

وثيقة البرامج المراجعة لسنة ٢٠١٢-٢٠١٣

رسالة مركز التجارة الدولية:

يعمل مركز التجارة الدولية على تمكين صادرات الشركات الصغيرة من تحقيق النجاح في البلدان النامية والبلدان السائرة على طريق التحول الاقتصادي من خلال تقديم حلول لتنمية التجارة تنتم بالاستدامة والاشتمال إلى القطاع الخاص ومؤسسات دعم التجارة وواضعي السياسات.

ولا تنطوي المسميات المستخدمة أو المواد المقدمة في هذه المطبوعة على أي تعبير عن رأي أيًا كان من جانب مركز التجارة الدولية بشأن الوضع القانوني لأي بلد أو إقليم أو مدينة أو منطقة أو السلطات الخاصة بهذه الكيانات أو بشأن ترسيم تخومها أو حدودها.

لم يقم مركز التجارة الدولية بمراجعة وتنقيح هذه الوثيقة بصورة رسمية.

مارس ٢٠١٢

لغة الإصدار الأصلية: الإنكليزية

الفريق الاستشاري المشترك المعني بمركز التجارة الدولية

الدورة السادسة والأربعون

جنيف، ٢١ - ٢٢ مايو ٢٠١٢

© حقوق الطبع محفوظة لمركز التجارة الدولية، ٢٠١٢

ITC/AG(XLVI)/244

المحتويات

| | |
|---------|---|
| ب..... | اختصارات وأسماء مختصرة |
| ج..... | توطئة |
| ه..... | بيان الغرض..... |
| 1..... | الاستجابات لتنفيذ البرامج: ربط برنامج عمل مركز التجارة الدولية مع الخطة الاستراتيجية |
| 2..... | التركيز على البلدان الأقل نمواً، والبلدان النامية غير الساحلية، والدول الجزرية الصغيرة النامية، وأفريقيا جنوب الصحراء الكبرى..... |
| 2..... | بناء القدرات التصديرية مع التركيز على البلد المعني..... |
| 3..... | بناء القدرات التصديرية مع التركيز على المنطقة المعنية..... |
| 3..... | إحراز الأهداف الإنمائية للألفية..... |
| 4..... | الأنشطة الاستراتيجية وبرنامج العمل في 2012..... |
| 4..... | سد الفجوة في المعلومات الاستخباراتية الخاصة بالتجارة..... |
| 8..... | خدمات دعم التجارة المحسنة..... |
| 11..... | سياسة التجارة المحسنة..... |
| 16..... | تعزيز القدرات التصديرية للمشاريع والمؤسسات للاستجابة لفرص السوق..... |
| 20..... | وضع الشمولية والاستدامة في صلب أعمال الترويج للتجارة..... |
| 24..... | البرامج القطرية والإقليمية..... |
| 24..... | أفريقيا جنوب الصحراء |
| 28..... | في بؤرة التركيز: التكامل الإقليمي..... |
| 29..... | الدول العربية..... |
| 33..... | منطقة آسيا والمحيط الهادي..... |
| 37..... | في بؤرة التركيز: التجارة بين بلدان الجنوب..... |
| 38..... | منطقة أوروبا الشرقية وآسيا الوسطى..... |
| 42..... | أمريكا اللاتينية والكاريبي..... |
| 45..... | في بؤرة التركيز: التجارة في الخدمات..... |
| 46..... | تعزيز الأداء المؤسسي..... |

اختصارات وأسماء مختصرة

| | |
|--|----------|
| مجلس الرؤساء التنفيذيين في منظومة الأمم المتحدة | CEB |
| منطقة التجارة الحرة القارية (أفريقيا) | CFTA |
| رابطة الدول المستقلة (الكومنولث) | CIS |
| السوق المشتركة لأفريقيا الشرقية والجنوبية | الكوميسا |
| وثيقة البرامج المجمعة | CPD |
| مجموعة دول شرق أفريقيا | EAC |
| الجماعة الاقتصادية لدول وسط أفريقيا | ECCAS |
| الجماعة الاقتصادية لدول غرب أفريقيا | ECOWAS |
| الإطار المتكامل المحسن | EIF |
| برنامج تعزيز الكفاءة التجارية العربية | EnACT |
| الاستثمار الأجنبي المباشر | FDI |
| معايير المحاسبة الدولية للقطاع العام | IPSAS |
| المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس | ISO |
| الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية | ITF |
| مركز التجارة الدولية | ITC |
| الفريق الاستشاري المشترك | JAG |
| البلدان الأقل نموًا | LDC |
| بلد نام غير ساحلي | LLDCs |
| الهدف الإنمائي للألفية | MDG |
| مذكرة تفاهم | MOU |
| نظام التعلم المعياري-إدارة سلسلة التوريدات | MLS-SCM |
| برنامج الصندوق الاستثماري الهولندي (المرحلة الثانية) | NTF II |
| تدابير غير جمركية | NTM |
| المنظمة الدولية للبلدان الناطقة بالفرنسية | OIF |
| برنامج بناء القدرات التجارية الأفريقية | PACT II |
| الإدارة القائمة على النتائج | RBM |
| الجماعة الاقتصادية الإقليمية | REC |
| الجماعة الإنمائية للجنوب الأفريقي | SADC |
| الدول الجزرية الصغيرة النامية | SIDS |
| المؤسسات الصغيرة والمتوسطة | SME |
| برنامج الأمم المتحدة الخاص لآسيا الوسطى | SPECA |
| برنامج التجارة وتغير المناخ والبيئة | TCCEP |
| منظمة ترويج التجارة | TPO |
| المساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة | TRTA |
| مؤسسة دعم التجارة | TSI |
| الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا | UEMOA |
| مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) | UNCTAD |
| برنامج الأمم المتحدة الإنمائي | UNDP |
| لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية لأوروبا | UNECE |
| منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (اليونيدو) | UNIDO |
| المنتدى العالمي لتنمية الصادرات | WEDF |
| المنظمة العالمية للملكية الفكرية | WIPO |
| منظمة التجارة العالمية | WTO |
| منظمة ترويج التجارة العالمية | WTPO |

توطئة

عندما تم إنشاء مركز التجارة الدولية في 1964، كان من المفترض أن يؤدي اندماج البلدان النامية في منظومة التجارة العالمية إلى تحسين مستويات المعيشة لسكانها تلقائياً. وفي حين أن بعض التقدم قد تحقق بدون أي شك، فإن التوافق الدولي على مدى السنوات العشر الماضية قد تجاوز الافتراض البسيط بأن تحرير التجارة الدولية سيكون كافياً لتضييق الفجوة بين الاقتصاديات النامية والاقتصاديات المتقدمة. وبدون القدرة على جانب العرض للاستجابة لاحتياجات وفرص السوق، فإن البلدان الأكثر تعرضاً للمخاطر لن يكون بمقدورها اغتنام فرص النفاذ إلى الأسواق. كما أنه من المقبول على نطاق واسع أنه على الرغم من أن التجارة قد تؤدي إلى نمو إجمالي الناتج المحلي، فإن النمو نفسه لا ينجم عنه بالضرورة تحسين مستويات المعيشة للشرائح الأكثر فقراً من السكان. وعلى نحو مماثل، فإن الارتباط بين التجارة والتوظيف أكثر دقة مما كان يُعتقد من قبل. لذا، هناك اتفاق عام أن بناء القدرات والتنمية المؤسسية ووضع السياسات الملائمة والتنفيذ السليم لا بد وأن يأتي مصاحباً لهذه العملية – ألا وهي توفير فرص حقيقية وتشجيع الشمولية.

وفي هذا السياق، فإن رسالة مركز التجارة الدولية – المساعدة في إنتاج صادرات أنشطة الأعمال الصغيرة وربط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمنظومة التجارة العالمية في إطار أجندة المعونات العالمية من أجل التجارة – قد اكتسبت أهمية جديدة، وهي تكثيف الطلب على خدماتنا. وتمثل الإجراءات التخيلية المباشرة، التي لم تؤخذ في الحسبان عند تصور الإطار المعتاد للموازنة الخاص بمركز التجارة الدولية، حوالي نصف إجمالي موازنة المركز التي تبلغ 88,1 مليون دولار أمريكي. وفي عام 2011، وعلى الرغم من البيئة الاقتصادية الصعبة، قدم المركز 47,8 مليون دولار في صورة مساعدة فنية متعلقة بالتجارة لمؤسسات صغيرة ومتوسطة – يمثل ذلك الحجم الأكبر لأعمالنا على الإطلاق، كما يعد بمثابة إشارة واضحة لمدى اهتمام المركز بمجال المساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة. وفي السنتين 2012، و2013، يخطط المركز للحفاظ على تقديم المساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة بنفس المستوى الذي كانت عليه في عام 2011. ويستلزم ذلك مساندة الصندوق الاستثماري للمركز بقيمة 11 مليون دولار في 2012، و34 مليون دولار في 2013، وهو ما نعتبره هدفاً طموحاً في ظل المناخ الاقتصادي الحالي. ومن المقرر أن يتم استكمال ذلك بوظيفة الإشراف والإدارة المقدمة في إطار المساهمة المعتادة للموازنة البالغة لصندوق الاستثمار السيادي 76.144 مليون دولار (أي ما يعادل 80.58 مليون دولار أمريكي تقريباً)، والتي اعتمدها المجلس العام لمنظمة التجارة العالمية عليها والجمعية العمومية للأمم المتحدة في ديسمبر/كانون الأول 2011 لفترة السنتين الجديتين.

شهدت بيئة التجارة موجات مختلفة أثناء العام المنصرم. وعلى الرغم من عودة انتعاش التجارة العالمية بقوة في 2010، لا تزال أسواق كبرى تعاني من ضغوط البطالة، وعدم القدرة على مواصلة تحمل مستويات الديون السيادية واختلالات المالية العامة، إضافة إلى المخاطر المرتبطة بموجة أخرى من موجات الكساد الاقتصادي. ولا تزال البلدان الأقل نمواً والاقتصاديات الأخرى المعرضة للمخاطر تكافح من أجل المنافسة على المستوى الدولي بحافظات صادرات غير متنوعة. ونجد أن عدم الاستقرار وعدم اليقين بشأن الأفق الاقتصادية العالمية يؤثر على الطلب على الصادرات ومعونات التعاون الإنمائي، ومن ثم فإنها تضر بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وفي هذه الظروف، لم تظهر أي علامات على تباطؤ الطلب على خدمات مركز التجارة الدولية. في الواقع، طالما أن الاقتصاد العالمي يدخل مراحل مبكرة من الانتعاش في بعض أنحاء العالم، فقد باتت الحاجة أكثر إلحاحاً بالنسبة للبلدان النامية للدخول في سلاسل التوريدات العالمية أو توسيع نطاق مشاركتها فيها – لخلق فرص عمل، وتحقيق إيرادات ضريبية، وتدعيم القدرة على المنافسة والديناميكية الاقتصادية التي تساهم في تحقيق النمو والتنمية.

وتتيح وثيقة البرامج المجمعة هذه 2012-2013 خارطة طريق لأصحاب المصالح التابعين لمركز التجارة الدولية وهيئات المعونة المحتملة، مما يعمل على موائمة محور التركيز الاستراتيجي للمركز مع وضعية البرامج واحتياجات التمويل حسب المنطقة الجغرافية للسنة القادمة وما بعدها. وقد أكد المسح الخاص بعملاء مركز التجارة الدولية الذي قمنا به أن المركز يفي بتوقعات هذه الجهات والبلدان، بل ويتجاوزها حيث إن أكثر من 75% من المستجيبين أفادوا أن جودة منتجات المركز وخدماته قد تطورت على نحو إيجابي على مدى السنوات الثلاث الماضية. وفي الوقت ذاته، فإن هذه الجهات والبلدان تتوقع منا مواصلة الابتكار في تقديم خدماتنا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالشراكة مع المؤسسات المحلية لدعم التجارة وغيرها من جهات تقديم المساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة، وزيادة مستوى تهيئة منتجاتنا كي تلبى احتياجات الجهات والبلدان المتعاملة معنا.

وشهدت هاتان السنتان تطوراً بالغ الأهمية تمثل في إعداد خطة استراتيجية مدتها أربع سنوات من 2012 إلى 2015، وإطاراً منطقياً ومؤسسياً جديداً للمركز للسنتين 2014-2015 سيتم تقديمهما للموافقة عليهما في مايو/أيار 2012 في الاجتماع السادس والأربعين للفريق الاستشاري المشترك. وهناك ثلاث سمات مهمة للإطار الجديد تتمثل في الانتقال التدريجي من قياس النواتج إلى قياس الآثار؛ ودمج "المساواة بين الجنسين"، و"الشمولية"، و"الاستدامة" ضمن تقارير المشاريع؛ وجعل المساواة بين الجنسين في صلب الأنشطة الرئيسية من خلال الالتزام برصد عدد كبير من النواتج ومؤشرات الأثر على أساس المساواة بين الجنسين.

وفي 2012، ستركز نسبة كبيرة من أعمالنا على برامجنا متعددة السنوات، والتي سيدخل أكبرها سنة التشغيل النهائية في الربع الأول من 2013. وقد أكدت التقييمات المستقلة لمنتصف المدة لهذه البرامج أننا على الطريق الصحيح، وأن المشاريع الأكثر حجمًا أكثر كفاءة وتحقق مستوى أعلى من مشاركة أصحاب المصالح، كما إنه من المرجح أن تحقق أثرًا أكبر. ونقوم حاليًا بتحديد الجبل القادم من المشاريع الكبرى بناءً على احتياجات العملاء والدروس المستفادة من مشاريعنا الحالية لضمان الارتباط والعلاقات الوثيقة مع المنظمات الأخرى.

وتتناول خطتنا الاستراتيجية الحاجة إلى تحسين حافظة المشاريع قيد الإعداد والإدارة المالية متعددة السنوات من خلال تحسين التخطيط العملياتي، وإدارة المشاريع قيد الإعداد، وتطوير استراتيجية جديدة لجمع الأموال. وسيتم توجيه هذه الاستراتيجية من خلال أهداف الإطار الاستراتيجي لدينا كما ستكون موجهة لكل من الجهات المانحة التقليدية والأخذة في الظهور، وكذلك بنوك التنمية ومصالح القطاع الخاص. وتحدد هذه الوثيقة فرص الاستثمار في مشاريع وبرامج المركز على مدى هاتين السنتين. وسنتتبع ثلاثة مسارات تكميلية في تعبئة الموارد: (1) ضمان التدفق الحالي للموارد الإضافية خارج نطاق الموازنة من الجهات المانحة التقليديين على ضوء الأزمة الاقتصادية الحالية والصعوبات التي تواجهها العديد من الحكومات المانحة التقليدية؛ (2) تعبئة الموارد لتوسيع نطاق الأنشطة في المناطق التي لا يتمتع المركز فيها بقدر كبير من التمويل مثل منطقة المحيط الهادئ حيث أعلنت استراليا مساهمة مدتها 3 سنوات للمركز أثناء المؤتمر الوزاري لمنظمة التجارة العالمية الذي عُقد جنيف في ديسمبر/كانون 2011؛ و(3) نهج مهياً إزاء متطلبات الجهات المانحة الأخذة في الظهور - في هذا السياق، شهدت المحادثات مع الصين وتركيا تقدمًا. ومن المتوقع أن تعمل الاستراتيجية الشاملة لتعبئة الموارد على تمكيننا من التعامل مع مثل هذه البيئة سريعة التغير.

بيان الغرض

تصف هذه الوثيقة ما يعتزم مركز التجارة الدولية القيام به في السنة إلى السنتين القادمتين، وهو ما يبين كيف سنقوم بتقسيم أهداف خطتنا الاستراتيجية 2012-2015 إلى مجالات الأثر التي يتم تصوّر المشاريع في إطارها. وتتضمن مجالات الأثر مشاريع يتم تمويلها بالفعل، ومشاريع يتم العمل فيها بالفعل، وكذلك أفكار مشاريع لا زالت تتطلب موارد من أجل التنفيذ.

وبالتالي فإن لهذه الوثيقة غرض مزدوج:

- طرح عرض عام على أصحاب المصالح، وبصفة أساسية الحكومات والمؤسسات المستفيدة، بشأن ما نعزم القيام به من أعمال في بلدانهم ومنطقتهم؛
- تعريف الجهات المانحة المحتملة بمجالات الأثر التي حددها مركز التجارة الدولية لتدعيم رسالته، والتي يحتاج إلى تأمين التمويل من أجلها.

تم تنظيم هذه الوثيقة حسب الهدف الاستراتيجي، وبعد ذلك حسب المنطقة، مع تحديد مجالات الأثر الرئيسية في كل فصل. وفي السنة الماضية، قام مركز التجارة الدولية بتنقيح أهدافه في إطار الخطة الاستراتيجية 2012-2015. وفي حين أن الخطة الاستراتيجية الجديدة تقوم على مفاهيم وإنجازات الخطة السابقة، فإنها تمثل أيضاً خطوة مهمة في سبيل المضي قدماً نحو التنظيم، وتقديم نهج أكثر تكاملاً لقياس نتائج الإجراءات التدخلية للمركز، والأثر الاجتماعي والاقتصادي لأعماله. ويتبع تنظيم الفصول المواضيعية في هذه الوثيقة الأهداف الاستراتيجية التي تم تحديدها في الخطة الاستراتيجية 2012-2015.

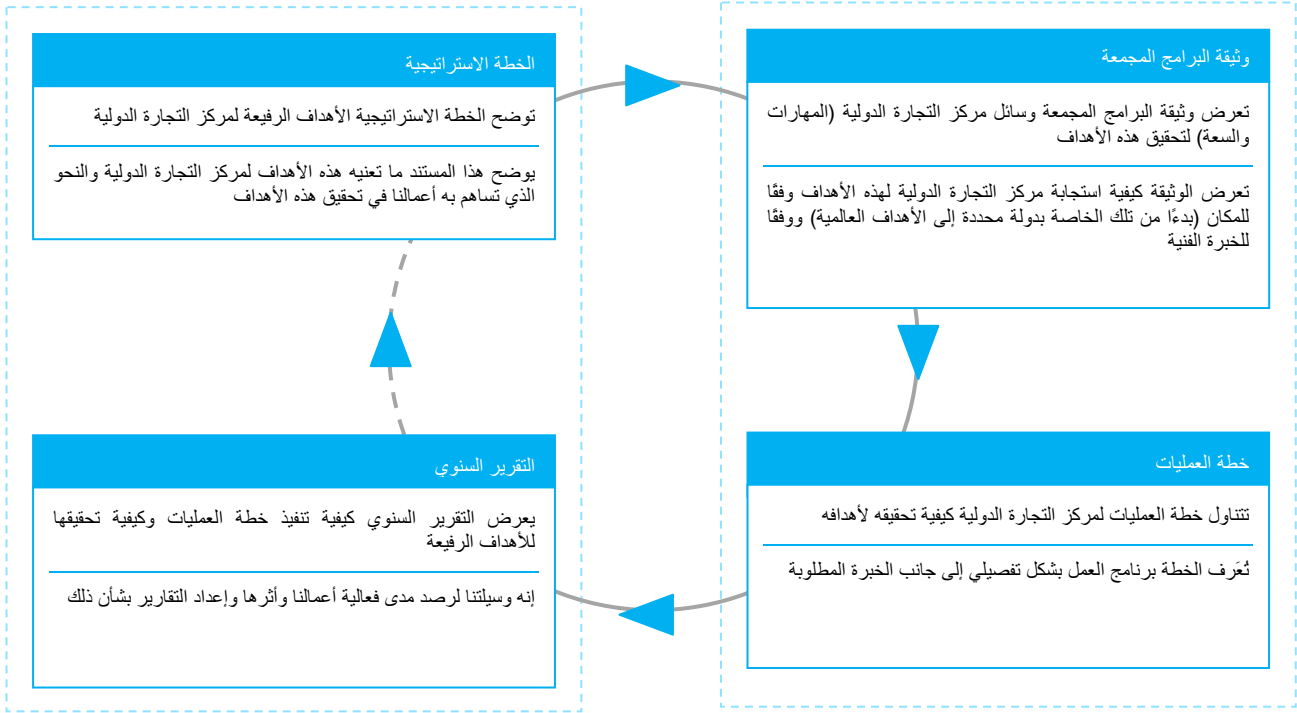
كما قمنا بتضمين فصول عن التعاون فيما بين بلدان المنطقة، والتجارة بين بلدان الجنوب، والتجارة في الخدمات، وثلاثة محاور تركيز تشمل مناطق وردود فعل استراتيجية، ومن ثم تمت مناقشتها على نحو منفصل. وفي نهاية المطاف، تبين هذه الوثيقة التحسينات في عمليات المركز الذي يعمل المركز على إدخالها في الوقت الحالي لضمان الأثر الذي تحدته الأعمال الفنية التي نقوم بها.

للمزيد من التفاصيل بالنسبة للأقسام المسؤولة عن المشاريع وبرامج العمل في 2012، يتعين الاطلاع على خطة العمليات. كما يمكن الحصول على معلومات أكثر تفصيلاً عن المشاريع الجارية لمركز التجارة الدولية في منطقة المشاريع على موقعنا التالي على شبكة الإنترنت www.intracen.org/by-country/. ويتم تجميع المشاريع حسب البلد، ويصف كل مدخل هدف المشروع، ومدته، وموازنته الإجمالية، وقائمة البلدان المستفيدة والجهات المانحة، وكذلك النواتج في 2011، والمتوقع تقديمه في 2012.

التخطيط ودورة رفع التقارير

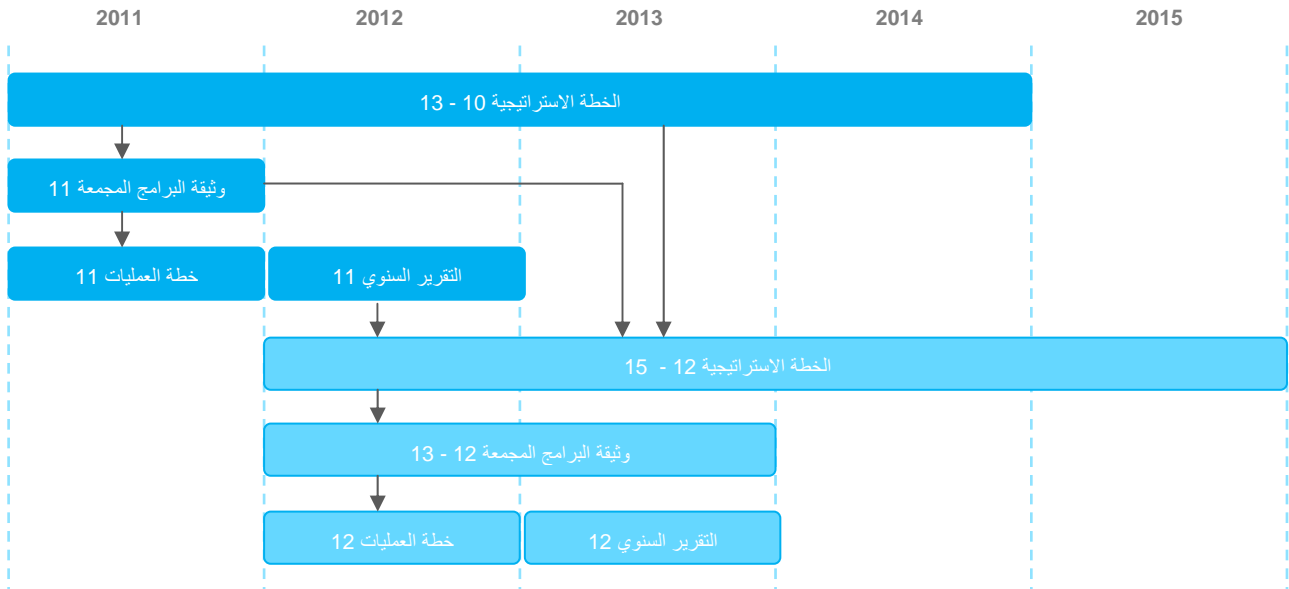
يتواصل مركز التجارة الدولية مع أصحاب المصالح المباشرة ويرفع التقارير إليهم من خلال الوثائق التالية:

- **الخطة الاستراتيجية**، التي تحدد الأهداف الشاملة:
- **وثيقة البرامج المراجعة وخطة العمليات**، اللتان تحددان العمل على مستوى المشاريع والبرامج وفق استراتيجيتنا وأهدافنا؛
- **التقرير السنوي**، الذي يقيم فعالية تنفيذ أعمالنا ونتائج أعمال المركز.



وتركز هذه الخطة الاستراتيجية والتقرير السنوي على الأهداف الشاملة للمركز، وفي هذا الإطار نبين كيف تعمل مشاريعنا من أجل الاستجابة لاحتياجات أصحاب المصالح المباشرة لدينا والمستفيدين من برامجنا. ويبين الشكل أدناه الروابط بين وثائق المركز وكيفية تقديمها.

الدورة المتجددة للتخطيط ورفع التقارير



سيتم عرض هذه الوثيقة 2012-2013 مع التقرير السنوي 2011 في الاجتماع السنوي للفريق الاستشاري المشترك في مايو/أيار 2012.

الاستجابات لتنفيذ البرامج: ربط برنامج عمل مركز التجارة الدولية مع الخطة الاستراتيجية

تتسم بيئة التجارة اليوم بعدم الاستقرار في الأسواق العالمية، وزيادة تهميش البلدان الأقل نمواً، وعولمة سلاسل التوريدات، وتفتت عمليات الإنتاج، والديناميكية بين بلدان الجنوب في الاقتصاد العالمي. وتمثل هذه العوامل تحديات، ولكنها تتيح أيضاً فرصاً للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في البلدان النامية، ومؤسسات دعم التجارة فيها وحكوماتها.

ويمثل الانخفاض في الطلب في أسواق التصدير التقليدية ضرراً للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على وجه الخصوص، لا سيما تلك التي تتسم بالتنوع الأقل مقارنة بمنافسيها الأكبر حجماً. وفي الوقت ذاته، قد تتيح اضطرابات الأسواق فرصاً للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة للمضي نحو سلاسل توريدات جديدة قد تتواجد على نحو أكبر في المنطقة المجاورة لها مباشرة أو في الاقتصاديات الناشئة.

ويأتي عمل مركز التجارة الدولية بشأن مساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة والجاهزة للقيام بالتصدير لتحسين قدرتها على المنافسة وتحديد الأماكن الواعدة في الأسواق في وقت يموج بالتغيرات الكبرى أكثر صلة وموضوعية مقارنة بفترة السنوات العشر الماضية التي كانت تتسم بوجود بيئة يمكن التنبؤ بها على نحو أكبر. ونجد أن المركز على أتم الاستعداد لمواجهة هذا التحدي، وبمقدوره، بمساعدة مجتمع الجهات المانحة، مساعدة العملاء على نحو فعال بمنتجات وبرامج وحلول مبتكرة.

وللمركز رسالة واضحة تتمثل فيما يلي: نحن نعمل لإنجاح عمليات التصدير التي تقوم بها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في البلدان النامية والبلدان التي تشهد تحولاً اقتصادياً من خلال التعاون مع شركاء لتقديم حلول تنمية مستدامة وشاملة للجميع لوضع السياسات، ومؤسسات دعم التجارة، والقطاع الخاص. وحتى يتسنى لنا تحقيق النجاح لرسالتنا، تحدد الخطة الاستراتيجية 2012-2015 خمسة مجالات للتركيز:

- تحسين توفير معلومات التجارة والاستعانة بها؛
- تعزيز مؤسسات دعم التجارة؛
- تحسين السياسات لصالح المؤسسات المصدرة؛
- تعزيز القدرات التصديرية للمشاريع والمؤسسات للاستجابة لفرص السوق؛
- جعل الشمولية والاستدامة في صلب الأنشطة الرئيسية لسياسات الترويج للتجارة وتنمية الصادرات.

ويُلاحظ أن برنامج عمل مركز التجارة الدولية متضمن بصورة وثيقة في أهداف مبادرة معونة التجارة التي تمثل مكوناً كبيراً للشراكة العالمية من أجل التنمية، والموصوفة باسم الهدف الإنمائي الثامن للألفية. وقد أدى الفهم المتزايد لكيفية قيام المعونة من أجل التجارة بتدعيم التكامل والتوسع التجاري، وكذلك النمو الذي يشمل الجميع ولا يستثنى أحداً وتقليص الفقر إلى إثراء الخيارات أمام مركز التجارة الدولي فيما يتعلق بتخصيص الموارد. وتؤثر التجارة على رفاهية الأسر المعيشية من خلال 3 قنوات للتحويل: قناة التوزيع (تكلفة السلع والخدمات، وقناة المشاريع (الأرباح، والتوظيف، والأجور)، والقناة الحكومية (الضرائب، والتحويلات التي تم تسهيلها من خلال النمو). ويساند مركز التجارة الدولية سياسة التجارة الداعمة للتصدير، واندماج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في سلاسل القيمة العالمية، التي تعمل على توسيع نطاق التجارة، وخلق فرص للدخل من أجل أشد الفئات فقراً، وفي نهاية المطاف زيادة الإيرادات الحكومية.

وفي المسح الخاص بعملاء في 2011، أوضح عملاء المركز أنهم يتوقعون من المركز أن يقدم حلولاً ليس فقط لتحديات اليوم ولكن لتحديات المستقبل. وعندما طلبنا منهم تصنيف الأهمية النسبية للمجالات التسعة الممكنة التي تمثل محاور تركيز للمركز، اختار المستجيبون كأولوية أولى لهم تطوير الأدوات المبتكرة وبرامج التدريب، التي يمكن محاكاتها ونشرها من خلال منظمات أخرى.

وبوضع هذه الرسالة الواضحة نصب الأعين، حدد المركز العديد من المشاريع المبتكرة التي نرى أنها تلبى احتياجات المستقبل في مجالات المعلومات الاستخباراتية الخاصة بالتجارة، والقدرة التنافسية للمصدرين، وتعزيز مؤسسات دعم التجارة، والفعالية في وضع السياسات، والشمولية والاستدامة في مجال التجارة.

ولا ريب أن ثمة حاجة إلى هذه الحلول الجديدة. ولا يزال أداء التصدير للبلدان النامية والبلدان على طريق التحول الاقتصادي ليس على وتيرة واحدة، حيث يفوق أداء البلدان الكبرى المتحولة إلى الصناعة بوتيرة سريعة نمو التجارة العالمية، بينما نجد البلدان الأقل نمواً والاقتصاديات الأخرى المعرضة لمخاطر تكافح من أجل المنافسة حتى بما لديها من حافطات صادرات غير متنوعة.

وعلى الرغم من تواضع نصيب الفرد من النمو، وبعض النجاحات البشرية والمؤسسية على مدى السنوات العشر الماضية، لا تزال البلدان الأقل نمواً تواجه بصفة عامة عدم التقدم المستدام بسبب شدة الاعتماد على السلع الأولية، لا سيما الزراعة. ويتسم عمل المركز في مجال المعلومات الاستخباراتية الخاصة بالتجارة، وصياغة سياسات التجارة، وتصميم استراتيجيات التصدير بناء على إقامة حوار مع القطاع الخاص بأن له سجل حافل في مساعدة البلدان النامية والبلدان الأقل نمواً على مستوى الاقتصاد الكلي، وتحسين البيئة التي تعمل فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بينما تتيح الخدمات التي نقدمها في مجال تعزيز مؤسسات دعم التجارة و قدرة الصادرات على المنافسة القدرات المؤسسية اللازمة لتقديم الخدمات المطلوبة. وكما توضح الفصول التالية تفصيلاً، فإننا نبحث عن التمويل من أجل:

- **مواجهة تحديات اليوم،** من خلال توسيع نطاق خدمات المساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة – على سبيل المثال إعداد استراتيجيات الصادرات وتطويرها في عدد أكبر من البلدان، وتقديم المساعدة لعدد أكبر من البلدان الأقل نمواً التي تتفاوض للحصول على عضوية منظمة التجارة العالمية، واستخراج المزيد من بيانات وتحليلات السوق من أجل الاستخدام على مستوى العالم.
- **مواجهة تحديات الغد،** من خلال تهيئة جيل جديدة من الأدوات والبرامج من أجل المستفيدين من خدماتنا – على سبيل المثال، وضع توظيف الشباب في صلب استراتيجيات تنمية الصادرات، وبناء تحليل الإشارات المبكرة في منظومة المعلومات الاستخباراتية الخاصة بالتجارة، وتوفير أدوات تحليلية لعمليات مؤسسات دعم التجارة من خلال برنامجنا الاسترشادي.

الهيكل التمويلي لمركز التجارة الدولية

يتم تمويل أعمال المركز بطريقتين: إما من خلال الموازنة المنتظمة ومن خلال التمويل من خارج الموازنة. وتعتمد الجمعية العمومية للأمم المتحدة والمجلس العام لمنظمة التجارة العالمية الموازنة المنتظمة كل سنتين. وفي 2011، بلغت نفقات الموازنة المنتظمة للمركز 40.25 مليون دولار، وبلغ إجمالي النفقات من خارج الموازنة 47.80 مليون دولار.

ويتيح جزء الموازنة المعتادة الخاص بالموازنة المنتظمة البنية التحتية كي يعمل المركز، ولكن هذا الجزء لا يساهم في حد ذاته لا يساعد المركز في القيام بأعمال المساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة وتنفيذ المشاريع من أجل المستفيدين. ونجد أن هذه الأعمال يتم تمويلها من مصادر خارج الموازنة. وتتم تعبئة الأموال من خارج الموازنة من خلال الصندوق الاستئماني للمركز الذي يتلقى مساهمات طوعية من الجهات المانحة وللصندوق الاستئماني للمركز نافذتين للتمويل هما: النافذة الأولى وتتضمن مساهمات من جهات مانحة يتم استخدامها لتمويل مشاريع تتفق مع الأولويات الاستراتيجية للمركز، بينما تتضمن النافذة الثانية مساهمات ثنائية لمشاريع أو برامج محددة، تكون في الغالب في بلدان بعينها.

التركيز على البلدان الأقل نمواً، والبلدان النامية غير الساحلية، والدول الجزرية الصغيرة النامية، وأفريقيا جنوب الصحراء الكبرى

يغطي نطاق اختصاص مركز التجارة الدولية بوصفه منظمة تابعة للأمم المتحدة ومنظمة التجارة العالمية جميع البلدان النامية والاقتصاديات السائرة على طريق التحول الاقتصادي. وفي الوقت ذاته، وفي إطار إعلان الألفية، يعطي المركز أهمية خاصة لتنفيذ المشاريع في البلدان الأقل نمواً، والبلدان النامية غير الساحلية، والدول الجزرية الصغيرة النامية، وأفريقيا جنوب الصحراء الكبرى.

وقد بلغ إجمالي مخصصات مشاريع المركز لهذه المجموعة من البلدان 55% في 2011، ومن المتوقع الحفاظ على هذا المستوى في 2012. وعند دراسة هذه المشاريع بصورة واضحة من منظور جغرافي (المشاريع القطرية والإقليمية)، نجد أن نسبة المشاريع التي تركز على البلدان الأقل نمواً، والبلدان النامية غير الساحلية، والدول الجزرية الصغيرة النامية أو أفريقيا جنوب الصحراء في 2011 قد وصلت إلى 78%، كما أننا نتوقع الحفاظ على هذا المستوى أيضاً في 2012.

بناء القدرات التصديرية مع التركيز على البلد المعني

يعتبر تقديم المساعدة مباشرة للبلدان وفق أولوياتها الإنمائية وبالتنسيق مع الوكالات المانحة والوكالات الإنمائية الأخرى حجر الزاوية في فعالية المعونة. ويترجم ذلك إلى ثلاثة أنواع من المشاريع الخاصة ببلد معين والتي تمثل 61 في المائة من مشاريع مركز التجارة الدولية في 2012:

- مشاريع واسعة النطاق تعتمد على نطاق واسع من خبرات مركز التجارة الدولية ومصممة حول الأولويات الموضوعية في الاستراتيجية الوطنية للصادرات أو استراتيجيات تنمية قطاع الصادرات؛
- المشاريع التي تمثل جزءاً من مبادرات أكبر متعددة الهيئات؛
- الإجراءات التخيلية الفنية المحددة بناء على طلب الشركاء في البلد المعني.

