



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا



بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في (علوم وتكنولوجيا الأسماك)

مشاكل ومعوقات تسويق الأسماك بولاية الخرطوم

(دراسة حالة السوق المركزي بمحلية الخرطوم وسوق الموردة بأمر درمان)

Problems and Constraints of Fish

Marketing in Khartoum State

(Case study Khartoum Central Market and Elmorda Fish

Market at Omdurman)

اعداد الطالب :

عمر حامد احمد عبد المحمود

أشرف

د . أم سلمه يوسف حامد يوسف

نوفمبر 2017م

الاستهلال

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى :

وَمَا يَسْتَوِي الْبَحْرَانِ هَذَا عَذْبٌ فُرَاتٌ سَائِغٌ شَرَابُهُ وَهَذَا مِلْحٌ أُجَاجٌ وَمَنْ كُلَّ تَاكُلُونَ لَحْمًا طَرِيًّا
وَتَسْتَخْرُجُونَ جَلِيَّةً تَلْبَسُونَهَا وَتَرَى الْفُلْكَ فِيهِ مَوَازِرَ لِيَتَّبِعُوا مِنْ فَضْلِهِ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

سورة فاطر الآية 12

صدق الله العظيم

الإهداء

إلى : روح أمي وأبي

ألي أسرتي الصغيرة زوجتي وأبنائي الذين تحملوا انشغالي عنهم وإهمالي لهم

دون قصد مني حتى خرج هذا العمل .

الى أساتذتي الكرام الذين لم يبخلوا علي بالنصيحة والمشورة بكل رحابة صدر

.

الى كل من وقف بجانبني وساند خطاي حتى أينعت ثمار هذا العمل .

إليكم جميعاً أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع .

الشكر والعرفان

الشكر من قبل ومن بعد لله سبحانه وتعالى فاطر السموات والأرض والذي منّ علي بالصبر الجميل لتحمل صعاب إعداد هذه الدراسة .

والشكر والعرفان أجزله للدكتورة ام سلمه يوسف حامد يوسف التي لم تتوانى لحظة عن توجيهي وتبصيري بأسس البحث العلمي فالشكر لها وقدواشرفت على هذه الدراسة ، لها أشكر على حسن استقبالها الدائم لي بمكتبها وفتح أبواب معرفتها وعلمها أمامي دون كلل أو ملل لها خالص الشكر والعرفان أعانتني وساعدتني في السير بخطى ثابتة في هذه الدراسة فلها مني خالص الود والتقدير وأسأل الله العلي القدير أن يمتعها بالصحة والعافية وأن يبارك لها في أيامها .

والشكر كل الشكر لاسرة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ممثله في كلية علوم وتكنولوجيا الإنتاج الحيواني - قسم علوم الأسماك والحياة البرية ووزارة الزراعة الثروة الحيوانية ولاية ممثلة في ادارة الأسماك بمحلية الخرطوم وادارة الأسماك بمحلية الموردة ووزارة الثروة الحيوانية الاتحادية ممثلة في ادارة الأسماك الاتحادية وغرفة الأسماك باتحاد اصحاب العمل .

ختاماً اللهم إني أسألك أن تجعل هذا العمل خالصاً لوجهك الكريم وأن تجعله علماً نافعا ينتفع به العباد والبلاد و آخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين .

المستخلص

أجريت الدراسة - بولاية الخرطوم- السودان في عام 2016. تمثلت مشكله الدراسة في التعرف مشاكل ومعوقات تسويق الاسماك في منطقة الدراسة، والتي تساهم بحوالي 8% من الوارد الكلي لولاية الخرطوم. هدفت الدراسة للتعرف علي مشاكل ومعوقات تسويق الاسماك بالمنطقة، الأهداف الثانوية لهذه الدراسة معرفة مدي مطابقة أسواق الأسماك للمواصفات والمقاييس، .معرفة مدي توفر البنيات التحتية لتسويق الاسماك. دراسة أسعار الاسماك والتكاليف التسويقية والقنوات التسويقية، وطرح التوصيات لحل هذه المشاكل. وكانت أهم الفروض عدم وجود أسواق مؤهلة ومطابقة للمواصفات والمقاييس. عدم توفر البنيات التحتية بأسواق الاسماك وارتفاع أسعار الاسماك والتكاليف التسويقية يؤثر سلبا علي الاستهلاك والإنتاج. طول القناة التسويقية تؤثر علي تسويق الاسماك. تم جمع البيانات الاولية عبر استبانة خاصة بالمنتجين واخري بالمستهلكين وزعت عشوائيا علي عدد ، 25 منتج 25 مستهلك من مجتمع البحث. كما تم جمع البيانات الثانوية من خلال المراجع، الأوراق العلمية، المواقع الالكترونية، تقارير ومن الإدارة العامة الاسماك بولاية الخرطوم . المنهج المتبع هو المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة الحالة. حيث تم تحليل البيانات عن طريق اختبار تي تيسر . أظهرت الدراسة إن تسويق الاسماك بمنطقه الدراسة تقليدي من حيث معدات النقل والتبريد ومعدات وزن الاسماك ومعدات (تقليد

(الاسماك مما يؤدي الي زيادة الفاقد وبالتالي زيادة تكاليف التسويق. معظم المنتجين يتم بيع إنتاجهم من الاسماك بولاية الخرطوم لان بها سوق مركزي يمثل أكبر سوق للأسماك بولاية الخرطوم والسودان عموماً، عدم مطابقة أسواق الأسماك للمواصفات القياسية وتأثيرها الكبير علي أسعار الأسماك وتفتقر أسواق الأسماك الموجوده حالياً السوق المركزي الخرطوم وسوق الموردة إلي البنيات التحتية وخاصة في الصرف الصحي ووجود عدد من الوسطاء داخل هذه الاسواق يتراوح عدد الوسطاء من اثنين أو أكثر في حالة الشراء او البيع وضعف الدور الرقابي للإدارات المتخصصة داخل الاسواق السمكية بالولاية (وزارة الصحة ولاية الخرطوم ، وزارة الزراعة الحيوانية ولاية الخرطوم ،هيئة المواصفات والمقاييس)

Abstract

This study was carried out in Khartoum state — Sudan in 2016. The study aims identifying the problem and obstacles of fish marketing in the study area which contributes by 8% of total income of Khartoum state. the secondary objectives of this study in identifying to what extent the market comply with specifications and standards, identifying to what extent the infrastructure of fish marketing is exist studying the fish prices, the marketing costs and marketing channels and submitting recommendations to solve these problems. the most important hypotheses of the study are that there are no markets in fishery markets in compl with the specifications and standard, lack of infrastructure in fishery markets, high fishery prices and marketing high cost affect the consumption and production negatively, the length of Marketing channels affect the marketing . the primary data was collected through a questionnaire , one for the producers and another for consumers distributed randomly among 25 producers and 25 consumers from research community . the secondary data was data was collected from references, scientific papers, websites , reports and fisheries department – khartoum state . the researcher adopted the descriptive analytical and the case study approach. Data was analyzed by using T-Test the study revealed that fish marketing in the study area undertaken traditionally in terms of transport and refrigerating means weighing stripping equipment, the thing that increases losses hence increase marketing costs . most of the producers sell their products inside khartoum state because its has a central markets which is the largest fish market in Khartoum and sudan. Incompliance of fish-

ery markets with specification and standards and their great impact on fish prices , lack of Infrastructure in the Centarl market and ALM awrada Market particularly sanitation , the existence of brokers in side the fish market, about two or more in purchase and sale cases poor supervision of competent departments inside state fisheries (Ministry of Health Khatoum state Ministry of Agriculture and Animal Resources – Khartoum atae and Ssdanese Standards Metrology Organization

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع	الرقم
أ	الاستهلال	1
ب	الإهداء	2
ج	الشكر والعرفان	3
د	الملخص باللغة العربية	4
و	الملخص باللغة الانجليزية	5
ح	الفهرس	6
ط	فهرس الجداول	7
الباب الاول		
1	المقدمة	
3	مشكلة البحث	1-2
3	اهداف البحث	1-3
4	فرضيات البحث	1-4
4	حدود البحث	1-5
4	مجتمع البحث	1-6
4	طرق جمع البيانات	1-7
6	هيكله البحث	1-8
الباب الثاني		
ادبيات البحث		
7	انتاج الاسماك في السودان	2-1
8	الاهمية الاقتصادية للاسماك	2-2
10	استهلاك الأسماك في السودان	2-2
11	مقومات تسويق واستهلاك الاسماك في السودان	4-2
12	تسويق الأسماك	5-2
13	المشاكل التسويقية للاسماك	6-2
14	الوسطاء	1-6-2

15	البنيات التحتية للأسواق	2-6-2
15	السوق المركزي	1-2-6-2
15	سوق الموردة	2-2-6-2
16	التكاليف التسويقية	3-6-2
	الباب الثالث	
17	منهجية البحث	
17	منطقة الدراسة ولاية الخرطوم	3-1
17	السكان	3-2
17	النشاط الاقتصادي	3-3
18	اسواق الأسماك بالولاية الخرطوم	3-4
18	السوق المركزي للأسماك	3-4-1
18	سوق الموردة	3-4-2
19	طرق جمع وتحليل البيانات	3-5
19	طرق جمع البيانات الاولية	3-5-1
19	ادوات جمع البيانات	3-5-2
19	الاساليب الاحصائية المستخدمة	3-5-3
	الباب الرابع	
	النتائج والمناقشة	
	الاحصاء الوصفي	4-1
20	المستهلكين	4-1-1
20	المستوي التعليمي	4-1-1-1
21	المهنة	4-1-1-2
22	الجنس	4-1-1-3
23	اسعار الأسماك	4-1-1-4
24	تأثير الوسطاء	4-1-1-5
25	شراء الأسماك	4-1-1-6
26	تحكم الوسطاء في السوق	4-1-1-7

27	تأثير الوسطاء علي تداول الأسماك	4-1-1-8
28	تأثير الوسطاء علي الطلب	4-1-1-9
29	نوع اسواق الأسماك	4-1-1-10
30	رقابة الاجهزة الفنية علي جودة الأسماك	4-1-1-11
31	الطلب علي الأسماك	4-1-1-12
32	تقديم الخدمات اسواق الاسماك	4-1-1-13
33	جودة الأسماك	14-6-3
34	مشاكل شراء الأسماك	4-1-1-15
	المنتجين	4-2-1
35	المستوي التعليمي	4-1-2-1
36	مهنة	4-1-2-2
37	جنس	4-1-2-3
38	تأثير الوسطاء علي تداول الأسماك	4-1-2-4
39	تأثير الوسطاء علي الطلب	4-1-2-5
40	أماكن حفظ الأسماك في حالة عدم البيع	4-1-2-6
41	الرقابة الاجهزه الفنية	4-1-2-7
42	نوع الطلب علي شكل الأسماك	4-1-2-8
43	مصدر انتاج الأسماك	4-1-2-9
44	مكان انتاج الأسماك	4-1-2-10
45	ربحية انتاج الأسماك	4-1-2-11
46	عدد الوسطاء	4-1-2-12
	الاحصاء التحليلي	4-2
47	البنيات التحتية	4-2-1
47	الصرف الصحي	4-2-1-1
48	السفلتة والسيراميك	4-2-1-2
49	دوات عرض الأسماك	4-2-1-3
50	تقليت الأسماك	4-2-1-4

51	الإنارة	4-2-1-5
52	موقف السيارات الجمهور	4-2-1-6
53	مستوي صحة البيئة	4-2-1-7
54	أدوات وزان الأسماك	4-2-1-8
55	ادوات تفريغ الأسماك	4-2-1-9
	التكاليف التسويقية	4-2-2
56	تكاليف الترحيل	4-2-2-1
57	تبريد الاسماك	4-2-2-2
58	جودة الأسماك	4-2-2-3
59	معدات حفظ الاسماك	4-2-2-4
	الباب الخامس	
	الخاتمة ، التوصيات	
60	التنائج	5-1
63	الخاتمة	5-2
64	التوصيات	5-3
67	والمراجع	5-4
68-	الملاحق	5-5

