

مشكلات تسويق التمويل المصرفي القطاعي للأسر المنتجة

دراسة حالة على مصرف المزارع التجاري السوداني

الاستاذ المساعد الدكتور فارس عبدالله كاظم الجنابي
كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة

المستخلص

تهدف الدراسة تسليط الضوء على اهمية تسويق التمويل المصرفي للأسر المنتجة وكذلك التعرف على اهم المشكلات التي تواجه عملية التمويل المصرفي للأسر المنتجة بما يجعلها قادرة على الوفاء بالتزاماتها في تقديم المنتجات في الزمان والمكان وبأسعار تنافسية , وقد اعتمدت الدراسة لهذا الغرض على منهج دراسة الحالة والمنهج الوصفي التحليلي وأستفادت من البحوث والدراسات والتقارير ذات الصلة بعمل المنظمات المصرفية المعنية, ولغرض وصول الدراسة لاهدافها المطلوبة فقد اعتمدت على عينة عشوائية قدرها (60) من الأسر المنتجة في ولاية الخرطوم .

توصلت الدراسة الى العديد من الاستنتاجات والتوصيات من أبرزها ان تفعيل وتنشيط التمويل المصرفي القطاعي يمثل صمام الامان في تحقيق برامج التنمية المتوازنة لجميع قطاعات الاقتصاد الوطني وكذلك فان حجم التمويل المقدم للأسر المنتجة هي مبالغ بسيطة ومحدودة جدا ولا تتناسب مع حجم ونوعية الاهداف المرسومة لها للأسهم في تحسين مستويات المعيشة والقضاء على الفقر وأن تلك المشاريع تواجه مشكلات جدية أبرزها المشكلات الفنية والمشكلات التسويقية والمشكلات التمويلية وغيرها من المشكلات , كما وتوصلت الدراسة الى العديد من التوصيات ،من أبرزها ضرورة زيادة حجم التمويل المصرفي المقدم لمشروعات الأسر المنتجة وكذلك تسهيل الحصول على القروض المصرفية لاقامة المشاريع التنموية المطلوبة الى جانب ادخال الأسر الراغبة في الدخول بمثل هذه المشروعات بدورات تدريبية مكثفة في مجالات دراسات الجدوى الاقتصادية واسلوب الادارة والقيادة .

ABSTRACT

This research aims at highlighting the importance of the bank finance of productive families and to be familiar with the most significant problems facing the process of bank finance of productive families as to render them capable to fulfill their obligations in offering their products at the proper time, place and competitive price. To this end; the research relied on statue study methodology and the analytical descriptive methodologies as it benefited much from researches, studies and reports associated with concerned financial institutions transactions. Should this research attain its aspired goals it adopted an arbitrary specimen of a(sixty)of productive families in Al_ Khartoum province.

This research reached many conclusions and recommendations the most important among which is that activating and energizing the sectorial bank finance represents the safety valve in achieving balanced development plans for all the domestic economy sector. The finance programs provided for the productive families are actually very simple and limited ones and do not match with the volume and quality of intended goals to such extent that they can contribute to the improvement of living standards and eliminate poverty.

Notwithstanding, these projects confront real obstacles and problems the most significant among which are the technical, marketing, financing problems and others. This research also reached many conclusions among which the most important is the necessity to increase the volume of bank loans provided to projects of productive families and facilitating the raise of bank loans to establish required development projects in addition to enrolling families willing to participate in such projects in intensive training courses in the fields of economic feasibility studies, management and leadership practices.

المقدمة

تعتبر المصارف بمثابة اوعية تتجمع فيها الادخارات بجميع اشكالها ثم تذهب الى القنوات الاستثمارية لاجراض افادة المجتمع وتطورة حتى وصل الأمر بالمهتمين بالتمويل الى اعتبار المصارف كالقلب الذي تتجمع فيه الدماء ثم يبدأ بضخها الى جميع أنحاء الجسم بطريقة سلسة لتنشيط الجسم وإعادة الحياة فيه , وكذلك المصارف فقد تطورت الصناعة المصرفية تطوراً كبيراً من خلال تفعيل وتنشيط جميع القطاعات المصرفية الصناعية , الزراعية , الخدمات وغيرها لغرض النمو والتطور لتلك القطاعات , وحيث ان المصارف تسعى لخدمة تلك القطاعات من خلال تنشيط خدماتها التسويقية ومواجهة المشكلات التي تعترضها تحقيقاً للميزة التنافسية المطلوبة , ولما كانت المصارف حسب (Hemple,1994,130) هي مؤسسات وساطة مالية تقدم الخدمات المالية والمصرفية الى وحدات الطلب او العجز في المجتمع لتحديث وتقوية وعميق الجهاز المصرفي ليؤدي الأدوار الرئيسية في المجتمع كدور الوسيط ودور المدفوعات تحقيقاً للأهداف المرسومة للنهوض بالاقتصاد الوطني وتنميته وتطوره , ان هذه الدراسة تهدف الى تسليط الضوء على اهمية التمويل المصرفي القطاعي للأسر المنتجة والتعرف على اهم المشكلات التي تواجه عملية التسويق المصرفي لتلك الأسر في السودان ومدى كفايتها في تحقيق برامج التخفيف من الفقر وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال دراسة عينة عشوائية من الأسر المنتجة عددها (60) أسرة, ولغرض الوصول الى الاهداف المرسومة للبحث فقد تم تقسيم البحث الى الأتي :

أولاً : مشكلة البحث : من خلال الزيارات الميدانية للباحث للعديد من الأسر المنتجة وأطلاعاً على طبيعة عمل تلك الأسر المنتجة في سعيها لتحقيق برامج مكافحة الفقر وتحسين مستوياتها المعاشية فقد وجد الباحث أن هنالك قصوراً واضحاً وصعوبات جدية تواجه عمل تلك الأسر تتلخص بعدم قدرتها على الوفاء بمتطلبات تنفيذ البرامج التنموية المطلوبة , ويمكن في هذا المجال حصر مشكلة البحث من خلال الاسئلة الاتية :

1. هل ان حجم التمويل المصرفي المقدم للأسر المنتجة كافياً لتحقيق البرامج والاهداف المرسومة لتلك الأسر ؟

2. هل تتمكن الأسر المنتجة بواقعها الحالي من الارتقاء بأدائها وتحقيق الاهداف المطلوبة ؟

3. هل هنالك جهات رسمية او شعبية تساعد عمل تلك الأسر في سعيها لتحقيق الأهداف المرسومة ؟

4. هل هنالك مشكلات تواجه عمل تلك الأسر ؟

ثانياً: أهمية البحث : تقع أهمية البحث في المجالات الاتية :

1. الأهمية النظرية : وذلك بتركيز الدراسة على الاطار النظري والتي تبرز وتعمق مفهوم التمويل المصرفي

القطاعي للأسر المنتجة وأثر ذلك في تحقيق الاهداف المرسومة وفقاً للمقاييس العلمية المطلوبة .

2. قلة الدراسات التي تناولت دور الأسر المنتجة في تحقيق برامج التنمية الاقتصادية والاجتماعية حيث

اقتصرت تلك الدراسات على تناول الاطار العام لتلك الموضوعات دون التعمق وتكييف الجوانب النظرية

المبحوثة ضمن اطار مجمل المشكلة التي تواجه العديد من القطاعات الاقتصادية ذات الصلة.