على مدى السنوات القليلة الماضية، أصبح تقدير المسؤولية الواضحة للبلد المعني عن مشروع ما معياراً أساسياً عند تقييم هل يتم إعداد مشاريع جديدة أم لا. ومن منظور تنظيمي، ستستمر المكاتب الإقليمية التابعة للمركز في العمل كنقطة اتصال لإعداد المشاريع الخاصة بالبلد المعني، والمشاركة في التنفيذ المتكامل للمشاريع.

بناء القدرات التصديرية مع التركيز على المنطقة المعنية

يرى مركز التجارة الدولية المشاريع على مستوى الأقاليم وسيلة مهمة من شأنها دمج الاقتصاديات الإقليمية في نظام التجارة متعدد الأطراف، والاستفادة من الإمكانيات التي لم تُستغل بعد للتجارة الإقليمية والتجارة بين بلدان الجنوب، وترشيد سلاسل التوريدات الإقليمية. وفي 2012، بلغ نصيب المشاريع المصممة للمناطق في حافظة مركز التجارة الدولية 10 في المائة.

وعند تقديم المساعدة للتجمعات الإقليمية، فإن برنامج بناء القدرات التجارية الأفريقية سيستمر في كونه الوسيلة الرئيسية في عام 2012، مع العمل على تكثيف عمل 3 جماعات اقتصادية إقليمية أفريقية - الكوميسا، والجماعة الاقتصادية لدول وسط أفريقيا، والجماعة الاقتصادية لدول غرب أفريقيا - مع العمل على اكتشاف كيفية الربط مع جماعات اقتصادية إقليمية أخرى في أفريقيا. وفي آسيا، ستستمر الجهود في منطقة ميكونغ، وسيضمن ذلك التبادلات المخططة في بلدان الجنوب بين بلدان منطقة غرب أفريقيا وبلدان منطقة ميكونغ. ويلاحظ أن برنامج تعزيز الكفاءة التجارية العربية في العديد من الدول العربية مصمم حول مشاريع قطرية مرتبطة بأهداف إقليمية مشتركة ومكونات مشاريع مثل تشجيع التجارة بين دول المنطقة الواحدة التي تستفيد من تضافر الجهود في تنفيذ المشاريع.

إحراز الأهداف الإنمائية للألفية

تعتبر التجارة واحدة من ثلاث أدوات من خلالها تعهد قادة العالم على مساعدة البلدان النامية على تحقيق الأهداف الإنمائية للألفية بحلول عام 2015، وتتم أعمال مركز التجارة الدولية بموجب إطار إعلان الألفية وتتوافق مع أجندة المعونة من أجل التجارة. ومع ذلك، هناك بعض المشاريع والبرامج التي تعمل على إحراز أهداف محددة للألفية مثل تقليص الفقر، وتمكين المرأة، والبيئة، وإعداد نظام للتبادل التجاري المفتوح المستند إلى قواعد ويمكن التنبؤ به ويتمس بعدم التمييز. وفي 2012، سيتضمن برنامج عمل مركز التجارة الدولية تقديم 19.4 مليون دولار أمريكي تستهدف تحقيق أهداف إنمائية محددة للألفية.

ويعتبر قياس الأثر الاجتماعي لعمل المركز حجر الزاوية في الخطة الاستراتيجية 2012-2015. وبخلاف رصد النواتج، فإن المقترح الجديد ينتقل تدريجياً نحو أخذ المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية لأثر أنشطة المركز على أداء الصادرات والنمو. ويجري حالياً تحديد هذه القياسات مع وجود هدفين لعام 2012:

- تصميم المجموعات الجديدة للمؤشرات الإحصائية وأدوات الرصد التي تقابل الأثر المستهدف والعمل على دمجها في النشاط الرئيسي؛
- قياس خطوط الأساس للأنشطة الحالية مقابل المجموعة الجديدة من مؤشرات الأثر.

للمزيد من المعلومات عن خطط المركز بشأن تعديل أعماله الخاصة بالمساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة للأخذ في الحسبان قضايا التنمية الشاملة مثل التمكين الاقتصادي للمرأة، والتنمية المستدامة وتقليص الفقر، يمكن الاطلاع على الفصل الخاص بدمج الشمولية في الأنشطة الرئيسية في الصفحة 20.

الأنشطة الاستراتيجية وبرنامج العمل في 2012

سد الفجوة في المعلومات الاستخباراتية الخاصة بالتجارة

أهمية معلومات الاستخباراتية الخاصة بالتجارة

إن تحسين توافر معلومات التجارة واستخدامها في غاية الأهمية لإنجاح صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ويساعد الوصول إلى المعلومات، والتحليل، والمطبوعات، والريادة الفكرية في مجال التحديات الملموسة ذات الصلة بالتجارة، والاحتياجات، والاتجاهات والفرص التي لها أثر مباشر على عمليات هذه المؤسسات في مساعدتها في التنافس في السوق العالمية. ويعتبر المركز من كبرى جهات تقديم معلومات التجارة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال أدواته على شبكة الإنترنت، والأدلة التي يصدرها، وقواعد البيانات الإحصائية والمطبوعات الخاصة به وأنشطة بناء القدرات ذات الصلة. وحتى يتسنى تحسين الاستفادة من معلومات التجارة، يقوم المركز بتقديم الدورات التدريبية والمشورة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومؤسسات دعم التجارة بشأن كيفية انتقاء المعلومات وتفسيرها على نحو أفضل ثم معالجتها بصورة تفيدها عملائه.

ومع زيادة الارتباط بين المشاريع ومؤسسات دعم التجارة، زادت المعلومات المرتبطة بالتجارة التي تحصل عليها هذه المؤسسات. أبرز مسح العملاء الذي تم القيام به في 2011 توقعات عملائنا بشأن الحاجة إلى بناء القدرات وتغطية موضوعات وقضايا محددة حتى يتسنى لهم استخدام معلومات التجارة التي يقدمها المركز على نحو أمثل. وحتى يتسنى المواءمة مع هذا الكم الهائل من المعلومات، أفاد العملاء أنهم بحاجة إلى المعلومات الحالية عن الأسواق والقطاعات والمنتجات والأسعار والتدابير الجمركية وغير الجمركية لاتخاذ قرارات بشأن أنشطة الأعمال في المستقبل. وهم بحاجة إلى معلومات دقيقة عن المشتريين والمعايير والمنظمات التي تسهل دخولهم إلى أسواق محددة. كما أفاد عملائنا أنهم بحاجة إلى مساندة المركز لتطوير وتنمية مهاراتهم لاتخاذ القرارات وتحليلها بناءً على بيانات ومعلومات يحصلون عليها، وكذلك تسهيل عملية تحويل المعلومات والبيانات الأساسية إلى معرفة ومعلومات استخباراتية يكون لها أثر إيجابي على أنشطة أعمالهم. ومع تحسّن سبل الوصول إلى البيانات، فلا تزال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة غير قادرة على تفسير هذا الكم من المعلومات وتحويله إلى معلومات استخباراتية ملموسة وفعالة. ومن خلال مساعدة المركز، يمكن وضع هذه المؤسسات في مكانة تمكنهم من التنبؤ بالاتجاهات واتخاذ القرارات اليوم التي تؤدي إلى نجاح الصادرات في المستقبل.

يتمثل التحدي في مساعدة العملاء على تحديد المعلومات التي يحتاجونها بالفعل، وتحويل هذه المعلومات إلى معلومات استخباراتية، وضمان إمكانية التعلم من خلال شبكة الإنترنت في جميع البلدان التي نعمل فيها. ونرى أن اتجاهات البحوث والتنمية المستقبلية المقترحة في هذا القسم ستساهم في تحقيق هذه الأهداف لعملائنا.

كيف يستجيب المركز في الوقت الحالي لاحتياجات العملاء

يتضمن نطاق اختصاص المركز توليد المعلومات بشأن فرص السوق وتعميمها على البلدان النامية، كما يمثل ذلك هدفاً كبيراً له. وتعتبر استخبارات التجارة أداة أولية للتغلب على معوقات بناء قدرات التجارة التي تواجهها البلدان النامية والاقتصادية السائرة على طريق التحول الاقتصادي. وتمشياً مع احتياجات السوق، وفي سياق مواجهة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لصعوبات متزايدة عند الاستفادة من الفرص الجديدة في الأسواق العالمية بسبب نطاق التنظيمات واللوائح الفنية، ومعايير المنتجات، والإجراءات الجمركية، وغير ذلك من المتطلبات، قام المركز بتوسيع نطاق ما يقدمه من معلومات استخباراتية خاصة بالتجارة لتغطية مجالات جديدة مثل التجارة في الخدمات، وشروط التبادل التجاري للبلدان الأقل نمواً، والتدابير غير الجمركية، والمعايير الطوعية ومتطلبات المسؤولية الاجتماعية للشركات.

منتجات المعلومات الاستخباراتية الخاصة بالتجارة

يقدم المركز في الوقت الحالي لعملائه مجموعة من معلومات التجارة الاستخباراتية على شبكة الإنترنت بشأن المنتجات والخدمات تتضمن:

- سلسلة من قواعد البيانات على شبكة الإنترنت تغطي بيانات التجارة، والتعرفات، وتدفقات الاستثمار (خريطة التجارة، وخريطة النفاذ إلى الأسواق، وخريطة الاستثمار)؛
- بوابات لقطاعات محددة (صناعة الجلود، ودليل الأقطان، ودليل مصدري البن، ورابط المنتجات العضوية)؛

- أدوات على شبكة الإنترنت تغطي اتفاقيات التجارة متعددة الأطراف (LegaCarta)، والتعبئة (PACKit)، والمعايير الطوعية (خريطة المعايير)، وكذلك أنظمة مهياة تسهل نشر المعلومات من خلال الهواتف المحمولة (Trade@Hand)؛
 - مكتبة على شبكة الإنترنت تتيح معلومات عن مجموعة واسعة النطاق من موضوعات وقطاعات التجارة، وقاعد بيانات تخص مؤسسات دعم التجارة، ومعلومات عن موضوعات مثل جمعيات المستوردين، وتقارير الأسواق، والأسعار؛
 - مطبوعات (www.intracen.org/publications)، أبرزها دراسات سوقية وأدلة حول مجالات تتضمن الجودة، والمعايير، والتعاون بين القطاعين العام والخاص، والتدابير غير الجمركية، والنشرات الدورية مثل مجلة منتدى التجارة، وخدمة أخبار السوق (MNS)، ونشرة أنشطة أعمال المركز التي تتيح الأخبار والتحليلات بشأن نظام التبادل التجاري متعدد الأطراف.
- نظرًا لأن الوصول إلى المعلومات بدون قدرة على تفسير هذه المعلومات يحد من أثرها، فإن انخراط المركز في هذا الشأن يتضمن تعزيز قدرات مؤسسات دعم التجارة وشركات ومشاريع القطاعين العام والخاص بشأن مهارات تحليل السوق، ومنهجيات البحث وإدارة المعلومات ونشرها، والقدرة على صنع القرار. وتبدأ الخدمات المقدمة لمؤسسات دعم التجارة بتشخيص الحاجة إلى معلومات استخباراتية في مجال التجارة والقدرات اللازمة لذلك للوفاء بها من خلال مؤسسات وطنية وإقليمية، الأمر الذي يؤدي إلى تنفيذ خدمات مهياة وأنظمة لإدارة المعلومات لصالح مؤسسات دعم التجارة، ويتضمن ذلك برامج على شبكة الإنترنت، وخلق المحتوى، وتحليل التجارة والمعلومات الاستخباراتية ذات الصلة بها وعمليات جمعها. ويتم تقديم برامج تدريب مهياة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة سواءً ميدانيًا أو على شبكة الإنترنت لضمان قدرة هذه المؤسسات على الاستفادة التامة من تحسين سبل الوصول إلى المعلومات، وتمكينها من القيام بتحليل المعلومات التي يتم جمعها من أجل فعالية عملية صنع القرار. كما يستفيد واضعو السياسات أيضًا الذين يحتاجون باستمرار إلى كم هائل من البيانات المتنوعة من أجل التحليل التفصيلي في مجال النفاذ إلى الأسواق ومفاوضات التجارة أيما استفادة من الوجود القوي للمركز في مجال معلومات التجارة الاستخباراتية.

معلومات التجارة الاستخباراتية والأهداف الإنمائية للألفية

- تحديد ما تصدره الشركات المملوكة لنساء. يلتزم المركز صراحة بوضع نهج يستجيب لاعتبارات مراعاة المساواة بين الجنسين في صلب الأنشطة الرئيسية في جميع مجالات عمله. وكي يتسنى القيام بذلك، فإننا بحاجة إلى معرفة ما تصدره الشركات المملوكة لنساء بالفعل. وبالتالي، يمكن القيام بعمل الاستطلاعات والمسوح بشأن المعوقات المحددة أمام التجارة التي تواجهها النساء المصدرات، كما يمكن تقديم المساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة لمعالجة هذه القضايا. وبالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تساعد هذه المعلومات المركز في تحديد الموارد اللائي قد يتأهلن للبيع للحكومات والمؤسسات في إطار برامج تنويع الموردين.
- المعلومات الاستخباراتية من خلال برنامج مركز التجارة الدولية المعني بالتجارة وتغير المناخ والبيئة. يقوم هذا البرنامج الممول من الدانمرك ببناء قدرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومؤسسات دعم التجارة في عدد من القطاعات تتضمن المنتجات العضوية والتنوع البيولوجي ومعايير الكربون من أجل المنتجات الزراعية. ويسهم هذا البرنامج في مبادرات المعلومات الاستخباراتية بشأن التجارة للمركز من خلال تقديم المطبوعات التي تساعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في البلدان النامية على التغلب على المعوقات التي تحول دون الوصول إلى الأسواق البيئية الناشئة.

تحويل بيانات التجارة إلى بيانات استخباراتية للتجارة: أمثلة لخدمات المركز المعتمدة على معلومات التجارة الاستخباراتية

تدفع احتياجات العملاء برنامج المعلومات الاستخباراتية للمركز، وتؤدي إلى تطوير أدوات وخدمات وبرامج فنية جديدة تحقق نتائج ملموسة للمستفيدين. وتشمل الأمثلة على ذلك ما يلي:

قاعدة بيانات معاهدات التجارة الدولية

حدد المركز 280 معاهدة دولية تغطي نطاقاً كاملاً من علاقات التجارة الدولية في مجالات العقود والجمارك وفض المنازعات والبيئة والتمويل والملكية الفكرية والاستثمار والنقل وحقوق الإنسان ومعايير العمل. وتتيح خارطة معاهدات التجارة لدى المركز –LegaCarta– النص الكامل للمعاهدات مع ملخصات تفسيرية وقائمة شهرية محدثة للمصادقات عليها. كما تعمل هذه الخارطة بمثابة قاعدة بيانات لواضعي السياسات، وهناك برنامج لبناء القدرات مكمل لها. وبمساعدة من المركز، وتمويل من الحكومة الفرنسية، أحرزت هايبتي ومدغشقر وفيتنام تقدماً كبيراً في تصميم وتنفيذ خرائط طريق من أجل تعزيز البيئة القانونية لديها من خلال التخطيط للانضمام إلى معاهدات التجارة الدولية ووضع ذلك ضمن الأولويات.

مساندة التجارات النساء غير الرسميات العابرات للحدود في أوغندا

يُتيح برنامج المركز بشأن تسهيل التجارة، والمساواة بين الجنسين والاقتصاد غير الرسمي (الموازي) معلومات استخباراتية هادفة وتدريبًا للتجارات النساء العابرات للحدود اللائي يواجهن معوقات كبيرة نظرًا لعدم معرفتهن بإجراءات التصدير الصحيحة، وبروتوكولات عبور الحدود.

ويعتبر الحصول على المعلومات بشأن إجراءات تسهيل التجارة، وفرص الأسواق، وإدارة الشركات الصغيرة، والوصول إلى التمويل مجرد بعض المزايا التي حققتها النساء اللائي تم اختيارهن للبرنامج التجريبي.

تحسين مهارات المصدرين ومستشاري التجارة في تحويل معلومات التجارة الاستخباراتية إلى خطط قابلة للتنفيذ لدخول الأسواق.

جرت العادة أن يواجه مصدرو البلدان النامية معدلات مرتفعة من الإخفاق في أسواق التصدير الجديدة مقارنة بنظرائهم في البلدان المتقدمة. ونجد أن تكاليف نهج التجربة والخطأ عالية، لكن يمكن تفاديها بمزيد من الإعداد ومزيد من التحليل المنهجي لإمكانيات الأسواق، وما يناسب خبرات وموارد الشركات ودرجة استعدادها للتصدير. ويعمل برنامج المركز الجديد للبحث في مجال أسواق التصدير وتحليلها على تطوير مهارات مستشاري التجارة والمصدرين لهيكلة النهج الخاص بهم على أساس البحث السوقي المنهجي. ويتم الآن تقديم مواد التدريب في ثلاثة بلدان، وتتضمن هذه المواد دليلًا شاملاً لأبحاث السوق، وبرنامج تعلم إلكتروني قابل للتعديل والتهيئة، وبنك بيانات لدراسات حالة ودروس مستفادة من لقاءات مع مصدرين ومستوردين من جميع أنحاء العالم، وبالتالي يمكن أن يتعلم المشاركون من الخبرات التصديرية الفعلية للآخرين.

برنامج التدابير غير الجمركية

مع سقوط التعريفات الجمركية، أصبحت التدابير غير الجمركية العقبة الرئيسية أمام التجارة الدولية، كما إنها تمثل شواغل خاصة للمصدرين الذين يسعون إلى النفاذ إلى الأسواق الأجنبية، والذين عليهم الامتثال للقواعد الفنية، ومعايير المنتجات، وإجراءات الجمارك، وغير ذلك من المتطلبات الأخرى. فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في البلدان النامية غالبًا ما ينقصها المعلومات والقدرات والتسهيلات اللازمة للوفاء بالمتطلبات المعقدة، وإظهار الامتثال بتكاليف معقولة، بينما نجد واضعي السياسات في الغالب ليس لديهم صورة واضحة عما يعتبره قطاع نشاطهم عقبات كبيرة أمام التجارة. ونلاحظ أن فهم الشواغل الرئيسية للمشاريع والمؤسسات بشأن التدابير غير الجمركية يمكن أن يساعد الحكومات على تحديد السياسات والقواعد واللوائح الوطنية على نحو أفضل، وكذلك تخطيط إجراءات ملموسة وبناء القدرات اللازمة. ويقوم المركز حاليًا بتنفيذ برنامج بشأن التدابير غير الجمركية في 27 بلدًا في الفترة من 2010 إلى 2013. وينطوي ذلك على عمل استطلاع عن المؤسسات المصدرة والمستوردة يعقبه تحليل متعمق لنتائج الاستطلاع لتحديد شواغل المصدرين والمستوردين بشأن التدابير غير الجمركية، وكذلك القطاعات والأسواق المتأثرة بذلك. وبعد ذلك يتم إصدار ونشر تقرير التدابير غير الجمركية. وتصب المعلومات الواردة من ذلك في حوارات القطاعين العام والخاص التي يدعمها المركز بشأن أمور التجارة.

المشهد الاقتصادي

حتى يتسنى توقع فرص وتهديدات التجارة والاستجابة لها، عمل المركز مع حكومات لإنشاء فريق رصد للتجارة، وتطوير لوحات رقابة ونماذج للاقتصاد القياسي لتتبع الاتجاهات في التجارة الدولية، والتحويلات في الحسابات الجارية وحركة أسعار السلع، ومحاكاة الصدمات الخارجية في الطلب العالمي للتنبؤ بالآثار المحتملة على البلد المعني. ومع وجود آليات تنبؤية لدى واضعي السياسات، فهم بذلك في وضع أفضل يمكنهم من تحديد فرص التصدير، وتحليل سلوكيات المنافسين التجاريين، وصياغة الاستجابات الاقتصادية.

الدروس المستفادة

يمكن تلخيص الدروس الأساسية التي تم تعلمها من مساهمة المركز في شفافية التجارة الدولية ومساندته للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة للوصول إلى المعلومات من أجل تحسين القدرة على المنافسة على النحو التالي:

- مع ظاهرة النمو في حجم البيانات المتاحة عالميًا، من الأهمية بمكان التركيز على قضايا تخص العملاء بالفعل، مع عرض المعلومات المهيأة لتناسب احتياجاتهم (مثل المعايير، والتدابير غير الجمركية، والأسعار)؛
- ضرورة توافر سبل الوصول إلى المعلومات بصورة مجانية في البلدان النامية لضمان تحقيق أكبر أثر ممكن؛
- المساهمة في تقديم معلومات التجارة الاستخباراتية على المستوى المحلي، ودفع عملية الابتكار، وكذلك من الأهمية بمكان الاعتماد على شركات وقدرات شبكات مؤسسات دعم التجارة المحلية أو الإقليمية؛
- عندما تكون القدرات المحلية محدودة، ينبغي أن يصاحب الوصول إلى المعلومات برامج تعمل وتدريب بشأن كيفية الاستفادة منها؛
- على الرغم من مواصلة تحسين سبل الوصول إلى الإنترنت حتى في أقل البلدان نموًا، من الأهمية بمكان استكشاف وسائل أخرى للنشر مثل تكنولوجيا الهواتف المحمولة، وهي وسيلة واسعة الانتشار في العديد من البلدان المتعاملة مع المركز.

التطلع إلى المستقبل: الابتكار يدفع إلى تحقيق أثر من خلال معلومات التجارة الاستخباراتية التي يقدمها المركز

يعتبر التحسن المستمر في تقديم معلومات التجارة الاستخباراتية سمة مهمة في الخطة الاستراتيجية 2012-2015. ويلتزم المركز بتحسين الأدوات الحالية الموجودة على شبكة الإنترنت، وكذلك تقديم استجابات فعالة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال برامج التعاون الفني لديه. وفي هذا السياق، من الضروري الوفاء باحتياجات العملاء من خلال تطوير برامج جديدة ومبتكرة. كما من الأهمية بمكان أيضاً بالنسبة لعملائنا أن يظل المركز في الصدارة من حيث تحويل التطورات التكنولوجية السريعة في مجال توليد المعلومات وجمعها وتحليلها وتوزيعها إلى معلومات استخباراتية عملية قابلة للتطبيق تساعدهم في النجاح في الدخول في سلاسل التوريد الدولية.

ولدينا تصور لهذه البرامج بناءً على طلبات عملائنا، ويعتمد تحقيقها على مساندة الجهات المانحة:

المعلومات الاستخباراتية التنافسية من أجل التنمية

يدور محور تركيز المركز حالياً بصورة متزايدة حول تبني تكنولوجيات وطرائق جديدة لتنفيذ برامجه ومشاريعه بهدف تسريع وتيرة الوصول إلى المعلومات الاستخباراتية وتوسيع نطاق المستفيدين. وحتى يتسنى مواءمة أحدث التكنولوجيات والحلول مع احتياجات عملائنا، يقوم المركز بأبحاث وأعمال تطوير مستمرة. وتطالب البلدان المستفيدة بصورة متزايدة بأكثر من مجرد الوصول إلى المعلومات - هي بحاجة إلى النهوض بسلاسل قيمة المعلومات من خلال القدرة على تحديد الفرص والمخاطر المبكرة في الأسواق قبل أن تصبح واضحة. وهذه الاحتياجات قد تراكمت نتيجة للأزمة المالية والاقتصادية العالمية المستمرة. ويتضمن تحليل الإشارات المبكرة، الذي أطلقنا عليه اصطلاحاً المعلومات الاستخباراتية التنافسية، تحديد وتحليل وتوزيع المعلومات الاستخباراتية عن المنتجات والخدمات والعملاء والمنافسين وأي جوانب لبيئة التجارة مطلوبة لمساندة المديرين في اتخاذ القرارات الاستراتيجية لمشروعهم أو منظماتهم.

وحتى يتسنى الاستجابة لهذه الاحتياجات، يلتزم المركز بإعداد نموذج للمعلومات الاستخباراتية التنافسية وتطويرها مع تنفيذ الإرشادات والمساعدة الفنية ذات الصلة لعملائنا. وسيمكن نموذج المعلومات الاستخباراتية التنافسية من أجل التنمية المركز وعملائه من العمل معاً لإعداد خارطة طريق لتحديد الفجوات في مجال المعلومات الاستخباراتية التنافسية على المستوى الوطني/الإقليمي التي يتعين معالجتها بإجراءات تدخلية محددة.

دورات في مجال المعلومات الاستخباراتية للتجارة على الإنترنت

تتواجد البنية التحتية المطلوبة لدى المؤسسات والمشاريع ومؤسسات دعم التجارة بصورة متزايدة في البلدان النامية لمتابعة برامج التعلم عن بعد. وحتى يتسنى توسيع نطاق تغطية برامج التدريب على معلومات التجارة الاستخباراتية التي يقدمها المركز، يتعين إعداد هذه الدورات وتعديلها لتواءم برنامج التعلم على شبكة الإنترنت. وفي عام 2011، قمنا بإجراء 11 جلسة مهيأة عن تحليل وبحوث السوق تم تقديمها عن بعد من خلال ندوات على الإنترنت لمؤسسات دعم التجارة في بلدان تضمنت الصين والهند وجاميكا ونيكاراغوا زامبيا. وأظهر برنامج تجريبي لممثلي التجارة الخارجية في أورغواي كفاءة التعلم عن بعد في مجال معلومات استخباراتية التجارة والحاجة إلى وضع قناة التقديم هذه في صلب المزيد من البرامج. وثمة منفعة بيئية مهمة من هذا الحدث الفردي الذي من خلاله تم ربط 15 مشاركاً من جميع أنحاء العالم للعمل مع مدربي المركز تتمثل في أن كمية انبعاثات ثاني أكسيد الكربون (CO₂) التي تم توفيرها تُقدر بنحو 25 طن، وهي كمية تعادل الانبعاثات المتأتبة من قيادة سيارة لمسافة تزيد على 150 ألف كيلومتر. لذا، نفكر في تعميم هذا النموذج في السنتين القادمتين، مع تطوير شركات مع مؤسسات أكاديمية في هذا المجال.

التجارة من أجل التنمية المستدامة

يعاني كل من المنتجين والمصدرين في البلدان النامية من نقص المعلومات عندما يتعلق الأمر بالانخراط في ممارسات الإنتاج والتجارة الأكثر استدامة، وهو ما يزداد الطلب عليه من جانب عملائنا. وفي الوقت نفسه، يعاني المصنعون، وتجار التجزئة، ومسؤولو التوريدات العمومية من نقص المعلومات التفصيلية بشأن قدرة الموردين على الالتزام بمعايير معينة عند اتخاذ قرارات الشراء. ولتحسين شفافية المعلومات، والمساعدة في اتخاذ قرارات سليمة ومستنيرة، قام المركز بإعداد خارطة المعايير، وهي أداة على شبكة الإنترنت تسمح بتحليل المعايير التطوعية غير المطلوبة ومقارنتها بصفة قانونية بموجب لوائح أو أنظمة بهدف تعزيز قدرات المنتجين والمصدرين والمشتريين للمشاركة في عمليات إنتاج وتجارة أكثر استدامة. وبالإضافة إلى تطوير هذه الأداة في 2011، يقوم البرنامج حالياً بتطوير قدرات المنتجين والمصدرين في البلدان النامية لفهم معايير القطاع الخاص والفرص والتحديات التي تمثلها هذه المعايير. ويتمثل هدف البرنامج في ضمان أن انتشار المعايير التطوعية لا يتسبب في أضرار للمشاريع والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في البلدان النامية.

ويتطلب تحقيق هذه المبادرات وتقديم أدوات معلومات التجارة الاستخباراتية بدون أي تكاليف على المستخدمين في البلدان النامية مساندة من الجهات المانحة تُقدر بنحو 50 مليون دولار في السنة. وبالتالي فنحن نعبر عن تقديرنا وامتناننا للمساندة التي حصلنا عليها حتى الآن، ونتطلع للانخراط مع هيئات المعونة لإحراز المزيد من التقدم والوفاء بتوقعات عملائنا المتزايدة في مجال معلومات التجارة الاستخباراتية.

خدمات دعم التجارة المحسنة

نموذج جديد للتجارة: الدور المتنامي لمؤسسات دعم التجارة

على ضوء أثر الأزمة العالمية على البيئة المالية والتجارية، تقوم الحكومات في الوقت الراهن بإعادة مراجعة علاقتها مع القطاع الخاص. وفي بعض الحالات، تسيطر الحكومات بصورة أكبر على أجندة تنمية التجارة الوطنية، بينما في حالات أخرى، تقوم بخصخصة خدمات تنمية الصادرات وتعهديها للغير لتشجيع المنافسة. وتتأثر البيئة الأوسع نطاقاً للمركز بمخاوف الأمن الغذائي، مع طموحات البلدان الشريكة من أجل تحديد المصير وزيادة عدم التسامح مع التوزيع غير العادل للثروات المتأثية من التجارة. ونتيجة لذلك، ينظر المزيد من الجهات المانحة إلى المركز لعرض منطوق تدخل قوي يبين كيف يمكن أن تؤدي تنمية التجارة إلى خلق الثروة وتوزيعها.

وتحتاج جهات تقديم المساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة إلى معرفة كيف تقوم بما تقوم به، وكيف تتفاعل مع سلسلة قيمة المساعدة الإنمائية التي تمثل التجارة جزءاً منها. وتعاني منظمات ترويج التجارة الوطنية المكلفة بتشجيع الصادرات (والاستثمار) من ضغوط متزايدة لإظهار العوائد الاقتصادية لأصحاب المصالح، مع زيادة ملموسة في الصادرات، وفرص العمل، وخفض معدلات الفقر.

ويعد شركاء المركز التركيز على تصميم قنوات مستدامة لتقديم الخدمات بدلاً من خلق بنية تحتية لغرض البنية التحتية فقط. ويتمثل التحدي المتمثل في تعزيز شبكات دعم التجارة الوطنية القائمة حيث يفهم كل عضو في هذه الشبكات دوره في السوق، وكيف يخدم الشريحة المستهدفة. ولم تقم جهات تقديم خدمات المساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة إلا بمجرد تهيئة الطريق لإعداد أدوات لقياس الأداء للمؤسسات الفردية والشبكات المؤسسية. وبطالب المستفيدين من المركز بمشورة تقدم من خبراء في هذا المجال حتى يتسنى لهم تصميم هيكل دعم للتجارة تتميز بالكفاءة، والاستفادة المثلى من الموارد النادرة، ومضاعفة الخبرات العملية لأعضاء الشبكات. ومن المرجح أن يتنامى هذا الاتجاه، وأن تتم محالته من خلال تطوير الشبكات الاجتماعية، وتحسين أدوات قياس الأداء.

وتطالب مؤسسات دعم التجارة في الوقت الحالي بإدخال التغييرات على الطريقة التي تتم بها تقديم خدمات المركز، كما تطالب بعمل تدريب أثناء الأداء، وتقديم المشورة الفنية، والحلول المبتكرة لتنمية المهارات كما ورد في استطلاع العملاء الذي تم في 2011. ويفرض ذلك تحدياً على المركز لتهيئة ما يقدمه من خدمات، ودمج مزيج من طرائق التقديم التي يمكن أن يعمل على استدامتها، على سبيل المثال التعلم عن بُعد، والدعم الاستشاري الفني، وإدارة شبكات الاستشاريين.

كيف يستجيب المركز في الوقت الحالي لاحتياجات العملاء

التقييم المؤسسي والأداء الاستشاري

نظراً لأن مؤسسات دعم التجارة تواجه مراقبة عن كثب من جانب أصحاب المصالح، فإن خدمات المركز فيما يتعلق بتقييم الأداء، والمعايير الاستشارية عليها طلب متزايد. ويقدم المركز مجموعة كاملة من أدوات التقييم المؤسسي والمعايير الاستشارية لمساعدة أصحاب المصالح في فهم البنية التحتية وتحسينها لدعم التجارة على المستوى القطري والإقليمي. وفي بلدان مثل مالي، وتشاد، وسان تومي وبرنسيبي قدم المركز إسهامات من خلال دراسات جدوى لإنشاء مؤسسات جديدة للترويج للتجارة، الأمر الذي أدى إلى وجود تشريع لإنشاء منظمة جديدة بموجب قانون برلماني في حالة واحدة على الأقل. وبالنسبة لمؤسسات دعم التجارة القائمة، سيواصل المركز في عام 2012 استخدام أدوات التقييم المؤسسي لديه في عُمان، وأوغندا، والأراضي الفلسطينية المحتلة، وأماكن أخرى، وتقديم تقارير حصرية لتحديد الاحتياجات والتوصية بالحلول بهدف

تحسين الهيكل التنظيمي. ويشجع البرنامج الاستشاري المؤسسي للمركز الشفافية وتبادل الممارسات الجيدة من خلال قياس أداء مؤسسات دعم التجارة مقابل ممارسات مجموعات الأقران. وقد تم تجميع أفضل الممارسات من خبرات المركز وتجاربه، كما تم التحقق من صحتها من خلال تمرينات تجريبية تم القيام بها مع منظمات لترويج التجارة في ماليزيا، وبوتسوانا، وفلندا، وكامبوديا، وأستراليا، وأوغندا. ومع قيام البرنامج بتحقيق اللازم في عام 2012، سيقدم منبراً عاماً عالمياً لمنظمات ترويج التجارة ومؤسسات دعم التجارة كي تقارن نفسها مقابل المعايير الاستشارية الأفضل والنقاط المرجعية.

الاستراتيجيات المؤسسية وخطط التشغيل

يساعد المركز مديري مؤسسات دعم التجارة على تصميم استراتيجيات فعالة ووضع خطط تشغيل واقعية، وتقديم مبررات لقيام أصحاب المصالح من القطاعين العام والخاص بالاستثمار. ويطلب الرؤساء التنفيذيون والمديرون المعارف والمهارات لإعداد استراتيجيات وإدارة الموارد المالية والبشرية لتحقيق نتائج تنمية الصادرات. ويساعد المركز مؤسسات دعم التجارة على قياس أدائها بتقديم عدد من الأدوات التي تمكنها من الرصد الدوري لأعمالها، وتقييم مدى توافقها مع الخطط الاستراتيجية والتشغيلية لديها. فعلى سبيل المثال، في أفريقيا، في إطار المرحلة الثانية من برنامج بناء القدرات التجارية الأفريقية، قام المركز بتعزيز أمانات الكوميسا، و الجماعة الاقتصادية لدول غرب أفريقيا، والجماعة الاقتصادية لدول وسط أفريقيا بتقديم تدريب الإدارة القائمة على النتائج لوحدة رصد الأداء.

تطوير الخدمات الفعالة لدعم التجارة

تعمل مؤسسات دعم التجارة كحلقة وصل بين سياسة التجارة وترويج التجارة، وذلك بتقديم خدمات للحكومات من خلال تشجيع الحوار بين القطاعين العام والخاص، وتقديم الخدمات للمؤسسات والمشاريع من خلال تحسين القدرة على المنافسة الدولية للمصدرين. ويساعد المركز مؤسسات دعم التجارة على صقل المهارات المطلوبة لتصميم خدمات دعم التجارة، وكذلك تقديم الخدمات التي تتبناها مؤسسات دعم التجارة وتنفذها على الفور.

وفي البرازيل، ساعد المركز المنظمة الوطنية لترويج التجارة على تصميم نظام لتسجيل الخدمة والإبلاغ عنها من شأنه الربط بين تطوير الخدمات بنواتج الأداء. ويعمل التنفيذ الناجح الذي تحقق في عام 2011 على إحداث تغيير في الثقافة التنظيمية، مع تحويل محور التركيز من الأنشطة إلى تصميم الخدمات بناءً على النواتج والآثار المرغوب بها. وفي أوغندا، تم إعداد تقرير عن مراجعة حافظة الخدمات للاتحاد الوطني للبن والمشاريع الزراعية لتحديد الفجوات في تقديم الخدمات. ويجري استخدام نتائج هذا المسح لوضع خطة استراتيجية جديدة، وبرمجة سلسلة من الإجراءات التدخلية لبناء القدرات تتضمن حلقة عمل لتصميم حافظة الخدمات، وعدد من فعاليات تنمية الأسواق.

