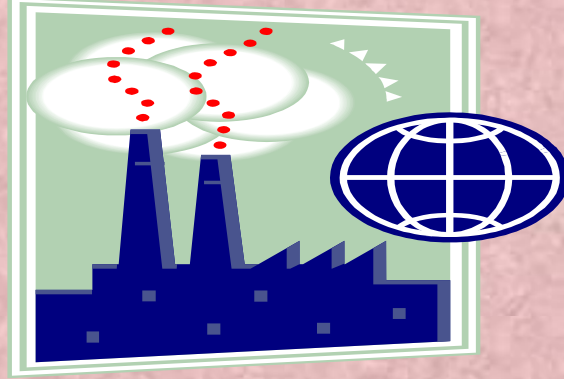


بسم الله الرحمن الرحيم  
نقطة التجارة السودانية



التقرير الحادى والعشرون  
نفاذ الصادرات السودانية  
للاسواق العالمية

اعداد : هالة احمد الامين  
مايو - 2008م

# النفاذ للأسواق

## محاوور الورقة :

- المقدمة
- المحور الاول : كيفية النفاذ لاسواق العالمية
- 1 المرحلة الاولى تقييم اداء الصادرات الزراعية والصناعية
- 2 المرحلة الثانية معرفة المنافسة الخارجية
- 3 المرحلة الثالثة دراسة الاسواق المستهدفة
- المحور الثاني : الاتفاقيات والبرتكولات
- المحور الثالث : اثر التكنولوجيا في تنمية الصادرات
- المحور الرابع : التوصيات

## مقدمة :

شهد العالم خلال العشرية الأخيرة سلسلة من التحديات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، في ظل الأوضاع الاقتصادية العالمية الجديدة، وخاصة بظهور التكتلات الاقتصادية، المنافسة الدولية، انتشار الشركات المتعددة الجنسيات، الأدوار الجديدة للمنظمات العالمية... إلخ. كما ظهرت في هذه الفترة ثورة تكنولوجية سريعة تمثلت أساساً في التطور السريع في عالم الاتصالات، المواصلات، المعلومات، و اتساع مجالها، إضافة إله ما ترتب عنه من سرعة فائقة في جمع و تخزين المعلومات، وانتقالها السريع بين أبعد نقطتين في العالم، مما ساهم في تحقيق "عالمية السوق"، بحيث لم يعد هناك سوق وطنية، أو إقليمية، بل اندمجت معظمها في سوق واحدة في عدد كبير من السلع و الخدمات.

كل هذا أدى للاهتمام بضرورة التسويق بصفة عامة، والتسويق الدولي بصفة خاصة، و الحاجة إلى المعلومات التسويقية سعياً منها في غزو الأسواق الدولية، و هذا طبعاً بعد تطوير منتجاتها ووجود وسيلة فعالة و شاملة لكافة الوظائف لتضمن انسياب و تدفق السلع و الخدمات إلى الداخل و الخارج.

ومن خلال هذا التطور والتقدم المستمر في مختلف الأنشطة التجارية، والصناعية والخدمية، وبالأخص التكنولوجية، أصبحت الميزة التنافسية تقاس بمدى القدرة على الإبداع و الابتكار والتجديد الذي يتماشى في نفس الوقت مع متطلبات الأسواق الخارجية، مما فتح مجالات واسعة

لنمو أمام المؤسسات واقتحام الكثير من الأسواق وهذا بفضل الأهمية البالغة للتسويق الدولي، الذي يعتبر محددًا لنجاح المؤسسات في دخول الأسواق العالمية، وعليه فالمؤسسات التي تملك أنشطة تسويقية متطورة تستطيع أن تنافس بكفاءة وفعالية في الأسواق، وهذا ما يتجلى في النجاح الكبير الذي حققته مؤسسات الدول المتقدمة كالمؤسسات الأمريكية، الألمانية، اليابانية،... الخ.

فالتسويق الدولي هو عمليات التبادل التي تتم عبر الحدود الدولية، لغرض إشباع الحاجات والرغبات الإنسانية. بحيث يعد التسويق الدولي نشاطا اقتصاديا عالياً، فهو يعني القدرة على فهم الفرص التجارية في الأسواق الخارجية، و استيعابها لضمان النجاح ومواجهة المنافسة الدولية. وتتجلى أهمية التسويق الدولي في توسيع السوق وجذب عملاء جدد، وتجنب المنافسة، وزيادة رقم الأعمال.

يعتمد السودان في تجارته الخارجية علي تسويق المنتجات النفطية والمنتجات الغير نفطية والتي يعتبر القطاع الزراعي الدعامه الاساسية لهذا الشق فهو الركيزة الأساسية للاقتصاد السوداني ويحتل المركز الأول بين القطاعات غير الزراعية ويضم هذا القطاع قسمين نباتي وحيواني يضم عدد من السلع التصديرية الهامة كالقطن والصمغ والحبوب الزيتية والكردي والذرة والخضر والفاكهة والحيوانات الحية واللحوم ويتم تصدير هذه السلع لعدد من الأسواق الخارجية ويمكن لهذه الأسواق أن تستوعب أضعاف ما ننتج إذا ما تمت دراستها بأسس علمية واضحة، فتحديد الأسواق الخارجية هي الخطوة الأولى عند إعداد الخطط التصديرية وهي المرحلة التي تسبق مرحلة الإنتاج. ففي السنوات الاخيره حدثت بعض التغيرات ترتب عليها تحول الدول الكبرى إلى الصناعات الثقيلة والسلع ذات التكنولوجيا العالمية تاركة السلع الاستهلاكية والصناعات الصغيرة إلى دول العالم الثالث . فالتسوق الخارجي له عدداً من الأسس إذا لم نستطع إتباعها أصبح سوقا داخليا فالعالم يعيش اليوم موجة من التغيرات فى شتي المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وقد أفرزت هذه التغيرات نظرة جديدة فى الاقتصاد قائمة على الحرية الاقتصادية والتجارية والتوجه نحو قوي السوق والمنافسة العالمية على رؤوس الأموال والأسواق . فالسودان واحد من دول العالم الثالث وان 80% من صادراتنا تعتبر من السلع الأولية والاستهلاكية ،فيمكننا أن نزيد من صادراتنا إلى هذه الدول خاصة وان كثير من سلعنا لها ميزة تنافسية كبيرة كالقطن والصمغ العربي والحبوب الزيتية والخضر والفاكهة والكردي

والأعشاب الطبية والجلود، وان الأسواق الرئيسية لهذه السلع هو السوق الأوربي والأمريكي إضافة إلى الأسواق الآسيوية والعربية والإفريقية ويمكن لهذه الأسواق أن تستوعب أضعاف الكميات المصدرة .

وتهدف هذه الورقة إلى دعم المعرفة لكيفية الوصول للأسواق الخارجية من خلال إستراتيجية واضحة تهدف إلى تحقيق الزيادة في الصادرات السلعية الزراعية وذلك بتحليل واقع الصادرات الزراعية والمنافسة الخارجية وكيفية الحفاظ على الأسواق التقليدية واختراق أسواق جديدة.

### **المحور الاول : كيفية النفاذ للأسواق**

عند التفكير في كيفية النفاذ للأسواق الخارجية يرد للأذهان عددا من التساؤلات .  
ما هي السلع المراد تصديرها ؟ هل هي سلعا تقليدية أم سلعا جديدة ؟  
وإذا كانت سلعا تقليدية فهل تم إجراء تطوير في إنتاجها ؟ ما هي الأسواق المستهدفة ؟ هل هي أسواق سبق دخولها ؟ أم هي أسواق جديدة ؟ ما هي الدول المنافسة ؟  
وحتى تتم الإجابة على جميع التساؤلات وصولا للهدف وهو النفاذ للأسواق فهناك ثلاثة مراحل يجب اتباعها نردها في الآتي :

## **المرحلة الأولى :**

### **تقييم الوضع لأداء الصادرات**

#### **(1) الصادرات الزراعية الفترة من 2001-2007م**

أدى الاهتمام بالبتترول والتجاهل لقطاع صادرات السلع غير البترولية وشح المعلومات عن الأسواق العالمية وضعف دور الملحقيات التجارية في إيجاد أسواق ذات ميزات نسبية عالية لانخفاض الكميات المصدرة وتدني قيمة الصادرات لبعض السلع علي الرغم من زيادة الكميات المصدرة منها بسبب انخفاض اسعارها وضعف قدرتها التنافسية في الأسواق الخارجية الشيء الذي أدى لانخفاض مساهمة هذه الصادرات في سد الفجوة في الميزان التجاري فقد انخفضت الصادرات غير البترولية في عام 2007م الي (460.9) مليون دولار مقارنة بعام 2006م والتي بلغت صادراته حوالي 569.5 مليون دولار بنسبة انخفاض بلغت حوالي 19% وانخفضت الادرات في عام 2005م بنسبة 15.9% مقارنة بعام 2004م والتي بلغت حوالي 677.3 مليون دولار وهي اعلي قيمة تحققت خلال الثمانية عشر عاما الماضية بنسبة زيادة 37% عن عام

2003م والتي بلغت 494.5 مليون دولار وبلغت قيمة الصادرات خلال عام 2002م حوالي 438.2 مليون دولار بنسبة زيادة 36% مقارنة بعام 2001م والتي تبلغ صادراتها غير النفطية حوالي 322.1 مليون دولار والتي انخفضت بدورها عن صادرات 2000م والبالغة 455.9 مليون دولار بنسبة 29.3%.

الجدول التالي يوضح كمية وقيمة الصادرات للقطاع الزراعي ومعدلات التغير ونسب المساهمة خلال الأعوام من 2001م وحتى 2007م

**القطاع الزراعي (نباتي - حيواني) بالسلع ونسبة المساهمة لإجمالي القطاع الزراعي :-  
القيمة بالآلاف الدولارات**

2007	2006		2005		2004		2003		2002		2001		الوحدة	السلعة	
	القيمة	كمية	القيمة	كمية	القيمة	كمية	القيمة	كمية	القيمة	كمية	القيمة	كمية			
268521	68498	482492	82256	456614	107286	354617	93752	457702	107761	397349	62154	233924	44399	بالة	فنتن
-44	-16	6	23-	29	14	22-	13-	15	73	70	40	1.6-	16-		عدل التغير %
	19		18		21.5		17.3		27.9		17.3		19		نسبة المساهمة %
111798	92787	219047	167039	154675	118575	318336	178642	108692	74371	155393	74575	183084	104490	طن	سمسم
-48	-44	42	41	51-	33-	193	140	30-	0.3-	15-	28-	14-	29-		عدل التغير %
	26		36.7		23.8		33		19.2		20.7		44		نسبة المساهمة %
30898	51873	20618	50174	29213	107556	27273	60598	36164	35416	36193	31851	22986	24275	طن	صمغ العربي
49	3	80-	53-	7	77	24-	71	0.08-	11	57	31	5-	5		عدل التغير %
	14		11.0		21.6		11.2		9.2		9		10.2		نسبة المساهمة %
16438	17315	19469	19477	18773	15406	25899	30067	17931	16652	21704	19998	15838	11817	طن	كركدى
-15	-11	4	26	27-	48-	44	80	17-	16-	37	69	32-	34-		عدل التغير %
	4		4.3		3		5.5		4.3		5.6		5		نسبة المساهمة %
16637	4306	20047	5126	37260	9978	43646	11396	49355	13994	38022	10456	61389	18387	طن	ب البطيخ
-17	-15	46-	48-	14-	12-	11-	18-	30	34	38-	43-	57	46		عدل التغير %
	1		1.2		2.0		2.1		3.6		3		7.7		نسبة المساهمة %
1236	1226	1532	1349	1590	1487	2509	2382	1823	872	1095	449	844	368	طن	سمنكة
-19	-9	9-	4-	37-	37-	38	173	66	94	30	22	53-	53-		عدل التغير %
	0.3		0.3		0.3		0.4		0.2		0.1		0.1		نسبة المساهمة %
1167	793	343	247	3214	2014	3182	2381	376	225	13157	5696	17250	8775	طن	فول السوداني
240	221	89-	88-	1	15-	764	958	97-	96-	24	35-	72	62		عدل التغير %
	0.2		0.1		0.4		0.4		0.1		1.6		3.7		نسبة المساهمة %
149142	27658	4550	1028	2.336	492	16722	3068	11631	2083	36019	4811	2151	353	طن	ذرة
3177	2590	95	109	86-	84-	44	47	68-	57-	1574	1263	98-	96-		عدل التغير %
	8		0.2		0.1		0.6		0.5		1.3		0.1		نسبة المساهمة %

1848	564	3721	1146	4936	1453	8801	1931	6520	2057	7347	2501	6183	2342	طن	مخضر والفامية
-50	-50	25-	21-	44-	25-	35	6-	11-	17-	19	7	72-	32-		عدل التغير %
	0.2		0.3		0.3		0.4		0.5		0.7		1		نسبة المساهمة %
960328	78704	154519	121731	1466389	114875	1767105	137759	1238941	97435	1471005	117175	28138	1687	را	حقوقات الحية
-37	-35	5	6	17-	17-	43	41	15-	17-	410	6846	98-	97-	س	عدل التغير %
	22		26.7		23.0		25.4		25.2		32.6		0.7		نسبة المساهمة %
1046	3351	2905	4973	8625	18910	5661	17935	8046	21578	7478	17301	4571	13741	طن	لحوم
-63	-32	66.3-	72.7-	52.3	5.4	7.6	215	63	63	26	50-	37-	22-		عدل التغير %
	0.9		1.1		3.8		3.3		5.6		4.8		5.8		نسبة المساهمة %
	6465		400		517		2074		14100		11916		6460		فخري
	1516		22.6-		75-		85.3-		18.3		84.4		-		عدل التغير %
	2		0.1		0.2		0.4		3.7		3.3		2.7		نسبة المساهمة %
	353540		454946		498549		541985		386544		358883		237094		لاجمالي

المصدر : بنك السودان  
تحليل : قسم الدراسات – نقطة التجارة السودانية

## (1) الصمغ العربي:

من أهم السلع الرئيسية يمتد حزامه من الحدود الغربية مع أفريقيا الوسطى وتشاد إلى الحدود الشرقية مع أثيوبيا ويقدر الإنتاج بحوالي أربعة ألف طن سنوياً يزيد أو ينقص وفقاً لمؤشرات سعر التركيز وتوفير التمويل والعوامل البيئية والاقتصادية.

أما صادر الصمغ العربي فأخذ في الزيادة كميةً وقيمةً خلال الفترة من 2001-2005م ما عدا الكمية التي انخفضت بنسبة 1% عام 2003م وبنسبة 24.6% في عام 2004م بالرغم من ازدياد القيمة بنسبة 11%، 71.2% علي التوالي.

