدان والمزروع منها لا يزيد علي ٣٥,٠٠٠ فدان فقط وبلغت المساحه المستقله للمراعي الطبيعيه ٢,٢ مليون فدان مصادر المياه المستقله حالياً في عمليات الزراعة من النيلين الازرق والابيض ونهر النيل والمياه الجوفيه . تمثل المحاصيل الزراعه في ولاية الخرطوم الخضر والفاكهه

### 2-3: منهجية البحث :

استخدم منهج المسح الاجتماعي وتم جمع البيانات الأولية عن طريق الاستبانة كأداة لجمع البيانات لعينه عشوائيه تمثل ٣٠ بمنطقه الدراسه للحصول علي النسب المئويه بعد تحليل البيانات ومناقشتها للوصول الي

النتائج

## الفصل الرابع: التحليل المناقشة

### ١-٤ : الخصائص الإجتماعية للمبحوثين:

من الجدول (١) نجد ان الغالبية العظمى من تجار النباتات الطبية والعطرية فى ولاية الخرطوم من الذكور حيث تبلغ نسبهم ٩٣.٣% ، واغلبهم من فئات عمرية مختلفه والغالبية تتراوح اعمارهم ما بين ( ٢٥-٣٥ ) سنه بنسبة ٣٦.٧%، ونجد ان اغلب التجار متعلمين حيث يتركز المستوى التليم لديهم فى مرحلتى الثانوى والجامعه بنسه ثابتة حيث تقدر بحوالى ٣٠.٠% و تبلغ نسبة المتزوجين من التجار حوالى ٦٠% و ان أغلب عدد افراد اسرة التجار اكثر من (٧) بنسبة ٤٣.٣%

### ٢-٤ :الخصائص الاقتصادية :

من الدراسه يتضح ان الخبره التسويقيه للتجار تتراوح ما بين (١-٣) بنسبة ٣٠.٠% وان نسبة دخولهم يتراوح ما بين (٥٠٠-٦٥٠) بنسبة ٤٦.٧% حيث يتركز تسويق هذه النباتات فى سوق الخرطوم وذلك بنسبة ٩٠.٠% ونجد ان هذه النباتات تساهم فى زيادة دخل التجار بنسبة ٩٦.٧% وان اكثر النباتات من حيث الطلب عليها الطبيه والعطرية معاً بنسبة ٤٣.٣% واغلب القنوات التسويقيه لهذه النباتات هى من تاجر الجملة للمستهلك مباشرة بنسبة ٦٠% .

### ٣.٤ : حساب الميزانية:

يمكن حساب ميزانية تسويق النباتات الطبية والعطرية منفردة ولكن نسبة لتعدد اصنافها لم تتمكن الدراسة من ذلك وفضلنا أن نكتفي بحساب ميزانية تجار التجزئة لهذه النباتات، نسبة لتسويقها مختلطة (طبية وعطرية)، كما أن هنالك انواع متعددة الاستخدام، ومن الجدول (٣ .٤) يتضح ان هذه النياتات مربحة حيث يبلغ متوسط الارباح (١٨٢) جنيه فيما اذا بيع كيلو واحد من الاصناف المتوفرة لدى التجار، أما العوائد الكلية فتعتمد على الكمية والنوعية المباعة خلال اليوم

#### ٤-٤: المشاكل والمعوقات

من اهم المشاكل و المعوقات التي تواجه تجار هذه النباتات هي التكاليف العاليه والتلف اثناء التوصيل

جدول (٤-١): الخصائص الاجتماعيه للمبحوثين:

النسبة %	التكرار	البيان
١. النوع		
93.3	28	ذكر
6.7	2	أنثى
٢. الفئة العمرية		
26.7	8	15-25
36.7	11	25-35
20.0	6	35-45
١٦.٦	5	أكثر من 45
٣. عدد أفراد الأسرة		
10.0	3	2-3
26.7	8	3-5
20.0	6	5-7
43.3	13	أكثر من 7
٤. الحالة الاجتماعية		
60.0	18	متزوج
26.7	8	عازب
6.7	2	مطلق
6.7	2	أرمل
٥. المستوى التعليمي		
3.3	1	أمي
23.3	7	أساس
13.3	4	متوسط
30.0	9	ثانوي
30.0	9	جامعي

جدول (٤-٢): الخصائص الاقتصادية للمبجوثين:

