

بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات الزراعية

بحث تكميلي لنيل درجة البكالوريوس-

:

التقييم الاقتصادي لطرق تسويق التمور بمنطقة نوري بالولاية الشمالية

عام 2017-2018

Economical Evaluation of marketing ways of Dates

in Nuri Locality at Northern State

:

عائشة هاشم إبراهيم علي

:

ب. حاج حمد عبد العزيز

2018

الآية

بسم الله الرحمن الرحيم

قال تعالى: ﴿...﴾

(...)

(10)

الإهداء

ل الله له المغفرة والرحمة وتمنيت أن يكون بجانبني دائماً،،
إلى أمي الحرم التي أعاننتني بالصلوات والدعوات وأدامها الله نعمة لي،،،،
وإلى التي رأني قلبها قبل عينيها وحضنتني أحشائها قبل أيديها وأنارت دربي،،،،

بهم أكبر وعليهم أعتد إلى شمعة متدقة تنير ظلمة حياتي،،
إلى من بوجودهم أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها،،،، وإلى من عرفت معهم معنى الحياة،،

إلى سندي وقوتي وملاذي بعد الله ومن أظهر لي ما هو أجمل في الحياة،،،،

أهلي وعشيرتي

إنجاز هذا العمل المتواضع

الحمد لله أفضى مبلغ الحمد والشكر لله من قبل ومن بعد والصلاة على سيدنا محمد بن عبد الله
الصادق الأمين، أتقدم بجزيل شكري إلى قلعة العلم والمعرفة تلك الشمعة المضيئة التي فتحت لنا
أبواب العلم والمعرفة لننهل من معينها الذي لا ينضب وبساتين علومها الوارفة، جامعة السودان
للعلوم والتكنولوجيا.

كما أتقدم بجزيل شكري إلى بروفسيور حاج حمد عبد العزيز. كما أتقدم بجزيل الشكر والود إلى
كل من ساندني في مشوار دراستي الجامعية.

لكم مني كل الحب والتقدير

اجريت الدراسة في الولاية الشماليه منطقة نوري البلل في موسم 2017-2018 بغرض المقارنه بين طرق التسويق ومعرفة الافضل للمزارع (الطرق هي ان يحصد المزارع بنفسه او ان يبيع التاجر وهو الذي يقوم بالحصاد) ،اعتمدت الدراسه علي التحليل الوصفي ثم جمع البيانات من مصادر اوليه عن طريق الاستبيان والمسح الميداني عن طريق عينه عشوائيه بسيطة 30 مبحوث اما البيانات الثانويه فتم جمعها من مصادر ذات صله بموضوع الدراسه.

التسويق للمزارع هو ان يحصد المزارع بنفسه ويتحمل كل ا اليه ليحصل علي افضل الاسعار. ومن اهم التوصيات يحتاج التسويق الي طريقه اكثر علمي في الحفظ والتخزين والتعبئة.وان توجد جهة تست ومساعدة المزارعين بتوفير التمويل.

Abstract

The study was conducted in the Northern State in Nuri Al balal during the season 2017- 2018 for the purpose of comparing the marketing methods and knowing the best ways for the farmers. The farmers harvest by two ways one of them is to harvest by themselves or to sell to the trader who is harvesting by himself. The study depends on descriptive analysis. The data were collected from the primary resources through the questionnaire and field survey by random sample including 30 farmers. The secondary data was collected from resources related to the subjective of the study.

By the end of the study the result showed the, best way to the farmer is to harvest by himself and bear all the costs to get the best prices. Also farmers add value to themselves social value when they harvest by himself. The most recommendation is that marketing needs scientific methods of conservation, storage and fill .And that is there is a destination that receive from the farmers after harvest and to help farmers in providing finance.

