

## العلاقة بين مؤشرات القدرة التنافسية وصادرات الصمغ العربي: دراسة مقارنة بين السودان ونيجيريا خلال الفترة من 2000م-2018م.

ابراهيم عبدالرسول محمد بلال<sup>١</sup>، سمية عوض خضر الشامي<sup>٢</sup>، حواء عبدالله بلال سعدالله<sup>٣</sup>

١- أ.مشارك-الاقتصاد - بكلية الاقتصاد وتنمية المجتمع - جامعة السلام - السودان

٢- أ.مساعد-الاقتصاد- بكلية العلوم الادارية والانسانية - جامعة الجوف - المملكة العربية السعودية

٣- أ.مساعد-التسويق- كلية المجتمع، جامعة الجوف - المملكة العربية السعودية

## المستخلص:

يهدف البحث الي قياس العلاقة بين مؤشرات القدرة التنافسية وصادرات الصمغ العربي في كل من السودان ونيجيريا وتحديد الي اي مدي ساهمت القدرة التنافسية في تباين صادرات الصمغ خلال السنوات الاخيرة، اعتمد البحث علي المنهجين الوصف والتحليلي لحساب مؤشرات الميزة التنافسية ، وبعد اجراء اختبار استقرار السلاسل الزمنية واجراء العمليات الحسابية المطلوبة تم تقدير نموذج الانحدار الخطي المتعدد بالاعتماد علي طريقة المربعات الصغري العادية (OLS)، حيث تبين من خلال النموذج القياسي ان معامل الانتاج النسبي يؤثر ايجابا علي علي صادرات الصمغ العربي في كل من السودان ونيجيريا، اما معامل الميزة النسبية الظاهرة يؤثر سلبا علي صادرات الصمغ العربي في السودان بينما لم يظهر تأثيرا مباشرا في النموذج النيجيري، معامل قوة الصادرات له تأثير سالب علي صادرات الصمغ العربي في كل من السودان ونيجيريا، اما مؤشر الاعتماد علي التصدير في السودان فقد اظهر انخفاضاً نسبياً مقارنة بـنيجيريا بسبب ميول السودان الي تصدير الصمغ العربي الخام. اوصي البحث بضرورة اجراء البحوث العلمية والاهتمام بتاهيل المشاريع الزراعية الكبرى في كل من السودان ونيجيريا ودعم الصناعات التحويلية للصمغ العربي واكمال البنيات التحتية لصادرات الصمغ من نقل وتسويق وتخزين.

**الكلمات الدلالية:** القدرة التنافسية، صادرات الصمغ العربي، السودان ونيجيريا، نموذج قياسي.

## Abstract

The study aims at estimate and analyzes the relationship between competitiveness index of Gum Arabic (GA) exports in Sudan and Nigeria, to determine the extent to which competitiveness contributes in the variation of GA exports in the last years. The study employed descriptive as well as analytical statistical methods to estimate GA competitiveness indexes , hence the stationary of time series is obtained after making the required mathematical calculations, the study rely on OLS method to estimate linear multi-regression model, thus the econometrics models show that; proportional production index of GA export has positive impact on total GA export in Sudan and Nigeria, revealed competitive advantage has negative impact on total GA export in Sudan, but has no direct impact on in the case of Nigeria, the strength index of GA export has negative impact on GA export in both Sudan and Nigeria, but the export dependency index is relatively low in Sudan compared to Nigeria, the study recommended the importance of conducting scientific research; support and rehabilitate main agricultural projects in Sudan and Nigeria; support transformative industries of GA; and rehabilitate local infrastructures to facilitate marketing, storage and transportations.

**Key Words:** competitiveness, Gum Arabic Export, Econometrics Model, Sudan&Nigeria

## ١- المقدمة :

الصمغ العربي هو عبارة عن مستحلب من جزوع وأغصان شجرة الهشاب (Acacia Senegal)، وشجرة الطلح المعروفة (Acacia Seynal)، وهو مادة صلبة بيضاء تميل الي اللون البني البرتقالي وتتكسر الي قطع زجاجية، واذا تم حفظه بطريقة صحيحة يظل الصمغ لعقود من الزمان دون تغيير ويعود استخدام الصمغ العربي الي حوالي 5000 سنة (البنك الدولي، 2007).

السودان يعتبر اكبر منتج للصمغ العربي في العالم ، يقدر انتاجه بحوالي 80% من الانتاج العالمي ويعتبر الصمغ العربي احد اهم اربعة صادرات زراعية في السودان الي جانب الثروة الحيوانية، القطن والسمسم، كما يساهم بحوالي 10% في اجمالي الصادرات السودانية (FAO , 2011). ظلت صادرات الصمغ العربي تحت سيطرة الحكومة طيلة الفترة التي اعقبت الاستغلال في مطلع يناير 1956 عبر شركة الصمغ العربي حتي 1992 عند اعلان سياسة التحرير الاقتصادي في السودان والتي فتحت الباب لدخول الشركات والبنوك التجارية في سوق الصمغ العربي. فالصمغ العربي ينتج بواسطة صغار المنتجين في مناطق الزراعة المطرية التقليدية التي يمثل سكانها حوالي عشرين بالمائة من سكان السودان وهم يعتبرون من افقر فئات المجتمع (هالة ،الامين، 2008).

يتركز الانتاج في السودان في حزام الصمغ العربي الذي يمتد من الحدود الغربية لدولة تشاد حتي الحدود الشرقية مع اثيوبيا. وأشارت العديد من الدراسات الي تنامي الطلب العالمي من الصمغ العربي، حيث اوردت دراسة لمؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) في عام 2017 ارتفاع الطلب العالمي للصمغ العربي من 35 الف طن خلال الفترة من 1992-1994 الي حوالي 102 الف طن في نهاية عام 2017، (UNCTAD, 2017). اما فيما يختص بتسويق الصمغ العربي فينقسم الي نوعين، الصمغ الخام الذي ينتج في حزام الصمغ العربي الافريقي وجزء من جنوب اسيا والصمغ المعالج للاغراض الصناعية ينتج غالبا في اوربا وامريكا الشمالية، اما الدول الافريقية المنتجة للصمغ العربي غالبا ما تستورد احتياجاتها من الصمغ العربي المعالج باسعار اعلي من سعر الصادر، لكن بعد عام 2000 بدأت بعض الدول الافريقية كلسنغال، ونيجيريا والسودان في الدخول في انتاج صمغ معالج بامكانيات محلية بحتة (UNCTAD, 2018). اما انتاج الصمغ العربي في السودان فقد ظل في تذبذب واضح خلال العقدين الاخرين، فبحسب مجلس الصمغ العربي فقد انخفض الانتاج باكثر من 50% لصالح الدول الافريقية التي دخلت حديثا في انتاج الصمغ العربي، فصادرات السودان من الصمغ العربي كانت حوالي 25 الف طن فقط في عام 2008 بالمقارنة مع حوالي 52 الف طن خلال خمسينيات وستينيات القرن الماضي (مجلس الصمغ العربي، 2012). ويتوقع ان يتدهور انتاج وتصدير الصمغ العربي بدرجة اكبر خلال السنوات المقبلة،

ويرجع ذلك الي استمرار الحروب الاهلية حول مناطق الانتاج وكذلك الجفاف الذي ظل يضرب منطقة حزام الصمغ العربي من فترة الي اخري، غير ان السبب الرئيسي يرجع الي ضعف السياسات التسويقية المحلية والخارجية التي حددت من القدرة التنافسية لصادرات الصمغ العربي. اما انتاج الصمغ العربي في نيجيريا، فقد اورد ماكوني وافوفو في بحثه عام 2010 ، ان الانتاج يتركز في حوالي ثلاثة عشر ولاية وقد بذلت الحكومة ممثلة في برنامج التنمية الزراعية ومعاهد البحوث جهود كبيرة في توفير الدعم الفني والتعليمي والمالي لصغار المزارعين المنتجين للصمغ العربي، لكن ظل الانتاج دون الطموح كما ان تبني المنتجين لتقنيات الانتاج كانت ضعيفة، وعلي الرغم من هذه الصعوبات ظلت السياسات التسويقية تستهدف زيادة الميزة التنافسية لصادرات الصمغ العربي في نيجيريا (ماكوني وافوفو ، 2010). وقد تزايد الاهتمام بالميزة التنافسية في الاونة الاخيرة رغم الاختلاف في تحديد مفهوم واضح ودقيق لها، فالبعض ينظر اليها من خلال الاقتصاد الكلي والذي يركز علي عدة مقاييس منها علي سبيل المثال، مقاييس الميزة النسبية الظاهرة، السعر النسبي، معدل اختراق السوق والاهمية النسبية لصادرات، والبعض الاخر ينظر اليها من خلال المستوي الجزئي الذي يركز علي سياسة تشجيع المنتجين وزيادة الارباح من خلال تخفيض الضرائب والرسوم المحلية(سمر،2010).