فهرس الجداول

عنوان الجدول

رقم الصفحة	المستهلكين	الرقم
20	المستوي التعليمي	4-1
21	المهنة	4-2
22	الجنس	4-3
23	اسعار الأسماك	4-4
25	تأثير الوسطاء	4-5
26	شراء الأسماك	4-6
27	تحكم الوسطاء في السوق	4-7
28	تأثير الوسطاء علي تداول الأسماك	4-8
29	تأثير الوسطاء علي الطلب	4-9
30	نوع اسواق الأسماك	4-10
31	رقابة الاجهزة الفنية علي جودة الأسماك	4-11
30	الطلب علي الأسماك	4-12
31	تقديم الخدمات اسواق الاسماك	4-13
32	جودة الأسماك	4-14
33	مشاكل شراء الأسماك	4-15
	المنتجين	
34	المستوي التعليمي	4-16
35	مهنة	4-17
36	جنس	4-18
37	تأثير الوسطاء علي تداول الأسماك	4-19
38	تأثير الوسطاء علي الطلب	4-20

39	أماكن حفظ الأسماك في حالة عدم البيع	4-21
40	الرقابة الاجهزه الفنية	4-22
41	نوع الطلب علي شكل الأسماك	4-23
42	مصدر انتاج الأسماك	4-24
43	مكان انتاج الأسماك	4-25
45	ربحية انتاج الأسماك	4-26
46	عدد الوسطاء	4-27
47	الصرف الصحي	4-28
48	البنيات الاساسية (السفلة ،السيراميك وترايبز النظافة)	4-29
49	أدوات العرض الأسماك	4-30
50	تغليف الاسماك	4-31
51	الانارة	4-32
52	موقف السيارات للجمهور	4-33
53	مستوى صحة البيئة	4-34
54	ادوات وزن الاسماك	4-35
55	ادوات تفريغ الاسماك	4-36
56	تكاليف الترحيل	4-37
57	تكاليف تبريد الاسماك داخل السوق	4-38
58	جودة الاسماك	4-39
59	ادوات تفريغ الأسماك	4-40

الباب الاول

المقدمة

تشكل الثروة السمكية ركنا أساسيا من الثروة القومية التي يجب الحفاظ عليها وتمييزها باعتبارها عنصر أساسيا من مقومات استراتيجيات الأمن الغذائي وتعد من الدعامات الأساسية للاقتصاد الوطني في كثير من بلدان العالم في عام 2005 أنتج 93.2 مليون طن من المصائد الطبيعية من الأسماك التجارية بالإضافة إلى 48.1 مليون طن من المزارع السمكية بالإضافة إلى 1.3 مليون طن من النباتات المائية من المصائد الطبيعية (منظمة الأغذية والزراعة العالمية 2005). في عام 2010 عندما لاحظت منظمة الأغذية والزراعة العالمية الأهمية المتزايدة لمصايد الأسماك بالنسبة لأعضائها ، أضافت المنظمة الرقم الدليلي لأسعار الأسماك إلى الأرقام الدليلية الأخرى لديها ، وأدرجت الأسماك للمرة الأولى في توقعاتها الزراعية المشتركة مع منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي عن تداول الأسماك (منظمة الأغذية والزراعة العالمية 1995م).

يمتاز السودان بمصائد طبيعية وثرية سمكية هائلة (110 الف طن / العام) المستغل منها لا يتجاوز 30 ألف طن ويمثل القطاع التقليدي حوالي 90% من الإنتاج الكلي. تتميز المصائد بأنها ذات طبيعة اعاشية مع توفر هوامش مقدرة للاستثمارات الكبيرة كما في المصائد البحرية التي تتسم بالتنوع الإحيائي. يتميز تداول الأسماك الراهن بالبدائية والتقليدية وجهل المتعاملين بها بأساليب وأنماط التداول السليم وهو ما يفاقم فاقدهما بعد الحصاد ولا يسهم في وصول المنتج السمكي للمستهلك بالجودة المطلوبة ويؤثر بشكل غير مباشر في الاقتصادي الوطني عثمان سعيد (2012)

بدا السودان خطواته الأولى لتطوير جودة المنتجات السمكية عن طريق إصدار اللوائح والأوامر المنظمة لعمليات الصيد والقوانين والتشريعات لتنظيم المصايد.

قبل الانفصال كان السودان يتمتع بثروة سمكية كبيرة من مصادر المائية المختلفة ويعتمد أساسا على المياه الداخلية (العذبة) والمكونة من النيل وفروعه في حدود 6500 كلم

مركزة في الأساس في البحيرات الطبيعية خلف السدود و النيل الأبيض والأزرق ونهر النيل و عطبرة (مليون هكتار) ويقدر أنتاجها قبل انفصال الجنوب بحوالي (110_100) ألف طن /عام بينما المستقل 30% (محمد طاهر وآخرون ، 2000) أما المياه البحرية المتمثلة في البحر الأحمر بطول كلي 7000 كلم وجرف قاري 9800 كلم فان الثروة السمكية الزعفرانية به تقدر بحوالي 10000 طن /عام(الاراد،2009).

يكتسب قطاع الأسماك أهميه كونه مصدرا للبروتين الحيواني لتغطية جانبنا من الفجوة الغذائية في العالم الان، ومصدر دخل وتحسين حال المعيشة لبعض شرائح المجتمع ، ويتيح فرص عمل لقطاعات واسعة من المجتمع في المجالات الأمامية والخلفية والاستثمار في مجالات الصيد والاستزراع والتخزين والترحيل و التسويق والتصنيع والصادر مما تسهم في زيادة الاقتصاد الوطني ، تقليص الواردات من المنتجات السمكية من الأسواق الخارجية عن طريق استغلال تحسين واستغلال الموارد وزيادة الإنتاج توفر البروتين الحيواني مما يتيح فرص اكبر لتصدير اللحوم الحمراء والحيوانات الحية ، وتسهم في التنمية الريفية من خلال التوسع في المزارع السمكية الريفية في الحفائر وتجمعات مياه الأمطار . تمثل قضايا الأمن الغذائي ومحاربه الفقر وتنمية المجتمع تحديات محورية تستوجب تصويب الاهتمام وتكثيف الجهود ، وتوظيف الموارد المتاحة وترشيد استخدامها وضمان استدامتها وعلي الرغم من معدل التطور المتنامي بوتيرة متصاعدة في قطاع الأسماك ، ألا أن المساهمة الحالية لقطاع الأسماك الناتج المحلي الأجمالي لازلت متواضعة ناهيك عن مجارة تلبية الطلب المحلي المتزايدة لسلعة الأسماك ، قياسا بالموارد المختزنة والميزات التفضيلية التي يتمتع بها السودان المياه السطحية والجوفية والأراضي الشاسعة والموارد السمكية المتنوعة والخبرات العلمية والعملية (عثمان سعيد محمد 2012).

تعتبر ولاية الخرطوم من اكبر الولايات استهلاكا لهذا الإنتاج من الأسماك وفي عام 2015 كان الوارد من الأسماك إلي ولاية الخرطوم حوالي 15 ألف طن حسب إحصائيات إدارة الأسماك ولاية الخرطوم مما يدل علي أن هنالك تداول كبير لسلعة الأسماك في هذه الولاية بصورة كبيرة

1-1 مشكلة البحث

تعتمد عملية تسويق الأسماك علي الناتج الوارد من ولايات السودان المختلفة والناتج المحلي لولاية الخرطوم حيث يتم جلب الإنتاج من خارج ولاية الخرطوم لجميع أنواع الأسماك المصاده الطبيعية والاسماك المستزرعة . هنالك مشاكل ومعوقات عديدة تواجه عملية تسويق الاسماك في ولاية الخرطوم . تعتبر السلعة المسوقة وهي الأسماك بأنها سريعة التلف تحتاج الي توفر بنيات تحتية قياسية وقصر القناة التسويقية . لكن في معظم اسواق الاسماك بولاية الخرطوم يوجد عدد كبير من السماسرة والوسطاء الذين يعملون على احتكار سلعه الأسماك دون تقديم اي نوع من الخدمات التسويقية مما يؤثر سلبا علي انتاج واستهلاك الأسماك وذلك لتدني أسعار البيع بالنسبة للمنتج وارتفاع اسعار الشراء بالنسبة للمستهلك. كذلك عدم مطابقة أسواق الأسماك للمواصفات والمقاييس وضعف البنيات التحتية في الأسواق من مبردات وثلاجات حفظ الأسماك والموازين و طرق عرض الأسماك وأدوات تغليب وتقطيع الأسماك وتدهور البيئة الصحية للأسواق مما أدى إلي خروج هذه السلعة من الدخل القومي وعدم تمثيلها في الاقتصادي الوطني.

1-2 أهداف البحث

تهدف الدراسة إلي التعرف علي مشاكل ومعوقات تسويق الأسماك بولاية الخرطوم.

الأهداف الفرعية تتمثل في:

1- معرفة مدي معوقات ومشاكل تسويق للأسماك.

2-معرفة مدي توفر البنيات التحتية للسوق المركزي بمحلية الخرطوم وسوق الموردة بمحلية ام

درمان

3-دراسة أسعار الأسماك والتكاليف التسويقية.

4- طرح بعض التوصيات لحل المشاكل

3-1 فرضيات البحث

1. عدم وجود أسواق مؤهلة ومطابقة للمواصفات والمقاييس.
2. عدم توفر البنيات، التحية بالسوق المركزي بمحلية الخرطوم وسوق المورد بمحلية ام درمان.
3. ارتفاع اسعار الاسماك والتكاليف التسويقيه يؤثر سلبا على الاستهلاك والانتاج.

4-1 حدود البحث المكاني والزمني

تمت الدراسة في ولاية الخرطوم، قسمت إلي منطقتين هما السوق المركزي بمحلية الخرطوم وسوق المورد أم درمان، نسبة للوارد الكبير إليهم من الاسماك . تقدر مساحه ولاية الخرطوم ب22 ألف كلم أي ما يعادل 4.7 مليون فدان وتقع ولاية الخرطوم بين خطي طول 31.2---34.45 درجة شرقا وخط عرض 15.8 ---16.40 درجة شمالا تجاور عدة ولايات نهر النيل، الشمالية، القضارف، النيل الأبيض، الجزيرة، شمال كرد فان الحد الزمني من 2016-----2017 .

5-1 مجتمع البحث

مجتمع البحث يتمثل في عينة في منتجين ومستهلكين الأسماك بمستوياتهم الاقتصادية المختلفة في ولاية الخرطوم .

6-1 طرق جمع البيانات والتحليل :

تم جمع البيانات من مصدرين :

المصادر الأولية: شملت الاستبانة ، المقابلة الشخصية مع المسؤولين وإدارات الأسماك بولاية الخرطوم وإدارات الاسواق بالولاية والملاحظة.

المصادر الثانوية : تمثلت في الشبكة العنكبوتيه (internet)، المجالات العلمية و السنمات والمؤتمرات.والدراسات السابقة والكتب

1-7 هيكلة البحث

يتكون البحث من خمس ابواب هي الباب الأول يشمل (المقدمة)، الباب الثاني (أدبيات البحث) ، الباب الثالث (منهجية البحث)،الباب الرابع (النتائج والمناقشة) والباب الخامس (والخلاصة و التوصيات).