3. الأهمية العملية : مساعدة الادارات العليا المختصة بما ستتوصل اليه هذه الدراسة اضافة الى ان بحث واقع عمل المصارف بما تمثله من ثقل نوعي في الاقتصاد الوطني وأثر ذلك على واقع عمل الاسر المنتجة وما سيتم التوصل اليه من نتائج وتوصيات ذات نفع وفائدة في وضع الخطط والبرامج المستقبلية في استراتيجيات عمل تلك المصارف وباقي المؤسسات المالية والمصرفية المختلفة .

ثالثا: أهداف البحث : تهدف هذه الدراسة الى تسليط الضوء على اهمية التمويل المصرفي على برامج الأسر المنتجة وذلك بالتعرف على دور التمويل المصرفي في أنجاح برامج المشاريع والفعاليات الخاصة لتلك الأسر ويمكن تأشير اهم اهداف البحث بالاتي:

1. تشخيص دور المنظمات المصرفية في دعم الأسر المنتجة في السودان والتعرف على مدى كفاءتها في أنجاز برامج مكافحة الفقر وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية .
2. تعميق الوعي بأهمية الأسر المنتجة ودورها الفاعل والمؤثر في نجاح برامج خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

3. التعرف على اهم المشكلات التي تواجه برامج تسويق التمويل المصرفي القطاعي للأسر المنتجة .
4. تقديم المقترحات لمعالجة تلك المشكلات للأرتقاء بالواقع الاقتصادي والاجتماعي نحو الأفضل .

رابعا : فرضية البحث : تقوم هذه الدراسة على افتراض اساسي مفاده بأن برامج الأسر المنتجة في سعيها لتحقيق اهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية تواجه مشكلات متباينة في طبيعتها وفي ترتيب اهميتها .

خامسا: منهج الدراسة المعتمد: أعتد البحث على منهج الحالة كونه يساعد على دراسة واحدة او بضع حالات متعمقة مع تحليل كل عامل من العوامل المؤثرة والأهتمام بكل شيء عن الحالة المدروسة (الجنابي, 2009, 119) اضافة الى اعتماده على المنهج الوصفي التحليلي كونه يساعد على التحليل الشامل والعميق للمشكلة التي هي قيد الدراسة (المحسن , 2005, 22) وذلك تحقيقا لأهداف البحث المرسومة.

سادسا : مجتمع وعينة الدراسة :

تم أختيار عينة عشوائية تتكون من (60) اسرة من الأسر المنتجة في ولايتي الخرطوم والشمالية لأجراء الدراسة الميدانية وذلك لأهمية ولاية الخرطوم كونها المركز التجاري والصناعي في السودان ويشمل مجتمع الدراسة المواطنين الذين يتعاملون مع بنك المزارع التجاري وممن لهم علاقة تمويل لأنشطة مشروعاتهم مع هذا المصرف .

سابعا: حدود الدراسة :

أ- الحدود النظرية: على وفق المنهج الذي أعتدته الدراسة سيتم التركيز على متغيرات الدراسة وهي تسويق التمويل المصرفي القطاعي ومشكلات الأسر المنتجة في سعيها لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المنشودة .

ب- الحدود المكانية: تم أختيار ولايتي الخرطوم والشمالية لتنفيذ الدراسة .

ج- الحدود الزمنية : ان هذه الدراسة تغطي الفترة من سنة 1996 لغاية سنة 2006 ميلادي.

د- الحدود البشرية : ان الأسر التي تتعامل مع بنك المزارع التجاري والتي حصلت على تمويل لتنفيذ مشاريع الأسر المنتجة هي تلك الأسر التي يعول عليها في تطبيق الدراسة وتحقيق الأهداف البحثية المرسومة .

ثامنا: وسائل جمع البيانات والمعلومات:

1. المقابلات الشخصية : حيث قام الباحث اجراء العديد من المقابلات مع الأسر المنتجة وكذلك الكوادر العاملة في الجهاز المصرفي للتعرف على أهم المشكلات التي تواجه تسويق التمويل القطاعي المصرفي للأسر المنتجة .

2. الدراسات والتقارير والبحوث المتاحة لدى المؤسسات المصرفية ذات الصلة بالموضوع .

3. استمارة الاستبيان حيث تم تصميم استمارة استبيان وزعت على عينة البحث من الأسر المنتجة حيث أحتوت هذه الاستمارة على ثلاث أجزاء أضافة الى غطاء الاستمارة وحسب الاتي:

الجزء الأول: المعلومات الشخصية كالجنس, العمر , عدد أفراد الأسرة, المستوى العلمي ونوع المشروع .

الجزء الثاني: وتضمن المعلومات الخاصة بالمشكلات التي تواجه تسويق التمويل القطاعي المصرفي للأسر المنتجة .

الجزء الثالث: وتضمن سؤال المستبينين في حالة وجود مشكلات أخرى غير تلك التي ذكرت والطلب اليه بأدراجها .

تاسعا : ملائمة الاستبيان وثباته :حيث تم عرض الاستبيان على عدد من الخبراء والمختصين في مجالات التسويق المصرفي وأنشطة التمويل الاصغر وذلك لضمان الحصول على الصدق الظاهري للاستبيان, كما قام الباحث باجراء الاختبار على 10% من الأسر المنتجة ثم أعاد اجراء الاختبار على الأسر ذاتها بعد أسبوعين من اجراء الاختبار الأول وتوصل الباحث الى ان للاستبيان المقدرة على تمثيل المشكلات الواردة بموضوعية مع ثباته من خلال الاختبارين المذكورين .

عاشرًا : الوسائل الإحصائية المعتمدة : لتحقيق اهداف الدراسة تم اعتماد النسب المئوية ،الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وغيرها وذلك بالاستفادة من تقنيات البرنامج الاحصائي spss .

المبحث الثاني : الجانب النظري

تعتبر المصارف أحد اهم وأقدم المؤسسات المالية البسيطة وظيفتها الأساسية قبول الودائع الجارية والتوفير لأجل من الافراد والمؤسسات والادارات العامة وإعادة استخدامها لحسابها الخاص في فتح الائتمان والخصم وباقي العمليات المالية للوحدات الاقتصادية غير المصرفية (أبو محمد والجبوري، ب ت ، 29) ويتكون الجهاز المصرفي عادة من البنوك المركزية والمصارف التجارية والمؤسسات المالية والمصرفية الوسيطة والأخيرة تمثل أحد الاركان المهمة للجهاز المصرفي وتشتمل على المصارف المتخصصة ومنشآت الاستثمار ومنشآت التوفير والمنشآت الدولية المالية والمصارف الإسلامية ،وتشير المؤسسات المالية والمصرفية الوسيطة بكونها تتعامل بادوات الائتمان المختلفه قصيرة الاجل ومتوسطة الاجل وطويلة الاجل في كل من سوقي النقد والمال وأسواقها الثانوية وأنها تؤدي مهمة الوساطة بين المقرضين والمقرضين تحقيقا للأهداف الربحية (Jessup,1980,92) وفي كل ذلك يؤدي التسويق المصرفي دورا هاما في الوصول للأهداف المرسومة للمصارف حيث يقصد بالتسويق المصرفي ذلك النشاط الديناميكي الحركي الذي يمارسه كافة العاملين في البنك أيا كان موقعهم وأيما كان العمل الذي يقومون به

اعتبارا من رئيس مجلس الإدارة حتى أصغر عامل فية (الخضيرى ، 16,1999) وتزداد اهمية التسويق المصرفي ليس فقط بسبب خصائص المنتج او خصائص الخدمات المصرفية بل نتيجة مجموعة من العوامل منها (الزامل وأخرون،2012،63):