وترجع الزيادة في قيمة الصادرات إلى الزيادة في الأسعار العالمية حيث ارتفع متوسط السعر من 880 دولار عام 2002م إلى 980 دولار عام 2003م. كما ارتفع متوسط السعر في عام 2004م الي 2220 دولار وفي عام 2005م ارتفعت حصة الصادرات بمعدل 77.5% ويعزي ذلك للارتفاع في سعر الطن عالمياً إضافة الي زيادة الإنتاج المحلي. وفي عام 2006م انخفضت حصة الصادرات بمعدل 53.3% ويعزي ذلك لانخفاض الكميات المصدرة بمعدل 29.5% وانخفاض سعر الطن عالمياً . وارتفعت قليلاً في عام 2007م بنسبة 3.4% وزادت الكميات المصدرة ما تقارب نسبه 50%.

ويساهم الصمغ العربي بنسبة تتراوح من 9-10% من إجمالي صادرات القطاع الزراعي ويأتي بين المرتبتين الثالثة والرابعة بين صادرات القطاع الزراعي.

### الدول المستوردة:

انجلترا- فرنسا- إيطاليا- ألمانيا- بلجيكا- الدنمارك- فلندا - اليابان- الولايات المتحدة الأمريكية- السويد- هولندا- جيبوتي- مصر- الصين- الهند- كوريا الجنوبية- سنغافورة- تايلاند- تايوان- الإمارات العربية - المكسيك.

### الدول المنافسة:

تشاد- نيجيريا- أفريقيا الوسطى- الكامبيرون- أثيوبيا- اريتريا

### المشاكل والمعوقات للصمغ العربي:

- قلة الإنتاج

- تدني الأسعار مقارنة بالمحاصيل الأخرى أدى إلى قلة الإنتاج حيث يفضل المنتج الاتجاه إلى محاصيل مجدية.

- التهريب الذي يتم عبر الحدود الشرقية والغربية أدى لظهور أثيوبيا وتشاد في الإحصائيات العالمية بأرقام لا تتناسب مع إنتاجها.
  - دخول بعض الشركات المصنعة للصبغ العربي أدت إلى الشراء من أجل التخزين.
  - الرسوم الولائية والاتحادية والمحلية.
  - صعوبة الترحيل وارتفاع تكلفته.
  - عدم وجود التخزين السليم في مناطق الإنتاج
  - المضاربات داخل الأسواق المحلية.
- الجدول أدناه يبين أهم الأسواق العالمية للصبغ العربي ونسبة مساهمة السودان في تلك الأسواق :

### (1) أسواق الصبغ العربي العالمية:

فرنسا والولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد الأوربي والمملكة المتحدة وألمانيا وإيطاليا واليابان وبلجيكا وسويسرا والمكسيك	أهم الدول المستوردة
فرنسا والاتحاد الأوربي والسودان والمملكة المتحدة وألمانيا وأمريكا وبلجيكا وهولندا وإيرلندا وتنزانيا	أهم الدول المصدرة

### واردات أهم الدول المستوردة للصبغ العربي من الأسواق العالمية ( القيمة بالآلاف الدولارات)

الدولة	واردات 2002	واردات 2003	واردات 2004	واردات 2005	أهم الدول المصدرة
فرنسا	19,859.5	22,567.6	38,846.3	69,165.0	السودان ، تشاد ، نيجيريا ، إيطاليا ، ألمانيا
أمريكا	24,484.4	26,578.3	34,209.2	58,032.1	فرنسا ، تشاد ، المملكة المتحدة ، السودان ، ألمانيا
الاتحاد الأوربي	38,199.9	40,106.1	-	146,696.9	السودان ، تشاد ، نيجيريا ، الإمارات العربية المتحدة ، أمريكا
المملكة المتحدة	,694.88	10,064.8	19,433.0	39,579.4	السودان ، فرنسا ، أمريكا ، نيجيريا ، ألمانيا
ألمانيا	6,674.7	8,269.0	18,639.0	37,689.0	السودان ، نيجيريا ، فرنسا ، تشاد ، المملكة المتحدة
إيطاليا	5,736.1	7,312.8	12,758.0	19,054.9	فرنسا ، السودان ، المملكة المتحدة ، الإمارات العربية المتحدة ، إيرلندا
اليابان	3,433.3	5,053.7	9,345.0	11,953.3	السودان ، فرنسا ، أمريكا ، المملكة المتحدة ،

ألمانيا					
بلجيكا	3,144.8	3,558.2	7,261.5	5,099.6	السودان ، المملكة المتحدة ، فرنسا ، ألمانيا ، هولندا
سويسرا	3,646.9	3,046.7	5,464.8	7,928.3	فرنسا ، ألمانيا ، المملكة المتحدة ، إيطاليا ، هولندا
المكسيك	3,400.9	3,868.4	4,512.5	7,318.4	فرنسا ، أمريكا ، ألمانيا ، المملكة المتحدة ، تشاد
ايرلندا	1,965.7	2,343.4	779.4	12,650.3	المملكة المتحدة، فرنسا، السودان، أمريكا، ألمانيا

### نسبة مساهمة السودان في الأسواق العالمية للصبغ العربي :

الدولة	2000	2001	2002	2003	2004	2005
فرنسا	%46.6	%49.2	%64.5	%66.1	%62.2	%61
أمريكا	10.9	%19.8	%7.6	%15.4	%6.7	%22.8
الاتحاد الأوروبي	%54.8	%60.6	%66.3	%70.8	n.a	73.4%
ألمانيا	%56.2	%37.8	%60	%61.7	%40.1	35.9%
إيطاليا	%44.5	%54.4	%34.7	%37	%43.6	63.9%
اليابان	%80.3	%76.3	%61.3	%70.7	%59.3	62.3%
بلجيكا	%25.6	%50.8	%61.9	%37.5	%53.6	28.4%
سويسرا	0	0	0	%1.6	%0.1	0.4%
المكسيك	%2.5	%2.1	%3.04	%1.5	%0.5	1.7%

### (2) السمسم :

من المحاصيل الاقتصادية الهامة ويعتبر السودان من أكبر الدول وأهمها في إنتاج وتصدير السمسم. احتل مركز الصدارة من بين صادرات السلع الأخرى خلال الفترة 2000-2007م. يشتهر السودان بزراعة السمسم الأبيض عالي الجودة والأحمر المخلوط والجبلي الأسود. يحتل السودان المركز الثالث بعد الهند والصين من حيث المساحة المزروعة والمرتبة الرابعة من حيث الانتاج العالمي.

يميل اتجاه الصادرات من السمسم إلى التذبذب ونلاحظ الانخفاض الكبير الذي حدث في عام 2002م والبالغة نسبته حوالي 28.6% مقارنة بعام 2001م واستقرت حصيلة الصادرات في عامي 2002 و 2003م بالرغم من انخفاض الكميات المصدرة ويعزى ذلك للارتفاع في متوسط الأسعار العالمية ، ولكن حدثت طفرة في عام 2004م إذ بلغت نسبة الزيادة في الكميات المصدرة للسمسم حوالي 140.1% مقارنة بعام 2003م . أما في عام 2005م فقد تراجعت حصيلة صادرات السمسم من 178.6 مليون دولار عام 2004م إلى 118.6 مليون دولار عام 2005م بمعدل انخفاض 34% ويعزى ذلك إلى انخفاض الكميات المصدرة بجانب التراجع الطفيف في متوسط الأسعار العالمية وزيادة الاستهلاك المحلي وارتفعت حصيلته في عام 2006م بنسبة 41% كما ارتفعت الكميات المصدرة بنسبة 42% ولكن حدث انخفاض لكليهما في عام 2007م بنسبة 44% للقيمة و 48% للكمية.

أهم الدول المستوردة: هي اليابان، كوريا الجنوبية، أمريكا، مصر، تركيا، الصين، هولندا، ألمانيا، اليونان، سوريا، المكسيك، السعودية.

الدول المنافسة: ينتج السمسم في كثير من دول العالم كالهند- الصين- إثيوبيا- المكسيك- باكستان- يوغندا- الأردن- سوريا- الصومال- السعودية- العراق- فلسطين- اليمن. وتعتبر الهند أكبر الدول المنافسة للسودان،

### أسواق السمسم العالمية:

أهم الدول المستوردة	اليابان ، كوريا الجنوبية ، أمريكا ، مصر ، تركيا ، الصين ، هولندا ، ألمانيا ، اليونان ، سوريا ، المكسيك ، السعودية
أهم الدول المصدرة	الهند ، السودان ، الصين ، إثيوبيا ، هولندا ، جواتيمالا ، فنزويلا ، المكسيك

### واردات أهم الدول المستوردة للسمسم من الأسواق العالمية ( القيمة بآلاف الدولارات )

الدولة	واردات 2002	واردات 2003	واردات 2004	واردات 2005	أهم الدول المصدرة
اليابان	92,962.6	114,510.6	154,046.8	153,665.6	الصين ، نيجيريا ، تنزانيا ، جواتيمالا
كوريا	38,935.4	68,684.8	80,592.2	52,564.7	الصين ، السودان ، الهند ، باكستان ، إثيوبيا
أمريكا	42,511.4	39,336.1	61,882.7	56,499.5	الهند ، جواتيمالا ، المكسيك ، فنزويلا ، إثيوبيا
مصر	41,303.6	24,213.8	27,221.0	-	السودان ، الهند ، إثيوبيا ، المملكة المتحدة ، الصين
تركيا	33,512.2	43,120.8	59,037.0	-	الهند ، إثيوبيا ، السودان ، باكستان ، تنزانيا
الصين	1,875.3	46,798.6	76,210.3	124,907.7	الهند ، السودان ، نيجيريا ، إثيوبيا ، مانيما

هولندا	18,450.1	28,996.2	27,210.0	-	الهند ، السودان ، المكسيك ، نيجيريا ، إثيوبيا
ألمانيا	15,605.0	17,384.0	33,172.0	30,263.0	الهند ، هولندا، السودان، جواتيمالا ، براغواي
اليونان	14,288.8	18,832.9	23,783.8	22,463.7	الهند، السودان،إثيوبيا ، اريتريا، بوركينافاسو
سوريا	16,524.4	16,253.3	28,857.9	-	السودان ، نيجيريا ، الهند ، العراق
المكسيك	7,356.4	10,775.7	24,055.9	18,265.0	الهند ، فنزويلا ، جواتيمالا ، الصين ، السودان
السعودية	7,597.7	14,475.9	-	-	السودان ، إثيوبيا ، الهند ، اليمن ، الصين
الأردن	13,097.3	9,753.0	13,097.3	13,638.9	السودان ، إثيوبيا ، الهند ، الصومال ، الباكستان

### نسبة مساهمة السودان في الأسواق العالمية للسمسم:

الدولة	2000	2001	2002	2003	2004	2005
اليابان	%17.1	%2.8	%2	%0.5	%4.7	%2
كوريا	%51	%37.1	%25.4	%25.8	%37.8	%11.9
أمريكا	%0	%0.01	%0	%0	%0	%0
تركيا	%12.9	%0.7	%23.8	%3.4	%11.8	%6.1
الصين	%0	%0	%14.4	%8.4	%27.9	%15
مصر	%43.7	%29.1	%53.5	%43.4	%55	%0
هولندا	%49.7	%29.4	%38.1	%55.8	%10.9	%2.1
ألمانيا	%11.5	%13.1	%14.4	%2.8	%6.3	%3.7
اليونان	%48.8	%29.7	%41.2	%26.2	%44.3	%14.4
سوريا	%70.6	%42	%68.8	%35.8	%45.3	%0
المكسيك	%0	%0	%0	%0	%7.9	%0
السعودية	%86.2	%83.6	%75.6	%61.5	%65.8	%48.4
الأردن	%85.9	%65.9	%74.8	%36.6	%58.2	%21.1

### يتضح من الجدول أعلاه:

-تستورد السعودية نسبة تتراوح بين 48% - 86% من احتياجاتها من السمسم من السودان، بدأت بنسبة 86% عام 2000م ثم انخفضت إلى 48% ويمكن إعادة هذا السوق لمكانته من خلال دراسة المشاكل التي أدت إلى انخفاض وأردأته من السمسم السوداني خاصة وأنه أقرب الأسواق للسودان.

-السوق الأردني انخفضت صادرات السودان له من 86% عام 2000م إلى 21% عام 2005م ويمكن الاستفادة من وضعنا في المنطقة العربية الكبرى ومن الاتفاقيات التجارية بين السودان والأردن ودراسة المشاكل للتوسع في هذا السوق مرة أخرى.

-أما سوريا ومصر فالبرغم من وجود اتفاقيات تجارية معهم إلا أن نسبة صادراتنا أخذت في الانخفاض حتى وصلت صفر عام 2005م ويرجع ذلك للعديد من المشاكل التي يعاني منها السمسم.

-أما بقية الدول فتلاحظ فيها أيضاً التذبذب في نسبة المساهمة. ويرجع ذلك لعدة أسباب :

(1) الانخفاض في كمية الصادر خلال الفترة من 2000-2005م

(2) المشاكل التي يعاني منها السمسم

(3) المنافسة الكبيرة من الهند والصين

#### المشاكل والمعوقات:

- عدم توفير كميات من تقاوي السمسم الأبيض
- ارتفاع تكلفة الإنتاج محلياً مع تدني الإنتاجية.
- أنشطار الأصناف المزروعة عند النضج يعرض المحصول لفقد كامل عند تأخير الحصاد.
- المضاربات في الأسواق الخارجية تؤدي إلى تدهور الأسعار العالمية.
- المنافسة من بعض الدول كاليهند والصين.
- ضعف التمويل الموجه للإنتاج والتصدير.
- الاستهلاك المحلي المتزايد لزيت السمسم يقلل من كميات الصادر.

#### الحلول:

1. إنتاج تقاوي خالية من العيوب وغير قابلة للانشطار ومقاومة الآفات.
2. ضبط المعروض في الأسواق لمنع المضاربات.
3. توفير المعلومات عن حركة السلعة وأسعارها عالمياً.
4. الاهتمام بالموصفات والأوزان والماركات المطلوبة في الأسواق العالمية.
5. تنظيم الأسواق داخلياً وضبط الأسعار محلياً.
6. توفير التمويل اللازم لصادرات هذا القطاع.

7. قيام وتأسيس شركات مساهمة كبرى للعمل في مجال الصادر في إطار العمل على ضبط المعروض في الأسواق العالمية في مجال الحبوب الزيتية.