فهرس المحتويات

I	الآية
II	الإهداء
III	
IV	
V	المستخلص بالإنجليزي
VI	فهرس المحتويات
VIII	فهرس الجداول
1	1.1 تمهيد
2	2-1
2	1-3 أهمية البحث
3	1-4 أهداف البحث
3	1-5
3	1-6 منهجية البحث
3	1-7 هيكل البحث
4	2-1 تعريف التسويق الزراعي
4	2-2 أهمية التسويق الزراعي
5	2-3 أهداف واغرض التسويق الزراعي
5	2-4 قنوات التسويق الزراعي
6	2-5 مشاكل التسويق الزراعي
6	2-6 تسويق التمور
7	2-7 الأهمية الاقتصادية للتمور

7	2-8 تسويق التمور في الولاية الشماليه منطقة
منهجية البحث	
8	1-3
9	2-3 منهج البحث
9	3-3 تصميم وحجم العينه
التحليل والمناقشة	
11	4-1 الخصائص الاجتماعيه
12	4-2 الخصائص الاقتصاديه
والتوصيات	
15	1-5
15	2-5
16	3-5 التوصيات
17	4-5

فهرس الجداول

11	الخصائص الإجتماعية نوري بالولاية الشمالية	1
12	طريقة الحصائص- نوري بالولاية الشمالية	2
13	إجمالي تكاليف حصاد جوال البلح بالجنيه للمزارع الذي يحصد بنفسه بمنطقة نوري الولاية الشمالية	3
13	التكاليف والعائد وصافي العائد بالجنيه لجوال البلح بمنطقة نوري الولاية الشمالية	4

الباب الأول

المقدمة

1.1 تمهيد:

يشكل القطاع الزراعي في السودان اهميه عظمى اذ يحتل هذا القطاع موقع الصدارة في الاقتصاد السوداني بين القطاعات المختلفه حيث تتراوح مساهمة القطاع الزراعي في الناتج المحلي ما بين (30.28)% ويوفر سبل العيش لنحو 70% من السكان ويحظى السودان بمساحه شاسعة للزراعة تقدر بحوالي 200 مليون فدان المستقل منها حوالي 20% فقط رغم توفر المساحات الشاسعه الصالحه للزراعه الا انها لم تستغل استغلالا كاملا.

تعتبر النخله هي سيده الشجر بانها رمز للعطاء بأن تأكل ثمارها بمراحل نضجها المختلفه وجزعها الذي يستخدم في اوجه عدده وليفها وجريدها الذي يعتمد عليه سكان الريف ولقد ذكر لفظ النخل والنخيل 20 مره في القران الكريم لما له من اهميه. ويزرع في مناطق جافه وشبه جافه وتنحصر زراعته في السودان في مساحته حوالي 230 الف فدان اي ما تعادل 34. % من المساحات الصالحه للزراعه وتحتوي حوالي 20 مليون نخلة متنوعه تنتج سنويا حوالي 700 الف طن من الاصناف المحليه واما الاصناف العالميه فانتاجها حوالي 50 الف طن ويتوقع ان يتضاعف الانتاج بعد 5 سنوات للاصناف المحليه المحسنه والعالميه الي حوالي المليون طن وتتكاثر زراعتها في ثلاثه ولايات رئيسيه هي ولاية الشمالية بمساحة حوالي 80 الف فدان وانتاجها حوالي 24 الف طن وولاية نهر النيل بمساحة 42 الف فدان وانتاجها حوالي 12 الف طن وولاية شمال دارفور وباقي المساحه والانتاجيه تنتوزع على بقية الولايات وهي شمال دارفور والخرطوم والجزيره وبحر الاحمر.

والاهميه الاقتصادية للنخيل انه محصول نقدي هام وايضا يوفر فرص عمل لغير المزارعين مثل تجار وسماسره وعتاله في نقل وترحيل اي يقلل من عطاله. تعتبر التمور منتج مهم بمابها من قيمه غذائيه عاليه تحتوي على نسبة عاليه من كاربوهيدرات والاحماض الدهنيه والفائتمينات وتستخدم في علاج بعض الامراض وايضا تدخل في عديد من الصناعات ولذلك اقيم لها مهرجان التمور الدولي وفي هذا العام كان الثاني.