1. تنامي حدة المنافسة بين المصارف لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء،بمعنى زيادة الحصة السوقية وهذه الحصة تقاس بعدد العملاء المتعاملين مع المصرف والموالين له .
 2. تنامي حدة التنوع وتعقد رغبات واحتياجات ودوافع وميول واتجاهات هؤلاء الزبائن ، فالعميل لم يعد بسيطا كما ان رغباته لم تعد بسيطة او سهلة.
 3. زيادة سرعة التطور التكنولوجي وادخال ابتكارات واختراعات تكنولوجية جديدة في النشاط المصرفي وتسابق المصارف على تطبيقها وزيادة درجة أتمتة الخدمات المصرفية بهدف جذب مجاميع جديدة من العملاء ذوي الرغبات الخاصة .
 4. زيادة التكلفة المترتبة على أشباع احتياجات ورغبات العميل المصرفية وتحقيق ربحية مناسبة في هذا النشاط .
- وعليه فأن المصارف تقدم مجموعة واسعة من الخدمات وهي في واقع الحال تسعى الى تقديم منتجات مصرفية قادرة على اضافة القيمة وبأسلوب غير نمطي وبأسعار تتسم بدرجة من التباين
- أن الطبيعة غير النمطية للمنتج المصرفي وأسعاره غالبا ماينتج عنها مشاكل اتصالية تؤدي الى تقليص فاعلية وكفاءة استخدام اي منها كأداة تسويقية (Berman ,1996,54) وهذا مايدفع المصارف الى تطوير انظمة واضحة للمنتجات المصرفية وأسعارها بحيث تكون مفهومة من قبل العملاء وفي هذا الصدد أكد (Ozdemir,2007)على اهمية مشاركة عميل المصرف في عملية تطوير الخدمات المصرفية بتكامل وتداؤب مع باقي المستلزمات كأستخدام التكنولوجيا لتطوير وتفعيل عملية الأنصال بين المصرف والعملاء , وضرورة إعطاء العملاء الحق في اختيار خدمات مصرفية على المستوى الشخصي جنباً الى جنب مع أبحاث التسويق وأستطلاع آراء العملاء بهدف تقديم اقتراحات حول نوع وخصائص الخدمات المصرفية التي تشبع رغباتهم وحاجاتهم (الزامل وأخرون ، مصدر سابق (87, .

اولاً-أهمية الأئتمان المصرفي : يشير الأئتمان المصرفي الى الثقة التي يوليها المصرف التجاري لشخص ما حيث يضع تحت تصرفه مبلغا من المال او يكلفه لمدة محددة اتفق عليها الطرفان ويقوم المقترض في نهايتها بالوفاء بالتزاماته ، (الشمري2009،84)، ويعتبر الأئتمان المصرفي من اكثر مجالات الأستثمار جاذبية للمصارف التجارية نظرا لأرتفاع الفوائد مقارنة بالأستثمارات الاخرى ومن بعد فهو الاستثمار الاكثر فاعلية في تحقيق هدف الربحية وهذا يعني بان الأئتمان المصرفي يتمثل في القروض التي تمنحها المصارف لزيائنها من الأفراد أو الهيئات او المصارف التجارية الأخرى ويحمل هذا الاستثمار من جانب المصارف مخاطر (peter,1999,36) عدم قيام المقترض في سداد القروض وفوائد في الوقت المحدد للمقرض وهو المصرف ،وفي كل ذلك تسعى المنظمات المصرفية الى تحقيق اهدافها التمويلية التي تلخص لأدامة الارصدة النقدية لتحقيق السيولة الملائمة لتوفير الغطاء المالي للالتزامات حيث تمثل السيولة قدرة المشروع على توفير النقد لتغطية الالتزامات قصيرة الاجل المتوقعة

وغير المتوقعه في التشغيل والتسديد للديون المترتبة على المشروع في مواعيدها دون تحمل كلف ناجمة عن الفوائد التأخيرية في التسديد للديون وخسائر في التشغيل عن عدم امكان التشغيل بكفاءة لعدم توفر التمويل (العبيدي 13,2010) وذلك كله بهدف تجنب ظهور مشاكل ضعف الاهتمام بالتمويل علما وتطبيقا في إدارة السيولة النقدية وسياسة الائتمان والمخاطر الاستثمارية (Chammom,1992,63) وترشيد وتقييم الاستثمار لتجنب خلق ازمات مالية واقتصادية متواترة ضمنيه وغير معلنة ومعلنة بعد استفعالها على مستوى المشاريع الاقتصادية او القطاع الاقتصادي المصرفي والتمويلي ، وبالإضافة للأهداف التي تم الإشارة إليها فإن المنظمات المصرفية تسعى الى افادة المجتمع من خلال توفير افضل طريقة كفوءة لخلق الثروة من أجل المستقبل (النقاش، 1996، 164) ، وعلى هذا الأساس يمكن ان تأخذ القروض حسب القطاعات الاشكال الآتية (ابو حمد والجبوري، مصدر سابق، 264) :

1. القروض العقارية : حيث تمنح لشراء ارض او بنائها او شراء مبنى وتكون في الغالب مدة هذه القروض طويلة وتكون مضمونة بالعقار الذي يتم شراءه وينفذ هذا النوع من القروض المصارف العقارية .
2. القروض الصناعية : حيث تمنح الى الحرفيين والمصانع ويتم منحها لأجل متوسطة او طويلة وحسب الدورة الصناعية للجهة المقترضة وتنفذ هذا النوع من القروض المصارف الصناعية.
3. القروض الزراعية: وتمنح هذه القروض للمزارعين لشراء البذور او الاسمدة او الجرارات الزراعية وتمنح في الغالب لأجل قصيرة وحسب الموسم الزراعي حيث يرافق هذه القروض في الغالب مخاطر جدية بسبب تأثير العوامل الجوية على المحاصيل الزراعية اضافة الى الأفات الزراعية اذا لم يتم التحكم بها ،وقد تعطى هذه القروض لعدة سنوات في حالة تمويل شراء المعدات الزراعية او شراء الحيوانات كالماشية والابقار او اجراء تحسينات في البنية الزراعية التحتية وينفذ هذا النوع من القروض المصارف الزراعية .

ثانياً-الأسر المنتجة : يقصد بالاسر المنتجة اصحاب المهن الصغيرة من حرفيين ومهنيين وصغار منتجين والذين ليس لديهم رأس مال (السيد1988، 15) ، كما ويشمل الاسر المنتجة الفرد او الجماعة داخل اطار الكيان الواحد للأسرة والتي تمارس من قبل الفرد او الجماعة للحصول على منتج معين او عائد ملموس كذلك وتعني الاسر المنتجة كل ما يخص من النساء كذلك الرجال والاطفال وتشمل الاسر البسيطة والمركبة والممتدة لذوي الأخوة المحدودة والتي يتميز افرادها بمقدرات ومهارات تمكنهم من تنفيذ أنشطة محددة للدخل وذلك في اي من القطاعات الزراعية او الصناعيين الصغيرة او الحرفية وليس بالضرورة ان يكون النشاط محصورا جغرافيا في المنزل (ابراهيم2011، 22) .

ويمكن ان توصف قطاعات الاسر المنتجة على انها الاسر القادرة على الانتاج مع مراعاة عدم وجود وسائل الانتاج اللازمة (بيومي، 2003، 19) حيث ان معظم هذه القطاعات تعمل في النشاطات الصغيرة كالأطعمة والاغذية والخياطة والمشاغل والحلوى والمعجنات وكل مامن شأنه ان يعمل على رفع المستوى المعيشي للأفراد والشرائح بالإضافة لرفع الضرر عنها وأنتشار بؤر الفقر عنها ، كما ويرتبط مفهوم الاسر المنتجة بالتنمية الاجتماعية لغرض تسخير الطاقات المعطلة لتتمكن من زيادة الانتاج وبالتالي زيادة الدخل القومي (عمر 1996، 25).