### مشكلة البحث:

تتصدر النقاط الرئيسية لمشكلة البحث، حول ظهور مشكلات المنافسة الدولية لصادرات الصمغ العربي وعدم التحديد الدقيق للقدرة التنافسية له ومقارنتها بالميزة التنافسية للدول المنتجة الاخرى في الاقليم رغم توفر سوق واسع للصمغ العربي محليا وعالميا. كما ان هنالك تقلبات كبيرة في السياسات التسويقية للصمغ العربي ما بين الاحتكار التام او طرح السلعة للتنافس الحر، اضافة الي عدة عوامل اخري تسويقية وادارية ساهمت الي حد كبير في تدني صادرات الصمغ العربي في السودان في السنوات الاخيرة الي اقل من 50% . لذلك البحث يحاول الاجابة علي السؤال الرئيسي حول ما هي طبيعة واتجاهات العلاقة بين مؤشرات القدرة التنافسية و صادرات الصمغ العربي في كل من السودان ونيجيريا؟ والي اي مدي يستطيع السودان المحافظة علي مركزه المتقدم في تصدير الصمغ العربي في ظل دخول دول افريقية منافسة في انتاج وتصدير الصمغ العربي؟

### أهداف البحث:

يسعي البحث الي تحقيق عدة اهداف منها، دراسة مؤشرات القدرة التنافسية لصادرات الصمغ العربي في السودان ومقارنتها بنيجيريا كدولة منافسة، كما يسعى ايضا الي دراسة معوقات تنمية قطاع انتاج وتصدير الصمغ العربي واقتراح الحلول المناسبة لها باعتبار ان الصمغ العربي يعتبر من اهم الصادرات السودانية، لاسيما ان الحكومة السودانية في امس الحاجة الي رفع قيمة الصادرات لسد العجز في ميزان المدفوعات وكذلك الحصول علي موارد اضافية من النقد الاجنبي لمعالجة التقلبات الكبيرة في سعر الصرف.

### منهجية البحث:

لتحقيق اهداف البحث واختبار الفروض يعتمد علي منهجي الاحصاء الوصفي والتحليلي لبيانات السلاسل الزمنية خلال الفترة من 2000-2018، ويتم الحصول علي البيانات من المصادر الثانوية، مع ملاحظة صعوبة توفر البيانات وتضاربها في بعض الاحيان من مصدر الي اخر، فيما يختص ببيانات الصمغ العربي في السودان يتم الحصول عليها بالاعتماد علي عدة مصادر منها، الجهاز المركزي للاحصاء، تقارير بنك السودان السنوية، بيانات مجلس الامم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD)، منظمة الزراعة والاغذية العالمية (FAO) والبنك الدولي، اما احصاءات الصمغ العربي في نيجيريا فيتم الحصول عليها من بيانات (UNCTAD). يتم تطبيق بعض مؤشرات القدرة التنافسية لصادرات الصمغ العربي في كل من السودان ونيجيريا، باعتبارها من الدول المنافسة للسودان في سوق الصمغ العربي، ويتم تقدير مؤشرات القدرة لكل دولة خلال فترة الدراسة ومن ثم تقدير نموذج الانحدار الخطي المتعدد لتحديد وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين مؤشرات القدرة التنافسية وصادرات الصمغ العربي للدولتين، فمؤشرات القدرة التنافسية يمكن تقديرها كما يلي:

#### أولاً: مؤشر الميزة النسبية الظاهرة (RCA<sub>j</sub>) Revealed Competitive Advantage

$$RCA_{ji} = (X_{ji}/ X_{ja}) / ( X_{wi}/X_{wa}) \dots \dots \dots (1)$$

حيث،  $X_{ji}$  : قيمة صادرات الدولة  $j$  من السلعة  $i$ .  $X_{ja}$ : إجمالي قيمة الصادرات الزراعية للدولة  $j$ .

$X_{wi}$ : قيمة صادرات العالم من السلعة  $i$ .  $X_{wa}$ : إجمالي قيمة الصادرات الزراعية العالمية.

ارتفاع قيمة المؤشر للسودان مقارنة مع اي دولة منافسة لها يعني زيادة قدرتها التنافسية في الاسواق الخارجية والعكس صحيح (Al khateeb,t&Kassem,2009).

ثانياً: مؤشر السعر النسبي ( $P_i$ )، الذي يشير الي النسبة بين سعر تصدير السلعة لاي دولة منافسة الي نظيره السوداني.

$$P_{Aj} = p_s/p_c \dots \dots \dots (2)$$

$P_{Aj}$ : النسبة بين سعر الدولة المنافسة ( نيجيريا) وسعر الدولة المصدرة (هنا السودان)

$P_s$ : سعر الدولة المصدرة (السودان)  $p_c$ : سعر الدولة المنافسة (نيجيريا)

مؤشر الانتاج النسبي: يشير الي النسبة بين انتاج الدولة الي الانتاج العالمي من السلعة يتم تقديره وفقا للمعادلة التالية:

$$Q_{Aj} = Q_s/Q_w \dots \dots \dots (3)$$

$Q_{Aj}$ : مؤشر الانتاج النسبي

$Q_s$ : انتاج الدولة من السلعة(السودان)

$Q_w$ : الانتاج العالمي من السلعة

### ثالثاً: مؤشر قوة التصدير Export Power and Dependency on Export(EP)

$$EP_{Aj} = Q_x/Q_m \dots \dots \dots (4)$$

حيث،  $Q_x$  : كمية الصادرات من السلعة ،  $Q_m$  : كمية الانتاج من السلعة

### رابعاً: مؤشر الاعتماد علي التصدير: Export Dependency (Ed)

يتم حسابه من خلال المعادلة التالية:

$$ED_{Aj} = Q_x/Q_x + Q_p \dots \dots \dots (5)$$

حيث،  $Q_x$  : كمية الصادرات من السلعة ،  $Q_p$  : كمية الانتاج من السلعة. (ابراهيم، 2006).

يتم تقدير نموذج الانحدار الخطي المتعدد لتقدير اثر مؤشرات القدرة التنافسية لصادرات الصمغ العربي لدولتي السودان ونيجيريا خلال فترة البحث وفقاً للنموذج التالي:

$$QA_{xj} = \beta_0 + \beta_1 RCA_{ij} + \beta_2 P_{Aj} + \beta_3 Q_{Aj} + \beta_4 EP_{Aj} + \beta_5 ED_{Aj} + U \dots \dots (6)$$

حيث،

$(QA_{xj})$  قيمة صادرات الصمغ العربي للدولة المعنية خلال فترة البحث ،  $(RCA_{ij})$  مؤشر الميزة النسبية

الظاهرة،  $(P_{Aj})$  مؤشر السعر النسبي،  $(Q_{Aj})$  مؤشر الانتاج النسبي،  $(EP_{Aj})$  مؤشر قوة التصدير،  $(ED_{Aj})$

مؤشر الاعتماد علي التصدير،  $\beta_0, \dots, \beta_n$  : معاملات المتغيرات

$(U)$  المتغير العشوائي. ووفقاً للنظرية الاقتصادية تؤثر فانه من المتوقع:

تتفق اشارة معامل الميزة النسبية الظاهرة مع المنطق الاقتصادي اذا كانت موجبة.