2.1 مشكلة البحث

بالرغم ان التمر من المحاصيل المهمه غذائيا ومصدر لدخل عدد كبير من المزارعين خاصة في ولايتي الشماليه ونهر النيل إلا أن منتجي التمر تواجههم معوقات ومشاكل أثناء عملية الحصاد وهى التكاليف العاليه نتيجة لإرتفاع أجر عمال اللقيط وزيادة سعر الجوال الفارغ.

وتكمن مشكلة البحث في ان المزارع اما ان يقوم بنفسه بكل عمليات الحصاد وما بعده من تعبئة وتخزين ثم البيع بعد ذلك وهذه الطريقة الاولي، واما الطريقة الثانية أن يبيع المزارع محصوله مباشرة للتاجر وتكون اعباء الحصاد علي التاجر. وهذه المشكله التي تواجه المزارعين يهدف البحث إلى دراسة الطريقتين في عملية الحصاد وتسويق البح وأيهما أجدى وأكثر ربحية للمزارع.

3.1 اهمية البحث

عدم وجود بحوث وافيه في هذا المجال

امكانية الاستفادة من نتائج هذا البحث في اعداد برامج فعاله تفيد المختصين في هذا المجال

ارشاد المزارعين والمجتمع بزيادة العائد وبالتالي زيادة الناتج القومي

4.1 اهداف البحث

يهدف البحث الي دراسة مقارنة طرق تسويق التمور لمزارعي الولاية الشمالية منطقة نوري وتنمئل الاهداف الفرعية في:

1_ دراسة الخصائص الاقتصادية والاجتماعية لمنتجي محصول البلح بمنطقة نوري.

2_ تقدير التكاليف لطريقتي حصاد محصول البلح بمنطقة نوري.

3- تقدير الايرادات لطريقتي حصاد محصول البلح بمنطقة نوري.

4_ المشاكل التي تواجه التسويق لطريقتي حصاد محصول البلح بمنطقة نوري.

5.1 فروض البحث:

- الخصائص الاقتصادية والاجتماعية لمنتجي التمور متجانسة
- التكاليف لطريقة المزارع يحصد بنفسه عاليه وطريقة المزارع يبيع للتاجر وليس لديه تكاليف
- العائدات او الايرادات في الطريقتين غير متساوية
- الاسعار في الموسم غير مجزيه

6.1 منهجية البحث :

اعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي الاحصائي القائم علي المعلومات الاوليه والتي جمعت عن طريق الإستبانة والثانويه التي جمعت من خلال المقابلات الشخصية.

7.1 هيكل البحث:

يتكون البحث من: الفصل الاول (الخطة)، الفصل الثاني (الاطار النظري)، الفصل الثالث (منهجية الدراسة)، الفصل الرابع (التحليل والمناقشة) والفصل الخامس (التوصيات والمراجع)

الباب الثاني

الاطار النظري

1.2 تعريف التسويق الزراعي:

هو نظام يهدف ال تسهيل تدفق السلع الزراعيه والخدمات المرتبطه بها من اماكن انتاجها ال اماكن استهلاكها . او هو مجموعه من العلوم والقوانين والنظريات المتصلة بنقل ماكية السلع الزراعيه والخدمات المرتبطه بها من المنتج الي المستهلك

2.2 اهمية التسويق الزراعي :