المبحث الثالث:الدراسة الميدانية

اولا- واقع الجهاز المصرفي السوداني :تطورالجهاز المصرفي السوداني منذ نشاته عام 1903 وحتى الان وممر التطور بالعديد من المراحل حتى وصل الى ما هو عليه الان حيث تركت تلك التطورات اثارها على مجمل اداء الاقتصاد السوداني وحيث ان الجهاز المصرفي يعتبر المولد المحرك لكافة المصارف التجارية والمتخصصه فهو الذي ينظم حركة الاقتصاد(ابراهيم،20،2011)فهو يعمل كوسيط لجذب وتكثيف المدخرات الوطنية سواء اكانت بالعملات الوطنية او الاجنبية وتوجيهها الى قنوات الاستثمار الحيويه للاقتصاد عن طريق تحريك الاموال الفائضه والراكده والعاطله الى اموال متحركة ومنتهجه لصنع التقدم (الجنابي،1،2010).يتكون الجهازالمصرفي من عدد من عدد من المصارف الحكوميه التجاريه وكذلك المصارف الحكوميه المتخصصه اضافته للمصارف المشتركه وباقي المؤسسات الماليه الاخرى وترتبط هذه المصارف ببنك السودان وهو البنك المركزي بالسودان.

يؤدي مصرف المزارع التجاري دورا كبيرا في عمليات التمويل القطاعي المصرفي وذلك باعتماد العديد من طرق الاستثمار كالمشاركه ،المراجحه ،المضاربه اضافته لطريقة السلم.

تاسس مصرف المزارع التجاري (وهو مصرف حكومي) في الاول من شهر اغسطس (اب)عام1998بموجب قانون الشركات لسنة1925، بعد دمج المصرف التجاري ومصرف المزارع للاستثمار والتنمية (نشرة اعلامية لبنك المزارع التجاري ، 2012) وذلك لتكوين مؤسسه مصرفيه كبيره وفاعله وهو شركة مساهمة عامة اجمالي ا سهمها 90988990 سهما ورأس المال المصرح به 4000000000 جنيه ورأس المال المدفوع 90988990 جنيه سوداني (نشرة اعلامية لبنك المزارع التجاري ،2012)وقد تمثلت اهداف المصرف بالاتي (التقرير السنوي لمصرف المزارع التجاري،2003،101) :

1. تمويل القطاعات الزراعية والصناعية والتجارية والصادرات وغيرها.
 2. توفير مدخلات الانتاج للقطاع الزراعي (النباتي والحيواني) .
 3. تنمية الريف السوداني من خلال مشروعات التنمية الريفية المتكاملة.
 4. تهيئة مناخ الاستثمار السليم للمزارع .
 5. تقديم الخدمات المصرفية المتميزة والشاملة.
 6. العمل في مجال النقد الاجنبي .
- ويدير المصرف انشطته وفعالياته من خلال شبكة من فروع المصرف التي تغطي اغلب الولايات البالغ عددها (28) فرعا

حيث حظيت ولاية الخرطوم وحدها بعشرة فروع تليها ولاية الجزيرة بأربعة فروع والفروع والباقية موزعة على باقي ولايات السودان الكبيرة والمتباعدة جغرافيا .

ثانيا - حجم التمويل القطاعي المصرفي:

ان القطاعات التي شهدت اهتمام مصرف المزارع التجاري بها هي القطاع الزراعي ,القطاع الصناعي, التجارة الخارجية، والأسر المنتجة .وفي هذا الاطار يقوم المصرف بتمويل القطاعات الاقتصادية على وفق ضوابط السياسة المالية المرسومة وحسب مايبينه الجدول (1).

جدول (1) يبين حجم التمويل لبعض القطاعات الاقتصادية (المبالغ بالالف الدنانير)

القطاع	2000م	2001م	2002م	2003م	2004م	2005م	2006م
الزراعي	2200	3743	2398	1566	1201	2230	4044
الصناعي	1430	1292	689	1650	1412	2386	2538
التجارة المحلية	500	2423	3506	4883	5246	10501	12922
الاسر المنتجة	71779	1894	1430	1766	17667	6468	74956
المجموع	75909	9356	8023	9865	25526	21585	94460

المصدر : سجلات مصرف المزارع التجاري قسم الاستثمار، 2006 من ص 1- ص 10 .

ويتضح من الجدول بأن حجم التمويل للقطاع الزراعي متأرجحا فلقد سجل في السنوات الأولى صعودا ملحوظا ثم عاد وسجل هبوطا في السنوات 2003 وحتى 2005 ثم عاد وأرتفع في عام 2006 وهكذا بالنسبة للقطاع الصناعي حيث سجل انخفاضا في السنوات 2001, 2002 ثم عاد وارتفع في السنوات 2005, 2006 بمستوى يقترب من 50% وسجل قطاع التجارة المحلية ارتفاعا ملحوظا في جميع السنوات ,اما قطاع الاسر المنتجة فقد شهد هو الآخر ارتفاعا ملحوظا في المخصص المالي لسنة 2000 ثم عاد وتراجع تراجعاً كبيراً حتى عاد الى وضعه السابق في عام 2006.

ثالثا - تمويل الأسر المنتجة :

كما سبق القول , فان الأسر المنتجة تعني اصحاب المهنة الصغيرة من حرفيين ومهنيين وصغار منتجين والذين ليس لديهم رأس مال, ويمكن ان تشمل الاسر المنتجة كذلك الفرد او الجماعة داخل اطار الكيان الواحد للأسرة والتي تمارس من قبل الفرد او الجماعة للحصول على منتج او عائد ملموس , كما وتعني كذلك كل مايخص افراد الأسرة من النساء كذلك الرجال والاطفال وتشمل الاسر البسيطة والمركبة والممتدة لذوي الاخوة المحدودة والتي يتميز افرادها بمقدرات ومهارات تمكنهم من تنفيذ أنشطة محددة للدخل وذلك في اي من القطاعات الزراعية أو الصناعية الصغيرة او الحرفية وليس بالضرورة ان يكون النشاط محصورا جغرافيا بالمنزل (ابراهيم , مصدر سابق 22), ويطلع بنك السودان (وهو البنك المركزي) بتحديد القطاعات ذات الأولوية في التمويل ومنها قطاع الحرفيين والمهنيين وصغار المنتجين اضافة للأسر المنتجة من خلال وضع ضوابط للتمويل والتي تلخصت بإمكانية تمويل قطاع المهنيين وصغار المنتجين بصيغة المراجعة وان يتم تحصيل القسط الأول بنسبة لا تقل عن 25% من قيمة

السلعة للأمر بالشراء, اما في حالة التمويل على وفق صيغة المشاركة وفيها يجب ان لا يقل مشاركة العميل عن نسبة 20% من أجمالي قيمة السلعة موضع التمويل في تلك الفترة ويحدد بنك السودان هامش ارباح المربحات لقطاع المهنيين والحرفيين بنسبة 25% وصغار المنتجين بما فيهم الأسر المنتجة بنسبة 15% (ابو زيد، 1996)، ثم عاد بنك السودان في عام 1995 ليضع سياسة تمويلية جديدة تم فيها تعديل حجم التمويل لقطاع الصناعات الصغيرة ليصبح حوالي 3 مليون جنية ، ولم يكن هناك سوى تغير في الضوابط حيث شمل هامش الارباح الخاصة بالمربحات حيث اصبح للمهنيين حوالي 40% وصغار المنتجين بما فيهم الاسر المنتجة فقد بلغت نسبتهم حوالي 25% (التقرير السنوي لبنك السودان، 2000_2006، صفحة 171) ومن خلال الاطلاع على الجدول 2 الذي يبين النسب المئوية للتمويل المصرفي المنفذ حسب القطاعات .