الباب الثاني

أدبيات البحث

1-2 إنتاج الأسماك في السودان

يتكون سطح الأرض من 71% من المياه في البحار والمحيطات وباقي المسطحات المائية مثل البحيرات والينابيع العذبة بالإضافة إلي وجود المياه الجوفية السطحية والعميقة وتشكل المسطحات المياه الغنية بالإحياء المائية وألا سمك من أهم مصادر القوي للدولة التي يوجد بها المسطح المائي لان المسطحات المائية لها سمه سياسيه واقتصاديه تخدم مصالح البلد الموجودة فيه. (منظمة الأغذية والزراعة العالمية 2002)

يقع السودان وسط وشرق أفريقيا ويتمتع بوجود عدد من المسطحات المائية الواسعة والمتنوعة وأهمها نهر النيل الذي يقسم ارض السودان إلي شقين شرقي وغربي وينساب نحو رافديه النيل ولابيض والنيل الأزرق ليلتقيا في ولاية الخرطوم. ويلعب حوض وادي النيل دورا حيويا في حياة السودان عامة والخرطوم خاصة من هذا التنوع. مما جعل السودان أهلا لامتلاك ثروة سمكية هائلة من عدة أنواع من الأسماك ويمتلك مخزون سمكي كبير ، كما تعتبر الخزانات والبحيرات والسدود مناطق صالحة لإنتاج الأسماك تم تدعيم تلك الثروة السمكية بما يسمى بالاستزراع الحديث

تأتي مصادر الأسماك الأساسية والإنتاج السمكي من مصدرين أساسيين هما المصادر الداخلية من الأنهار والبحيرات وهي ذات امتداد كبيرة تصل إلي ألاف الكيلومترات ، بالإضافة إلي البحيرات الصناعية وأهمها لولاية الخرطوم من حيث الإنتاج بحيرة النوبة ، بحيرة خزان جبل أولياء ، خزان الروصيرص ، وخزان سنار ، سد مروى وخشم القرية. والمصائد الخارجية تتمثل في أنتاج الأسماك من شرق السودان علي ساحل البحر الأحمر والذي يبلغ طول ساحلة 710 كلم لكنه يعتبر موردا محدودا في إنتاج الأسماك بسبب ضعف الجرف القاري أضافه إلي خصوبة المياه بسبب ارتفاع الملوحة درجة الحرارة وازرة الثروة الحيوانية والسمكية ادارة التخطيط الخرطوم - السودان ورشة عمل .

السودان قطر مترامي الأطراف ومتعدد الخصائص الأيكولوجية والمناخية يمتاز بموارد مائية تحتوي علي ثروة سمكية هائلة 140 ألف طن / العام المستغل منها لا يتجاوز 30% يمثل القطاع التقليدي حوالي 90% من الإنتاج الكلي ويبلغ متوسط استهلاك الفرد 1.3 كجم / العام . المصائد الطبيعية السودانية تتمثل في نهر النيل ورافده (بمساحة كلية تقديرية 20000 كلم ومياه إقليمية علي ساحل البحر الأحمر (بطول 720 ومساحة كلية 916000)بلاضافة إلي الحفائر والخيران وقنوات الري تتميز جل هذه المصائد بأنها ذات طبيعة اعاشية (مصائد صغيرة)مع توفر هوامش مقدرة للاستثمار الكبيرة. برغم إن هنالك بعض التباين بين تداول الأسماك النيلية والبحرية إلا إن السمة العامة تكاد تكون متشابهة لحد كبيرة في بدائيتها وتقليديتها وجهل المتعاملين بها بأساليب وأنماط التداول المثالي السائد في كثير من الدول والذي يشمل توفير المناخ الصحي والمناسب ومعايير الحفظ والتبريد والتجهيز والتسويق المثالية حتي يتسنى للمستهلك الحصول علي سلعة عالية الجودة صالحة للاستعمال الآدم(الفاو 2002)

تعتبر الأسماك أحد أهم مصادر اللحوم البيضاء وتحتوي لحومها علي بروتينات معينة لا توجد في اللحوم الحمراء . لذلك هنالك أهمية في توافرها واستغلال وجودها في منطقة حوض النيل بوصول الي مخزون سمكي جيد يكفي حاجة السكان من اللحوم البيضاء ويكون ثروة للبلاد ، ومن ثم تحديد الكميات الإنتاجية وطرق التوزيع،وذلك أدي إلي وجود مراكز محلية تعمل علي تسويق الأسماك أيضا من خارج ولاية الخرطوم بمختلف أنواعها بكميات وطرق معينة ولكنها تواجه بعض المشكلات .

2-2 الأهمية الاقتصادية للأسماك

يكتسب قطاع الأسماك أهمية كبيرة كونه مصدرا لتداول سلعة لتغطية جانباً من الفجوة الغذائية ، مصدر دخل و تحسين حال المعيشة لبعض الشرائح للمجتمع ، يتيح فرص عمل لقطاعات واسعة من المجتمع في المجالات الأمامية والخلفية و الاستثمار في مجالات الصيد و التخزين و الترحيل و التسويق و التصنيع و الصادر، تسهم في زيادة الدخل القومي و تقليص الموارد من المنتجات السمكية من الأسواق الخارجية عن طريق تحسين استغلال الموارد و زيادة الإنتاج وتوفر بدائل الاستهلاك البروتين الحيواني مما ينتج فرص أكبر لتصدير اللحوم الحمراء و الحيوانات الحية .

كذلك تسهم الاسماك في التنمية الريفية من خلال التوسع في استزراع الأسماك الريفية في الحفائر (تجمعات مياه الأمطار).

تمثل قضايا الأمن الغذائي و محاربة الفقر و التنمية مجالات محورية و تحديات تستوجب تصويب الاهتمام و تكثيف الجهود ، و توظيف الموارد المتاحة و ترشيد استخدامها و ضمان استدامتها. و قطاع الأسماك في إطار القطاع الزراعي العريض بشقيه الزراعي و الحيواني يمثل رافداً هاماً كأحد البدائل المتاحة لتوفير البروتين الحيواني و إتاحة فرص العمل لقطاع واسع من المنتجات المحلية.

ان الاستثمار يعتبر عامل أساسي في عملية تنمية قطاع الثروة السمكية في السودان وهو ما يتماشى مع اتجاه الحكومة السودانية في إصدارها لقوانين الاستثمار التي شملت العديد من الحوافز والإعفاءات وتشجيع المستثمرين للدخول في المزيد من المشاريع الإنتاجية وقيام اسواق مركزية بمواصفات بخلاف الاسواق الموجودة وتقديم الخدمات داخل الاسواق وتشيد الرقابة الصحية والفنية علي الاسواق ((بدر الدين، 2006). السودان - الخرطوم - الادارة العامة للأسماك الاتحادية

وعلي الرغم من معدل التطور المتنامي بوتيرة متصاعدة في قطاع الأسماك الان الا أن المساهمة الحالية لقطاع الأسماك في الناتج المحلي الاجمالي لازلت متواضعة ناهيك عن مجارة تلبية الطلب المحلي المتزايد لسلعة الأسماك ، قياساً بالموارد المخترنة و الميزات التفضيلية التي يتمتع بها السودان من المياه المسطحة و الجوفية و الأراضي الشاسعة ، والموارد السمكية المتنوعة و الخبرات العملية و العلمية و غيرها من المعوقات و المحفزات الاستثمارية ، تمثل في مجملها قاعدة لتنمية و لتطوير الإنتاج من الأسماك و الأحياء المائية الاخرى من المصائد عن طريق الاستزراع.

عمليات الاستزراع السمكي التي تجري الآن هي واحدة من المحفزات التي تقدمها وزارة الثروة الحيوانية للقطاع الخاص لتوجيه رؤوس أمواله لهذا الجانب، الآن ولاية الخرطوم لديها تجارب ناجحة مع القطاع الخاص في الاستزراع السمكي (بدر الدين ، 2006).

2-3 استهلاك الاسماك في السودان

ينتظر من الموارد السمكية السودانية أن تلعب دورا حيويا في إمدادات السوق المحلي بالبروتينات الحيوانية الزهيدة الثمن . يلاحظ أن في السنوات الأخيرة اتجهت تفضيلات المستهلك السوداني نحو لحوم الأسماك و الدواجن بدلا عن اللحوم الحمراء رغم أن مستويات الأسعار لهذه الأخيرة نفس أسعار السمك . وتبرز المعطيات الرقمية أن اكثر من ثلثي الإنتاج يتم تسويقه في ولاية الخرطوم وان مستويات استهلاك السمك تتراوح في المتوسط ما بين 1 الى 1.5 كلغرام للفرد سنويا بالإضافة إلى ذلك في أن نسبة الاستهلاك تختلف حسب التوزيع الجغرافي متباينا حيث تصل مستويات متوسطة إلى مرتفعة على الشريط النيلي وتتلاشى بسرعة بل وتختفي أحيانا كلما اتجهنا نحو غرب البلاد في المقابل لازال السودان يستورد حوالي 1000طن في عام 2015) حسب إحصائيات وزارة الزراعة الثروة الحيوانية والري ولاية الخرطوم (. الا انه منعت اخيرا في الاصلاحات الاقتصادية .وفي الاونة الاخير انتشرت مطاعم الأسماك بشكل ملحوظ في لاية الخرطوم وبعض ولايات السودان المختلفة مما يعني تغير العادات والثقافات الغذائية للمواطنين إلى زيادة الاستهلاك من الأسماك واتجة بعض التجار تقليت الأسماك في شكل شرائح وتعبئتها في اطباق وتقدم إلى المحلات التجارية بديلة للأسماك المستوردة .وهذا شكل في ازياذ العرض والطلب ،مما يؤكد الإقبال المتزايد على المنتجات السمكية في السوق المحلي و اشتداد المنافسة بين الطلب والعرض،

2-3-1 أنواع الأسماك

اسماك البلطي وهي سمكة سعبية في المقام الاول وهي صاحب المقام الاول في عملية تسويق الاسمام وباسعارها التي أضحت دون متناول المستهلك السوداني ، ا سمك القرموط التي كانت سمكة غير مرغوب فيها أصبحت الآن من أهم الأسماك وفي أسواق الجملة الشاطئية .

2- 4 مقومات تسويق واستهلاك الأسماك في السودان

السودان بلد أفريقيومساحته (1.882.000 كيلومتر مربع) وذلك بعد الانفصال وعدد سكانه في آخر تعداد عام 2008م بلغ حوالي (33.419.625 مليون نسمة)، ويزداد عدد السكان بمعدل (3%) في العام تقريباً. يتمتع السودان بإمكانات هائلة تشكل في مجملها مكونات هيكلية أساسية لبناء قاعدة هامة لتطوير إنتاج وتسويق اسماك المياه العذبة والمالحة على السواء.(الجهاز المركزي للإحصاء 2011)

المياه العذبة في السودان (انهار، خزانات، بحيرات) في حدود مليون هكتار بطول كلي للنيل وفروعه في حدود 6400 كلم، هنالك أيضا العديد من الخيران والترع بالمشاريع الزراعية الرائدة بمساحات من بضع آلاف من الأمتار المربعة ومياه جوفية بعشرات المليارات حجما والأعماق بي (11-20 متراً).وعلى الجانب الآخر للسودان ساحل على البحر الأحمر بطول (720 كيلو مترا تتخلله العديد من المضائق والخلجان والمراسي، وتبلغ المساحة التي يقل عمق المياه بها عن (200) متراً وعلى امتداد الساحل حوالي (9800) كيلو متر مربع وعشر هذه المساحة بالتقريب يقل العمق فيه عن (10) أمتار وتعتبر هذه من أجود الأماكن الصالحة للاستزراع السمكي المائي بالمياه المالحة السودانية الفاوة(Christopher Breuil1998)

2-5 تسويق الأسماك

التسويق هو توزيع الإنتاج من الأسماك في مراكز معينة ورئيسية ومنها إلي فرعية في الخرطوم علي حسب مقاييس العرض والطلب والسياسيات الحكومية المفروضة علي ذلك.وتتضح أهميه التسويق و التوزيع لأنها ترتبط بالإنتاج ارتباطا واضحا فكلما كان الإنتاج كبيرا احتياج إلي طرق تسويقية ونظام جيد للتوزيع حتي تصل إلي المستهلك بالشكل المطلوب بدون أن يحدث لها أي ضرر(شيماء، 2009). تعتبر الموارد المائية ذات ثروات غير متجددة تنضب بسهولة وبسرعة بل تؤثر علي أحجامها وتنوعها مؤثرات خارجية تتعلق بالبيئة المحيطة بها.تستخدم الاسماك عادة في السودان وهي طازجة في حين إن الاسماك سريعة التلف مما يتطلب في عملية نقل وتوزيع الاسماك الكاملة أو الفيلتو المعرفة والإلمام بطرق نقل وتداول هذه

السلعة(عبد الوهاب مزمل 2013).عادة يتم نقل الاسماك في عربات مخصص لذلك الغرض ، بعد وضع الاسماك في الثلج بطريقة خاصة يتم حفظها الي حين وصولها الي اماكن البيع .قنوات التسويق تعرف القناة التسويقية بكونها سلسلة منسجمة وموحدة من المتدخلين و العمليات و الحلقات التسويقية التي تمتد من الصياد إلي المستهلك .