النسبة %	التكرار	البيان
١. عدد سنوات الخبرة		
30.0	9	1-3
26.7	8	3-5
20.0	6	5-7
23.3	7	أكثر من 7
٢. الدخل		
23.3	7	150-250
30.0	9	250-500
46.7	14	500-650
٣. أفضلية التسويق		
33.3	10	الطبية
23.3	7	العطرية
43.4	23	الطبية والعطرية
٤. مكان التسويق		
90.0	27	سوق الخرطوم
3.3	1	الشمالية
6.7	2	غرب السودان
٥. القناة التسويقية		
60.0	18	تاجر جملة - المستهلك
3.3	1	تاجر الجملة - تاجر التجزئة
10.0	3	تاجر جملة - للتجزئة - للمستهلك
20.0	6	تاجر التجزئة - للمستهلك
3.3	1	محلي + صادر
3.3	1	استيراد

جدول (٤: ٣) اسعار البيع، التكاليف وهامش الارباح لاصناف المسوقة للكيلوجرام

البيان	اسعار البيع	التكاليف	الربح
الجملة	٢٦١٦٩	٢٠٦٩٨	٥٤٧١
المتوسط	٨٧٢	٦٩٠	١٨٢

المصدر: المسح الميداني ٢٠١٧

## الفصل الخامس: الخلاصة والتوصيات

### ١.٥: الخلاصة:

يعتبر القطاع الزراعي من اهم القطاعات الاقتصادية في السودان نسبة لما يتميز به من اتساع مساحته وتنوع المناخ فيه والتربة وخصوبتها مما يجعل السودان قابل لانتاج الكثير من المحاصيل المختلفه سواء كانت حقلية او بستانية و غيرها من المحاصيل الزراعيه حيث نجد ان الاقتصاد الزراعي يساهم بطريقه فعاله في توفير الطرق التسويقيه المناسبه لهذه المحاصيل الزراعيه المختلفه مثلا تسويق (الخضروات \_الفاكهه \_وكافه المحاصيل البستانيه) بما لا يقل تسويق النباتات الطبيه والعطريه اهميتاً نعن ذلك . حيث تعتبر النباتات الطبيه و العطريه ذات قيمه إقتصاديّه كبيره حيث يزداد الطلب عليها محلياً وعالمياً لما تتميز به من استخدامات متعدده و في الكثير من المجالات كما ان إزدیاد التوجه العالمی الحديث للتحول إلى كل ما هو طبيعى قد أدى إلى إزدیاد الطلب والإقبال عليها و خاصه الدول الصناعيه و المتقدمه مما أدى إرتفاع أسعارها و لذلك كانت لها أهميه إقتصاديّه وعائد تصديري مجزئ وتحثل هذه النباتات مكانه في الإقتصاد السوداني وخاصه الإقتصاد الزراعي بإعتبارها من المحاصيل الواعده غير التقليديه ذات الإستهلاكات المتنوعه في صورتها المباشره وغير المباشره وذلك عن طريق إستخلاص ماده الفعاله وإستخدامها في صناعه الادويه العلاجيّه و الصناعات الغزائيه المختلفه و ايضاً صناعه العطور ومستحضرات التجميل غيرها من الصناعات الاخرى . حيث يتم تسويق هذه النباتات بصوره مباشره أى دون إجراء تغييرات فيها (رطبه\_جافه)أو ممكن أن تسوق كمنتجات تم تحضيرها أو صناعتها من النباتات الطبيه و العطريه كما نجد أن النباتات الطبيه و العطريه تواجهها مشاكل تسويقيه متعدده

بالرغم من أن النباتات الطبيه والعطريه تعتبر من المحاصيل الواعده غير التقليديه والتي يمكن أن تسهم وبدرجه كبيره من خلال صادراتها فى زيادة حصيلة الدوله من النقد الأجنبى و من ثم تحسين ميزانها التجارى إلا انه لوحظ تذبذب واضح سواء كان فى أسعارها أو إنتاجها أو صادراتها

يعرف النبات الطبى بأنه النبات الذى فى عضو أو أكثر من اعضاءه المختلفه أو تحوراتها على ماده كيميائيه واحده أو أكثر لها القدره الفسيولوجيه العلاجيه على معالجه مرض معين أو التقليل من أعراض الإصابه به إذا ما أعطيت للمريض سواء كانت فى صورتها النقيه (طازجه أو جافه) أو فى صورة مستخلص. أما النبات العطرى يعرف على أنه النبات الذى يحتوى فى عضو أو أكثر من أعضائه النباتيه أو تحوراتها على زيوتاً عطريه طياره سواء كانت فى صورتها الحره أو فى صورته تحلل مائى إلى زيوت عطريه طياره ذات عبير مقبول

للنباتات الطبيه والعطريه اهميه كبرى وذلك لأنها تدخل فى صناعه الدواء وبذلك تحقق زراعتها اهميه إستراتيجيه تتعلق بالامن القومى بتوفير ضمانات الصحه العامه للشعب، تحقق زراعتها سياسه الإكتفاء الذاتى، كما تستخدم النباتات الطبيه و العطريه لأغراض أخرى مثل التوابل ومواد مغذيه، زيون عطريه و مكسبات الطعم والرائحه، مستحضرات تجميل و مبيدات للحشرات.

