

## المستخلص

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على تحليل القنوات التسويقية للتمور في الولاية الشمالية(منطقة الخندق)،وتطرق الى معرفة الخصائص الاقتصادية والاجتماعية لتجار التمور بالمنطقة،ومعرفة القنوات التسويقية للتمور بمنطقة الدراسة،وحساب الهوامش التسويقية،وايضاً استنباط بعض الحلول والمقترحات في مجال تسويق التمور بمنطقة الدراسة،واعتمدت الدراسة على البيانات الاولية بأخذ عينة عشوائية لتجار التمور بمنطقة الدراسة،حيث يبلغ الحجم الكلي للعينة 70 تاجر وتم اختيار 40 عينة عشوائياً بنسبة 57%،والبيانات الثانوية التي تم جمعها من الجهات ذات الصلة،تم استخدام الاحصاء.أوضحت نتائج الدراسة أن صنف البر كاوي هو الاكثر SPSS الوصفي بواسطة برنامج الحاسب الآلي تسويقاً مقارنةً بالأصناف الأخرى،وأبانت الدراسة أن 90% من التجار لا توجد لديهم مصادر لتمويل التكاليف التسويقية،كما أوضحت نتائج الدراسة إرتفاع رسوم الترحيل والضرائب مما جعل 70% من التجار يبيعون المحصول محلياً،وأظهرت الدراسة عدم توفر خدمة الارشاد التسويقي لتجار التمور بمنطقة الدراسة حيث أن 92% من التجار لا تصلهم إرشادات تسويقية،كما أوضحت الدراسة أن مشكلة التخزين من أكبر المشاكل التي تواجه التجار،وأظهرت الدراسة تذبذب الهوامش التسويقية حيث بلغ متوسطها 3.450. خلصت الدراسة إلى بعض التوصيات منها تحسين وتطوير وسائل الترحيل،وتوفير خدمات الإرشاد التسويقي التي عن طريقها يتم توصيل المستحدث من الأفكار والأساليب التسويقية،والعمل على توفير مخازن آمنة وكافية لتخزين التمور الى حين تسويقها.

## **Abstracts**

This study aimed at identify is the analysis of marketing channels for dates in northern state (Al-khandag region).

The study described the economic and social characteristics of date traders. and marketing channels for dates in the area to calculate marketing channels for dates in the study area. In addition marketing margins as well as devising some solution and proposal in the failed of marketing dates in the study area. The study relied on primary data by collected of date traders in the study area.

The total size of the sample was 70 traders .The secondary data was collected from relevant sources descriptive statistics was used in the analysis employing SPSS computer program.

The results of the study of the study showed that BERKAWI is the most marketable compared to another categories. The study showed that 90% of traders did not have sources to finance marketing costs.

The study found that the storage problem is one of the biggest problems faced by traders. The study showed the marketing margins were estimated at 3.450 SDG.

The study recommendation concluded to improving and developing means of transport and marketing extension services for the provision of safe and sufficient stores to store date until marketing.