ويمتاز السودان بتعدد و تنوع القنوات التسويقية لمنتجات الصيد بحيث تستطيع هذه القنوات ذات القدرة العالية على التأقلم وتلبية احتياجات شرائح متعددة من المستهلكين ذو الرغبات المتباينة . وبالتالي فقد تتعايش في نفس الوقت وفي نفس المكان انظمه تسويق جيدة مختلفة بدءا بالاستهلاك الذاتي و وصولا إلى المراكز التجارية الكبرى و مروراً بقنوات التسويق القصيرة و قنوات القطاع الخاص غير المنظم.تتطلق أهم قنوات التسويق الأسماك الداخلية من شواطئ النيل وروافده لتغذي مناطق السودان التي تقع علي النيل وروافده تعرف خصوصا على مستوى تغطية الطلب. وتتسم هذه القنوات بكونها طويلة نسبيا بالمقارنة مع تلك التي تتطلق من مناطق الصيد على الساحل النيلي. كل الإمدادات تجد لها مشتريا في السوق المحلي بل أن الجهة النيلية تلبى عجزها بالجوء إلى البحيرات والسودود التي تعطي فائضا إنتاجيا . أما على الساحل النيلي فيقوم تجار الجملة بتزويد السوق المحلي للاستهلاك بالاسماك الطازج علاوة على أمداد المدن الكبيرة مثل العاصمة وعواصم الولايات .لا تحظى المناطق الصيد ألا على الجزء اليسير من الإمدادات نظرا لضعف الطلب و لضعف القدرة الشرائية.

إما بالنسبة لانتاج الاستزراع السمكي فيكون عادة السوق قريب من أماكن المزارع ويستأجر المنتجون العربات لحمل الاسماك الي أماكن تسويقها . للحديث عن الأسواق الكبرى للأسماك بولاية الخرطوم كان من المهم التطرق إلي موضوع حماية وتطوير هذا القطاع ومعرفة العرض والطلب والاستهلاك في تلك الأسواق داخل الولاية . فساكن ولاية الخرطوم عددهم 8 مليون نسمة والوارد من الأسماك لولاية الخرطوم خلال عام 2015 حسب إحصائيات أداره الأسماك بوزارة الزراعة والثروة الحيوانية والري 15000 ألف طن الأسماك أي بمعدل استهلاك الفرد من الأسماك 1.9 كيلو . أن الطلب على سلعة الاسماك موجود وان السكان في استطاعتهم استيعاب أي زيادة في العرض والذي اتجهت بعض الشركات لتوفيرها عبر الاستيراد من خارج السودان، تسهم الولايات الاخرى في أمداد أسواق ولاية الخرطوم بسلعة الاسماك بحوالي

80% من جملة الإمداد فيما توفر المسطحات المائية داخل الولاية حوالي 14% ويتم توفير النسبة المتبقية من الاستزراع السمكي 1% (إحصاء وزارة الزراعة والثروة الحيوانية ولاية الخرطوم لعام 2015)

أسعار الاسماك يتحكم فيها الوسطاء داخل الاسواق بدون تقديم اي خدمات تسويقية بالاضافة الي العرض والطلب وخاصة في مواسم الوفرة (الصيف والخريف) وفي موسم الندرة في فصل (الشتاء).

الوسطاء هم من يتحكمون في أسعار سلعة الاسماك وهم الذين يحددون السعر بدون اي خدمات تذكر وهذه السلعة تمر بأكثر من وسيط في السوق بفرض قيمة مالية علي الكيلو تتراوح بين جنيه الي خمسة جنيهات(الادارة العامة للاسماك بولاية الخرطوم 2015م) بالاضافة الي إن هنالك عمليات تتم داخل السوق من فرز للأسماك ووزنها تخصم تكاليفها من المنتج..

يتوقف نجاح تسويق الأسماك على الظروف الخاصة به فاختيار المكان المناسب له أهمية وإنشاء أسواق مطابقة للمواصفات لتفادي الأخطاء التصميمية و التجارية ولا يجب إغفال المخاطر التجارية، للمحصول كله،

2-6 المشاكل التسويقية للأسماك

هنالك عديد من المشاكل في هذا القطاع أدت إلي عدم توفر مناطق مركزية لتسويق الثروة السمكية ولا توجد مناطق بعينها لهذا الغرض ، و حتي التي موجودة تم أغلقها من قبل المحلية و غيرها من السياسات غير السليمة التي أدت إلي إغلاق الأسواق الموجودة و التي لم تكن في حد ذاتها أسواق مركزية بهذا القدر و هذا ما يؤدي إلي فاقد كبير في الثروة السمكية يقدر بحوالي 30%(بدر الدين 2006)، و أيضا تقفد لمصانع الثلج و المخازن المبردة ، وصعوبات عمليات النقل و ضعف و تدهور السكة الحديد التي كانت تسهم بصورة كبيرة في نقل المنتج من الأسماك و خاصة التي تنتج في بحيرة النوبة بالولاية الشمالية ذات الإنتاج العالي. و من المعوقات أيضا ضعف الاستثمارات و التسويق و الإعلان و عدم وجود أسواق مؤهلة و متخصصة للتسويق السمكي ، بالإضافة إلي العادات الاستهلاكية ، و هي أن السودانيون يحبون تناول اللحوم الحمراء .

2-6-1 الوسطاء

يمكن تصنيف وسطاء التسويق إلى ثلاث فئات : الموردون وتجار الجملة وتجار التجزئة لكل فئة من التجار مهمة مختلفة لكن مكملة بحيث يتخصص كل من هؤلاء في قطاع تسويق وبالتالي يقوم بملائمة إستراتيجية ووسائل عملة لهذا القطاع . ينتظم جل الموردون في معسكرات صيد في غالب الأحيان يكون المورد صيادا أو تاجر سابقا قام باستثمار خبرته ورصيده المهني من اجل ربط تعاقدات لا شكلية مع الصيادين الحرفيين المنتشرين بمراكز الصيد المعزولة . ويلعب الموردون دورا كبيرا في توازن السوق وذلك بتجميع الكميات المعروضة من قبل الصيادين المتناثرين على ولايات السودان المختلفة كما يقوم المورد بتغطية جميع احتياجات الصياد المهنية مقابل شراء الأسماك المصاذه بشكل حصري وبشروط تفضيلية و يتمركز تجار الجملة في الأسواق الكبيرة داخل المدن لكن في الغالب الأعم هم سماسرة خاصة في أسواق ولاية الخرطوم المركزي والموردة . و تنتمي هذه الفئة من التجار الي جملة اكبر حجما إذا تتمتع بإمكانات فنية و مالية معتبرة مما يمكنها من الاشتغال على قطاعات سوقية واسعة و متنوعة مع الإبقاء على تواجدتها بالقرب من أسواق الجملة الكبيرة التي تمثل موردها الأساسي من الإمدادات يقوم تجار التجزئة بمهمة التوريد المباشر للمستهلكين المنتشرين بالحضر و الأرياف . ونظرا لقلّة إمكانياتهم المالية و اللوجستية يتخصص هؤلاء في قطاعات سوقية منحصرة من حيث الانتشار الجغرافي ومحددة من حيث خصائص القطاع . ويقوم تجار التجزئة المتخصصين في الأسواق الريفية بأدوار حيوية تتمثل في تزويد السكان بالأسماك الطازجة و بالتالي في الإسهام في سد العجز القائم على مستوى الاحتياجات ألي البروتينات الحيوانية . تعدد وتنوع وكلاء التسويق و شبكات التوزيع يتباين بقوة مع طرق التجهيز التي تبقى جد بسيطة بحيث لا تتضمن السلع المروجة قيمة مضافة تذكر وخصوصا عند المراحل وهي تغليت الأسماك . اما السماسرة هم وسطاء داخل قطاع تسويق الأسماك يقومون بوضع مبالغ مالية علي سعر الكيلو الواحد بدون تقديم أي خدمات تذكر داخل السوق وينتمون إلي فئة تجار الجملة وهم يتحكمون في أسعار الأسماك . من المميزات الرئيسية لقطاع تسويق الاسماك السودانية حالة التركيز المفرط لرؤوس الأموال ولخصص السوق و خصوصا على مستوى أسواق الجملة الشاطئية .وكنتيجة لهذا الوضع تتضخم هوامش الربح على حساب المستهلك .و مما يعزز هذا الوضع بالنسبة للسوق التي تتسم بقلة المشتريين الأوليين (تجار الجملة) في مقابل عدد البائعين وحتى يتسنى لهم حماية هيمنتهم على سوق الجملة يلجأ تجار الجملة إلى سلوكيات تنافى سلوكيات المنافسة السلمية كاتحادات الاحتكار.(ادم نصر 2016)

2-6-2 البنيات التحتية للأسواق

2.2.6.1 السوق المركزي - الخرطوم

تتم معظم الصفقات التجارية في السوق المركزي بمحلية الخرطوم حيث يعتبر سوق الجملة الأول في السودان ، مساحة السوق المركزي حوالي 12000 متر مربع ويتكون من الآتي:-

1- منطقة الإنزال وبها مكتب الغرفة التجارية للأسماك ومصلي وتوجد بها ثلاثيات لحفظ الأسماك المتبقية من عمليات البيع المباشر للمستهلكين مساحة منطقة الإنزال حوالي 4000 متر مربع غير مجلدة الاسمنت

2-منطقة تجار الجملة والتجزئة وهي اسمنتية وبه يقوم تجار التجزئة في الصباح الباكر يعرض أسماكهم إلي المستهلكين والقلايين في الإحياء ومساحة هذه المنطقة 4000 متر مربع

3- الجملون وهو عبارة عن جملون من الزنك به مساطب في شكل دكاكين تحتوي كل مسطبة علي أربعة دكاكين مجمل الدكاكين حوالي 96 دكان وهي لتاجر التجزئة

4- منطقة النظافة أو عمليات تغليت الأسماك وبها عدد من الترابيز حوالي 24 كل ترابيزة يكون أربعة عمال نظافة،وهي أهم حلقات سلسلة تسويق الأسماك في السودان وبالأخص في ولاية الخرطوم (ادارة الأسماك ولاية الخرطوم 2015)

2-7-2-2 سوق المورد

يقع سوق المورد في محلية ام درمان وهو من اقدم اسواق الأسماك في ولاية الخرطوم ويتكون من الآتي :

1- منطقة انزال مساحة تقدر بحوالي 200 م مربع مسفطة وبها تصريف وهي المنطقة التي يتم فيها بيع الأسماك بالمحلة

2- منطقة الجملون تتكون من 24 مسطبة كل مسطبة تتكون من اربعة دكاكين يوجد بها صرف الصحي وسيراميك لكنها غير مطابقة للمواصفات وألان غير مستعملة .