تتبع اهمية التسويق الزراعي من طبيعة المنتجات الاخري نسبة لموسمية الانتاج حيث يتأثر التسويق الزراعي لموسمية الانتاج لأن الانتاج الزراعي يتسم بالموسميه بينما الاستهلاك يستمر طول العام فان توفير السلع الزراعيه في غير موسمها يصبح علي غايه من الاهميه ,وايضا بعض المنتجات الزراعيه سريعة التلف وهذا يؤثر بشكل كبير علي زيادة اهميه التخزين والحفظ والتعليب لضمان سلامة السلع الزراعيه وحفظها بشكل جيد , ايضا عدم استمرارية الانتاج الزراعي ليخدع لعوامل كثيره لا يمكن التنبؤ بها او التحكم بها ولهذا عدم المقدره علي التحكم في كمية الانتاج يؤدي هذا الي خلق فجوة بين العرض والطلب , صعوبة تحديد تكلفه الانتاج بالنسبة للمزارعين مما يجعل تقدير الثمن علي اساس تكاليف الانتاج غالبا غير مستطاع ,لا يعرف الانتاج الزراعي النمط الموجود في الصناعاته فليس له الزراعيه الواحده.

اختلافات كبيره في الانتاج ناتجه عن اختلاف التربيه والمناخ اضافة الي اختلافات وسائل الانتاج مما يتطلب القيام بعمليات الفرز والتدريج التي تساعد المنتجين علي تجميع منتجاتهم بكميات كبيره وتسويقها بشكل جيد واخيرا صعوبة التنبؤ بتكاليف الانتاج.

3.2 اهداف واغراض التسويق الزراعي:

الهدف الرئيسي للتسويق الزراعي هو توصيل السلع الزراعيه من المنتج الي المستهلك النهائي بواسطه القائمين في عمليه التسويق ، وهناك اهداف شرعيه يهدف اليها الهدف الرئيسي للوصول اليها وهي الزيادة في ارباح المنتج وزيادة الاستهلاك بصوره مستمره من المنتجات الزراعيه وتوصيل السلعه من المنتج الي المستهلك بكفاءه عاليه .والغرض من عمليه التسويق هو تقديم السلع الي المستهلك ولهذه الوظيفه 3 ظواهر هي :

التجميع هو الخطوة الاولي في تسويق المحاصيل علي حالتها الخام قبل تحضيرها للصناعه ،والتصريف هي المرحلة التي تسلكها السلع في حركتها من السوق بعد تجميعها وهي في طريقها الي المستهلك ، والتعادل بين العرض والطلب في المنتجات الزراعيه ليست كمعظم المنتجات الصناعيه التي تنتج استجابته للاوامر السابقه علي انتاجها الا انها تتعرض لظروف جويه ليست في مقدرة المنتج التحكم فيها فهناك تباين في الكميات والصفات.

4.2 قنوات التسويق:

هي مجموعه من المحطات التي تنتقل عبرها السلعه ابتداءً من المنتج حتي وصولها للمستهلك النهائي ويوجد في القناه التسويقيه لاي سلعه عدد من الوسطاء يقومون بتداول السلعه خلال هذا المسار او المسلك .تختلف القنوات التسويقيه للسلع باختلاف طبيعه السلع والعمليات والتجهيزات

والتحويلات التي تتعرض لها خلال مسلكها التسويقي ويعطي هذا الاختلاف من طبيعة السلع الزراعيه حيث تنسم بعض السلع الزراعيه بسرعه التلف الامر الذي يتطلب سرعه تسويقها واختيار اكثر قناة تسويقيه لها، والعمليات الاعداديه والتحويليه توجد اعداد قليله من المنتجات الزراعيه يجري استهلاكها مباشرة بالصوره التي تخرج بها من المزرعه مثل الخضروات والفواكه اما الاغلبيه من السلع الزراعيه تحتاج الي عمليات تجهيزه قبل ارسالها الي الاسواق وتوجد عده انواع للاسواق الزراعيه وهي الاسواق المحليه وتكون قريبه من مناطق الانتاج والاسواق المركزيه وتتبع اهميتها من كونها تمثل اماكن التجمع للسلع الزراعيه، اسواق الجملة وتتخصص في استقبال السلع المنقوله من الاسواق المحليه والمركزيه ، اسواق التصدير غالبا ماتكون علي حدود الدول ومنها يتم تصدير السلع الي الاسواق العالميه ،والاسواق المختلطه وتضم عدد من الاسواق.