ويقوم برنامج مستشاري التجارة المعتمدين بتدريب موظفي مؤسسات دعم التجارة لتشخيص مشكلات إدارة المؤسسات وتقديم الدورات التدريبية لمعالجة نقاط الضعف. ويتمثل الهدف التالي للمركز في تدريب مستشاري برنامج التجارة المعتمدين على مجموعة من الخدمات المرتبطة بالتصدير تتضمن إدارة جودة الصادرات، والوصول إلى التمويل، والتعبئة، والتسويق، والعلامات التجارية. ويقوم العديد من مؤسسات دعم التجارة أيضاً بتطوير خدمات معلومات التجارة بناءً على منهجية مراجعة معلومات أنشطة الأعمال والخدمات الاستشارية التي يقدمها المركز.

ويقدم المركز أيضاً مساعدة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال مساعدة مؤسسات دعم التجارة للقيام بدور وسيط في معاملات التصدير. وتساعد استراتيجيات التجارة بين بلدان الجنوب المؤسسات على تحديد فرص المبيعات من خلال مسوح العرض والطلب التي يتبعها عمليات تجميع المشترين والموردين معاً. وفي المكسيك، يقوم المركز في الوقت الحالي بتطوير قدرات مؤسسات دعم التجارة لتقديم المساعدة لمشاريع الأعمال التي تمتلكها النساء، وهو ما يربط النساء المكسيكيات اللاتي يقمن بتصدير المجوهرات بالمشتريين في الولايات المتحدة في إطار برنامج المركز المعني بالنساء والتجارة. ويجري الآن استخدام منهجية تدفق التجارة بين بلدان الجنوب التي تتسم بالنضج من قبل بنك التنمية للدول الأمريكية لتتبع التكامل التجاري الإقليمي من خلال شبكة REDIBERO TPO لترويج التجارة. ويعتبر ذلك مثلاً جيداً على كيفية تحقيق النتائج من خلال الاستثمارات المبكرة من الجهات المانحة في المركز، وكيفية استخدامها من قبل مجموعة أوسع نطاقاً من الجهات المانحة للوفاء بالاحتياجات المحلية.

شبكات مؤسسات دعم التجارة العالمية والإقليمية والوطنية

في البلدان الأقل نمواً والبلدان النامية الأخرى حيث تعاني منظمات ترويج التجارة بضعف الموارد، فإن تنفيذ نطاق اختصاصها بمعزل يعتبر في غاية الصعوبة. ومن الممكن للشبكات العالمية والإقليمية توفير الموارد والقدرات التي تكون في الغالب خارج نطاق وصول منظمة منفصلة لترويج التجارة. وبشكل متزايد، ترى الجهات المانحة الشبكات كوسيلة فعالة لتكاليف لتنفيذ الخدمات وتقليل مخاطر ازدواج الأنشطة.

ويقدم المركز خدمات لبناء شبكات مؤسسات دعم التجارة في إطار العديد من برامجه الكبرى بما فيها المرحلة الثانية من برنامج بناء القدرات التجارية الأفريقية، وبرنامج الصندوق الاستئماني الهولندي (المرحلة الثانية)، وبرنامج كوت ديفوار لدعم التجارة والتكامل الإقليمي (IRPAC)، وغيرها من البرامج الأخرى. وتتباين أنواع الشبكات من شبكات مؤسسية إلى شبكات متخصصة، ومن شبكات قطاعية إلى شبكات وظيفية، ولكنها لها هدف مشترك يتمثل في تشجيع تبادل المعلومات وأفضل الممارسات، وفي نهاية المطاف تقديم أفضل الخدمات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بطريقة تتسم بفعالية التكاليف.

ويعمل ممثلو التجارة الخارجية كأذرع ممتدة للأسواق الخارجية لمساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الدخول إلى الأسواق الدولية. وعلى الرغم من حقيقة أن العديد من المشاريع تميل إلى التركيز فقط على المؤسسات الكائنة في عواصم البلدان، فهناك طلب متنام من جانب الحكومات (وزارات التجارة والشؤون الخارجية) لتعزيز شبكات التجارة الخارجية هذه لصالح دوائر أنشطة المال والأعمال التابعة لها. ويعمل مركز التجارة الدولية على تعزيز شبكات التجارة الخارجية بطريقتين: يقوم بعقد اجتماعات لممثلي التجارة الخارجية لمعرفة أفضل الممارسات من داخل مكاتب التمثيل الإقليمي للبلد المعني؛ كما يقوم بتحفيز تطوير شبكات دعم التجارة بين البلدان من خلال تجميع ممثلي التجارة الخارجية من مختلف البلدان الموجودين في إحدى العواصم أو مقر العمل. ويقوم المركز أيضاً بعقد شراكات مع هيئات دولية أخرى تعمل بمثابة جهات تشغيل للشبكات. فعلى سبيل المثال، تعمل المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس والمركز على ضمان الربط الأفقي والراسي بين منظمات ترويج التجارة والهيئات الوطنية للمعايير دعماً لتنمية التجارة. ويساعد برنامج المركز المعني بربط الهيئات الوطنية للمعايير بمنظمات ترويج التجارة هذه المؤسسات على إيضاح الأدوار المنوط بها كل فيما يخصه وكيفية التعاون مع بعضها البعض. وقد حددت الاجتماعات الإقليمية للهيئات الوطنية لوضع المعايير ومنظمات ترويج التجارة في آسيا وأمريكا وأفريقيا عدداً من المجالات التي يتيح فيها التعاون بين المؤسسات على المستوى الوطني والإقليمي للمصدرين فرصاً محسنة للدخول في الأسواق الجديدة وتوسيع نطاقها.

وأثناء مؤتمر المنظمة العالمية لترويج التجارة الذي عُقد في 2010 في المكسيك، أعطت منظمات ترويج التجارة العالمية تفويضاً للمركز لعمل المزيد من البحث بشأن إنشاء شبكة عالمية لمنظمات ترويج التجارة. ويأتي هذا الحدث الذي يقع كل عامين والذي تنظمه منظمة مضيقة للترويج للتجارة بالمشاركة مع المركز ليقدّم منتدى لمنظمات ترويج التجارة للالتقاء معاً للتعرف على الممارسات الجيدة وتبادلها والمناقشة بشأنها حيث يعتبر ذلك من الآثار المضاعفة للمركز.

إحراز الأهداف الإنمائية للألفية: التجارة من أجل التنمية البشرية

تقدم مؤسسات دعم التجارة حسب تعريفها خدمات تركز على التنمية البشرية، وقد قام المركز بوضع التنمية البشرية في صلب الأنشطة الرئيسية لحافظة تعزيز مؤسسات دعم التجارة. وتستهدف بعض المشاريع على وجه التحديد المجتمعات المحلية المحرومة أو المهمشة. فعلى سبيل المثال، قام برنامج المرأة والتجارة بإطلاق المنتدى العالمي المعني بالشراء من البائعات النساء لزيادة حصة المرأة في توريدات ومشتريات الشركات والحكومات والمؤسسات في قطاعات متنوعة مثل المنسوجات والتشييد والتكنولوجيا النظيفة. وفي قطاع الصناعات الزراعية، يعمل المركز في الوقت الحالي من خلال منظمات مثل اتحاد بن شرق أفريقيا لرفع الوعي بالمنافع المتأتمية بتمكين المرأة على مستوى المزرعة، مع الآثار التي يمكن إثباتها فيما يتعلق بزيادة معدلات المدخرات، وعلوات الأسعار لصادرات منتجات البن ذات الجودة.

الدروس المستفادة

يبحث أصحاب المصالح لدى المركز عن نهج جديدة لتطوير القدرات المؤسسية التي تتجاوز الدورات التدريبية الجاهزة، وتقدم مزيجاً من طرائق تقديم الخدمات لبناء معارف ومهارات شركاء التنمية. ويعتبر هؤلاء الشركاء أكثر مطالب، لا سيما وأن النتيجة هي حاجة أنظمة تقديم الخدمات إلى أن يكون بها شبكات لتقديم الخدمات اعتماداً على خبرات جهات تقديم الخدمة المحلية المتخصصة بدلاً من تقديم حل واحد يناسب الجميع. وهذا يعني وجوب أن تتسم العمليات والإجراءات بالقوة والصرامة والمرونة لتقديم حلول معقولة.

وسيُعمل المركز على تقديم المزيد من البرامج القياسية التي تخدم مجموعة كبيرة بدرجة كافية من الجمهور حتى تكون معقولة، مع القدرة المالية على المحافظة عليها بمرور الوقت. كما سيقدم المركز برامج تعلم عن بعد تعتمد على الخبرة الميدانية، وبرامج تدريب في جنيف لتلك البلدان غير القادرة على تعبئة مشاريع كبيرة قائمة بذاتها.

التطلع إلى المستقبل: الابتكار يعمل على دفع أعمال المركز الموجهة لصالح مؤسسات دعم التجارة

يلجأ عملاء المركز من مؤسسات دعم التجارة إليه للحصول على مساعدة وخدمات تفي بالاحتياجات المستقبلية. وبناءً على مناقشات جرت مع عملاء وشركاء حاليين، وعلى المسح السنوي الخاص بالعملاء وخبرتنا العملية في هذا المجال، قمنا بتحديد الخدمات الرئيسية التالية التي يتعين تطويرها على مدى العامين القادمين إن سمحت الموارد بذلك. كما نحتاج إلى تمويل ل طرح الخدمات التي تم تطويرها مؤخراً وتمت تجربتها بنجاح.

إنشاء الشبكات الإقليمية لمنظمات ترويج التجارة

طالبت جماعة منظمات ترويج التجارة العالمية من المركز القيام بتسهيل إنشاء شبكة إقليمية لمنظمات ترويج التجارة لتبادل أفضل الممارسات والمعلومات. وفي الغالب، يكون إنشاء شبكات إقليمية صعباً كما إنه يستلزم موارد كثيفة، وذلك على ضوء الأوضاع الجغرافية، والمصالح المتباينة، والطاقت الاستيعابية بين هذه المجموعة من المؤسسات شديدة التباين. وتتمثل أولوية المركز للسنتين 2012-2013 في تطوير الشبكات الإقليمية لمنظمات ترويج التجارة وتقويتها كخطوة أولى لدعم هيكل عالمي، خاصة في أفريقيا والعالم العربي حيث أخفقت الشبكات الإقليمية أو لم تحقق التوافق بسبب عدم الدعم والطلب عليها.

تبادل الممارسات الجيدة بين الممثلين التجاريين الخارجيين

تعمل ورش العمل الإقليمية على تجميع الممثلين التجاريين الخارجيين من مختلف البلدان الموجودين في نفس العاصمة أو مقر العمل، كما تتيح هذه الحلقات منافع بتكاليف منخفضة للمشاركين لا سيما ممثلي التجارة الخارجية للبلد المضيف للاجتماع. وبدون الحاجة إلى السفر، يتعلم الملحوقون التجاريون من زملائهم الأجانب العاملين في نفس المنطقة الجغرافية طرق تقديم الخدمات المبتكرة إلى عملائهم المستهدفين. ويتم التركيز على تبادل الجوانب العملية للعمل اليومي للتمثيل التجاري. وبذلك يتعرف المشاركون على أساليب تقديم الخدمات التي من خلالها يتمتعون بميزة تنافسية واضحة. كما يحددون إجراءات العمل، وأدواته وأنظمتها - المستخدمة من قبل بلدان أخرى - والتي يجب تطبيقها لتحقيق المزيد من الفعالية.

نشر المشاريع التجريبية لسنة 2011

من المقرر طرح وتعميم برنامج التدريب الخاص ببناء القدرات الذي تم إعداده في 2011 من خلال مشاريع تتضمن برنامج تدريب في جنيف في سبتمبر/أيلول 2012. ويوفر ذلك مقدمة لمدة أسبوع عن التقييم المؤسسي، والاستراتيجية، والإدارة، والتصميم، والشبكات، وتقييم الأداء. ومن خلال هذا البرنامج، سيتم تمكين مؤسسات دعم التجارة من أسباب القوة كي تصبح عناصر مضاعفة ومنفذة للمنهجيات المطورة من قبل المركز لعملائها.

وسيوصل المركز وضع نظام خرائط ورفع تقارير مؤسسات دعم التجارة (TSI-MRS)، وهو برنامج على شبكة الإنترنت مفتوح المصدر يهدف إلى تقديم نظرة عامة شاملة وقياسية للدعم المؤسسي الحالي الوطني أو الإقليمي الموجود في بلد أو منطقة ما. وهذا البرنامج الذي تتم إدارته من خلال إداريين لدى مؤسسات وطنية لدعم التجارة يتجاوز مجرد كونه قاعدة بيانات على شبكة الإنترنت، حيث يقدم منهجية لتصنيف هيكل مؤسسات وأنشطة مؤسسات دعم التجارة وتحليلها، والسماح بالاستخراج السريع لتقارير مؤسسات دعم التجارة المهياة الفردية والمجمعة للعديد من الاستخدامات والمستخدمين.

وبعد المرحلة التجريبية في 2011 الخاصة بمشروع المعايير الاستراتيجية لمؤسسات دعم التجارة، سيواصل المركز تدعيم برامج المعايير الاستراتيجية لسنة 2012، كما سيعمل على توسيع نطاق البرنامج أثناء السنوات 2012-2015 وتعميقها. وفي هذا العام، سنركز بشكل خاص على تطوير برنامج على شبكة الإنترنت لجمع المعلومات وتبادلها بشأن الممارسات الجيدة لدى منظمات ترويج التجارة. بالإضافة إلى ذلك، من المنتظر أن يتم توسيع نطاق هذه المنهجية كي تغطي ليس فقط منظمات ترويج التجارة، ولكن أيضاً مؤسسات أخرى لدعم التجارة (على المستوى الوظيفي والقطاعي). وفي نهاية المطاف، سيقوم المركز بتطوير تطبيق للتقييم الذاتي لتمكين مؤسسات دعم التجارة من تقييم أدائها في 4 مجالات هي: القيادة، والتوجيه؛ والموارد والعمليات؛ وتقديم الخدمات؛ وقياس النتائج.

سياسة التجارة المحسنة

أهمية التعاون بين القطاعين العام والخاص بشأن سياسة التجارة واستراتيجيتها

استفاد الكثير من البلدان النامية بصورة كبيرة من استراتيجيات النمو الاقتصادي التي تقوده الصادرات على مدى العقود الماضية، ومن اغتنم فرص جديدة في سياق متطور من تفتت الصناعات التحويلية إلى شبكات إنتاج عالمية وظهور التجارة في الخدمات. وقد تطلب ذلك استجابات سريعة ومبتكرة من القطاع الخاص مدعومة بإصلاحات متعددة الأطراف لسياسات التجارة، وتحرير متزامن للتجارة الداخلية والاستثمارات. وتكشف تجارب البلدان الناجحة عن موضوع مشترك هو: عمل الحكومة والقطاع الخاص معاً نحو تهيئة بيئة مواتية. وثمة اعتراف متزايد بأن الحوار بين القطاعين العام والخاص يعتبر عنصراً أساسياً لتحسين سياسات الحكومة في البلدان النامية، لكن في أغلبية البلدان الأقل نمواً، والاقتصاديات الأخرى النامية والساخرة على طريق التحول الاقتصادي، فإن هذه الحوارات غير معترف بها على نحو جيد، كما أنها تعاني من ضعف الآراء التي تعمل على ترأثها ونادراً ما تتواجد.

كيف يستجيب المركز في الوقت الحالي لاحتياجات العملاء

ويتمثل الهدف من عمل المركز الخاص بدعم السياسات والتوجيه الاستراتيجي في تطوير قدرات القطاع الخاص في البلدان النامية للانخراط بصورة فعالة في حوار مثمر مع الحكومة، وتسهيل إنشاء مننديات متعددة لمختلف أصحاب المصالح كي يتم هذا الحوار. ويركز المركز على مجالين في غاية الأهمية لزيادة قدرة الصادرات على المنافسة.

- **بناء الثقة لدى أصحاب المصالح،** خاصة في القطاع الخاص، وفي إصلاحات سياسات التجارة الوطنية، وتعزيز قدرات القطاع الخاص للتأثير على مواقف الحكومية في مفاوضات التجارة الدولية. ويساعد ذلك في تحسين جودة عملية وضع السياسات وتحمل المسؤولية بشأنها، وجعلها متوائمة مع احتياجات القطاع الخاص، وجعل سياسات الحكومة ذات مصداقية من الناحية السياسية وقابلة للاستدامة من خلال ضمان مشاركة أصحاب المصالح.

- **تحويل السياسات إلى أفعال،** من خلال تسهيل عملية وضع استراتيجيات تنمية الصادرات المدفوعة باعتبارها الاحتياجات لقطاعات محددة على المستوى الوطني والإقليمي. وينطوي ذلك على تحديد مجالات الأولوية لتحقيق الإصلاح والتنمية المستدامة للصادرات، والتوسع في خطة عمل للتنفيذ لوضعي السياسات، ومؤسسات دعم التجارة، والمؤسسات لتعظيم الأثر.

وعند تنفيذ هذه البرامج، يشدد المركز على الشمولية من خلال توجيه مساعده للجمعيات التي تمثل مصالح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بما فيها المشاريع المملوكة للنساء ومجموعات أوسع نطاقا من أصحاب المصالح مثل منظمات المجتمع المدني. وقد أظهر استطلاع العملاء في 2011 أن 76% من واضعي السياسات الذين يتفاعلون مع المركز يقيمون بيجابية مساهمته في تدعيم منظماتهم أو حكومتهم لدمج أنشطة الأعمال ضمن منظومة الاقتصاد العالمي على مدى السنوات الثلاث الماضية.

بناء ثقة أصحاب المصالح في إصلاح سياسة التجارة

تهدف الإجراءات التدخلية للمركز إلى تدعيم حوار سياسات ثري وهادف من خلال الحد من أوجه القصور في القدرات في جانبي الحوار بين القطاعين العام والخاص.

- **على جانب القطاع العام،** تتضمن الإجراءات التدخلية للمركز عقد حوارات بين القطاعين العام والخاص وإدارته وتقديم المعرفة الفنية والخبرات الخاصة بعمليات الإصلاح التي تم القيام بها في بلدان أخرى لوضعي السياسات. وتساهم الإجراءات التدخلية للمركز في التخفيف من حدة اتجاهات الحكومة التي تميل إلى المراقبة، ويعتبر ذلك في الغالب أول نتيجة مباشرة لمشاركة القطاع الخاص في صياغة السياسات وتنفيذها. كما يسهم ذلك في تحسين جودة القرارات من خلال تطوير الفهم الأفضل لآثار السياسات المستهدفة على أنشطة الأعمال.

- **على جانب القطاع الخاص،** يقوم المركز ببناء قدرات المنظمات التي تمثل القطاع الخاص للتعبير عن مصالح أعضائها - خاصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - بشأن قضايا سياسات التجارة. ومن خلال دورات تدريبية متخصصة تتضمن المعلومات الاستخباراتية للتجارة، والأبحاث والتحليلات والسياسات الهادفة، يساعد المركز القطاع الخاص في اكتساب المعارف والمهارات المطلوبة للانخراط في حوار بناء وفي أنشطة الدعوة والمساندة الفعالة. كما يساعد المركز النقابات ومنظمات أنشطة الأعمال في الوصول إلى نطاق أوسع من مؤيدي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إطار جهودها الرامية إلى ضمان شرعية أنشطة الدعوة التي تقوم بها.

وبالتالي، يساعد المركز على تهيئة بيئة مواتية وتعاونية لحوار سياسات التجارة، والابتعاد عن النقد الشائع الهدام للحكومات الذي يعمل على تعزيز الاتجاهات الصدامية وفقدان الثقة على نحو متبادل مما يضر بمصالح الكل.

تسهيل وضع الاستراتيجيات المترابطة من أجل تنمية الصادرات

يقدم المركز مساعدة فنية للبلدان لتسهيل تصميم استراتيجيات التصدير وتنفيذها ورصدها على المستوى الوطني والإقليمي والقطاعي. وتتناول هذه الاستراتيجيات أيضاً موضوعات شاملة مثل المساواة بين الجنسين والتنمية الريفية والاستدامة البيئية والتكامل الإقليمي لا سيما وإنها تتسم بالشمولية من حيث النطاق نظراً لأنها تتناول جانبي العرض والطلب، وبيئة أنشطة الأعمال، والأسواق خاصة القطاعات ذات الأولوية للتنمية الشاملة للجميع ووظائف دعم التجارة مثل تمويل التجارة والترويج لها.

ويعمل تصميم استراتيجية للصادرات على تمكين أصحاب المصالح على المستوى الوطني من تحديد الأولويات وتخصيص الموارد لها. وباستخدام المنهجية التشاركية للمركز، يتم تجميع مجموعة متنوعة من أصحاب المصالح من القطاعين العام والخاص، والمجتمع المدني، والمجتمعات المحلية المعرضة لمخاطر لاتخاذ قرارات مستتيرة بشأن نطاق وأولويات توسيع نطاق الصادرات وتنويعها. وتتمثل ثمرة ذلك في خارطة طريق وخطة عمل مع مشاركة وطنية قوية لزيادة قدرة الصادرات على المنافسة مع ضمان الاستدامة الاقتصادية والاجتماعية في التنمية. وتتيح خارطة الطريق القابلة للتنفيذ التي تقوم بدمج القدرة التنافسية للصادرات والتجارة ضمن خطط التنمية الوطنية أيضاً إطاراً لمتابعة المساعدة التي يقدمها المركز والمنظمات الفنية الأخرى للبلدان.

وأثناء مرحلة تنفيذ استراتيجية الصادرات، سيستمر المركز في العمل مع أصحاب المصالح، بما يعزز قدراتهم على إدارة التنفيذ وتنسيقه، والحصول على الموارد الضرورية وتخصيصها لتنفيذ الأولويات المحددة في خطة العمل. ويسمح وجود هيكل فعال للرصد والإدارة بالقيام بعمل مراجعة دورية بشأن الصلة المستمرة للأولويات المحددة وتخصيص الموارد في بيئة دائمة التطور. ويتم تعزيز مؤسسات البلد المعني المشاركة في تصميم استراتيجيات التصدير وتنفيذها ورصدها، كما يتم تحويل خطة العمل إلى مشاريع ممولة وقابلة للتنفيذ.

وعلى مدى السنوات العشر الماضية، قام المركز بتسهيل استراتيجيات وطنية وإقليمية للصادرات تخدم قطاعات محددة في جميع أنحاء العالم في بلدان منخفضة الدخل، وبلدان أقل نمواً، ودول هشة (مثل موزامبيق، الكوميسا، وجاميكا) بدعم مالي من مانحين مثل الاتحاد الأوروبي وألمانيا وكندا.

تتصف التحديات الرئيسية التي يواجهها المركز بالازدواجية:

1- تطوير أدوات جديدة تستجيب للاحتياجات والأولويات الناشئة للبلدان النامية

يواصل المركز الابتكار في استراتيجية الصادرات كي يتطور برنامجه استجابة للاحتياجات المتغيرة للعلاء. وفي 2011، على سبيل المثال، قام المركز بتجربة أول استراتيجيات إقليمية له متعددة البلدان ممولة من الاتحاد الأوروبي وكندا والكوميسا والجماعة الاقتصادية لدول غرب أفريقيا، والجماعة الاقتصادية لدول وسط أفريقيا، والمناطق الفرعية للاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا استجابة للحاجة إلى اعتماد نهج متوائم لتسهيل التكامل الإقليمي. ويحتاج المركز إلى موارد للانخراط على نحو أكثر نشاطاً في صقل مهارات الشباب وتهيئة فرص العمل، وتحقيق الاستدامة البيئية، وتتبع الأطر الاستراتيجية للبلدان المعنية للحد من ازدواجية الجهود المبذولة من جانب شركاء التنمية.

2- تلبية الطلب المتزايد على المساعدة الفنية عند تصميم استراتيجيات الصادرات وتنفيذها

على مدى السنتين الماضيتين، شهد المركز زيادة سريعة في الطلب على المساعدة الفنية عند تصميم استراتيجيات الصادرات وإدارتها. ولم تستطع المنظمة الاستجابة إلا لعدد قليل من الطلبات بسبب عجز في التمويل. فعلى سبيل المثال، لم تكن هناك موارد متاحة لمساعدة البلدان التالية: أفغانستان، وأنتيغوا وباربودا، وأرمينيا، وجمهورية أفريقيا الوسطى، وغامبيا، وغيانا، وهاييتي، وكينيا، وقيرغستان، ومنغوليا، وسيراليون، وأوغندا، وفيتنام، واليمن.

الأهداف الإنمائية للألفية

من خلال بناء ثقة أصحاب المصالح في القطاع الخاص حول إصلاحات سياسات التجارة الوطنية ومفاوضات التجارة الدولية، يساعد المركز في تعزيز نظام التبادل التجاري متعدد الأطراف، ومن ثم المساهمة في تحقيق الهدف الإنمائي الثامن للألفية (الشراكة العالمية) الذي يهدف إلى "وضع نظام تجاري ومالي متعدد الأطراف يتسم بالانفتاح والإنصاف وعدم التمييز والقابلية للتنبؤ به ويرتكز على القانون".

وتقوم منهجية المركز بشأن استراتيجية الصادرات بدمج تشجيع المساواة بين الجنسين مع تمكين المرأة من أسباب القوة. ويعمل ذلك على ضمان دمج المرأة في عملية صنع القرار، وكذلك في سلاسل القيمة الوطنية والدولية، كما يعمل على ضمان معالجة السياسات والإجراءات لقضية عدم الإنصاف في توفير الموارد والفرص التي تحتاجها المرأة في التجارة.

وخلال العام المنصرم، قام المركز بإعداد وحدة للاستدامة البيئية. ويتم تصميم هذه الوحدة لتشجيع البلدان النامية على تبني أساليب إنتاج مراعية للبيئة، والانخراط في تصدير المنتجات والخدمات البيئية. وتقدم هذه الاستراتيجية اعتبارات استراتيجية بالغة الأهمية ذات صلة بالتنوع البيولوجي وتغير المناخ وقدرة الصادرات على المنافسة.

أمثلة لبرامج المركز

بناء قدرات التجارة في البلدان الأقل نموًا التي تسعى إلى الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية

يقدم المركز بالاشتراك مع منظمة التجارة العالمية مساعدة فنية للبلدان الأقل نموًا من خلال تعزيز ثقة أصحاب المصالح لاسيما القطاع الخاص في طلب حكومات هذه البلدان الانضمام إلى عضوية منظمة التجارة العالمية. وقد تم تنفيذ هذا البرنامج في ساموا، وجمهورية لاو الديمقراطية الشعبية، وإثيوبيا، واليمن في 2010-2011.

كما تقوم بتسهيل حوارات منظمة بين القطاعين العام والخاص بشأن موضوعات مختارة في ورش عمل، وكذلك تبادل الخبرات باستخدام نهج دراسات الحالة، ونقدم أيضًا خدمات استشارية ودورات تدريبية لتطوير قدرات جمعيات القطاع الخاص الرئيسية للانخراط في حوار بناء مع واضعي السياسات. وتتم الاستفادة على نطاق واسع من مطبوعات المركز وأدوات المعلومات الاستخباراتية لديه لتعزيز القدرات الفنية للعملاء.

وقد تمت تهيئة هذه البرنامج كي يتواءم مع الاحتياجات المحددة لكل بلد يسعى للانضمام إلى منظمة التجارة العالمية. على سبيل المثال، في ساموا ساهمت المساعدة الفنية المقدمة من المركز في مساعدة هذا البلد على استكمال مفاوضاته بشأن الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية بنجاح، وبعد ذلك تم إشراك القطاع الخاص في مناظرة مستتيرة حول آثار الانضمام على أنشطة الأعمال والمنافع المحتملة من وراء الانضمام لمنظمة التجارة العالمية. وفي إثيوبيا، وتمشيًا مع نهج الحكومة الذي يتسم بالحيطه والحد، تم طرح هذا البرنامج تدريجيًا، وتم البدء بتبادل الدروس المستفادة من البلدان الأقل نموًا التي انضمت لمنظمة التجارة العالمية فيما يتعلق بقدرة الشركات على المنافسة، وبعد ذلك مناقشة قضايا التحرير في قطاعات الاتصالات السلكية واللاسلكية والخدمات المالية التي تتسم بالحساسية. وفي جمهورية لاو الديمقراطية الشعبية، ركزت المساعدات على تحديد استراتيجيات للاستفادة من الفرص الجديدة في مجال أنشطة الأعمال التي تعمل على دمج المؤسسات والمشاريع المحلية في سلسلة القيمة العالمية من خلال زيادة التجارة في قطع الغيار والمكونات والخدمات، نظرًا لأن عضوية منظمة التجارة العالمية تعمل على تشجيع الاندماج الأكثر عمقًا في منطقة رابطة أمم جنوب شرقي آسيا.

مساعدة دعم الشركات لسياسة التجارة ولوائحها

منذ 1996 والمجلس ينفذ برنامجًا عالميًا بشأن دعم مساندة الشركات لسياسات التجارة واللوائح المنظمة لها. وقد تمت تسمية المشروع الذي جاء في إطار هذا البرنامج بعدة مسميات منها متابعة جولة أورغواي، وشبكة التجارة العالمية، وأنشطة الأعمال وسياسة التجارة وفقًا لمتطلبات بيئة التجارة العالمية آنذاك. ويعمل هذا البرنامج على تعزيز القاعدة المعرفية لدى غرف التجارة الوطنية للقيام بأنشطة المساندة والدعم المستنير في مجال السياسات واللوائح الوطنية للتجارة، وكذلك موقفها بشأن مفاوضات التجارة متعددة الأطراف والإقليمية والثنائية. وتضمنت الأنشطة مطبوعات ونشرات اقتصادية عن سياسة التجارة (رسائل إخبارية) وبرامج تدريب. وتضمنت الأمثلة في 2011 مساعدة مجلس شرق أفريقيا لأنشطة الأعمال، ومجموعة أرباب العمل لدى الجماعة الإنمائية للجنوب الأفريقي، وغرف التجارة والصناعة التابعة للجماعة الإنمائية للجنوب الأفريقي في فهم آثار التكامل الإقليمي في أفريقيا على الشركات.

الدروس المستفادة

- ثمة ضرورة لوجود نهج مهيباً يتوافق مع المتطلبات الخاصة لكل بلد لبناء ثقة أصحاب المصالح من خلال الحوار بين القطاعين العام والخاص بشأن سياسة التجارة ولوائحها. وتعتبر الجهود المطلوبة لتهيئة هذا المشروع حسب احتياجات كل بلد قليلة مقارنة بالنتائج المرجو تحقيقها فيما يتعلق بمشاركة أصحاب المصالح وتعزيز السياسة التي تخدم مصالح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- وحتى تكون الإجراءات التدخلية التي يقوم بها المركز بشأن أنشطة الأعمال وسياسة التجارة فعالة، ثمة شرط مسبق يتمثل في وجود مستوى أساسي من الثقة والانفتاح بين الحكومة وأصحاب المصالح من القطاع الخاص من أجل تحقيق النجاح، ومن أجل إشراكهم في حوار ومناقشات جوهرية حول سياسة التجارة والإصلاح التنظيمي.
- ويتم تعظيم أثر هذه الإجراءات التدخلية إذا كان الشريك المحلي الداعم لأنشطة الأعمال والشركات (مثل غرفة التجارة) لديه قدرة تنظيمية قوية ومصداقية بشأن الانخراط مع الحكومة في حوار سياسات.
- وحتى تكون استراتيجية الصادرات فعالة في البلد المستفيد، يجب أن تكون عملية التصميم شاملة للجميع وذات طبيعة تشاركية. وفي هذه العملية، هناك حاجة إلى إشراك جميع الأطراف الفاعلة مع سلاسل القيمة ذات الصلة، وكذلك أعلى مستويات السلطة السياسية.
- ويعتبر الدعم المستمر في مرحلة ما بعد التصميم في غاية الأهمية لتمكين تنفيذ استراتيجيات التصدير. وتحتاج البلدان الشريكة إلى المساعدة في وضع الآليات لتنسيق، ونظم رصد، وأدوات قياس، وأيضاً تعبئة الموارد وتخصيصها.

التطلع إلى المستقبل: تجميع البرامج والابتكار للاستجابة لاحتياجات المستفيدين

تسير عملية وضع السياسات وإعداد الاستراتيجيات جنباً إلى جنب. وبالتالي، يتيح المركز فرصة لتسلسل برامج المساعدة الفنية التي تسمح بالمساعدة في إعداد عملية صنع القرار التي تتسم بالقوة والمزيد من الشمولية فيما يتعلق بسياسة التجارة (على المستوى المحلي والإقليمي وفي سياق متعدد الأطراف). ويأتي ذلك متضمناً مع مساندة تصميم الاستراتيجيات الموجهة للصادرات التي تمكن مؤسسات دعم التجارة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في البلد المعني من تفعيل مثل هذه السياسات من خلال الاستفادة من الفرص التي يتم التفاوض بشأنها على مستوى واضعي السياسات. وتعمل إجراءات تصميم الاستراتيجيات على إثراء السياسات وتمكين واضعي السياسات من إدخال أو تعديل السياسات التي تشجع روح العمل الحر، وتنمية الصادرات، وزيادة القدرة على المنافسة.

ويبحث المركز عن التمويل لعمل مزيد من الابتكارات في هذه المجالات لضمان أن ما يقدمه يتوافق مع الاحتياجات الأخذة في الظهور للعملاء. وفي هذا الشأن، نود إبراز المجالات الثلاثة التالية:

دعم برنامج انضمام البلدان الأقل نمواً لمنظمة التجارة العالمية

بناءً على الأسس التي تم وضعها أثناء العامين الماضيين، والطلب القوي، سيعمل المركز على زيادة دعم نطاق هذا البرنامج من خلال تعميق أعمال التحليل والمناقشات الهادفة بشأن مجالات مهمة في عملية التفاوض. وفي الوقت ذاته، نهدف إلى الاستجابة إلى الطلبات من خلال اكتشاف التوسع التدريجي للبرنامج في بلدان جديدة. ويجب أن تغطي الأنشطة المقترحة ما يلي:

- بالإضافة إلى إشراك القطاع الخاص، من المتوقع أن يعمل المركز على إشراك صانعي الرأي الأساسيين في هذه العملية مثل أعضاء البرلمان، والإعلام والأوساط الأكاديمية حيث نتيج بالفعل مساعدة للانضمام إلى عضوية منظمة التجارة العالمية (إثيوبيا، وجمهورية لاو الديمقراطية الشعبية، واليمن)؛
- إطلاق هذا البرنامج في السودان وليبيريا استجابة للطلبات التي تم تلقيها من هاتين الحكومتين؛
- مساندة بعد الانضمام لساموا لمساعدة القطاعين العام والخاص في تنفيذ التزامات الانضمام والتكيف مع الوضع الجديد.

دعم مساندة الشركات للتكامل الإقليمي والتجارة في الخدمات

تتطلب الأبحاث وأعمال التطوير اللازمة للحفاظ على القيمة الموضوعية لهذا البرنامج في بيئة التجارة العالمية سريعة التغير والتطور وضع دراسات حالة جديدة لتوثيق منافع وتحديات التحرير لا سيما في البلدان النامية؛ ومطبعة بشأن استفادة الشركات وأنشطة الأعمال من إصلاح قطاع الخدمات؛ وحلقة عمل عن العوامل التي تسهل الربط بين الشركات الكبيرة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وهذه المعارف التي يتم إنشاؤها على هذا النحو ستدعم الحلقات التدريبية في 6 بلدان ومنطقتين فرعييتين في أفريقيا [جماعة شرق أفريقيا، والجماعة الإنمائية للجنوب الأفريقي] في 2012، بالإضافة إلى نشرها من خلال رسائل إخبارية وموقع المركز على شبكة الإنترنت. وبناء على طلب العملاء، والأولويات الحكومية، سيدور محور تركيز هذه الحلقات التدريبية حول موضوعين هما التكامل الإقليمي والتجارة في الخدمات.