3- منطقة النظافين تتكون من تربية لنظافة الأسماك وبها مجاري لتصريف المياه نظرا لغياب اضعف شبكة التوزيع من مبردات

2-6-3 التكاليف التسويقية

دارسة التكاليف التسويقية وتحليها من اهم مجالات الدارسات التسويقية حيث من خلالها يتحدد نصيب المنتج من السعر الذي يدفعه المستهلك النهائي كما يتحدد نصيب الوطاء ، ليس هذا فقط بل ان التكاليف التسويقية تعكس مدي كفاءة الجهاز التسويقي ، وقد يدل ارتفاع التكاليف التسويقية علي انخفاض الكفاءة التسويقية والعكس في حالة انخفاض تلك يعكس كفاءة تسويقية عالية . وينطبق ذلك علي كل عملية اوظيفة تسويقية علي حدة

تعرف التكاليف التسويقية بانها الفرق بين السعر الذي يدفعه المستهلك النهائي للوحدة من السلعة او المنتج ، والسعر الذي يتسلمه المنتج لتلك الوحدة من السلع او المنتج

اذن (التكاليف التسويقية = سعر المستهلك النهائي - سعر المنتج)

تتكون التكاليف التسويقية من تكاليف العمليات التسويقية للسلعة مثل تكاليف النقل ، والفرز ، والتدريج ، والتخزين ، والتعبئة ، مضافا اليها ارباح او خسارة الوطاء ، وهو ما يطلق عليه الها مش التسويقي او المصرفات التسويقية او الانتشار السعري

اذن التكاليف العمليات التسويقية = المصرفات التسويقية - ارباح الوطاء المصرفات التسويقية + خسارة الوطاء

الباب الثالث

منهجية البحث

3-1 منطقة الدراسة ولاية الخرطوم

تقع ولاية الخرطوم في وسط السودان يحدها من الجهة الشمالية الشرقية ولاية نهر النيل ومن الجهة الشمالية الغربية الولاية الشمالية ومن الجهة الشرقية والجنوبية الشرقية ولايات ولاية كسلا وولاية القضا رف و ولاية الجزيرة. مدينة الخرطوم من موقع البروفسور محمد إبراهيم أبو سليم (2016) ، أي تقع ولاية الخرطوم في الجزء الشمالي الشرقي من أواسط البلاد في قلب السودان عند التقاء النيلين النيل الأبيضبالنيل الأزرق ليكونا نهر النيل تقع الولاية بين خطي طول 34-5,31 شرقاً وخطي عرض 15-16 شمالاً تقريباً. موقع حكومة ولاية الخرطوم.

3-2 السكان

يقطن الولاية حوالي 8 مليون نسمة يمثلون كافة ألوان الطيف الإثني والسياسي والاجتماعي والثقافي بالسودان ويتوزعون على سبع محليات إدارية . اكثر من ثلثي السكان نزح إلى هذه الولاية من ولايات السودان الأخرى وأصبحت الولاية الآن ذات كثافة سكانية عالية تكاد تصل إلى ربع عدد السكان في البلاد صفحة ولاية الخرطوم (2016).

3-3 النشاط الاقتصادي

معظم السكان هم من العمال وموظفي دواوين الدولة والقطاع الخاص والبنوك ، كما أن هناك شريحة كبيرة من أصحاب الأعمال الذين يعملون في التجارة وشريحة أخرى يمثلها المهاجرين والنازحين تعمل في بعض الأعمال الهامشية، أما سكان الريف فيعملون بالزراعة والرعي ويمدون

العاصمة الخرطوم بالخضر والفاكهة والألبان، وهناك أيضاً بعض السكان الذين يسكنون علي ضفاف النهر ويمارسون صناعة الفخار والطوب وصيد الأسماك. صفحة ولاية الخرطوم (2016).

3-4 أسواق الاسماك بالولاية الخرطوم

هنالك العديد من أسواق الاسماك بولاية الخرطوم مثل سوق الكلاكلة القبة وسوق جبل أولياء وسوق ابوادم وأهمها السوق المركزي للأسماك بمحلية الخرطوم وسوق الموردة بمحلية ام درمان ذلك لان كمية الاسماك الواردة إليها من ولايات السودان المختلفة كبيرة وايضا لوجود عدد كبير من المستهلكين.

3-4-1- السوق المركزي للأسماك

يقع في محلية الخرطوم في مساحة تقدر بحوالي 4000 متر وهو اكبر سوق اسماك بولاية الخرطوم ويتمتع بمعظم الوارد من الأسماك من الولايات السودان المنتجة للأسماك من المصادر الطبيعية ومزارع الأسماك والسدود الصناعية

3-4-2 سوق الموردة

يقع سوق الموردة في محلية ام درمان وهو من اقدم اسواق الأسماك في لاية الخرطوم وهو يستقبل معظم انتاج ولاية الخرطوم من الطازجة ومناطق الصيد القريبة الية في الولايات الاخرى ونوعية تباع طازجة وله رواد من المستهلكين

3-5 طرق جمع وتحليل البيانات

3-5-1 طرق جمع البيانات الأولية

تم جمع البيانات الأولية باستخدام نوعين من العينات .العينه الاولي لدراسة المشاكل والمعوقات العامة لتسويق الاسماك وذلك باستخدام العينة العشوائية البسيطة وقد صمم استبيان ووزع علي 25 مستهلك و25 منتج عشولنيا بالسوقين - اما لدراسة البنيات التحتية ومقارنة بعض المتغيرات الاخري تم جمع البيانات عن طريق العينة الطبقية حيث قسمت منطقة الدراسة الي طبقتين ومن ثم صمم استبيان وزع عشوائيا علي 20 مبحوث من كل طبقة.

3-5-2 أدوات جمع البيانات:

1. المصادر الأولية: تمثلت في الإستبانة، الملاحظة و المقابلة الشخصية الحوارات.
- 2.المصادر الثانوية : تمثلت في الشبكة ألعنكبوتيه (internet)، المجلات العلمية والدوريات .

3-5-3 الأساليب الإحصائية المستخدمة.

لتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المقاييس الإحصائية التالية:

1. التوزيع التكراري .
2. النسب المئوية.
3. اختبار ت t test

الباب الرابع

النتائج والمناقشة

هذا الباب يتناول تحليل ومناقشة النتائج التي تم الحصول عليها من خلال الاستبيان

4-1 السمات الشخصية

4-1-1 المستهلكين

4-1-1-1 المستوى التعليمي

جدول (4-1)

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
36%	9	أساس اوابتدائي
28%	7	ثانوي
28%	7	جامعي
8%	2	فوق الجامعي
100%	25	المجموع

ومن هذا الجدول يتضح ان معظم المستهلكين الذين يرتادون اسواق الأسماك من الفئة المتعلمة

(64%) من الثانوي فما فوق .واغلب فئة من الاساس والابتدائي واقل فئه من فوق الجامعين لان

فئة فوق الجامعين لا يذهبون الاسواق لشراء جوائجهم بل يذهب اشخاص اخرون عنهم

4.1.1.2 الجنس

جدول (4-2)

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
%72	18	ذكر
%28	7	أنثي
%100	25	المجموع

من الجدول يتضح ان معظم المستهلكين الذين يرتادون السوق من فئة ذكور .مراعاة مسافات

لصيد داخل الولاية

3-1-1-4 المهنة

جدول (3-4)

النسبة المئوية	التكرار	المهنة
28%	6	اعمال الحرة
24%	6	تاجر
28%	7	إعمال حرة
24%	6	موظف
100%	25	المجموع

معظم المستهلكين الذين يرتادون اسواق الأسماك يمارسون مهن مختلفة. اكثرهم الاعمال الحرة

وذلك لعدم التقييد الزمني ونسبة الدخل بالمهن الاخرى قيد الدراسة

4-2 التداول والتسويق

4-2-1 اسعار الاسماك

جدول (4-4)

النسبة المئوية	التكرار	اسعار الاسماك
%68	17	غير مقبولة
%32	8	مقبولة
%100	25	المجموع

68% من المستهلكين يعتبرونها غير مقبولة وعليه يتضح ان معظم المستهلكين يعتبرون ان الاسعار غير مقبولة لديهم . وهذا ما اكدته الادارة العامة لاسماك بولاية الخرطوم 2015م بان اسعار الأسماك بولاية الخرطوم غير مقبولة وهذا ما اكدته الادارة العامة لاسماك بولاية الخرطوم بان الوسطاء يتجكمون في الاسعار بدون تقديم خدمات

2-2-4 تأثير الوسطاء :

جدول (4-5)

النسبة المئوية	التكرار	تأثير الوسطاء
68%	17	كبير
32%	8	معقول
100%	25	المجموع

من الجدول (4-5) يتبين أن 68% من المستهلكين وضحو ان هنالك تأثيرا كبيرا من الوسطاء علي الأسعار الاسعار هذا الجدول يتضح ان التأثير الكبير من الوسطاء علي الاسعار وهذا ما اكدته الادارة العامة للاسماك بولاية الخرطوم 2015 بان الوسطاء يتحكمون في الاسعار بدون تقديم خدمات

3-2-4 شراء الاسماك:

جدول (4-6)

النسبة المئوية	التكرار	شراء الأسماك من المنتج مباشرة
%72	18	لا
%28	7	نعم
%100	25	المجموع

هذا الجدول يتضح معظم المستهلكين لا يشترون الأسماك من المنتج مباشرة مما يؤدي

لرفع الاسعار وعدم التحكم في النوعية

4-2-4 تحكم الوسطاء في السوق

جدول (4-7)

النسبة المئوية	التكرار	تحكم الوسطاء في السوق
72%	18	مباشر
28%	7	غير مباشر
100%	25	المجموع

من الجدول (4-7) يتبين ان 72% من المستهلكين اكدوا تحكم الوسطاء في السوق بطريقة

مباشرة (72%). وهذه النتيجة تتفق مع توصلت الية الادارة العامة للاسماك 2015م

4-2-5 تأثير الوسطاء علي تداول الاسماك

جدول (4-8)

النسبة المئوية	التكرار	تأثير الوسطاء علي تداول الأسماك
%84	21	مباشر
%16	4	غير مباشر
%100	25	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الإستبانة، 2016م.

من الجدول (4-8) يتبين ان 84% المستهلكين وضحو ان الوسطاء يؤثرون تأثيرا مباشرا في تداول الأسماك وانهم متأثرون منهم وهذه النتيجة تتفق مع توصلت الية الادارة العامة للاسماك

2015م

4-2-6 تأثير الوسطاء على الطلب

جدول (4-9)

النسبة المئوية	التكرار	تأثير الوسطاء علي الطلب
52%	13	مباشر
48%	12	غير مباشر
100%	25	المجموع

من الجدول (4-9) يتبين ان 52% من المستهلكين وضحو ان تأثير الوسطاء على الطلب

تأثيرا مباشرا مما يؤثر عليهم سلبا متاثرين من تأثير الوسطاء على الطلب وهذه النتيجة تتفق

مع توصلت الية الادارة العامة للاسماك 2015م

4-2-7 نوع اسواق الاسماك

جدول (4-10)

النسبة المئوية	التكرار	النوع
80%	20	غير نموذجية
20%	5	نموذجية
100%	25	الجملة

من الجدول (4-10) يتبين ان 80% من المستهلكين وضحو ان اسواق الأسماك غير

نموذجية .وهذا يتفق مع ما وضحة بدر الدين (2006)

4-2-8 رقابة الاجهزة الفنية على جودة الاسماك

جدول (4-11)

النسبة المئوية	التكرار	رقابة الاجهزة الفنية
%72	17	غير مقبولة
%28	8	مقبولة
%100	25	الجملة

ومن هذا الجدول يتضح ان معظم المستهلكين يرون ان رقابة الاجهز الفنية على جودة الأسماك

غير مقبولة . وهذا يتفق مع ماوضحة بدر الدين (2006)

جدول (4-12)

الطلب على الاسماك	التكرار	النسبة المئوية
ضعيف	15	60%
جيد	9	36%
عالي	1	4%
الجملة	25	100%

