

التقرير السنوي لعام 2017





مركز التجارة الدولية هو الوكالة الدولية الوحيدة المُكرّسة بالكامل لتنمية الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة. من خلال العمل مع الشركاء لتعزيز القدرة التنافسية للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة المصدّرة، نساعد على بناء قطاعات تصدير تتسم بالحيوية والاستدامة، وقادرة على توفير فرص ريادية على وجه الخصوص للنساء والشباب والمجتمعات الفقيرة.



ديمومة أثر التجارة

المحتويات

4	مقدمة
6	الأهداف العالمية هي أهداف مركز التجارة الدولية
8	السياق الدولي

12	إسهامات مركز التجارة الدولية: جهود أكبر، على نحو أفضل
16	توفير المعلومات التجارية والتحريرات عن الأسواق
26	بناء بيئة أعمال مواتية
34	تعزيز مؤسسات دعم التجارة والاستثمار
40	الربط بسلاسل القيمة الدولية
48	تعزيز وتعميم التجارة الشاملة والخضراء
60	دعم التكامل الاقتصادي الإقليمي والروابط بين الدول النامية

66	نتائج المؤسسة
68	حوكمة المؤسسة
70	التقييم والأداء
72	نظرة عامة على الأوضاع المالية
75	إدارة الموارد البشرية
77	الاتصال والتواصل
79	الفعاليات البارزة لمركز التجارة الدولية
81	الشراكات

86	الملاحق
88	الملحق 1: مجالات وبرامج التركيز لمركز التجارة الدولية
90	الملحق 2: التعاون الفني لمركز التجارة الدولية حسب المنطقة ومجال التركيز
97	الملحق 3: مشاريع وبرامج مركز التجارة الدولية القطرية والإقليمية حسب البلد
104	الملحق 4: تقييم الاحتياجات وتصميم المشاريع بواسطة مركز التجارة الدولية خلال عام 2017 حسب المنطقة
106	الملحق 5: نبذة عن موظفي المركز
107	الملحق 6: توزيع المهام حسب جنسية الخبراء وجنسهم في عام 2017
111	الملحق 7: جدول المساهمات الطوعية في الصندوق الاستئماني التابع لمركز التجارة الدولية

دراسات الحالة

توفير المعلومات التجارية والتجارية عن الأسواق

24



مكتب المساعدة للتجارة العالمية: محطة واحدة لتزويد الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة بمعلومات الوصول للأسواق

22



استخدام الدراسات المسحية للأعمال التجارية لمساعدة الشركات الفلبينية الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على التغلب على العقبات

20



تدريب دبلوماسي جنوب أفريقيا لمساعدة الشركات على دخول أسواق جديدة

بناء بيئة أعمال مواتية

32



وضع الأساس لسياسات النهوض بالتجارة الأفغانية

30



تضمين صوت القطاع الخاص في إصلاحات تيسير التجارة

تعزيز مؤسسات دعم التجارة والاستثمار

38



فهم الكيفية التي يمكن بها لمؤسسات دعم التجارة والاستثمار مساعدة الشركات الصغيرة لتصبح أكثر قدرة على المنافسة

36



جلب صيغة كوستاريكا لتشجيع الاستثمار إلى شرق أفريقيا

الربط بسلاسل القيمة الدولية

46



تحصيل أسعار أعلى لمنتجات البن الأفريقيين من خلال المزادات عبر الإنترنت

44



دعم إضافة القيمة وتنمية الصادرات في قطاع الباشمينا بنمبل

42



ربط الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة بالأسواق الدولية لخلق فرص العمل في شمال أفريقيا

ترويج وتعميم التجارة الشاملة والمراعية للبيئة (الخضراء)

58



تحسين سبل العيش للنازحين السوريين من خلال التجارة

56



منتجو الكاكاو الكولومبيون يستخدمون إرشادات الاستدامة لتحصيل أسعار أعلى

54



تمكين رائدات الأعمال عبر منطقة المحيط الهندي

دعم التكامل الاقتصادي الإقليمي والروابط بين الدول النامية

66



بناء المهارات الرقمية في شرق أفريقيا

64



في غرب أفريقيا، نهج متعدد الجوانب لتعزيز التجارة الإقليمية

فيما يتعلق بالاقتصاد العالمي، شهد عام 2017 بوادر انحسار آثار الأزمة المالية أخيراً. فبعد ما يقرب من عقد من التقدم البطيء، تحركت معدلات النمو إلى أعلى في مختلف أنحاء العالم، رافعةً أحجام التداول التجاري بشكل حاد في أعقابها.