### (3) القطن :

تتأرجح نسبة مساهمته بين المرتبة الأولى والثالثة بالنسبة للصادرات الزراعية والحيوانية خلال الفترة من 2001-2003م حيث بلغت نسبة المساهمة 19%، 17.3%، 28% على التوالي. ففي عام 2003م جاء القطن على رأس قائمة الصادرات الزراعية وبالتالي أعاد مكانته الأولى ويرجع ذلك لعدة أسباب:

- ارتفاع الكميات المصدرة من 397349 بالة إلى 457702 بالة بنسبة زيادة 15% وذلك للزيادة في كميات الإنتاج.
  - ارتفاع قيمة الصادر من 62154 ألف دولار عام 2002م إلى 107761 ألف دولار عام 2003م بنسبة زيادة بلغت 73% ويرجع ذلك للتحسن في الأسعار العالمية وخاصة الأقطان طويلة التيلة.
  - التحرك الداخلي والخارجي لشركة السودان للأقطان في مجال الترويج وذلك بدعوة المتعاملين والزبائن أو بإرسال وفود للأسواق التقليدية.
- وفي عام 2004م انخفضت حصة الصادر بنسبة 13% نسبة لانخفاض الكميات المصدرة بنسبة 22%، أما في عام 2005م فقد ارتفعت الكميات المصدرة من القطن من 354.6 ألف بالة عام 2004م إلى 456.6 ألف بالة عام 2005م أي بنسبة 29% مما انعكس على عائد الصادرات الذي ارتفع بنسبة 14% ويعزى ذلك إلى فتح أسواق جديدة وتحسن الأسعار العالمية إضافة إلى زيادة التعامل مع مصر عبر الكوميسا وفي عام 2006م وبالرغم من الزيادة الناتجة في الكميات المصدرة بنسبة 6% إلا أن عائد الصادرات انخفض بنسبة 23% نسبة لانخفاض الأسعار العالمية. وفي عام 2007م انخفضت الكميات المصدرة إلى أدنى مستوى لها منذ 2002م بنسبة 44% الشيء الذي أدى إلى انخفاض عائد الصادر للقطن بنسبة 16%.

### اهم الدول المستوردة:

السوق الآسيوي: تايلاند- الصين- الهند- بنغلادش- اليابان- هونج كونج  
السوق الأوربي: ألمانيا- إيطاليا- البرتغال- تركيا- اليونان

السوق العربي: مصر - الأردن - الإمارات

أهم الدول المنافسة:

الولايات المتحدة - الصين - الهند - باكستان.

**أسواق القطن العالمية:**

أهم الدول المستوردة	الصين ، هونج كونج ، أمريكا ، إيطاليا ، المكسيك ، تركيا ، ألمانيا ، كوريا ، اليابان ، اندونيسيا
أهم الدول المصدرة	إيطاليا ، أمريكا ، الصين ، الهند ، ألمانيا

**واردات أهم الدول المستوردة للقطن من الأسواق العالمية ( القيمة بالآلاف الدولارات )**

الدولة	واردات 2002	واردات 2003	واردات 2004	واردات 2005	أهم الدول المصدرة
الصين	3,327,308.6	4,649,520.8	6,897,903.8	7,077,507.4	اليابان ، أمريكا ، هونج كونج ، باكستان
هونج كونج	3,871,018.5	4,260,004.5	4,795,068.4	4,724,851.8	الصين ، باكستان ، اليابان ، كوريا
أمريكا	2,071,169.3	1,910,751.4	2,019,469.8	1,745,981.1	باكستان ، الصين ، المكسيك ، إيطاليا ، كندا
إيطاليا	1,717,266.3	1,855,326.3	2,038,082.5	1,829,954.3	تركيا ، الهند ، مصر ، ألمانيا ، اليونان
المكسيك	1,541,166.0	1,524,701.7	1,643,940.5	1,558,310.8	أمريكا ، الصين ، كندا ، كوريا ، اسبانيا
تركيا	1,289,863.4	1,641,453.3	1,982,196.0	2,079,290.8	أمريكا ، اليونان ، إيطاليا ، باكستان
ألمانيا	1,184,331.8	1,280,961.0	1,381,022.0	1,177,340.0	إيطاليا ، فرنسا ، سويسرا ، النمسا ، جمهورية الشيك
كوريا الجنوبية	1,269,234.0	1,232,725.4	1,348,987.4	1,266,543.5	الصين ، الهند ، باكستان ، أمريكا ، استراليا
اليابان	862,076.7	947,145.9	997,006.8	831,367.1	الصين ، أمريكا ، استراليا ، اندونيسيا ، الهند
اندونيسيا	904,697.3	800,522.7	843,138.9	731,096.5	استراليا ، أمريكا ، الصين ، هونج كونج ، باكستان

**نسبة مساهمة السودان في الأسواق العالمية للقطن:**

الدولة	2000	2001	2002	2003	2004	2005
الصين	%0.05	%0.0	%0.01	%0.12	%0.29	%0.2
هونج كونج	%0.03	%0.0	%0.0	%0.02	0	0.2
أمريكا	0	0	0	0	0	0
إيطاليا	%0.4	%0.2	%0.03	%0.3	%0.22	%0.1

0	0	0	0	0	0	المكسيك
%0.00	0	0	%0.04	0	%0.06	تركيا
%0.53	%0.6	%1.12	%1.2	%1	%1	ألمانيا
0	0	0	0	0	%0.04	كوريا
%0.2	%0.1	%0.1	%0.1	%0.1	%0.2	اليابان
%0.2	0	%0.1	0	%0.01	%0.01	اندونيسيا
%3	%1.4	%3.1	%1	%0.5	%1.6	الهند

يلاحظ من الجداول اعلاه زيادة حجم الاسواق المستوردة للقطن حيث ارتفعت واردات الصين من 3327 مليون دولار عام 2002م الي 7077 مليون دولار عام 2005م ويلاحظ ان نسبة مساهمة السودان في هذا السوق ضعيفة جدا مقارنة مع نمو حجم وارداته اذ لا تتعدى هذه المساهمة 0.2% ، كذلك هونج كونج نلاحظ انها تستورد سنويا ما يقارب 4500 مليون دولار ونجد ان نسبة مساهمة السودان في هذا السوق لا تتعدى 0.2% . اما تركيا فتستورد في المتوسط 2000 مليون دولار سنويا وتكاد تتعدى نسبة مساهمة السودان في هذا السوق وتستورد امريكا ايضا 2000 مليون دولار سنويا وتتعدى مساهمتها في هذا السوق وتستورد ايطاليا ما بين 1700 الي 2000 مليون دولار حيث لا تتعدى مساهمة السودان 0.4%، كذلك تستورد كل من المكسيك والمانيا وكوريا الجنوبية واليابان واندونيسيا ما بين 1000 الي 2000 مليون دولار وان نسبة مساهمة السودان في هذه الاسواق ضعيفة جدا حيث لا تتعدى 1% .

**مشاكل القطن:**

بالرغم من المزايا التي تمتاز بها الأقطان السودانية إلى أنها تعاني من بعض المشاكل منها:

- سوء الإعداد والفرز.
- مشكلة العسلة.
- تدني كفاءة المحالج.
- عدم تنوع الأصناف السودانية.
- المنافسة الخارجية من بعض الدول كالهند ومصر وباكستان.

#### **(4) الفول السوداني :**

السودان من أكبر الدول المنتجة لل فول السوداني ويزرع في القطاعين المطري والمروي.  
 ويزرع عدد من الأنواع:

- الاسفورو وسودرس من المناطق المطرية.

- البارينوت والكرثر وحوض في القطاع المروي.

بالرغم من أن السودان من أكبر الدول المنتجة إلا أن صادر الفول في تذبذب شديد خلال الفترة من 2001 وحتى 2007م حيث انخفض العائد في عام 2002م بنسبة 35% بالرغم من ارتفاع كمية الصادر بنسبة 24% ويعزي ذلك لانخفاض السعر وشهد عام 2003م ادني عائد للصادر منذ عام 1995م بنسبة تدني 96% وانخفضت الكميات المصدرة بنسبة 97% ثم أخذت عائداته في الزيادة بصورة ملحوظة عام 2004 بنسبة 958% ويعزي ذلك لزيادة الكمية المصدرة بنسبة 764% وانخفض العائد في عام 2005م بنسبة 15% بالرغم من زيادة الكمية المصدرة بنسبة 1% وتدننت الكميات المصدرة في عام 2006م عند مستويات عام 2003م بنسبة 89% مما اثر علي العائد الذي تدني بنسبة 88% وتحسن الوضع في عام 2007م حيث ارتفع عائد الصادرات بنسبة 221% ويعزي ذلك لزيادة الكميات المصدرة بنسبة 240%.

### أسواق الفول السوداني العالمية:

أهم الدول المستوردة	الاتحاد الاوربي ، هولندا ، ألمانيا ، المملكة المتحدة ، كندا ، المكسيك ، اليابان ، اندونيسيا ، ايطاليا ، اسبانيا
أهم الدول المصدرة	الصين ، أمريكا ، الأرجنتين ، الهند ، هولندا ، فيتنام ، نيكاراغوا ، جنوب أفريقيا

### واردات أهم الدول المستوردة للفول السوداني من الأسواق العالمية ( القيمة بالآلاف الدولارات)

الدولة	واردات 2002	واردات 2003	واردات 2004	واردات 2005	أهم الدول المصدرة
الاتحاد الاوربي	396,139.7	429,387.4	486,209.3		الصين،الأرجنتين،أمريكا،جنوب أفريقيا،الهند
هولندا	167,676.2	171,365.4	216,350.8	228,120.4	الأرجنتين، الصين، أمريكا، جنوب أفريقيا، البرازيل
ألمانيا	74,279.4	79,306.0	83,145.0	85,659.0	الأرجنتين،أمريكا،الصين،جنوب أفريقيا، اسرايئل

المملكة المتحدة	66,564.8	79,096.0	84,877.1	111,112.3	أمريكا، الصين، الهند، الأرجنتين، نيكاراغوا
كندا	66,770.6	65,690.9	75,477.0	71,462.8	أمريكا، الصين، الأرجنتين، نيكاراغوا، الهند
المكسيك	61,643.5	61,504.7	83,014.2	79,547.5	أمريكا، نيكاراغوا، الصين، الأرجنتين، الهند
اليابان	36,536.5	43,432.0	44,216.1	41,435.6	الصين، جنوب أفريقيا، أمريكا، بورغواي، استراليا
اندونيسيا	42,195.7	40,408.2	28,801.3	39,543.8	الهند، الصين، فيتنام، تنزانيا، جنوب أفريقيا
ايطاليا	31,481.9	32,770.2	39,649.7	42,202.2	إسرائيل، الصين، الأرجنتين، مصر، أمريكا
اسبانيا	27,922.1	31,316.1	41,321.7	40,322.7	الصين، أمريكا، الأرجنتين، البرازيل، هولندا

### نسبة مساهمة السودان في الأسواق العالمية للفلل السوداني:

الدولة	2000	2001	2002	2003	2004	2005
هولندا	%1.7	%0.6	%0.14	%0.01	%0.31	%0.6
ألمانيا	%1.6	%6.3	%1.7	%0.3	%0.2	%0.2
المملكة المتحدة	%2.6	%6.5	%5.7	%0.03	%0.2	%0.1
كندا	0	0	0	0	0	0
المكسيك	0	0	0	0	0	0
اليابان	0	0	0	0	0	0
اندونيسيا	0	0	%0.2	0	0	0
ايطاليا	0	%0.05	0	0	0	0
اسبانيا	0	0	0	0	0	0
مصر	0	%9.3	0	0	0	0

من الجداول اعلاه نلاحظ ان هولندا هي اكبر مستورد في العالم للفلل السوداني حيث يبلغ متوسط استيرادها سنويا 200 مليون دولار ولكن نسبة مساهمة السودان في هذا السوق لا تتجاوز 2% بالرغم من تنامي الطلب علي هذه السلعة في هولندا اما المملكة المتحدة فقد ارتفعت وارداتها من 66 مليون دولار عام 2002م الي 111 مليون دولار عام 2005م ونجد ان مساهمة السودان انخفضت من 5.7% عام 2002م الي 0.1% عام 2005م كما تستورد كل من ألمانيا وكندا والمكسيك ما يتراوح بين 70 الى 80 مليون دولار وبلغت نسبة مساهمة السودان في السوق الالمانى عام 2001م 6.3% ولكنها انخفضت الي 0.2% في السنوات

الآخري وتكاد تتعدم نسبة المساهمة في اسوق كندا والمكسيك اما مصر فقد بلغت نسبة المساهمة في اسواقها عام 2001م حوالي 9.3% وانعدمت في بقية السنوات الآخري . كل ما سبق ذكره يدل علي خروج الفول السوداني من اهم اسواقه العالمية ويعزي ذلك الي عدد من المشاكل.

**المشاكل التي ادت الي تدني نسبة مساهمة الفول للأسواق العالمية:**

1. ارتفاع تكاليف الإنتاج
2. ضعف التمويل
3. عدم وجود مخازن كافية للتخزين
4. ضعف الإنتاجية مقارنة ببعض الدول المنتجة
5. تدني مستوى الجودة بصورة عامة في الإنتاج ووجود نسبة عالية من الشوائب والأثرية تصل إلى 27% في الجزيرة.
6. الافلابوكسين من أهم المشاكل التي تهدد إنتاج الفول للصادر.
7. تذبذب الإنتاج وعدم الإيفاء للأسواق العالمية التقليدية
8. المنافسة الكبيرة من الدول التي تنتج الفول النقاوة كاليهند والصين وأمريكا.

#### **(5) المحاصيل البستانية :**

هي محاصيل عالية القيمة ويمتاز فيها السودان بالميزة النسبية ويمكن إنتاجها في موسمي الصيف والشتاء وينتج في مناخات مختلفة إلا أنها سريعة التلف لذلك تحتاج لإعداد خاص وبنيات أساسية تساعد على الحفاظ على جودتها وقد أدى التباين الكبير في المناخ والتربة وتوافر الموارد المائية في السودان إلى إنتاج مختلف أنواع الفاكهة من المدارية إلى الاستوائية، وتبلغ المساحة المزروعة بمحاصيل الفاكهة الرئيسية أكثر من 170 ألف فدان، كما توجد ملايين من الأفدنة قابلة للاستثمار البستاني بصفة عامة ومحاصيل الفاكهة بصفة خاصة ومنها:

**المانجو :** واحدة من أهم محاصيل الصادر تزرع في الفترة من نوفمبر إلى أغسطس ينتج في مناطق مختلفة من السودان ( النيل الأزرق أبو جيبهه غرب وجنوب دارفور الولايات الجنوبية نهر النيل الشمالية ) .

تمثل المانجو صادر السودان البستاني الأول في السودان ويحتل محصول المانجو حوالي 25% من مساحة الفاكهة الكلية ويبلغ إنتاجها حوالي ثلث إنتاج الفاكهة، وتتميز المانجو بإنتاجها في كل ولايات السودان، كما تتميز بطول موسم إنتاجها.