جدول (2) يبين النسب المئوية لتنفيذ التمويل المصرفي حسب القطاعات :

القطاع	2000م	2001م	2002م	2003م	2004م	2005م	2006م
الزراعي	85.7	57.1	53	38	36	30	34
الصناعي	6	4.9	5	5	5	11	9
الصادر	1.4	2.1	3	3	3	2	2
نقل وتخزين	2.5	7.4	9	10	8	6	4
الاسر المنتجة	1.6	3	3	3	4	5	6
تجارة محلية	0.5	6	7	13	16	46	45
عقاري	2.3	19.5	20	28	28	0	0
المجموع	100	100	100	100	100	100	100

المصدر : التقرير السنوي لمصرف المزارع التجاري للسنوات 2000-2006 (من 20 – ص 25)
(التقرير السنوي لمصرف المزارع التجاري للسنوات 2000-2004) (ابراهيم ، 2011 ، 25)

ومن الجدول اعلاة يتضح الاتي:

1. ان هنالك تراجعاً واضحاً في نسب التمويل المقدم للقطاع الزراعي ولكل السنوات مقارنة لعام 2000م.
 2. ان هنالك تذبذباً في تمويل القطاع الصناعي بالزيادة او النقصان بالمقارنة بعام 2000م
 3. شهد قطاع الصادر زيادة نسبية في تمويلة وكذلك الانخفاض مقارنة بسنة 2000م.
 4. شهد قطاعي التجارة المحلية والقطاع العقاري زيادة ملحوظة في نسب التمويل مقارنة بسنة 2000م.
 5. شهد قطاع الاسر المنتجة تزايداً بنسب التمويل مقارنة بعام 2000م. الى جانب ضعف مستويات التنفيذ .
- وقد اهتم بنك المزارع التجاري بالاسر المنتجة بمجالات كثيرة كتمويل شراء الجرارات الزراعية وتقديم الخدمات التمويلية لبعض المحليات لأغراض شراء مدخلات الانتاج الزراعي من اسمدة وبذور ومبيدات الى جانب تمويل

صناعة الزيوت والصابون والصناعات البلاستيكية وتوفير مدخلات صناعة النشا الكلوكوز اضافة الى دعم العديد من الصناعات كصناعة النسيج والدواء وغيرها .

رابعاً: وصف عينة البحث:

كما سبق القول ,فقد تم توزيع استمارة الاستبيان على عينة من الأسر المنتجة (60 أسرة) وممن حصلوا على تسهيلات تمويلية من مصرف المزارع التجاري في ولايتي الخرطوم والشمالية حيث تم استرجاع جميع استمارات الاستبيان الموزعه رغم الصعوبات التي واجهها الباحث والتي تتعلق بالتباعد الجغرافي لفروع المصرف اضافة الى سرية المعلومات ويمكن ان توصف عينة البحث حسب الاتي:

1. **الجنس** : يلاحظ من الجدول 3 الخاص بجنس افراد عينة البحث من أن الذكور قد سجلو اعلى نسبة 78,3 بتكرار 47 في حين كانت نسبة الإناث 21,7 بتكرار 13 وهو ما يشير الى ان نسبة الذكور هي الغالبة في عينة البحث

جدول (3) يبين جنس افراد عينة البحث من الاسر المنتجة

الجنس	العدد	النسبة
ذكر	47	78.3
انثى	13	21.7
المجموع	60	100

الجدول من : اعداد الباحث

2. **العمر**: يلاحظ من الجدول رقم(4) الخاص بفئات اعمار عينة البحث من الاسر المنتجة بان اعلى نسبة سجلت كانت للفئة العمرية (اقل من 40 سنة) حيث كانت 36,6 بتكرار 22 في حين كانت اقل نسبة هي للفئة العمرية(اقل من 60 سنة) حيث كانت 8,4 وبتكرار 5 وهو مايدلل على ان فئات عمر العينة هي فئات الشباب لضمان أداء المهام المطلوبة بشكل فاعل وكفوء

جدول (4) يبين اعمار افراد عينة البحث من الاسر المنتجة

فئات الاعمار	العدد	النسبة
اقل من 30 سنة	18	30
اقل من 40 سنة	22	36.3
اقل من 50 سنة	15	25
اقل من 60 سنة	5	8.4
المجموع	60	100

الجدول من : اعداد الباحث

3. عدد أفراد الأسرة : نلاحظ من الجدول (5) الخاص بعدد افراد الاسر المنتجة بان اعلى فئة هي فئة (5 اشخاص فأكثر) حيث سجلت نسبة 41 بتكرار 25 في حين كانت اقل نسبة هي للفئة شخص واحد بنسبة 3,3 بتكرار 2 وهو أمر طبيعي اذ ان من أهداف مشاريع الاسر المنتجة هو استيعاب أكبر عدد ممكن من الافراد لأداء المهام والفعاليات المرتبطة بتحقيق اهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية .

جدول (5) يبين عدد افراد الاسر المنتجة حسب آراء عينة البحث

عدد الاشخاص	العدد	النسبة
شخص واحد	2	3.3
شخصان	4	6.6
ثلاثة اشخاص	10	16.5
اربعة اشخاص	18	30
خمسة اشخاص	25	41.6
المجموع	60	100

الجدول من : اعداد الباحث

4. نوع المشروع : يلاحظ من الجدول (6) الذي يبين نوع مشروعات الأسر المنتجة بأن مشروعات القطاع الزراعي قد سجلت اعلى نسبة 38,3 بتكرار 23 يليه القطاع التجاري بنسبة 26.7 بتكرار 16 ثم القطاع الصناعي الذي احتل الترتيب الثالث بنسبة 23.3 بتكرار 14 وكان اخرها قطاع (الآخرى) بنسبة 11.7 وتكرار 7 وهو ما ينسجم مع اهداف المصرف في دعم المشروعات الزراعية وباقي المشروعات .

جدول (6) يبين نوع المشروع حسب آراء افراد عينة البحث من الاسر المنتجة

القطاع	العدد	النسبة
صناعي	14	3.32
زراعي	23	38.3
تجاري	16	26.7
اخرى	7	11.7
المجموع	60	100

الجدول من : اعداد الباحث

5. المستوى العلمي: يلاحظ من الجدول 7 الذي يبين المستوى العلمي للأسر المنتجة بأن حملت شهادة البكالوريوس هي الاعلى من بين المستويات العلمية الاخرى حيث سجلت نسبة 43.4 بتكرار 26 في حين

كانت اقل نسبة هي لحملة شهادة الدبلوم التقني بنسبة 15 وبتكرار 9 وهو ما يشير الى ان أفراد عينة البحث على مستوى علمي مناسب لتبوء المهام والفعاليات ذات الصلة .