تتفق اشارة مؤشر السعر النسبي لصادرات السلعة مع المنطق الاقتصادي اذا كانت سالبة والعكس صحيح.

تتفق اشارة معامل الانتاج النسبي مع المنطق الاقتصادي اذا كانت موجبة.

تتفق اشارة معاملي قوة التصدير والاعتماد علي التصدير مع النظرية الاقتصادية اذا كانت سالبة والعكس

صحيح.

### فرضيات البحث:

- توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين مؤشرات القدرة التنافسية وقيمة صادرات الصمغ العربي في السودان.
- توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين مؤشرات القدرة التنافسية وقيمة صادرات الصمغ العربي في نيجيريا.

### أهمية البحث:

تبرز أهمية البحث من خلال تميز السودان في إنتاج وتصدير الصمغ العربي علي مستوى العالم ، كما ان معظم البحوث ركزت علي تقدير الميزة التنافسية علي المستوي المحلي غير ان هذا البحث شمل المستويين المحلي والعالمي لصادرات الصمغ العربي، بالإضافة الي ان معظم البحوث اهتمت بقياس مؤشرات الميزة النسبية دون التطرق الي فحص معنويتها الاحصائية علي صادرات الصمغ العربي، في هذا البحث سيتم تقدير نموذج قياسي لمعالجة هذه المسألة. اما من الناحية العلمية يتوقع ان تساعد نتائج البحث صناع القرار ومتخذي السياسات في وضع استراتيجيات واضحة للاستفادة القصوي من الميزة التنافسية للصمغ العربي في السودان ونيجيريا لزيادة صادراته وتعزيز دوره الاقتصادي في الدولتين.

### تنظيم البحث:

يحتوي البحث علي خمسة اقسام، اقسام الاول يشمل المقدمة، مشكلة البحث، اهداف البحث، منهجية البحث، فروض البحث واهيته وهيكل البحث، القسم الثاني يشمل الدراسات السابقة التي اهتمت بمؤشرات القدرة التنافسية وعلاقتها بالصادرات، اما القسم الثالث يحتوي علي الاطار النظري فيما يختص بقياس مؤشرات القدرة التنافسية، القسم الرابع يحتوي علي تحليل البيانات والمناقشة، اما القسم الخامس شمل النتائج والتوصيات .

### ٢- الدراسات السابقة:

اورد العديد من الباحثين اهمية تحليل تاثير الميزة النسبية علي الصادرات الزراعية عامة وعلي إنتاج وصادر الصمغ العربي علي وجه الخصوص نسبة للاهمية الكبيرة للصادرات في خلق التوازن المطلوب في ميزان مدفوعات الدول المتقدمة منها والنامية، عامر، محمد وجيه (2015) اشار ان سورية علي الرغم من امتلاكها الي مجموعة من عناصر قوة السوق، الا انها غير مستقلة بالشكل الكافي مما ادي ذلك الي ضعف تنافسية الصادرات السورية في الاسواق العالمية، سمر اسماعيل (2015م) دراستها اوضحت ان صادرات زيت الزيتون السوري تعاني من ضعف التنافسية الانتاجية وارتفاع تكاليف الانتاج وكذلك انخفاض معدل اختراق صادرات زيت الزيتون السوري في اهم الاسواق الاستيرادية،بالاضافة الي انخفاض قيمة مؤشر قوة التصدير لسورية بالنسبة للدول المنافسة، طارق الخطيب، احمد قاسم (2015م) اوضحو من خلال تحليل مؤشرات القدرة التنافسية ارتفاع الميزة النسبية الظاهرة لمصر في إنتاج البطاطس والبرتقال والبصل بالمقارنة مع جميع الدول المنافسة ووجود ميزة نسبية سعرية تنافسية لمصر في الاسواق العالمية للبطاطس وتفوق مصر في الانتاج النسبي للبرتقال بالمقارنة مع الدول المنافسة باستثناء الارجننتين وضعف معدل اختراق السوق للبصل المصري مقارنة ببعض الدول المنافسة مثل امريكا، المكسيك والصين،



**هالة الامين(2008م)** توصل بحثها الي ان هنالك مشاكل عديدة تواجه الصادرات السودانية منها القصور في تركيبية الصادرات من انها في مجملها زراعية او حيوانية تعاني من قلة الصادرات ذات القيمة المضافة ومشاكل التسويق، دراسة **طارق محمود واخرون(2014م)**، اوضحت ان منتجي الصمغ العربي لم يكن لهم وجود حقيقي بسوق محصولات الابيض في ولاية شمال كردفان بالسودان كما ان شركات تسويق الصمغ العربي لا يتم اعلانها مباشرة في دلالة السوق كما ان الاحتكار التام للسلعة لا يزال موجود رغم تبني الحكومة لسياسات التحرير الاقتصادي، اما **مذكرة البنك الدولي في 2007م** اكدت علي ان السودان يعتبر اكبر منتج للصمغ العربي في العالم وان الصمغ العربي ينتج بواسطة صغار المنتجين في مناطق الزراعة المطرية التقليدية ولم تكن تكن سياسات تسويق الصمغ العربي لهذه المجموعة ذات جدوي ويلاحظ تدني النتاج وبالتالي الصادرات اخذت تتدهور في الاربعين سنة الماضية، اما دراسة **جمال حسن(2017م)** تناول اثر تنافسية التجارة الخارجية علي اقتصادات دول الخليج ووضح ارتفاع درجة تركيز الصادرات في دول مجلس التعاون وتدني درجة تنوع الصادرات نسبيا بدول مجلس التعاون الخليجي كما يؤثر مؤشر نفاذ الواردات سلبا علي الناتج المحلي الاجمالي وتدني التجارة البينية بينما دراسة **موسي عبدالله وعبدو تاسكا(2016م)** حول الخصائص الاقتصادية والاجتماعية لمزارعي الصمغ العربي في نيجيريا وتوصلوا الي ان متغيرات العمر، التعليم، الدخل، الخبرة وحجم المزارع لهما تأثير معنوي موجب علي تبني تقنيات انتاج الصمغ العربي عدا العمر له تأثير سالب واصوا بضرورة زيادة الدعم الحكومي من خلال توفير واستدامة مدخلات الانتاج ما تم استعراضه هو نموذج من عدد كبير من البحوث التي تم اجراءها لقياس اثر مؤشرات الميزة النسبية علي صادرات السلع الزراعية وقد اتفقت جميعها ان هذه المؤشرات لها تأثير مباشر علي الصادرات وخاصة الصمغ العربي وان هنالك مشاكل اساسية تتعلق بارتفاع تكاليف الانتاج، التسويق وعدم ثبات السياسات وتعدد الرسوم والعوائد.

