

بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا



كلية الدراسات الزراعية

قسم الإقتصاد الزراعي

بحث تكميلي لنيل درجة البكالوريوس- مرتبة الشرف

بعنوان:

إقتصاديات تسويق منتجات المشاتل بولاية الخرطوم 'السودان

**Marketing Economics of Nurseries Products in  
Khartoum State – Sudan**

المنطقة (شلمات)

إعداد الطالبة:

ريان الهادي عباس البشاري

إشراف

د/إنتصار يوسف أحمد

نوفمبر (1440هـ-2018م)

الآية

قال تعالى:

(متكين فيها يدعون فيها بفاكهة كثيرة وشراب)

سورة ص الآية

(51)

## إهداء

إلى .....معلم الناس نبينا وشفيعنا''''

محمد صلى الله عليه وسلم

إلى .....كل من في الوجود بعد الله ورسوله

حبيبي الغالية...أمي

إلى.....من سقاني ورعاني وتعب من أجل راحتي ..رمز الانسانية

..والدي.

إليهم.....أحبكم حبا لو مر علي أرض قاحلة لتفجرت منها ينابيع المحبة

إخوتي.

إلى.....من علمتني معني الصبر والكفاح والحنان والعطاء

أمي الثانية...هويدا

إلى ....من ضاقت السطور من ذكرهم ووسعهم قلبي

صديقاتي.

إلى .... العقد الفريد.....أساتذتنا

## شكر وتقدير

قال الله تعالى محكم تنزيله على لسان سيدنا إبراهيم عليه السلام ربي أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين.

صدق الله العظيم

الشكر أولا وأخيرا لله عز وجل وكل الشكر إلى أسرة كلية الدراسات الزراعية وكل الشكر والتقدير

إلى الدكتور/ **سليمان الماهل** علي إشرافه وصبره في هذه الفترات ولها كل التقدير

والإحترام والشكر إلى الاستاذة/ **إنتصار يوسف** وكل الشكر إلى أسرة جامعة السودان

للعلوم والتكنولوجيا كلية الدراسات الزراعية.

## المستخلص

أجريت هذه الدراسة في ولاوية الخرطوم وذلك لدراسة اقتصاديات تسويق منتجات المشاتل بولاية الخرطوم - السودان وهدفت الي معرفة الخصائص الاجتماعية و الإقتصادية وتكاليف الانتاج لمنتجات المشاتل وتحديد التكاليف التسويقية.

واعتمدت الدراسة علي البيانات الاولية والثانوية وذلك عن طريق تقديم استبيان لعدد(30)عينة واتباع اسلوب العينة العشوائية وتم تحليل هذه البيانات وصفا باستخدام منهج التحليل الإحصائي والوصفي وتوصلت الي بعض النتائج منها:

أكبر المشاكل التي تواجه المشاتل هي مدخلات تربية النبات.

وتوصلت الي بعض التوصيات منها:

-وجودخبرة بالممارسة والتدريب.

-في إختيار النباتات يجب أنتكون جميع النباتات التي تعرض للبيع في المشاتل أصيلة الصنف خالية من العيوب جيدة التجذير.

# Abstract

This study was conducted in Khartoum State to study the economics of marketing of nurseries products in Khartoum State Sudan and aimed to know the social and economic characteristics and production costs for nursery products and determine marketing cost.

The study was based on preliminary and secondary by providing a questionnaire for (30) sample, using random sampling method.

This data were analyzed descriptively using statistical and descriptive analysis methodology, and some results were obtained.

The biggest problems facing nurseries are plant breeding in put.

Lack of permanent irrigation network.

And reached some recommendations:-

-Exist of experience with practice and training.

-In the selection of plant, all the plants that are offered for sale in the nursery must be genuine, free defects, good rooting.

## فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوعات
أ	الآية
ب	الإهداء
ج	شكر وتقدير

د	المستخلص
هـ	المستخلص إنجليزي
و	فهرس المحتويات
ح	فهرس الجداول
	<b>الفصل الأول: المقدمة</b>
1	1-1 تمهيد
3	2-1 المشكلة البحثية
4	3-1 أهمية البحث
4	4-1 أهداف البحث
4	5-1 فروض البحث
4	6-1 منهجية البحث
4	1-6-1 منطقة الدراسة
5	1-6-2 نوع ومصادر البيانات
5	1-6-3 العينة ومجتمع الدراسة
6	1-6-4 التحليل
6	7-1 هيكل البحث
	<b>الفصل الثاني: الإطار النظري</b>
7	1-2 تعريف التسويق
9	2-2 أهداف التسويق الزراعي
9	3-2 أهمية التسويق الزراعي
10	4-2 الهوامش التسويقية
10	5-2 مكونات الهوامش التسويقية
10	6-2 مشاكل الهوامش التسويقية
11	7-2 وظائف التسويق الزراعي
12	8-2 الفواكة
13	9-2 الأهمية الاقتصادية للنباتات الزينة
13	10-2 الفوائد العامة للفواكه
14	11-2 نباتات الزينة
14	12-2 الأهمية الاقتصادية للنباتات الزينة