ومع ذلك فقد تميّز العام نفسه بهبوب أقوى الرياح المعاكسة للتجارة والتعاون متعدد الأطراف عموماً لعقود خلت. كانت قيمة التجارة العالمية القائمة على القواعد "محل شك" بشكلٍ صريح. لقد صُوّرت الالتزامات الدولية من جميع الأنواع - بشأن التجارة، والبيئة، والهجرة - على أنها تُضعف البلدان والحكومات الفردية، بدلاً من كونها تعزز قدراتها على مواجهة التحديات المتداخلة.

وفي الواقع، فإنه لتحقيق أهداف التنمية المُستدامة (SDGs) - متمثلةً في القضاء على الفقر والحد من عدم المساواة الاجتماعية والاقتصادية مع تحويل اقتصاداتنا نحو الاستدامة البيئية - نحتاج إلى تعاون أكثر وأفضل عبر الحدود مع عملٍ أكثر فعاليةً في الداخل.

ومن شأن ضمان أن يتمكن كل الناس، في جميع البلدان، من المشاركة في المكاسب التي تجلبها التجارة والتقدم التقني أن يسهم بدوره في تهدئة العواصف التي تجتاح العلاقات الاقتصادية العالمية حالياً. ومن المهم بصفة خاصة ربط الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة (MSMEs) بسلاسل القيمة الدولية لجعل التجارة شاملة للجميع، لأن هذه الشركات توظف الجزء الأكبر من القوى العاملة في كل مكان تقريباً.

لا يزال مركز التجارة الدولية ملتزماً بجعل الأعمال التجارية تعمل لصالح الـ 99% من البشر. فمُنذ تأسيسه في 1964، عمل المركز على تمكين الأعمال التجارية من البلدان النامية والأقل نمواً من اغتنام الفرص التي يَتيحها الاقتصاد العالمي. لا يتم ذلك كغاية في حد ذاته، بل كوسيلة لزيادة الدخل وزيادة فرص الحياة، ولاسيما بالنسبة للأشخاص الذين يعيشون في قاعدة الهرم الاقتصادي.

في وقت يسوده عدم اليقين بشأن فتح الأسواق الدولية في المستقبل، يُعد نهجنا - تجهيز الأعمال التجارية لتحقيق الاستفادة القصوى من أي شروط تتلقاها للوصول إلى الأسواق - أكثر أهمية من أي وقت مضى. وترسم خطتنا الاستراتيجية الجديدة للفترة من 2018 إلى 2021 مساراً واضحاً للكيفية التي سيجعل بها المركز العمل التجاري مفيداً لتحقيق أهداف التنمية المُستدامة.

وفيما يتعلق بالقضايا التي هي في صميم جعل التجارة أكثر إنصافاً وشمولاً - الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، والتجارة الإلكترونية، والتمكين الاقتصادي للمرأة - يدعو المركز إلى تحسين السياسات والممارسات على الصعيد المحلي مع العمل على الاسترشاد بالقواعد الدولية المُقبلة والاضطلاع بدور مؤثر في صياغتها.

وقد اعترفت منظومة الأمم المتحدة رسمياً في 2017 بأهمية الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة ودور المركز في دعمها عندما اختارت المركز ليكون الوكالة المسؤولة عن اليوم الدولي الأول للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة. سيسلط هذا الحدث السنوي الآن الضوء بصورة منتظمة على أهمية تعزيز القطاعات التجارية الدينامية الصغيرة.

من خلال تسليط الضوء على المشاكل العملية التي تواجهها الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة عند محاولة التجارة عبر الإنترنت، تساعد التحليلات التي يقوم بها المركز على تحديد جدول الأعمال للمشاركة الدولية الوليدة في إدارة التجارة الإلكترونية.

ومن الأحداث البارزة الأخرى في عام 2017 اعتماد أكثر من 120 حكومة لإعلان بوينس آيرس بشأن المرأة والتجارة خلال الاجتماع الوزاري لمنظمة التجارة العالمية في العاصمة الأرجنتينية. كان مركز التجارة الدولية في طليعة هذا الجهد الرامي إلى وضع المرأة على جدول الأعمال التجاري العالمي. ويُنبي هذا الإعلان على مبادرة التجارة النسائية SheTrades لمركز التجارة الدولية التي ساعدت منذ عام 2015 الشركات المملوكة للنساء على الاتصال بمشترتين جدد، بينما تحفّر الحكومات والقطاع الخاص والمجتمع المدني لبذل المزيد من العمل لتمكين المرأة بوصفها جهة فاعلة في الاقتصاد على قدم المساواة مع الرجل. إن دعوتنا لتمكين المرأة تبدأ من الداخل: وقد أشاد أنطونيو غوتيريس الأمين العام للأمم المتحدة بجهود مركز التجارة الدولية الرامية إلى تحقيق التكافؤ بين الجنسين على جميع المستويات المهنية بوصفها نموذجاً يُحتذى به.