جدول (7) يبين المستوى العلمي للأسر المنتجة حسب اراء افراد وعينة البحث من الاسر المنتجة

التحصيل الدراسي	العدد	النسبة
مدارس الاساس	12	20
ثانوي	13	21.6
دبلوم تقني	9	15
بكالوريوس	26	43.4
المجموع	60	100

الجدول من : اعداد الباحث

خامسا_ عرض وتحليل النتائج :

أشرنا فيما سبق الى ان استمارة الاستبيان قد وزعت على عينة مكونة من 60 أسرة حيث تحتوي هذه الاستمارة التي تم تصميمها من قبل الباحث على ثلاثة اجزاء اضافة الى غطاء الاستمارة (الورقة التعريفية) حيث تضمن الجزء الأول المعلومات الشخصية كالجنس ,العمر , عدد افراد الأسرة,نوع المشروع والمستوى العلمي لأفراد عينة البحث وتضمن الجزء الثاني على المعلومات الخاصة باهم المشكلات التي تواجه تسويق التمويل المصرفي القطاعي للأسر المنتجة حيث احتوى على 24 سؤال يتم قياسها على وفق المقياس الخماسي لليكرت المكون من خمسة مستويات هي اتفق بشدة ويعطى مرتبة 5 , اتفق ويعطى مرتبة 4, محايد ويعطى مرتبة 3 , لا أتفق ويعطى مرتبة 2 , لا اتفق بشدة ويعطى مرتبة 1 وكما موضحة في جدول (8) .

جدول (8) يبين الفقرات الاساسية التي تضمنتها استمارة الاستبيان

فقرات الاستبيان	الموضوع
1 - 2	المشكلات الفنية
3 - 8	المشكلات التسويقية
9 - 19	المشكلات التمويلية والتنظيمية
20 - 21	مشكلات اختيار مكان وتوقيت المشروع
22 - 24	المشكلات النوعية والاجتماعية

الجدول من : اعداد الباحث

وتضمن الجزء الثالث اهم المشكلات التي لم تذكر حيث طلب من المستجيبين ذكرها، وكما سبق الاشارة، كذلك، فإن التمويل الذي يقدم للأسر المنتجة هو عبارة عن سقف محدد من المال يمول به الأسر لأقامة مشروع ما في حالة عدم توفر المال الكافي لتلك الأسر .

ومن الأطلاع على الجدول (9) الذي يبين اجابات افراد عينة البحث من الاسر المنتجة حول اهم المشكلات التي يواجهها تسويق التمويل المصرفي القطاعي لتلك الأسر يلاحظ الاتي :

جدول (9) يبين الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمشكلات تسويق التمويل القطاعي

المصرفي للأسر المنتجة

السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	1.79	0.86
2	2.00	0.94
3	2.02	0.91
4	2.10	0.97
5	2.05	0.98
6	2.13	1.02
7	2.05	0.96
8	2.13	1.00
9	1.45	0.77
10	1.48	0.79
11	1.58	0.83
12	1.57	0.79
13	1.73	0.90
14	1.87	0.91
15	1.87	0.87
16	1.98	0.89
17	1.93	0.92
18	1.98	0.93
19	2.00	0.86
20	2.13	0.89
21	2.00	0.92
22	2.02	0.91
23	2.00	0.88
24	1.98	0.89
المجموع	45.99	21.57
الوسط العام	1.91	0.89

الجدول من :اعداد الباحث

1. **المشكلات الفنية :** وتضمنت السؤالين الاول والثاني حيث يلاحظ ان اجابات افراد عينة البحث جميعها قد تجاوز المتوسط العام (1.91) وأكدت على وجود مشكلات فنية حيث سجلت اعلى اجابة بالسؤال الثاني بمتوسط (2.00) وبانحراف معياري (0.94) والتي تشير الى ان ثقة الاجهزة التنفيذية محدودة بنوعية منتجات مشاريع الأسر المنتجة يليها اجابة السؤال الأول بمتوسط (1.97) بانحراف معياري (0.86) والتي تشير الى عدم استقرار أسعار المواد الخام وهو ما ينسحب على أسعار منتجات المشاريع لاحقا .

2. **المشكلات التسويقية:** وتضمنت الأسئلة من السؤال الثالث وحتى السؤال الثامن حيث تجاوزت الاجابات المتوسط العام (1.91) ويظهر ان اجابة السؤال السادس الذي يتعلق بمحدودية الجهات الساندة في تسويق منتجات المشاريع قد تساوت واجابة السؤال الثامن الذي يتعلق بضعف الامكانات الترويجية والاعلانية لمنتجات المشاريع بمتوسط (2.13) بانحراف معياري (1.02) للسؤال السادس و (1.00) للسؤال الثامن في حين كانت اقل اجابة نسبيا هي للسؤال الثالث بمتوسط (2.02) وبانحراف معياري (0.091) والذي يتعلق بمحدودية الاسواق (الجناحي 2006، 72) التي يمكنها ان تستوعب منتجات المشاريع اذ ليس من المفيد تقديم منتجات لا تتوفر لها الاسواق .

3. **المشكلات المالية والتنظيمية :** وتضمنت هذه الفقرة الاسئلة من السؤال التاسع حتى السؤال التاسع عشر ويلاحظ بأن السؤال التاسع عشر قد سجل اعلى متوسط (2.00) وبانحراف معياري (0.086) والتي تتعلق بالكادر الإداري الذي يشرف على المشاريع بكونه غير مؤهل لادارة تلك المشاريع يلية في الاهمية السؤال الثامن عشر بمتوسط (1.98) وبانحراف معياري (0.93) والذي يتعلق بفرض الرسوم الادارية غير المبررة على المشاريع من قبل المحليات والذي تساوى في المتوسط مع السؤال السادس عشر بانحراف معياري (0.89) والذي يشير الى وجود صعوبات جدية تواجه عملية تسويق التمويل القطاع المصرفي ترتبط بصعوبة الحصول على التصديقات من قبل المحليات وباقي الادارات ذات الصلة لغرض اقامة المشاريع بلية في الاهمية السؤال التاسع بمتوسط (1.45) بانحراف معياري (0.77) وهو السؤال المتعلق ببساطة ومحدودية حجم التمويل المقدم لمشاريع الاسر المنتجة وكذلك السؤال العاشر بمتوسط (1.48) بانحراف معياري (1.79) والذي يتعلق بعدم ملائمة توقيت تقديم التمويل للأسر المنتجة وكما يلاحظ فان المشكلات التمويلية والتنظيمية هي مشكلات جدية يتوقف معالجتها مصير مشاريع الأسر المنتجة على مستوى البلد .

4. **مشكلات اختيار مكان وتوقيت المشروع :** ويتضمن السؤال العشرين الذي يتعلق فيما اذا كان توقيت اختيار المشروع ملائما ام لا حيث سجل متوسط (2.13) بانحراف معياري (0.89) وكذلك السؤال الحادي والعشرين الذي يتعلق فيما اذا كان اختيار مكان المشروع مناسباً للاحتياجات التسويقية والانتاجية حيث سجل متوسط (2.00) بانحراف معياري (0.91) وهو مايشير الى ان التوقيت غير ملائم وان اختيار مكان المشروع غير ملائم كذلك .

5. **المشكلات النوعية والاجتماعية:** وقد تضمنت الاسئلة من 22 الى الأخير حيث سجل السؤال 22 الذي يتعلق بنوعية دراسات الجدوى المقدمة حيث سجل اعلى متوسط (2.02) وبانحراف معياري (0.91) وهو مايشير الى ان دراسات الجدوى المقدمة سطحية ولا تلامس الواقع المستهدف من اقامة مشاريع الاسر المنتجة تليها اجابة السؤال الثالث والعشرين بمتوسط (2.00) بانحراف معياري (0.88) والتي تتعلق بوجود خلافات بين الشركاء تتعلق بأسلوب الادارة والتطوير والارباح يلية في الاجابة السؤال الأخير بمتوسط (1.98) وبانحراف معياري (0.89) والذي يتعلق بالعادات والتقاليد السائدة والتي تعيق حركة المرأة في العمل بتلك المشاريع .