15	13-2 إرشادات عامه في رعاية النباتات
	<b>الفصل الثالث: التحليل والمناقشة</b>
16	1-3 الخصائص الإجتماعية والإقتصادية
19	2-3 التكاليف
20	3-3 المشاكل والمعوقات التي تواجه تسويق منتجات المشاتل
	<b>الفصل الرابع: الخاتمة</b>
21	1-4 الخلاصة
22	2-4 التوصيات
23	المراجع

## فهرس الجداول

رقم الصفحة	المحتوي
16	1.3 توزيع العينة حسب النوع
16	2.3 توزيع العينة حسب العمر
17	3.3 توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

17	4.3 توزيع العينة حسب الحالة الإجتماعية
18	5.3 توزيع العينة حسب أفراد الأسرة
18	6.3 توزيع العينة حسب عدد سنوات الخبرة
19	7.3 توزيع العينة حسب متوسط الدخل الشهري
19	8.3 متوسط التكاليف السنوية لمنتجات المشاتل
20	9.3 عائدات وأرباح منتجات المشاتل السنوية

# الفصل الأول

المقدمة

## 1-1 تمهيد:

تعرف الزراعة بأنها مجموعة من العمليات والممارسات العلمية المدروسة التي يتم فيها تطويع الأرض الإنتاج قدر وافر من المحاصيل النباتية والثروة الحيوانية ولا يقتصر دور هذه العمليات عند هذا الحد بل يهدف في ذات الوقت إلي حماية الأرض من التدهور والاستخدام غير المسؤول.

نشأة الزراعة وتطورها شكلت الزراعة نقطة التحول التي انطلقت منها المجتمعات المتحضرة الحديثة فقد تحولت اساليب عيش الجماعات البشرية من تلك المعتمدة علي الصيد البدائي والعشوائي إلى الأساليب الزراعية نتيجة تنامي أعداد السكان والحاجة إلى موارد موثوقة لسد احتياجات هذه الأعداد من السكان ويعتقد أيضا أن التغيرات المناخية الحاصلة في نهاية العصر الجليدي كان لها دور بارز فيالتحول الى زراعة وكانت الحبوب والتين من أقدم الأنواع النباتية المزروعة .

أما فيما يتعلق بالزراعة الحيوانية فكانت الأبقار والماعز والأغنام والخنازير أول الاصناف المروضة لأغراض الانتاج الغذائي في منطقة الهلال الخصيب ويعتقد أن بعض المجتمعات في منطقة جنوب شرق أوروبا كانت في فترة ما قبل التاريخ لا تستطيع شرب حليب الأبقار إلا بعد حدوث طفرة جينية غيرت من خصائصه من خلال الإنتقاء الطبيعي.

تعتبر الزراعة مصدر رزق لملايين البشر حول العالم و مهما تعددت أشكالها تبقى مصنفة الى نوعين رئيسين هما:

- زراعة الكفاف وهي الزراعة المحدودة التي تهدف الى تحقيق الاكتفاء الذاتي لأسر المزارعين وتأمين حاجتهم من الطعام .

- والزراعة التجارية الغرض الأساسي من الزراعة التجارية هو بيع المنتجات الزراعية في الأسواق التجارية حيث باتت المزارع اليوم تمتد علي مساحات شاسعة جدا وتكون مختصرة على نوع واحد من المحاصيل .

البستان يقصد به الزراعة المقصودة للأشجار والشجيرات التي يتم الاحتفاظ بها من أجل إنتاج الغذاء تتألف البساتين من الفاكهة والأشجار المنتجة للمكسرات والتي يتم زرعها للإنتاج التجاري كما تعد البساتين في بعض الأحيان ميزة من ميزات الحدائق الكبرى حيث أنها تؤدي خدمة جمالية فضلا عن أنها تؤدي غرضا إنتاجيا .

تقع البساتين التي تتم زراعتها في المناطق ذات المناخ المعتدل ف شبكة منتظمة ويكون بها عشب مقصوص أو مجزوزأو قاعدة تتألف من تربة عارية والتي تجعل من عملية رعاية وتجميع الفاكهة أمرا سهلا .