5.2 مشاكل التسويق الزراعي:

تظهر مشاكل التسويق الزراعي اساسا من الظروف المختلفه التي تحيط بالمنتجات الزراعيه ومن اهم المشكلات والتي تحتاج لدراسة وتحليل هي المشاكل المتعلقة بدراسة الطرق التسويقيه الصحيحه التي يمكن اتباعها للحصول علي سعر جيد للمنتجات الزراعيه ،ودراسة الخطوات التسويقيه اللازم اتباعها لتقليل التكاليف التسويقيه الي اقل حد ممكن .

6.2 تسويق التمور:

تعتبر التمور من المحاصيل التي تمتاز بقيمة غذائيه عاليه واهميه صحيه وطبيه حيث حصل السودان علي الترتيب الثامن عالميا في زراعة وانتاج التمور ويساهم تسويق التمور في زياده الدخل للافرادوتعتبر القنديله من اجود انواع التمور والاكثر طلبا في السوق ولكن المحصول مع

بداية موسم الحصاد يتعرض الي كثير من المشكلات منها التسوس والطيور والمزارعون علي الرغم من الارشاد الزراعي والمتابعه من قبل المتخصصين لا زالو يحتاجون الي كوادر مؤهله ومؤسسات مختصه من نخيل يعمل علي متابعتهم بصورة مستمره ويعمل تسويق التمور علي زيادة الدخل الاسري.

7.2 الابهيه الاقصاديه للتمور:

تمثل التمور اهميه اقتصاديه علي المستوي المحلي والعالمي حيث تستهلك طازجه في معظم الحالات حيث يؤكل رطب ويابس وهو غذاء ودواء وحلوي وتحتوي التمور علي نسبه عاليه من الكريوهيدرات والاحماض الدهنيه والفايتمينات والسكريات لذا فهي مصدر للطاقة وتستخدم التمور صناعيا في المربات والذبس وعصير التمر والخل والسكر السائل وايضا يستفاد من مخلفات التمور في بعض الصناعات والعلائق المركزه لعلف الدواجن والحيوان.

8.2 تسويق التمور في الولايه الشماليه منطقه نوري:

التسويق يكون بطريقتين طريقه اولي وهي ان يحصد المزارع بنفسه ويقوم بالتعبئه والتخزين وبييع بعد ذلك وطريقه ثانيه وهي ان يبيع المزارع للتاجر والتاجر هو من يقوم بالحصاد والتعبئه والتخزين.

الباب الثالث

منهجية البحث

1.3 نبذة عن منطقة الدراسة:

الولاية الشمالية هي ولاية تقع في شمال البلاد كانت تعرف باسم المديرية الشمالية او محافظة الشمالية حتي سميت بالولاية الشمالية عام 1994 بموجب قرار من رئيس الجمهوريه . تقع علي خطي طول (10-32-50-25) شرقا وخطي عرض 32-61 شمالا تحدها من الشمال جمهورية مصر العربية والي عمق الصحراء عند الحدود الليبيه ومن الشرق ولاية نهر النيل ومن الجنوب ولايتي الخرطوم وشمال كردفان ومن الجنوب الغربي ولاية شمال دارفور .

يجري فيها النيل من الجنوب الي الشمال بطول 650 كيلومتر تبلغ مساحتها حوالي 348.76 كيلومتر مربع ، تعتبر الولاية الاولي من حيث المساحة وعاصمتها هي مدينة دنقلا ويتكون السودان من عناصر مختلفه(الشايقيه-بديريه-محس-دناقله-حفاويين-قراريش-كبابيش-هوتوير-سكوت) تعتبر الولاية الشماليه نموذج للتعايش السلمي بين مكونات المجتمع السوداني المختلف. تنقسم الولاية الي المحليات التاليه : محلية القولد -محليه البرقيق- محلية دنقلا- محلية حلفا- محليه دلقو - محليه مروى -محليه الدبه. وعدد سكان الولاية بحوالي 667 الف نسمة.