يلخّص هذا التقرير كيف عمل المركز على جعل التجارة فاعلة خلال عام 2017. لقد وفرنا أكثر من 46 مليون دولار أمريكي من النفقات خارج الميزانية للمساعدة الفنية، ودعم القدرات، والتحليلات المبتكرة المصممة لتأهيل واضعي السياسات والأعمال التجارية لاتخاذ قراراتٍ أفضل. أدت التخفيضات غير المتوقعة في الدعم الطوعي إلى تقييد الإنفاق، وهو الإجراء الذي أملتته الحكمة في ذلك الوقت - رغم أننا أدركنا في وقت متأخر أنه كان مُفرطاً في الحذر، وذلك في ضوء المساهمات الجديدة التي تم الاتفاق عليها لاحقاً خلال العام.

ستجدون في طيات هذا التقرير استعراضاً للنتائج الرئيسية من كلٍ من البرامج الـ 15 التي نظمتها إسهامات المركز. من المواضيع التي تتخلل العديد من هذه البرامج تعزيز التجارة داخل المنطقة في الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (WAEMU)، وهو مثال على كيفية تكامل الأجزاء المختلفة من المنظمة مع بعضها البعض لتوحيد إدائها من أجل تحقيق الأهداف المشتركة.



1. اليوم العالمي للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة لعام 2017، 2. إطلاق مكتب المساعدة للتجارة العالمية، المؤتمر الوزاري الحادي عشر لمنظمة التجارة العالمية، 3. المدير التنفيذي لمركز التجارة الدولية أرنشا جونزاليز والأمين العام للأمم المتحدة أنطونيو غوتيريس، 4. اعتماد إعلان بوينس آيرس بشأن المرأة والتجارة

والاستثمار في أفريقيا مع الصين والهند، وفي مشروع يستفيد من خبرة وكالة ترويج الاستثمار في كوستاريكا لتعزيز فعالية نظيراتها في أربعة بلدان أفريقية.

إن الجهود التي يبذلها مركز التجارة الدولية لزيادة وتنوع مصادر التمويل تسفر عن نتائج في الالتزامات المالية، ولكن الأهم من ذلك، في التأثير على حياة الناس. نأمل أن تواصلوا اعتبار مركز التجارة الدولية شريكاً لكم في تحقيق الأثر المُستدام للتجارة.