### ٣- الإطار النظري:

#### اولاً: أهمية الصمغ العربي:

تأتي أهمية الصمغ العربي من خلال تعدد استخداماته في المنتجات الغزائية والدوائية، كما ان الدخول الاضافية التي يحققها الصمغ العربي تعتبر ذات اهمية قصوي لتحسين الوضع المعيشي للسكان المنتجين الذين يعيشون في مناطق الزراعة التقليدية، حيث ترتفع نسبة الفقر بينهم سواء كان ذلك في السودان او نيجيريا (El hag, Maki,FAO,1999). اما في الوطن العربي فقد ارتفع الطلب علي الصمغ العربي نتيجة لارتفاع استهلاك المشروبات الغازية والحلويات. كما ظهرت للصمغ العربي مؤخرا العديد من الاستخدامات في اغذية الحمية والقطاعات الصحية، ونتيجة لذلك ارتفع الطلب العالمي للصمغ العربي ويتحكم اربعة مصنعون في حوالي 70% من تجارة الصمغ العربي الخام في العالم وينخزون اوروبا والولايات المتحدة مقرا لهم، حيث يشترون خام الصمغ العربي لمعالجته واعادة بيعه كمادة مضافة في الصناعات، تعتبر الولايات المتحدة اكبر سوق للصمغ العربي وتمثل حوالي 30% من تجارته بينما تشكل اوروبا حوالي 20%. وتعتبر صناعة الحلويات هي الاستخدام الاكبر للصمغ في اوروبا علي خلاف الولايات المتحدة التي يشكل تصنيع المشروبات الغازية الاستخدام الاكبر (Rahim A.M,2006). وحاول مصنعوا المواد الغزائية والدوائية ايجاد بديل للصمغ العربي خالي من النشويات لكن هذه البدائل لاتؤدي وظيفة الصمغ العربي. كما ان اهمية الصمغ العربي لفتت انتباه العديد من الدول في الفترة الاخيرة للدخول في انتاجه، فقد كشف الباحث في علم النبات السعودي ابراهيم بن دحيل الدحيل في عام 2017م، عن امكانية زراعة الصمغ العربي بالمملكة العربية السعودية بذات الجودة العالمية اثر تجربة ميدانية قام بها في كل من القصيم والرياض اثمرت عن انتاج كمية جيدة، مطالباً الجهات المعنية بخوض التجربة والتسهيل علي المهتمين بهذا النشاط، الذي من شأنه ان يصبح رافدا مهما للاقتصاد الوطني ومنافسا لدولة السودان الرائدة في تصدير الصمغ العربي، ووضح اهمية الصمغ العربي البالغة لدخوله في الصناعات الغزائية والطبية ومنتجات المياه الغازية والان تجري عليه الابحاث لاستخدامه في الطاقة المتجددة، وهي ورقة استراتيجية مهمة لدولة السودان وقد استنتجتها الولايات المتحدة الامريكية عندما قامت بالحظر عليها، واذاف الباحث انه من خلال بحثي وتجربتي لزراعة شجرة الصمغ العربي التي بدأت منذ عام 2007م في ثلاثة مواقع مختلفة وفي ظروف مناخية مختلفة، بدأت الاشجار المزروعة في الانتاج بعد اربعة اعوام وبكميات قليلة وهي دلالة علي نجاحها، واذاف، بعد النتائج المبشرة اتقدم بمقترح زراعة مليون شجرة من الهشاب لتسهم في الاقتصاد الوطني وتتوافق مع رؤية المملكة 2030م، وكذلك مبادرة خادم الحرمين الشريفين للطاقة المتجددة (عيسى الحربي، الرياض، 2017م). وهذا الراي يشير الي ان هنالك دول عديدة بخلاف الدول الافريقية المذكورة سابقا بدأت في اجراء البحوث والتجارب لزراعة وانتاج الصمغ العربي مما يخلق تنافسا حادا للسودان في المستقبل القريب.

### ثانياً: مفهوم الميزة التنافسية

تعريف الميزة التنافسية على مستوى المنشأة: يمكن التعبير عن مفهوم التنافسية على مستوى المنشأة بأنها مقدرة المنشأة على تلبية رغبات وحاجات المستهلكين المتنوعة والمختلفة وذلك عن طريق توفير منتجات وخدمات ذات جودة عالية وعند سعر معين وبكفاءة أعلى من المنافسين على المستوى المحلي والعالمي ما يحقق الاستمرارية.

تعريف الميزة التنافسية على مستوى القطاع: هي إمكانية القطاع من تحقيق قيمة مضافة عالية ضمن بيئة أعمال مرنة تتماشى مع التغيرات والتطورات الاقتصادية ضمن آليات فعالة لقوى السوق من ناحية الموردين والمستهلكين مع حرية الدخول والخروج من السوق.

تعريف التنافسية على المستوى الوطني: بالنسبة للدول المتقدمة يقصد بها قدرة هذه الدول على مكانتها المتقدمة والرائدة في الاقتصاد العالمي من خلال استمراريتها في الريادة والابداع وذلك من خلال الاستخدام الأمثل لعوامل الإنتاج وتحقيقها لإنتاج ذات وفورات حجم أمثل.

أما الدول النامية: فيعني بها قدرة هذه الدول على النمو وإمكانية حصولها على حصة سوقية في المجالات التي يمكن ان تتحول فيها ميزتها النسبية الى ميزة تنافسية عن طريق إصلاحات جذرية وهيكلية في السياسات الاقتصادية (محمد، عامر، خربوط عابد، 2014م)

تعريف المجلس الأمريكي للسياسة التنافسية: يعرف المجلس الأمريكي للتنافسية بانها قدرة الدولة على انتاج سلع وخدمات لها القدرة على المنافسة في الاسواق العالمية وبالتالي ارتفاع مستمر في مستويات معيشة الفرد في المدى الطويل (محمد، دويس الطيب، 2005م).

تعريف المجلس الاوربي ببرشلونة: عرف المجلس الاوربي التنافسية في عام ٢٠٠٠ بانها القدرة على تحقيق مستويات معيشة افضل لمواطنيها وتخفيض مستويات البطالة وزيادة التماسك الاجتماعي وهي تغطي مجالاً واسعاً وتخص كل السياسات الاقتصادية (منير خروف، ريمثو امريه، 2017م).

### ثالثاً: مؤشرات الميزة التنافسية التصديرية:

هنالك العديد من المؤشرات التي تستخدم لقياس التنافسية تختلف باختلاف مستوى التحليل فيعتبر الميزان التجاري اكثر المقاييس استخداماً على مستوى الدولة اما اثرها استخداماً على مستوى القطاع هي تكاليف الانتاج النسبية والانتاجية والتبادلات التجارية (وسيلة، بوزايد، حمودي، صحراوي، 2012م).

### ١/ معامل الميزة النسبية الظاهرة

يعبر هذا المعامل عن الوسائل الممكنة لتوسع التجارة ويعطي صورة تقريبية للصادرات المستقبلية من السلعة المدروسة وذلك من خلال مقارنة حصة الدولة من الصادرات العالمية من ساعه مع نصيب الصادرات الكلية او الزراعية لتلك الدولة من اجمالي الصادرات الكلية او الزراعية العالمية وعند زيادة هذا المؤشر عن الواحد الصحيح فان ذلك يدل على ان الدولة تتمتع بميزة نسبية ظاهرة من تلك السلعة أما اذا انخفض عن الواحد الصحيح فإن ذلك يشير الى ان تلك الدولة تعاني ن تخلف نسبي في الميزة الظاهرة للسلعة (منير خروف، ريمثو امريه، 2017م).

٢/ يعتبر تحقيق الاستقرار لعائدات الصادرات هو الهدف الاساسي للدول المصدرة وهناك عدة طرق لقياس درجة عدم الاستقرار للصادرات منها النسبة المئوية لمتوسطات الانحرافات، ويتم تطبيقها وفقا للخطوات التالية

١- تقدير معادلات الاتجاه الزمني العام لكمية او قيمة او سعر صادرات المحصول خلال الفترة المراد حساب درجة استقرار صادراتها من سلعة ما.

٢- حساب القيمة التقديرية للكمية او قيمة او سعر المحصول خلال نفس الفترة .

٣- يتم حساب قيمة معامل عدم الاستقرار بالمعادلم التالية

### ٣/ مؤشر المركز التنافسي (قوة التصدير)

يعتبر السعر التصديري من المؤشرات الهامة وذلك لجذبة المزيد من الاسواق الاستيرادية في ظل التقارب النوعي للسلعة المصدرة مع نظيرتها بالدول الاخرى المصدرة وكلما كان السعر التصديري منخفض مع نظيراتها من الدول المنافسة فهذا يدل على وجود ميزة سعرية للسلعة المصدرة وقدرة تنافسية افضل، ونجد ان السعر التصديري لا يعكس فقط التكاليف الانتاجية وانما يتأثر ايضا بعوامل اخرى مثل الضرائب وموعد التصدير وتكاليف النقل وغيرها من العوامل المتعلقة بعملية التصدير والتي اصبحت اكثر تأثيرا على السعر التصديري من التكاليف الانتاجية(منير خروف، ريمثوامرية، 2017م).

### ٤/ مؤشر النصيب السوقي

يعكس هذا المؤشر مدى توسع حجم المبيعات الخارجية لأي دولة، فارتفاع نصيبها السوقي يعكس مدى قدرتها التنافسية. ويعبر مؤشر النصيب السوقي عن النسبة المئوية لصادرات دولة ما من سلعة معينة الى سوق معين الى واردات ذلك السوق من مختلف دول العالم من تلك السلعة. فكلما ارتفع تحسن الوضع التنافسي للنصيب السوقي للدولة المصدرة، دل ذلك على ارتفاع قيمته حسابياً(العبدلله وأخرون، 2018م).