تعتبر المانجو أهم صادر بستاني إذ يشكل صادره حوالي 90% من صادرات الخضر والفاكهة ويصل عائد صادراتها في المتوسط إلي أكثر من 1.6 مليون دولار يتم تصدير 75% من كمية الصادر إلي المملكة العربية السعودية أما الدول الأوربية فتفضل الأنواع الخالية من الألياف . ولكن بالرجوع الي الجدول اتدناه نلاحظ انخفاض الكميات المصدرة حيث انخفضت بنسبة 6.3% عام 2001م وفي عام 2002م انخفضت الكميات بنسبة 8% كما انخفضت في الفترة من 2003م وحتى 2006م بنسبة 38.8% ، 11% ، 35.4% ، 35.9% علي التوالي.

من الملاحظ أن صادرات السودان من المانجو ضعيفة إذا ما قورنت بالإنتاج، حيث تبلغ نسبة الصادر من الإنتاج حوالي 3.5% ويذهب الجزء الأكبر من الإنتاج للاستهلاك المحلي، وبالنظر إلى السوق العالمي فنجد ان هناك فرصة كبيرة للتوسع في صادر المانجو نتيجة لزيادة الطلب العالمي علاوة على ان محصول المانجو من المحاصيل التي لها ميزة نسبية تتمثل في تعدد مواسم الإنتاج مما يودي إلى تواجده على مدار عشرة أشهر من العام، كما تتعدد اصنافه وهناك فرص في التوسع في تجارتها العالمية بفتح أسواق جديدة وزيادة القدرة الاستيعابية للأسواق الحالية ، لذلك لابد من تكاتف الجهود للقيام بمشروع الإنتاج من اجل الصادر وذلك بعمل دراسة متكاملة لهذا المشروع تضم كل الجهات ذات الصلة والوصول إلى نتائج يمكن تطبيقها عمليا لرفع صادراتنا من المانجو .وهناك حقيقة اخري حيث نجد السودان رابع دولة من حيث الإنتاجية للهكتار إذ تبلغ إنتاجيته حوالي 20 طن/هكتار ولكن نجد إن المساحات المزروعة بالمانجو في السودان لا تتعدى 9.5 ألف هكتار بمتوسط انتاج يبلغ 195 الف طن ، وهي تعادل تقريباً ثلاثة أضعاف متوسط إنتاجية الهند والصين (أكبر دول منتجة للمانجو )، فلذلك إذا ما تم توسيع المساحات المزروعة في السودان فمن المتوقع أن يصبح السودان في قائمة اكبر الدول المنتجة للمانجو عالمياً. فإذا ضاعفنا المساحات المزروعة تسعة أمثال ما هي عليه سوف يتصدر السودان المرتبة الثالثة في قائمة الدول المنتجة للمانجو. لان إنتاجية الهكتار في السودان تعادل ثلاثة أضعاف إنتاجية تايلاند (ثالث

الدول المنتجة للمانجو) لذا فأنا نحتاج لزراعة ثلث المساحة المزروعة في تايلاند حتى نأخذ وضعها من ناحية الإنتاج وهذه المساحة تعادل تسعة أضعاف ما هو مزروع فعلياً في السودان .

أهم الدول المنافسة : البرازيل والمكسيك والهند الإكوادور وهولندا .  
**الجدول أدناه يبين صادرات السودان من المانجو خلال الفترة من 2000 – 2006م**

الكمية بالطن	العام
6597.4	2000
6179.5	2001
5682.0	2002
3477.2	2003
3095.8	2004
2000.0	2005
1281.6	2006

### أسواق المانجو العالمية:

أمريكا ، هولندا ، هونج كونج ، السعودية ، فرنسا ، ألمانيا ، كندا	أهم الدول المستوردة
المكسيك ، البرازيل ، الهند ، فرنسا ، بيرو ، الفلبين	أهم الدول المصدرة

### واردات أهم الدول المستوردة للمانجو من الأسواق العالمية

الدول	2001		2002		2003		2004		2005	
	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة
أمريكا	240.3	189.8	266.3	196.3	282.4	209.1	281.6	202.6	267.0	229.7
هولندا	64.3	63.8	52.6	51.7	69.6	86.1	60.4	59.5	60.4	59.5
هونج كونج	51.9	48.3	61.6	52.5	61.4	44.6	62.9	44.4	61.4	39.8
فرنسا	25.6	35.6	26.8	30.6	32.2	58.3	34.8	64.2	34.8	84.8
ألمانيا	28.2	31.1	29.4	30.0	31.9	37.0	36.0	46.7	37.1	52.3
المملكة المتحدة	27.0	30.3	24.3	26.1	32.3	40.4	36.5	42.8	46.9	64.0
كندا	32.0	28.5	31.7	24.4	37.6	30.7	42.0	35.8	37.6	41.6
السعودية	36.5	24.8	34.5	23.8	40.2	21.0	62.1	43.7	62.1	43.7
الصين	12.7	11.3	21.5	15.2	25.9	20.8	41.1	41.6	39.6	43.6
سنغافورة	16.8	12.6	29.7	13.3	17.8	13.2	18.3	13.0	16.2	12.3
البرتغال	15.4	15.2	15.8	14.8	20.2	21.2	17.2	22.4	17.2	22.4
اليابان	9.2	26.1	9.0	25.6	10.8	33.9	12.7	41.1	12.5	43.3

5.4	12.9	5.0	12.0	4.8	10.1	4.0	7.4	3.8	6.4	سويسرا
12.2	16.1	10.9	12.7	10.8	13.6	10.4	11.1	10.1	10.6	بلجيكا
19.3	6.3	19.3	6.3	25.5	7.6	15.3	6.5	11.3	3.9	عمان
73.5	5.2	73.5	5.2	24.9	5.3	23.1	5.1	27.5	5.7	ماليزيا
0	0	0	0	71.8	65.1	60	50.8	62.6	52.3	أخري
803.2	777.5	814.3	694	800.1	718	716.0	585.2	675.2	596.3	العالم

الكمية بآلاف الأطنان / القيمة بملايين الدولارات

نسبة مساهمة السودان في الأسواق العالمية للمانجو:

الدولة	2000	2001	2002	2003	2004	2005
أمريكا	0	0	0	0	0	0
هولندا	0	0	0	0	0	0
هونج كونج	0	0	0	0	0	0
فرنسا	0	0	0	0	0	0
اليابان	0	0	0	0	0	0
ألمانيا	0	0	%0.03	0	0	%0.004

مشاكل الخضر والفاكهة :

مشاكل الإنتاج:

- الأنواع المنتجة من الخضر والفاكهة لا تصلح للتصدير
- ارتفاع تكلفة الإنتاج
- قلة الكوادر البشرية المؤهلة للعمل البستاني.
- وعورة الطرق المؤدية لاماكن الإنتاج
- بعد الأسواق المركزية مع ارتفاع تكلفة الترحيل.

مشاكل التسويق:

- صادرات الخضر والفاكهة متروكة للجهود الخاصة والفردية للقطاع الخاص.
- عدم قيام الدولة بتقديم دعم للتصدير خاصة وأنها سلع ذات مخاطرة عالية لأنها سريعة التلف.
- عدم وجود أسواق أو مراكز يتم فيها تجهيز صادرات الخضر والفاكهة.

(6) الحيوانات الحية واللحوم

تدنت الكميات المصدرة من الحيوانات الحية في عام 2001م بنسبة 98% ولحم بنسبة 37% مما تبعها تدني في عائد صادرات كل منهم بنسبة 97% ، 22% علي التوالي اما عام 2002م فقد شهد طفرة في صادرات الحيوانات واللحم حيث ارتفعت الكميات المصدرة من الحيوانات الحية بنسبة 410% مما ادي الي ارتفاع القيمة بنسبة 66846% وانخفض عائد اللحم بنسبة 50% بالرغم من زيادة الكميات المصدرة بنسبة 26% ويعزي ذلك لانخفاض الاسعار ، وفي عام 2003م انخفضت كل من الكميات المصدرة من الحيوانات الحية بنسبة 15% وانخفض العائد بنسبة 17% اما اللحم فقد شهدت صادراتها ارتفاعا من حيث الكمية والقيمة بنسبة 63% لكليهما وفي عام 2004م زادت الكميات المصدرة من الحيوانات بنسبة 43% تبعها زيادة العائد بنسبة 41% اما اللحم فقد حدث ارتفاع في اسعارها العالمية مما ادي الي ارتفاع عائد صادراتها بنسبة 215% نظير ارتفاع الكميات المصدرة بنسبة 7.6% ، وانخفضت الكميات المصدرة من الحيوانات الحية وعائداتها في 2005م بنسبة 17% لكليهما وارتفعت كميات اللحم المصدرة بنسبة 52.3% تبعها زيادة في عائداتها بنسبة 5.4% ، وارتفعت قيمة صادرات الحيوانات في عام 2006م بنسبة 6% والكميات بنسبة 5% وانخفضت في عام 2007م بنسبة 37% للكميات المصدرة تبعها ارتفاع في عائداتها بنسبة 35% ز اما اللحم فقد انخفضت كمياتها المصدرة لعامي 2006م و2007م بنسبة 66.3% ، 63% علي التوالي مما ادى لانخفاض عائداتها بنسبة 72.7% ، 32%.

وتلوح في الأفق فرص كبيرة لتسويق الحيوانات الحية واللحم في البلدان العربية لما لدى السودان من فائض من اللحم إذ يقل معدل الإنتاج السنوي المحلي للحوم الحمراء عن معدل الاستهلاك السنوي لها في كل الأقطار العربية ما عدا الصومال وجيبوتي وموريتانيا. وتعتبر اللحوم من السلع الغذائية الرئيسية والتي تشكل نسبة عالية من ميزانية الأسرة في العالم العربي ويزداد معدل استهلاكها تبعا لارتفاع مستوى رفاهة السكان. والسوقان الخليجي والمصري أولى بالاهتمام لقربهما من السودان مما يقلل تكلفة النقل.

ومن ناحية أخرى فان الكثافة السكانية العالية بمصر وارتفاع معدل النمو السكاني بمنطقة الخليج يدعوان الى زيادة الطلب على اللحم خاصة لحوم الأبقار ، كما نجد ارتفاع الوعي الغذائي للمستهلك ادى لتحوله من سلالات الضأن المحلية بالخليج التي تحتوي لحومها على نسبة عالية من الدهون الى استهلاك لحوم قليلة الدهن نسبيا مثل لحم الضأن السوداني.

ولكن هنالك إشكاليات عدة تواجه تدفق و انسياب صادرات الحيوانات السودانية ولحومها لخارج البلاد مثل:

1- عدم استجابة المنتجين لمتطلبات الأسواق المستهدفة وذلك بإنتاج الصنف المرغوب بجودة عالية وسعر تنافسي. هذا الأمر يتطلب إنشاء جهاز فني في الأسواق المعنية لضمان تدفق اللحوم وانسيابها بانتظام للأسواق الخارجية وذلك عن طريق جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالأصناف المرغوبة ومواصفاتها الفنية وأسعارها وحجمها ومواعيد ازدياد الطلب عليها وتمكين الباحثين في الإنتاج الحيواني بالسودان من الإطلاع على هذه المعلومات لاستصحابها عند إجراء البحوث بغرض استنباط الحزم التقنية اللازمة لإنتاج الأصناف المرغوبة في هذه الأسواق ومن ثم طرح هذه الحزم التقنية للاستخدام التجاري. ولكي تصبح أسعار لحومنا وحيواناتنا أكثر قدرة على المنافسة في الأسواق الخارجية يسعى علماء الإنتاج الحيواني لتقليل تكلفة الإنتاج باستنباط العلائق الموزونة غير المكلفة التي تؤدي الى أفضل أداء في المعلف ولذبائح عالية الجودة. ولكن سعر المنتج يتأثر كذلك بالضرائب والجبايات التي تفرض على الحيوانات والأعلاف واللحوم في المراحل المختلفة لإنتاجها وكذلك بأسعار النقل والتجهيز والتخزين ولا بد من تقليص حجم هذه التكاليف إذا أردنا أن نبقى منافسين في أسواقنا التقليدية أو سعينا لاقتناص أسواق جديدة.

2- العرض التسويقي للمنتج لا يلفت الانتباه وذلك لانعدام الترويج للحوم السودانية. لا بد من تكثيف الترويج للحوم السودانية والذي قد يتخذ أكثر من شكل:

أولاً: الترويج للحوم السودانية من خلال الإعلان في الوسائط الإعلامية المتوافرة في الأسواق التقليدية والمستهدفة حيث نهتم بإبراز حقيقة أن اللحوم السودانية خالية من الإضافات العلفية مثل الهرمونات والمضادات الحيوية ومن مرض جنون البقر لأنها من حيوانات تمت تغذيتها على المراعي الطبيعية التي لم تخضع تربتها للتخصيب بالأسمدة الاصطناعية أو تم رشها بالكيمائيات المبيدة للآفات الزراعية أو تم تحويلها بواسطة تقنيات الهندسة الوراثية وهي بالتالي تدرج ضمن قائمة الأطعمة العضوية التي يزداد الطلب عليها عالمياً .

ثانياً: العمل على فتح المزيد من منافذ البيع في الأسواق التقليدية والأسواق الجديدة. إن دعوة الخليجيين للدخول في شراكات في مجال إنتاج اللحوم السودانية يفتح الباب واسعاً للتسويق في الخليج ويضمن رأسمال يمكن أن يستثمر في تهيئة أفضل الظروف لرعاية الحيوانات .

**ثالثاً** :إقامة معرض سنوي بالخرطوم للحيوانات واللحوم السودانية بغرض الترويج ودعوة الهيئات الدبلوماسية بالخرطوم والشركات والمؤسسات الإقليمية والعالمية العاملة في مجالات استيراد اللحوم والحيوانات لزيارة المعرض وإبرام الصفقات التجارية مع شركات التصدير السودانية و تنظيم زيارات ميدانية للمستوردين لمعاينة مواقع الإنتاج و الذبح والتوضيب.

**رابعاً** :تشكل الأوبئة والأمراض اكبر العوائق لتسويق الحيوانات واللحوم السودانية ويجب الحصول على شهادة خلو من الأمراض الوبائية من المنظمات العالمية والإقليمية خاصة منظمات مكتب الأوبئة الدولي ومنظمة الأغذية والزراعة العالمية وهيئة الصحة العالمية والاتحاد الإفريقي والمراكز العلمية المرموقة عالمياً واستغلال مثل هذه الشهادات إعلامياً في الترويج للحيوانات واللحوم السودانية.