مدينة مروى تبعد من الخرطوم مسافه 350 كيلومتر يسودها المناخ الصحراوي الحار في فصل الصيف الذي يبدأ في شهر مايو ويستمر حتي اواخر سبتمبر و اواخر يستمر الشتاء حتي اواخر سبتمبر ويتميز الشتاء بالبروده حيث تنخفض درجه الحرارة الي 20درجه مئوية ومعدل الرطوبه

الي اقل من 20% ويمتد من اواخر نوفمبر حتي منتصف مارس اما كميته الامطار فهي شحيحه وقليله جدا حيث لا يزيد متوسط عدد الايام الممطره فيها في السنه عن ثلاثه ايام.

وتوجد بها قرية نوري التي تقع علي الضفه الشرقيه لنهر النيل وتبعد حوالي 336 كيلومتر شمال من العاصمه و30 كيلومتر من سد مروى و5 كيلومتر من قرية السنام الموقع الاثري المهم في السودان و15 كيلومتر من جبل البركل وتعتبر المنطقه مدفنا ملكيا لكل الملوك الكوشيين.

2.3 منهج البحث:

اتبع البحث المنهج الوصفي والتحليل الوصفي والذي يعتبر من اهم المناهج التي تصلح للبحوث العلميه وتهتم بدراسة الحقائق حول الظواهر والاحداث القائمه وذلك بجمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتصميم النتائج.

ثم جمع البيانات الاوليّه عن طريق استبيانّه وتوزيعها علي عينه عشوائيه منتظمه علي عدد من المزارعين لمعرفة الايرادات والتكاليف والمشاكل التي تواجههم في تسويق التمور بمنطقه نوري في الولايه الشماليه، اما البيانات الثانويه فتم جمعها من مصادر ذات صلّه بموضوع الدراسه.

3.3 تصميم حجم العينه:

نوري قرية بالولاية الشماليه، تقع على الضفة الشرقية لنهر النيل، تبعد حوالي 336 كلم شمال العاصمه و30 كلم من سد مروى.

كان مجتمع الدراسة 300 فرد وتم إختيار عينة عددها 30 تمثل المجتمع، 15 للمزارعين الذين حصدوا بأنفسهم و15 للمزارعين الذين باعوا للتجار. وقد تم جمع المعلومات المراد دراستها عن طريق الإستبانة حيث تم توزيع الإستماره على المزارعين (30 مزارع).

صممت العينة تصميم عشوائي بسيط تمثل المزارعين الذين حصدوا بأنفسهم والمزارعين الذين باعوا للتجار مباشرة بمنطقة نوري بالولاية الشمالية . وتم اختيار عينه عشوائيه بسيطه عددها 30 ,تمثل المزارعين الذين حصدوا بأنفسهم 15 والمزارعين الذين باعوا للتجار 15. كان نوع إختيار العينة العشوائية البسيطة لأن المجتمع صغير نسبياً ومحدود والعدد 30 لأن أقل من 30 لا يعكس خصائص المجتمع المراد دراسته. وتم جمع المعلومات المراد دراستها عن طريق الإستبانة حيث تم توزيع الإستبيان على المزارعين (30 مزارع).

الباب الرابع

التحليل والمناقشة

1.4 الخصائص الاجتماعية

ي هذا التحليل نتائج المعلومات التي تم جمعها لتحقيق اهداف البحث عن طريق التحليل (SPSS).