### ٥/ مؤشر اختراق الاسواق

يمكن تعريف هذا المؤشر بأنه النسبة بين واردات دولة معينة من سلعة ما واستهلاكها الافتراضي من تلك السلعة. ويعتبر هذا المقياس من من اكثر مقاييس التنافسية انتشاراً. وتتراوح قيمة هذا المؤشر بين الصفر والواحد الصحيح وكلما اقتربت النسبة من الواحد الصحيح دل ذلك على اتساع السوق وسهولة دخوله والعكس صحيح(العبدلله وأخرون، 2018م).

#### ٤ - التحليل والمناقشة:

تم حساب مؤشرات القدرة التنافسية لصادرات الصمغ العربي لدولتي السودان ونيجيريا خلال فترة الدراسة كما مبين في الجدول التالي:

جدول (1-4) مؤشرات الميزة التنافسية لصادرات الصمغ العربي للسودان ونيجيريا (2000-2018):

مؤشرات نيجيريا

مؤشرات السودان

الاعتماد علي التصدير (ED <sub>n</sub> )	قوة التصدير (EP <sub>n</sub> )	الانتاج النسبي (Q <sub>n</sub> )	السعر النسبي (P <sub>n</sub> )	الميزة النسبية الظاهرة (RCA <sub>n</sub> )	الاعتماد علي التصدير (ED <sub>s</sub> )	قوة التصدير (EP <sub>s</sub> )	الانتاج النسبي (Q <sub>s</sub> )	السعر النسبي (P <sub>s</sub> )	الميزة النسبية الظاهرة (RCA <sub>s</sub> )	السنوات
0.88	0.12	0.14	0.79	314.2	0.51	0.95	0.55	0.21	82.8	2000
0.87	0.11	0.16	0.85	675.0	0.50	0.62	0.57	0.15	85.0	2001
0.86	0.15	0.13	0.74	333.3	0.49	0.66	0.64	0.26	100.0	2002
0.89	0.11	0.10	0.52	333.3	0.63	0.57	0.69	0.48	114.2	2003
0.91	0.10	0.17	0.41	490.0	0.76	0.30	0.67	0.59	183.0	2004
0.95	0.10	0.10	0.28	420.0	0.79	0.25	0.67	0.72	1.800	2005
0.90	0.09	0.19	0.66	511.1	0.87	0.35	0.44	0.34	185.5	2006
0.92	0.08	0.31	0.77	325.0	0.90	0.23	0.64	0.23	221.1	2007
0.92	0.09	0.12	0.64	400.0	0.77	0.29	0.59	0.36	304.3	2008
0.89	0.11	0.41	0.69	712.5	0.61	0.62	0.64	0.31	225.0	2009
0.90	0.10	0.36	0.60	700.0	0.73	0.36	0.72	0.40	323.3	2010
0.90	0.10	0.28	0.60	550.0	0.72	0.37	0.70	0.40	308.3	2011
0.90	0.11	0.11	0.51	216.6	0.76	0.31	0.69	0.49	288.3	2012
0.89	0.12	0.08	0.28	137.5	0.79	0.26	0.87	0.72	138.8	2013
0.90	0.10	0.09	0.39	133.3	0.80	0.24	0.69	0.61	175.7	2014
0.89	0.12	0.06	0.17	211.1	0.82	0.22	0.71	0.83	154.4	2015
0.91	0.09	0.07	0.64	260.0	0.81	0.22	0.72	0.36	342.0	2016
0.89	0.11	0.08	0.57	312.0	0.81	0.22	0.77	0.43	83.8	2017
0.91	0.09	0.08	0.22	266.6	0.83	0.20	0.71	0.78	52.2	2018

المصدر: اعداد الباحثين من خلال تطبيق معادلات مؤشرات الميزة التنافسية تم حساب قيم جميع المؤشرات وفقا للصيغ الرياضية الموضحة في منهجية البحث باستخدام البيانات المتوفرة من عدة مصادر ويمكن تفسير النتائج فيما يلي:-

#### أولاً: الميزة النسبية الظاهرة (RAC)

يتضح من بيانات الجدول اعلاه، ارتفاع الميزة النسبية الظاهرة للسودان من عام 2000 حتى 2004م من 82.8 الي 183 علي التوالي نتيجة لاتخاذ سياسات تصديرية مشجعة من قبل الحكومة السودانية، لكن يلاحظ انخفاض الميزة التنافسية الظاهرة في عام 2005 الي حوالي 1.8 فقط وذلك نتيجة لاصدار قرار بقيام مصانع خاصة في السودان لوكلاء من الخارج والذين ظلوا يصدرون حوالي 30% من صادرات الصمغ العربي مما اثر سلبا من مقدرة شركة الصمغ العربي التسويقية وادي ذلك الي تراكم مخزون الصمغ العربي لدي الشركة المقدر بحوالي 20 الف طن، ولم يتحسن الحال الا بعد تدخل وزارة التجارة الخارجية في عام 2006 بايقاف جميع تراخيص تصدير الصمغ العربي في اي صورة بخلاف شركة الصمغ العربي، مما دفع مؤشر الميزة النسبية الظاهرة يسجل ارتفاعا واضحا منذ عام 2006 حتي عام 2016 من حوالي 185.5 الي حوالي 342 علي التوالي. ثم استمر المؤشر في الانخفاض في العامين الاخرين من 83.8 الي حوالي 52.2 فط في عام 2018 نتيجة للالزمة السياسية والاقتصادية الطاحنة التي تشهدها البلاد والتي تسببت في شبه انهيار كامل لقطاع الصادر في السودان. اما فيما يختص بيجيريا، يلاحظ علي الرغم من انها تساهم فقط بحوالي 10% في الانتاج العالمي من الصمغ العربي، الا انها ان الميزة النسبية الظاهرة اعلي من السودان طيلة فترة الدراسة، فقد بدأ المؤشر مرتفعا في عام 2000 حوالي 314.2 حتي عام 2011 كان حوالي 550، نتيجة للمجهودات المبذولة من قبل الحكومة النيجيرية لتطوير انتاج وتصدير الصمغ العربي واقامة مراكز ابحاث الصمغ العربي لتقديم الدعم الفني للمنتجين، لكن يلاحظ تدني الميزة النسبية الظاهرة خلال عامي 2015 و 2016 بحوالي 211.1 و 260 علي التوالي. ثم تحسن المؤشر خلال العامين الاخرين 2017، 2018، وذلك يعود الي ظهور مشاكل تتعلق بضعف تبني صغار المنتجين لتقنيات انتاج الصمغ وهيمنة كبار التجار علي عمليات التسويق والتصدير، هذه النتائج تتفق مع دراسة كل من (Musa Abdullahi, Abdu Karriliyus, 2016) من جامعة مادبو اداما للتكنولوجيا بولاية يولا بنيجيريا.

#### ثانياً: مؤشر السعر النسبي (Pa).

يتضح من الجدول (1-4) ان مؤشر السعر النسبي الذي يشير الي متوسط نسبة تصدير الصمغ العربي لدولة منافسة بالنسبة للسودان، بدأ منخفضا في عام 2000 واخذ في الاتجاه التصاعدي غير المنتظم بعد ذلك ويعود ذلك الي التغيير المستمر في سياسات تسويق الصمغ العربي بمنح الاحتكار لشركة الصمغ العربي تارنا الي الغاء الاحتكار تارة اخري، كذلك ادت الضرائب المتعددة المفروضة علي السلعة الي تدني اسعار المنتجين مما قلل من منافسة الصمغ العربي في الاسواق العالمية. مما يجدر ذكره كذلك دخول اكثر من خمسة عشر دولة افريقية اخري في حزام الصمغ العربي في دائرة الانتاج كدولة تشاد ونيجيريا مالي وغيرها، اظهرت ضغوط كبيرة

علي اسعار الصمغ في البورصة العالمية. اما مؤشر السعر النسبي لنيجيريا فهو في المتوسط اعلي من السودان عدا في الاعوام 2005، 2013، 2014، 2015، و2018 حوالي 0.28، 0.28، 0.39، 0.17، 0.22 علي التوالي. اما اسباب تدني اسعار الصمغ العربي في نيجيريا فهي متعددة منها الاعتماد علي العمل اليدوي في تصنيف درجات الصمغ العربي، ضعف المعلومات التسويقية، ضعف التمويل وقلة مواعين التخزين ومشاكل الترحيل، كما ورد في دراسة (Sambo, M&Batsaa, 2005) حول عمليات وتسويق الصمغ العربي في نيجيريا.