من الجدول (4-12) يتبين إن 60% من المستهلكين طلبهم على سلعة الاسماك بينما 4% من المستهلكين اكدوا ان طلبهم على سلعة الاسماك عالي ومن هذا الجدول يتضح ان معظم المستهلكين طلبهم على الاسماك ضعيف. وذلك لان اسعار الاسماك غير مقبولة كما في الجدول (4-11) بالاضافة الي ان المستهلك السوداني يفضل اللحوم الحمراء كما ذكر بدر الدين

(2006)

4-1-1-13 تقديم الخدمات داخل أسواق الاسماك

جدول (4-13)

النسبة المئوية	التكرار	تقديم الخدمات
56%	14	ضعيف
40%	10	جيد
4%	1	عالي
100%	25	الجملة

من الجدول (4-13) يتبين ان 54% من المستهلكين يرون الخدمات داخل الاسواق ضعيفة بينما 4% فقط من المستهلكين يرون الخدمات داخل الاسواق ممتازة او تقدم بصورة عالية ومن هذا الجدول يتضح أن معظم المستهلكين يرون ان تقديم الخدمات داخل الاسواق ضعيفة . هذا ما ذكره بدر الدين (2006م)

11-2-4 جودة الاسماك

(4-14)

النسبة المئوية	التكرار	جودة الاسماك
%60	15	جيدة
%24	6	ضعيفة
%16	4	ممتاز
%100	25	المجموع

من الجدول (4-14) يتبين 60% من المستهلكين يرون ان الاسماك جيدة الجودة، 24% معظم

المستهلكين يعتقدون ان جودة الأسماك جيدة . وغير ممتازة لعدم توفر وسائل التبريد والحفظ

الجيد وقصر القنوات التسويقية كما وضحة عثمان سعيد 2012

جدول (4-15)

النسبة المئوية	التكرار	المشاكل
72%	18	الاثين معا
12%	3	عدم مطابقة الاسواق للمواصفات
16%	4	كثرة سماسة
100%	25	المجموع

من الجدول (4-15) يتبين أن 62% من المستهلكين يرون ان مشاكل شراء الأسماك تتمثل في وجود السماسة وعدم المطابقة الاسواق للمواصفات اما 16% فقط من المستهلكين يرون ان مشاكل شراء الأسماك تتمثل في وجود السماسة ومن هذا الجدول يتضح ان عدم مطابقة الاسواق للمواصفات وجود السماسة داخل الاسواق هما المشكلتان الاساسيتان لعملية الشراء. وهذا يتفق مع ادارة العامة للاسماك بولاية الخرطوم (2015) ان هنالك تحكم وتأثير مباشر من الوسطاء علي سلعه الأسماك وايضا اكدة بدر الدين (2006) ان معظم اسواق الأسماك غير مطابقة للمواصفات .

5- المنتجون

5-1 السمات الشخصية

5-1-1 المستوى التعليمي

جدول (5-1)

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
64%	16	أساس/ابتدائي
20%	5	ثانوي
12%	3	جامعي
6%	1	فوق الجامعي
100%	25	المجموع

من الجدول (5-1) يتبين أن 64% من المنتجين مستوى تعليمهم اساس او ابتدائي ومن هذا الجدول يتضح ان معظم المنتجين مستوى تعليمهم ضعيف اساس او ابتدائي ربما لطبيعة العمل

5-1-2 الجنس

جدول (5-2)

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
%100	25	ذكر
%0	0	انثي
%100	25	المجموع

من الجدول (5-2) يتبين أن 100% كل المنتجين ذكور

3-1-5 المهنة الرئيسية

جدول (3-5)

النسبة المئوية	التكرار	المهنة
64%	16	تاجر
24%	6	موظف
12%	3	إعمال حرة
0%	0	ربة منزل
100%	25	المجموع

من الجدول (3-5) يتضح ان معظم المنتجين تجار (64 %) في المجال

4-1-5 تأثير الوسطاء علي تداول الاسماك

جدول (4-5)

النسبة المئوية	التكرار	تأثير الوسطاء
68%	17	مباشر
32%	8	غير مباشر
100%	25	المجموع

من الجدول (4-5) يتبين أن 68% من المنتجين متأثرين من الوسطاء تأثيرا مباشرا في عملية تداول الأسماك. وهذا يتفق مع ادارة العامة للأسماك بولاية الخرطوم (2015) ان هنالك تحكم وتأثير مباشر من الوسطاء علي سلعه الأسماك وايضا مع بدر الدين (2006)

5-1-5 تأثير الوسطاء علي الطلب

جدول (5-5)

النسبة المئوية	التكرار	تأثير الوسطاء علي الطلب
%68	17	مباشر
%32	8	غير مباشر
%100	25	المجموع

من الجدول (5-5) يتبين أن 68% من المنتجين وضحو ان الوسطاء يؤثرون تأثيرا مباشرا على الطلب . وهذا يتفق مع ادارة العامة للاسماك بولاية الخرطوم 2015 ان هنالك تحكم وتأثير مباشر من الوسطاء علي سلعه الأسماك .

5-1-6 مكان حفظ الاسماك في حالة عدم البيع

جدول (5-6)

النسبة المئوية	التكرار	مكان حفظ الأسماك في حالة عدم البيع
%76	19	لا يوجد مكان للحفظ
%24	6	يوجد مكان للحفظ
%100	25	المجموع

من الجدول (5-6) يتبين أن 76% من المنتجين لا يوجد لديهم مكان لحفظ الأسماك في حالة عدم البيع أما 19% من المنتجين فقط يوجد لديهم مكان لحفظ الأسماك في حالة عدم البيع ومن هذا الجدول يتضح ان معظم المنتجين لا يملكون اماكن لحفظ الأسماك داخل الاسواق في حالة عدم البيع.

5-1-7 رقابة الأجهزة الفنية

الجدول (5-7) رقابة الأجهزة الفنية

رقابة الاجهز الفنية	التكرار	النسبة المئوية
مقبولة	14	%56
غير مقبولة	11	%44
المجموع	25	%100

من الجدول (5-7) يتبين أن 56% من المنتجين يؤكدون ان الرقابة من الاجهزة الفنية على اسواق الاسماك مقبولة ومن هذا الجدول يتضح ان معظم المنتجين يرون ان الرقابة من الاجهزة الفنية مقبولة. هذا ما اكده بدر الين (2006).

8--1-5 نوع الطلب علي شكل الاسماك

الجدول (5-8) نوع الطلب علي شكل الاسماك

النسبة المئوية	التكرار	نوع الطلب علي شكل الأسماك
60%	15	كامله
40%	10	مفلتة/شرائح
100%	25	المجموع

من الجدول (5-8) يتبين أن 60% من المنتجين يبعون اسماكهم كاملة و المنتجين يبعون ومن هذا الجدول يتضح ان معظم المنتجين يبعون اسماكهم كاملة لان كل المستهلكين يحبون

الأسماك كاملة

5-1-9 مصدر انتاج الأسماك:

الجدول (5-9)

النسبة المئوية	التكرار	مصدر انتاج الأسماك
52%	13	النيل وروافده
32%	8	سدود
16%	4	مزارع
100%	21	الجملة

من الجدول (5-9) 52% من انتاج المنتجين يأتي من النيل وروافده (صيد طبيعي) من هذا

الجدول يتضح ان مصدر انتاج الاسماك الرئيسي للمنتجين هو النيل وروافده.

5-1-10 مكان انتاج الاسماك

الجدول (5-10) انتاج الاسماك من داخل ولاية الخرطوم او خارجها

النسبة المئوية	التكرار	مكان الانتاج
92%	23	خارج الولاية
8%	2	داخلالولاية
100%	25	المجموع

من الجدول (5-10) يتبين أن 92% من انتاج الاسماك ياتي من خارج ولاية الخرطوم ا ومن هذا الجدول يتضح ان معظم الإنتاج الذي يغذي اسواق الاسماك بولاية الخرطوم ياتي من خارج الولاية. هذا ما كدته ادارة الأسماك 2015 بان الورد من داخل الولاية يساوي 8%. الخرطوم منطقة تسويق فقط وليس انتاج مما تشير لاهمية الاستزراع السمكي بالولاية

5-1-11 ربحية انتاج الأسماك

الجدول (5-11) ربحية انتاج الأسماك

النسبة المئوية	التكرار	ربحية انتاج الأسماك
%64	16	مربحه
%36	89	غير مربحه
%100	21	المجموع

من الجدول (54-11) يتبين أن 64% من المنتجين وضحو ان انتاج الأسماك مربح

الجدول (4-27) عدد الوسطاء

عدد الوسطاء	التكرار	النسبة المئوية
اكثر من اثنين	12	%48
اثنين	8	%32
واحد	5	%20
المجموع	25	%100

من الجدول (4-27) يتبين أن 48% من المنتجين وضحو ان عدد الوسطاء الذين يعملون في سوق الاسماك اثنين.و من هذا الجدول يتضح ان هنالك اكثر من وسيط يعمل ما بين المنتج والمستهلك(76%). وهذا ما اوردته الادارة العامة للاسماك بولاية الخرطوم (2015) بان هنالك تحكم وتأثير مباشر من الوسطاء علي سلعه الأسماك وايضا اكدة بدر الدين (2006) ان معظم اسواق الأسماك غير مطابقة للمواصفات.

6 البنيات التحتية والخدمات

6-1 البنيات الأساسية لسوق المورد و السوق المركزي

6-1-1-1 الصرف الصحي :

السوق المركزي		سوق المورد		الصرف الصحي
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
0	0	43.5	13	ممتاز
23.3	7	6.7	2	جيد
76.7	23	50.0	15	ضعيف
100	30	100	30	المجموع

من الجدول (6-1) يتبين ان الصرف الصحي في سوق المورد ممتاز بنسبة 43.5% مقارنة ب0% في السوق المركزي وجيد بنسبة 6.7% بالمقارنة مع 23.3% في السوق المركزي وضعيف بنسبة 50% مقارنة بنسبة 76.7% في السوق المركزي. من هذا الجدول يتضح انهالك فروقات معنوية بين السوق المركزي وسوق المورد وعلية يعتبر سوق المورد افضل من السوق المركزي في خدمات الصرف الصحي وذلك لقربة من النيل وكذلك ما اكدته بدر الين 2006 خدمات الصرف الصحي في السوق المركزي ضعيف ويتضح ايضا ان سوق المورد افضل من السوق المركزي في الصرف الصحي.

2-1-6 البنيات الأساسية (السفلة ،السيراميك وترايز النظافة)

جدول (2-6) البنيات الأساسية (السفلة ،السيراميك وترايز النظافة)

السوق المركزي		سوق المورد		البنيات الأساسية (سفته، سيراميك وترايز النظافة))
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
10	3	23.3	7	ممتاز
31	9	33.3	10	جيد
59	18	43.3	13	ضعيف
100	30	100	30	المجموع

المصدر : اعداد الباحث من بيانات الاستبيان 2016م المعنوية : 95 %

من الجدول (2-6) يتبين ان البنيات الأساسية (سفلة ،سيراميك و ترايز نظافة) في سوق المورد ممتازة بنسبة 23.3% مقارنة بنسبة 10% في السوق المركزي وجيدة بنسبة 33.3% مقارنة بنسبة 31% في السوق المركزي وضعيفة بنسبة 43.3 % مقارنة بنسبة 59% في السوق المركزي ومن هذا يتضح ان البنيات الأساسية بسوق المورد افضل واجود من تلك الموجودة بالسوق المركزي .وذلك يرجع إلي سفلة السوق بالكامل في المورد كما اكدتو عبد

المجيد 2006

3-1-6 أدوات العرض الأسماك

جدول (3-6). أدوات العرض الأسماك

السوق المركزي		سوق المورد		أدوات عرض الأسماك
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
16.6	4	13.3	4	ممتاز
26.7	8	26.7	8	جيد
56.7	18	60.0	18	ضعيف
3.3	30	100	30	المجموع

من الجدول (30-4) يتبين إن أدوات عرض الأسماك في سوق المورد ممتازة بنسبة 13.3% مقارنة بنسبة 16.6% في السوق المركزي وجيدة بنسبة 26.7% مقارنة بنسبة 26.7% في السوق المركزي وضعيفة بنسبة 60% مقارنة بنسبة 56.7% في السوق المركزي ومن هذا الجدول يتضح ان ادوات العرض بالسوقين معا ضعيفة وغير مطابقة للمواصفات .وهذا ماوضحة بدرالدين (2006) لعدم وجود الرقابة الفنية والصحية .