وغالبا ما تتركز البساتين بالقرب من المسطحات المائية حيث تكون التقلبات المناخية معتدلة ويتأخر وقت الانبات حتى يمر خطر الصقيع، تعتبر المشاتل من اهم أسباب نجاح وتقدم النهضة الزراعية حيث تعتمد علي تطبيق الأساليب العلمية المتطورة المختلفة واستخدام البيوت المحمية بأنواعها المختلفة في مجال إكثار وإنتاج الشتلات وغراس نباتات الزينة وشتلات الغابات وغيرها وتوفير الظروف البيئية الملائمة لإكثار الشتلات بالبذور أو الأجزاء الخضرية وكذلك لتوزيع الشتلات اللازمة للزراعة داخل المدن وإنتاج الشتلات الجيدة من الاصناف الممتازة وشتلات النباتات الكبيرة الاهتمام بالأمهات عالية الانتاج مع مناسبتها للظروف البيئية وخلوها من الأمراض والحشرات لتمثيل الاساس الاول الخضري تشغيل الايدي العاملة وزيادة الخبرة بالممارسة والتدريب وتوفير الظروف البيئية المتحكم بها وخاصة إجراء التجارب

والابحاث الزراعية للوقوف علي الوسائل المثلي في زراعة ورعاية وخدمة المشاتل لزيادة الانتاج و تحسين نوعية المحاصيل البستانية إمداد الحدائق بالشتلات والنباتات اللازمة للزراعة في أوقات محددة وكذلك لتعويض النقص من التالف والميت من نباتات الحدائق واستبداله بنباتات جديدة بصورة سريعة وهناك أنواع عديدة من المشاتل ومنها العامة والخاصة والتجارية وعند إنشائها يجب أن تتوفر شروط دراسة تحديد الغرض الإنتاجي ومستلزماتها والقوى البشرية وغيرها غالبا ما تقام المشاتل للأغراض تجارية من أجل ذلك فإن الأنشطة التي تقوم بها تمتد لتصل إلى كل ما له صلة بالنباتات والحدائق كبيع التربة والسماذ أو خلطهما معا وكذلك تجهيز الأصبص والحاويات التي توضع بها النباتات وتوفير مختلف الأنواع من معدات البستنة وأثاث الحدائق .

## 1-2 مشكلة البحث :

بالرغم من أهمية أشجار الفاكهة ومشاتل الزينة لكثير من سكان ولاية الخرطوم وأنها تمثل مصدر دخل رئيسي وأيضا مصدر دخل لجلب العملات الصعبة إلا أن هنالك العديد من المشاكل التي تواجه تسويق أشجار الفاكهة ومشاتل الزينة منها:

عدم وجود آلية ضبط جودة المنتجات لان الجودة تتحكم في قيمة السلعة والطلب عليها وفقا لمواصفات المستهلك المرغوبة. وعدم توفر الخدمات التسويقية الجيدة وتمثل هذه الخدمات الترحيل الجيد بالطريقة التي تقلل من الفاقد من السلع الزراعية بالإضافة الى تدنى خدمات الفرز والتدريج والتعبئة.

### **1-3 أهمية البحث :**

1. تأتي أهمية البحث من الدور الذي تلعبه مشاتل الزينة وأشجار الفاكهة من الناحية الاقتصادية والاجتماعية وتمثل أيضا مصدر دخل لجلب العملات الصعبة عند تصديرها.

### **1-4 أهداف البحث :**

الهدف الرئيسي هو دراسة اقتصاديات تسويق أشجار الفاكهة ومشاتل الزينة .

### **الأهداف الفرعية :**

1. دراسة الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لأصحاب مشاتل الزينة وأشجار الفاكهة .
2. حساب العوائد والأرباح.
3. معرفة المشاكل التي تواجه أصحاب المشاتل.

### **1-5 فروض البحث :**

- الخصائص الاجتماعية والإقتصادية لأصحاب المشاتل متجانسة.
- تعد المشاتل مصدر دخل لأصحاب أشجار الفاكهة ومشاتل الزينة.
- مدخلات تربية النبات من أهم المشاكل التي تواجه أصحاب المشاتل

### **1-6 منهجية البحث:**

#### **1-6-1 منطقة الدراسة:**

تقع شمبات في ولاية الخرطوم عاصمة السودان' مدينة الخرطوم بحري وهو من أقدم أحياء بحري و عدد سكانها يدنو من الاربعين الف نسمة' و هي تقع علي بعد خمسة أميال شمال

مركز العاصمة السياسية و هي تقع على الضفة الشرقية لنهر النيل مقابلة للعاصمة الوطنية أم درمان و تحدها من الشمال حفاية الملوك و من جهة الشرق منطقة ودفيعة حيث كانت حدود مطري شمبات و كان إسمها الحليلة.

حيث سكانها يعملون بالزراعة في السابق و حاليا أغلبهم إلتحق بالوظائف الحكومية و قد تبوءوا مواطنيها المناصب القيادية في الخدمة الوطنية.

### **1-6-2 نوع ومصادر البيانات:**

-أولية تشتمل علي:

العينه: تم تصميم إستمارة تحتوي علي 11سؤال و تعطي الجوانب المختلفة بموضوع الدراسة. المقابلة: تم إجراء المقابلة مع بعض المسؤولين في إدارة المشروع. المراجع. المواقع الإلكترونية

### **1-6-3 العينة ومجتمع الدراسة:**

مجتمع الدراسة:هم اصحاب المشاتل الزينة وأشجار الفاكهة فى ولاية الخرطوم.