دعم وضع استراتيجيات الصادرات

بشرط توافر التمويل، يعتزم المركز الاستمرار في توسيع نطاق استراتيجيات الصادرات والابتكار في هذا المجال من خلال:

- تقديم المساعدة لبوروندي، وكمبوديا، وكوت ديفوار، وغامبيا، وغانا، والأردن، وجمهورية لاو الديمقراطية الشعبية، وليبيريا، وموزامبيق، والأراضي الفلسطينية المحتلة. كما أن هناك حاجة إلى موارد إضافية للاستجابة لطلبات المساعدة الفنية من أنتيغوا وباربودا، وأرمينيا، وجمهورية أفريقيا الوسطى، وكينيا، وقيرغستان، وفيتنام، واليمن.
- وبعد دمج قضايا المساواة بين الجنسين في صلب منهجية استراتيجيات الصادرات، فإن مجالات التركيز التالية التي تستدعي دمجها في الأنشطة الرئيسية هي قضايا الشباب والبيئة. ويتعين تجربة منهجية لتصميم استراتيجيات تصدير تتسم بالحساسية تجاه البيئة، ثم دمجها فيما بعد في أعمال المركز الخاصة باستراتيجيات التصدير.
- تدعيم مواد دعم تصميم الاستراتيجيات القطاعية وتحديثها بناءً على الدروس والخبرات المستفادة من 20 بلدًا ومنطقة على مدى عامين.
- تعزيز برنامج الدعم بعد التصميم وبناء القدرات لتشجيع تنفيذ هذه الاستراتيجيات والرصد الفعال وقياس النتائج.
- إدخال قاعدة بيانات دولية للاستراتيجيات والخطط الوطنية كمورد عالمي للمستفيدين، والجهات المانحة، وهيئات المساعدة الفنية على حد سواء، وكذلك أداة للتقييم الذاتي لتنمية الصادرات لتعظيم نطاق التغطية والأثر.
- تدعيم شبكة أصحاب المصالح على المستوى الوطني من البلدان النامية المشاركة في تصميم استراتيجيات الصادرات وإدارتها لتشجيع تبادل الممارسات الجيدة.

تعزيز القدرات التصديرية للمشاريع والمؤسسات للاستجابة لفرص السوق

أهمية القدرة التنافسية للمؤسسات المتوسطة والصغيرة المصدرة

في بيئة أنشطة أعمال تموج بالتغيرات السريعة، يواجه المصدرون في البلدان النامية لا سيما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة منافسة شرسة. ولكي تكون قادرة على المنافسة، يتعين على هذه المؤسسات أن تتفهم متطلبات السوق النهائية، وتخطط على نحو استراتيجي، وتدير الموارد، وتنشئ عمليات قوية ومستدامة، وتنتج منتجات قابلة للتسويق والترويج، وتجد القنوات الصحيحة للوصول إلى العملاء المستهدفين. وفي إطار القيام بذلك، تواجه المؤسسات تحديات هائلة، مثل محدودية سبل الوصول إلى التمويل، وعدم التنوع والابتكار في المنتجات، وسلاسل توريدات ليست بالدرجة المطلوبة، ومحدودية سبل الوصول إلى التدريب وخدمات تطوير أنشطة الأعمال عند التخطيط والإعداد للتصدير.

وتتمثل رسالة المركز في مساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في البلدان النامية على مواجهة هذه التحديات والاندماج في منظومة التجارة العالمية. ومن خلال التركيز على إمكانات التصدير التي تم تحديدها كمجالات أولوية في استراتيجيات الصادرات للحكومات المتعاملة مع المركز، تعمل الدورات التدريبية وأنشطة بناء القدرات لدى المركز على زيادة معارف ومهارات أصحاب مشاريع العمل الحر، وجعل سلاسل التوريدات على مستوى القطاعات تعمل بصورة مثالية من أجل الصادرات.

كيف يستجيب المركز في الوقت الحالي لاحتياجات العملاء

حفاظة الخدمات التي يقدمها المركز لزيادة قدرة المصدرين على المنافسة

يقدم المركز لعملائه مجموعة واسعة النطاق من برامج التدريب والوثائق البيضاء المتاحة للجميع من خلال شبكة الإنترنت أو في صورة مطبوعة:

- برنامج مستشاري التجارة المعتمدون (CTAP). يعمل هذا البرنامج على تطوير القدرات الوطنية لتقديم خدمات تدريبية واستشارية لتحسين قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المنافسة دوليًا. ويزود هذا البرنامج المتدربين بالمعرفة الفنية والمهارات اللازمة لتشخيص المشكلات ذات الصلة بإدارة الإنتاج، والتسويق، وعمليات التصدير. وتضم قائمة العملاء العديد من المدارس والجامعات مثل جامعة بوليفيا الخاصة التي تقوم حاليًا بتصميم برامج وتقديم مساعدة للمؤسسات باستخدام مواد ومنهجيات هذا البرنامج.

- **برنامج المدربين مع المستشارين (TcC).** يقوم المركز بتدريب المدربين والمستشارين على متطلبات سلامة الغذاء كما يقدم تدريباً أثناء الأداء على جودة أساليب المراجعة والتدقيق للمشاريع، مما يعمل على مساعدتها في تقديم المساعدة في مجال سلامة الغذاء للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وبدعم من الاتحاد الأوروبي، تم تقديم هذه البرامج في 2011 في غانا وكينيا وأوغندا.
- **نظام التعلم بالوحدات في إدارة سلسلة التوريدات (MLS-SCM).** عمل المركز لمدة 10 سنوات على إعداد وتطوير وتنفيذ هذا البرنامج استجابة للحاجة إلى تطوير مهني لمديري سلاسل التوريدات في جميع أنحاء العالم. ويهدف هذا البرنامج إلى تقليل الفجوة المعرفية في إدارة سلسلة التوريد لخفض التكاليف وزيادة الإيرادات للشركات. وبدعم من سويسرا، يستهدف هذا البرنامج التدريبي المدربين التنفيذيين في الشركات في مراحل مختلفة من المسار المهني. ويستطيع المشاركون الاختيار من بين 20 وحدة، وكذلك الدراسة بالوتيرة التي تناسبهم، ودخول الامتحانات والحصول على شهادة مهنية معترف بها دولياً. ويقوم شركاء المركز بإدارة هذا البرنامج وتقديمه محلياً، وفي عام 2011 حصل البرنامج على شهادة الأيزو.
- **وحدات التغليف (PACKit).** يعتبر التغليف مكوناً مهماً في استراتيجية التسويق، نظراً لأنه يساعد على تمييز المنتج وجذب اهتمام العميل، كما إنه يساعد على منع فقدان السلع المتداولة دولياً وتلفها. ويستهدف هذا البرنامج التدريبي المقدم في صورة وحدات المهنيين المتخصصين في مجال التغليف باستخدام مجموعة فريدة من الوحدات المصممة خصيصاً للمشاريع والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في البلدان النامية. ويقوم المركز باعتماد مدربي التغليف الذين يجتازون برنامجاً تدريبياً صارماً والقادرين على تدريب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة وتقديم المشورة لها وكذلك العاملين في مجال صناعة التغليف المحلية. كما يقدم المركز المساعدة للمؤسسات لإقامة مراكز لمعلومات التغليف، ومراكز للموارد الفنية، إضافة إلى المشورة للحكومات بشأن الموضوعات ذات الصلة بتغليف الصادرات بوجه عام.
- **توفير التمويل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة.** يساعد هذا البرنامج هذه المشاريع التي تصدر بالفعل والجاهزة للقيام بعمليات تصدير في البلدان الشريكة لتوفير تمويل رسمي ميسور التكلفة لدعم أنشطة التصدير من خلال تحسين الإدارة المالية، وتعزيز قدرات مؤسسات دعم الصادرات لتقديم الاستشارات المالية لهذه المشاريع. وفي هذا الإطار، تقوم بإبرام شراكات مع مؤسسات مالية لتسهيل سبل الوصول إلى منتجات التمويل وخدماتها أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ويدعم هذا البرنامج أداة تقييم التئام للمؤسسات المالية، وأداة تقييم ذاتي أو سجل مراجعة ذاتية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة متاح من خلال موقع المركز على شبكة الإنترنت، وأدلة وكتيبات التدريب.

قدرة المصدرين على المنافسة والأهداف الإنمائية للألفية

يجري تنفيذ مشاريع خاصة بالمساواة بين الجنسين في قطاعي البن والقطن تهدف إلى زيادة الدخل الذي تحققه النساء العاملات من خلال التميز في وضع العلامات التجارية للقطن والبن من قبل الجمعيات التي تقودها النساء. ويدور محور تركيز برنامج الأزياء الأخلاقية حول توفير فرص عمل والحد من وطأة الفقر بالنسبة للنساء في المجتمعات المحلية الفقيرة.

- **وصول ACCESS! - تعزيز قدرات صاحبات مشاريع العمل الحر لإدارة مشاريعهم وشركاتهم الدولية.** يعتبر برنامج ACCESS! (الوصول!) برنامجاً إنمائياً لدعم المؤسسات تموله كندا ويعمل على تحسين خدمات تنمية الصادرات التي تقدمها مؤسسات دعم أنشطة الأعمال، كما يساعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تملكها نساء في أفريقيا على زيادة صادراتها. وتقوم المؤسسات الوطنية المعتمدة بتدريب مدربي هذا البرنامج واعتمادهم، حيث يقومون بدورهم بتدريب مديري الشركات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. كما تقدم هذه المؤسسات استشارات في مجال أنشطة التصدير. وإن توفرت الموارد، سيعمل المركز على توسيع نطاق هذا البرنامج الذي يركز حتى الآن على أفريقيا.

وحدات دعم القدرة التنافسية للمصدرين

عندما يتعلق الأمر بالإجراءات التدخلية الخاصة بقدرة المؤسسات على المنافسة بخلاف برامج الاعتماد، نجد أن المركز قد اعتمد منطقاً للتدخلات مدفوعاً باعتبارات السوق يمثل العمود الفقري لجهوده الرامية إلى تعزيز المؤسسات. ويشتمل هذا النهج المنتظم على المكونات التالية:

- **تحديد فرص السوق.** يتيح المركز معلومات وتجارب عملية خاصة بالسوق من خلال قواعد بيانات التجارة والبوابات القطاعية لديه، كما أنه يعمل مع خبراء السوق والمشتريين لتقديم المشورة والتدريب أثناء الأداء للمؤسسات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في سياقات محددة.
- **إستراتيجية التصدير** تتم إتاحة المنهجيات والأدوات من خلال مؤسسات دعم التجارة لتسهيل إستراتيجيات التصدير وخطط أنشطة الأعمال الصالحة للتمويل المصرفي التي ترتبط على نحو وثيق بالإستراتيجية على مستوى القطاع وعلى المستوى الوطني.

- **تحليل الموقف.** في بداية أي مشروع أو برنامج لبناء القدرات، يقوم خبراء المركز بتحليل صارم لخط الأساس في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في البلد المعني وكذلك البنية التحتية الداعمة المتاحة لها بهدف إبراز الفجوات في القدرة على المنافسة لدى هذه المؤسسات وسلسلة القيمة بأكملها.
- **خطة التنشيط.** يضع المركز خطة تدخلية لبناء القدرات لتعزيز سلسلة القيمة القطاعية. وتغطي هذه الخطة كل الجوانب المهمة والحساسة في أداء الصادرات على مستوى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذلك مؤسسات المساندة ذات الصلة، ويتضمن ذلك:

| | | | |
|---|-------------------------------|---|--------------------------------------|
| – | استراتيجية التصدير لقطاع محدد | – | الحلول الإلكترونية لأنشطة الأعمال |
| – | إدارة التصدير | – | إدارة الشؤون المالية |
| – | التسويق والعلامات التجارية | – | إدارة المعلومات والمعارف |
| – | تعبئة الصادرات | – | النواحي القانونية للتجارة الدولية |
| – | إدارة جودة الصادرات | – | خبرات بناء القدرات الخاصة بقطاع محدد |
| – | إدارة سلسلة التوريدات | | |

يتم تقديم المساعدة من خلال تحديد واختيار المؤسسات الشريكة التي تقدم مساندة تدريبية واستشارية للمؤسسات.

- **روابط السوق.** يقوم المركز بربط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسلاسل القيمة العالمية من خلال تشجيع مشاركة المشتريين الدوليين المحتملين في هذه البرامج. ومن خلال الاجتماعات التي تتم بين البائعين والمشتريين، تم الحصول على نتائج ناجحة في قطاعات القطن والبن والأدوية، وكذلك للمشاريع والمؤسسات التي تملكها نساء وذلك على سبيل المثال وليس الحصر.

تفعيل هذا النهج – حالة القطن

يقوم المركز بمواصلة خدماته الخاصة بتعزيز قدرات المؤسسات مع الاحتياجات المحددة لمختلف القطاعات، ومنها القطن. وجرى العادة أن تركز شركات القطن في أفريقيا على الإنتاج وليس التسويق. هذا ولم تتطور ثقافة موجهة نحو السوق نظرًا للتعامل مع المبيعات خارج أفريقيا من جانب تجار القطن الدوليين. ولم تتطور روابط مباشرة مع العملاء، ولم تظهر حلقة مباشرة للأراء التقييمية من شركات النسيج إلى المحالج والمنتجين. وبالإضافة إلى ذلك، تم عزل منتجي القطن وأصحاب المحالج عن التطورات التكنولوجية في أماكن أخرى، وكانت النتيجة نهوض هذا القطاع في الاقتصاديات الصاعدة مثل الصين والهند وتركيا وتوفقه لدى منتجي أفريقيا.

وبأني في صلب نهج المركز التعاون بين بلدان الجنوب، مع وجود مجالين للتركيز هما: تسهيل التعلم والتعاون مع البلدان التي نجحت في تطوير قطاعات القطن والنسيج والملابس لديها، مع بناء روابط تجارية مستدامة.

التعلم والتعاون:

- التعلم من النجاح، على سبيل المثال، في البرازيل أو الصين أو الهند أو باكستان أو تركيا لتبادل المعلومات مع المتخصصين في القطن من أفريقيا؛
- تطوير القدرات لتحويل القطن: يقوم منتجو المنسوجات والملابس بنشر خبراتهم في البلدان الأفريقية؛
- تشجيع التعاون بين البلدان الأفريقية؛ المعارف المكثفة والمعرفة الفنية متاحة في أفريقيا ولكنها مهملة في أغلب الأحيان.

الروابط المستدامة للتجارة:

- الحصول من بلدان نامية أخرى على مستلزمات تتراوح ما بين بذور وأسمدة إلى تكنولوجيا المنسوجات والغزل؛
- الترويج للقطن الأفريقي لصباغة روابط وثيقة مع البلدان المستهلكة للقطن في آسيا، وليس فقط معرفة ما يتوقعه العملاء، ولكن أيضًا الترويج لأقطانهم؛
- الحد من تلوث الأقطان حتى تكون بدرجة ممتازة.

فيما يلي الدروس المستفادة من المشاريع التي تمت في هذا المجال:

- حتى يتسنى تحقيق أثر طويل الأجل، يجب مواصلة تدعيم قوة الدفع في البلدان المعنية بهدف الحفاظ على قدرات تنمية الصادرات الموجودة وتعزيزها؛
- كما يجب تمكين مؤسسات دعم التجارة المستفيدة لتحقيق الاعتماد الذاتي والاستدامة الذاتية فيما يتعلق بالجوانب المالية والفنية والتشغيلية. وعلى مؤسسات دعم التجارة المشاركة والالتزام من خلال التوقيع على اتفاقيات التراخيص للاستفادة التامة من الخبرات الفنية المتاحة بعد فترة المشروع.

التطلع إلى المستقبل: الابتكار يعمل على دفع جهود المركز الرامية إلى تعزيز القدرة التنافسية للمصدرين

يلتزم المركز بتحسين الأدوات والبرامج الموجودة لتعزيز قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المنافسة في البلدان النامية وفي قطاعات تقليدية وجديدة في البلدان الأقل نمواً. وسيستمر المركز في تعزيز روابط التجارة بين بلدان الجنوب. وقد أوضح المشاركون في استطلاع العملاء الذي تم في 2011 أنهم يتوقعون من المركز تلبية احتياجات المستفيدين مع تطور برامج مبتكرة جديدة لتدعيم نجاح صادرات أصحاب مشاريع العمل الحر في الدول النامية. وفي حالة توفر التمويل اللازم، سنقوم بإطلاق عدد من البرامج الجديدة:

التجارة والشباب

على الرغم من الاعتراف المتزايد بأهمية مشاريع العمل الحر كمصدر للتوظيف، وخلق الثروة، والتمكين من أسباب القوة والديناميكية الاقتصادية في عالم سريع التغير، لا يوجد برنامج منهجي لدى المركز يركز على تقديم هذه المنافع للشباب. ويخطط المركز لتصميم برنامج عملي لبناء قدرات وتطويرها للفتيات والشباب في قطاعات معينة لتنمية المهارات والكفاءات بحيث يمكن الاستفادة منها لإنعاش مجتمعاتهم المحلية. وتتمثل أهداف هذا المشروع في (1) وضع الشباب المهمشين في صلب الأنشطة الاقتصادية الرئيسية؛ (2) تشجيع الابتكار والمرونة لدى الشباب من خلال تزويد الشباب من أصحاب مشاريع العمل الحر بالمهارات والمعارف الضرورية للاستفادة من الفرص التي يتيحها السوق؛ و(3) جعل أصحاب مشاريع العمل الحر الشباب مستجيبين ومنشئين للفرص والاتجاهات الاقتصادية الجديدة.

تشجيع تصدير الخدمات

سيقوم المركز في 2012 باستثمار موارد مهمة في تعزيز هذا البرنامج المعني بتصدير الخدمات. وسيقوم المركز بإعداد وتطوير أدوات لفهم العلاقة بين تصدير الخدمات وخلق فرص العمل، وإسداء المشورة للبلدان المتعاملة معه بشأن كيفية تحسين البيئة لشركات الخدمات. وتتضمن القضايا الرئيسية التي يجب معالجتها مساعدة العملاء على تحسين خدماتهم، وتشجيع بناء رأس المال البشري وتنمية قدرات مؤسسات دعم التجارة عند الترويج لتصدير الخدمات. (للمزيد من التفاصيل، انظر الصفحة 46).

توفير التمويل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة

يعتبر مركز آسيا والمحيط الهادئ الإقليمي لتقديم المعرفة والتمويل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مبادرة جديدة لمعالجة النقص الحاد في التمويل الرسمي والميسور للمؤسسات والمشاريع المصدرة والجاهزة للتصدير في نيبال، وجمهورية لاو الديمقراطية الشعبية، وساموا، وفانواتو. وسيستفيد هذا المشروع من منهجية المركز الخاصة بوصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما سيرمركز شراكات مع رابطة مؤسسات التمويل الإنمائي في آسيا والمحيط الهادئ، وهي مؤسسة قوية من الناحية الفنية وتحظى باحترام في المنطقة. وسيعمل هذا المشروع على تدعيم ممارسات الإدارة المالية السليمة، وطرح نهج مبتكرة تتعلق بتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتسهيل تبادل المعارف من خلال نافذة إلكترونية.

خلق القيمة والاحتفاظ بها عند المنبع: شركة بين المركز والمنظمة العالمية للملكية الفكرية

ثمة تحدٍ كبير تواجهه البلدان المصدرة لمنتجات السلع الزراعية يتمثل في أن أقل من 10 في المائة من القيمة التي يتم إنشاؤها يُحتفظ بها في البلد المصدر. وحتى يتسنى معالجة هذه القضية، قام المركز والمنظمة العالمية للملكية الفكرية بتوحيد القوى للتعاون كل بما لديه من خبرات فنية ذات صلة في مجال العلامات التجارية والملكية الفكرية. وسيجري تنفيذ برنامج تجريبي في قطاع القرنفل في زنجبار، وجمهورية تنزانيا المتحدة، حيث تتم مساعدة المنتجين لتحديد القيمة الناتجة والاحتفاظ بها وحمايتها عند المنبع. ومن المتوقع أن تتم محاكاة هذه المبادرة في بلدان وقطاعات أخرى.

ويستلزم إنجاز هذه المبادرات دعم من الجهات المانحة. وبالتالي، فنحن نعبر عن تقديرنا وامتناننا للمساندة التي حصلنا عليها حتى الآن، ونتطلع للانخراط مع هيئات المعونة لإحراز المزيد من التقدم والوفاء بتوقعات عملائنا المتزايدة لتحقيق أفضل أثر في مجال زيادة قدرة المشاريع على المنافسة.

إطلاق المنتدى العالمي المعني بالشراء من البائعات النساء

تم إعداد استراتيجية عشرية (مدتها 10 سنوات) في السنة الماضية تحقيقاً لهدف هذا المنتدى المتمثل في زيادة نصيب النساء في عمليات التوريد والشراء التي تتم للشركات والحكومات والمؤسسات بهدف زيادة المنافع الاقتصادية للنساء ومجتمعاتهن المحلية.

وتتمتع بعضوية هذا الاتحاد شركات حيث تتجاوز عمليات الانفاق على التوريدات والمشتريات 700 مليار دولار أمريكي، وكذلك شبكة بائعين تضم أكثر من 50 ألف سيدة أعمال وخبيرة مهنية، وعدد متزايد من مؤسسات دعم التجارة في العديد من القطاعات والبلدان. كما نسعى إلى المزيد من التطوير لهذا المنتدى فيما يتعلق بالعضوية وحجم المبيعات.

وضع الشمولية والاستدامة في صلب أعمال الترويج للتجارة

أهمية الشمولية والاستدامة

شدد أصحاب المصالح لدى المركز مراراً وتكراراً على أهمية وضع الشمولية والاستدامة في صلب أنشطة الأعمال الخاصة بتنمية التجارة في المركز. وأثناء اجتماع الفريق الاستشاري المشترك في يوليو/تموز 2011، أكد المستفيدين والشركاء مجدداً على الحاجة إلى خلق فرص عمل لملايين الشباب الذين يدخلون سوق العمل، كما شددوا على أهمية تطوير الخدمات التي تؤدي إلى توفير فرص عمل للنساء والمجتمعات الفقيرة، كما أكدوا على الحاجة إلى مواصلة عمل المركز بشأن وضع المساواة بين الجنسين في صلب أنشطته في مقره وميداناً.

ومن خلال عملنا في البلدان في 2011 زاد فهمنا لهذه الاحتياجات. فعلى سبيل المثال، نجد أن مساندة خلق فرص العمل للشباب أصبح أولوية في أعقاب ثورات الربيع العربي. كما يشدد عملنا في كوت ديفوار على أهمية دمج المرأة والمجتمعات المهمشة في الاستراتيجية القطاعية وتنمية الصادرات. ونجد أن المشترين في المؤسسات متعددة الجنسيات والمنتجين في البلدان النامية الذين يجتمعون معاً في إطار المنتدى العالمي المعني بالشراء من البائعات النساء يولون أولوية كبرى لبناء الروابط بين المشترين والشركات المملوكة لنساء في البلدان النامية. كما أبرز استطلاع العملاء الذي تم في 2011 أهمية وضع أولوية لطلبات المشاريع التي لها أثر اجتماعي وبيئي إيجابي. وفي نهاية المطاف، تواصل مؤسسات دعم التجارة المستفيدة وقادة القطاع الخاص وضع ربط المجتمعات المحلية الفقيرة والنساء والشباب مع الأسواق الدولية كأهداف ذات أولوية في جميع ما نقوم به من أعمال.

وتعتبر سنة 2012 في غاية الأهمية بالنسبة للاستدامة. وسيلتقي قادة العالم والمجتمع المدني في مؤتمر ريو + 20 للأمم المتحدة المعني بالتنمية المستدامة في ريو للاتفاق على خطة للحفاظ على البيئة الطبيعية. وفي إطار هذه العملية، يقوم شركاء المركز حالياً بإلقاء الضوء على الحاجة إلى ضمان أن الروابط بين التجارة والتنمية المستدامة مفهومة، كما يطالبون مساعدة عند الاستفادة من الفرص الهائلة ذات الصلة بمفهوم الاقتصادي المراعي للبيئة، وعند التغلب على التحديات التي يطرحها انتشار معايير الاستدامة المستخدمة من قبل عدد كبير من عملائهم عند اتخاذ قرارات الشراء.

كما أن هناك رسالة قوية أيضاً من البلدان المتعاملة معنا مفادها أننا بحاجة إلى دمج المؤشرات وأساليب الرصد والتقييم التي تمكننا من قياس تأثيرنا في هذه المجالات. وسيعمل هذا الدمج على تمكين المركز من تقديم مساعدة أفضل لعملائنا لتحقيق المستهدف من الأهداف الإنمائية للألفية ذات الصلة بتقليص الفقر، والبيئة، وتمكين المرأة من أسباب القوة.

كيف يستجيب المركز في الوقت الحالي لاحتياجات العملاء

قام المركز بإعداد وتطوير برامج تدريبية تركز على المرأة والتجارة، والمجتمعات المحلية الفقيرة والتجارة، وتغير المناخ والبيئة لبناء أدوات اختبار ونهج يهدف وضع كل هذه الموضوعات في صلب الأنشطة الرئيسية لحافظة أعماله وكذلك لزيادة الاهتمام بها.

برنامج المرأة والتجارة

يعمل برنامج المرأة والتجارة الذي تسانده المملكة المتحدة والنرويج والصندوق الاستئماني المعني على تطوير قدرات جمعيات الأعمال النسائية لمساندة المشاريع المملوكة لنساء من خلال المساعدة الفنية المباشرة وروابط السوق. وقد أدى هذا البرنامج إلى تأسيس المنتدى العالمي المعني بالشراء من البائعات النساء حتى يتسنى لمؤسسات دعم التجارة مساعدة الشركات المملوكة لنساء على التواصل مع المشترين من الشركات والحكومات. وتضم عضوية هذا المنتدى 300 مؤسسة ورابطة ووكالة حكومية تمثل أكثر من 50 ألف عضو فردي. وتشير التقديرات إلى أن الإنفاق السنوي على المشتريات والتوريدات من جانب المؤسسات الأعضاء يتجاوز 700 مليار دولار. وفي 2011، بدأ المركز في عملية رسمية لوضع المساواة بين الجنسين في صلب الأعمال الرئيسية لحافظة أعمال أوسع نطاقاً، وكذلك عند العمل مع الشركاء ميدانياً. ووفق بيانات برنامج الأغذية العالمي، فإن النساء يعدن استثمار 90٪ من دخلهن في رفاهية الأسرة. وعندما تكون المرأة هي المتحكمة في الدخل، تظهر نتائج إيجابية: انخفاض عدد حالات الوفاة بين الأطفال الرضع، وتحسن صحة الطفل وتغذيتها، وتوسع النشاط الاقتصادي وكسر حلقات الفقر.

وتتضمن إنجازات البرنامج:

- صاحبات مشاريع العمل الحر في بلدان نامية تحقق 15 مليون دولار في صورة مبيعات لسلع وخدمات؛
- التزامات وخطابات نوابيا من 3 مؤسسات متعددة الجنسيات لشراء البن الذي تنتجه نساء؛
- إنشاء مجموعات لرصد المشترين في قطاعات مختارة لمساعدة البائعات على فهم متطلبات المشترين، وكوسيلة من خلالها يستطيع المشترين تدريب البائعات المحتملات على إجراءات التوريدات؛
- إنشاء 3 منظمات جديدة لدعم التجارة بمساعدة الشركاء للنساء العاملات في مجال البن كوسيلة للمساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة بهدف ربط البائعات بالمشتريين؛
- وبعد اجتماع مائدة مستديرة ضم خبراء بشأن المساواة بين الجنسين في برنامج المعونة من أجل التجارة، نجد أن إعداد 20 دراسة حالة تبرز كيف أن مواجهة القيود القائمة على نوع الجنس التي تعوق التجارة ساعد على تشجيع هذا الإعداد والتطوير الذي ورد في ملخص دراسات الحالة الذي أعدته منظمة التجارة العالمية للتقرير العالمي الثالث للمعونة من أجل التجارة.
- التأثير الناجح على نموذج الدراسة التشخيصية للتكامل التجاري من أجل التناول الأفضل للمعوقات الخاصة بنوع الجنس التي تعوق التجارة - من مرجع واحد في المقدمة إلى 12 مرجع عن المرأة ونوع الجنس في فصول أساسية؛
- إعداد وتجربة دورات تدريبية عن المساواة بين الجنسين للإطار المتكامل المحسن، مما يدعم دمج المساواة بين الجنسين في المرحلة الثانية من مقترحات مشاريع الإطار المتكامل المحسن.

برنامج المجتمعات المحلية الفقيرة والتجارة

يعمل هذا البرنامج على ربط أصحاب مشاريع العمل الحر متناهية الصغر والعمالة غير الرسمية من المجتمعات المحلية المهمشة بأسواق التصدير من خلال نموذج أعمال شمولية وبنية تحتية داعمة تتم إدارتها بواسطة تحالفات مدفوعة باعتبارات المشاريع بين المركز، ومؤسسات اجتماعية، وشركات عالمية رائدة. وهم يعملون معاً لبناء روابط السوق مع المشترين لا سيما في صناعة الأزياء، على سبيل المثال بمساعدة المصممة البريطانية فيفيان ويستود، وتطوير القدرات في المجتمعات المحلية لإنتاج منتجات عالمية الجودة مع المساهمة في الوقت ذاته في التنمية الاجتماعية.

برنامج التجارة وتغير المناخ والبيئة

يُتيح هذا البرنامج نافذة لبناء قدرات المصدرين في البلدان النامية بهدف تمكينهم من الاستفادة مما يسمى بالاقتصاد المراعي للبيئة، أي الأنشطة الاقتصادية التي تنجم عنها رفاهية بشرية ومساواة اجتماعية مع الحد من الأخطار البيئية وعدم التعرض للأنواع الإيكولوجية النادرة. وحتى يتسنى تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة للنفوذ إلى الأسواق على نحو يتسم بالاستدامة، فإن هذا البرنامج يتيح معلومات تجارية استخباراتية، وخدمات تدريبية لهذه المشاريع ومؤسسات دعم التجارة عن الامتثال لمعايير الاستدامة، كما يعمل على تعزيز روابط السوق. ويركز هذا المشروع على الأسواق ذات الصلة بالنشاط الزراعي المستدام، والمنتجات القائمة على التنوع البيولوجي، وقضايا تغير المناخ.

وتتضمن آثار هذا البرنامج زيادة دخل المنتجين، وتحقيق نواتج بيئية إيجابية على كل من المستوى المحلي (صافي مكاسب التنوع البيولوجي) والدولي (خفض انبعاثات غازات الاحتباس الحراري في سلسلة التوريدات).

ومن خلال التركيز على فرص النشاط الاقتصادي المراعي للبيئة بالنسبة للمشاريع المصدرة الصغيرة والمتوسطة، فإن هذا البرنامج يستجيب للطلب المرتفع من جانب المصدرين والجمعيات التعاونية في بيرو وبلدان نامية أخرى للمساعدة في تنمية الأسواق من أجل المنتجات القائمة على التنوع البيولوجي. كما يقوم هذا المشروع بتجربة مشاريع جديدة لمصدري الشاي والفواكه في كينيا لإعداد استراتيجيات للتكيف وتنفيذها مع تغير المناخ وتخفيف آثاره، ومد نطاق التعاون مع اتفاقية الاتجار الدولي في أنواع الحيوانات والنباتات البرية المهددة بالانقراض لتحليل التجارة في أنواع الحيوانات والنباتات المهددة بالانقراض. وسيستمر تنفيذ هذا البرنامج من خلال تطوير القدرات، وتعزيز روابط السوق وإنتاج سلع معلوماتية للنفع العام من أجل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تصميم استراتيجيات التصدير

يعمل نهج المركز إزاء تصميم استراتيجيات التصدير على تمكين الشمولية من خلال تجميع أصحاب المصالح من القطاعين العام والخاص والمجتمع المدني. وتتضمن الاستراتيجيات أطراف فاعلة في سلاسل القيمة الخاصة بالصادرات من منتجين إلى شركات شحن ومسؤولين عن إصدار التراخيص. أما المساواة بين الجنسين فقد حظيت بالاهتمام عند إعداد هذه الاستراتيجيات على مدى السنوات العشر الماضية. ومنذ 2009، والمجلس يقدم مساعدات قائمة بذاتها لاستراتيجيات التصدير التي تراعي المساواة بين الجنسين بهدف وضع النساء التاجرات على رأس أجندة التجارة الوطنية للبلدان المعنية.

الدروس المستفادة

ثمة دروس مستفادة للمركز من هذه العمليات تتمثل فيما يلي:

- من حيث الاستراتيجية، وعلى المستوى الوطني والقطاعي، فإن تعظيم الشمولية يعمل على زيادة مسؤولية أصحاب المصالح ومشاركتهم، وبالتالي هناك زيادة ملحوظة في مستويات التنفيذ والنتائج. ونتيجة لذلك، قمنا بدمج هذا النهج الأوسع نطاقاً إزاء الشمولية كعنصر جوهري لجميع الأعمال المرتبطة بتنمية القطاع المعني.
- كما تعلمنا أن هناك فهماً قاصراً نسبياً فيما يتعلق بأماكن تركيز شركات التصدير التي تملكها نساء، وذلك على الرغم من المصالح القوية لدى كثيرين من المشترين في زيادة مشترياتهم من النساء، كما أن هناك عدداً من المعوقات التي تعمل على تدني عدد المعاملات الفعلية قد تتضمن إجراءات المشترين والتوريدات المعقدة.
- وتعلمنا أيضاً أن المجتمعات المحلية الفقيرة يمكن أن تنتج منتجات أزياء عالمية الجودة، لكن الإطار الزمني اللازم لهذه المجتمعات كي تحقق الاكتفاء الذاتي من خلال مشاريع اجتماعية محلية لا يقل عن 3 سنوات.
- وفي مجال الاستدامة البيئية، عرفنا أن عملائنا من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تركز بصورة خاصة على فرص السوق، كما يزداد استيعاب عمليات أنشطة الأعمال المستدامة إذا رأى العملاء منافع ملموسة للنشاط نتيجة لهذه الإجراءات التدخلية.
- وعلى المستوى الشامل لحفاظة أعمال المركز، تعلمنا أن تصميم البرامج يجب أن يراعي التوازن بين الأهداف الاقتصادية البحتة المتمثلة في تعظيم نمو الصادرات مع تلك الأهداف الخاصة بالحد من الفقر وإحداث أكبر أثر اجتماعي.
- كما تعلمنا أن تصميم الإدارة القائمة على نتائج يجب أن يأخذ في الحسبان أن شمولية الشرائح المستضعفة والفقراء في القطاع غير الرسمي قد يتطلب تدخلات مساعدة فنية مرتبطة بالتجارة أكثر كثافة لاستخدام الموارد لكل دولار في الدخل الجديد المتأتي من التصدير مقارنة بالعمل مع المؤسسات الجاهزة للتصدير.

التطلع إلى المستقبل: الابتكار يعمل على دفع الشمولية والاستدامة

في السنتين 2012-2013، سيواصل المركز الابتكار لوضع الشمولية في صلب الأنشطة الرئيسية لحفاظة أعماله، وتطوير نهج تسمح لشركائنا من منظمات دعم التجارة لبناء هذه المبادئ ضمن منظومة الخدمات التي يقدمونها. ولدينا تصور لهذه البرامج بناءً على طلبات عملائنا، ويعتمد تحقيقها على مساندة الجهات المانحة.

زيادة نطاق برنامج المجتمعات المحلية الفقيرة وبرنامج التجارة

يزداد نطاق هذا البرنامج حيث بدأ تجريبياً في كينيا وأوغندا ثم ما هو يمتد إلى 3 بلدان على الأقل تتضمن غانا، بمساعدة من سويسرا، وهايتي. وسيعمل هذا البرنامج على تكييف عناصر الخدمات التي يقدمها المركز مع العمل مع المجتمعات المحلية الفقيرة بصورة أوسع نطاقاً، ودراسة كيفية وضع المبادئ الرئيسية لهجه في صلب الأنشطة الرئيسية لحافطة أعماله مثل تقييم الأثر الاجتماعي. وفي عام 2012، سيسعى هذا البرنامج إلى إقامة منتدى لأفريقيا بأكملها يصل إلى عشرات الآلاف من المستفيدين على المدى المتوسط.