4-1-6. تفلّيت الاسماك:

الجدول (4-6) تفلّيت الأسماك

السوق المركزي		سوق المورد		تفلّيت الأسماك
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
33.3	10	16.7	5	مطابق للمواصفات
66.7	20	83.3	25	غير مطابق للمواصفات
100	30	100	30	المجموع

من الجدول (4-6) يتبين ان تفلّيت الأسماك في سوق المورد مطابق للمواصفات بنسبة 16.7% مقارنة بنسبة 33.3% في السوق المركزي وغير مطابق بنسبة 83.7% مقارنة بنسبة 66.7% في السوق المركزي . من هذا الجدول يتضح ان تفلّيت الأسماك في السوقين غير مطابق للمواصفات وذلك لعدم وجود رقابة صحية ويعتبر السوق المركزي افضل من سوق المورد. وذلك لوجود رقابة فنية

5-1-6 الإنارة:

جدول (5-6) الإنارة

السوق المركزي		سوق المورد		الإنارة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
40.0	12	46.7	14	ممتاز
26.7	8	30.0	9	جيد
33.3	10	23.3	7	ضعيف
100	30	100	30	المجموع

المصدر : إعداد الباحث من بيانات الاستبيان 2016م المعنوية :95

من الجدول (5-6) يتبين إن الإنارة في سوق المورد ممتازة بنسبة 46.6% مقارنة بنسبة 40% في السوق المركزي وجيدة بنسبة 30% مقارنة بنسبة 26.7% في السوق المركزي وضعيفة بنسبة 23,3% مقارنة بنسبة 33.3% في السوق المركزي . من هذا الجدول يتضح ان الانارة في السوقيين جيدة .

6-1-6 موقف السيارات للجمهور:

الجدول (6-6) موقف السيارات للجمهور

السوق المركزي		سوق المورد		موقف السيارات
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
20.0	6	13.3	4	موجود
80.0	24	86.7	26	غير موجود
100	30	100	30	المجموع

المصدر : إعداد الباحث من بيانات الاستبيان 2016م المعنوية: 95

من الجدول (6-6) يتبين إن موقف السيارات في سوق المورد موجود بنسبة 13.3 % مقارنة بنسبة 20% في السوق المركزي وغير موجود بنسبة 86.7% مقارنة بنسبة 80% في السوق المركزي. اذا يتضح من هذا الجدول ان ليس هنالك مواقف للسيارات بالسوقين الا ان السوق المركزي يعتبر افضل من سوق المورد في مواقف السيارات وذلك لان سوق المورد يفتح في شارع رئيسي.

6-1-7 مستوى صحة البيئة

جدول (6-7) مستوى صحة البيئة

السوق المركزي		سوق المورد		مستوي صحة البيئة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
13.3	2	0	0	ممتاز
6.7	4	26.7	8	جيد
80.0	24	73.3	22	ضعيف
100	30	100	30	المجموع

من الجدول (6-7) يتبين ان مستوى صحة البيئة في سوق المورد جيدة بنسبة 26.7% مقارنة بنسبة 6.7% في السوق المركزي وضعيفة بنسبة 73.3% مقارنة بنسبة 80% في السوق المركزي ، اما في السوق المركزي يعتبر مستوى صحة البيئة ممتاز بنسبة 13.3%. اذا من هذا الجدول يتضح ان مستوى صحة البيئة بالسوقيين ضعيفة جدا (اكثر من 70%) ولكن سوق المورد افضل منالسوق المركزي وذلك يرجع لسفلة السوق الكاملة.

8-1-2-4 أدوات وزن الاسماك:

جدول (6-8) أدوات وزن الأسماك

السوق المركزي		سوق الموردة		أدوات وزن الأسماك
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
40	12	33.3	10	مطابق للمواصفات
60.0	17	66.6	20	غير مطابق للمواصفات
100	30	100	30	المجموع

من الجدول (6-8) يتبين ان أدوات وزن الأسماك في سوق الموردة مطابقة للمواصفات بنسبة 33.3% وغير مطابقة للمواصفات بنسبة 66.7% وفي السوق المركزي ان ادوات وزن الأسماك مطابقة بنسبة 40% وغير مطابقة بنسبة 60%. اذا من هذا الجدول يتضح ان ادوات وزن الأسماك في السوقين غير مطابقة للمواصفات لكن هنالك افضلية للسوق المركزي. وعدم مطابقتها للمواصفات يرجع إلي غياب الرقابة الصحية .

9-1-6 أدوات تفريغ الاسماك

جدول (9-6) أدوات تفريغ الاسماك

السوق المركزي		سوق المورد		أدوات تفريغ الأسماك
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
33.3	10	26.7	8	مطابق للمواصفات
66.7	19	73.3	22	غير مطابق للمواصفات
100	30	100	30	المجموع

من الجدول (9-6) يتبين ان ادوات تفريغ الأسماك في سوق المورد مطابقة للمواصفات بنسبة 26.7 % وغير مطابقة للمواصفات بنسبة 73.3 % اما في السوق المركزي ادوات تفريغ الأسماك مطابقة للمواصفات بنسبة 33.3% وغير مطابقة للمواصفات بنسبة 66.7 %.

اذا من هذا الجدول يتضح ان ادوات تفريغ الاسماك في السوقين غير مطابقة للمواصفات . هذا

يرجع إلي غياب الرقابة الفنية والصحية

7-التكاليف التسويقية

7-1 تكاليف الترحيل :

جدول (7-1) تكاليف الترحيل

السوق المركزي		سوق الموردة		تكاليف الترحيل (جنيه) للكيلو
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
75	15	75	15	اثنان
25	5	25	5	اكثر من اثنين
100	20	100	20	المجموع

من الجدول (7-1) يتبين ان 75% من المنتجين وضحو ان تكاليف ترحيل الأسماك في السوقين تقدر بحوالي اثنين جنيه 25% منهم ابانوا ان تكاليف ترحيل الأسماك اكثر من اثنين جنيه. من هذا الجدول يتضح ان تكلفة ترحيل الأسماك في حدود اثنين جنيه لا توجد فروقات معنوية بين السوقين. وهذا ماوضحة عثمان سعيد 2012

7-2 تكاليف تبريد الاسماك داخل السوق

جدول (7-2) تكاليف تبريد الأسماك داخل السوق

السوق المركزي		سوق المورد		تكاليف تبريد الأسماك (جنيه)
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
80	16	80	16	واحد
20	4	20	4	اثنين
100	20	100	20	المجموع

من الجدول (7-2) يتبين ان تكاليف تبريد الأسماك في سوق المورد والسوق المركزي تقدر بحوالي جنيهه (80% من المنتجين) و بعضهم قدرها بحوالي اثنين جنيهه (20%). من هذا الجدول يتضح ان تكاليف التبريد في السوقين تقدر بحوالي واحد جنيهه و لا توجد فروقات معنوية. بين السوقين

7-3 جودة الاسماك:

جدول (7-3) جودة الأسماك

السوق المركزي		سوق الموردة		جودة الأسماك
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
85	17	70	14	جيدة
15	3	30	6	ضعيفة

المصدر : إعداد الباحث من بيانات الاستبيان 2016م المعنوية: 95

من الجدول (7-3) يتبين ان الأسماك في سوق الموردة تعتبر جيدة بنسبة 70% وضعيفة بنسبة 30% واما في السوق المركزي تعتبر جيدة بنسبة 85% وضعيفة بنسبة 15% . من هذا الجدول يتضح ان هنالك افضلية للسوق المركزي علي سوق الموردة في جودة الاسماك حيث ان هنالك فروق معنوية بين السوقين.

7-4 معدات حفظ الاسماك داخل الاسواق:

جدول (7-4) معدات حفظ الأسماك داخل السوق

السوق المركزي		سوق المورد		معدات حفظ الأسماك
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
5	1	40	8	مطابق للمواصفات
95	19	60	12	غير مطابقة للمواصفات
100	20	100	20	المجموع

من الجدول (7-4) يتبين ان معدات حفظ الأسماك في سوق المورد مطابقة للمواصفات بنسبة 40% وغير مطابقة للمواصفات بنسبة 60% اما في السوق المركزي ان معدات حفظ الأسماك مطابقة للمواصفات بنسبة 5% وغير مطابقة للمواصفات بنسبة 95% . من هذا الجدول يتضح ان معدات حفظ الأسماك في السوقين غير مطابقة للمواصفات. لكن يعتبر سوق المورد افضل من السوق المركزي في معدات الحفظ (توجد فرق معنوية بين السوقين) وذلك كمية الاسماك الواردة إلي السوق المركزي كبيرة مقارنة بسوق المورد وضعف البنيات الاساسية في السوق المركزي.

الباب الخامس

النتائج، الخاتمة والتوصيات

5.1 النتائج:

اظهرت الدراسة ان اسعار الاسماك في ولاية الخرطوم تعتبر غير مقبولة وذلك بالرجوع الي جدول (4-4) وان الوسطاء يؤثرون تأثيرا كبيرا ومباشرا علي اسعار الاسماك كما في الجدول (4-5). وان معظم المستهلكين يشترون طلباتهم من الوسطاء حيث لايتعاملون مع المنتج مباشرة كما في جدول (4-6) يتحكمون تحكم مباشر في اسواق الاسماك كما في جدول

(4-7)

ومن النتائج التي توصلت اليها الدراسة ان انا تأثيرالمستهلكين من الوسطاء تأثيرا مباشرا في تداول الاسماك كما في جدول (4-8) يؤثرون علي الطلب في جدول (4-19) يؤثرون سلبا كما في جدول (4-9) والجدول(4-20)

ومن النتائج التي توصلت اليها الدراسة ان معظم اسواق الاسماك الولاية غير نموذجية كما في جدول (4-10) وتوصلت الدراسة ان ليست هنالك رقابة من الاجهزة الفنية علي جودة الاسماك كما في جدول (4-11) و جدول(4-20) ،ابانت الدراسة ان طلب المستهلكين علي سلعه الاسماك ضعيف كما في جدول (4-12) من النتائج توصلت اليها الدراسة ان تقديم الخدمات داخل الاسواق ضعيف كما في جدول (4-13) و60% من المستهلكين يرون جودة الاسماك جيدة كما في جدول (4-14) ايضا توصلت الدراسة ان المستهلكين مشاكل شراء الاسماك

تتمثل في جود عدد كبير من الوسطاء وعدم مطابقة الاسواق للمواصفات كما في جدول (15)-

(4) حيث يوجد اكثر من بين المنتج والمستهلك كما في جدول (10-4)

ومن النتائج ايضا ان معظم المنتجين لا يوجد لديهم مكان لحفظ الاسماك في حالة عدم البيع

(19-4) وان معظم الأسماك تباع كاملة غير مفلتة كما في جدول (23-4) اوضحت الدراسة

ان معظم انتاج المنتجين ياتي من النيل وروافده (صيد طبيعي) كما في جدول (24-4) معظم

هذا الانتاج ياتي من خارج ولاية الخرطوم كما جدول (25-4) واثبتت الدراسة ان انتاج الاسواق

عمل مريح كما في جدول (26-4)

ومن النتائج التي توصلت اليها الدراسة ايضا ان خدمات الصرف الصحي في سوق المورد

افضل من السوق المركزي (28-4) وايضا البنيات الاساسية في سوق المورد اجود من السوق

المركزي كما في جدول (29-4)، توصلت الدراسة ان ادوات العرض في السوقين معا ضعيفة

وغير مطابقة للمواصفات كما في جدول (30-4) وتقلبت الاسماك في السوقين غير مطابق

للمواصفات ويعتبر السوق المركزي افضل من سوق المورد كما في جدول

(31-4) وان الانارة في السوقين جيدة كما في جدول (32-4) ولا يوجد هنالك مواقف للسيارات

في السوقين معا ويعتبر السوق المركزي افضل من سوق المورد كما في جدول (33-4)، ان

مستوي صحة البيئة بالسوقين معا ضعيفة ولكن سوق المورد افضل من السوق المركزي كما

في جدول (34-4) وادوات وزن الاسماك غير مطابقة للمواصفات في السوقين معا الا ان

هنالك افضلية في سوق المركزي كما في جدول (35-4)

وجداول (4-31) من النتائج ايضا ان ادوات تفريغ الاسماك في السوقين معا غير مطابقة للمواصفات كما في جدول (4-36).