Aronszon

أرنشا جونزاليز،
المديرة التنفيذية

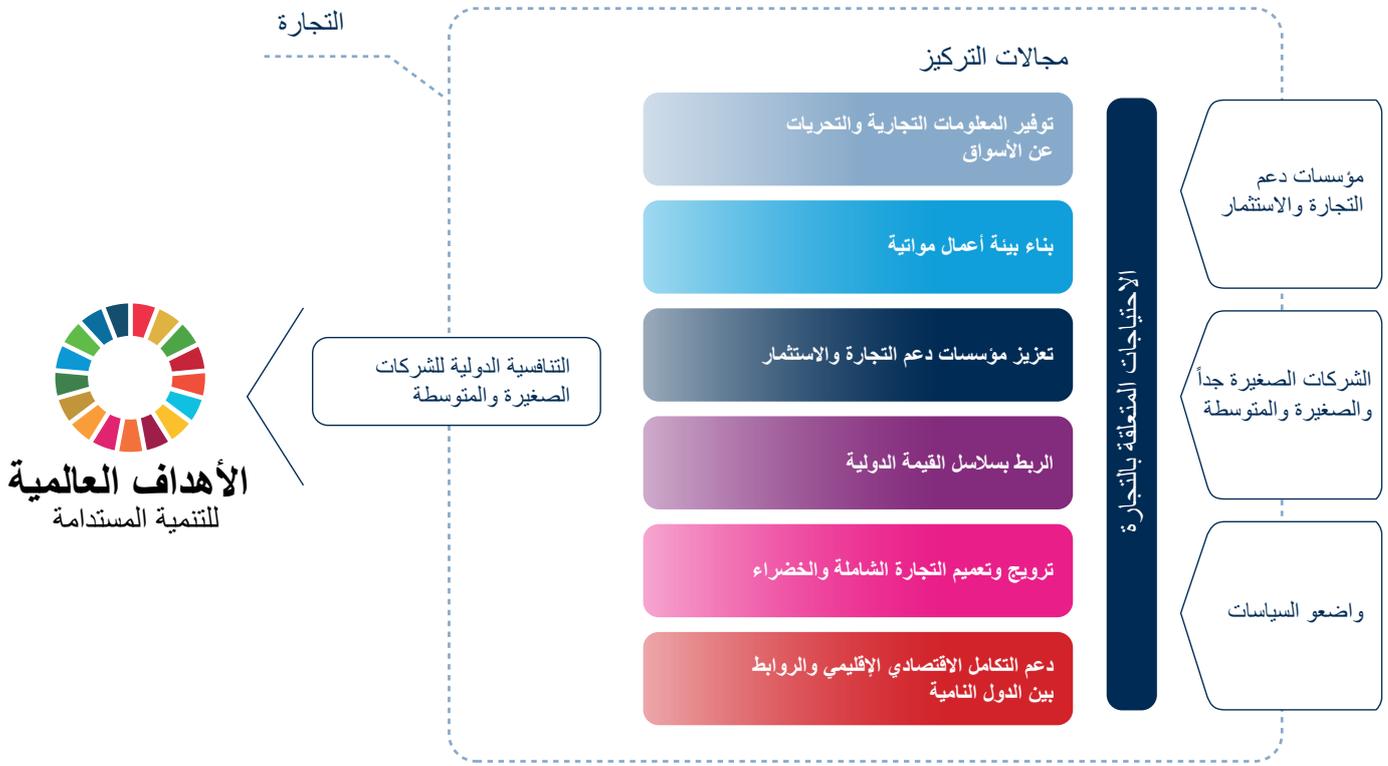
وتوضح 12 دراسة حالة من مختلف مجالات التركيز الستة لعملائنا تأثير مشروعات مركز التجارة الدولية، من تزويد الدبلوماسيين بالمهارات التحليلية من أجل تحقيق المصالح التجارية لبلادهم بشكل أفضل إلى مساعدة مزارعي الكاكاو الكولومبيين لتحصيل أسعار أعلى من خلال أساليب أكثر استدامة للإنتاج. وتتناول ثلاث قصص من "ابتكارات مركز التجارة الدولية" مبادرات جديدة تُعد بتحقيق أرباح كبيرة في المستقبل. تصف إحدى هذه القصص مكتب المساعدة للتجارة العالمية (Global Trade Helpdesk)، وهو منصة متعددة الوكالات للمعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق والتي ستصبح محطة واحدة لخدمة الشركات التي تسعى للحصول على المعلومات التي تحتاجها للبيع في الأسواق المُستهدفة.

ويعكس التقرير الأهمية المتزايدة للاقتصاد الرقمي في عمل المركز، بدءاً من بناء مهارات تقنية المعلومات إلى استخدام المزايدات عبر الإنترنت لمساعدة منتجي البن على تأمين أسعار أعلى. يشكل التعاون الثلاثي جزءاً هاماً آخر من مجموعة أنشطة مركز التجارة الدولية، حيث ينعكس في المبادرات الرامية إلى تعزيز التجارة

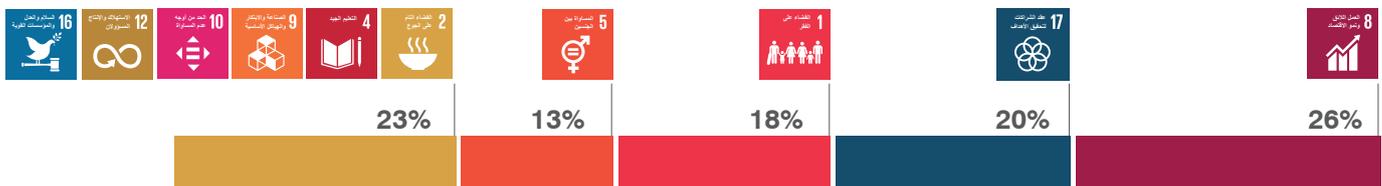
الأهداف العالمية هي أهداف مركز التجارة الدولية

يسهم المركز في إنجاز الأهداف العالمية عبر دعمه للتنافسية الدولية للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة لتحقيق النمو الشامل والمستدام من خلال إضافة القيمة، والتجارة، والاستثمار، والشراكات العالمية. ولدى المركز نظم قائمة لرصد النتائج ومساعدة المجتمع العالمي على تتبع التقدم المُحرز نحو تحقيق الأهداف العالمية. كما توجد لائحة بقواعد السلوك توجّه إسهامات مركز التجارة الدولية.