زيادة نطاق برنامج التجارة والمرأة وتسريع وتيرته

ستركز المرحلة الثانية من هذا المشروع 2013-2015 على 3 مجالات للنشاط لتحقيق المزيد من المنافع الاقتصادية للنساء ومجتمعاتهن:

- الاستمرار في مساعدة الشركات المملوكة للنساء لفهم متطلبات المشترين ونظام المشتريات الحكومية. وسيتناول هذا البرنامج قضايا من بينها عدم الوصول إلى المعلومات الخاصة بالمنافسات والدور الذي يمكن أن تلعبه أطراف الشراء في الشركات والحكومة والمؤسسات في تحديد أهداف الشراء من الشركات المملوكة للنساء. ويتأتى الطلب على الخدمات ذات الصلة بالمشتريات الحكومية بصورة أساسية من أفريقيا ومنطقة أمريكا اللاتينية والبحر الكاريبي مع التركيز على مصالح المشترين من الشركات في آسيا.
- الدعوة لدمج التمكين الاقتصادي للمرأة كهدف في الاتفاقيات والقرارات والإعلانات والإطارات الخاصة بالمساءلة ذات الصلة بها. في إطار المرحلة الثانية من هذا البرنامج، يعتزم المركز إطلاق حملة دعم مشتركة تحت اسم مؤقت هو "تمكين المرأة: دفع التجارة - التمكين الاقتصادي من أجل أثر مستدام". وسيكون محور التركيز الأساسي حول أجندة التنمية للأمم المتحدة بعد عام 2015 حيث يتم طرح فرصة كبيرة للتركيز على التمكين الاقتصادي للمرأة كهدف.
- تحسين توفير معلومات التجارة الاستخباراتية والممارسات الجيدة واستخدامها دعماً للتمكين الاقتصادي للمرأة. سنقوم بعمل المزيد من الأبحاث مع الشركاء بشأن الصلة بين مشاريع العمل الحر النسائية كعنصر تحفيزي لخلق فرص عمل، والفهم الأعمق للقيود المستندة إلى اعتبارات جنسانية تعوق التجارة. بالإضافة إلى ذلك، سنقوم بنشر تحليل دمج المساواة بين الجنسين ضمن تشخيصات التجارة وتحليل سلسلة القيمة التي تراعي المساواة بين الجنسين. وفي حين أنه من المعترف به أن المرأة تمثل حلقة وصل بين التجارة والتنمية، فإن الأثر المرجو لا يتحقق إلا إذا كانت المرأة تتحكم في الدخل.

دمج الشباب والبيئة في صلب تصميم استراتيجيات التصدير

يقوم المركز حالياً بإعداد منهجية لاستراتيجيات التصدير خاصة بالبيئة حيث سيتم اختبارها في 2012، كما يعتزم إعداد منهجية لاستراتيجيات التصدير خاصة بالشباب.

فهم فرص الأنشطة الاقتصادية المراعية للبيئة المتاحة للمؤسسات المصدرة الصغيرة والمتوسطة

يهدف برنامج التجارة وتغير المناخ والبيئة إلى تجربة العديد من الأنشطة الجديدة التي تركز على الإمكانيات الواعدة للأنشطة الاقتصادية المراعية للبيئة. ويتضمن ذلك دراستين للسوق في إطار شراكة بين القطاعين العام والخاص عن التجارة في المنتجات الحيوية في بيرو حيث تحلل هاتين الدراستين أثر تغير المناخ على المعروض من المنتجات الطبيعية، والقدرة التنافسية لهذه المنتجات المتأثرة من أمريكا اللاتينية في سوق الولايات المتحدة.

بناء أدوات تحليلية لفهم الأثر على الشمولية والاستدامة

سيعمل المركز على تحسين أدواته التحليلية وعملياته لفهم الأثر الذي نحدثه في مجالي الشمولية والاستدامة. وأثناء 2012، سنقوم بتطوير العمليات بهدف القياس الأفضل للأثر على النساء والشباب، وكذلك سنقوم بوضع خطوط أساس لإثراء ما نقوم به من أعمال في المستقبل. كما سنعمل على مسح الشركات الذي نقوم به على نطاق واسع لفهم كيفية انخراط النساء والشباب بشكل أفضل في الوقت الحالي في أنشطة التصدير وأين يتم ذلك. وبالنسبة للشباب، سنعمل على تقييم الاحتياجات لفهم المؤهلات المطلوبة في قطاعات محددة، وتطوير مدخلات البرامج التدريبية وبرامج بناء القدرات المصممة خصيصاً لأغراض معينة والتي يمكن أن تساعد في الوفاء بهذه المتطلبات. وفيما يتعلق بالبيئة والاستدامة، سنبدأ في مواجهة التحدي الخاص بالتوصيف الكمي للصلة بين التجارة والبيئة، مع النظر بصورة محددة إلى قطاعات مثل إدارة الأراضي، وكفاءة استخدام المياه، وغيرها من مجالات التجارة في المنتجات الزراعية.

البرامج القطرية والإقليمية

أفريقيا جنوب الصحراء

حقائق أساسية



نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي في 2011 بالدولار الأمريكي، في نطاق (تقديرات صندوق النقد الدولي):

- 14374 (غينيا الاستوائية)
- 197 (بوروندي)

نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي في 2011 بالدولار الأمريكي مقاساً بتبادل القوة الشرائية، في نطاق (تقديرات صندوق النقد الدولي):

- 24724 (سيشيل)
- 348 (جمهورية الكونغو الديمقراطية)

معدل نمو إجمالي الناتج المحلي السنوي (%) في 2011، في نطاق (تقديرات كتاب حقائق العالم الصادر عن وكالة الاستخبارات المركزية):

- 13,5% (غانا)
- 5,8% (كوت ديفوار)

مؤشر التنمية البشرية في 2011 - نطاق الترتيب:

- 52 (سيشيل)
- 186 (جمهورية الكونغو الديمقراطية)

عدد السكان في 2011 - النطاق:

- 162 مليون (نيجيريا، تقديرات الأمم المتحدة)
- 91000 (سيشيل، نتائج التعداد في 2010)

عدد البلدان:

45 بلدًا تتضمن 29 من أقل البلدان نموًا منها أيضًا 12 بلدًا غير ساحلي نام و3 دول نامية جزرية صغيرة؛ كما تتضمن 3 بلدان غير ساحلية نامية أيضًا و3 دول نامية جزرية صغيرة

عدد البلدان التي بها مشروعات لمركز التجارة الدولية في 2011:

21 بلدًا

إنجازات مركز التجارة الدولية في المنطقة في 2011:

19.6 مليون دولار أمريكي

إنجازات مركز التجارة الدولية المتوقعة في المنطقة في 2012:

21 مليون دولار أمريكي

نسبة الإنجازات القطرية والإقليمية لمركز التجارة الدولية في 2011:

60%

الشركاء الإقليميين لمركز التجارة الدولية والمناطق الفرعية:

- الجماعة الاقتصادية لدول غرب أفريقيا - غرب أفريقيا؛ والجماعة الاقتصادية لدول وسط أفريقيا - وسط أفريقيا¹
- مجموعة دول شرق أفريقيا - شرق أفريقيا والجماعة الإنمائية للجنوب الأفريقي - جنوب أفريقيا²

عرض عام للمنطقة

يرى مركز التجارة الدولية أن العقد الأفريقي قد أتى في نهاية المطاف، وأنه من خلال المساندة السليمة، فإن كثير من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في هذه القارة ستكون قادرة على الاندماج في منظومة التجارة العالمية، وستحقق نموًا مستدامًا وشاملاً للجميع في مجتمعاتها المحلية وخارجها. وعلى مدى العقد الماضي، شهدت أفريقيا معدلات نمو غير مسبوق، وحتى الأزمة المالية العالمية لم تستطع أن توقف هذه القوة الدافعة.

¹ غرب أفريقيا (الجماعة الاقتصادية لدول غرب أفريقيا): بنين، وبوركينا فاسو، وغامبيا، وغينيا، وغينيا بيساو، وليبيريا، ومالي، والنيجر، والسنغال، وسيراليون، وتوغو، وكوت ديفوار، وغانا، ونيجيريا، والرأس الأخضر؛ أفريقيا الوسطى (الجماعة الاقتصادية لدول وسط أفريقيا): الكاميرون، والكونغو، والجابون، ووساو تومي وبرنسي، وأنغولا، وبوروندي، وتشاد، وجمهورية أفريقيا الوسطى، وجمهورية الكونغو الديمقراطية، وغينيا الاستوائية.

² شرق أفريقيا (مجموعة دول شرق أفريقيا): كينيا، وبوروندي، وجمهورية تنزانيا المتحدة، ورواندا، وأوغندا؛ جنوب أفريقيا (الجماعة الإنمائية للجنوب الأفريقي): أنغولا، وبتسوانا، وجمهورية الكونغو الديمقراطية، وليسوتو، ومدغشقر، ومالاوي، وموريشيوس، وموزامبيق، وناميبيا، وسيشيل، وجنوب أفريقيا، وسوازيلاند، وجمهورية تنزانيا المتحدة، وزامبيا، وزيمبابوي.

وفي 2011، نما إجمالي الناتج المحلي في منطقة أفريقيا جنوب الصحراء بمعدل بلغ 5,5% تقريباً، بل وتجاوز في عدد من البلدان 7% - يمثل هذا المعدل بداية المضي قدماً نحو تخفيض أعداد الفقراء بصورة كبيرة ومستدامة. ومن الموقع أن يشهد بلد واحد على الأقل هو إثيوبيا معدلات نمو تصل إلى حوالي 11% في 2012. ومن المتوقع أن يزداد عدد الأسر المعيشية التي تتمتع بفائض دخل بواقع 50% لتصل إلى 128 مليون أسرة معيشية في 2020³ وعندئذٍ من المتوقع أن يكون لدى أفريقيا أكبر قوة عمل في العالم - 1,1 مليار - تتجاوز قوة العمل في الصين والهند. وحتى ينسنى توفير فرص عمل لهذا العدد من الشباب الداخل إلى سوق العمل، من الأهمية الشديدة التركيز على قطاعات تتمتع بإمكانات لتوفير فرص عمل كبيرة للشباب. هذا وفي 2010 بلغت الاستثمارات الأجنبية المباشرة في أفريقيا 554 مليار دولار أمريكي، وهو ما يتجاوز بكثير الإجمالي الذي حققته الهند والبالغ 198 مليار دولار أمريكي.

من خلال الاستفادة من نمو التجارة العالمية وارتفاع أسعار السلع، سجلت المناطق الفرعية في أفريقيا جنوب الصحراء معدلات نمو اقتصادي بلغت 5,3%، و6,7%، و4,5%، و6% لوسط أفريقيا، وشرق أفريقيا، وجنوب أفريقيا، وغرب أفريقيا على التوالي. أما المعدلات المتوقعة تحقيقها في 2012 فهي 5,7%، و6,7%، و5,5%، و6,8%⁴. وتشير هذه المعدلات القوية في نمو إجمالي الناتج المحلي بعد الأزمة المالية والاقتصادية العالمية في 2008-2009 مع الأزمة السياسية التي شهدتها كوت ديفوار مؤخراً إلى إمكانية حدوث معدلات نمو تبدأ من 10% حال توافر الظروف المواتية.

المشهد التجاري الإقليمي

على الرغم من معدلات النمو المذهلة التي تحققت في أفريقيا، لا تزال صادراتها تمثل 4% من التجارة العالمية، ولا تتجاوز 1% في حالة استبعاد البترول والغاز. بالإضافة إلى ذلك، نجد أن نسبة التجارة بين بلدان أفريقيا بالنسبة لإجمالي التجارة منخفضة إذ تصل إلى 11% مقارنة بما يبلغ حوالي 40% في شمال أمريكا، و60% في غرب أوروبا، و50% في آسيا⁵. كما يتواجد في أفريقيا أعلى تركيز لمنتجات التصدير مقارنة بجميع المناطق في العالم حيث يقتصر على مجموعة من السلع الزراعية، والمعادن، وفي غرب أفريقيا، البترول. أما الصادرات من السلع المصنعة فهي لا تكاد تُذكر، مع وجود بضعة استثناءات ملحوظة في أوغندا، ورواندا، وإثيوبيا. ويرتبط ذلك مع معدلات تركيز سوق الصادرات المرتفعة. ويمثل تنوع الإمكانات غير المستغلة للتجارة واستثمارها بين بلدان المنطقة الواحدة فرصتين كبيرتين لهذه القارة.

التحديات كبيرة وهي: تدني ترتيب أفريقيا من حيث تسهيل التجارة. عدم تطور سلاسل التوريدات في البلدان وعلى مستوى المنطقة، وتفتت الأسواق، وصعوبة عبور الحدود. وفي الوقت نفسه، تعاني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات الإمكانات العالية في هذه القارة من عجز في التمويل بسبب نقص رؤوس الأموال ذات الأسعار المعقولة. كما تعاني من عدم توافر الخدمات الاستشارية، والمعلومات الخاصة بأسواق التصدير، وجودة الإنتاج والكفاءة المطلوبة لتحقيق النجاح والاستدامة لأنشطة التصدير. وهذه هي التحديات التي يتعين على مركز التجارة الدولية مساعدة الحكومات في التصدي لها.

واعترافاً بأهمية التجارة بين بلدان أفريقيا، قررت حكومات أفريقيا في مؤتمر القمة الثامن عشر للاتحاد الأفريقي الذي عُقد في أديس أبابا بإثيوبيا في يناير/كانون الثاني 2012 إنشاء منطقة تجارة حرة للقارة (CFTA). ويأتي التأكيد على التقاء أفريقيا مع بقية مناطق العالم من خلال التكامل الاقتصادي الإقليمي كأولوية بالنسبة لمركز التجارة الدولية في هذه المنطقة (انظر الإطار النصي في صفحة 28). وفي غرب أفريقيا ووسطها، نجد أن معدلات التجارة بين بلدان هذه المنطقة هامشية باستمرار، مما يعكس عدم وجود تسهيلات تجارية مناسبة، وعدم توافر معلومات حول فرص التجارة الموجودة لدى الدول الأعضاء، وكذلك وجود معوقات بيروقراطية. من ناحية أخرى، نجد أن بلدان شرق أفريقيا وجنوبها شهدت توسعاً في صادراتها كما قام العديد من البلدان بإنشاء نوافذ إقليمية فيما بينها للمضي قدماً نحو إقامة أسواق مشتركة على مدار الخمس سنوات الماضية.

وتواصل البلدان الأفريقية ضمان الحصول على أموال للتنمية من الجهات المانحة والتي يتم تخصيص جزء منها للمساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة. ولكن العديد من البلدان خاصة الأقل نمواً تواجه مشكلات تتعلق بالاستجابة الكافية لهذه الفرص نظراً لعدم توافر القدرات على تصميم المشاريع، وتنسيق مشاركة شركاء التنمية، والقيام بإجراءات الموافقة على المشاريع الوطنية وفق المعايير المحددة مثل تلك الخاصة بمعايير الإطار المتكامل المحسن. كما نلاحظ أن القدرة على استيعاب المساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة تجد معوقات بسبب ضعف البنية التحتية للمؤسسات دعم التجارة، ومنظمات القطاع الخاص الأخرى التي من خلالها يمكن توجيه المساندة بصورة أكثر كفاءة واستدامة لزيادة قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المنافسة. وتمثل معالجة هذه القضايا عنصراً أساسياً لإطلاق الطاقات الكامنة للقطاعات في أفريقيا، وتحقيق أثر التصدير من خلال المعاملات التي تتم داخل البلد المعني مع السائحين والمستثمرين الأجانب.

الحاجة إلى موارد

سيركز نهج مركز التجارة الدولية الخاص بالمساعدة الفنية في المنطقة على التحديات التي وردت أعلاه. وقد تم تحديد 5 مجالات ذات أثر مرتفع لتسهيل دمج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في منظومة التجارة العالمية، والمساعدة على تعزيز النمو المستدام والمنصف، ومعالجة قضايا عدم المساواة بين الجنسين، وخلق فرص عمل. ومن خلال العمل في إطار استراتيجيات التنمية الوطنية والإقليمية وأولوياتها، يقوم المركز أيضاً بإضافة

³ المصدر: ماكينزي 2010: الأسود على الطريق: تقدم اقتصاديات أفريقيا وإمكاناتها.

⁴ المصدر: "تقرير الأفاق الاقتصادية لأفريقيا 2011".

⁵ المصدر: الاتحاد الأفريقي 2010: تحقيق التكامل الذي يركز على الأفراد وينتجه نحو التنمية، جلسة في مؤتمر وزراء التجارة في الاتحاد الأفريقي، كيغالي، نوفمبر/تشرين الثاني 2010.

خبرته العملية أيضاً إلى البرامج متعددة الوكالات الأكبر حجماً. ويشارك المركز بوصفه عضواً نشطاً في مجلس الرؤساء التنفيذيين لمنظومة الأمم المتحدة المعني بمجموعة الوكالات المعنية بالتجارة والتنمية بصورة تامة في البرامج المشتركة تحت مبادرة الأمم المتحدة لتوحيد العمل.

كما نبحت مع شركائنا في التنمية على المستوى الوطني والإقليمي عن موارد إضافية نستطيع من خلالها تحقيق مزيد من الأثر في المجالات الرئيسية التالية:

النهوض بالتكامل الإقليمي والتجارة متعددة الأقاليم في أفريقيا

على الرغم من كثرة عدد خطط التكامل، إلا أن التكامل بين الأسواق في منطقة أفريقيا جنوب الصحراء لا يزال ضعيفاً. ومع ذلك هناك زخم سياسي بين الحكومات من أجل المزيد من التكامل الإقليمي. وبالتالي، نجد أن ضمان التقارب الأفريقي من خلال التكامل الاقتصادي الإقليمي يمثل أولوية بالنسبة لمركز التجارة الدولية. وترتكز أنشطة برامجنا على تشجيع الروابط بين الجماعات الاقتصادية الإقليمية والقطاع الخاص ومؤسسات دعم التجارة.

وفي 2012، وفي إطار المرحلة الثانية من برنامج بناء القدرات التجارية الأفريقية (PACT II)، سواصل جهودنا الرامية إلى دعم الكوميسا، والجماعة الاقتصادية لدول غرب أفريقيا، والجماعة الاقتصادية لدول وسط أفريقيا من خلال تعزيز قدراتها التنظيمية وهياكلها العملية بهدف البدء في تنمية التجارة الإقليمية وقيادتها. ويتضمن ذلك تحليل السوق، وترتيبات الربط بين مؤسسات دعم التجارة، وآليات التواصل مع القطاع الخاص؛ وتنمية قدرات منظمات القطاع الخاص لصياغة الأوضاع الخاصة بسياسات التجارة، ومساندة قطاع أنشطة الأعمال؛ وتعزيز القدرات الخدمية لدى المنظمات التي تقوم بتوفير الأوضاع القانونية لأنشطة الأعمال؛ وتحسين شبكات معلومات التجارة الإقليمية؛ والتركيز على اهتمام أصحاب المصالح بشأن تحسين سلاسل القيمة الإقليمية لمنتجات مثل الجلود، والبن، والمانجو. وفي إطار مشروع كوت ديفوار لدعم التجارة والتكامل الإقليمي، ستجري متابعة العمل على تحسين التجارة الإقليمية في غرب أفريقيا من خلال المزيد من قوانين التجارة المناسبة، وتحسين فهم فرص التجارة الإقليمية من جانب القطاع الخاص، وزيادة قدرة القطاع الخاص على التعبير عن رأيه في التصدي لمعوقات التجارة الإقليمية. ويساند برنامج التدابير غير الجمركية (انظر صفحة 6) هذه الجهود من خلال زيادة الشفافية وفهم المعوقات غير الجمركية للتجارة. وسيتم القيام بمسوحات عن التدابير غير الجمركية في كوت ديفوار وفي معظم بلدان مجموعة دول شرق أفريقيا، كما تُبذل جهود في الوقت الحالي لخلق روابط مع إطار رصد التدابير غير الجمركية بين بلدان المنطقة الواحدة.

وسيركز مشروع لاحق لعمل مركز التجارة الدولية المتعلق ببلدان برنامج السلع الزراعية لكل دول أفريقيا، والبحر الكاريبي، والمحيط الهادي ممول من الاتحاد الأوروبي ومن المتوقع أن يبدأ في 2012 على تنمية قطاع الفطن في غرب أفريقيا ووسطها لتمكين المنتجين من التعامل بصورة مباشرة مع العملاء الدوليين، ومن ثم جني منافع أكثر مما يتم حالياً.

ويعمل مركز التجارة الدولية في الوقت الحالي على توسيع نطاق برنامجه في المنطقة في 2012، وبناء قدرات الجماعات الاقتصادية الإقليمية من أجل تحسين صياغة مشاريع مبادرة المعونة من أجل التجارة على المستوى الإقليمي وتسهيلها. كما نهدف إلى تعزيز روابط التعاون بين الجماعات الاقتصادية الإقليمية من أجل تبادل المعلومات بهدف التنفيذ المشترك للمشروعات في نهاية الأمر لزيادة حجم التجارة في إطار منطقة التجارة الحرة للقارة. كما نعتمد على خبرات المرحلة الثانية من برنامج بناء القدرات التجارية الأفريقية وتجاربها، ونستكشف من خلال العمل مع الجماعات الاقتصادية الإقليمية والجهات المانحة المحتملة، برنامج تابع للتعاون ويقدم حلولاً واستراتيجية للاستجابة تركز على أوضاع المنطقة، وكذلك جميع احتياجات البلدان المتعلقة بتنمية التجارة في سياق أجندة التكامل الإقليمي لديها. وكجزء من برنامج المرأة والتجارة، نبحت عن تمويل لتوسيع نطاق المبادرة التجريبية الخاصة بالتاجرات النساء عبر الحدود في مجموعة دول شرق أفريقيا وجنوب السودان، حتى يتسنى لهن الدخول إلى أسواق البلدان المجاورة.

التركيز على الاحتياجات الخاصة للبلدان الأقل نمواً وفق الإطار المتكامل المحسن

يعتبر الإطار المتكامل المحسن آلية تنمية مهمة للمنطقة، كما إنه ينظر إليه على نطاق واسع على أنه أداة لتجربة منهجية لتقديم المعونة من أجل التجارة. ومع ذلك، لم يرق العديد من البلدان الأقل نمواً إلا مؤخراً بإنشاء وحدات التنفيذ الوطنية المطلوبة. ونظراً للتحديات الموجودة في تصميم المشروع وتنفيذه، والتنسيق بين الشركاء، نجد أن التقدم نحو إنهاء المرحلة الثانية من مقترحات المشروع وتقديمها بطيئاً. ويعتزم مركز التجارة الدولية مساعدة البلدان الأقل نمواً للتغلب على هذه المشكلات من خلال بناء القدرات اللازمة للبنية الأساسية الوطنية للإطار المتكامل المحسن من خلال أدوات خاصة بالبلدان، والتدريب على تنفيذ المشروعات، والتنسيق بين الجهات المانحة. ويتضمن ذلك دمج قضية المساواة بين الجنسين في تصميم مشروعات الإطار المتكامل المحسن. كما سيساعد مركز التجارة الدولية البلدان الأقل نمواً في تطوير المرحلة الثانية من المشروعات، وفي 2012، من المتوقع الانتهاء من المقترحات التي تم إعدادها بالاشتراك مع بنين، وتشاد، وجزر القمر، وليسوتو، وأغندا، وزامبيا.

تقليص الفقر من خلال السياحة

تتمتع الكثير من البلدان في شرق أفريقيا وجنوبها بإمكانات تجعلها من المقاصد السياحية الكبيرة بداية من رحلات السفاري إلى السياحة الثقافية والترفيهية وسياحة الشواطئ. وعالمياً، تسيطر على صناعة السياحة شركات متعددة الجنسيات، لكنها أيضاً تخلق فرصاً للروابط مع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قطاعات أخرى من الأنشطة الاقتصادية - الخدمات الزراعية ومنتجاتها مثل الزراعة العضوية، وسياحة المزارع، والصناعات الخفيفة والأعمال اليدوية (الفنون، والصناعات الحرفية، والتذكارات)، وقطاع الخدمات (الصحة، والتجميل، والترفيه). وأثناء 2012، سيقوم مركز التجارة الدولية بإطلاق مشروع ممول من سويسرا بالاشتراك مع العديد من الوكالات الأخرى لربط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قطاع البساتين لتوفير الزهور للفنادق في جمهورية تنزانيا المتحدة. وفي موزامبيق، يعمل المركز مع وزارة السياحة على تطوير السياحة المتنوعة ذات الجودة التي تحقق أكبر أثر ممكن على فرص توفير الدخل للشركات متناهية الصغر وتشجيعها. وطلبت غامبيا من المركز تحديد الفرص الخاصة بربط صغار المنتجين المحليين مع قطاع السياحة في إطار المشروع الجديد الذي يتم وفق الإطار المتكامل المحسن الذي سيبدأ في أواخر هذا العام. وتجري الآن مناقشة مشروع في قطاع السياحة في أوغندا وفق الإطار المتكامل المحسن.

التوظيف وتنمية الشباب

يعتبر إيجاد فرص عمل أكثر وسيلة فعالة لإنقاذ شريحة من السكان من براثن الفقر على نحو مستدام، ومن ثم يركز مركز التجارة الدولية بصورة رئيسية على هذا المجال مع الاهتمام الخاص بالشباب. ونجد أن القطاع غير الرسمي سريع النمو في مدن القارة يوفر فرص عمل لجميع فئات الشباب سواء أكانوا ذوي مهارات أو بدون مهارات. ومن الملاحظ أن تسهيل انتقال هذه المؤسسات التي توفر فرص عمل لهؤلاء العاملين إلى القطاع الرسمي سيبطئ فرص عمل أكثر استقراراً. ويتمتع مركز التجارة الدولية بخبرة في مجال نقل هذه المجتمعات المهمشة والتي تعاني من البطالة إلى الاقتصاد الرسمي، وذلك كما ظهر من خلال مبادرة الأزياء الأخلاقية في كينيا وأوغندا. ويمثل هذا البرنامج نهجاً نحو تصميم الملابس ومنتجات الأناقة، وشرائها، وتصنيعها يتم من خلاله وضع المجتمعات الأفريقية المحرومة والجماعات الموجودة فيها التي تعمل كجهات تصنيع غير رسمية - ومعظمهم من النساء - في سلسلة القيمة الدولية المرتبطة بأسماء كبرى للعلامات التجارية في صناعة الأزياء. ومن خلال التمويل الذي تقدمه سويسرا، توسع هذا المشروع ليصل إلى غانا منذ يناير/كانون الثاني 2012.

وفي 2012 سيبهرم مركز التجارة الدولية مشروعاً ممولاً من فلاندرز لمساعدة صغار مزارعي الخضروات في مالاوي، وموزامبيق، وجنوب أفريقيا للبيع مباشرة إلى سلاسل المتاجر الكبرى، ومن ثم زيادة الدخل وفرص العمل. وفي العديد من البلدان الأخرى، حدد المركز قطاعات لديها إمكانات تصديرية ويمكن أن تحدث أثراً في توفير فرص العمل، كما يعمل الآن على تحسين سلاسل قيمة القطاعات على جميع المستويات - صغار المنتجين، والمصدرين، ومؤسسات دعم التجارة، والسياسات والاستراتيجيات. وبالنسبة لسنة 2012، فإن ذلك يتضمن العمل في إطار برنامج المرحلة الثانية من الصندوق الاستئماني الهولندي في السنغال (المانجو)، وكينيا (أشجار الفواكه)، وأوغندا (البن)، وجنوب أفريقيا (شجر الرويبوس، وقطع غيار السيارات)؛ وفي إطار المشروع الجديد وفق الإطار المتكامل المحسن في غامبيا (القول السوداني، والسهم، والكاجو). ويشجع برنامج التجارة، وتغير المناخ، والبيئة الممول من الدانمرك الفرص أمام صغار المزارعين في تجارة المنتجات العضوية والزراعة العضوية. أما برنامج الوصول (ACCESS!) الممول من كندا فيركز بصورة خاصة على توفير فرص العمل والفرص الاقتصادية للفتيات (الشابات)، مما يعمل على تعزيز دعم التجارة وشبكات السيدات صاحبات الأعمال، وفي برنامج المرأة والتجارة الممول من المملكة المتحدة، يتم تشجيع إنشاء الجمعيات النسائية لقطاع البن في شرق أفريقيا.

وفي حال توافر الموارد، يعتزم مركز التجارة الدولية العمل في العديد من البلدان الأفريقية الأقل نمواً بشأن تسهيل تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأنشطة الأعمال التجارية المجتمعية من خلال مساعدتها على الاندماج في سلاسل القيمة المحلية والإقليمية.

تشجيع التعلم المؤسسي من خلال التعاون بين بلدان الجنوب والتعاون الثلاثي

بالإضافة إلى التجارة بين بلدان المنطقة الواحدة، هناك مجالات تعاون أخرى يمكن أن تحقق منافع مشتركة لبلدان المنطقة، وتسهم في النمو الذي تقوده الصادرات. وسيشجع مركز التجارة الدولية الآليات التالية لدعم التنمية والتعلم المؤسسي من خلال التعاون بين بلدان الجنوب:

- نشر خدمات الدعم الاستشارية لضمان استناد تنمية قدرات مؤسسات دعم التجارة إلى تشخيصات شاملة للقدرات الداخلية والخارجية والتحديات الموجودة؛
- التعاون بين الشركات لتحسين القدرة على المنافسة الدولية.

وهناك مبادرة ممولة من المنظمة الدولية للبلدان الناطقة بالفرنسية لربط المنتجين في غرب أفريقيا ووسطها ومؤسسات دعم التجارة مع نظرائهم من منطقة ميكونغ في آسيا ستستمر في 2012.

في بؤرة التركيز: التكامل الإقليمي

أصبح التكامل الإقليمي قضية مهمة لوضعي السياسات في البلدان النامية والبلدان الساندة على طريق التحول الاقتصادي. وكما ورد في الفصول الخاصة بالإقليم في هذه الوثيقة، يلتزم مركز التجارة الدولية بمساعدة عملائه على الاستفادة من التكامل الوثيق للاقتصاديات المتجاورة، وهو ما يمكن أن يسهم بصورة كبيرة في النمو الاقتصادي والتنمية. ويتأتى من أسواق التجارة والاستثمارات الإقليمية الأكبر حجمًا زيادة القدرة على المنافسة نظرًا لانخفاض معوقات التجارة والمخاطر المنخفضة التي تواجه التجارة والاستثمارات، والمكاسب الإنتاجية من خلال اقتصاديات الحجم. وعلى ما يبدو فإن التجارة الإقليمية بين البلدان النامية المتجاورة تتضمن نسبة أكبر من المواد المصنعة، مع زيادة القيمة المضافة، مقارنة بالصادرات إلى بقية العالم. وتعني زيادة التبادل التجاري بين بلدان المنطقة الواحدة أيضًا المزيد من التنوع الجغرافي، كما تتيح المزيد من الفرص للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة نظرًا لقلة متطلبات الاستثمارات المباشرة، وتشابه متطلبات المنتجات والخدمات الخاصة بالعملاء. وعلى ضوء أهمية تركيب الصادرات من أجل النمو طويل الأجل، نجد أن المزيد من التكامل بين المناطق قد يعمل على زيادة نصيب الفرد من الدخل وتحقيق استدامة لتوفير فرص العمل في صناعات ديناميكية.

منطقة التجارة الحرة الأفريقية

قرر الاتحاد الأفريقي تسريع وتيرة إنشاء المنطقة الحرة الأفريقية بحيث يتم استكمالها في 2017. وحتى يتسنى تحقيق ذلك، تبنى الاتحاد خطة عمل لتعزيز التجارة بين البلدان الأفريقية من خلال التغلب على التحديات في العديد من مناطق التجمعات. وتضمن ذلك:

- **السياسة التجارية.** دعم البرامج وتنفيذها لتعزيز دور القطاع الخاص المنظم، والقطاع الخاص غير الرسمي والنساء في التجارة من خلال حوار بين القطاعين العام والخاص.
- **تسهيل التجارة.** تسريع وتيرة انتقال السلع عبر ممرات التجارة الموجودة.
- **تمويل التجارة.** تم إنشاء هذه المجموعة بهدف تطوير المؤسسات المالية الأفريقية وآليات تشجيع التجارة والاستثمارات بين البلدان الأفريقية وتعزيزها.

استجابة مركز التجارة الدولية: شركات استراتيجية لتسهيل المساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة وتنفيذها

يسعى مركز التجارة الدولية بصورة نشطة لتعزيز شراكاته بهدف تسهيل حوار السياسات بين القطاعين العام والخاص ودعمه. وهناك مبادرة تتمثل في دعم لجنة سياسات تجارة القطاع الخاص بين البلدان الأفريقية (PAFTRAC) وأمانتها لدى البنك الأفريقي للصادرات والواردات. وقد تم تشكيل هذه اللجنة لتوفير إطار لتسهيل مشاركة القطاع الخاص الأفريقي وانخراطه في قضايا التجارة في القارة، ويتضمن ذلك صياغة سياسات التجارة والمفاوضات التجارية. وتتضمن هذه الأجنحة الموضوعات التالية التي سيدعمها مركز التجارة الدولية إن توفرت الموارد:

- **تسهيل التجارة.** دعم مننديات القطاع الخاص التي تساعد على تحديد أساليب تحسين إجراءات تسهيل التجارة، ورصد تنفيذها على المستويين الوطني والإقليمي. وسيساعد ذلك الحكومات على التغلب على أوجه القصور والحد من المقاومة التي تعارض وجود نظام قوي ومتكامل لإدارة الحدود، وتشجيع الهيئات الحكومية على تقديم خطط التنظيم الذاتي وتنفيذها. ولن يؤدي ذلك إلى تحسين مستويات الامتثال فقط، ولكن أيضًا خفض التكاليف التي يتم تكبدها لضمان الامتثال.
 - **المعايير والتدابير غير الجمركية.** دعم تأسيس وتنفيذ آلية لرصد التدابير غير الجمركية وإزالتها وإعداد التقارير بشأنها لوضع إطار مشترك للتخلص المنهجي من التدابير غير الجمركية على المستويين الوطني والإقليمي. كما ستدعم لجنة سياسات تجارة القطاع الخاص بين البلدان الأفريقية بناء القدرات في القطاع الخاص لتمييز التدابير القانونية عن التدابير غير القانونية التي يجب حسمها من خلال آليات بين الحكومات المعنية. كما ستساعد اللجنة القطاع العام على إيجاد سبل لتحديد المستويات المناسبة من التعقيد التي تفي بمتطلبات الصناعات الوطنية والإقليمية بدون أي تكاليف باهظة.
 - **التجارة في الخدمات.** مساعدة الحكومات في توضيح، من منظور أنشطة الأعمال التجارية، النطاق العريض لأهداف السياسات التي ترغب في تحقيقها في مفاوضات الخدمات على المستويات الإقليمية، والقارية، ومتعددة الأطراف؛ وتصميم خارطة طريق لقطاع الخدمات من خلال تأسيس لجنة توجيه متعددة القطاعات تعالج مختلف القضايا.
 - **تمويل التجارة.** تسهيل نشر المعلومات على الشركات بشأن أدوات تمويل التجارة المقدمة من البنوك والمؤسسات المالية الأخرى، وتشجيع الحوار الشامل للجميع بشأن النمو، وتطوير نظام مالي قاري يتسم بالقوة والحيوية والقدرة على المنافسة والتنظيم الجيد لأفريقيا.
- وستتطلب المساعدة الفنية في هذه المجالات موارد مالية لتنظيم حلقات العمل والأبحاث بشأن إعداد أوراق عمل للمواقف الخاصة بالسياسات.