العينة:..عبارة عن أخذ جزء من المجتمع وإجراء الدراسة عليها وتعميم النتائج علي المجتمع ككل حيث تم أخذعينة عشوائية بلغ عددها 30عينه من جملة أصحاب المشاتل وأشجار الفاكهة من مجتمع الدراسة.

### **1-6-4 التحليل:**

استخدم في هذه الدراسة المنهج الاحصائي الوصفي الذي يعتمد علي وصف سمات الظواهر و تحليلها من ثم تعميم تلك النتائج و طريقة التحليل الوصفي الاحصائي البسيط و النسب المئوية باستخدام spss

## 1-7 هيكل البحث:

يحتوي البحث علي اربعة فصول

الفصل الأول يشمل :تمهيد'مشكلة البحث'أهمية البحث'أهداف البحث'فروض البحث'منهجية البحث.

الفصل الثاني :التسويق الزراعي ويشمل:تعريف التسويق'أهداف التسويق'أهمية التسويق الزراعي'الهوامش التسويقية'مشاكل التسويق الزراعي'الفواكه'الأهمية الاقتصادية للفواكه'الفوائد العامة للفواكه'نباتات الزينة'الأهمية الاقتصادية للزينة'إرشادات عامه في رعاية النباتات.

الفصل الثالث: التحليل والمناقشة

الفصل الرابع: الخلاصة والتوصيات والمراجع



## الفصل الثاني

### التسويق الزراعي

#### 2-1 تعريف التسويق :

تختلف أدبيات التسويق عن تعريف ومفهوم التسويق ولا يوجد فهم واضح لدلالاته ومعانيه فالمدبر وصاحب العمل والمزارع وربما الشخص العادي كل علي حده له رأي مخالف عن الثاني عن ذلك المفهوم حيث إنها علي حدة لا تعطي المفهوم الشامل للتسويق وربما تكون هذه الاجابات لاعلاقة لها بالتسويق سواء من ناحية المحتوي الاقتصادي للوظيفة أو من ناحية نظرة الفكر الإداري لها ويمكن التعبير عن هذه الآراء المختلفة كالآتي:

بعض المفكرون يعرفون التسويق ولكنهم يعنون به أشياء أخرى و مثال ذلك ربة البيت تعتبر عملية شرائها لاحتياجات المنزل المختلفة تسويقا، ومندوب المبيعات يعتبر زيارته لأحد زبائن المنشأة لعقد صفقة بيع تسويقا كما أن كثرة الإعلانات التي نراها أو نسمعها تجعلنا نفكر في التسويق على أنه الإعلان عن سلع المنشآت وخدماتها .

وهذه الآراء التي قيلت عن التسويق ليست خاطئة كما إنها ليست صحيحة تماما أيضا فالتسويق ليس هو الشراء أو بيعا فقط بل أنه مجموعة من الوظائف التي تتمكن عبرها المنشأة أن تساعد في تحقيق أهداف المستهلكين لإشباع حاجاتهم ورغباتهم من السلع والخدمات فهو إذا مجموعة من الأنشطة والخدمات والوظائف... الخ.

فالببيع في الحقيقة ليس تسويقاً بل وظيفة من وظائف التسويق وكذلك بقية الأنشطة والفعاليات الأخرى التسعير والتوزيع وما إلى ذلك من الوظائف التسويقية ونجد أن اختلاف الآراء والوجهات في مفهوم التسويق انعكس و ظهر في تعدد التعاريف المتعلقة بمفهوم التسويق إذ لا يوجد حتى الآن تعريف متفق عليه من الجميع.(عابدة2002م)

### تعريف التسويق:

نجد أن تقديم تعريف التسويق يخدم هدفين أساسيين :

1. التنبية الى مدى الاختلاف في وجهات النظر حول مضمون .
2. وتعريف التسويق والمساعدة في تماماً بكافة الجوانب التي يتضمنها التسويق وبهذا يمكن تعريف التسويق بأنه العلم الواسع الذي يحتوي على أنشطة وفعاليات من ضمنها وظيفة البيع والشراء فهو أوسع وأكبر من أن يكون بيعاً فقط أو توزيعاً فقط أو إعلاناً فقط ... الخ كما يعتقد البعض الآخر. وهناك تعاريف كثيرة للتسويق نذكر منها :

التسويق هو عملية اكتشاف رغبات واحتياجات المستهلك وترجمتها الى سلع وخدمات ثم إتاحة استخدامها إلى أكبر عدد من المستهلكين. ويمكن تعريف التسويق بأنه العمل الإداري الخاص بالتخطيط الإستراتيجي وتوجيه الرقابة على استخدام جهد المشروع في برامج لتحقيق الأرباح واشباع حاجات المستهلك وهو العمل الذي يتضمن توحيد كل أنشطة المشروع بما فيها التصنيع و التمويل والبيع في نظام عمل موحد .