**أسواق الحيوانات الحية العالمية:**

أهم الدول المستوردة	أمريكا ، ايطاليا ، المملكة المتحدة ، ألمانيا ، اسبانيا ، هونج كونج ، هولندا ، بلجيكا ، السعودية ، فرنسا
أهم الدول المصدرة	فرنسا، كندا، أمريكا، هولندا، ألمانيا، استراليا، المملكة المتحدة، المكسيك، الصين، بلجيكا

### أسواق لحوم العجالي العالمية :

أهم الدول المستوردة	اليابان ، ايطاليا ، أمريكا ، المكسيك ، فرنسا ، المملكة المتحدة ، ألمانيا ، هولندا ، اسبانيا
أهم الدول المصدرة	أمريكا، كندا، هولندا، استراليا، ألمانيا، ايرلندا، فرنسا، بلجيكا، البرازيل، الأرجنتين

### واردات أهم الدول المستوردة للحيوانات الحية من الأسواق العالمية ( القيمة بآلاف الدولارات)

الدولة	واردات 2002	واردات 2003	واردات 2004	أهم الدول المصدرة
أمريكا	2,079,009.6	1,571,941.8	1,372,097.6	كندا، المكسيك، هولندا، ايرلندا، المملكة

المتحدة				
فرنسا ، هولندا ، بولندا ، اسبانيا ، ألمانيا	1,927,701.3	1,602,420.0	1,342,136.3	ايطاليا
ايرلندا، الإمارات، أمريكا، فرنسا	666,155.3	553,391.1	508,246.8	المملكة المتحدة
هولندا، بولندا، بلجيكا، فرنسا	774,170.0	495,470.0	427,474.5	ألمانيا
فرنسا، هولندا، ألمانيا، ايرلندا، برتغال	401,997.4	404,479.1	363,761.3	اسبانيا
الصين، استراليا، المملكة المتحدة، نيوزيلندا، أمريكا	320,607.3	338,725.3	327,294.9	هونج كونج
ألمانيا، بلجيكا، المملكة المتحدة، فرنسا	446,978.6	330,850.4	273,098.6	هولندا
هولندا، فرنسا، ألمانيا، المملكة المتحدة	371,148.2	283,322.3	247,234.6	بلجيكا
سوريا، استراليا، السودان، الصومال، الأردن	-	386,322.6	504,066.0	السعودية
هولندا، بلجيكا، اسبانيا، المملكة المتحدة، ألمانيا	265,421.2	226,527.9	184,788.6	فرنسا

### واردات أهم الدول المستوردة للحوم من الأسواق العالمية ( القيمة بآلاف الدولارات )

أهم الدول المصدرة	واردات 2004	واردات 2003	واردات 2002	الدولة
استراليا، أمريكا، نيوزيلاند ، كندا ، المكسيك	1,179,338.7	1,353,604.5	991,147.9	اليابان
هولندا ، ألمانيا ، فرنسا ، ايرلندا ، النمسا	1,741,001.4	1,517,908.7	1,123,671.4	ايطاليا
كندا، استراليا، نيوزلندا، المكسيك، اورغواي	1,457,381.4	1,084,824.3	1,243,866.3	أمريكا
أمريكا ، كندا ، اورغواي ،نيكاراغوا، شيلي	670,615.7	794,644.7	953,316.4	المكسيك
هولندا ، ألمانيا ، ايرلندا ، بلجيكا ، اسبانيا	962,877.2	725,198.8	617,073.0	فرنسا
ايرلندا ، هولندا ، البرازيل ، ناميبيا ، بوتسوانا	878,951.4	714,874.9	541,506.0	المملكة المتحدة
هولندا ، الأرجنتين، فرنسا، البرازيل، بلجيكا	770,973.0	487,101.0	399,985.8	ألمانيا
ألمانيا، ايرلندا، بلجيكا، البرازيل، المملكة المتحدة	642,979.9	537,951.0	405,049.6	هولندا

### نسبة مساهمة السودان في الأسواق العالمية للحوم

الدولة	2000	2001	2002	2003	2004	2005
اليابان	0	0	0	0	0	0
أمريكا	0	0	0	0	0	0
ايطاليا	0	0	0	0	0	0
فرنسا	0	0	0	0	0	0
ألمانيا	0	0	0	0	0	0
المملكة المتحدة	0	0	0	0	0	0
بلجيكا	0	0	0	0	0	0

## نسبة مساهمة السودان في الأسواق العالمية للحيوانات الحية

الدولة	2000	2001	2002	2003	2004	2005
السعودية(ضان)	23.2%	0	28.3%	30.2%	39.5%	21.7%
ايطاليا(ضان)	0	0	0	0	0	0
فرنسا(ضان وأبقار)	0	0	0	0	0	0
الكويت(ضان)	0	0.4%	0	0	0	0
قطر(ضان)	0	0	0.2%	0	0	0
ايطاليا (أبقار)	0	0	0	0	0	0
أمريكا (أبقار)	0	0	0	0	0	0
اسبانيا (أبقار)	0	0	0	0	0	0
هولندا (أبقار)	0	0	0	0	0	0

### (7) الكركدي :

يعتبر الكركدي أحد النباتات الطبية والعطرية وهو نبات حولي ينتمي الي العائلة الخبازية وموطنه الأصلي أفريقيا ، تجود زراعته بصفة عامة في المناطق المدارية وشبه المدارية ويحتاج الي نحو 4-8 أشهر لإكمال نموه ودرجة حرارة لاتقل عن 21 درجة مئوية مع تعرضه لنحو 12 ساعة من ضوء الشمس المباشر خلال 4 - 5 أشهر لضمان إكتمال نضج الثمار كما يحتاج محصول الكركدي الي تربة جيدة الصرف.

تتركز زراعة الكركدي في ولاية شمال دارفور ، ولاية شمال كردفان وبعض ولايات الوسط حيث التربة الطينية الثقيلة وتوفر مياه الأمطار ويتميز الكركدي السوداني بأنه منتج طبيعي ينتج بكميات تجارية في المناطق المطرية ، حيث لاتستخدم الأسمدة الكيماائية والمبيدات الحشرية ،هذا مما جعل الكركدي السوداني مرغوب عالمياً. يأتي السودان علي رأس الدول المنتجة لهذا المحصول وتشمل أهم الدول المنتجة أيضاً الصين ، تايلاند. ويتفوق إنتاج هذه الدول علي إنتاج السودان بالخلو من الشوائب والنظافة الجيدة والتدرج ، علي الرغم من أن الكركدي السوداني يتفوق علي إنتاجها بجودته العالية من حيث النوعية. وهنالك كثير من المؤشرات التي تشجع علي الاهتمام بإنتاج الكركدي كمحصول واعد، وتتلخص هذه المؤشرات في الآتي:

1. توفر البيئات الصالحة من مناخ ومياه في كل من المشاريع المطرية والمروية لإنتاجه.

2. تزايد الطلب والاستهلاك العالمي علي استخدام منتجات طبيعية من الأغذية والعديد من المنتجات الصناعية.
  3. قلة النباتات التي يمكن استخدامها كمكونات طبيعية.
  4. إمكانية الاستفادة من الكركدي كمحصول بديل في الدورات الزراعية .
- وعند تتبع صادرات الكركدي للأسواق العالمية نجد ان هنالك تذبذب في صادراته حيث انخفضت الكميات المصدرة في عام 2001م بنسبة 32% مما ادى الي انخفاض عائدته بنسبة 34% وارتفعت حصيله صادراته في عام 2002م بنسبة 69% نسبة لزيادة الكميات المصدرة بنسبة 37% وعاودت الكميات الانخفاض في عام 2003م بنسبة 17% الشيء الذي ادى لانخفاض عائدته بنسبة 16% وحدث زيادة للكميات المصدرة في عام 2004م بنسبة 44% وكذلك ارتفعت حصيله الصادر الي 80% وفي عام 2005م انخفضت عائداته بنسبة 48% نسبة لتراجع الكميات المصدرة بنسبة 27% وفي عام 2006م حدثت زيادة في الكميات المصدرة بنسبة 3.7% ترتب عليها زيادة في العائد بنسبة 26.4% ولكن تراجع الكميات المصدرة في عام 2007م بنسبة 15% مما اثر علي عائد الصادر الذي انخفض بنسبة 11% .

### (8) الذرة الشامية

الذرة الشامية هي أحد محاصيل الحبوب التي تزرع في مختلف مناطق العالم ويرى كثير من الباحثين أن الموطن الأصلي للذرة الشامية هو أمريكا الوسطى والمكسيك حيث توجد أنماط مختلفة من الذرة كما يوجد الذرة الريانة وترساكم بهذه المنطقة . ومن المحتمل أن يكون المركز الثانوي لموطن الذرة الشامية هو أمريكا الجنوبية في بوليفيا والإكوادور وبيرو .

وتعتبر الذرة الصفراء من محاصيل الأعلاف للحبوب أو العلف الأخضر فهي أهم مصادر غذاء الحيوانات سواء الماشية أو الأغنام أو الداجنة حيث تزداد الحاجة عالمياً إلى إنتاج هذا المحصول مع ازدياد الحاجة للتوسع في الإنتاج الحيواني وصناعة الخبز والتوجه في الآونة الأخيرة لإنتاج الوقود الحيوي (الايثانول) .

وتتبع الذرة الشامية كتقسيم نباتي العائلة النجيلية Gramineae فهي نبات نجيلي وحيد المسكن يحمل نوعية من النورات المذكرة منها " طرفية السنبله Tessel " والمؤنثة تكون جانبية وتسمى " الكوز ear " أو العرنوس يتكون عليها حبوب الذرة في سطور .

يأتي هذا المحصول بالمرتبة الثالثة بالعالم بعد القمح والأرز من حيث المساحة المزروعة والإنتاج، وأن أهم المناطق المنتجة للذرة الصفراء بالعالم هي: أمريكا الشمالية والجنوبية، أوروبا الشرقية ودول روسيا، الصين، الهند، جنوب أفريقيا. ويبلغ متوسط المساحات العالمية المزروعة بالذرة الشامية أكثر من 155 مليون هكتار وتأتي الولايات المتحدة الأمريكية في مقدمة الدول التي تنتج الذرة الشامية حيث توسعت مساحتها المزروعة الي ما يقارب 35 مليون هكتار اي بنسبة 22.5 % من إجمالي المساحات العالمية المزروعة بالذرة الشامية ويأتي هذا التوسع إلى الإستراتيجية التي اتبعتها الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها من البلدان المنتجة الأخرى لتقليل اعتمادهم على النفط الحفري والبحث عن مصادر بديلة للطاقة كإنتاج الوقود الحيوي من الذرة الشامية

يبلغ متوسط الصادرات العالمية للذرة الشامية ما يزيد عن 85 مليون طن وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية باعتبارها أكبر منتج هي كذلك أكبر مصدر للذرة الشامية حيث أنها تقوم بتصدير ما يقارب ثلثي الصادرات العالمية كما تعتبر اليابان أكبر مستورد للذرة الشامية إذ يبلغ متوسط استيرادها حوالي 16.5 مليون طن سنويا.

تعتبر تجربة السودان حديثة في إنتاج هذا المحصول تجارياً في إطار برنامج التنوع المحصولي وبالرغم من ذلك فقد تمكن السودان من استجلاب عينات مفتوحة (جيز 21) من جمهورية مصر العربية و(مجمع 45) وهي عينة صفراء وقد حققت إنتاجية عالية مما شجع السودان لاستيراد أصناف الهجين من جنوب أفريقيا. وقد وصلت إنتاجية الفدان في القطاع المروري 3طن/هكتار من العينات المفتوحة و 3.5-4طن/هكتار من الهجن وهي إنتاجية مشجعة. ولعبت الميزة النسبية للسودان والتي تتمثل في ملائمة المناخ لزراعته ووجود الأراضي الطينية الخصبة ووفرة مياه الري دوراً هاماً في إمكانية زراعة مساحات كبيرة تصل إلى 100 ألف هكتار ويكون إنتاجها جاهز للتصدير.

### أسواق الذرة الشامية العالمية:

اليابان ، كوريا ، المكسيك ، الاتحاد الاوربي ، تاوان ، مصر ، كندا ، كولمبيا ، اندونيسيا ، ماليزيا ، الجزائر ، ايران ، المغرب ، سوريا ، السعودية	أهم الدول المستوردة
امريكا ، الارجننتين ، الصين ، البرازيل ، الهند ، اوكرانيا	أهم الدول المصدرة

واردات أهم الدول المستوردة للذرة الشامية من الأسواق العالمية ( الكمية بالاف الاطنان المترية )

countries	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08
-----------	---------	---------	---------	---------	---------

					Jan
Algeria	1,765	2,145	2,061	2,400	2,200
Brazil	459	481	931	1,204	950
Canada	2,033	2,237	1,962	2,226	2,000
Chile	1,043	1,081	1,587	1,700	1,800
Colombia	1,999	2,256	3,151	3,500	3,500
Costa Rica	583	569	687	600	700
Dominican Republic	824	1,031	1,068	1,200	1,300
Egypt	3,743	5,398	4,397	4,800	4,500
EU-27	5,859	2,469	2,634	7,056	10,000
Guatemala	513	641	751	764	800
Indonesia	1,436	541	1,443	1,200	1,000
Iran	1,857	2,558	2,300	3,200	2,700
Israel	1,377	1,242	1,128	1,200	1,500
Japan	16,781	16,485	16,617	16,713	16,300
Korea	8,783	8,638	8,488	8,737	8,800
Malaysia	2,401	2,406	2,517	2,600	2,700
Mexico	5,739	5,945	6,787	8,944	10,200
Morocco	1,183	1,423	1,491	1,600	1,500
Peru	1,041	1,301	1,467	1,528	1,400
Saudi Arabia	1,621	1,224	1,472	1,600	2,000
South Africa	495	131	896	996	900
Syria	941	1,781	1,256	1,700	2,000
Taiwan	4,951	4,562	4,533	4,400	4,300
Tunisia	784	714	624	600	700
Turkey	1,023	187	61	1,100	800
Others	7,027	8,170	9,193	8,279	7,995
Subtotal	76,261	75,616	79,502	89,847	92,545
Unaccounted	2,444	67	2,887	641	590
United States	356	281	210	320	375
World Total	79,061	75,964	82,599	90,808	93,510

### (9) فول الصويا

يعد فول الصويا من النباتات البقولية المنتشرة في العالم حيث تتم زراعته في الصين - كوريا - اليابان - الولايات المتحدة الأمريكية - الهند - ودول أوروبا وذلك نظراً لأهميته الاقتصادية والغذائية فهو يمثل غذاءً رئيسياً في دول شرق آسيا ويعد مصدراً مهماً للزيت ، أما بقاياه بعد العصر تستخدم علفاً مهماً للدواجن والحيوانات.