(1): الخصائص الاجتماعية لمزارعي التمور بمنطقة نوري بالولاية الشمالية

(2017- 2018)

البيان		%
	28	93
	2	7
الفئة العمرية		
بين 30-50	12	40
50	18	60
المستوي التعليمي		
	7	23
	13	43
	10	33
الحالة الاجتماعية		
	6	20
	22	73
	2	7
	7	23
بين 5-10	13	43
10	10	33
الخبرة العملية بالسنوات		
5	1	3
بين 5-10	4	13
10	25	83
	30	100

المصدر: المسح الميداني، 2018

(1) يوضح الاتي :

يلاحظ ان 93% من مزارعي التمور بالقرية هم من الرجال عدا 7% من النساء مما يدل على أن المزارعين هم من الرجال.

الفئة العمريه :

يلاحظ ان عمري 50 عاماً يمثلون 60% من المزارعين وذلك لهجرة الشباب خارج القرية.

المستوي التعليمي :

يلاحظ ان تعليمي لفئة المزارعين مرتفع مما يدل أن التعليم المتوسط أو الثانوي متوفر 43% بينما الجامعيون يمثلون 33% 23% من المزارعين الذين درسوا مرح

الحالة الاجتماعية :

يلاحظ ان نسبة المتزوجين 73% وهي نسبة مرتفعة مقارنة مع غير المتزوجين أو المطلقين والذين يشكلون 20% 7% .

:

يلاحظ ان حجم الأسرة في قرية نوري يمثل 43% بين 5-10 33% 10 بينما تكون الفئة أقل من 5 23%.

الخبرة العمليه بالسنوات:

يلاحظ ان عملي في مجال الزراعة بقرية نوري مرتفعة جداً لدى الذين لديهم خبرة 10 حيث يمثلون 83% يليهم الذين خبرتهم بين 5-10 13% ثم الذين

لديهم خبرة أقل من 5 3%.

2.4 الخصائص الاقتصادية:

(2): طريقة الحصاد في منطقة نوري بالولاية الشمالية

طريقة الحصاد	%	%
المزارع بنفسه	15	50
يبيع لتاجر آخر	15	50
	30	100

المصدر: المسح الميداني، 2018

نلاحظ ان النسبة متساوية بين الطريقتين لان حجم العينة متساوية .

(3): يوضح إجمالي تكاليف بالجنيه للمزارع الذي يحصد بنفسه

بقرية نوري – الولاية الشمالية- 2018

/	
30	اللقيط
20	الترحيل من المزرعة للبيت
15	
60	
11	
9	
7	
1	
2	
155	

: المسح الميداني، 2018

يوضح الجدول إجمالي تكاليف حصاد جوال البلح بالجنيه والتي تقدر بحوالي 155 جنيه للجوال أعلى قيمة فيها سعر الجوال الفارغ حيث تمثل 60 جنيه ثم اللقيط 30 جنيه والترحيل من المزرعة للبيت 20 جنيه والتعبئة والرص 15 جنيه وإجمالي ما تبقى من تكاليف 30 جنيه.

(4): يوضح التكاليف والعائد وصافي العائد بالجنيه لجوال البلح بقرية نوري -

الولاية الشمالية- 2018

بالجنيه	بالجنيه	بالجنيه	()
1645	1800	155	المزارع الذي يحصد بنفسه
1560	1560	-	سعر البيع المزارع يبيع للتاجر في الجنية

المصدر: المسح الميداني، 2018

من الجدول أعلاه يتضح أن المزارع الذي يحصد بنفسه يحقق صافي عائده 1645 جنيه للجوال بينما المزارع الذي يبيع للتاجر قبل الحصاد يكون لديه صافي عائده وقدره 1560 جنيه للجوال مما يدل على أن المزارع الذي يحصد بنفسه يحقق صافي عائده أعلى من المزارع الذي يبيع للتاجر بالمزرعة ويلجأ إلى هذه الطريقة لأنه لا يملك تكاليف الحصاد.