ولاغراض التعرف على اهمية وترتيب كل فقرة من فقرات مشكلات تسويق التمويل القطاعي المصرفي فان الجدول (10) يوضح ذلك .

جدول (10) يبين ترتيب مشكلات تسويق التمويل القطاعي المصرفي حسب الاهمية

البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
المشكلات الفنية	4.28	8.34	5
المشكلات التسويقية	28.23	27.07	2
المشكلات التمويلية والتنظيمية	44.37	43.85	1
مشكلات المكان والزمان	8.98	8.39	4
المشكلات النوعية والاجتماعية	14.14	14.42	3

الجدول من : اعداد الباحث بالاستفادة من نتائج الحاسبة الاليكترونية

يتضح من الجدول اعلاه بأن المشكلات التمويلية والتنظيمية قد احتلت المرتبة الاولى في ترتيب المشكلات التي يواجهها تسويق التمويل القطاعي المصرفي للأسر المنتجة يلية في الاهمية المشكلات التسويقية والتي تتعلق بأيجاد منافذ مناسبة لتسويق منتجات المشاريع المذكورة ثم المشكلات النوعية والاجتماعية ثم مشكلات اختيار مكان وتوقيت المشروعات وأخيرا المشكلات الفنية وهو ما يثبت فرضية البحث التي تقول بأن المشكلات التي تواجه تسويق التمويل القطاعي المصرفي للأسر المنتجة هي مشكلات متباينة في اهميتها وترتيبها تحقيقا للتنمية الاقتصادية والاجتماعية .

المبحث الرابع : الاستنتاجات والتوصيات

اولا : الاستنتاجات

1- اتضح ان الفئة السانده ضمن فئات جنس افراد عينة البحث هي فئة الذكور ، وان الفئة العمريه (اقل من 40 سنه) هي الفئة الاكبر ، وان فئة افراد الاسرة (خمسة فاكثر) هي الفئة الاكبر من بين فئات افراد الاسره ، وان المشروع الزراعي هو الاعلى من بين فئات نوع المشروع ، وان حملة شهادة البكالوريوس هم الفئة الاكبر ضمن فئات المستوى العلمي .

2- ان مصرف المزارع التجاري يولي الاسر المنتجه الاهتمام المطلوب ضمن سياساته المرسومه للتمويل المصرفي القطاعي للأسر المنتجه الا ان هنالك صعوبات تمويلية و تنظيمية ، صعوبات تسويقية، صعوبات فنية، صعوبات اختيار مكان وزمان المشروع وصعوبات نوعية واجتماعية جديده تواجه ديمومة مشروعات تلك الاسر قد تعصف بمستقبل مثل هذه المشروعات.

3- ثبوت فرضية البحث التي تقول بان المشكلات التي تواجه الاسر المنتجة في سعيها لتحقيق اهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية هي مشكلات متباينة في طبيعتها وفي ترتيب اهميتها ..

4- ان المشكلات التي تواجه عملية تسويق التمويل القطاعي المصرفي يمكن ان تكون حسب الترتيب الاتي :

أ- المشكلات التمويلية والتنظيمية ومنها :

- بساطة و محدودية التمويل المقدم لمشاريع الاسر المنتجة .
- عدم ملائمة تقديم التمويل القطاعي المصرفي لحاجات المشاريع الفعلية .
- ان هنالك قصور في متابعة بنك المزارع التجاري لمشكلات الاسر المنتجة لغرض اتخاذ مايلزم من اجراءات لتذليلها.
- وجود صعوبات جدية تواجه الاسر المنتجة عند رغبتها بالحصول على التمويل المطلوب ترتبط بشحة التمويل المقدم وتعقيدات الحصول عليه
- هنالك صعوبات تواجه الاسر المنتجة عند رغبتها في تسديد القروض المستحقة في اوقاتها المحددة تتعلق بعدم امكانية الاسر المنتجة في السداد نتيجة لعدم حصولها على العائد المطلوب من المشاريع المذكورة
- هنالك صعوبات في تقديم الضمانات والرهن من قبل الاسر المنتجة للبنك للحصول على القروض المطلوبة .
- صعوبة الحصول على التصديقات من الادارات المختصة بالولايات .
- فرض رسوم اداريه غير مبرره من قبل الولايات والمحليات على مشاريع الاسر المنتجة سببت بارتفاع تكاليف اقامة المشروعات.
- ضعف الكوادر الاداريه لمشاريع الاسر المنتجة وعدم امتلاكها للخبره المطلوبه لادارة مثل هذه المشاريع .
- قلة معينات العمل اللازمه لتلك المشروعات من وسائل نقل وغيرها .

ب- المشكلات التسويقية :

- محدودية الاسواق التي تستوعب منتجات المشاريع .
- صعوبة توزيع منتجات المشاريع لمراكز الاستهلاك المطلوبه .
- عدم استقرار اسعار منتجات المشاريع نتيجة لعدم استقرار اسعار المواد الخام .
- محدودية الجهات السانده الرسميه والشعبيه التي تدعم مشاريع الاسر المنتجه .
- قلة خبرات كادر الاسر المنتجه بالمجال التسويقي مما عرضها للعديد من الاشكالات و التعقيدات.
- ضعف الامكانيات الترويجيه والدعائيه لمنتجات المشاريع .

ج- المشكلات النوعيه والاجتماعيه :

- بساطة دراسات الجدوى المقدمه وعدم ملائمتها لواقع المشروعات
- بروز خلافات بين الشركاء في تلك المشروعات تتعلق بالارباح والاداره والتطوير وغيرها .
- العادات والتقاليد الاجتماعيه السائده التي تحد من حركة المرأة بالعمل في مشاريع الاسر المنتجه .

د- مشكلات اختيار مكان وتوقيت المشروعات :

- ان اختيار اماكن بعض المشروعات غير موفق ولا يلائم الاحتياجات الانتاجية والتسويقية .
- ان توقيت اختيار المشروعات غير موفق هو الآخر .

هـ-المشكلات الفنية :

- عدم استقرار اسعار المواد الخام المجهزه للمشروعات .
- ضعف ثقة الاجهزة التنفيذيه بنوعية منتجات مشروعات الاسر المنتجه .

ثانيا: التوصيات :

- 1- نوصي الادارات المصرفيه المختصه بشكل عام ومصرف المزارع بشكل خاص بالاهتمام الجاد بمشكلات الاسر المنتجه لما لها من اثر كبير على خطط التنمية الاقتصاديه والاجتماعيه في عموم السودان والاستفادة من ترتيب المشكلات حسب اهميتها عند رسم سياساتها المستقبلية في مجال تسويق التمويل القطاعي المصرفي .
- 2- امكانية استحداث ادارة مركزيه على مستوى الدوله تعني بمتابعة مشروعات الاسر المنتجه يتم اعداد نظامها الخاص بقرار مركزي من الجهات العليا بالدولة لاحقا على ان تتفرع منها ادارات في الولايات لدعم وتشجيع مشروعات الاسر المنتجه بما يجعلها فاعلة وكفوءة.
- 3- زيادة حجم التمويل القطاعي للاسر المنتجه بما يجعله مؤثرا في تحقيق الاهداف المرسومه للاسر المنتجه .
- 4- تحفيز الاسر المنتجه التي تسارع في تسديد القروض المستحقه واعطائها الاسبقية في برامج التمويل القطاعي المصرفي .
- 5- زيادة الوعي الرسمي والشعبي باهمية ودور الاسر المنتجه في انجاح برامج التنمية الاقتصاديه والاجتماعيه بالسودان .
- 6- حث الولايات والمحليات لتخفيف الرسوم الاداريه غير المبرره على مشاريع الاسر المنتجه .
- 7- الاهتمام بتدريب الافراد من الاسر المنتجه واكسابهم الخبرات والمهارات في الجوانب الاداريه والتسويقية .
- 8- دعوة الباحثين والمختصين لتسليط الضوء على المشكلات المذكوره للحصول على الدعم الممكن للاسر المنتجه تحقيقا للاهداف التنمويه المرسومه .