الدول العربية

حقائق أساسية



نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي في 2011 بالدولار الأمريكي، في نطاق (تقديرات صندوق النقد الدولي):

- 97967 دولارًا أمريكيًا (قطر)
- 1227 دولارًا أمريكيًا (موريتانيا) (الصومال، غير محدد)

نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي في 2011 بالدولار الأمريكي مقاسًا بتبادل القوة الشرائية، في نطاق (تقديرات صندوق النقد الدولي):

- 102891 دولارًا أمريكيًا (قطر)
- 2212 دولارًا أمريكيًا (موريتانيا) (الصومال، غير محدد)

معدل نمو إجمالي الناتج المحلي السنوي (%) في 2011، في نطاق (تقديرات كتاب حقائق العالم الصادر عن وكالة الاستخبارات المركزية):

- 18.7% (قطر)
- -2.5% (اليمن)

مؤشر التنمية البشرية في 2011، نطاق الترتيب:

- 30 (الإمارات العربية المتحدة)
- 169 (الصومال) (السودان، غير محدد)

عدد السكان في 2011 - النطاق:

- 81 مليون نسمة (مصر، ساعة السكان الرسمية)
- 906000 (جيبوتي، تقديرات الأمم المتحدة)

عدد البلدان:

21 بلدًا منها 5 بلدان أقل نموًا، ودولة جزرية نامية صغيرة

عدد البلدان التي بها مشروعات لمركز التجارة الدولية في 2011:

14 بلدًا، منها 4 بلدان أقل نموًا

إنجازات مركز التجارة الدولية في المنطقة في 2011:

4.2 مليون دولار أمريكي

إنجازات مركز التجارة الدولية المتوقعة في المنطقة في 2012:

4.5 مليون دولار أمريكي

نسبة الإنجازات القطرية والإقليمية لمركز التجارة الدولية في 2011:

13%

الشركاء الإقليميين لمركز التجارة الدولية والمناطق الفرعية:

- البلدان العربية الأقل نموًا⁶
- المصدرة لمنتجات غير بترولية⁷
- المصدرة لمنتجات بترولية⁸

أمثلة على حقائق تجارية 2010 (خريطة التجارة لمركز التجارة الدولية)

صادرات المنطقة: 5.5% من الصادرات السلعية العالمية، لكن:

- 99% من زيت الياسمين الأساسي (معظمها من المغرب)
- 78% جذور العرقسوس (76% من المغرب)
- 48% من الماعز والأغنام الحية (14% من سوريا)
- واردات المنطقة: 3.9% من الواردات السلعية العالمية، لكن:
- 27% من الشعر البشري، خام (معظمها من تونس)
- 23% من السكر المكرر (4% من الإمارات العربية المتحدة)
- 23% من القمح والمسلين (6% من مصر)

عرض عام للمنطقة

تضم منطقة الوطن العربي 21 بلدًا تأثر بشدة من الناحية الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية بموجة الحركات الاجتماعية التي عُرفت بثورات الربيع العربي. ولا تزال الثورات والاحتجاجات المدنية التي انفجرت في أواخر 2010 مستمرة، مما نجم عنها فترات تحول سياسية طويلة في العديد من البلدان. ولا يزال العديد من الحكومات في مرحلة تحديد خارطة الطريق نحو الإصلاح السياسي والاقتصادي. كما أدت ظلال الشك والريبة في المشهد السياسي والصراع المسلح والأزمة المالية في أسواق التصدير الأوروبية الكبرى إلى إضعاف البلدان المصدرة لمنتجات غير بترولية والبلدان الأقل نموًا على وجه الخصوص. وقد تراجع متوسط الأنشطة الاقتصادية في هاتين المجموعتين من البلدان في 2011 بمقدار 0.5%. ومن المتوقع أن يشهد العالم العربي بأسره زيادة في النمو في 2012 تصل إلى 4.2%، وذلك على الرغم من التباين الشديد بين البلدان؛ وفي حين أنه من المرجح أن تتعافى البلدان المصدرة لمنتجات غير بترولية وتحقق معدلات نمو تصل إلى 2.4% في المتوسط، سيزداد تراجع إجمالي الناتج المحلي في البلدان الأقل نموًا بنسبة 2.9%. ومن المتوقع أن تحقق البلدان المصدرة لمنتجات بترولية معدلات نمو تصل إلى 4.4% في 2012، وهي أقل مما بلغ 5.8% في 2011.

⁶ جيبوتي، وموريتانيا، والسودان، والصومال، واليمن.

⁷ مصر، والعراق، والأردن، ولبنان، والمغرب، والأراضي الفلسطينية المحتلة، وسوريا، وتونس.

⁸ الجزائر، والبحرين، والإمارات العربية المتحدة، والكويت، وليبيا، وعمان، وقطر، والمملكة العربية السعودية.

وعلى الرغم من خصوصيات كل بلد، نجد أن هناك تحديات إنمائية مشتركة بالنسبة لمعظم بلدان المنطقة. فعدم المساواة في الدخل، على سبيل المثال، يمثل عاملاً مهماً في كل البلدان تقريباً. ويبلغ متوسط معدلات الفقر 39٪ بينما يصل إلى 59٪ في أقل البلدان نمواً. كما يلاحظ أن التنمية الاقتصادية في معظم البلدان لم تكن شاملة، ولم يتم تقاسم منافع النمو على نحو عادل. ونجم عن ذلك مزيداً من التهميش للمجتمعات المحلية المستضعفة لا سيما النساء والشباب العاطل والمزارعين الذين لا يملكون أراض. وتمثل البطالة مشكلة مزمنة حتى في البلدان المرتفعة الدخل والمرتفعة الدخل بشدة: وتبلغ معدلات البطالة حوالي 15٪ في المنطقة ككل، ولكنها تزيد إلى حوالي 25٪ بين الشباب. ومع ثلاث سنوات لا تزال باقية لتحقيق الأهداف الإنمائية للألفية، من المرجح ألا يحقق هذه الأهداف سوى البلدان المصدرة لمنتجات بترولية التي يرتفع فيها الدخل.

المشهد التجاري الإقليمي

حققت صادرات معظم الدول العربية تراجعاً في 2011 من حيث الحجم والقيمة. وبوجه عام، شهدت المنطقة نمواً في الصادرات بلغ حوالي 4,8٪ تقريباً، لكن هذا المتوسط يغطي تباينات كبيرة بين البلدان المختلفة في المنطقة: فقد شهدت 6 بلدان تراجعاً في القيمة الحقيقية لصادراتها ما بين 0,6٪ (الجزائر) و15٪ (السودان)؛ وفي الوقت نفسه، استفادت البلدان المصدرة لمنتجات بترولية، باستثناء ليبيا التي أدمتها الصراعات، من ارتفاع أسعار البترول والغاز، وزادت صادراتها بواقع 6,7٪ في 2010.

ومن منظور الاقتصاد الكلي، نجد أن عدم تنوع الصادرات يعرض معظم البلدان لمخاطر الطلب الخارجي السلبي وصددمات الأسعار. وعلى الرغم من أن عدداً قليلاً من البلدان المصدرة لمنتجات غير بترولية، وأبرزها المغرب وتونس، نجحت على مدى السنوات العشرة الماضية في تقليل تركيز صادراتها، نجد أن الغالبية لا تزال تعتمد على عدد قليل من السلع المصدرة. كما أن الصادرات من البلدان العربية الأقل نمواً تتركز بصورة كبيرة تقريباً في منتجات محددة مثلها هو الحال بالنسبة للبلدان المصدرة لمنتجات بترولية. وفي المجموعة الأخيرة، كانت عمان والإمارات العربية المتحدة هما البلدان الوحيدتان اللذان خفضا تركيز صادراتهما على مدى السنوات العشرة الماضية. وتعتبر هيمنة المنتجات الهيدروكربونية في صادرات البلدان المصدرة لمنتجات بترولية تحدياً خطيراً أمام التجارة فيما يتعلق بالاستدامة الاقتصادية حتى بالنسبة للبلدان المرتفعة الدخل. وتُظهر البلدان المصدرة لمنتجات غير بترولية والبلدان الأقل نمواً اعتماداً كبيراً على المواد الخام، والمنتجات الزراعية، والمنتجات منخفضة القيمة المضافة.

ويأتي انخفاض التنوع في الصادرات على نحو مستمر كنتيجة لعوامل هيكلية تقوض قدرة البلدان المصدرة على المنافسة في الأسواق الدولية. فارتفاع تكاليف المعاملات التجارية بسبب الأعباء التي تفرضها لوائح التجارة، وعدم كفاية وسائل النقل، المرافق اللوجستية يفضي إلى تراجع هائل للميزات التنافسية، وكذلك الحال فيما يتعلق بضعف استخدام المعلومات الاستخباراتية التجارية. كما أن المعلومات الاستخباراتية التجارية بدائية للغاية وغالباً غير متاحة في المنطقة العربية، ولا تعتبرها البلدان المصدرة عاملاً مهماً في صنع القرار.

هذا ولم يتم التصدي للعديد من التحديات المرتبطة بالتجارة في الدول العربية على نحو كاف نظراً لعدم توافر القدرات الفنية لدى مؤسسات دعم التجارة وواضعي السياسات للقيام بذلك. فمن بين 21 بلداً، نجد أن 10 بلدان ليس لديها منظمة مختصة بترويج التجارة، كما أن المنظمات الموجودة تعاني من ضعف الموارد مما لا يسمح لها بإنجاز المهام الموكلة إليها. إضافة إلى ذلك، نجد أن منظمات ترويج التجارة الموجودة وغيرها من مؤسسات دعم التجارة تعاني من عدم وجود آلية ربط فعالة، في حين أنها في مناطق أخرى من العالم يمكن أن تعمل على ترويج انتشار الممارسات الجيدة لدعم المصدرين وتشجيع التكامل التجاري الإقليمي.

مجالات الأثر الرئيسية والحاجة إلى موارد

ركز عمل مركز التجارة الدولية في السنوات القليلة الماضية في هذه المنطقة على التصدي لتحديات التجارة والتحديات الإنمائية الكبرى، كما ساعد في تحقيق نتائج ذات إمكانات عالية لتحقيق أثر إنمائي طويل الأجل. وتتضمن الإنجازات المهمة بناء قدرات المعلومات الاستخباراتية التجارية، على سبيل المثال، من خلال إقامة مرصد للتجارة في المغرب، وتونس، والأردن في إطار برنامج تعزيز الكفاءة التجارية العربية، والمساعدة في بناء القدرة على المنافسة للمصدرين في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قطاعات تصدير محددة مثل الفواكه والخضروات في تونس في إطار مشروع ممول من سويسرا. ومع تصدع مشروعات جديدة المشهد في 2012، ينخرط مركز التجارة الدولية على نحو متزايد في تعزيز مؤسسات دعم التجارة (يتضمن ذلك منظمات الترويج للتجارة) وشبكتها، لكن لا يزال هناك الكثير الذي يتعين القيام به في هذا المجال المهم.

واعتماداً على نجاح أعماله في هذه المنطقة، ووضع الدروس المستفادة نصب الأعين مثل أهمية العوامل المضاعفة في المنطقة، والحاجة إلى الاعتماد على الممارسات الجيدة وأهمية العمل من خلال شبكة مناسبة من الاستشاريين الوطنيين والإقليميين، حدد مركز التجارة الدولية 3 مجالات أساسية للأثر للتركيز عليها والتي يمكن أن تنتج إسهامات كبيرة. وستكون البلدان المستفيدة هي تونس، ومصر، والأردن، والمغرب، والجزائر، والأراضي الفلسطينية المحتلة، والكويت. كما أننا نبحت عن موارد إضافية بقيمة 10 ملايين دولار أمريكي على مدى السنتين القادمتين لتمويل مشروعات قيد الإعداد موضحة أدناه ستعمل على المساهمة في الأهداف الشاملة لتنوع الصادرات والتكامل التجاري الإقليمي، ومساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الاندماج في سلاسل القيمة العالمية.

تحسين القدرات في مجال التجارة والمعلومات الاستخباراتية التنافسية

أظهرت المسوحات التي قام بها مركز التجارة الدولية مؤخرًا بين مستخدمي خدماته الخاصة بالمعلومات الاستخباراتية التجارية أن المؤسسات في الدول العربية تستخدم المعلومات الاستخباراتية التجارية بصورة أقل من المصدرين في المناطق الأخرى. وإدراكًا بأهمية المعلومات الاستخباراتية التجارية في تنوع الصادرات، أعربت مؤسسات دعم التجارة مرارًا وتكرارًا عن طلبها لبناء القدرات في مجال التجارة ومعلومات السوق.

واستجابة لذلك، وعلى مدى العامين الماضيين، قدم مركز التجارة الدولية دعمًا لبناء القدرات في مجال تحليل الأسواق، والمعلومات الاستخباراتية الاقتصادية والتنافسية في إطار برامجه الرئيسية في المنطقة. وتضمن ذلك إنشاء مراكز معلومات تجارية في المغرب، وتونس، والأردن، وتطوير القدرات في مجالات وضع النماذج، والمحاكاة، وتحليل بيانات التجارة في تونس؛ وإنشاء شبكة مؤسسية لجمع المعلومات الاستخباراتية الاقتصادية والتنافسية وتحليلها، ونشرها في تونس؛ وبناء قدرات منظمات ترويج التجارة وغرف التجارة في مجال إعداد دراسات السوق للمنتجات والأسواق في البلدان الشريكة في برنامج تعزيز الكفاءة التجارية العربية. وسيستمر العمل في هذه المجالات في 2012 مع التركيز على نشر القاعدة المعرفية على عدد أكبر من مؤسسات دعم التجارة ومناطق البلدان المستفيدة.

وعلى مدى السنوات الثلاث القادمة، يعتزم مركز التجارة الدولية توسيع نطاق أعماله في هذه المجالات في بلدان أخرى من خلال محاكاة الممارسات الجيدة وإنشاء شبكة إقليمية لمراكز المعلومات التجارية ومؤسساتها لتقديم خدمات معلومات استخباراتية تنافسية للمصدرين. وسيبتدئ نطاق أنشطة بناء القدرات وطبيعتها حسب وضع كل بلد. وستبحث البلدان المصدرة لمنتجات بترولية بصورة خاصة عن بناء قدرات المعلومات الاستخباراتية التجارية ذات الصلة بتنوع الصادرات مع خدمات مهية تقدم لتحديد المنتجات والأسواق ذات الإمكانيات الأكبر لتحقيق نجاح في مجال الصادرات.

وستحصل البلدان المصدرة لمنتجات غير بترولية على مساعدة في مجال بناء القدرات لتطوير أنظمة المعلومات الاستخباراتية الاقتصادية وتعزيزها التي توفر معلومات استخباراتية ديناميكية واستطلاعية عن المنتجات، والأسواق، ومجالات أخرى لها صلة بالقدرة على المنافسة. وسيتم تقديم برنامج تدريبي ممول من كندا ومهياً على نحو خاص عن اكتشاف فرص التصدير في الأراضي الفلسطينية المحتلة وتحليلها بالتعاون مع المركز التجاري الفلسطيني (PALTRADE). وفي تونس حيث أعطت الحكومة الجديدة أولوية كبيرة لتنمية التجارة، سيعتمد مركز التجارة الدولية على أعماله في 2010-2011 إلى جانب الدعم من سويسرا، وذلك بجعل الشبكة المؤسسية للمعلومات الاستخباراتية التجارية متاحة للمصدرين.

ويقوم مركز التجارة الدولية حاليًا بإعداد برنامج جديد متعدد الوكالات في إطار مبادرة المعونة من أجل التجارة للدول العربية بشأن تشجيع التكامل الإقليمي. وإن توفر التمويل، سيقدم هذا البرنامج لواضعي السياسات تحليلات متعمقة حول تدفقات التجارة الإقليمية وفرصها والمعوقات الموجودة أمام التكامل، وسيعمل على بناء القدرات الإقليمية من أجل إنشاء معلومات استخباراتية تجارية، وتحليلها، ونشرها. كما سيتمكن مؤسسات دعم التجارة من تقديم أفضل أنواع خدمات معلومات الاستخباراتية التجارية من خلال التدريب المخصص لذلك، ومحاكاة التداخلات الناجحة في المغرب، وتونس، والأردن.

تعزيز مؤسسات دعم التجارة وإنشاء شبكات إقليمية لمؤسسات دعم التجارة

يعتبر الدعم المؤسسي الفعال في غاية الأهمية لتمكين المؤسسات من أن تصبح مصدرة إلى جانب تتبع فرص السوق في الخارج. وقد أظهرت التقييمات المؤسسية التي تمت مؤخرًا، على سبيل المثال في المغرب، والأراضي الفلسطينية المحتلة، وعمان، أن العديد من المؤسسات تواجه تحديًا مشتركًا: عدم الاحتكاك بممارسات جيدة دولية في مجال ترويج الصادرات.

وستسمح خبرة مركز التجارة الدولية في مجال إنشاء مؤسسات دعم التجارة وشبكات ورعايتها له ببناء شبكات قوية ومطلوبة بشدة لمؤسسات دعم التجارة في الدول العربية - والتي ستكون بمثابة منابر تسمح لمنظمات ترويج التجارة، وهيئات وضع المعايير، وإدارات الجمارك، وغرف التجارة بمشاركة الخبرات والمعارف مع نظرائها والشروع في مشروعات إقليمية للترويج للتجارة. فعلى سبيل المثال، واعتمادًا على برنامج مستشاري التجارة المعتمدين في تونس، والمغرب، والجزائر، وإن توفرت الموارد، سيسعى المركز إلى إقامة شبكة من مستشاري التجارة لتقديم خدمات استشارية في مجال التصدير للمصدرين من المنطقة. وبالتالي، فإن تعزيز شبكات مؤسسات دعم التجارة الموجودة وإنشاء شبكات جديدة يعتبر خطوة مبدئية مهمة لضمان أن التدابير الأخرى لبناء قدرات مؤسسات دعم التجارة سيكون لها آثار إنمائية مستدامة.

وفي 2012، ستركز المشروعات في تونس والأراضي الفلسطينية المحتلة وفي إطار برنامج تعزيز الكفاءة التجارية العربية على تنمية القدرات المؤسسية لمؤسسات دعم التجارة ومنظمات ترويج التجارة. وكجزء من برنامج جديد متعدد الوكالات لتطوير التكامل الإقليمي وتعزيزه في الدول العربية، يخطط مركز التجارة الدولية لتنفيذ تقييمات مؤسسية لمنظمات ترويج التجارة، وإنشاء شبكة إقليمية لهذه المنظمات في المنطقة. وبدءًا من 2012، سيتم دعم منظمات ترويج التجارة في البلدان العربية الأقل نمواً، والبلدان المصدرة لمنتجات غير بترولية، والبلدان المصدرة لمنتجات بترولية لإنشاء شبكة مستدامة وفهمها، وإدارتها لمشاركة الخبرات، وتشجيع الممارسات الجيدة، ومواجهة المشكلات المشتركة.

وفي 2012، سيقوم مركز التجارة الدولية أيضًا بإعداد برنامج لاحق لبرنامج تعزيز الكفاءة التجارية العربية لتعزيز النتائج التي تحققت في البلدان الخمسة التي تم فيها هذا البرنامج، خاصة في مجال تنمية قدرات مؤسسات دعم التجارة.

الحد من الفقر وتوفير فرص عمل من خلال التنمية القطاعية

كانت البطالة بين الشباب الذي شعر بعدم الرضا عاملاً كبيراً في الاضطرابات التي شهدتها المنطقة مؤخراً، كما أن هناك أمالاً كبيرة معقودة على الحكومات الجديدة لتوفير فرص عمل للشباب. وسيكون تشجيع إيجاد فرص العمل من خلال تعزيز الصادرات وتنميتها هدفاً ذا أولوية بالنسبة لمركز التجارة الدولية في المنطقة مع التركيز على خلق فرص عمل لائقة توفر دخلاً مجزياً للشباب والنساء. وقد أسهم برنامج تعزيز الكفاءة التجارية العربية إسهاماً كبيراً في هذا الشأن حيث استهدفت عدة مبادرات أصحاب الأعمال من الشباب والنساء بشكل مباشر. وتعتبر زيادة التبادل التجاري بين البلدان الخمسة التي يُنفذ فيها البرنامج جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية البرنامج مع التركيز على أصحاب مشروعات العمل الحر من الشباب، وستكون الخبرة المتأتبة من هذا البرنامج مهمة في نشر نهج مماثل في بلدان أخرى في المنطقة. وسيكون التركيز على تحديد القطاعات ذات الإمكانيات الكبيرة من حيث توفير فرص العمل. وسيركز مركز التجارة الدولية بصفة أساسية على القطاعات التي تمت فيها تنمية الخبرات العملية من خلال الإجراءات التدخلية الناجحة في الماضي، على سبيل المثال، الأعمال الزراعية، والجلود، والمنسوجات، والملابس، والخدمات.

وعلى المستوى القطري، يقوم مركز التجارة الدولية حالياً بإعداد برنامج لاحق لمشروع التنمية القطاعية في تونس سيركز على بناء القدرة على المنافسة في قطاعات الأعمال الزراعية، والمنسوجات، والملابس ودمجها في سلاسل القيمة العالمية مع التركيز على خلق فرص عمل وتنمية مناطق فرعية محددة في تونس.

وعلى المستوى الإقليمي، يقوم مركز التجارة الدولية بإعداد برنامج جديد باسم التوظيف المستدام من خلال تنمية الصادرات حيث سيركز على المساعدة المطلوبة بشدة في البلدان المتأثرة بثورات الربيع العربي. وسيطلب الأمر نهجاً مزدوج المسار؛ مسار سريع الاستجابة لتقديم المساعدة لمواجهة التحديات الوشيكة ذات الصلة بالتجارة الناجمة عن التحول السياسي، ومسار طويل الأجل موجه نحو التحولات يركز على تنمية قطاعات التصدير التي تتمتع بإمكانات لخلق فرص عمل لا سيما للشباب والنساء. كما سيركز هذا البرنامج اللاحق المخطط له لبرنامج تعزيز الكفاءة التجارية العربية على التنمية القطاعية والمساعدة على تعميق التبادل التجاري بين البلدان الخمسة الشريكة. وسيطلب البرنامج تمويلًا كافيًا لتحقيق أهدافهما.

وبالنسبة للبلدان الأقل نمواً، يقوم مركز التجارة الدولية بإعداد برنامج خاص بالتعاون مع صندوق التكافل الإسلامي للتنمية التابع للبنك الإسلامي للتنمية والمؤسسة الدولية الإسلامية لتمويل التجارة يهدف إلى دمج المجتمعات المحلية الفقيرة في سلاسل القيمة الدولية من خلال نهج أساسية مع التركيز على تحقيق دخل مستدام وتحسين سبل كسب العيش في موريتانيا، والسودان، وجيبوتي، واليمن.

منطقة آسيا والمحيط الهادي

حقائق أساسية



نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي في 2011 بالدولار الأمريكي، في نطاق (تقديرات صندوق النقد الدولي):

- 50714 دولارًا أمريكيًا (سنغافورة)
- 575 دولارًا أمريكيًا (أفغانستان (توفالو، غير محدد))

نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي في 2011 بالدولار الأمريكي مقاسًا بتبادل القوة الشرائية، في نطاق (تقديرات صندوق النقد الدولي):

- 59937 دولارًا أمريكيًا (سنغافورة)
- 965 دولارًا أمريكيًا (أفغانستان (توفالو، غير محدد))

معدل نمو إجمالي الناتج المحلي السنوي (%) في 2011، في نطاق (تقديرات كتاب حقائق العالم الصادر عن وكالة الاستخبارات المركزية):

- 11,5% (منغوليا)
- 1,0% (توفالو)

مؤشر التنمية البشرية في 2011، نطاق الترتيب:

- 15 (جمهورية كوريا)
- 172 (أفغانستان)

عدد السكان في 2011 - النطاق:

- 1 مليار (الصين، تقديرات رسمية)
- 10000 (ناورو وتوفالو، تقديرات الأمم المتحدة)

عدد البلدان:

36 بلدًا منها بلدان اثنان من أقل البلدان نموًا، و4 بلدان من أقل البلدان نموًا - بلدان نامية غير ساحلية، و6 بلدان من البلدان الأقل نموًا - بلدان نامية جزرية صغيرة، و9 بلدان نامية جزرية صغيرة

عدد البلدان التي بها مشروعات لمركز التجارة الدولية في 2011:

9 منها بلدان اثنان من أقل البلدان نموًا، وبلد من أقل البلدان نموًا - بلد نام غير ساحلي، وبلدان اثنان من أقل البلدان نموًا - بلدان نامية جزرية صغيرة

إنجازات مركز التجارة الدولية في المنطقة في 2011:

4.1 مليون دولار أمريكي

إنجازات مركز التجارة الدولية المتوقعة في المنطقة في 2012:

4.4 مليون دولار أمريكي

نسبة الإنجازات القطرية والإقليمية لمركز التجارة الدولية في 2011:

12%

الشركاء الإقليميين لمركز التجارة الدولية والمناطق الفرعية:

- آسيا
- المحيط الهادي¹⁰

أمثلة على حقائق تجارية 2010 (خريطة التجارة لمركز التجارة الدولية)

صادرات المنطقة: 21,2% من الصادرات السلعية العالمية، لكن:

- 83% من أعمال السلات وصناعة الأملود (69% من الصين)
- 85% من القرفة وأزهار شجرة القرفة (35% من سري لانكا)
- 99% من الإسفنج الطبيعي، من أصل حيواني (تقريبًا جميعها من الفلبين)
- واردات المنطقة: 21,1% من الواردات السلعية العالمية، لكن:
- 76% من الأسبستوس في العالم (32% من الهند)
- 43% من الذهب غير المشغول أو نصف تصنيع (27% من الهند)
- 35% من الثوم الطازج أو المبرد (11% من إندونيسيا)

عرض عام للمنطقة

يقطن هذه المنطقة ما يزيد عن نصف سكان العالم، وتضم هذه المنطقة مراكز لحراك اقتصادي هائل وأداء قوي للصادرات، كما أن بها ثلثي فقراء العالم. وقد شهدت اقتصاديات آسيا تباطؤًا بسبب ضبابية المشهد العالمي وأثر الكوارث الطبيعية التي حدثت في 2011 في اليابان والجنوب الشرقي لآسيا. كما أدى عدم التأكد بشأن استدامة المالية العامة في الولايات المتحدة والديون السيادية في منطقة اليورو إلى تقييد عجلة النمو في المنطقة من خلال إضعاف الطلب الخارجي وإحداث تذبذبات في الأسواق المالية. وقد تسبب الزلزال والتسونامي في اليابان وفيضانات الجنوب الشرقي لآسيا وخاصة تايوان في اضطرابات في سلسلة التوريدات، كما أدى ذلك إلى تدمير شبكات الإنتاج. ومع ضعف التوقعات العالمية، تراجع النمو في آسيا إلى 8,2% في 2011 (4,7% باستثناء الصين). كما سيستمر ضعف الطلب الخارجي خاصة في الصناعات التحولية في تقييد عجلة النمو في 2012. وبالنسبة لسنة 2012، يتوقع بنك التنمية الآسيوي زيادة طفيفة في نمو إجمالي الناتج المحلي لمنطقة الجنوب الشرقي لآسيا من 5,5% في 2011 إلى 5,6% في 2012، ونمو مطرد بواقع 7,7% في جنوب آسيا، وتباطؤ في اقتصاديات منطقة المحيط الهادي حيث تصل المعدلات إلى 5,5%.

⁹ أعضاء رابطة أمم الجنوب الشرقي لآسيا: بروناي دار السلام، كمبوديا، وإندونيسيا، وجمهورية لاو الديمقراطية الشعبية، وماليزيا، وميانمار، والفلبين، وسنغافورة، وتايوان، وفيتنام، وأفغانستان، وبنغلاديش، وبوتان، والصين، وجمهورية كوريا الديمقراطية الشعبية، والهند، وإيران (جمهورية - الإسلامية)، والمالديف، ونيبال، وجمهورية كوريا، ومنغوليا، وسري لانكا.

¹⁰ جزر كوك، وكيريباتي، وولايات ميكرونيزيا الموحدة، وجزر مارشال، وناورو، ونيوي، وبالاو، وبابوا غينيا الجديدة، وساموا، وجزر سليمان، وتونغا، وتوفالو، وفانواتو، وتيمور الشرقية.

وعلى الرغم من التقدم الهائل فيما يتعلق بالحد من الفقر، لا تزال هناك تحديات: لا يزال يعيش 1,8 مليار نسمة على أقل من دولارين أمريكيين في اليوم، ويعيش حوالي 900 مليون نسمة على حد الكفاف بما يبلغ 1,25 دولار أمريكي أو أقل يوميًا. إضافة إلى ذلك، ستظل أوجه عدم العدالة الكبيرة في المنطقة وبين البلدان من الشواغل الكبرى، وهو ما يجبر واضعي السياسات على إيلاء أهمية متزايدة للشمولية في عملية النمو.

المشهد التجاري الإقليمي

تأتي إعادة توازن الاستراتيجيات الوطنية والإقليمية بغض النظر عن الصادرات إلى الأسواق الغربية كهدف مهم للسياسات بالنسبة للعديد من الحكومات في المنطقة فيما يتعلق بتعزيز الطلب المحلي واكتشاف الروابط مع الأسواق الخارجية الجديدة. ويمثل تنوع الصادرات أولوية خاصة بالنسبة لأقل البلدان نمواً، والبلدان النامية غير الساحلية، والدول النامية الجزرية الصغيرة في المنطقة لا سيما إذا أخذنا في الاعتبار قاعدة التصدير الضيقة والاعتماد المفرط على عدد محدود من أسواق التصدير.

سعت الاقتصاديات الآسيوية إلى تحقيق معدلات أكبر من التكامل التجاري الإقليمي حيث اعتبرت الحكومات ذلك محركاً للمزيد من التنمية الاقتصادية خاصة في ضوء ضعف الطلب من أسواق أوروبا وأمريكا اللاتينية. ومع تعقد شبكة سلاسل التوريدات وشبكات الإنتاج الإقليمية، نجد أن ظهور الإقليمية الآسيوية بشير طيب للنمو. ومهما يكن الأمر، فإن تنوع المنطقة والفجوة بين البلدان منخفضة ومرتفعة الدخل يؤكد على الحاجة إلى زيادة جهود السياسات لتعزيز التعاون الإقليمي والتجارة في المنطقة. وتمثل التدابير غير الجمركية، والمعايير التنظيمية، والقضايا الخارجية عن الحدود معضلات جسيمة في هذا الشأن.

وفي 2009، بلغت قيمة المعونة من أجل التجارة لآسيا 15,4 مليار دولار أمريكي، ذهب منها 276 مليون دولار أمريكي لبلدان منطقة المحيط الهادي. وتركز ثلثا الأموال على البنية التحتية الاقتصادية. وتضم المنطقة 6 من أكبر 10 بلدان مستفيدة من مبادرة المعونة من أجل التجارة في العالم. وثمة اتجاه ملحوظ في تقديم المعونة من أجل التجارة يتمثل في الأهمية المتزايدة للبرامج متعددة البلدان، وفعالية المعونة، والمسؤولية القطرية، وزيادة التركيز على البلدان الأقل نمواً.

مجالات الأثر الرئيسية والحاجة إلى موارد

على ضوء الموقف الاقتصادي والتجاري للمنطقة وإطار الأهداف الإنمائية للألفية، حدد مركز التجارة الدولية 3 مجالات أثر رئيسية لزيادة التركيز وتحقيق المزيد من النتائج. وسنستمر في التركيز على دمج المجتمعات المستضعفة في سلاسل التوريدات العالمية، وتسهيل التجارة بين البلدان النامية داخل المنطقة وبين المناطق الأخرى، والمساعدة على تنوع الأنشطة الخاصة بقطاع محدد. كما سيربم المركز أيضاً شركات مع البلدان الصاعدة في المنطقة، مثل الصين والهند، التي تبدي اهتماماً متزايداً نحو توفير الموارد، والمعارف، والممارسات الإقليمية الجيدة خاصة في سياق التجارة بين بلدان الجنوب والتعاون الثلاثي سواء بين بلدان المنطقة الواحدة أو أقاليم متعددة.

ربط المجتمعات المستضعفة بالأسواق العالمية

يأتي الحد من الفقر والنمو الاقتصادي الشامل في بؤرة أعمال مركز التجارة الدولية في هذه المنطقة، وذلك وفق هدفنا المتمثل في وضع الشمولية والاستدامة في صلب الأنشطة الرئيسية لترويج التجارة. وباستخدام التجارة كقوة لتحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية، سواصل التركيز على تسهيل مشاركة المجتمعات المحرومة في سلاسل القيمة المرتبطة بالسياحة، والأعمال اليدوية، والسلع الزراعية. وسيتم إيلاء أهمية خاصة للتمكين الاقتصادي للمرأة التي تمثل معظم قوة العمل في العديد من هذه القطاعات.

وسيركز عمل مركز التجارة الدولية في جمهورية لاو الديمقراطية الشعبية – مع برنامج المجموعة المعنية بالتجارة لمجلس الرؤساء التنفيذيين في منظومة الأمم المتحدة وسويسرا – على مساعدة دمج منتجي منتجات الحرير والمنتجات العضوية في سلسلة القيمة الخاصة بالسياحة. وستستمر المساعدة المقدمة لقطاع الحرير في كمبوديا من خلال مشروع الحرير الممول من نيوزيلندا الشامل للقطاع بأكمله، والمشروع اللاحق المخطط له الذي سيفيد بالدرجة الأولى المجتمعات الفقيرة المشاركة في إنتاج الحرير خاصة العاملات من النساء. وفي فييتنام، سيدخل تنفيذ برنامج الأمم المتحدة لتوحيد العمل الذي يقوده مركز التجارة الدولية وتموله إسبانيا عامه الثالث حيث يركز على خلق فرص العمل وزيادة الدخل في المجتمعات النائية والريفية من خلال تطوير سلاسل قيمة متكاملة على نحو أفضل، ومنحازة للقراء، ومستدامة بيئياً في قطاعات الصناعات الحرفية والأثاث. ويجري تخطيط مبادرة جديدة لدعم المجتمعات الفقيرة في فيجي. وسيركز هذا المشروع على المصادر البديلة للدخل وتحسين سبل كسب العيش للمجتمعات المنخرطة في إنتاج المواد الغذائية الزراعية وتصنيعها من خلال زيادة الاحتفاظ بالإيرادات وحجم المبيعات، وخفض فاقد الإنتاج.

تسهيل التكامل الإقليمي والتجارة بين بلدان الجنوب

على ضوء الركود في الطلب من معظم البلدان الصناعية، أصبح التعاون بين بلدان الجنوب في كل من التجارة والاستثمارات محركًا كبيرًا للنمو. وفيما يتعلق بالتجارة بين بلدان المنطقة الواحدة، هناك إمكانات هائلة للتوسع بين بلدان رابطة جنوب آسيا للتعاون الإقليمي والمجموعات الاقتصادية لجزر المحيط الهادي. ويخلص تقرير 2011 للبنك الآسيوي للتنمية إلى أن تعزيز التعاون الإقليمي في المنطقة سيسهم في الحد من الفقر.

وتتيح الروابط مع بلدان أفريقيا، وأمريكا اللاتينية، والشرق الأوسط وسيلة واعدة لإعادة توازن مصادر النمو الاقتصادي في المنطقة. وبالفعل تم الحد من معوقات التجارة بشكل كبير في الجنوب مع زيادة التعاون الاقتصادي. ومع ذلك، لا تزال معدلات التعريفات الجمركية وغيرها من معوقات التجارة بين بلدان الجنوب أعلى مقارنة بالتجارة مع أسواق البلدان الصناعية. ونلاحظ أن التخلص التدريجي من المعوقات الباقية سيخلق فرصًا للنمو. ويمثل القرار الذي أصدرته الصين مؤخرًا الذي يقضي بإلغاء جميع التعريفات والرسوم على المنتجات التي منشأها بلدان أقل نموًا دفعة هائلة للتعاون بين بلدان الجنوب.

وحتى يتسنى تحسين توافر المعلومات الخاصة بمعوقات التجارة الإقليمية ومتعددة الأقاليم واستخدامها، سيقوم مركز التجارة الدولية باستكمال مسح عن التدابير غير الجمركية في كمبوديا هذا العام. وهناك تخطيط لإجراء حوار مع السلطات الحكومية في إندونيسيا، وجمهورية لاو الديمقراطية الشعبية، وماليزيا، وفيتنام لنشر المسوحات المماثلة.