#### ثالثا: مؤشر قوة التصدير (EPI)

تشير النتائج المبينة في الجدول (1-4)، ان مؤشر قوة التصدير سجل اعلي نسبة في عام 2000 حوالي 10.95 ثم استمر انخفاض المؤشر طيلة فترة الدراسة ليصل الي اقل نسبة في عام 2018 حوالي 0.20 فقط، ليؤكد حجم التدهور المستمر في صادرات الصمغ العربي في السودان وضعف القدرة التنافسية في الاسواق العالمية، اما مؤشر قوة التصدير في نيجيريا ظل مستقرا طيلة فترة الدراسة نتيجة لاستقرار سياسات صادرات الصمغ العربي، ويلاحظ ان مؤشر قوة التصدير اعلي نسبيا مقارنة مع مؤشر نيجيريا بسبب الفارق الكبير في صادرات الصمغ العربي بين الدولتين.

#### رابعا: مؤشر الاعتماد علي التصدير (EDi)

تشير النتائج المبينة في الجدول (1-4)، ان مؤشر مقدرة الدولة علي الاعتماد علي التصدير في نيجيريا اظهر استقرارا واضحا، حيث ظل يتراوح ما بين 0.95 كاعلي نسبة في عام 2005 وحوالي 0.86 كادني نسبة في عام 2002، مما يشير الي ارتفاع معدل نمو صادرات الصمغ العربي في نيجيريا وزيادة حصتها في الاسواق الخارجية. اما في السودان فمؤشر الاعتماد علي الصادرات يتراوح ما بين 0.90 كاعلي نسبة في عام 2011 الي حوالي 0.49 كاقبل نسبة في عام 2002 وهي تعتبر نسبة اقل مقارنة بمؤشر الاعتماد علي التصدير في نيجيريا خلال فترة الدراسة وذلك بسبب ان نيجيريا تعتمد علي تصدير الدرجة النظيفة من الصمغ العربي، اما في السودان معظم صادرات الصمغ العربي عن طريق وكلاء عالميين يعملون كوكلاء تسويق لشركة الصمغ العربي ولهم حقوق حصرية، يتحصل اربعة من هذه الشركات علي حوالي 70% من صادرات شركة الصمغ العربي ولهم مصانعهم الخاصة ويقومون ببيع الصمغ المعالج الي المصانع في كل من اوروبا وامريكا، وهذا الاجراء ادي الي ضعف حصة السودان من صادرات الصمغ العربي الي الاسواق الخارجية.

#### خامسا: مؤشر الانتاج النسبي (Qi)

هذا المؤشر يوضح النسبة بين انتاج الدولة الي الانتاج العالمي من الصمغ العربي، وتشير نتائج الجدول (1-4) ان مؤشر الانتاج النسبي في السودان اعلي من مؤشر الانتاج النسبي في نيجيريا ويرجع ذلك الي حجم انتاج الصمغ العربي في السودان والذي يمثل حوالي 80% من الانتاج العالمي، غير ان خلال العشرة سنوات الاخيرة بدأ انتاج الصمغ يتدني ليصل حوالي 40% فقط في عام 2018 نتيجة لعدم الاستقرار الامني في خاصة في مناطق الانتاج بولايتي كردفان ودارفور وكذلك تحول عدد كبير من منتجي الصمغ العربي الي أنشطة التعدين التقليدي للذهب باعتباره من الأنشطة سريعة العائد في الفترة الاخيرة.



**التحليل القياسي:-** قبل اجراء نموذج الانحدار الخطي المتعدد لاختبار معنوية مؤشرات القدرة التنافسية، يمكن اختبار وفحص الخصائص الإحصائية طويلة الأجل للمتغيرات محل الدراسة باستخدام طرق عديدة منها:

#### اختبارات جذر الوحدة (Unit Root Tests)

من المتفق عليه وبشكل عام، أن النماذج التي يتم تقديرها من خلال الطرق القياسية التقليدية تعاني من ما يسمى الانحدار الزائف. وتتخلص هذه المشكلة في أنه إذا كانت متغيرات السلاسل الزمنية غير ساكنة كما هو الحال في غالبية السلاسل الزمنية، فإنه لا يمكن استخدام قيمها لمعرفة أثر متغير ما على متغير آخر. ولذلك فإن تحليل سكون السلاسل، يستطيع التغلب على هذه الإشكالية ويحاول استحداث علاقة توازنية في المدى الطويل بين متغيرين أو أكثر. الجدول التالي يوضح درجة سكون المتغيرات المستخدمة في الدراسة.

جدول (1-1) اختبار جزور الوحدة (ADF)

Variables	T .value at 5%	Prob.	Level
ED <sub>n</sub>	5.89	0.000	1 <sup>st</sup> .difference
ED <sub>s</sub>	3.26	0.033	1 <sup>st</sup> .difference
EP <sub>n</sub>	7.18	0.000	1 <sup>st</sup> .difference
EP <sub>s</sub>	5.64	0.003	1 <sup>st</sup> .difference
RAC <sub>n</sub>	3.57	0.018	1 <sup>st</sup> .difference
RAC <sub>s</sub>	6.18	0.000	1 <sup>st</sup> .difference
P <sub>n</sub>	4.40	0.003	1 <sup>st</sup> .difference
P <sub>s</sub>	4.40	0.003	1 <sup>st</sup> .difference
Q <sub>n</sub>	5.75	0.003	1 <sup>st</sup> .difference
Q <sub>s</sub>	9.26	0.003	1 <sup>st</sup> .difference

المصدر: الباحث باستخدام برنامج EVIEWS9

يلاحظ في الجدول أعلاه ان جميع المتغيرات مستقرة في الفرق الاول، هذا يشير الي ان المتغيرات تحتوي علي جذر الوحدة وانها متكاملة من الدرجة (1)1، مما يعني امكانية اجراء نموذج الانحدار الخطي لتقدير اثر مؤشرات القدرة التنافسية علي صادرات الصمغ العربي.



تقدير نموذج الانحدار الخطي المتعدد لآخبار العلاقة بين مؤشرات الميزة التنافسية وصادرات الصمغ العربي:

أولاً: نموذج السودان:

لقياس اثر مؤشرات الميزة التنافسية علي صادرات الصمغ العربي في السودان تم تحديد وحصر اهم المؤشرات الاقتصادية المحددة للميزة التنافسية والتي تمثلت في كمية صادرات الصمغ العربي ( $Q_s$ )، مؤشر قوة التصدير ( $EP_s$ )، السعر النسبي للصمغ العربي في الاسواق العالمية ( $P_s$ )، الانتاج النسبي للصمغ العربي في السودان ( $Q_s$ ) ومؤشر الاعتماد علي التصدير ( $ED_s$ ) بعد اجراء اختبار سكون السلاسل الزمنية لمتغيرات الدراسة تم تقدير نموذج الانحدار الخطي ، وتم الحصول علي النموذج التالي:

$$QA_s = 84336.27 - 5061.9RAC_s + 55260.95Q_s - 45690.98EP_s + 8056.66P_s + 7344.1ED_s.$$

$$(1.6342)^* \quad (1.5492)^* \quad (1.5928)^* \quad (2.0552)^* \quad (0.6851)^* \quad (0.1349)^*$$

$$Adjus.R^2 = 0.88 , \quad DW = 1.5 , \quad F.prob. = 0.0000$$

باخذ الوغريثم الطبيعي اظهر النموذج عدم معنوية العلاقة، وبعد حذف متغيري  $P_s$ ،  $ED_s$  لعدم المعنوية، تم التوصل الي افضل نموذج انحدار خطي يمكن ان يعبر عن تلك العلاقة ويتفق مع المنطق الاحصائي كالتالي:

$$\log QA_s = 73215.65 - 5700.6 \log RAC_s + 62429.8 \log Q_s - 52673.3 \log EP_s$$

$$(3.5506)^* \quad (2.1506)^* \quad (2.5850)^* \quad (6.9987)^*$$

$$Adjus.R^2 = 0.84 , \quad DW = 1.62 , \quad (F.prob.) = 0.0000 , \quad F.stat. = 32.36$$