وهو يعتبر من الأطعمة التي تحتوي على كمية كبيرة من البيوتين (Biotin) وهو أحد المغذيات الهامة التي تشبه الفيتامينات كما انه يحتوي على جميع الأحماض الأمينية الأساسية الثمانية

الضرورية لجسم الإنسان لصنع البروتين. مما يجعله مصدرا ممتازا للبروتين الكامل الذي يتميز عن البروتين الحيواني بأنه خالي من الشحوم والكولسترول

يبلغ متوسط المساحات المزروعة عالميا لفلو الصويا حوالي 93 مليون هكتار ، وتأتي الولايات المتحدة الأمريكية في مقدمة الدول التي تزرع هذا المحصول إذ يبلغ متوسط مساحاتها المزروعة حوالي 29 مليون هكتار بنسبة 31% من متوسط المساحات العالمية كما يبلغ متوسط الإنتاج العالمي لفلو الصويا حوالي 210 مليون طن ، وتأتي الولايات المتحدة الأمريكية في مقدمة الدول المنتجة والمصدرة لفلو الصويا حيث يبلغ متوسط إنتاجها حوالي 80 مليون طن فهي تنتج أكثر من 38% من الإنتاج العالمي ، تأتي البرازيل في المرتبة الثانية من حيث الإنتاج العالمي لفلو الصويا حيث يبلغ متوسط إنتاجها حوالي 54 مليون طن أي بنسبة 25% مقارنة بمتوسط الإنتاج العالمي كذلك يبلغ متوسط إنتاج الأرجنتين والتي تأتي في المرتبة الثالثة من حيث الإنتاج حوالي 38 مليون طن بنسبة بلغت حوالي 18% من متوسط الإنتاج العالمي لفلو الصويا ثم الصين حيث يبلغ متوسط إنتاجها حوالي 16 مليون طن بنسبة 7.6% من متوسط الإنتاج العالمي أما الهند فيبلغ متوسط إنتاجها حوالي 6 مليون طن أي بنسبة 2.8% من متوسط الإنتاج العالمي.

يبلغ متوسط الواردات العالمية لفلو الصويا حوالي 63 مليون طن وتعتبر الصين أكبر مستورد لفلو الصويا في العالم حيث يعتبر فول الصويا من واردات الصين الزراعية الرئيسية ونلاحظ من الجدول ادناه وصول واردات الصين في عام 2006م الي 31 مليون طن بنسبة 45.5% من اجمالي الواردات العالمية. ونجد ان الدول الرئيسية المصدرة لفلو الصويا هي ثلاث دول فقط الولايات المتحدة الأمريكية والأرجنتين والبرازيل وهناك زيادة مستمرة من قبل الدول المستوردة لفلو الصويا اي أن هناك فرص تسويقية لهذا المحصول .لذلك يجب دراسة إمكانية زراعته في السودان خاصة وان السودان قد حباه الله بأراضي شاسعة وخصبة في شرقه وغربه وجنوبه ، وخصه بالمناخات المختلفة والمتنوعة مما أهله بأن يكون أكثر أقطار العالم قدرة على إنتاج محاصيل مختلفة ومتنوعة تعتمد فقط على الأسمدة الطبيعية الخالية من الكيماويات.

### أسواق فول الصويا العالمية:

أهم الدول المستوردة	الصين ، الاتحاد الاوربي ، اليابان، المكسيك، تاوان ، كوريا ، اندونيسيا
أهم الدول المصدرة	امريكا ، البرازيل ، الأرجنتين ، برغواي

واردات أهم الدول المستوردة لفلو الصويا من الأسواق العالمية ( الكمية بالاف الاطنان المترية )

countries	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	Apr 2006/07
China	21,417	16,933	25,802	28,317	31,000
EU-25	16,872	14,638	14,544	13,934	14,338
Japan	5,087	4,688	4,295	3,957	4,100
Mexico	4,230	3,797	3,640	3,667	3,775
Taiwan	2,351	2,217	2,256	2,498	2,550
Thailand	1,779	1,407	1,517	1,473	1,500
Korea	1,516	1,368	1,240	1,190	1,275
Indonesia	1,238	1,059	1,112	1,187	1,270
Iran	533	883	976	1,084	1,200
Turkey	756	612	1,046	863	1,050
Other	7,330	6,457	7,278	5,826	6,643
<b>Total</b>	<b>63,109</b>	<b>54,059</b>	<b>63,706</b>	<b>63,996</b>	<b>68,701</b>

ويمكن حصر المشاكل التي يعاني منها القطاع الزراعي بصفة عامة والصادرات بصفة خاصة في الآتي:

- ضعف الإنتاج والإنتاجية وتأثير ذلك على معظم سلع الصادرات الزراعية.
- عدم الثبات في السياسات العامة خاصة السياسات الزراعية.
- ربط الصادرات بفوائض الإنتاج في كثير من السلع مما يؤثر على الاستمرارية في السوق العالمي والمحافظة عليه.
- ضعف التمويل الموجه للإنتاج والتصدير والاعتماد على التمويل الذاتي .
- محدودية الأسواق التي يتعامل معها السودان وحصر الصادرات السودانية على بعض الأسواق التقليدية .
- الضرائب والرسوم والجبايات المختلفة التي تفرض في الولايات وتأثيرها في زيادة تكلفة الإنتاج والصادر .
- التغيير المستمر في سياسة سعر الصرف .
- ضعف المعلومات عن الأسواق الخارجية وحجم المنافسة والأسعار العالمية.
- ضعف وقلة مواعين النقل الجوي والبري والبحري وارتفاع تكلفته.
- قلة النقل المبرد الجوي والبري وارتفاع تكلفته.

- ارتفاع تكاليف النقل من مناطق الإنتاج إلى مناطق الإعداد للتصدير.
- مشاكل التعبئة والتغليف.
- عدم تنظيم الأسواق المحلية .
- التغيرات الاقتصادية الدولية وظهور كثير من التكتلات الاقتصادية واثار ذلك على الصادرات الزراعية.
- بعض القوانين الحمائية لدى بعض الدول والتي تحظر دخول بعض السلع.
- المنافسة الشديدة من بعض الدول المنتجة لنفس السلع وكذلك منافسة البدائل الصناعية للصادرات الزراعية الرئيسية مثل الصمغ العربي والجلود والقطن.
- المشاكل السياسية بين الدول وانعكاسها على التجارة الخارجية.

## (2) الصادرات الصناعية الفترة من 2000-2007م

يعتبر الانتاج الصناعى هو القاعدة الاساسية التى يركز عليها اداء الصادرات الصناعية وتسويق منتجاتها داخليا وخارجيا . كما نشير الي انه لا بد من التركيز على الانتاج فى القطاعات التى لدينا فيها ميزة نسبية فيما يختص بالصادرات الصناعية كصناعة الزيوت والغزول التى تدهورت صادراتها فى السنوات الاخيرة الى ان اختفت من قائمة الصادرات الصناعية - اضافة الى الجلود والسكر والصناعات الغذائية المرتبطة بصناعة السكر بحيث تصل فيها القيمة المضافة الى نسب عالية الى اكثر من 90%. و تسعى وزارة الصناعة ومجلس الصادرات الصناعية فى التركيز على سلع بعينها كانت فيما مضى تشكل ارقاماً كبيرة فى عائدات الصادرات.

تنقسم الصادرات الى سلع رئيسية وهى تشمل السكر - المولاص - الزيوت النباتية - الامباز - الغزول والجلود وكانت مساهمة هذه القطاعات تشكل أكبر عائد الصادرات من العملات الحرة ، اضافة الى سلع اخرى واعدة وهى تسهم ايضا فى عائد الصادر منها الصابون - حبيبات البلاستيك - الجبنة المصنعة - الصمغ العربى - الحلويات والطحنية - منتجات الالمونيوم - قطاعات الالمونيوم - الاعلاف - الادوية واطافة الى الصناعات الفولكلورية.

**الجدول ادناه يبين اجمالى الصادرات الصناعية للفترة من 2000م - 2007م**

العام	اجمالى المبلغ (الف دولار)
-------	---------------------------

40.528	2000
51.633	2001
55.803	2002
47.327	2003
41.596	2004
53.918	2005
50.804	2006
66.724	2007

من الملاحظ تذبذب الصادرات الصناعية حيث وصلت ادنى حد لها فى عام 2000 حيث بلغت حوالي 40.5 مليون دولار وخلال عام 2007م بلغت 66.7 مليون دولار بسبب ارتفاع صادرات السكر والمولاس والجلود المصنعة والجلود الخام اضافة الى الامبار وسلع اخرى تبلغ اكثر من 25 سلعة الا ان مساهمتها ضعيفة مقارنة بالزيادة المضطردة فى انتاج السكر - المولاص - الدقيق - الصناعات الغذائية المعتمدة على السكر والادوية... الخ. كما نجد هنالك تدنى فى انتاج قطاع النسيج بدءاً بالغزول فى الملابس الجاهزة اما قطاع منتجات الحبوب الزيتية تعرض لعدم استقرار بعد تعرض بعض المواسم الزراعية وتذبذب الانتاج الزراعى وعدم كفاية الحبوب الزيتية اضافة الى ارتفاع تكلفته. المشاكل والمعوقات:

يعانى القطاع الصناعى من مشاكل كثيرة تؤثر على استغلال الطاقة وعلى الكميات والتكلفة للمنتجات الصناعية يمكن اجمالها فيما يلى :

1. مشاكل البنيات الاساسية بالمناطق الصناعية.
2. مشاكل الطاقة ( الكهرباء - فيرنس ) وارتفاع تكلفتها.
3. مشاكل التمويل الراسمالي لمقابلة احتياجات التأهيل والتحديث والاحلال.
4. مشاكل التمويل التشغيلى بالاحص فى قطاع الزيوت والغزول.
5. عدم مواكبة القطاع الزراعى وفشله فى توفير احتياجات القطاع الصناعى من الحبوب الزيتية.
6. المشاكل المرتبطة بالسياسات الضريبية والرسوم الولائية والمحلية مما يؤدي لرفع تكاليف الانتاج.
7. عدم مواكبة المصنعين التقليديين للمتغيرات العالمية.

8. عدم الالتزام بالموصفات ومعايير الجودة فى بعض المنتجات.

9. اغراق الاسواق بالمنتجات المستوردة المنافسة.

انعكست كل هذه المشاكل على المنتجات الصناعية كماً ونوعاً ونتج انخفاض استغلال الطاقة وكفاءة التشغيل وقد اثر ذلك على اسعار المنتجات الصناعية وقدرتها التنافسية.

جدول يوضح اهم صادرات القطاع الصناعي الفترة من 2001م وحتى 2007م  
الكمية بالطن المتري  
القيمة الالف الدولارات

2007	2006		2005		2004		2003		2002		2001		السلعة	
	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة		
19182	29045	10116	17856	11897.3	24109	2090	7022	2328.6	8100	8695	22597	16505	55369	سكر
9624	131658	17590	209409	12678	147910	5091.6	101704	6222.5	136035	10927	112249	3940	97290	الاص
793	1167	247	343	31.8	79.5	170.6	99.6	109.1	167.6	5402	7864	2808	48082	زيت النباتية
666	4709	0	0	53	70	126.3	873	146	691	1586	10822	2762	23933	جاز
0	0	0	0	0	0	0	0	19	26	17	5	889	381	ول
2814		4925		26542		28021		28100		23235		32286		ود

الجدول اعلاه يوضح الصادرات الصناعية الرئيسية للفترة من 2001 – 2007م ومن خلال استعراضنا لقائمة السلع الرئيسية للسبع سنوات نلاحظ الغياب التدريجي للسلع التي اشرنا اليها فيما سبق ( الزيوت والغزول ) والتي كانت فيما مضى تشكل فى المتوسط 24.8% من نسبة المساهمة فى الصادر الصناعى.

## 1. الزيوت

غابت صادراتنا من الزيوت فى السنوات الاخيرة بسبب ضعف انتاج الحبوب الزيتية بحيث يمكن ان توفر معظم مدخلاته محلياً اضافة الى القيمة المضافة التى يحققها وكان يشكل مصدراً مهما لصادراتنا من الزيوت النباتية والامبارز ويمكن تشخيص معوقات هذا القطاع فى الاتى:

\* عدم استغلال الطاقات الانتاجية المتاحة بهذا القطاع علماً بان الطاقة التصميمية له تبلغ حوالى 4 مليون طن من الحبوب الزيتية.

\* مشكلة تمويل شراء الحبوب الزيتية والعمليات الزراعية بالنسبة للمشروعات الزراعية لا تستطيع البنوك توفيرها.

\* عدم توفر الحبوب الزيتية الكافية لتشغيل الطاقات المشار لها.

\* عدم فتح اسواق جديدة لعمليات التصدير .

\* عدم الارتقاء بالجودة والانتاجية من حيث الجودة الشاملة.

\* يحتاج هذا القطاع الى عمليات تحديث وتاهيل لانتاج زيوت بمواصفات التصدير من مواد تعبئة وخلافه (نظام العبوات).

## 2. الغزل والنسيج

يعتبر السوق العالمى لقطاع الغزل والنسيج من اكبر الاسواق لكافة المنتجات حيث يستورد السوق الامريكى فقط ما يعادل 28 مليار دولار ونصيب السودان منها صفر ويمكن ان نعزى غياب السودان من هذا السوق للاتى:

■ عدم توفر التمويل اللازم للتاهيل والتحديث او للتشغيل.

■ سياسات تسعير وتسويق الاقطن.

■ اغراق الاسواق بالاقمشة والملابس المستوردة.

■ فرض ضريبة القيمة المضافة بلاضافة الى مشاكل الضرائب والرسوم الاخرى.

- ارتفاع تكلفة الطاقة الكهربائية.
- توقف معظم مصانع الغزول.

### 3. الجلود

تعانى صناعة الجلود كما تعانى الصناعات السودانية من مشاكل ادت الى ضعف موقفها فى السوق العالمى.

كما نجد ان المشاكل التى تعانى منها صادرات الجلود المصنعة تتلخص فى الاتى:

- الجلد الخام وعدم تطور الصناعات الجلدية.
- ارتفاع تكاليف الانتاج وتعددية الرسوم.
- مشاكل التمويل .
- التدريب والتاهيل

اضافة لهذه السلع نجد ان سلعة السكر والمولاص من اهم السلع الصناعية المصدرة وتشكل مساهمة كبيرة من عائد صادراتنا الصناعية لكن فى بعض السنوات نجد ان معظم انتاجها يوجه للاستهلاك المحلى وبدخول مصنع النيل الابيض يمكن ان ترتفع حصيل صادراتنا من هذه السلع.