وكانت نسبة الفاقد في هذا العام من التمر أقل من 1% في أوقات سابقة كان أحياناً السعر غير مجزئ للمزارع ولذلك يبيعه كعلف أما في هذا الموسم وجد أن السعر مجزئ ولذلك لم يتم بيعه كعلف.

الخلاصة والتوصيات

1.5 :

يتمتع السودان بإمكانيات زراعية كبيرة من هذه الإمكانيات زراعة النخيل وإنتاج التمور ذات الأهمية الاقتصادية والغذائية العالية لذلك لابد من الإهتمام بها عن طريق حصادها بأقل التكاليف وبيعه بأعلى الأسعار. تناول هذا البحث المشاكل التي تواجه المزارعين عند حصاد البلح بمنطقة نوري بالولاية الشمالية وأهمها ارتفاع التكاليف أثناء عملية الحصاد ويتم الحصاد بطريقتين وهى أن يحصد المزارع بنفسه أو أن يبيع المزارع للتاجر قبل الحصاد. وأيضاً دراسة الخصائص الاقتصادية لمنتجي البلح بالمنطقة وتم استخدام طريقة (SPSS) التحليل. من اهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن نسبة الرجال 93% و 7% وأكبر فئة عمرية أكثر من 50 عاماً يمثلو 60% وتمثل نسبة دارسي الثانوي أو المتوسط أعلى نسبة وهى 43% فئة المتزوجين 73% وأعلى نسبة من عدد أفراد الأسرة هي 5-10 43% نسبة من الخبرة العملية فئة الأكثر من 10 83%. وأن إجمالي التكاليف لحصاد جوال البلح بالجنيه بالقريبة هي 155 جنيه أعلى قيمة سعر الجوال الفارغ 60 جنيه وأقلها تكلفة 1جنية وأن المزارع الذي يبيع للتاجر قبل الحصاد ليس لديه تكاليف وسعر الجوال له 1560 جنيه وسعر الجوال للمزارع الذي يحصد بنفسه 1800جنيه وصافي العائد 1645جنيه. وكانت نسبة الفاقد في هذا العام م 1% وكان سعر البيع مجزئ.

2.5 :

- 1- أن ربح المزارع الذي يحصد بنفسه في منطقة نوري بالولاية الشمالية أعلى من المزارع الذي يبيع للتاجر بنفس المنطقة.
- 2- أن طريقة حصاد المزارع الذي يحصد بنفسه في منطقة نوري بالولاية الشمالية ذات تكلفة وطريقة المزارع الذي يبيع للتاجر ليس لديها تكاليف.
- 3- كانت نسبة الفاقد هذا العام أقل من 1% .
- 4- يبيع المزارع للتاجر قبل الحصاد لأن تكاليف الحصاد مرتفعة وليس لديه المقدرة.

3.5 توصيات:-

- 1_ الاهتمام بالمزارعين لتحقيق اكبر .
- 2_ الاهتمام بالبحوث العلمي والدراسات التطبيقية لتطوير الانتاج والتصنيع الحديث.
- 3_ انشاء مخازن حديثة.
- 4_ مساعدة المزارعين بتوفير التمويل للمزارعين.
- 5- إضافة القيمة المضافة لتسويق التمور.

:

- إسماعيل، صبحي محمد، محمد أحمد، (1955). التسويق الزراعي، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية.
- العكيدي، حسن خالد ، (2000). نخلة التمر علم وتقنية الزراعة والتصنيع (عمان، دار زهران).
- (2002). التسويق الزراعي، مجلة الخرطوم للعلوم الزراعية.
- عبيدات، محمد ، (2005). التسويق الزراعي، دار وائل للنشر والتوزيع.
- على، فتحي حسين أحمد ، (2005). نخلة التمر شجرة الحياة بين الماضي والحاضر والمستقبل، الدار العربية للنشر والتوزيع- القاهرة..