يتضح من النموذج اعلاه، ان النموذج اظهر معنوية تامة، وسجلت الاحصائية قيمة معنوية عالية (Prob.F=0.000). وان النموذج يمكن ان يفسر العلاقة بين المتغيرات المستقلة التي تتالف من مؤشرات الميزة التنافسية وصادرات الصمغ العربي، حيث احصائية (F.stat.=32.36) كانت عالية، كما لايعاني النموذج من المشاكل القياسية بدليل ان احصائية ديربان-واتسون (DW=1.6) في المدى المقبول، والقيم بين القوسين تشير الي احصائية t وجميع المتغيرات المستقلة معنوية كل علي حدا عند مستوي المعنوية 5%.

من خلال النتائج اعلاه، معامل الانتاج النسبي ( $Q_s$ )، يؤثر ايجابا علي صادرات الصمغ العربي في السودان وذلك يدعم موقع السودان الصداري في انتاج الصمغ العربي في العالم، وهذا يتفق مع المنطق الاقتصادي انه كلما ارتفع الانتاج النسبي للدولة مقارنة بالدول الاخرى كلما زاد من قدرته التنافسية في الاسواق العالمية.

معامل الميزة النسبية الظاهرة ( $RAC_s$ )، يؤثر سلبا علي صادرات الصمغ العربي في السودان مما يشير الي انخفاض الميزة التنافسية للسودان، نتيجة لعدم ثبات سياسات تسويق الصمغ والتأرجح ما بين الاحتكار التام والتحرير الجزري بالاضافة الي دخول دول اخري منتجة للصمغ العربي في افريقيا.

مؤشر قوة الصادرات ( $EP_s$ ) يؤثر سلبا علي صادرات الصمغ العربي هذا يؤكد التدهور المستمر لصادرات الصمغ العربي خاصة خلال العشرة سنوات الاخيرة، نتيجة المشاكل الهيكلية التي ظل يعاني منها الاقتصاد السوداني علي المستوي الداخلي وكذلك الحصار الاقتصادي الامريكي علي السودان الذي استمر لاكثر من عشرة سنوات. معامل التحديد المصحح  $R^2 = 0.84$ ، يشير الي جودة توفيق النموذج، اي ان 84% من التغيرات التي تحدث في صادرات الصمغ العربي يمكن تفسيرها بواسطة المتغيرات المستقلة المضمنة في النموذج.

ثانيا: نموذج الانحدار الخطي المتعدد لمؤشرات الميزة التنافسية لصادرات الصمغ العربي في نيجيريا.

لتقدير النموذج وبداخل الوعريثم الطبيعي لطرفي المعادلة تم الحصول علي النتائج التالية:

$$QA_n = 5.624 + 0.1647RAC_n + 0.843Q_n - 1.9517EP_n - 0.558P_n + 1.253ED_n$$

$$(-2.055)^* \quad (0.582)^* \quad (3.177)^* \quad (-2.055)^* \quad (-1.860)^* \quad (0.814)^*$$

$$Adjus.R^2 = 0.65 , \quad DW = 1.4 , \quad F.prob. = 0.001 \quad F.stat. = 7.79$$

بالاشارة للنتائج الموضحة في النموذج اعلاه، رغم معنوية النموذج الكلي هنالك بعض المتغيرات المستقلة كانت غير معنوية تم استبعادها وهما متغيري الميزة النسبية الظاهرة ( $RAC_n$ ) ومؤشر الاعتماد علي الصادرات ( $ED_n$ )، تم التوصل الي افضل نموذج خطي يمكن ان يفسر العلاقة بين مؤشرات الميزة التنافسية وصادرات الصمغ العربي في نيجيريا.

$$QA_n = 3.762 - 2.163EP_n + 0.885Q_n - 0.672P_n$$

$$(3.384)^* \quad (3.384)^* \quad (4.505)^* \quad (2.809)^*$$

$$Adjus.R^2 = 0.67 , \quad DW = 1.53 , \quad (F.prob.) = 0.0000 , \quad F.stat. = 13.6$$

يتضح من الجدول اعلاه، هنالك معنوية عالية للنموذج حيث،  $F.stst. = 13.6$ ، مما يشير ان النموذج يصلح لتفسير العلاقة بين المتغيرات المستقلة التي تضمنت كل من مؤشر قوة الصادر ( $EP_n$ )، مؤشر السعر النسبي ( $P_n$ ) ومؤشر الانتاج النسبي ( $Q_n$ )، كما ان النموذج لايعاني من مشاكل قياسية باعتبار ان احصائية ديبربان-واتسون تقترب من اثنين ( $DW=1.5$ )، القيم بين الاقواس تشير الي احصائية t والتي توضح معنوية المتغيرات المستقلة داخل النموذج. معامل التحديد المصحح يشير الي ان المتغيرات المستقلة تفسر 67% من التغيرات في صادرات الصمغ العربي في نيجيريا.

- معامل قوة التصدير ( $EP_n$ ) سالب مما يشير الي تأثيره السالب علي صادرات الصمغ العربي في نيجيريا ويتطلب ذلك من بزل المزيد من السياسات التي تشجع صادرات الصمغ العربي.
- معامل السعر النسبي ( $P_n$ ) يؤثر سلبا علي صادرات الصمغ العربي وذلك نتيجة لتذبذب اسعار الصمغ العربي في نيجيريا الذي يعتمد علي الدرجة المنتجة من الصمغ، وكذلك ضعف امكانيات تحويل الصمغ الخام الي بودرة اضافة الي ضعف المعلومات التسويقية.
- معامل الانتاج النسبي ( $Q_n$ ) يؤثر ايجابا علي صادرات الصمغ العربي، ويعود ذلك الي المجهودات الكبيرة التي بذلت في مجالات التمويل، ادخال التقانة الحديثة والابحاث العلمية في نيجيريا انعكس ايجابا علي زيادة انتاج الصمغ العربي مما رفع من قيمة الصادرات خلال العشرة سنوات الاخيرة.