توجد العديد من صادراتنا الصناعية فى قائمة الصادرات وببذل جهد يمكن ان تشكل اضافة فى زيادة حصيله صادراتنا من العملات الصعبة ومن تلك السلع صناعة الادوية - حبيبات البلاستيك - حجارة البطاريات الجافة - البوهيات - صناعة حديد التسليح والكوابل وقطاعات الالمونيوم - الكبريت - وبعض الصناعات الغذائية وصناعات الصابون بأنواعه.

### **الرؤى المستقبلية لترقية القطاع الصناعي:**

اعتماد البلاد على صادرات سلع ناضبة (البتترول) يشكل خطورة على اقتصاد البلاد مما يحتم بذل جهود كبيرة لاستغلال موارد البترول لتعظيم حجم وقيمة الصادرات الوطنية غير البترولية (زراعة - صناعة - ثروة حيوانية) ولذلك لا بد من اختيار اهم المشاكل ذات لاثر الكبير فى تدنى نمو الصادر لتمنح اسبقية فى المعالجة وهى:

الانتاج والانتاجية للسلع المصدرة والتى تعتمد عليها البلاد.

تنافسية السلع وتتصل بجودة السلعة وثمانها وجاهزيتها لولوج الاسواق المناسبة فى الوقت المناسب.

ويمكن معالجة مشاكل القطاع الصناعي عن طريق توفير المدخلات التي يعتمد عليها القطاع وبأسعار تمكنه من المنافسة من حبوب زيتية - اقطان - قمح - جلود واخرى. ان تعزيز القدرة التنافسية للصادر تعنى تحقيق كفاءة توصيل السلعة الى المكان المناسب وبالمواصفات والجودة المطلوبة فى الوقت المناسب وباقل تكلفة ، كما يعنى فتح اسواق جديدة للصادر بهدف زيادة حجم الصادر. وبهذا الفهم فان التنافسية تشمل كلفة انتاج السلعة من كافة مدخلات الانتاج وضرائب وجبايات على المنتج وكلفة النقل والتخزين وتوفير هياكل التسويق. تفعيل دور لجنة ترقية الصادرات الصناعية والمشكلة من قبل.

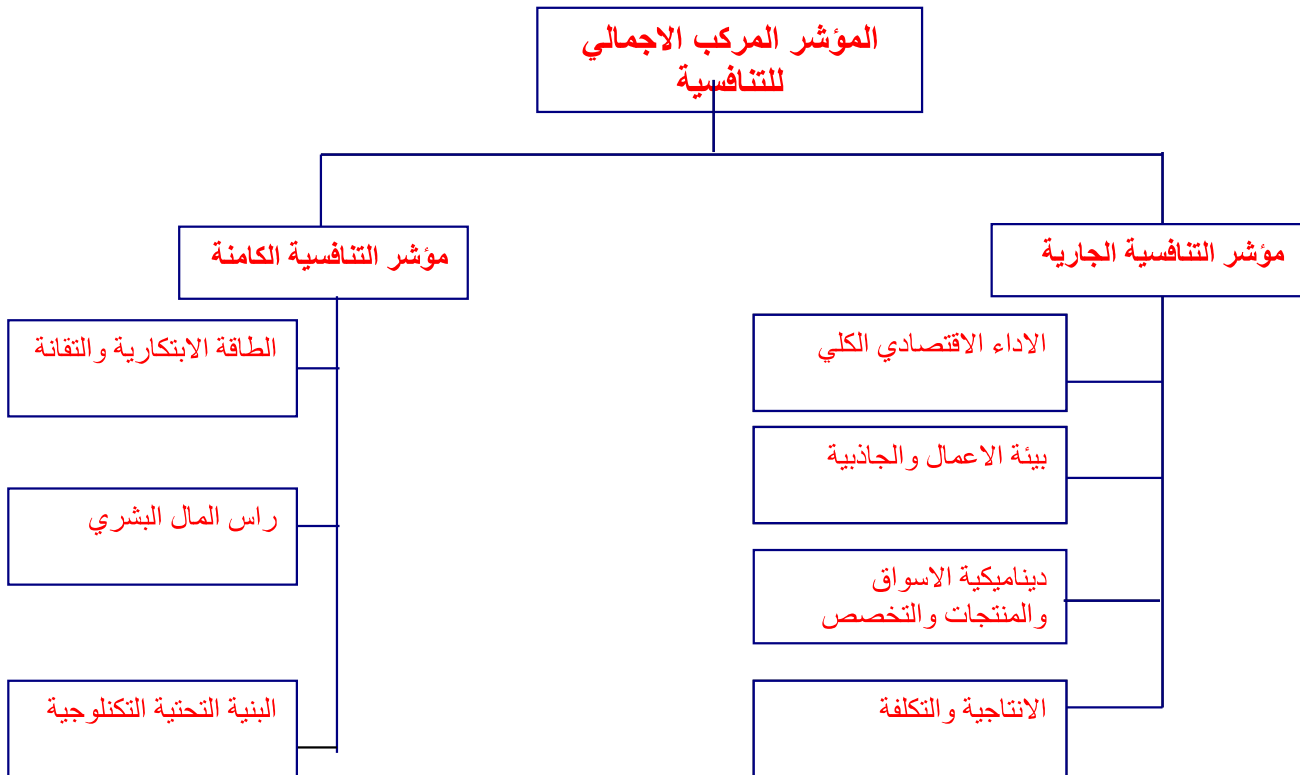
## المرحلة الثانية :

**معرفة المنافسة الخارجية:** إن معرفة المنافسين أمر هام للنفاذ للأسواق الخارجية فمعرفة المنافسين ومعرفة نقاط القوة والضعف عندهم تساهم فى زيادة فرص التصدير وذلك من خلال :

- معرفة الكيفية التي يتم بها تطوير منتجاتهم .
  - السياسات السعرية .
  - الظروف الطبيعية للدول المنافسة ومدى تأثرها باى ظروف تؤدي للحد من إنتاجها.
- ويمكن جمع المعلومات عن المنافسين بعدة طرق :**
- عن طريق وسائل الترويج التي يتبعونها .
  - زيارة للشركات المنافسة.
  - فحص منتجاتهم من خلال المشاركة فى المعارض الخارجية وخاصة المعارض داخل الدول المنافسة .
  - دخول وخروج المنافسين.

وحتى يمكن الحد من المنافسة داخل الأسواق المستهدفة لابد من الاتجاه نحو السلع التي يمتاز فيها السودان بميزات تنافسية مع الاهتمام بتقليل التكلفة وزيادة الجودة والاهتمام بالمواصفات القياسية والعمل علي الاستمرارية اذ ان كثير من سلع الصادر فقد اسواقها العالمية مثل الفول السودان والبعض الاخر تراجعت حصته السوقية واحتلت دول اخري نصيبه المفقود مثل

السهم والصنع العربي واللحوم ، مفهوم التنافسية ليس مفهوم قصير المدى يقتصر فقط علي تحسين الحصص في السوق في فترة وجيزة بل هو مفهوم يقترن باداء الاقتصاد بصفة عامة واداء القطاعات الخاضعة للمنافسة بصفة خاصة علي المدى الطويل بشكل يجعل تحسين الحصص في السوق حالة مستمرة وليست ظرفية. وبناءا علي ما سبق فقد عرفت التنافسية علي انها الاداء الحالي والكامن فالتنافسية الجارية تركز علي الاداء الحالي والعوامل التي تؤثر عليه مثل الاسواق ومناخ الاعمال وعمليات الشركات واستراتيجياتها اما التنافسية الكامنة فتعني القدرات بعيدة الاثر التي تشكل البنية التحتية التي تضمن استدامة القدرة التنافسية. وبناءا علي ذلك فيجب علينا عند الولوج بصادراتنا لاي سوق فلا بد ان يكون الغرض هو الوصول الي استدامة القدرة التنافسية وليس الي تقييم حالتها الراهنة فقط اذ انه من المعروف ان ارتفاع التنافسية الجارية لا يمكن الحفاظ عليها ما لم تتوافر العناصر الديناميكية التي تشكل اسس استدامة القدرة التنافسية في عالم سريع التغير ويدخل في هذه العناصر التعليم والبحث والتطوير وبيئة الابتكار والبنية التحتية التقنية والشكل ادناه يبين هيكل المؤشر الاجمالي للتنافسية



# المرحلة الثالثة :

**دراسة الأسواق المستهدفة :** إن دراسة الأسواق المستهدفة يتطلب الاهتمام بالأبعاد المختلفة والتي تمثل قيودا في بعض الأحيان أهمها :

## (1) قيود السياسات :

فمجرد التفكير في الخروج من الأسواق المحلية ودخول الأسواق العالمية يعني ذلك دخوله في المنافسة الدولية فقد يصطدم بعدد من القيود الاقتصادية كالاختلافات في أسعار الصرف والتكتلات الإقليمية والاقتصادية وانعكاساتها على الدول خارج التكتل والقيود الجمركية والاتحادات التجارية .

ولنبدأ بدراسة السياسات المتبعة في السوق محل الدراسة

**أولا :** التحليل الشامل لشروط النفاذ إلى السوق سوا كان اتفاق تجارة حرة أو اتفاقيات ثنائية مع معرفة القطاعات التي تحظى بأعلى مستوى من الحماية الجمركية (الزراعية وغير الزراعية) وإى من هذه القطاعات ذو أهمية للدولة .

**ثانيا :** وجود رسوم أو ضرائب ذات اثر مماثل للتطبيق على الواردات .

**ثالثا :** الكيفية التي يتم بها تقدير الرسوم الجمركية.

**رابعا :** سياسات سعر الصرف.

**خامسا :** رخص الاستيراد والسلع التي تتطلب استخراج رخص لاستيرادها.

**سادسا :** قوانين الاستيراد المتبعة.

**سابعا :** الواردات المحظور دخولها وأسباب الحظر والصادرات التي تتأثر بمثل هذا الحظر.

**ثامنا :** المواصفات والجودة المطلوبة في السلع المستوردة .

**تاسعا :** معرفة المحاذير والضوابط العالمية في التصدير وقرارات منظمة التجارة العالمية والالتزام بالجودة والمواصفات.

**عاشرا :** الشروط الصحية الواجب توافرها في السلعة.

**حادي عشر :** المزايا التفضيلية الممنوحة وفق اتفاقيات تجارية.

**ثاني عشر :** اختلاف النظم التسويقية وذلك من خلال الإلمام ببعض القيود التي يفرضها السوق المستهدف إضافة لمعرفة سلوك المستهلكين وقنوات التوزيع وكيفية الترويج داخل السوق المستهدف.

بعد أن تتم دراسة السياسات المتبعة في السوق محل الدراسة لابد من تجميع معلومات عامة عن السوق تتلخص في الآتي:

- دراسة الظروف التي تمر بها الأسواق التصديرية والكوارث التي حدثت حتى يمكن تحديد الكميات التي يمكن أن تستوعبها أسواقها خلال العام.
- توقيت تواجد المنتج بالسوق التصديري لمعرفة أسعار بيعه وأنواع بيعه وأنواع العبوات وما يكتب عليها من الخارج والأوزان.
- توقيت تواجد المنتج المراد تصديره بالسوق وذلك لتحديد الوقت الأمثل للتصدير وبالتالي الوقت الأنسب لإنتاجه سواء كان سلعة صناعية أو سلعة زراعية .
- المتغيرات التقنية التي حدثت في السلع والتغيرات في السياسات لدى الأسواق التقليدية.
- دراسة أذواق المستهلكين فالتقدم في وسائل الاتصال أزال حواجز المسافات بين الدول وأصبح انتقال الثقافات من السهولة بمكان مما أدى إلى التقارب في نمط الاستهلاك ،فمعرفة رغبات المستهلكين ومطالبهم وردود أفعالهم له الأثر الكبير في البقاء على الأسواق التقليدية أو جذب أسواق جديدة.

## **(2) دراسة البيئة الدولية :**

إن إجراء عملية التصدير لأي منتج يعني خروج المنتج للأسواق الخارجية من خلال بيئة دولية تؤثر قواها الاقتصادية والسياسية والقانونية على التسويق الدولي. وتشمل البيئة الدولية عددا من العناصر التي تؤثر على التسويق الدولي أهمها:

### **اولا:البيئة الثقافية**

فالثقافة هي التي تحدد طبيعة حاجات أفراد المجتمع وتوقعاتهم حول المستقبل، فالقيم الثقافية تؤثر تأثيرا مباشرا على التوحد الاجتماعي ودرجة التحرك الاجتماعي وتؤثر على أنماط الاستهلاك بين الأفراد .

### **ثانيا :البيئة السياسية والقانونية**

## وذلك من خلال معرفة

- الاتجاهات السائدة نحو النشاط الأجنبي والشركات متعددة الجنسية .
- تحليل القوي العاملة .
- الاستقرار السياسي داخل الدولة
- معرفة نوع النظام القائم فبعض النظم تحد من نشاط بعض الشركات .
- القوانين والنظم التي تحكم السوق محل الدراسة.
- طرق تسوية المنازعات.

### ثالثا: البيئة الاقتصادية

تشمل المنظمات الدولية والإقليمية ذات الاهتمام بالقضايا الاقتصادية العالمية إلى جانب التكتلات والمجموعات الاقتصادية الإقليمية والتي تشكل تحديا لدخول الأسواق العالمية بما تضعه من سياسات وإجراءات تحد من قدرة الشركات أو رجال التسويق الدولي من النفاذ إلى الأسواق داخل هذا التكتل.

فدراسة كل ما سبق يجعل معرفة انطباق الأسواق للمنتجات السودانية أمرا سهلا وبالتالي يسهل النفاذ إليها

### المحور الثاني : الاتفاقيات والبرتكولات

السودان عضو في عدد من الاتفاقيات والبروتوكولات تشمل اتفاقية السوق المشتركة لدول شرق وجنوب أفريقيا (الكوميسا) واتفاقية التجارة الحرة العربية الكبرى واتفاقية تجمع الساحل والصحراء واتفاقية تجارة الحدود الي جانب بعض الاتفاقيات الثنائية

#### ( 1 ) اتفاقية الكوميسا

تضم الاتفاقية عشرين دولة من دول شرق وجنوب أفريقيا تعمل علي تشجيع التعاون في مجالات النشاط الاقتصادي كافة وتشمل التجارة والنقل والمواصلات والمجال المالي والجمركي والمواصفات وتسعي الي التدرج والتنسيق لتحقيق الاندماج الكامل .

تعتبر مصر اكبر شريك تجاري من بين دول الكوميسا للسودان.