تعريف التسويق من خلال وجهة نظر اقتصادية :

هو مجموعة من المشترين الحاليين والمرقبين لمنتج معين وبالتالي فان التسويق يختلف عن السوق وتمثل العلاقة بينهما في ان السوق أساس التسويق .

## 2-2 أهداف التسويق الزراعي:

إن توصيل السلع الزراعية من المنتج الى المستهلك النهائي بواسطة القائمين بعملية التسويق هو الهدف الرئيسي للتسويق الزراعي اي أن هذا الهدف مرتبط ضمناً بأهداف فرعية يهدف التسويق الزراعي للوصول إليها وهي:

1. الزيادة في أرباح المنتج .
2. زيادة الاستهلاك بصورة مستمرة من المنتجات الزراعية .
3. توصيل السلعة من المنتج الى المستهلك بكفاءة عالية .

## 2-3 أهمية التسويق الزراعي :

يعتبر التسويق الزراعي مهما لكن من الفرد والمجتمع فبالنسبة للفرد تتضح أهميته إذا تصورناها بالنسبة للطوائف المتصلة بتسويق المنتجات الزراعية والتي يمكن حصرها في ثلاثة طوائف رئيسية وهم المنتجون والزراعيون ومستهلكي المنتجات الزراعية والوسطاء ومن ثم يعتبر فهم التسويق الزراعي مهما لأي من هذه الطوائف الثلاثة لما يترتب عليه من عوائد اقتصادية.وبالنسبة للمجتمع تأتي أهمية التسويق الزراعي في ضوء دورة رفاهية المجتمع ككل من حيث دورة في توزيع الموارد وكفاءة استخدامها وقدرته علي توزيع ناتج العمليات الإنتاجية الأولية والتسويقية بطريقة عادلة بين مختلف الطوائف المتصلة بهوتتلخص أهمية التسويق الزراعي في الآتي:

## موسمية الإنتاج الزراعي :

1. بعض المنتجات الزراعية سريعة العطف والطلب .
2. عدم استمرار الإنتاج الزراعي .

## 2-4 الهوامش التسويقية :

تعرف من وجهة النظر الاقتصادية تعرف الهوامش التسويقية بأنها الفروقات بين قيم كمية متساوية من سلعة معينة عند مستويات مختلفة من النظام التسويقي. وبمعني آخر يقصد بها الفروقات بين الأسعار عند مستويات مختلفة في القناة التسويقية. وبعبارة اخري يمكن القول بان الهامش أي الفرق التسويقي ما هو إلا الفرق بين سعر الشراء المدفوع وسعر البيع للوحدة من فرع معين في بداية ونهاية مستوى سوقي معين بواسطة منشأة أو وكالة تسويقية معينة . (د/ عابدة (2002م)

## 2-5 مكونات الهوامش التسويقية:

يمكن إجمالي مكونات الهوامش التسويقية للسلع الزراعية بالعناصر التالية :

1. أجور العاملين والتي ترتفع بدورها باستمرار مع ارتفاع مستوى المعيشة .
2. تكاليف المرافق التسويقية التي تقوم بالأنشطة التسويقية ونقل وتخزين وتجهيز تدرج و تعبئة وبيع وشراء .

3. عمالات وسطاء البيع والشراء .

## 2-6 مشاكل التسويق الزراعي:

تظهر مشاكل التسويق الزراعي أساسا من الظروف المختلفة التي تحيط بالمنتجات الزراعية ومن اهم المشكلات التسويقية الزراعية التي تواجه البلدان النامية وتحتاج إلي دراسة وتحليل هي المشاكل المتعلقة بـ:

دراسة الطرق التسويقية الصحيحة التي يمكن إتباعها للحصول علي سعر جيد للمنتجات الزراعية .

## 7-2 وظائف التسويق :

أن تحديد وظائف التسويق يتطلب التعرف علي عناصر المزيج التسويقي حيث ان وظائف التسويق ترتبط بهذه العناصر .

### المزيج التسويقي :

يتعلق بالمتغيرات التسويقية التي تتحكم فيها إدارة المنظمة ويتألف من مجموعة من العناصر هي :

1. المنتج .
2. السعر .
3. التوزيع .
4. الترويج .

ويمكن توظيف الوظائف التسويقية التي يتضمنها كل عنصر من العناصر السابقة كما يلي :

### 1. المنتج يتضمن الوظائف التالية :

تخطيط المنتجات ، التشكيل والتنوع ، التميز ، التبيين ، الخدمة ، الضمان

### 2. السعر يتضمن الوظائف التالي :

تحديد الأسعار ، تحديد هامش الربح ، تحديد نسب الخصم .