المصادر**أولاً: المصادر العربية:**

1. الخضيرى، محسن، التسويق المصرفي_مدخل متكامل للبنوك لأمتلاك منظومة المزايا التنافسية في عالم مابعد الجات، إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999م.
2. الزامل، أحمد محمود وآخرون، تسويق الخدمات المصرفية، دار أثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2012م.
3. الجنابي، فارس عبدالله كاظم، بحوث التسويق. الشركة الوطنية لمطابع العملة السودانية المحدودة، الخرطوم، 2009 م.
4. الجنابي، فارس عبدالله كاظم، أساسيات التسويق، مطبعة الفرح، بغداد، 2006.
5. الجنابي، فارس عبدالله كاظم، تحليل أثر العلاقة بين التسويق الداخلي وجودة الخدمات على رضا الزبائن، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال، جامعة الزعيم الأزهري، السودان، 2010م.
6. المحسن، محمد معتوق عبود، تقييم واقع إدارة الموارد البشرية وفاق تطورها، دراسة ميدانية في مركز وزارة النفط، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة بغداد، 2005.
7. الشمري، صادق راشد، إدارة المصارف الواقع والتطبيقات العملية، مطبعة الفرح، بغداد، 2008.
8. أبو زيد، الدسوقي حامد، إدارة عمليات البنوك التجارية، القاهرة، دار النهضة العربية، 1996.
9. العبيدي، نبيهة شاكر، التمويل المدخل العلمي والتطبيقي، الجامعة الخليجية، البحرين، 2010.
10. النقاش، غازي عبدالرزاق، التمويل الدولي والعمليات المصرفية الدولية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 1996.
11. أبو حمد، رضا صاحب والجبوري، فائق مشعل، إدارة المصارف، دار ابن الاثير للطباعة والنشر، جامعة الموصل، بدون تأريخ.
12. إبراهيم، أحمد عوض التمويل المصرفي القطاعي ومشكلات الأسر المنتجة، الخرطوم، مجلة جامعة الزعيم الأزهري، العدد 10، 2011.
13. إبراهيم، السيد عثمان، الصناعات الصغيرة في السودان، مجلة الاقتصاد السوداني، الخرطوم، 1981.
14. السيد، مصطفى كمال، البنوك الإسلامية، مكتبة عين شمس، 1988.
15. بيومي، صبري شحاتة السيد، إدارة البنوك الإسلامية، مكتبة عين شمس، القاهرة، 2003.
16. عمر، الهادي مطر، الأسر المنتجة، مجلة المصرفي، الخرطوم، العدد التاسع، 1996.
17. التقرير السنوي، مصرف المزارع التجاري، 2004.
18. نشرة اعلامية لبنك المزارع التجاري، 2012.
19. التقرير السنوي لبنك السودان عام 2000-6000
20. التقرير السنوي لمصرف المزارع التجاري من 2000-2006

ثانياً: المصادر الاجنبية :

1. Berman ,B., Marketing channels, John Wily and Sone, Inc, 1996.
2. Channon, D., Bank Strategic Management and Marketing , Manchester University, John and sons Ltd , 1992.
3. Hemple , 1994.
4. Jessup , p. Modern Bank Management, Minn , West pub. 1980
5. Ozdemire, a., banking services marketing , john wiley & sons, ins, 2007.
6. Peter , S, Rose , Commercial Bank Management Irwin Mc Craw-Hill 1999.

ملحق

استمارة استبيان

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

السيد.....المحترم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

م / استمارة استبيان

تحية طيبة ..

تهدف الاستثمار التي بين أيديكم الى اجراء بحث حول اهم المشكلات التي تواجه تسويق التمويل المصرفي القطاعي للأسر المنتجة في السودان .. شاكرنا من كريم عنايتكم مساعدتنا في ملئها والاجابة على الاسئلة بدقة وموضوعية بغية توظيفها بما يسهم في خدمة وطننا .. مع العرض بان اجابكم ستعامل بسرية ولا توظف الا للأغراض العلمية.. لذا لاجابة لذكر الاسم رجاء ..
ننتهز هذه الفرصة للأعراب عن فائق الشكر والتقدير لتعاونكم معنا... وجزاكم الله خيرا..

أولا : المعلومات العامة :1. الجنس :☐

أنثى

☐

ذكر

2. العمر :☐

أقل من 40 سنة

☐

أقل من 30 سنة

☐

أقل من 20 سنة

☐

أقل من 60 سنة

☐

أقل من 50 سنة

3. عدد أفراد الأسرة :☐

ثلاثة أشخاص

☐

شخصان

☐

شخص واحد

☐

أكثر من ستة أشخاص

☐

خمسة اشخاص

☐

اربعة أشخاص

4. نوع المشروع:☐

أخرى

☐

تجاري

☐

زراعي

☐

صناعي

5. المستوى العلمي

ثانيا- المعلومات الخاصة بمشكلات تسويق التمويل المصرفي القطاعي للأسر المنتجة أشر بعلامة () داخل المربع المناسب ولكل عبارة من العبارات التالية الواردة في الأستبيان :-

ت	السؤال	الإجابة			
		اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق بشدة
1	ان اسعار المواد الخام في الغالب غير مستقرة				
2	ان ثقة الاجهزة التنفيذية محدودة بنوعية منتجاتنا				
3	اعتقد بمحدودية الاسواق التي تستوعب منتجات المشاريع				
4	واجه صعوبة في توزيع المنتجات				
5	صعوبة استقرار اسعارالمنتجات النهائية				
6	اشعر بان الجهات الساندة في التسويق محدودة				
7	اشعر بان خبراتنا في المجال التسويقي بسيطة				
8	اعتقد بان امكاناتنا الترويجية والدعائية لمنتجات المشاريع بسيطة				
9	اعتقد ان حجم التمويل المقدم بسيط جدا				
10	اعتقد ان توقيت تقديم التمويل غير ملائم للحاجات الفعلية للمشاريع				
11	ضعف متابعة المصرف لانشطة المشاريع				
12	واجه صعوبة في الحصول على التمويل المطلوب				
13	واجه صعوبة في تسديد القروض المستحقة				
14	واجه صعوبة في توفير ضمانات الرهن للمصرف				
15	يتميز موظفو المصرف بالكياسة واللياقة في التعامل مع المراجعين				
16	تواجهني صعوبات في الحصول على التصديقات لاقامة المشاريع				
17	اشعر بان معينات العمل اللازمة للمشاريع بسيطة				
18	اعتقد بان الرسوم الادارية التي تستوفيها المحليات غير مبررة				
19	اعتقد بان الكادر الاداري غير مؤهل لادارة المشاريع				
20	اعتقد ان توقيت اختيار المشروع غير مناسب				
21	اعتقد ان اختيار مكان المشروع لا يتناسب والاحتياجات التسويقية والانتاجية				
22	اعتقد ان دراسات الجدوى المقدمة سطحية ولاتلامس الواقع المستهدف				
23	اشعر بان هناك خلافات ستحدث بيني وبين الشركاء حول الادارة والتطوير والارباح				
24	اعتقد ان العادات والتقاليد الساندة تعيق حركة المراه في العمل بالمشاريع				