الصادرات السودانية للكوميسا:

- 1- تمثل الكوميسا سوق متواضع للصادرات السودانية.
- 2- بلغت صادرات السودان للكوميسا عام 1996 حوالي 1% من إجمالي الصادرات السودانية، وارتفعت إلى 3% عام 2000، وصلت 3.5% عام 2004/2005 وانخفضت النسبة الي 1% في عام 2007م.
- 3- تعتبر مصر اكبر شريك تجاري من دول الكوميسا.
- 4- يلاحظ أنّ أفضل نسبة للصادرات السودانية كانت 7.5% عام 1999.
- 5- مجموعة الصادرات السودانية لدول الكوميسا شملت السلع الاتية (قطن، السمسم، الفول، أمباز حيوانات حيه، جلود، بترول).
- 6- يلاحظ ان الصادرات السودانية تركزت في السلع الزراعية ( مما يوضح أنّ السودان له ميزة نسبية في إنتاج هذه السلع، وبالتالي تمكن من أنّ يستفيد من التعريفية الصفرية).
- 7- اثر دخول البترول الذي يصدر جزءاً منه لدول الكوميسا سلباً على الصادرات التقليدية.
- 8- أنّ تطبيق التعريفية الصفرية للجمارك للسلع السودانية للصادرات يعني فرص جديدة للنفاذ لأسواق الكوميسا " خاصة الزيوت - الصابون - النسيج - العربات " ولكن بسبب عدم استقرار مناخ الاستثمار، والتكلفة العالية للإنتاج الرسوم المفروضة على الإنتاج المحلي، قد تؤثر سلباً على تكلفة الإنتاج، وبالتالي عدم المنافسة، وتقليل المزايا النسبية المتوفرة.

## (2) اتفاقية منطقة التجارة العربية الحرة :

صادقت الدول العربية علي اتفاقية تيسير وتنمية التعاون والتبادل التجاري بينها وفق برنامج زمني من 1998م وحتى اول يناير 2005م بحرية التجارة بينها علي ان يتم منح الدول العربية الاقل نموءا ميزة خاصة في تخفيض الرسوم الجمركية والضرائب بنسبة 20% من اول يناير 2006م حتي 2010.

ادت الاتفاقية الي تميز أداء التجارة العربية البينية خلال السنوات الماضية بارتفاعها المتواصل وتنوع السلع المتداولة بين مختلف الدول العربية، وقد كان لاتفاقية منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى أثر ايجابي ملحوظ على تعزيز حجم التجارة العربية البينية والارتقاء بها (نسبياً) الي

المستوى المنشود. وبالتالي عززت من موقف صادراتنا بالسماح لها بالترويج في الدول العربية وقد ارتفعت قيمة الصادرات السودانية للدول العربية حيث بلغت في عام 2001م حوالي 1698.7 مليون دولار وفي عام 2002م بلغت حوالي 1949.1 مليون دولار وفي 2003م بلغت حوالي 2542.2 مليون دولار وفي عام 2004م بلغت 3777.8 مليون دولار وفي 2005م بلغت 4824.3 مليون دولار وفي 2006م قفزت الي 6257.9 مليون دولار .

### (3) تجمع دول الساحل والصحراء :

يضم تجمع الساحل والصحراء 23 دولة منها 10 اعضاء في الكوميسا و 13 فى المجموعة الافريقية لدول غرب افريقيا ويشكل هذا التجمع جماعة اقتصادية اقليمية ويندرج في اطار تنفيذ معاهدة ابوجا والتي تتمثل في اقامة اقتصاد شامل يتضمن الاستثمار وحرية تنقل الاشخاص وحرية الاقامة والملكية ومباشرة النشاطات الاقتصادية وحرية تنقل السلع والخدمات والنهوض بالتجارة الخارجية وتدعو الاتفاقية لاقامة منطقة تبادل حر في فضاء (س/ ص) .

### (4) اتفاقية تجارة الحدود :

تقوم هذه الاتفاقية علي اساس المقايضة لسلع الصادر والوارد بين الدول التسع المجاورة للسودان والهدف من الاتفاقية تشجيع صادرات منتجات الولايات الحدودية لهذه الدول والترويج للمنتجات الهامشية التي تشتهر بها الولايات الحدودية وفى عام 1995م تم تحويل وزارة التجارة الخارجية للاشراف ووضع الموجهات المنظمة لهذا النوع من التجارة بالتنسيق مع بنك السودان والجمارك ويتم تسجيل تجار الحدود بسجل المصدرين والمستوردين المركزي .

يتم توقيع اتفاقية تجارة الحدود بين وزارة التجارة الاتحادية والولايات الحدودية بموجبه تفوض الولايات لاصدار تراخيص تجارة الحدود .وتوزع في شكل كوتات وهناك رصد للبضائع المصدرة والمستوردة لخصمها من القوائم المصدقة لكل ولاية .

### حجم تجارة الحدود :

**الجدول ادناه يبين الصادر والوارد لتجارة الحدود لعامي 2006/2005م**

السنة	الصادر (دولار)	الوارد (دولار)
2005م	20,124,702	17,983,295
2006م	26,736,235	21,681,204

### بتحليل تجارة الحدود للعامين 2005م و2006م يتضح الاتي :

الهدف الكلي للصادر والوارد يحدد سنويا بقيمة متساوية للوارد والصادر وقد كان الهدف الكلي لعام 2005م هو 47 مليون دولار وكانت نسبة التنفيذ الفعلي للصادرات تساوي 43% وانخفض الهدف الكلي في عام 2006م فبلغ 37 مليون دولار وبلغت نسبة التنفيذ الفعلي حوالي 48% مما يؤكد عدم الالتزام بالضوابط.

### أثر تجارة الحدود على التجارة الخارجية

#### (أ) الايجابيات:

1. أيجاد أساليب فعالة لترقية صادرات السلع الهامشية والسلع الصناعية
2. النشاط يؤدي الى زيادة الانتاج والتصدير والإحساس بالمصلحة وتقوية الصلات والعلاقات التجارية والسياسية والثقافية بين الدول المجاورة.
3. دخول وخروج البضائع عبر النقاط الجمركية الحدودية. يخفض الضغط على الموانى الرئيسية ويقلل تكلفة النقل ويرفع من الإيرادات.
4. تحسين البيانات التحتية من خلال إنشاء مسارات لصادر المواشى والابل مع تجهيزها بالخدمات البيطرية وحفر الآبار.
5. إقامة محطات جمركية وفتح أفرع للبنوك التجارية بالمناطق الحدودية لتسهيل عمليات تجارة الحدود والتجارة الحرة.
6. نتيجة لتوصيات مؤتمرات تجارة الحدود تم تحسين المطارات وتهيئتها لتسهيل انسياب الصادرات السودانية لدول الجوار والأسواق العالمية (مطار نيالا ، الفاشر ،

دنقلا والابيض) وفتح خطوط طيران جديدة مع دول الجوار (الكفرة / الفاشر ، الكفرة / الابيض).

7. اهتمام الولايات الحدودية بزيادة إنتاجها من السلع وترقية وتحسين جودتها (مركز تنمية الصادرات المحصولية بدنقلا).

8. زيادة الرقعة المزروعة فى بعض الولايات (محصول الفاصوليا ، الكبكي، الفول المصرى ، الشمار الاخضر والسسم) واثرت ذلك على زيادة دخل المنتج وفى استمرار انسياب المنتجات السودانية لاسواق دول الجوار وزيادة الطلب على تلك المنتجات.

9. إجراءات تجارة الحدود المبسطة تغري المهريين للانخراط لفكرة التجارة مما يحد من ضياع الأموال المهجرة عن طريق التهريب.

#### ب) السلبيات:

1- تصدير سلع اساسية مثل الابل والسسم والكركدى والجلود الخام بكميات كبيرة تساوي نسبتها ما بين 70% الي 80% من جملة الصادرات مما يشير الي ضعف تشجيع صادرات السلع الولائية ويتم بدلا عنها استيراد سلع هامشية مثل البسكوييت والصابون والخردوات ومنتجات البلاستيك مما يضر بالصناعات المحلية.

2- لجوء بعض التجار الى استيراد سلع ذات أهمية لتحقيق الربحية العالية وإهمال السلع الأساسية التى تحتاجها الولاية.

3- عدم توخى الدقة فى مقترحات الولايات لقوائم السلع المطلوبة للولايات تؤدى الى كثرة طلبات المناقلات وطلب إدخال سلع جديدة للقوائم المصدقة.

4- هنالك رسوم عديدة يتم فرضها بواسطة السلطات المحلية على البضائع والشاحنات تختلف من ولاية لأخرى مما يؤدى الى تحويل مسار التجارة الى الولايات التى تتحصل على رسوم اقل.

- 5- تؤثر سلباً اذا سمح لتجارة الحدود بتصدير السلع الأساسية بكميات كبيرة.
- 6- عدم مشاركة دول الجوار فى إعداد واعتماد قوائم سلع التبادل التجارى فى الاتفاقيات الموقعة بين وزارة التجارة الخارجية والولايات الحدودية.
- 7- ضعف رؤوس الاموال المتداولة فى تجارة الحدود.

### المحور الثالث : اثر التكنولوجيا فى تنمية الصادرات

أحدث التطور التكنولوجي الذي شهده العالم، مع دخوله القرن الحادي والعشرين، ثورة معلوماتية، أطلق عليها الثورة الصناعية الثالثة أو الموجة البشرية الثالثة، بعد الموجة الزراعية والصناعية التي مرت بهما البشرية في تاريخها الطويل. ويتوقع أن تقود هذه الثورة المعلوماتية إلى قيام اقتصاد جديد يطلق عليه اقتصاد المعلومات ( Information Economics) يختلف في نوعيته وبنيته وآلياته ونظرياته عن الاقتصاد التقليدي، مما يؤدي إلى إضافة قطاع اقتصادي جديد بجانب القطاعات الاقتصادية التقليدية: الزراعة والصناعية والخدمية. وتوقعت دراسات قامت بها منظمة التعاون الاقتصادي أن يهيمن هذا الاقتصاد الجديد (اقتصاد المعلومات) على نحو 80% من حجم النشاط الاقتصادي الإجمالي بحلول عام 2012م .

وتعتبر التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت اهم تطبيقات هذا الاقتصاد الجديد والتي أضحت القوة الدافعة لاقتصاد المعلومات الجديد. وتتلخص أبرز الفوائد الاقتصادية للتجارة الإلكترونية فى تنمية الصادرات فى الآتى:

- 1- توفر التجارة الإلكترونية فرص زيادة معدلات الصادرات، وذلك من خلال سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية، وإمكانية التسوق للسلع والخدمات عالمياً وبتكلفة محدودة، والقدرة على سرعة عقد وإنهاء الصفقات التجارية، وكذلك القدرة على تحليل الأسواق والاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين.
- 2- تعد التجارة الإلكترونية واحدة من الأدوات التي تحقق للمشروعات الصغيرة ومتوسطة الحجم القدرة على المشاركة فى حركة التجارة الدولية بفاعلية وكفاءة

بما تقدمه من خفض تكاليف التسويق والدعاية والإعلان، وتوفير الوقت والمكان اللازمين لتحقيق المعاملات التجارية.

3- تعمل التجارة الإلكترونية على توسيع دائرة السوق المحلي وكذلك النفاذ إلى الأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة.

4- تفعيل مفهوم المنافسة الكاملة في السوق: حيث تعمل التجارة الإلكترونية على تقليص المسافات بين المنتجين والمستهلكين مما يتيح التواجد الإلكتروني القريب بين البائع والمشتري الأمر الذي يؤدي إلى تحسين مستوى ونوعية المنتج عن طريق خدمات ما قبل وبعد البيع، وتوفير المعلومات عن طبيعة المنتجات وأسعارها ومنتجاتها في الأسواق، وكذلك الاستجابة السريعة لطلبات السوق مما يؤدي في نهاية الأمر إلى تحسين درجة التنافسية في الأسواق الإلكترونية.

5- انخفاض تكاليف العمليات التجارية والتي تعتبر جزء مهما في سعر المنتج مما يمهّد للمنتج من المنافسة في الأسواق العالمية.

### المحور الرابع : التوصيات

إن دخول الأسواق العالمية والمحافظة عليها يتطلب الاستمرارية والمواصفات والجودة والسعر المنافس و توصي الورقة بالاتي:

- الاهتمام بالبحوث الزراعية لاستنباط سلالات عالية الجودة ومقاومة للآفات والأمراض.
- الاهتمام بالمواصفات والجودة العالمية للصادرات الزراعية والصناعية.
- الاهتمام بالسياسات العامة والتي تساعد على تنظيم الإنتاج والتسويق داخليا والمحافظة على الأسواق العالمية.
- تشجيع الإنتاج من أجل الصادر وربط ذلك بالحوافز المختلفة للمنتجين وتشجيع إنتاج السلع الواعدة والتي لها رواج في الأسواق العالمية مثل زهرة الشمس وفول الصويا والذرة الشامية.
- تشجيع قيام التصنيع الزراعي.

- تطوير وترقية الصادرات الصناعية الواعدة مثل : صناعة الادوية ، حبيبات البلاستيك ، السراميك والرخام والجرانيت، البوهيات ، حديد التسليح وبعض الصناعات الغذائية .
  - العمل علي خفض تكاليف الانتاج.
  - توفير التمويل الكافي في الوقت المناسب.
  - الاهتمام بالأسواق الداخلية وتنظيمها.
  - الاهتمام بالأسواق الخارجية وخاصة الأسواق الجديدة لزيادة الانفتاح التجاري نحو العالم .
  - توفير الوسائل المختلفة التي تساهم في توفير المعلومة في الوقت المناسب.
  - المساهمة في حل مشاكل :
    - الترحيل (داخليا وخارجيا)
    - التعبئة والتغليف
- وذلك من خلال تسهيل النقل بالسكك الحديدية وتأهيلها، إضافة لتوفير العربات المبردة وتخفيض الرسوم والضرائب والجمارك على مدخلات التعبئة والتغليف.
- دعم وتسهيل مهام عمل النقاط التجارية لدورها الكبير في عمليات الترويج للسلع والمنتجات السودانية للأسواق الخارجية وإعداد الدراسات الاقتصادية عن الأسواق العالمية والإنتاج العالمي والأسعار العالمية والأسواق المنافسة وتسهيل التجارة الالكترونية.
  - الاهتمام بقيام المستشاريات التجارية بجميع الدول العربية والإفريقية والأوروبية ذات التمثيل التجاري الكبير والتي لا يوجد لدينا فيها مستشاريات تجارية.
  - الحرص على قيام المراكز التجارية في البلدان ذات الثقل التجاري الكبير للدور الكبير لهذه المراكز في الترويج للسلع السودانية.

والله ولي التوفيق،،،،

**المصادر :**

- المؤجز الإحصائي بنك السودان
- United Nations Commodity Trade Statistics Database
- United States Department of Agriculture
- وزارة التجارة الخارجية – ادارة تجارة الحدود
- وزارة الصناعة