### 3. التوزيع يتضمن الوظائف التالية :

تغطية السوق بالموزعين ، النقل ، التخزين

#### 4. الترويج يتضمن الوظائف التالية:

الإعلان ، البيع الشخصي ، النشر

بالإضافة إلى وظيفة تسويقية أخرى وهي بحوث التسويق والتي لا تعتبر جزءاً من المزيج التسويقي ولكنها وظيفة تسويقية تخدم كافة العناصر السابقة حيث أنها الوظيفة المتعلقة بجمع وتسجيل وتحليل البيانات المتعلقة بالمشكلة التسويقية .

يتضح من إستعراض الوظائف التسويقية السابقة أن البيع جزء من التسويق أي أن التسويق هو الوظيفة الرئيسية التي تشمل علي عدد من الوظائف الفرعية منها البيع .

#### الجدول (1:2) يوضح الفروقات بين التسويق و البيع:-

التسويق	البيع
1. التركيز علي احتياجات المستهلك الأخير	1. التركيز علي السلعة أو الخدمة
2. يتم تحديد ماذا يريد المستهلك أولاً ثم يتم تحديد ترجمة ذلك في مشكلة سلعة تحقيق المشروع منها أرباحاً مناسبة	2. تقوم الشركة بإنتاج السلعة أولاً ثم التفكير في كيفية بيعها مع تحقيق الربح .
3. التوجه علي أساس ظروف السوق	3. اعتماد أوجه نشاط الشركة علي ظروفها الخاصة .
4. التركيز علي احتياجات السوق	4. التركيز علي احتياجات الشركة

#### 2-8 الفواكه :

الفواكه نوع من الثمار التي تنمو علي فروع النباتات لتحمل بذورها، والفاكهة لب من الألياف والعصير وظيفته توفير الحماية لبذور الشجرة من العوامل الخارجية، وذلك لأن البذور هي وسيلة تكاثر النباتات، وتساعد الفواكه علي حمل البذور ونشرها في

أنحاء البيئة الطبيعية للنبات ليستطيع الحفاظ علي نسله، فعندما تأكل الحيوانات الفواكه تتناول معها ما في داخلها من بذور، ثم تطرحها مع مخلفاتها في بقعة بعيدة عن الشجرة الأصلية، فتتمو من هذه البذور أشجار جديدة بأماكن متباعدة ، مما يضمن بقاء النوع .

## 2-9 الأهمية الاقتصادية للمحاصيل الفاكهة :

تزرع محاصيل الفاكهة لغرض إنتاج الثمار بدرجة أولى لكونها في المواد الغذائية المهمة لغذاء الإنسان اليومي الذي لايمكن الاستغناء عنه ولما تحتويه من سكريات ومواد كربوهيدراتية أخرى والبروتينات والاحماض الامينية والعضوية والزيوت والفيتامينات والعناصر المعدنية المختلفة والصبغ النباتية والانزيمات.كذلك كثير من الفاكهة تستعمل في صناعات مختلفة مثل صناعة المشروبات وصناعة المربيات والزيوت النباتية والجلي والحلويات كما يعد الخشب بعض الأنواع من الاخشاب الثمينة للأغراض الصناعية أو في الوقود مثل أخشاب اللوز .

وتستعمل زراعة محاصيل الفاكهة في الحدائق المنزلية والشوارع والمنزهات لغرض الزينة والسبب يعود لجمال ألوان أزهارها وأوراقها وثمارها عند النضج. زراعة محاصيل الفاكهة ساعدت في ظهور وتطوير صناعات أخرى مختلفة منها الصناعات الغذائية، وعملت على تشغيل أعداد هائلة من الأيدي العاملة في جميع مراحل الإنتاج والقطف والتداول والتخزين والتسويق والتصنيع .

## 2-10 الفوائد العامة للفواكه :

تعد الفواكه من الأغذية المهمة لعملية إنقاص الوزن، وذلك بسبب احتوائها علي كميات قليلة من السعرات الحرارية، وهي حلوة المذاق فيتم استبدالها بدلا من

الحلويات الصناعية.تحتوى الفواكه علي كميات كبيرة من الألياف والتي تساعد علي علاج الإمساك ومشاكل الهضم .

تعتبرالفواكه من الأغذية التي تساعد علي الوقاية من السرطان، بسبب احتوائها علي العديد من مضادات الاكسدة .

الفواكه مهمة في الوقاية من ارتفاع ضغط الدم، بالإضافة إلى حصوات الكلي،وذلك بسبب احتوائها علي البوتاسيوم .

## 2-11 نباتات الزينة :

تعتبر نباتات الزينة الطبيعية من أجمل عناصر الديكور الداخلي في المنازل والمكاتب لما تضيفه من بهجة وسرور علي النفس وذلك لجمالها وأعطائها المكان الروح والحياة، لذلك يرغب كثير من الناس في اقتناء هذه النباتات في بيوتهم ومكاتبهم لتخفف من ضغوط الحياة اليومية .