وكجزء من التركيز على البلدان الأقل نموًا في المنطقة، سيواصل مركز التجارة الدولية العمل بصورة وثيقة مع مجتمعات الأعمال في جمهورية لاو الديمقراطية الشعبية حول إجراءات الانضمام لمنظمة التجارة العالمية، وفي ساموا بشأن تنفيذ التزامات انضمام البلد للمنظمة. ويتخذ جميع المرشحين للانضمام لمنظمة التجارة العالمية هذه الإجراءات كخطوة أولى لفتح المجال أمام الإقليمية. (للمزيد من المعلومات حول المساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة التي يقدمها مركز التجارة الدولية للانضمام لمنظمة التجارة العالمية، انظر صفحة 14).

سيعتمد مركز التجارة الدولية على التنفيذ الناجح لبرنامج السلع الزراعية لأفريقيا، والكاربي، والمحيط الهادي الممول من الاتحاد الأوروبي الذي يربط منتجي القطن في أفريقيا مع المشترين من آسيا. وهذه المبادرة لن تعمل على تطوير قنوات مبيعات جديدة فحسب، ولكنها تمثل وسيلة مهمة أيضًا لبناء قدرات المنتجين الأفريقيين من خلال التدريب والروابط على المستويات المؤسسية في آسيا، ومن ثم تعزيز المبادلات الإنتاجية بين المناطق.

وفي 2012، سيواصل مركز التجارة الدولية تشجيع التجارة بين بلدان المنطقة الواحدة ومتعددة الأقاليم في سياق حدثين مهمين له سيحدثان في المنطقة: المنتدى العالمي لتنمية الصادرات الذي سيعقد في إندونيسيا وسيركز على التجارة متعددة الأقاليم؛ ومؤتمر منظمة ترويج التجارة العالمية وجوائزها الذي سيعقد في ماليزيا وسيتيح الفرصة لمنظمات ترويج التجارة لربط أفضل الممارسات ومشاركتها.

ولا زلنا نبحث عن تمويل لمشروع جديد يركز على توفير التمويل للتجارة كجزء من مبادراتنا لتنمية التجارة بين بلدان الجنوب. وسيعمل مركز آسيا والمحيط الهادي الإقليمي لتقديم المعرفة والتمويل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المخطط له على تعزيز التعاون الإقليمي لمواجهة النقص الحاد في التمويل الرسمي والممكن توفيره للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدر والجاهزة للتصدير. ويتناول هذا المشروع تمويل التجارة في عدد من القطاعات المهمة في نيبال، وجمهورية لاو الديمقراطية الشعبية، وساموا، وفانواتو وذلك في إطار شراكة مع رابطة مؤسسات التمويل الإنمائي في آسيا والمحيط الهادي، وهي مؤسسة دعم التجارة الرائدة التي تمثل بنوك التنمية في المنطقة. وتبلغ الميزانية التقديرية لهذا المشروع المقترح 2,3 مليون دولار أمريكي على مدى عمره البالغ 3 سنوات.

المساعدة في تنوع الصادرات الخاصة بقطاع محدد

يمثل تنوع الصادرات من حيث المنتجات والقطاعات أولوية لتحقيق نمو اقتصادي مستدام. ويساند مركز التجارة الدولية هذه العملية من خلال تسهيل وضع استراتيجيات وطنية وتستند إلى اعتبارات القطاع المعني، وكذلك من خلال تحسين القدرات الإنتاجية لتعزيز قدرة القطاعات على المنافسة الدولية. ويتزامن مع هذه الجهود، تسهيل النفاذ إلى الأسواق الخارجية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتعزيز دور شبكات دعم التجارة لتحسين توفير خدمات الإرشاد الفعالة وذات الصلة للمصدرين وتوسيع نطاقها.

وفي بنغلاديش، سيواصل مركز التجارة الدولية شراكته مع المركز الهولندي لترويج الواردات من البلدان النامية ورابطة البرمجيات وخدمات المعلومات في بنغلاديش لخلق القدرة على المنافسة المستدامة لدى المصدرين في قطاع تكنولوجيا المعلومات والخدمات ذات الصلة بها في البلد المعني الذي لم يستفد بعد من الازدهار الذي شهدته المنطقة في مجال الاستعانة بمصادر خارجية في إدارة الأعمال.

وفي كمبوديا، هناك مبادرة جديدة في إطار الإطار المتكامل المحسن تهدف إلى تنوع أداء صادرات البلد وتوسيع نطاقه. وسيعمل مركز التجارة الدولية على تعميم الإنجازات السابقة لمشروع الحرير على مستوى القطاع بأكمله لتعزيز قدرة القطاع على المنافسة وتنمية أسواق صادرات جديدة لمنتجات الحرير عالية القيمة. وهناك جانب مهم في هذه المبادرة الجديدة يتمثل في إشراك الحكومة وعزمها وضع إطار سياسات داعمة وخارطة طريق لتنمية هذا القطاع. وحتى وقت قريب، كانت إعادة تنمية قطاع الحرير في كمبوديا تتم معظمها من جانب القطاع الخاص وجهود الجهات المانحة. كما أن المحاولات الأولى لتنمية هذا القطاع بدرجة أساسية من خلال مبادرات القطاع الخاص مثل منتدى الحرير في كمبوديا وشبكة CraftNetwork Cambodia (الصناعات الحرفية في كمبوديا) كانت مقيدة وإن كانت مفيدة. وبالتالي، هناك تصور لإعداد آلية مؤسسية في صورة مجلس وطني للحرير لإنشاء شراكة بين القطاعين العام والخاص.

وسيستمر عمل مركز التجارة العالمي في مجال سياسات التجارة في باكستان حيث يجري دعم الحكومة في تصميم سياسة للتجارة تتسم بالتماسك والاستتارة وإصلاحات تنظيمية وتنفيذها لزيادة القدرة التنافسية للصادرات لدى قطاعات غير تقليدية. ويساند هذا المشروع مجموعة من أبحاث سياسات التجارة الموجهة لبناء القدرات المؤسسية لدى الأجهزة الحكومية، ومؤسسات أبحاث التجارة لتعزيز الحوار بين القطاعين العام والخاص بهدف وضع استراتيجية وطنية للتصدير - وهو ما يعتبر الخطوة الأولى نحو وضع استراتيجية لتتبع الصادرات الخاصة بقطاع محدد.

واستجابة لأولويات التنمية ذات الصلة بالتجارة في نيبال، هناك مشروع قيد الإعداد وفق الإطار المتكامل المحسن يهدف إلى تعزيز القدرة على المنافسة في قطاع صناعة الطرح والشيلان. ويجري التخطيط لإجراءات تدخلية في إطار سلسلة القيمة تتضمن مبادرات تسويق مستهدفة في أسواق مختارة، وتعزيز البنية التحتية للدعم المؤسسي لهذا القطاع التي تعمل على تحسين سبل وصول المنتجين، والمصنعين، والمصدرين إلى معلومات الأسواق الرئيسية والمعلومات ذات الصلة بالتجارة.

في بؤرة التركيز: التجارة بين بلدان الجنوب

تواجه البلدان التي تسعى إلى المزيد من الاندماج في منظومة التجارة العالمية بيئة اقتصادية عالمية حافلة بالتحديات المستمرة مع وجود ركود وانكماش في الأسواق التقليدية. وبالنسبة للعديد من البلدان النامية، ومنها البلدان الأقل نمواً، فإن أفضل استراتيجية لمواجهة هذا الموقف هي تعزيز روابط التجارة مع الأسواق الناشئة والبلدان النامية الأخرى. ونجد مركز التجارة الدولية في موقف جيد يمكنه من مساعدة البلدان النامية في استراتيجيات تنويع الصادرات هذه، نظراً لأنه كان يعمل بصورة نشطة فيما يُعرف عادةً بالتجارة بين بلدان الجنوب لأكثر من 10 سنوات. (للاطلاع على المزيد بشأن المجال ذي الصلة بالبرنامج الخاص بالتكامل الإقليمي، انظر صفحة 46).

ويركز برنامج التجارة بين بلدان الجنوب على تحفيز المؤسسات وبناء قدراتها لإيجاد فرص أنشطة أعمال في أسواق البلدان النامية الأخرى، على الرغم من الحواجز التي كانت في الغالب أعلى في البداية عما كانت عليه بالنسبة للأسواق الداخلية والشمالية.

تم إنشاء برنامج في 1999 خاص بإقامة روابط أنشطة أعمال بين بلدان الجنوب، من خلال تحديد فرص التجارة الإقليمية وتوثيقها في المقام الأول، وترتيب لقاءات بين البائعين والمشتريين لقطاعات محددة في المنطقة. وكان تقييم هذا البرنامج جيداً على مدى هذه السنوات؛ كما أن المعاملات التي تمت في فعالية مشروع LatinPharma في بيرو في نوفمبر/تشرين الثاني 2011 تجاوزت 2 مليون دولار أمريكي في صفقات بيع مؤكدة في هذه الفعاليات، بينما تجري مفاوضات بشأن صفقات تبلغ 4.3 مليون دولار أمريكي. وبلغت استثمارات مركز التجارة الدولية الممولة من الدائمرك 160000 دولار أمريكي. وعلى مدى السنوات القليلة الماضية، قام المركز بتسهيل معاملات بين بلدان الجنوب والتعاون بينها في قطاع القطن مع التركيز على غرب أفريقيا، وتركيا، والصين؛ ومشاركة المعلومات في قطاع الجلود؛ والروابط بين منطقة ميكونغ وغرب أفريقيا. ومهما يكن الأمر، من الواضح أن التجارة بين بلدان الجنوب بحاجة إلى المزيد من الإظهار على السطح في عمل المنظمة، مع حشد مجالات أخرى ذات خيرة داخلية في المزيد من المشروعات بغرض إثرائها. وقد أبرز مسح العملاء الذي قام به المركز في 2011 والمقابلات التي تلته الطلب على مركز التجارة الدولية لتناول هذا المجال، كما أكد هذا المسح على الاستراتيجية الخاصة بالتركيز على احتياجات قطاعات محددة.

التطلع إلى المستقبل: عروض التجارة الشاملة بين بلدان الجنوب

وفق الخطة الاستراتيجية وأهدافها، نعزم توسيع نطاق دعم المصدرين في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتنظيمه لتحديد فرص أنشطة الأعمال في الأسواق الجنوبية المماثلة واغتنامها.

- **المعلومات الاستخباراتية التجارية.** لا تتوفر معلومات كافية عن أوجه التكامل الخاصة بالمنتجات/الأسواق في الجنوب مقارنة بالشمال. وسنعمل على نحو مطرد لمعالجة هذه الفجوة من خلال المعلومات الاستخباراتية التجارية لقطاع محدد بشأن أسواق الجنوب التي تشهد نمواً، والمختارة على أساس تحليلات إحصائية لتدفقات التجارة والصلة الوثيقة لقطاعات محددة بالنسبة للتجارة والتنمية الشاملة (مثلاً المنتجات الزراعية، والأدوية، واللوجستيات، والخدمات المالية).
 - **قدرات مؤسسات دعم التجارة.** يعمل مركز التجارة الدولية مع مؤسسات دعم التجارة، لنقل منهجيات ترويج التجارة بين بلدان الجنوب، وتعزيز قدرتها على دعم المؤسسات في هذا المجال وتشجيع الربط فيما يتعلق بالقضايا ذات الأولوية. وهناك قطاع عريض من المنظمات المشاركة يتضمن: جمعيات التجارة القطاعية، وممثلين تجاريين أجانب، ومؤسسات أكاديمية ومالية، وشركات تأمين، ومنظمات معنية بمعايير الإنتاج. كما يمكن بناء تحالف لمؤسسات دعم التجارة حول قطاعات وموضوعات محددة حتى يتسنى التعويض ولو جزئياً عن نقص الموارد في فرادى المنظمات: وثمة مثال على ذلك يتمثل في شبكة RERINFOCOM التي تستضيفها وتديرها أمانة الجماعة الاقتصادية لدول وسط أفريقيا والتي تم إعدادها في إطار المرحلة الثانية من برنامج بناء القدرات التجارية الأفريقية. وهذه الشبكة عبارة عن شبكة معلومات عن التجارة الإقليمية تعمل على تعزيز شفافية معلومات التجارة.
 - **تعزيز الروابط بين أنشطة الأعمال من أجل الصادرات بين بلدان الجنوب.** سواصل العمل على مساعدة المؤسسات في تحويل الفرص إلى صفقات تجارية من خلال الجمع بين المستوردين والمصدرين المحتملين معاً. وقد أثبت تنظيم لقاءات بين البائعين والمشتريين فعاليتها لتحويل الإمكانات إلى تجارة فعلية. وحتى يتسنى إنجاح هذه اللقاءات، فإنها بحاجة إلى أن تُدرج في برنامج شامل لتسهيل التصدير بدلاً من تنظيمها بصورة منفردة. كما يمكن أن يحقق تشجيع سلاسل التوريدات الإقليمية، على سبيل المثال من خلال استراتيجيات قطاعية إقليمية، وفورات في المدخلات وتنويعاً في العملاء. ويمكن أن يؤدي إلى استثمارات بين بلدان الجنوب أيضاً.
 - **تعزيز البيئة الداعمة للتجارة بين بلدان الجنوب.** سنقوم بوضع منهجية هيكلية للآراء التقييمية بشأن المعوقات التجارية على مستوى قطاع محدد وعلى مستوى بلدان المنطقة الواحدة بوجه عام، مع الأخذ في الاعتبار أجناس سياسات التجارة، وتحالفات أصحاب المصالح، ومندوبيات الحوار بين القطاعين العام والخاص لمنطقة محددة. وسيساهم ذلك بصورة مباشرة في برنامج التجارة بين بلدان المنطقة الواحدة وسيكون جزءاً لا يتجزأ منه.
- وحتى يتسنى الاستجابة على نحو كافٍ للطلب المتنامي من عملائنا في هذا المجال، فإننا نسعى للحصول على مساندة مالية من هيئات مانحة لتشجيع التجارة بين بلدان الجنوب في المنتجات والخدمات. كما نسعى لتعاون أقوى مع شركائنا في الأسواق الناشئة المستعدين لتبادل الخبرات مع البلدان الأخرى والبحث عن فرص تحقق منافع مشتركة.

منطقة أوروبا الشرقية وآسيا الوسطى

حقائق أساسية



نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي في 2011 بالدولار الأمريكي، في نطاق (تقديرات صندوق النقد الدولي):

- 14529 دولارًا أمريكيًا (كرواتيا)
- 862 دولارًا أمريكيًا (طاجيكستان)

نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي في 2011 بالدولار الأمريكي مقاسًا بتبادل القوة الشرائية، في نطاق (تقديرات صندوق النقد الدولي):

- 18338 دولارًا أمريكيًا (كرواتيا)
- 2040 دولارًا أمريكيًا (طاجيكستان)

معدل نمو إجمالي الناتج المحلي السنوي (%) في 2011، في نطاق (تقديرات كتاب حقائق العالم الصادر عن وكالة الاستخبارات المركزية):

- 9.9% (تركمستان)
- 0.2% (أذربيجان)

مؤشر التنمية البشرية في 2011، نطاق الترتيب:

- 46 (كرواتيا)
- 127 (طاجيكستان)

عدد السكان في 2011 - النطاق:

- 143 مليون (الاتحاد الروسي، تقديرات رسمية)
- 620000 (الجبيل الأسود، تعداد 2011)

عدد البلدان:

- 19 بلدًا، منها 9 بلدان نامية غير ساحلية

عدد البلدان التي بها مشروعات لمركز التجارة الدولية في 2011:

- 8، منها 4 بلدان نامية غير ساحلية

إنجازات مركز التجارة الدولية في المنطقة في 2011:

- 1.3 مليون دولار أمريكي

إنجازات مركز التجارة الدولية المتوقعة في المنطقة في 2012:

- 1.6 مليون دولار أمريكي

نسبة الإنجازات القطرية والإقليمية لمركز التجارة الدولية في 2011:

- 4%

الشركاء الإقليميين لمركز التجارة الدولية والمناطق الفرعية:

- دول الكومنولث المستقلة وجورجيا 11
- شرق أوروبا وتركيا 12

أمثلة على حقائق تجارية 2010 (خريطة التجارة لمركز التجارة الدولية)

صادرات المنطقة: 4.7% من الصادرات السلعية العالمية، لكن:

- 85% من البندق بقشره وشجر البندق (77% من تركيا)
- 52% عربات سلك حديدية أو ترام (50% من أوكرانيا)
- 34% من أسمدة البوتاسيوم (18% من الاتحاد الروسي)
- واردات المنطقة: 4.3% من الواردات السلعية العالمية، لكن:
- 36% ورق حائط وما شابهه من أغذية الحوائط (24% من الاتحاد الروسي)
- 23% من المشمش المجفف (19% من الاتحاد الروسي)
- 19% من الشاي الأسود (12% من الاتحاد الروسي)

عرض عام للمنطقة

نظرًا للأزمة المالية التي ضربت هذه المنطقة بقسوة في 2008-2009، سجلت معدلات النمو الاقتصادي فيها 5% في 2011، وتشير التنبؤات إلى أنها ستكون في حدود 3.2% في 2012. وهناك مجالان مهمان يستحقان الاهتمام هما: بعض البلدان خاصة في شرق أوروبا قد تكون تأثرت سلبًا على نحو خاص بسبب تدهور الأسواق المالية العالمية والأزمة في منطقة اليورو. وفي الوقت نفسه، نجد أن ارتفاع أسعار المواد الغذائية والطاقة يمثل مصدرًا لتعرض صافي المستوردين للمخاطر، كما أن ذلك يهدد بزيادة معدلات الفقر لا سيما في البلدان المنخفضة الدخل في دول الكومنولث المستقلة مثل قيرغستان وطاجيكستان.

ويمثل ربط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمنظومة التجارة العالمية تحديًا في منطقة لها إرث طويل من التخطيط المركزي الذي كان يركز على المؤسسات الكبرى، بينما كانت الاستجابة لاحتياجات السوق غير مهمة على مدى التاريخ. ويلتزم مركز التجارة الدولية بمساعدة الأطراف الفاعلة المعرضة لأخطار في الاقتصاد للتغلب على هذه الصعوبات كي تصبح محركات للنمو الاقتصادي المستدام في المنطقة.

¹¹ أرمينيا، وأذربيجان، وبيلاروس، وجورجيا، وكازاخستان، وقيرغيزستان، وجمهورية مولدوفا، والاتحاد الروسي، وطاجيكستان، وتركمستان، وأوكرانيا، وأوزبكستان.
¹² ألبانيا، والبوسنة والهرسك، وكرواتيا، وصربيا، والجبيل الأسود، وتركيا.

وتعتبر التنمية المستدامة التي تتضمن النمو الاقتصادي القوي مع الإنصاف والحفاظ على البيئة الطبيعية تحديًا كبيرًا لوضع السياسات في جميع بلدان المنطقة. وعلى مدى العقدين الماضيين، زادت معدلات عدم الإنصاف بوتيرة سريعة. وعلى الرغم من أنه منذ 1999 خرج حوالي 90 مليون نسمة من سكان المنطقة البالغ عددهم 480 مليون نسمة - حوالي 18% من السكان - من براثن الفقر، إلا أن حوالي ثلث السكان تقريبًا لا يزال يعاني من الفقر أو معرض لأخطار. وعلى الرغم من بعض التقدم المحرز، نجد أن العديد من بلدان المنطقة من بين البلدان الأقل كفاءة في استخدام الطاقة والأكثر كثافة في إنتاج الكربون على مستوى العالم، كما أنها تعاني تدهورًا بيئيًا نتيجة لما شهدته في الآونة الأخيرة.

المشهد التجاري الإقليمي

سجل معظم بلدان المنطقة معدلات نمو كبيرة في الصادرات في 2010، كما سجلت المنطقة نموًا شاملاً بلغ 27% وفق خريطة التجارة لمركز التجارة الدولية. ومهما يكن الأمر، وعلى الرغم من هذا النمو، الذي تحقق قدر كبير منه نتيجة زيادة أسعار السلع، لم تعاود الصادرات إلى مستويات ما قبل الأزمة.

وعلى المستوى الهيكلي، يهيمن على كثير من اقتصاديات دول الكومنولث المستقلة الإيرادات السلعية المتقلبة، وعدم وجود مستويات كافية من التنوع وضعف القيمة المضافة للمنتجات والخدمات. ويبدو أن المواد الخام (النفط، والغاز، والمعادن، والقطن، والقمح) هي التي تهيمن على إيرادات التصدير. وفي إطار عملية إعادة الهيكلة، لم يتسنى إنشاء قاعدة صناعية قادرة على المنافسة. وفي حالات عديدة، يمكن أن يُعزى ذلك إلى البيئات التنظيمية التي لا يمكن التنبؤ بها، الأمر الذي أدى إلى إعاقة التفاعل الفعال بين الدولة والأطراف الفاعلة من القطاع الخاص.

ويتباين مستوى الانفتاح وأهمية التجارة الدولية بصورة كبيرة بين بلدان المنطقة. وتبين زيادة تكاليف النقل إلى بقية العالم والضعف النسبي في القدرة على المنافسة الزيادة النسبية في التجارة بين دول الكومنولث المستقلة في المنتجات غير البترولية والغاز. ونجد أن بلدان شرق أوروبا تتمتع بمستويات أفضل من الاندماج في منظومة التجارة العالمية، وذلك نتيجة لقربها من الأسواق الكبرى، والإصلاح التنظيمي الأكثر كفاءة. ومع ذلك، لا تزال هناك إمكانات قوية في المنطقة لزيادة حجم التجارة. كما نلاحظ أن تركيز الأسواق يجعل هذه البلدان معرضة بشدة لأخطار التغيرات الاقتصادية المعاكسة في الاتحاد الأوروبي. وفضلاً على هذا، تعاني بلدان المنطقة من عجز كبير في الميزان التجاري، مع بلوغ تكاليف الواردات بالنسبة لبعض البلدان حوالي 3 أمثال ما تحققه من دخل من الصادرات.

ولا يزال جني منافع الاندماج في منظومة التجارة العالمية هدفًا مهمًا لبلدان المنطقة. ويتضمن ذلك انضمام 8 بلدان إلى عضوية منظمة التجارة العالمية؛ واندماج شرق أوروبا مع الاتحاد الأوروبي؛ والدخول إلى أسواق الصين وآسيا الوسطى؛ وزيادة الوعي بأهمية تعزيز الشبكات الإقليمية الرسمية. ويمثل الوصول إلى معلومات السوق وانتشار التدابير غير الجمركية الغامضة مشكلات حادة للتجارة في كل من المنطقة ومع بقية العالم. وتتيح التطورات التي حدثت مؤخرًا مثل دخول الاتحاد الروسي منظمة التجارة العالمية في ديسمبر/كانون الأول 2011، وتكوين اتحاد جمركي بين بيلاروس، وكازاخستان، والاتحاد الروسي فرصًا للدول الأعضاء والمنطقة بأسرها كما يفرض عليها تحديات. وتعتبر الاتفاقية التي وقع عليها مؤخرًا الاتحاد الروسي ومعظم دول الكومنولث المستقلة لإنشاء منطقة تجارة حرة خطوة مهمة لتحقيق التكامل الناجح لدول الجوار في المنطقة.

وبرغم الحاجة الواضحة إلى تنمية التجارة ومساعدات تنويع التجارة، لم تتل بلدان منطقة شرق أوروبا وآسيا الوسطى قسطًا كبيرًا من الاهتمام أو التمويل فيما يتعلق بمبادرات المعونة من أجل التجارة. ويلتزم مركز التجارة الدولية بالقيام بدوره المتمثل في زيادة توفير التمويل للمنطقة مما يعمل على زيادة صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

مجالات الأثر الرئيسية والحاجة إلى موارد

يعتبر توفير فرص العمل وزيادة معدلات النمو الشامل أولويات كبرى لجميع حكومات المنطقة. وتتمثل المكونات الكبرى في أجنحة الإصلاح لديها في سياسات لتحسين بيئة أنشطة الأعمال؛ وضمان الوصول العادل للخدمات العامة مثل الرعاية الصحية والخدمات الاجتماعية؛ وتحسين الشفافية، والحوكمة، والجودة المؤسسية؛ وتسهيل المزيد من التكامل التجاري الإقليمي؛ وتحسين مهارات العمالة. ولما كانت الحكومات مدركة لأهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية، لا يزال الطلب من بلدان المنطقة على خدمات مركز التجارة الدولية يشهد نموًا.

وتعتبر الطلبات الخاصة بالاقتصاد القائم على آليات السوق والتركيز على الجودة ظاهرة حديثة في المنطقة، وتكافح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل الوفاء بمتطلبات الجودة والمعايير الفنية. كما أنها لا تحظى بدعم مؤسسي كبير في هذا المجال. وتتسم البنية التحتية لإدارة الجودة (خاصة في آسيا الوسطى) بالضعف كما تمثل عقبة أمام تنويع الصادرات في المزيد من الأسواق المتطلبة. ولمعالجة هذه القضايا، فإن خبرة مركز التجارة الدولية في المنطقة تشير إلى أهمية بناء شراكات مع جمعيات القطاع الخاص ومؤسسات دعم التجارة. وقد ثبت أن قيام الشركاء الملتزمين بتحمل المسؤولية عن المشروعات عامل مهم في تحقيق النجاح. ويسعى مركز التجارة الدولية، إن أمكن، إلى إيجاد تحالفات مع شركاء محليين وجهات أخرى لتقديم المساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة، بالإضافة إلى نهج متسقة في مجال ترويج التجارة وتنميتها. كما يشارك المركز بصورة نشطة في مداورات وبرامج المعونة من أجل التجارة الإقليمية لبلدان برنامج الأمم المتحدة الخاص المعني باقتصاديات آسيا الوسطى (SPECA) في صورة متابعة من جانب الإعلان الوزاري الخاص بالمعونة من أجل التجارة الصادر عن هذا البرنامج والمعتمد في باكو في 2010.

وقد حدد المركز 4 مجالات تركيز ذات أثر كبير لتسهيل اندماج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في منظومة التجارة العالمية كما هو مبين أدناه على نحو ملخص. كما أن لدينا مشروعات جارية في كل مجال من هذه المجالات، ونبحث عن تمويل إضافي لتحقيق المزيد من الأثر فيها كي تتمكن من مساعدة المزيد من المؤسسات ومؤسسات دعم التجارة.

تعزيز القدرة على المنافسة من خلال نهج تنمية قطاعية متكاملة رأسيًا

نظرًا لما خلفه إرث السوفييت من آثار، نجد أن معظم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعاني من نقص المهارات المطلوبة للعمل بصورة تتسم بالكفاءة في الاقتصاد القائم على اليات السوق. وتبين خبرة مركز التجارة الدولية المدعومة بالعديد من التقييمات الخارجية أن الإجراءات التدخلية تكون أكثر فعالية عندما تكون متكاملة: وعند التصدي لمشكلات جودة المنتجات، وكفاءة الإنتاج، يتم تنفيذ الوصول إلى معلومات السوق، والمعلومات الاستخباراتية التجارية كجزء من عملية تنمية قطاعية متكاملة رأسيًا.

وفي أعقاب الإجراءات التدخلية الناجحة في قطاع الصناعات الغذائية (2003-2009)، ستستمر المشروعات الجارية في قبرغستان وطاجيكستان في استهداف تنويع صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قطاعات المنسوجات والملابس - التي يتم تنفيذها بتعاون وثيق مع الجمعيات القطاعية والوزارات المعنية. ونظرًا لأن 90% من العمالة في قطاع المنسوجات والملابس في طاجيكستان من النساء، فإن هذا المشروع يحقق مزايًا على نحو خاص للنساء.

كما ستستمر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاستفادة من هذه المشروعات لتعزيز مهاراتها في أنشطة الأعمال الرئيسية، وكذلك تحسين عمليات الشراء، وإدارة الجودة، وتطوير المنتجات، وعمليات التسويق. ونجد أن المساعدة التي يقدمها مركز التجارة الدولية في تنفيذ مبادئ إدارة الجودة، وتحقيق الاعتماد ستضمن إنتاج سلع وخدمات ذات جودة عالية وموثوقة تلبي متطلبات السوق المستهدفة.

وفي بلدان منطقة برنامج الأمم المتحدة الخاص المعني باقتصاديات آسيا الوسطى، وبالتعاون الوثيق مع شركاء تنمية آخرين مثل لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية لأوروبا (UNECE)، وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP)، ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، يعمل مركز التجارة الدولية في الوقت الحالي على تطوير مشروعات لزيادة القدرة على المنافسة في صناعات لديها إمكانات لتحقيق نمو، وتحسين أوضاع أنشطة الأعمال من حيث النفاذ إلى أسواق جديدة ودمجها في سلاسل التوريد العالمية.

تحسين البنية التحتية لإدارة الجودة

لا تكافح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للوفاء بمتطلبات الجودة فحسب، بل تواجه أيضًا ضعف البنية التحتية لإدارة الجودة وهو ما يمثل عقبة كبيرة أمام تنويع الصادرات لأسواق التصدير الأكثر طلبًا.

وتتصدر أنشطة ذات علاقة بالتوحيد القياسي وضمان الجود والاعتماد والقياس (SQAM)، والتدابير الصحية، وتدابير الصحة النباتية أعمال مركز التجارة الدولية في مجال الأثر هذا: تحسين البنية التحتية للجودة بما يمكن المؤسسات العاملة في مجال المنسوجات، والملابس، والقطاعات الزراعية، وغيرها من القطاعات من الحصول على اعتماد وشهادات معترف بها دوليًا والوصول إلى جهات الاعتماد هذه والاستفادة من كل هذا. وقد قام مركز الاعتماد في قبرغيز (KAC) مؤخرًا بتحديث إجراءاته بصورة ناجحة، بمساعدة مركز التجارة الدولية، للوفاء بمتطلبات المجلس الدولي لاعتماد المختبرات (ILAC). وقد تم إجراء التقييم المبدئي لعضوية هذا المجلس، ويعمل مركز الاعتماد في قبرغيز حاليًا على تنفيذ توصيات هذا الاستعراض قبل التقييم النهائي لعضوية المجلس في 2012.

وفي 2012، وما بعدها، سيواصل مركز التجارة الدولية دعم توافق البنية التحتية للتوحيد القياسي وضمان الجود والاعتماد والقياس مع متطلبات منظمة التجارة العالمية في قبرغيزستان وطاجيكستان. وهناك خطة في نهاية 2012 لتقييم الاحتياجات الجديدة وبناء عليها سيبحث مجلس التجارة الدولية تأمين التمويل لتنفيذ المشروع.

تعزيز المؤسسات التي تقدم خدمات دعم عالية الجودة للتجارة، وتعمل على بناء القدرات في مجال المعلومات الاستخباراتية التجارية

يتمثل العنصر الأساسي في تنويع الصادرات في المعرفة بأسواق التصدير غير التقليدية، والقطاعات التي يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تكون لها فيها ميزة تنافسية بها. ومع ذلك، لا تتوفر سبل الوصول إلى هذه الخدمات في المنطقة حاليًا أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ويعتبر النهوض بالخدمات التي تقدمها مؤسسات دعم التجارة من خلال تحسين توافر المعلومات الاستخباراتية التجارية واستخدامها وتعزيز القدرات المؤسسية والبشرية عنصرًا أساسيًا لتحقيق المزيد من التكامل التجاري. ومع بعض الاستثناءات الواضحة، تعاني مؤسسات دعم التجارة في المنطقة بأن قدراتها محدودة بما لا يساعدها على تقديم خدمات ذات جودة لقطاع عريض من المؤسسات - وهذا أيضًا من مخلفات الاقتصاد المخطط. وفي الوقت نفسه، أوضح المستجيبون من المنطقة في المسح الخاص بالعملاء الذي قام به مركز التجارة الدولية في 2011 أهمية العمل الذي يقوم به المركز في مجال بناء القدرات مع مؤسسات دعم التجارة التي تقوم بدورها بمساعدة المصدرين.

وقام مركز التجارة الدولية بإعداد العديد من مقترحات المشروعات لمؤسسات دعم التجارة في المنطقة حيث تمت مراجعتها واعتمادها من قبل اللجنة التوجيهية التابعة لبرنامج الأمم المتحدة الخاص المعني باقتصاديات آسيا الوسطى. وتضمن ذلك إنشاء شبكة إقليمية لمؤسسات دعم التجارة وتعزيزها في المنطقة، ومقترح لمشروع تم إعداده بناءً على طلب وكالة تشجيع الصادرات في أفغانستان، ووكالة AzPromo في أذربيجان، ووكالة KAZNEX في كازاخستان في ديسمبر/كانون الأول 2010. وهناك طلب قوي على تطوير القدرات الأساسية في مجال تحليل الأسواق، وتحويل معلومات التجارة إلى معلومات استخباراتية تجارية مهيأة. أما العائق أمام استخدام أدوات المعلومات الاستخباراتية التجارية من جانب مؤسسات دعم التجارة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على حد سواء فيتمثل في ضعف مستوى إجابة اللغات الأجنبية في المنطقة. وفي حال توفر التمويل، يعتزم المركز إتاحة أدوات المعلومات الاستخباراتية التجارية لديه في روسيا، مع عمل التعديلات المحلية اللازمة. كما يقوم المركز أيضًا بإعداد دليل عن التدابير غير الجمركية في سوق الاتحاد الأوروبي لمنتجات غذائية مختارة لبيلاروس، والاتحاد الروسي، وكازاخستان.

وحسب توافر التمويل من برنامج الأمم المتحدة لتوحيد العمل في ألبانيا (2012-2016)، يعتزم المركز عقد حلقات عمل عن الاستخبارات الخاصة بالقدرة على المنافسة، وكذلك تقديم خدمات استشارية وحلول فنية لهيئة تنمية الاستثمار المنشأة حديثاً في ألبانيا. وفي كازاخستان، يخطط المركز للقيام بعمل معايير استرشادية لمنظمات ترويج التجارة لتقييم الفجوات في قدرات مؤسسات دعم التجارة. كما سيقدم منهجية خاصة بنظام التعلم المعياري في كازاخستان، وبيلاورس، وقيرغستان، والاتحاد الروسي، وتركيا كجزء من أنشطته التي تعمل على تعزيز مؤسسات دعم التجارة.

تسهيل الحوار بين القطاعين العام والخاص من أجل تنمية التجارة

شهدت المنطقة العديد من الجهود الرامية إلى زيادة التكامل الاقتصادي الداخلي على مدى السنوات القليلة الماضية، مع استمرار إجراءات انضمام العديد من البلدان لمنظمة التجارة العالمية. وبالتالي، يمثل التعبير عن آراء القطاع الخاص عند إعداد سياسات التجارة والمفاوضات المتعلقة بها مجالاً مهماً من مجالات التركيز لدى مركز التجارة الدولية. ويساعد المركز مجتمعات الأعمال على المشاركة في اتفاقيات التجارة، وفهمها، والاستفادة منها. وفي طاجيكستان، نقوم حالياً بإطلاق مشروع جديد ممول من سويسرا عن تطوير قدرات القطاع الخاص في عملية الانضمام لمنظمة التجارة العالمية. ويجري تخطيط مشروعات مماثلة في بلدان أخرى في إطار برنامج الأمم المتحدة الخاص المعني باقتصاديات آسيا الوسطى. وسيتم عقد سلسلة من الندوات عن آثار الانضمام لمنظمة التجارة العالمية على أنشطة الأعمال لوضعي السياسات، والأوساط الأكاديمية والمؤسسات في بيلاروس، وكازاخستان، والاتحاد الروسي.

وفي قيرغستان، يخطط مركز التجارة الدولية حالياً لوضع استراتيجية تصدير وطنية ستساند البلد في تحويل النفاذ إلى الأسواق إلى فرص لأنشطة الأعمال، ومساعدة مجتمعات الأعمال على تحديد احتياجاتها ذات الصلة بالتجارة والتعبير عنها. وحتى يتسنى مساعدة الحكومة على الاستعداد للمفاوضات مع شركائها التجاريين ومراجعة سياساتها، سيعمل المركز على تحليل التدابير غير الجمركية التي تؤثر على المصدرين في كازاخستان كجزء من دراسة مشتركة عن تقييم احتياجات التجارة مع لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية لأوروبا في هذا البلد.