من النتائج التي توصلت اليها الدراسة ايضا ان تكاليف الترحيل الاسماك في السوقين معا تقدر في حدود اثنين جنيهه كما في جدول (4-37) وايضا ان تكاليف تبريد الاسماك في السوقين معا تقدر بحوالي واحد جنيهه كما في جدول (4-38) وجودة الاسماك تعتبر جيدة في السوقين معا وهناك افضلية للسوق المركزي كما في جدول (4-39) و ان معدات حفظ الاسماك في السوقين غير مطابقة للمواصفات لا ان هناك افضلية لسوق المورد .

4.2 الخاتمة

ويتضح ايضا ان إنتاج ولاية الخرطوم حوالي 8% من جملة الإنتاج وعدد الوسطاء يتراوح بين اثنين وأكثر، ان مشاكل تسويق الأسماك تتمثل في عدم مطابقة الأسواق للمواصفات وجود السماسرة. ولاية الخرطوم مستهلك وليست منتج بحجم مما يتطلب تشجيع زيادة انتاج الأسماك بها عن طريق الاستزراع السمكي لزيادة لوفرة وتقليل التكلفة

بعد تحليل البيانات ومناقشة النتائج اظهرت الدراسة بان اسواق الأسماك بولاية الخرطوم حسب المواقع التالية: السوق المركزي الخرطوم يهيمن على السماسرة في عملية الشراء والبيع وهم الذين يحددون السعر للمنتجين والمستهلك أما سوق الموردة في أم درمان يستقبل الأسماك الطازجة التي تأتي من شمال ولاية الخرطوم و منطقة حجر العسل في ولاية نهر النيل ومنطقة الفتيحاب والي منطقة الكلاله إما باقي الأسماك تأتي من السوق المركزي الخرطوم وهو أيضا يهيمن على السماسرة وأسعار الأسماك الموجودة الان غير مقبولة للمنتجين و هنالك تأثير كبير للوسطاء على أسعار الأسماك يدل علي تأثير الوسطاء على أسواق الاسماك بولاية الخرطوم ايضا اظهرت الدراسة ان اسواق الاسماك بولاية الخرطوم غير نموذجية وغير مطابقة للمواصفات، وان رقابة الأجهزة الفنية علي جودة الأسماك ضعيفة والخدمات ضعيفة جدا داخل اسواق الأسماك .

4.3. التوصيات:

توصي الدراسة بالعمل علي الاتي:

1. مطابقة أسواق الأسماك بولاية الخرطوم للمواصفات.
2. تقوية البنيات التحتية للاسواق .
3. تفعيل الدور الرقابي للاجهزة الفنية والصحية علي جودة الأسماك داخل الاسواق.
4. علي الجهات الحكومية فتح منافذ للمنتجين من الصيادين ومربي الأسماك بالقرب من التجمعات السكنية ذات الكثافة العالية.
5. تشجيع المستثمرين علي الدخول في مجال تسويق الأسماك بإدخال التقنية الحديثة مثل مكينات التغليف بدلا من استعمال الأيدي .
6. السعي لقيام تجمعات الصيد النموذجية والتي تتوفر فيها خدمات الترحيل والتخزين .
- 7- تشجيع زيادة الإنتاج ولانتاجية للاسماك علي مستوي القطر وتشجيع وزيادة الاستزراع السمكي في الولاية والمشاريع الزراعية الكبرى وقرب المسحطات المائية وحول المدن الكبرى

5- المصادر والمراجع:

5.1 المراجع العربية:

عام(الاراد،2009).

- 1- ادم نصر رئيس غرفة الاسماك اتحاد اصحاب العمل 2016 (مقابلة شخصية)
- 2- الجهاز المركزي للإحصاء (2011) احصاء سكان ولاية الخرطوم
- 3- الاحصاء السمكي وزارة الزراعة والثروة الحيوانية ولاية الخرطوم (2015)
- 4-الخرطوم-المنظمة العربية للتنمية الزراعية - (1994)-الدورة التدريبية للاستزراع السمكي في العالم . الاسكندرية . الخرطوم
- 5- بدرالدين، محمد عبد المجيد .(2006م). الاستثمار في قطاع الثروة السمكية في السودان. رسالة ماجستير غير منشورة . (جامعة النيلين. كلية الاقتصاد: الخرطوم_السودان.
- 6- سعيد ،عثمان محمد (2012) رؤية تحليله لواقع وأفاق تنمية الثروة السمكية—وزارة الثروة الحيوانية الخرطوم - السودان
- 7-شيماء إبراهيم أمين أحمد،(2009) درجة ماجستير جامعة عين شمس
- 8- [صفحة ولاية الخرطوم في GeoNames ID](#) . *GeoNames ID* . اطلع عليه بتاريخ 29 مايو 2016.
- 9- [موقع إتحاد الجامعات السودانية الرسمي](#) .(*Www.aaru.edu. Jo*).
- 10- محمد الطاهر 2000م - الإدارة العامة للأسمك والأحياء المائية.

11- موقع وزارة الثروة الحيوانية - الاستثمار حقوق النشر © 2016 محفوظة، الخرطوم - جمهورية السودان.

12- مصلحة مصايد الأسماك. حالة الموارد السمكية وتربية الإحياء المائية في العالم، مستودع وثائق المنظمة. منظمة الفاو، روما. إيطاليا. المصدر

<http://Kgdfrd.kenanaonline.com/topics/58200/123800>

13- منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة(الملاح الرئيسية لمصايد الأسماك القطرية)2002م.

14- منظمة الأغذية والزراعة العالمية الفاو 1998م. الوضع الراهن للصيد والاستزراع السمكي في العالم. (الفاو. روما:). إيطاليا.

منظمة الأغذية والزراعة العالمية 2005

15- مدينة الخرطوم من موقع البروفسر محمد ابراهيم ابوسليم

16- نور الشام ادم موسى. (1995 م). اثر السلوك الاستهلاكي للمجتمع السوداني في حجم استثمار الأسماك والإحياء المائية.رسالة ماجستير غير منشوره. (جامعة ادمرمان الإسلامية. كلية الاقتصاد).

17- وزارة الثروة الحيوانية الاتحادية ، (2000م).- الإدارة العامة للأسماك والأحياء المائية. (تقارير) الخرطوم- السودان

5.2 المراجع الانجليزية :

- 1- Bellman's, M, 1998, Assistance to fishery management, Republic of Sudan, : F.A.O . Rome. Italy.
- 2- Boyd, C.E.(1992 .)water quality management in pond fish culture developenent of fishes and allied Agriculture, experiment station , Auburn University, Alabama .U.S.A.
- 3 Christopher Breuil1998,Fisheries Management Plan for Jebel Aulia, Sennar and Roseris Reservoirs, (Rome, F.A.O).. Frans Teutscher, 4 Rome, F.A.O).(1995, Fish processing in Sudan.
5. Rome, F.A.O, 1995, Working Document on the Resources, Tss.Sudan Draft.
- 6<http://kenanaonline.com/wadah#http://kenanaonline.com/users/wadah/posts/116977>

الملاحق

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

لنيل ماجستير في علوم تكنولوجيا الاسماك

داسة مشاكل ومعوقات تسويق الاسماك

بولاية الخرطوم

استبانة المستهلكين

1-المستوى التعليمي:

أساس ثانوي جامعي فوق الجامعي

2-المهنة:

موظف تاجر اعمال حرة ربة منزل

3-الجنس:

ذكر أنثي

4-أسعار الأسماك:-

مقبولة غير مقبولة

5-تأثير الوسطاء علي الأسعار:

كبير معقول

6- شراء الاسماك

نعم لا

7- تحكم الوسطاء في السوق:

مباشر غير مباشر

8- تأثير الوسطاء على تداول الأسماك:

مباشر غير مباشر

9- تأثير الوسطاء على الطلب:

نقصان الطلب زيادة العرض

10- أسواق الأسماك بولاية الخرطوم :

نموذجية غير نموذجية

11- رقابه الاجهزه الفنية على جوده الأسماك :

مقبولة غير مقبولة

12- الطلب على سلعه الأسماك:

ممتاز جيد ضعيف

13- تقديم الخدمات داخل أسواق الأسماك:

ممتاز جيد ضعيف

14- جوده الأسماك:

ممتاز جيد ضعيف

15- مشاكل تسويق الأسماك /ولاية الخرطوم:

الاثنين معا

عدم وجود أسواق بمواصفات

الوسطاء

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

استبانة لنيل درجة ماجستير في علوم تكنو لوجيا الاسماك

دارسة مشاكل ومعوقات تسويق الاسماك

بولاية الخرطوم

استبانة المنتجين

1- المستوى التعليمي

أساس ثانوي جامعي فوق الجامعي

2- المهنة:

موظف تاجر اعمال حرة رية منزل

3- الجنس:

ذكر أنثي

4- تأثير الوسطاء علي تداول الأسماك

مباشر غير مباشر

5- تأثير الوسطاء علي الطلب

مباشر غير مباشر

6- أماكن حفظ الأسماك في حالة عدم البيع

موجودة غير موجودة

7- رقابة الاجهزه الفنية :

مرضية غير مرضية

8- الطلب علي شكل الأسماك

كاملة مفلته /شرائح

9-مصدر انتاج الاسماك

داخل ولاية خارج الولاية

10- مكان إنتاج الأسماك:

مزارع النيل وروافده سدود

11- ربحية الأسماك:

مریحة غير مریحة

12- عدد الوسطاء داخل السوق

واحد اثنين أكثر

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

استبانة لنيل درجة ماجستير في علوم تكنولوجيا الاسماك

دراسة مشاكل ومعوقات تسويق الاسماك

بولاية الخرطوم

استبانة البنيات التحتية والتكاليف التسويقية

البنيات التحتية

اسم السوق

1-الصرف الصحي

ممتاز جيد ضعف

2- البنيات الأساسية في السوق الموجودة (سفلة وسيراميك ، وترابيز نظافة)

ممتاز جيد ضعيف

3- أدوات عرض الأسماك

ممتاز جيد ضعيف

4- تغليت الأسماك

مطابقة غير مطابقة

5- الاناره

ممتاز جيد ضعيفة

6- موقف السيارات للجمهور

موجودة غير موجودة

7- مستوى صحة البيئة والنظافة

ممتاز جيدة ضعيفة

8- أدوات وزن الأسماك داخل السوق

مطابقة للمواصفات غير مطابقة للمواصفات

9 - ادوات تقريغ الاسماك

مطابقة للمواصفات غير مطابقة للمواصفات

التكاليف التسويقية

1 - تكاليف الترحيل علي للسوق

1جنية اثين جنية أكثر

2- جودة الأسماك

جيدة ضعيفة

3 - تبريد الأسماك

ممتازة جيدة ضعيفة

4- ادوات حفظ الاسماء

غير مطابقة للمواصفات

مطابقة للمواصفات