## ٥- النتائج والتوصيات:

### اولاً: النتائج.

- من خلال تحليل الميزة التنافسية واثرها علي صادرات الصمغ العربي في السودان ونيجيريا واستعراض موقف الصادرات النسبي لكل من الدولتين يمكن تلخيص اهم النتائج التالية:
- تاتي اهمية الصمغ العربي من خلال تعدد استخداماته في المنتجات الغزائية والطبية ومن خلال الدخول الاضافية التي يحققها لصغار المنتجين الذين يعيشون في مناطق الزراعة التقليدية.
- لازال السودان يتصدر قائمة الدول المنتجة والمصدرة للصمغ العربي رغم تدني النتاج في العقدين الاخيرين، بسبب بعض السياسات الخاطئة والمنافسة الشرسة التي ظهرت بدخول دول حزام الصمغ العربي ودول اخري في انتاج الصمغ العربي.
- الميزة النسبية الظاهرة لصادرات الصمغ العربي في نيجيريا اعلي من السودان خلال فترة الدراسة نتيجة لضعف سياسات الصمغ العربي وعدم تشجيع المنتجين في السودان.
- مؤشر السعر النسبي لنيجيريا افضل من السودان وذلك نتيجة لعدم ثبات التشريعات الخاصة بالصمغ العربي في السودان وبسبب الضرائب المتعددة المفروضة علي سلعة الصمغ العربي.
- مؤشر قوة التصدير كان افضل نسبيا في السودان مقارنة بنيجيريا، مما يشير الي امكانية رفع القدرة التنافسية لصادرات الصمغ العربي في السودان بقليل من التركيز والدعم الفني للمنتجين والمصدرين.
- مؤشر الاعتماد علي التصدير في السودان اظهر انخافضا واضحا مقارنة بنيجيريا خلال فترة الدراسة نسبة الي ميول السودان الي تصدير الصمغ العربي في صورة خام عن طريق شركة الصمغ العربي التي بدورها تتبعه الي وكلاء لهم مصانعهم الخاصة، لبيع الصمغ النظيف في كل من اوروبا وامريكا، مما اضعف حصة السودان من صادرات الصمغ العربي في الاسواق العالمية.
- مؤشر الانتاج النسبي في السودان اعلي من نيجيريا نتيجة لكبر حجم الانتاج في السودان لكن في خلال العشر سنوات الاخيرة بدأ الانتاج يشهد تدنيا لعدم الاستقرار الامني في مناطق الانتاج وتحول عدد كبير من المنتجين الي أنشطة التعدين التقليدي للذهب.
- من خلال النموذج القياسي اتضح ان معامل الانتاج النسبي يؤثر ايجابا علي صادرات الصمغ العربي في السودان ونيجيريا. اما معامل الميزة النسبية الظاهرة يؤثر سلبا علي صادرات الصمغ العربي في السودان بينما لم يكون له اثرا في النموذج النيجيري ، كذلك معامل قوة الصادرات كان له اثر سالب علي صادرات الصمغ العربي في كل من السودان ونيجيريا.

### ثانياً: التوصيات

- الاهتمام بتأهيل المشاريع الزراعية الكبرى في كل من السودان ونيجيريا ودعم الصناعات التحويلية للصمغ العربي واكمال البنيات التحتية لصادرات الصمغ من نقل وتسويق وتخزين.
- ضرورة انشاء قاعدة بيانات شاملة ودقيقة ومحدثة واجراء البحوث العلمية التي تساعد في زيادة انتاج الصمغ العربي وتبني التقنيات الحديثة.
- اتباع سياسات سعرية وتصديرية تحقق ميزة تنافسية عالية للصمغ العربي في اسواق التصدير ولها القدرة علي مواجهة الدول المنافسة، وضرورة اتباع سياسات انتاجية من شأنها تخفيض تكاليف انتاج الوحدة من خلال تخفيض اعباء الضرائب والرسوم الاخرى.
- الغاء احتكار تسويق وتصدير الصمغ العربي في السودان وازالة كل القيود المفروضة
- اهمية رفع القدرة التنافسية لصادرات الصمغ العربي في السودان ونيجيريا عن طريق التركيز والدعم الفني للمنتجين والمصدرين.

## المصادر والمراجع:

### اولاً: المصادر باللغة العربية

- ١- بدرالدين جبرالله، حسين(2011م)، التغيرات الهيكلية في الصادرات السودانية والنمو الاقتصادية، مجلة المصرفي، العدد الثاني والستون.
- ٢- البنك الدولي(2007م)، مذكرة عن سياسات تسويق وصادرات الصمغ العربي بالسودان، تقرير رقم(41099).
- ٣- جمال قاسم، حسن(2017م)، قياس اثر تنافسية التجارة الخارجية علي اقتصادات دول مجلس لدول الخليج العربية، صندوق النقد العربي، قاعدة البيانات الاقتصادية والاجتماعية.
- ٤- سامية محمود، بابكر المنصور(2016م)، اثر صادرات القطاع الزراعي علي الناتج المحلي في السودان خلال الفترة من 1995م-2014م، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مجلة العلوم الاقتصادية، الطبعة 17، العدد 1.
- ٥- سمر عثمان(2015م)، دراسة القدرة التنافسية لصادرات زيت الزيتون السوري، مجلة جامعة دمشق للعلوم الزراعية، المجلد 31، العدد 2، ص ص 281-263.
- ٦- طارق توفيق، محمد فراج(2015م)، القدرة التنافسية لاهم صادرات السلع الزراعية المصرية في الاسواق العالمية، مجلة الاقتصاد الزراعي، جامعة المنصورة، مصر، المجلد 6، العدد 5.
- ٧- العبد الله وآخرون، ٢٠١٨، القدرة التنافسية لصادرات التفاح السوري في الاسواق الخارجية، المجلة السورية للبحوث الزراعية 5(3) ص ص: 83-64.
- ٨- محمد، دويس، الطيب، ٢٠٠٥، براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول دراسة حالة الجزائر، جامعة ورقلة كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، بحث غير منشور .
- ٩- محمد، عامر، خربوط،(2014)، العوامل المؤثرة في القدرة التنافسية للصادرات السورية، جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، مجلد ٣٠، العدد الأول .
- ١٠- مصعب، ارباب(2017م)، واقع الصادرات السودانية غير البترولية، مجلة الدراسات العليا، جامعة النيلين، مجلد 7، العدد 26.
- ١١- منير خروف، ريمثا مريية، ٢٠١٧، القدرة التنافسية المستدامة في الجزائر، دراسة تحليلية، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والادارية، العدد الثامن .
- ١٢- هالة الامين(2008م)، تطور الصادرات السودانية خلال الفترة من 1995م وحتى 2007م وفرصها في الاسواق العالمية، نقطة التجارة السودانية، قسم الدراسات، التقرير العشرون.
- ١٣- هالة الامين، احمد(2013)، تحليل الصادرات السودانية خلال العام 2012م، بالتركيز علي علي اقليم الكوميسا، وزارة التجارة، تقرير نقطة التجارة الخارجية.

-١٤

- ١٥- هشام الجندي، هيدي الجندي(2014)، الوضع التنافسي لصادرات البرتقال المصري في اهم الاسواق الخارجية ، مركز البحوث الزراعية، القاهرة،مجلة العلوم الزراعية، العدد (45)، المجلد الاول.
- ١٦- وسيلة، بوازيد، حاج، حمودي، صحر اوي، ٢٠١٢، مقارنة الموارد الداخلية والكفاءات كمدخل للميزة التنافسية، بحث غير منشور .

#### ١٧-ثانيا: المصادر باللغة الانجليزية

Ahmed.M.El Naim(2014)" competitiveness of Gum Arabic marketing system -١

at El Obeid crops market, North Korofan State, Sudan"

<https://www.researchgate.net/publication/267027334>.

El Hag Makki Awonda " development of Gum Arabic production and -٢

marketing, Sudan, part.1, the national picture and recommendation,

FAO,1999.

Food and Agricultural Organization (FAO), production year book, United -٣

Nation, Rome, different volumes.

Musa&Abdu Tashikalma(2016)" Factors Influencing Adoption of Gum Arabic -٤

Production Technologies in Gombe State,Nigeria, international journal of agricultural extension and rural development studies,vol.3,No.2,pp15-25.

Rahim A,M,(2006) " Economic Analysis of Deforestation: the case of the -٥

Gum Arabic belt in Sudan" PhD thesis, Wageningen University,

UNCTAD(2017) " commodities and development report 2017, commodity -٦

market, economic development, United Nation publication, sales

No.E.17.11.D, Newyork and Geneva.

UNCTAD(2018)" commodities at glance, special issue on Gum -٧

Arabic,No.8,Newyork, Geneva.

ملحق (١-١)

صادرات الصمغ العربي السودانية والنيجيرية خلال 2000-2018م (ملايين الدولارات)

السنة	قيمة صادرات الصمغ السودانية	قيمة صادرات الصمغ النيجيرية
2000	26143	5140
2001	27141	6776
2002	27077	3642
2003	32586	4066
2004	60125	16489
2005	123892	19075
2006	48503	20736
2007	69627	17765
2008	70064	17895
2009	63095	35889
2010	68883	34331
2011	80647	31690
2012	82586	11493
2013	102841	9920
2014	95612	11256
2015	107350	8055
2016	115017	11275
2017	114689	10664
2018	113500	14300

المصدر: بيانات مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD)، جنيف 2018م.