## 2-12 الأهمية الاقتصادية للنباتات الزينة :

1. تستخدم الاشجار والشجيرات المزهرة في تزيين الطرقات والشوارع العامة .
  2. تعتبر الازهار مصدر لغذاء الحشرات الاقتصادية كالنحل مما يزيد من إنتاجه .
  3. تدخل اخشاب بعض النباتات المزهرة في صناعة الادوات الخشبية .
- تساهم نباتات الزينة في رفع المستوى الاقتصادي و الدخل القومي وذلك عن طريق :

1. تجارة الزهور و النباتات الداخلية و مستلزمات الإنتاج .
2. تحقيق مصدر للدخل مناسب للعاملين في مجال نباتات الزينة .



3. إنشاء مصانع للمنتجات الزراعية مثل مصانع الأدوية والعقاقير الطبية ومصانع العطور والصابون .

## 2-13 إرشادات عامة في رعاية النباتات :

1. توضع النباتات في الأماكن القريبة من الضوء الطبيعي بقدر الإمكان مع لفها أسبوعيا في اتجاه الضوء، وفي حالة قلة الضوء تستخدم الإضاءة الصناعية .
2. سقي النبات بالماء بعد الريه الاولي بعد اربع وعشرين ساعة .
3. لقياس حاجة النبات الي الري، استخدم قلم الرصاص بوضعة داخل التربة علي مسافة ثلاثة سنتمتر ، فإذا خرج وبه بعض حبيبات التربة فلا تروي إلا عند جفافها.

## الباب الثالث

### التحليل والمناقشة

#### 3-1 الخصائص الاجتماعية والاقتصادية:

يبين الجدول (3:1) أن معظم المبحوثين كانوا من الذكور بنسبة 56,7% هذا يدل أن مهنة المشاتل أكثر من يتحملها هم الذكور إلي جانب العادات والتقاليد التي تحد من حركة المرأة.

#### جدول (3.1): توزيع العينة حسب النوع

النسبة	التكرار	الفئة
56,7%	17	ذكور
43,3%	13	إناث

المصدر : نتائج البحث (2018م)

يبين الجدول (3:2) أن الفئة العمرية (31-40) سنة بلغت 50% وهذا يعني أن أصحاب المشاتل معظمهم شباب مما يزيد من الكفاءة و القدرة علي الإنتاج.

#### جدول (3.2): توزيع العينة حسب العمر

النسبة	التكرار	الفئة
20,7%	8	(30-20)
50%	12	(40-31)
16%	6	(50-41)
13%	4	أكثر من 50

المصدر : نتائج البحث (2018م)

يبين الجدول (3:3) أن معظم المبحوثين مستواهم التعليمي جامعي بنسبة بلغت 50% مما أدى لفهم الأفكار الحديثة وتطبيقها.

#### جدول (3.3) : توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	الفئة
6,7%	2	أمي
3,3%	1	خلوي
6,7%	2	أساس
16,7%	5	ثانوي
50%	15	جامعي
16,7%	5	فوق الجامعي

المصدر : نتائج البحث (2018م)

يبين الجدول (4:3) أن معظم المبحوثين متزوجين بنسبة بلغت 56% وهذا يدل علي أن الأسر المستقرة تساعد في رفع العملية الإنتاجية.

#### جدول (4.3): توزيع العينة حسب الحالة الإجتماعية

النسبة	التكرار	الفئة
40%	12	عازب
56,7%	17	متزوج
3,3%	1	مطلق

المصدر : نتائج البحث (2018م)

يبين الجدول (5:3) أن معظم المبحوثين من (7-9) فرد بنسبة بلغت 50% مما يسرع ويشجع على العمليات الفلاحية بالمشتل.

جدول (5.3): توزيع العينة حسب أفراد الأسرة

النسبة	التكرار	الفئة
3,3%	1	(3-1)
22,7%	7	(6-4)
50%	12	(9-7)
24%	10	أكثر من 9

المصدر : نتائج البحث (2018م)

يبين الجدول (6:3) أن معظم المبحوثين تتراوح سنوات خبرتهم من (9-7) سنة بنسبة بلغت 50% مما يدل علي أن كلما زادت سنوات الخبرة زاد تحسين الإنتاج بالمشتل .

جدول (6.3): توزيع العينة حسب عدد سنوات الخبرة

النسبة	التكرار	الفئة
13%	4	أقل من 5
21%	8	10-6
50%	11	15-10
16%	7	أكثر من 15

المصدر : نتائج البحث (2018م)

يبين الجدول (7:3) أن معظم المبحوثين تتراوح دخولهم ما بين (2000-1500) جنية بنسبه بلغت 50% وهذا يعني أن أصحاب المشاتل معظمهم من متوسطي الدخل.