أمريكا اللاتينية والكاريبي

حقائق أساسية



نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي في 2011 بالدولار الأمريكي، في نطاق (تقديرات صندوق النقد الدولي):

- 23172 دولاراً أمريكياً (جزر الباهاما)
- 739 دولاراً أمريكياً (هايتي)

نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي في 2011 بالدولار الأمريكي مقاساً بتبادل القوة الشرائية، في نطاق (تقديرات صندوق النقد الدولي):

- 30962 دولاراً أمريكياً (جزر الباهاما)
- 1241 دولاراً أمريكياً (هايتي)

معدل نمو إجمالي الناتج المحلي السنوي (%) في 2011، في نطاق (تقديرات كتاب حقائق العالم الصادر عن وكالة الاستخبارات المركزية):

- 10,5% (بنما)
- 2,1% (أنغيوا وبربودا)

مؤشر التنمية البشرية في 2011، نطاق الترتيب:

- 44 (شيلي)
- 156 (هايتي)

عدد السكان في 2011 - النطاق:

- 192 مليون (البرازيل، تقديرات رسمية)
- 52000 [سانت كيتس ونيفيس، تقديرات رسمية (2009)]

عدد البلدان:

33 بلداً منها بلد واحد من أقل البلدان نمواً - دولة جزرية نامية صغيرة، وبلدين ناميين غير ساحليين و14 دولة جزرية نامية صغيرة

عدد البلدان التي بها مشروعات لمركز التجارة الدولية في 2011:

18 بلداً منها بلد واحد من أقل البلدان نمواً - دولة جزرية نامية صغيرة، وبلد واحد نام غير ساحلي، و12 دولة جزرية نامية صغيرة

إنجازات مركز التجارة الدولية في المنطقة في 2011:

3,6 مليون دولار أمريكي

إنجازات مركز التجارة الدولية المتوقعة في المنطقة في 2012:

2 مليون دولار أمريكي

نسبة الإنجازات القطرية والإقليمية لمركز التجارة الدولية في 2011:

11%

الشركاء الإقليميين لمركز التجارة الدولية والمناطق الفرعية:

- أمريكا الوسطى 13 والمكسيك
- أمريكا الجنوبية 14
- منطقة البحر الكاريبي 15

أمثلة على حقائق تجارية 2010 (خريطة التجارة لمركز التجارة الدولية)

صادرات المنطقة: 5,9% من الصادرات السلعية العالمية، لكن:

- 55% من كركند الصخور، وغير ذلك من قشريات البحر، مجمدة (15% من البرازيل)
- 34% موالج وليمون (15% من المكسيك)
- 31% من لحوم الدواجن والأحشاء (28% من البرازيل)
- واردات المنطقة: 5,6% من الواردات السلعية العالمية، لكن:
- 42% من ذرة الحبوب (30% من المكسيك)
- 21% من دقيق الذرة (6% من غواتيمالا)
- 19% من المنتجات الشخصية المزيلة للعرق وما شابهها (6% من البرازيل)

عرض عام للمنطقة

زادت معدلات النمو في المنطقة في 2011، وهو ما يؤكد الانتعاش المطرد بعد الصعوبات التي واجهتها المنطقة في 2009. وتشير اللجنة الاقتصادية لأمريكا اللاتينية والكاريبي إلى وصول معدلات نمو إجمالي الناتج المحلي في المنطقة إلى 4,3% في 2011 بعد الطفرة القوية التي بلغت 5,9% في 2010. وأثناء 2011، سجلت كل أمريكا الجنوبية وأمريكا الوسطى معدلات نمو قوية بلغت 4,6% و4,1% على التوالي، كما أصبحت البرازيل سادس أقوى اقتصاد في العالم ومع ذلك تواجه بلدان منطقة الكاريبي مشكلات باستمرار تتمثل في انخفاض نمو إجمالي الناتج المحلي ليصل إلى 0,7% فقط. ولم يفلت من هذا الاتجاه سوى هايتي حيث حققت طفرة اقتصادية بلغت 5,4% بعد انكماش بلغ 5,1% في 2010.

¹³ كوستاريكا، والسلفادور، وغواتيمالا، وهندوراس، ونيكاراغوا، وبنما.

¹⁴ الأرجنتين، وفنزويلا (جمهورية - البوليفارية)، والبرازيل، وشيلي، وكولومبيا، وإكوادور، وبيرو، وبوليفيا (دولة - المتعددة القوميات)، وأوروغواي.

¹⁵ جزر الباهاما، وباربادوس، وبنيليز، وكوبا، والجمهورية الدومينيكية، وغيانا، وهايتي، وجاميكا، ومنظمة دول شرق البحر الكاريبي: (أنغوا وباربودا، ودومينيكا، وغرينادا، وسانت كيتس ونيفيس، وسانت لوسيا، وسانت فنسنت وغريناديون) وسورينام، وترينيداد وتوباغو.

وعلى الرغم من أرقام 2011 المشجعة بوجه عام، لا تزال توقعات 2012 غير مؤكدة وذلك على ضوء الانكماش الذي تشهده أوروبا التي تمثل سوقاً مهماً للتصدير. فمن الممكن أن تؤثر موجة أقوى من التباطؤ العالمي على المنطقة في عدة محاور تتضمن انخفاض الصادرات للبلدان المتقدمة، وتراجع الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى المنطقة أو حتى صافي تدفق الموارد إلى الخارج، وإمكانية وجود منافسة قوية في الأسواق الداخلية والثالثة من مناطق أخرى بأسعار منخفضة على نحو مصطنع بسبب زيادة المعروض من السلع عن الحاجة. وفي الوقت نفسه، من المتوقع أن تظل السياحة وتحويلات العاملين في الخارج، وقد كانا مصدرًا مهمًا للنقد الأجنبي في السنة الماضية، عناصر إسهام قوية في الاقتصاد في 2012.

ويعتبر النمو الملحوظ في الصادرات في المنطقة على مدى السنتين الماضيتين (27% في 2010 و23% في 2011) نتيجة رئيسية لزيادة أسعار السلع والمواد الخام وليس الحجم. أما الاستثناء فهو أمريكا الوسطى حيث سجلت معدلات نمو كبيرة في حجم الصادرات. ولا تزال بلدان أمريكا الجنوبية تعمل على تنويع صادراتها بعيداً عن الولايات المتحدة وأوروبا، وشركائها التجاريين التقليديين، ومن ثم تحسين فرصها بشأن التعامل مع موجة التباطؤ في واردات الدول المتقدمة في 2012. ولا تزال التجارة بين بلدان المنطقة الواحدة، على الرغم من نموها، أقل من الإمكانيات الموجودة بشكل كبير، حيث تبلغ نسبة متواضعة تصل إلى 20% لجميع الصادرات - أقل من المعدل الموجود في آسيا.

وبعد عامين من موجة التباطؤ في 2009، تراجعت معدلات البطالة إلى 6,8% أي أقل من مستويات ما قبل الأزمة حيث بلغت ذروتها لتصل إلى 8,1% في 2009. ومع ذلك، لا يزال هناك العديد من التحديات الهيكلية لا سيما ما يؤثر على إيجاد فرص عمل لشرائح المجتمع الأكثر تعرضاً لمخاطر ومن بينها النساء والشباب. كما استمر تراجع معدلات الفقر في المنطقة ولكنها لا تزال بعيدة عن إحراز المستهدف بشأن الهدف الإنمائي للألفية المتمثل في القضاء على الفقر المدقع. وتولي حكومات المنطقة على نحو متزايد اهتماماً لخلق فرص العمل وتخفيف وطأة الفقر بين أولوياتها الإنمائية على المستوى الوطني، وبالتالي زيادة فرص تحقيق نمو عادل وشامل للجميع مع أثر مستدام على الرفاهية.

المشهد التجاري الإقليمي

شهد العامان الماضيان استقراراً لعملية تحرير التجارة والتكامل التجاري التي استمرت 10 سنوات، كما أحرزت معظم البلدان تقدماً كبيراً في هذا الاتجاه، فعلى سبيل المثال نجد اتفاق التجارة الحرة لأمريكا الشمالية، واتفاقية التجارة الحرة بين الجمهورية الدومينيكية-أمريكا الوسطى-الولايات المتحدة الأمريكية، واتفاقيات الشراكة الاقتصادية، والعديد من الاتفاقيات الثنائية ومتعددة الأطراف. وفي الوقت نفسه، أدى فقدان التدريجي للمعاملة التفضيلية في أسواق التصدير التقليدية إلى إظهار أوجه القصور في القدرة التنافسية لبعض البلدان في المنطقة وخاصة في أمريكا الوسطى ومنطقة الكاريبي. ولمعالجة هذه القضايا، يدور محور تركيز المركز حالياً حول تحسين الأطر المؤسسية لا سيما فيما يتعلق ببيئة أنشطة الأعمال، ولوائح التصدير والاستيراد وإنفاذها، والمعايير ذات الصلة. وحتى يتسنى لهذه البلدان استعادة قدرتها على المنافسة في بيئة أكثر تحرراً، عليها أن تقوم بتنويع أنشطتها بعيداً عن صادرات السلع التقليدية من خلال الابتكار والانتقال إلى إنتاج منتجات أعلى قيمة وخدمات تعتمد على المهارات. وهذا بدوره يمكن أن يعالج الآثار الموروثة المتمثلة في عدم المساواة في توزيع الدخل، وخفض آثار الاقتصاد على البيئة.

مجالات الأثر الرئيسية والمبادرات

يتمثل أحد الدروس المستفادة من خبرة مركز التجارة الدولية في هذه المنطقة في أن البلدان غير راضية عن الحلول العامة، لكنها لديها متطلبات محددة للغاية للتصدي لمشكلاتها، وبالتالي فهي تطلب نهج مهيأة حسب احتياجاتها. ويستجيب المركز لهذه المتطلبات بالتركيز على قدرة الصادرات ذات القيمة المضافة من جانب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المنافسة من خلال التنوع والابتكار. ولتعزيز هذه الأهداف على المستوى المؤسسي، نجد أن تعزيز الإطار المؤسسي مهم أيضاً في مساعدة المصدرين على إعادة وضع منتجاتهم في سلسلة أوسع نطاقاً من الأسواق تتضمن المشترين من بلدان المنطقة الواحدة. كما أن هناك حاجة إلى بذل الجهود الرامية إلى إعادة توجيه استراتيجيات التصدير نحو أسواق الخدمات والمنتجات سريعة النمو، وربط شرائح المنتجين المعرضين للمخاطر بأسواق التصدير. وتحقيقاً للأثر المرجو من وراء هذه الأهداف على المدى المتوسط والمدى الطويل، سيركز عمل مركز التجارة الدولية في 2012-2013 على المجالات التالية:

تعزيز جهات تقديم خدمات دعم التجارة

يتباين مستوى تطوير مؤسسات دعم التجارة وأدائها في المنطقة. وجرى التعرف أن تتواجد في أمريكا الجنوبية مؤسسات لدعم التجارة من القطاعين العام والخاص. أما أمريكا الوسطى، فعلى الرغم من رسوخ مؤسسات دعم التجارة من القطاع الخاص، تم مؤخراً فقط، في بعض الحالات، إنشاء منظمات ترويج التجارة على المستوى الوطني أو إعادة هيكلتها. وفي منطقة البحر الكاريبي، قامت البلدان بإنشاء هيئات إقليمية لترويج التجارة وتنميتها. ويتيح تنوع المؤسسات في البلدان المختلفة فرصاً لمقارنة الأداء وتبادل أفضل الممارسات بين مؤسسات دعم التجارة. وسيتم توسيع نطاق تقييمات المعايير الاسترشادية لمركز التجارة الدولية بشأن منظمات ترويج التجارة التي تم القيام بها في 2011 في كولومبيا لتغطي السلفادور ومنطقة الكاريبي في 2012، وبالتالي زيادة المتاح من الممارسات الجيدة في المنطقة. ومن المتوقع أن تترجم طلبات إكوادور، والمكسيك، والجمهورية الدومينيكية، وكوبا لتعزيز قدرات منظمات ترويج التجارة الوطنية لديها ومؤسسات دعم التجارة القطاعية إلى مشروعات مساعدة فنية جديدة في حالة تحديد الأموال المطلوبة للمنطقة وجمعها.

وأثناء 2012، سيتم تقديم مساعدات للمؤسسات المحلية في بيرو والمكسيك لإعداد التصاميم وخدمات التسويق الخاصة بها وملائمتها في قطاعات الملابس والمجوهرات لمساعدة العملاء على زيادة قدرة الصادرات على المنافسة. وسيواصل المشروع الممول من سويسرا في الممر الشمالي لبيرو توفير سبل الوصول أمام خدمات التطوير لمؤسسات دعم التجارة في قطاعات الصناعات الزراعية المهمة في هذه المنطقة التي حُرمت من خدمات دعم التجارة بسبب بعدها عن العاصمة.

تمكين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الانضمام إلى سلاسل التوريدات العالمية

يواجه العديد من المصدرين في هذه المنطقة تحديات مشتركة تتمثل في زيادة دخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال زيادة مكون القيمة المضافة في منتجات التصدير التقليدية، والنهوض بعمليات الإنتاج، وتحسين الرقابة على الجودة، والدخول في مجال الصادرات الخدمية، والوصول إلى معلومات استخباراتية عن الأسواق. وتركز استراتيجية مركز التجارة الدولية على تشجيع الابتكار وتحسين قدرات المصدرين حتى يتسنى لهم التنويع بالطلب واستهداف الأسواق الجديدة لمنتجات القيمة المضافة والخدمات التي تتطلب مهارات. وهناك مثال على هذا النهج يتمثل في مشروع الأعمال الحرفية المخطط القيام به في الجمهورية الدومينيكية حيث سيركز على الابتكار بهدف تعزيز قدرة قطاع الصناعات الحرفية على المنافسة، وإعادة توجيه منتجاته نحو الأزياء الرفيعة والتصميم الداخلي. كما سيكون هذا المشروع مثالاً على التعاون بين بلدان المنطقة الواحدة في المساعدة الفنية التي سيقدمها خبراء من كولومبيا.

ويجري الآن تقديم الدعم للمؤسسات المملوكة لنساء في قطاعات المجوهرات، والحلي، والملابس المصنوعة من صوف الألبكة، والإكسسوارات في المكسيك وبيرو لدخول أسواق الولايات المتحدة كجزء من برنامج مركز التجارة الدولية للمرأة والتجارة. وعلى الرغم من التمثيل القوي للمرأة في هذه القطاعات، فإن مشاركتها في التجارة الدولية لا تزال هامشية بسبب عدم معرفة متطلبات السوق وفرص أنشطة الأعمال.

ويبحث برنامج الأزياء الأخلاقية عن موارد لتنفيذ مشروع في هايتي لتمكين الشرائح المجتمعية الحرفية المحرومة من العمل من خلال ربطها بأسواق الأزياء العالمية. كما سيساند هذا المشروع أيضاً المواد والمنتجات الصديقة للبيئة التي يمكن دمجها في مجموعات المصممين النهائية رفيعة المستوى. وهناك مشروع آخر تجري مناقشته يسعى إلى زيادة الدخل في قطاع البن في هايتي. وفي إطار برنامج التجارة وتغيير المناخ والبيئة، من المتوقع أن تسهم مبادرة لتشجيع التجارة في المنتجات القائمة على التنوع البيولوجي والمنتجة على نحو مستدام، تم إطلاقها في بيرو في 2011، في الاستفادة المستدامة من المنتجات غير الخشبية للغابات.

تحسين توفير المعلومات الاستخباراتية التجارية واستخدامها

يمثل الحصول على معلومات استخباراتية تجارية ذات صلة وفي توقيت مناسب أحد العوامل المهمة في تحديد قدرة المصدرين على المنافسة. وتؤكد المسوحات السنوية للعملاء التي يقوم بها مركز التجارة الدولية باستمرار على تقدير هذه الخدمة والحاجة إليها من العملاء في المنطقة. وفي 2012 والسنوات التالية، يعتزم المركز الاعتماد على خبراته الموسعة في التدريب على استخدام الأدوات الاستخباراتية التجارية لتمكين مؤسسات دعم التجارة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة للاستفادة التامة من هذه الأدوات والمنهجيات في إيجاد الأسواق وتوسيع نطاق صادراتها.

ولضمان استدامة الإجراءات التدخلية للمركز، فإنه يواصل بناء قدرات مؤسسات دعم التجارة لجمع المعلومات الاستخباراتية التجارية ونشرها باستخدام الأدوات والمنهجيات المناسبة بما فيها ما يقدمه المركز. وفي الوقت نفسه، سواصل تطوير معلومات استخباراتية تجارية على مستوى عالمي وتوفيرها للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ونشر المعلومات التجارية الخاصة بقطاع محدد ونشرها، وتقديم مساعدة مهنية للمشروعات في إطار سعيها لتطوير قدراتها أو النهوض بها من أجل جمع المعلومات الاستخباراتية التجارية، وتحليلها، ونشرها.

وقد طلب العديد من بلدان المنطقة مساعدة من مركز التجارة الدولية لتحسين شفافية المعلومات بشأن التدابير غير الجمركية وتعزيز فهمها للوائح الأكثر تعقيداً التي تحكم التجارة الدولية. ويجري الآن القيام بسلسلة من المسوحات الخاصة بالتدابير غير الجمركية التي تستهدف عينة ممثلة للمؤسسات المصدرة في العديد من القطاعات، بدعم من الشركاء الإقليميين، في جاميكا، وباراغواي، وبيرو، وترينيداد وتوباغو، وأورغواي مع تغطية المزيد من البلدان في السنوات القادمة. ومن المتوقع أن تعمل نتائج هذه المسوحات على تعزيز سياسات التجارة من خلال تقديم معلومات عن آثار التدابير غير الجمركية على مفاوضات التجارة وسياسات تنمية الصادرات.

تعزيز تواجدها في المنطقة

أدى إنشاء مكتب إقليمي في مدينة المكسيك إلى إتاحة وسيلة إضافية لمركز التجارة الدولية لتحقيق الهدف المتمثل في دمج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في منظومة التجارة العالمية. وستزداد فرص التعامل مع عملاء وشركاء وجهات مانحة جديدة، وهو ما سيشجع فرصاً أخرى لتطوير المشروعات الإقليمية. كما سيعمل تواجدها على تسهيل الحوار والشراكات مع شبكات المؤسسات الوطنية، وعلى نحو بارز في المكسيك، ومنظمات ترويج التجارة ومؤسسات دعم التجارة على مستوى الدولة، وسيسمح ذلك لنا بتبادل أفضل الممارسات مع الوصول إلى عدد أكبر من الجمهور المستهدف على نحو أكثر فعالية.

في بؤرة التركيز: التجارة في الخدمات

في 2012 - 2013، يعزّم مركز التجارة الدولية إعداد حافظة شاملة للخدمات في التجارة استجابة للأهمية المتزايدة لصادرات الخدمات في البلدان النامية والسائرة على طريق التحول الاقتصادي. ويمثّل قطاع الخدمات الآن ما يقرب من 50٪ من إجمالي الناتج المحلي في البلدان المنخفضة الدخل، كما زاد نصيب البلدان النامية في صادرات الخدمات العالمية من 14٪ في 1990 إلى 21٪ في 2008. ونجد أن الآثار الاجتماعية للخدمات التي تعمل على نحو جيد ممتدة، نظراً لأن جودة ويسر تكاليف خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية، والنقل، والخدمات المهنية تساهم على نحو كبير في زيادة تنافسية الصادرات الكلية للأنشطة الاقتصادية بما في ذلك الصناعات التحويلية والقطاعات الزراعية. ولما كان هذا القطاع يتمتع بزيادة القيمة المضافة، فإنه يمثل محركاً بديلاً للنمو من أجل التنمية الاقتصادية المستدامة والحد من الفقر. ونتيجة لذلك، أعرب العديد من البلدان النامية عن حاجتها إلى دعم من مركز التجارة الدولية لتعزيز تصدير خدماتها نظراً لأنها تسعى إلى تنويع تجارتها.

عمل مركز التجارة الدولية الحالي في مجال الخدمات

يغطي ما يقدمه مركز التجارة الدولية حالياً من خدمات ترتبط بالتجارة العديد من المجالات الفنية والخبرات العملية: يعمل المركز على بناء ثقة أصحاب المصالح في تطوير السياسات المناسبة وعمليات الإصلاح التنظيمي، على سبيل المثال في صياغة سياسات التجارة في أفريقيا والتكامل الإقليمي في تجارة الخدمات. كما قام المركز بدور نشط في تعزيز دور مؤسسات دعم التجارة في الترويج لأعمال سياسات التجارة في مجال الخدمات، وتنظيم الحوار بين القطاعين العام والخاص لتحسين فهم آثار تطوير الخدمات وتحريرها على أنشطة الأعمال. ويساند المركز البلدان الشريكة في إعداد استراتيجيات التصدير لقطاعات الخدمات. ونقوم بإدارة مشروعات لزيادة قدرة المصدرين على المنافسة في العديد من قطاعات الخدمات مثل تكنولوجيا المعلومات في بنغلاديش، والسياحة الشاملة في العديد من البلدان الأفريقية. ومن خلال برامج تدريب المدربين، استطاع المركز تطوير قدرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال تسويق الصادرات والعلامات التجارية.

التطلع إلى المستقبل: تقديم خدمات شاملة في مجال التجارة في الخدمات

وفق المعالم الرئيسية في الخطة الاستراتيجية، وبناءً على الآراء التقييمية للعلاء، يهدف مركز التجارة الدولية إلى المزيد من التعزيز والتنظيم لما يقدمه في مجال التجارة في الخدمات من خلال بناء خبرات أساسية في المجالات التالية:

- **تحسين الشفافية في التجارة في الخدمات.** سنقوم بتحسين سبل الوصول إلى المعلومات الاستخباراتية التجارية وتعزيز القدرات الخاصة بهذا الشأن في مجال الخدمات. وسيضمن ذلك جمع اتفاقيات التجارة في الخدمات الإقليمية والثنائية وتحليلها في صورة أداة جديدة لتحليل الأسواق في خريطة الخدمات. كما سيضمن أيضاً جمع التدابير غير الجمركية التي تؤثر على مصدري الخدمات وتحليلها.
- **تعزيز البيئة الداعمة للتجارة في الخدمات.** سنعمل على بناء ثقة أصحاب المصالح في تطوير السياسات المناسبة وعمليات الإصلاح التنظيمي الملانة بهدف تحرير تجارة الخدمات. كما سنركز على تعزيز جمعيات وتحالفات الخدمات في البلدان النامية كي تدعم احتياجات أعضائها على نحو أفضل.
- **تعزيز قدرات المؤسسات وتحسين صادرات الخدمات المباشرة في قطاعات محددة.** سيركز هذا الهدف على تطوير قدرات مجموعات من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في صناعات خدمات محددة، ومساندة البلدان الشريكة في تعزيز صادرات الخدمات المباشرة من خلال نهج متكامل لتنمية القطاعات المعنية. وسيضمن ما يقدمه المركز تعزيز سلسلة القيمة لقطاعات خدمات محددة.

وحتى يتسنى تحقيق هذه الأهداف، يعمل مركز التجارة الدولية في الوقت الحالي في برنامج التجارة في الخدمات الذي من شأنه تطوير أفكار المشروعات، وإقامة علاقات تعاون مع المنظمات الشريكة، وتنفيذ المشروعات. ولضمان الكفاءة العملية، سنسعى إلى الاعتماد على القدرات الحالية والدروس المستفادة من المشروعات السابقة لكل من مركز التجارة الدولية والمؤسسات الشريكة. وعلى المدى الطويل، نهدف إلى إضفاء الصبغة المؤسسية على عملية تقديم الخدمات في أنشطة الأعمال الخمسة التي نقوم بها جميعها: المعلومات الاستخباراتية التجارية، وقدرة المصدرين على المنافسة، وتعزيز مؤسسات دعم التجارة، واستراتيجية التصدير وسياسة الأعمال والتجارة، وهو ما يعمل على استكمال خبراتنا الحالية في تجارة السلع.

وحتى يتسنى الاستجابة على نحو كافٍ للطلب المتنامي من عملائنا في هذا المجال، فإننا نسعى للحصول على مساندة مالية من هيئات مانحة لتأسيس مجالات تعاون مع المؤسسات الشريكة.

تعزيز الأداء المؤسسي

يعتبر التطور المؤسسي لمركز التجارة الدولية ضروريًا لدعم تقديم المساعدة الفنية ميدانيًا. ويغطي هذا الفصل العمل الذي تم القيام به لتحسين أداء المركز، وفعاليتها، وكفاءته.

التركيز على النتائج والأثر

يمثل الاستمرار في تقييم فعالية المساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة قضية مهمة في 2012. ويعتبر ذلك جزءًا من نهج المركز الأوسع نطاقًا المعني بالإدارة من أجل تحقيق أهداف إنمائية، كما سيتم تتبع ذلك على مستوى المشروعات، والبرامج، والبلد، وعالميًا.

وعلى مستوى كل من المشروعات والبرامج، ستعمل الإدارة القائمة على النتائج وعمليات إدارة دورة المشروع للمركز على تسهيل الرصد والتقييم المنهجي للمخرجات والنتائج، كما سيعمل على المساهمة في المعارف المتزايدة حول سلاسل النتائج. ومن الواضح أنه لا يمكن تحقيق هذه النتائج إلا مع شركاء المشروع، وهذا هو السبب في أن النظراء بحاجة إلى القيام بدور نشط في الدورة الكاملة للمشروع. وستكون الدروس المحددة الخاصة بالمشروع مدخلات أساسية لتطوير المتابعة والمشروعات ذات الصلة، وكذلك إدخال تعديلات على برامج مركز التجارة الدولية. وسيتم تدعيم هذا العمل أيضًا من خلال تعزيز وظيفة التقييم لدى المركز في 2012، والتحديث المستمر لنظام معلومات المشروعات.

وسيعمل المركز على تحقيق الإدارة القائمة على النتائج على المستوى المؤسسي في 2012. ويتطلب ذلك تطوير هيكل متكامل لإعداد تقارير المشروعات بناءً على نتائج ومخرجات مؤسسية متسقة، وعلى مستوى القسم، وعلى مستوى المشروع وكذلك تحديث الخطة والإطار الاستراتيجيين.

وتتضمن المهام الكبرى التي سيتم إنجازها في 2012 عند إعداد الإطار الاستراتيجي 2014-2015، والإطار المنطقي المؤسسي القيام بعملية مشاورات خارجية مع كبار الشركاء، ومواءمة النتائج والمخرجات على مستوى القسم المعني والمؤشرات الفرعية مع الإطار المنطقي المؤسسي، وتقيح شرح شروط ومصادر التحقق لكل مؤشر من المؤشرات ذي صلة بالأهداف الاستراتيجية.

دور فعال للمركز

سيقوم مركز التجارة الدولية في 2012 بتعزيز إجراءات التحسين المستمر والعمل نحو ضمان أن إجراءات الأعمال تدعم تنفيذ العمليات مقابل الأهداف الاستراتيجية. وسنركز على التنفيذ الناجح للمشروعات والبرامج مع التأكيد في الوقت نفسه على الاستخدام السليم للموارد البشرية والمالية وحسن إدارتها. وكما كان الوضع في السنوات السابقة، تعتبر الخدمات القانونية مجالاً في حاجة ماسة إلى مزيد من الأموال كي يمكن إنجاز عبء العمل المتزايد المتمثل في إعداد مذكرات التفاهم (MOUS) وتقديم المشورة القانونية لجميع البرامج.

ويتمثل المكون الرئيسي لدورة التخطيط الاستراتيجي للمركز في الخطة الاستراتيجية التي تحدد الاتجاه الاستراتيجي للمركز لمدة 4 سنوات. وتحدد الخطة الاستراتيجية 2012-2015 المعالم الرئيسية الاستراتيجية لأعمال المركز كل سنتين. كما تم أيضًا تحديد المؤشرات في الإطار الاستراتيجي بهدف رفع معايير الأداء ودعم تحسينه.

وسيوصل المركز التزامه بتعزيز آليات رفع التقارير الشهرية والربع سنوية التي تغطي التمويل، والموارد البشرية، وخدمات الدعم المركزي، وتنفيذ استراتيجية تكنولوجيا المعلومات، وتنفيذ المشروعات في 2012، ومؤشرات النواتج من خلال نظام المعلومات المتكامل للرصد والوثائق (IMDIS).

وحتى يتسنى تقديم خدمات أفضل لعملائنا، ودعم التنفيذ الفعال للمشروعات، سيقوم المركز بتقديم نظام لإدارة علاقات العملاء. وسيكون هذا النظام بمثابة سجل إيداع مركزي لجميع العقود واتفاقيات المبادلات مع العملاء، وسيعمل على المزيد من التماسك الداخلي عند الاستجابة للمستفيدين والجهات المانحة. ويتضمن هذا النظام عددًا من إجراءات الأعمال الحالية تشمل إدارة المذكرات للملف، وتسجيل المساهمات العينية للبلدان المستفيدة، وإدارة الفعاليات وتتبع تحقيق النتائج مقابل الأهداف المؤسسية، بناءً على نظام المعلومات المتكامل للرصد والوثائق. وهناك مرحلة ثانية من النظام ستعمل على تجميع الإجراءات ذات الصلة بمذكرات التفاهم، والمنح، وخطابات الاتفاقيات، وإدارة المراسلات، والمطبوعات وإعداد التقارير القانونية، وإدارتها، وأتمتها.

وفي 2012، سيواصل المركز والجهات المانحة تمويل برنامج التقييم السنوي للمشروعات، ومسوحات العملاء والموظفين، ودمج الآراء التقييمية في أساليب عمله. وسيقوم المركز أيضًا بتبادل الممارسات الجيدة في التقييم الخارجي والداخلي لضمان أن جميع التقييمات تتبع معايير جودة وينتج عنها تعلم إيجابي للمركز.

النتائج من الموارد

سيواصل المركز جهوده الخاصة برصد عناصر الكفاءة والحوكمة الداخلية والخارجية لديه وإدارتها. وفي إطار خطة العمليات، نخطط للحفاظ على ثبات النفقات من خارج الموازنة عند 48 مليون دولار أمريكي في 2012. وبعد 3 سنوات من التوسع الكبير في تنفيذ المشروعات والبرامج، سيكون التركيز في ذلك العام على جودة المشروعات ونتائجها. وتعتبر الإدارة الناجحة والتنفيذ في الوقت المناسب لكل من الحافظة والبرامج الأكبر حجماً داخل هذه الحافظة من العوامل الأساسية لتحقيق ذلك مع الالتزام القوي بالحصول على قيمة مقابل ما ينفق من أموال.

ويعمل المركز على تنمية علاقات الجهات المانحة مع الجهات المانحة الثنائية القائمة في البلد المعني. وسيتم نشر استراتيجيات في 2012 للاستفادة من الفرص المتاحة من خلال مصادر مثل الإطار المتكامل المحسن، ومبادرة الأمم المتحدة لتوحيد العمل، وتعزيز الشراكات الاستراتيجية طويلة الأجل مع البنوك الإقليمية، والبنك الدولي، ومنظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO)، وأمانة الكومنولث، وبرنامج التنمية الثنائية، وغير ذلك من مؤسسات التمويل.

تحديث الإدارة المالية

يعمل مركز التجارة الدولية في بيئة مالية معقدة حيث يحصل على أموال من مصادر متنوعة في أوقات مختلفة وظروف مختلفة. وإدراكاً بهذه القيود، يعمل المركز بصورة مستمرة على تحسين الإدارة المالية لديه.

وفيما يتعلق بالأدوات المؤسسية المتكاملة، والمعايير المحاسبية، ستستمر الاستثمارات في تحديث الإدارة المالية من خلال تنفيذ المعايير المحاسبية الدولية الجديدة للقطاع العام (IPSAS)، وكذلك تحديد متطلبات المشروع الجديد لتخطيط موارد المؤسسات، أوموجا. وسواصل الاستثمار في مشروع أوموجا وتنفيذ المعايير المحاسبية الدولية للقطاع العام نظراً لأنها تعمل على زيادة دمج الإدارة القائمة على النتائج في المركز بالإضافة إلى المواءمة مع مبادرات منظومة الأمم المتحدة.

وأثناء 2012، سيستمر التدريب على هذه الأنظمة، وسيتم تحديد السياسات المتوافقة مع المعايير المحاسبية الدولية للقطاع العام والاتفاق عليها مع مراقبي الحسابات الخارجيين. وسيتم القيام بأعمال تحضيرية ومحاكاة للقوائم المالية. وستساعد هذه الأنشطة في الوفاء بالتزاماتنا بشأن تحسين القيمة التي يتم الحصول عليها مقابل المال والإدارة المالية. وكما كان الوضع في السنوات السابقة، ستواصل لجنة الإدارة العليا الحصول على تقارير شهرية عن الأداء المالي وكذلك سير العمل في تنفيذ المشروعات. وهذا سيؤدي إلى تسهيل المساءلة أمام الإدارة العليا والهيئات الخارجية.

وتُعد إدارة التدفقات النقدية بالغة الأهمية لتيسير تنفيذ المشاريع. فمن خلال الاستخدام المدار بشكل واعي لاحتياطي التشغيل لدى المركز، يمكن للمركز تقديم أموال للمشروعات ومن ثم يعمل على ضمان استمرارية العمليات. وسيعمل المركز على زيادة احتياطي التشغيل بالتشاور مع الجهات المانحة.

الاستثمار في الأفراد والنهوض بإدارة الموارد البشرية

يعتبر مركز التجارة الدولية منظمة تعظم من شأن وقيمة المعرفة، وبالتالي فهو ينظر إلى موظفيه على أنهم العنصر الأساسي لتحقيق نجاحه. وبالتالي سنستمر في تطوير مبادرات التدريب المؤسسي بهدف زيادة تحسين أداء الموظفين مما يدعم تنفيذ العمليات.

وتعتبر استراتيجية الموارد البشرية المكونة من 5 أجزاء الأداة الرئيسية لإرشاد استثمارات المركز في الموظفين وفي برامج إدارة موارده البشرية. وتتضمن المعالم الرئيسية في 2012 تنفيذ سياسات للتعليم والتنمية، وتخطيط عمليات الإحلال، ومواصلة التدريب، والتدريب أثناء الأداء. وتتضمن مبادرات التعلم والتنمية في 2012 ما يلي:

- التدريب على تصميم المشروعات وتنفيذها، وحلقات عمل عن الإدارة؛
- التدريب على مهارات القيادة والإدارة والإشراف؛
- التدريب على مهارات المساءلة والاتصال؛
- التدريب على إدارة الأداء.

تم إطلاق برنامج تدريب أثناء الأداء للمديرين الذين يقومون بمهام التعيين لمساعدة المديرين في عملية تعيين الموظفين لمدة محددة في 2011، كما أن هناك برنامج مكون من 4 وحدات متاح الآن. وبدءاً من 1 يناير/كانون الثاني 2012، تم إدخال سياسات جديدة بشأن اختيار الموظفين وجهات المراجعة المركزية وفق سياسات الأمم المتحدة الحالية. وسيتم إدخال نظام جديد للمعلومات لدعم إدارة التغيير في الوظائف مثل تعيين استشاريين في مجال المساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة وتسجيلهم، والاعتماد على النظم الآلية الجديدة المنفذة في 2011 لاختيار المتدربين وإدارتهم.

ومن خلال الاستثمار في هذه البرامج، فإن المركز يكون قد وضع استثماراته في أصول لا تقدر بثمن وهي الموظفين. وسيقوم المركز بتعزيز فريق عمله والمساهمة في المخرجات التي يحققها موظفيه من خلال بناء معارفهم ومهاراتهم في إدارة المشروعات والبرامج والأفراد، وكذلك ضمان أن يكون لديهم فهم أكبر لكل من دورهم في المركز وما يمكنهم المساهمة به لتحقيق الأثر المرجو على الصادرات من أجل صالح المستفيدين من أعمال مركز التجارة الدولية.

مركز التجارة الدولية (ITC) هو وكالة مشتركة بين منظمة التجارة العالمية والأمم المتحدة.

عنوان الشارع: مركز التجارة الدولية،
54-56, rue de Montbrillant,
1202 جنيف، سويسرا

العنوان البريدي: مركز التجارة الدولية،
Palais des Nations,
1211 جنيف 10، سويسرا

الهاتف: +41-22 730 0111

الفاكس: +41-22 733 4439

البريد الإلكتروني: itcreg@intracen.org

الموقع الرسمي: www.intracen.org