تعتبر النباتات الطبيه والعطريه من اهم مصادر إنتاج الدواء و التوابل ومكسبات النكهه إلى الاطعمه ومستحضرات التجميل .

تناولت الدراسه مصادر تسويق النباتات الطبيه والعطريه وعلى تجار هذه النباتات بولاية الخرطوم والتي شملت الاهداف والخصائص الاجتماعيه و الاقتصاديه للتجار والتكاليف والاسعار للانواع المباعه وطرق النقل والتسويق .

ونجد ان الهدف الاساسى لهذه الدراسه معرفة تسويق النباتات الطبيه والعطريه بولاية الخرطوم وانواع النباتات الموجوده بالولاية واهم المشاكل التى تواجه تسويق هذه النباتات، استخدم منهج المسح الاجتماعى وتم جمع البيانات الأولية عن طريق الاستبانة كأداة لجمع البيانات لعينه عشوائيه تمثل ٣٠ بمنطقه الدراسه للحصول علي النسب المئويه بعد تحليل البيانات ومناقشتها للوصول الي النتائج

ومن الدراسه يتضح ان الغالبية العظمى من التجار من الذكور بنسبه تبلغ ٩٣% والذين تتراوح اعمارهم ما بين (٢٥\_٣٥) ونسبتهم ٣٦.٧% بينما فى المستوى التعليمى اعلى نسبه تمثلت فى الثانوى والجامعى وذلك بنسبه ٣٠.٠% اما بالنسبه للحاله الاجتماعيه نجد نسبة المتزوجين ٦٠% كما ان خبرة التسويق للتجار بنسبه ٣٠.٠% للذين تتراوح خبرتهم التسويقيه ما بين (٣\_١) سنه .

ونجد ان اغلبية التجار تتراوح دخولهم ما بين (٦٥٠\_٥٠٠) جنيه شهرياً وذلك بنسبه ٤٦.٧% وان اكثر الانواع بيعاً النباتات الطبيه بنسبه ٣٣.٣% اما اماكن تسويق هذه النباتات كل من غرب السودان \_ الولاية الشماليه \_ ولاية الخرطوم حيث نجد ان اكبر سوق لهذه النباتات هو سوق ولاية الخرطوم بنسبه ٩٠.٠% .

ومن هنا يتضح ان ولاية الخرطوم توجد بها انواع متعدده من النانات الطبيه والعطريه حيث تمثل مصدر دخل وتوفير النقد للكثير من للسكان المحليين فبالتالى يجب خفض التكاليف التسويقيه واقامة مخازن ذات مواصفات جيده لحفظ النباتات الطبيه والعطريه و ذلك لتشجيع الاستثمار .

هنالك انواع متعددة الاستخدام، وان هذه النياتات مربحة حيث يبلغ متوسط الارباح (١٨٢) جنيه فيما اذا بيع كيلو واحد من الاصناف المتوفرة لدى التجار، أما العوائد الكلية فتعتمد على الكمية والنوعية المباعة خلال اليوم



## ٢.٥: التوصيات

١| اوصت الدراسة بتوفير الخدمات التسويقية التي عن طريقها يتم توصيل الافكار والاساليب الحديثه

التي تؤدي الى زيادة حركة النمو

٢| نوصى بتقليل حجم التكاليف وذلك عن طريق توفير مصانع تحويليه تستوعب الفائض من تلك النباتات

٣| تقليل التكاليف التسويقيه مثل تكاليف الترحيل والتخزين والرسوم الاخرى التي تقلل هامش الربح لتجار التجزئه

## المراجع:

- ١| ناصر محمد عوض : التسويق الزراعى (٢٠٠٥)
- ٢| محمد عبيدان : التسويق الزراعى (٢٠٠٥)
- ٣| عابده عبدالله إمام : التسويق الزراعى (٢٠٠٠)
- ٤| صبحى محمد إسماعيل : منظمة الاغزیه والزراعه للامم المتحده (٢٠٠٥)