جدول(7.3): توزيع العينة حسب متوسط الدخل الشهري

النسبة	التكرار	الفئة
13%	6	أقل من 1000
15%	7	من 1000-1500
50%	8	2000-1500
12%	5	2500-2000
10%	4	أكثر من 2500

المصدر : نتائج البحث (2018م)

### 2-3 التكاليف:

جدول(8.3):متوسط التكاليف السنوية لمنتجات المشاتل :

التكلفة	النوع
82675	1. متوسط تكاليف تربية ورعاية أشجار الفاكهة
5650	2. متوسط تكاليف تربية ورعاية أشجار الزينة
11950	3. متوسط تكاليف تربية ورعاية أشجار الظل

للتعرف علي عائدات المبيعات بالمشاتل عكفنا علي حساب ما تم بيعة ومازاد عن ذلك تكون قيمة أرباح.

وحققت أشجار الظل أعلى ربحية. وفي كل من أشجار الفاكهة والزينة بهما خسارة لذلك علي أصحاب المشاتل الاستمرار في تسويق أشجار الظل.

جدول (9.3): عائدات وأرباح منتجات المشاتل السنوية:-

الربح	الجملة	العائدات	العدد	السعر	النوع
					أشجار الفاكهة
41325	124000	58000	500	116	(1) الموالح.
		52500	700	75	(2) المانجو .
		13500	300	45	(3) الجوافة .
					أشجار الزينة:
330	5980	2700	60	45	(1) دراسينا .
		1040	50	28	(2) بندانس .
		2240	80	26	(3) سنغونيوم
					أشجار الظل:
12550	24500	7100	50	142	(1) أكاسيا نيدوزا
		11400	200	57	(2) لبخ سعودي
		6000	150	40	(3) مهوقني .

المصدر : نتائج البحث (2018م)

### 3-3 المشاكل والمعوقات التي تواجه تسويق منتجات المشاتل:-

هناك العديد من المشاكل التي تواجه تسويق منتجات المشاتل حسب نتيجة الاستبيان منها:-

-عدم توفر الكهرباء.

-طريقة عرض المنتجات غير جيدة.

- العمالة ليس لها خبرة في عملية التسويق.

## الفصل الرابع

### الخلاصة والتوصيات

#### 4-1 الخلاصة:-

1. أن النوع في المشاتل نسبة الذكور تمثل أعلا نسبة وهذا يدل علي أن مهنة المشاتل أكثر من يتحملها هم الذكور إلى جانب العادات والتقاليد التي تحد من حركة المرأة وتمثل نسبة 7, 56% .
2. إن الأعمار من (31-40) هم الأكثر نشاطاً في المشاتل وهذا يدل علي النشاط الزراعي يحتاج إلى قوة في الجسم لإستمرار العملية الزراعية بوجود الشباب فيها وتمثل نسبة 50% .
3. من خلال الدراسة يتضح أن نسبة المتزوجين من المبحوثين تمثل أعلا نسبة وهذا يدل علي أن الأسرة المستقرة تساعد في رفع العملية الإنتاجية بنسبة تمثل 7, 56% .
4. نسبة التعليم وسط المبحوثين أعلا نسبه هي التعليم الجامعي مما ادى لفهمهم للأفكار الحديثة وتطبيقها بنسبة تمثل 50% .
5. ان الأسرة التي تتكون من (7-9) فرد هي الأكثر نشاطاً في العمل الزراعي بنسبة تمثل 50% .

## 4-2 التوصيات:

- 1- تأهيل وتطوير البنية الانتاجية والبحثية للمشاتل وأليات عملها.
- 2- توفير كميات كبيرة منالأصناف المقاومة للأمراض الرئيسية كالمانجو والليمون
- 3-مواجهة النقص الحاد في أعداد أشجار الفاكهة نتيجة لفتك الأمراض لبعض المحاصيل الرئيسية وبالتالي الحفاظ علي مستوى الإنتاج.
- 4- توفر مصدر دائم للمياه.
- 5- وجود خبرة بالممارسة والتدريب .
- 6-في اختيار النباتات يجب أن تكون جميع النباتات التي تعرض للبيع في المشاتل أصيلة للصنف خالية من العيوب جيدة للتجدير خالية من الإصابات.



## المراجع

1- د/عابدة عبدالله إمام /2001م. التسويق الزراعي 'مجلة الخرطوم للعلوم

والزراعة. الخرطوم- السودان.

2- عاكف الزعبي ' (2006م) مبادئ التسويق الزراعي 'دار الحامد للنشر

والتوزيع عمان -الأردن.

3- محمد عبيدات (2005) التسويق الزراعي ' دار الحامد للنشر ' عمان -

الأردن.

4-Agriculture :www info please .com Retraced 2018/9/2Edited

5-The Development of Agriculture.

wwwgcuograghcnational geographic.com Relicred 2012/9/2