تمثل أهداف التنمية المُستدامة جدول أعمال شامل وعالمي للتنمية لجميع الدول الأعضاء في الأمم المتحدة والجهات الفاعلة في مجال التنمية حتى عام 2030. وتتألف هذه الأهداف من مجموعة متكاملة ومترابطة من 17 هدفاً يدعمها 169 مُستهدفاً تغطي مختلف أبعاد التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. يدعم مركز التجارة الدولية بشكل مباشر 10 أهداف عالمية.



كيف ترتبط مشاريع مركز التجارة الدولية بالأهداف الفردية للتنمية المُستدامة



الهدف 1

- تقليل نسبة الرجال والنساء والأطفال من جميع الأعمار الذين يعيشون في فقر.
- إيجاد أطر سليمة للسياسات تقوم على استراتيجيات للتنمية لصالح الفقراء وتراعي الفوارق بين الجنسين.



الهدف 2

- مضاعفة إنتاجية ودخل صغار منتجي الغذاء، وخاصة النساء.
- توفير الإمكانيات للوصول إلى المعرفة والأسواق وفرص إضافة القيمة.
- ضمان وجود نظم مُستدامة لإنتاج الغذاء.



الهدف 4

- ضمان أن يتوفر لدى الشباب والبالغين المهارات ذات الصلة بعملهم، والوظائف اللائقة بهم، والفرص في مجال ريادة الأعمال.



الهدف 5

- ضمان المشاركة الكاملة والفعالة للمرأة في مجال الأعمال والتجارة، وبفرص متكافئة.
- دعم حقوق المرأة في الموارد الاقتصادية على قدم المساواة مع الرجل.
- دعم استخدام التقنيات الممكنة لتعزيز تمكين المرأة.



الهدف 8

- تحقيق مستويات أعلى من الإنتاجية الاقتصادية من خلال التنوع، ورفع المستوى التقني، والابتكار.
- تعزيز السياسات التي تدعم الأنشطة المُنتجة، وخلق فرص العمل اللائقة، وريادة الأعمال، والإبداع، والابتكار.
- تشجيع الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على اتخاذ الوضع الرسمي، والعمل على تنميتها.
- تنفيذ سياسات لتشجيع السياحة المُستدامة التي تخلق فرص عمل وتعزز الثقافة والمنتجات المحلية.
- زيادة المعونة المخصصة لدعم التجارة.



الهدف 9

- ضمان وجود بيئة سياسيات مواتية للتنوع الصناعي وإضافة القيمة.
- زيادة فرص حصول الشركات الصغيرة والمتوسطة على الخدمات المالية واندماجها في سلاسل القيمة والأسواق.



الهدف 10

- تحقيق نمو في الدخل لفئة الـ 40% من السكان في أسفل السلم الاجتماعي.
- تطبيق المعاملة الخاصة والتفضيلية للبلدان النامية، ولا سيما البلدان الأقل نمواً، وفقاً لاتفاقيات منظمة التجارة العالمية.



الهدف 12

- تحقيق الإدارة المُستدامة والاستخدام الفعال للموارد الطبيعية.
- دعم الشركات في تبني الممارسات المُستدامة ودمج المعلومات عن الاستدامة في دورات إعداد التقارير بها.



الهدف 16

- دعم وجود مؤسسات فعالة ومسؤولة وشفافة على كل المستويات.
- ضمان اتخاذ القرارات بطريقة متجاوبة وشاملة وتشاركية وتمثيلية.
- ضمان مشاركة البلدان النامية في مؤسسات الحوكمة العالمية.



الهدف 17

- ضمان قيام نظام تجاري عالمي متعدد الأطراف، مبني على قواعد، ومنفتح، وغير تمييزي، ومُنصف، في إطار منظمة التجارة العالمية.
- دعم زيادة كبيرة في صادرات البلدان النامية، ومضاعفة حصة البلدان الأقل نمواً من الصادرات العالمية بحلول 2020.
- القيام في الوقت المناسب باتاحة الفرصة لجميع البلدان الأقل نمواً للوصول إلى الأسواق دون رسوم جمركية أو حصص، وعلى أساس دائم.



السياق الدولي

التجارة العالمية تنهض من جديد

يُفترض أن تساعد التوقعات الأفضل بشأن التجارة في تهدئة المخاوف من أن "التباطؤ التجاري العالمي" قد يقلل من قدرة التجارة الدولية على دفع عجلة النمو والتنمية. ومع ذلك، لا تزال هناك مخاطر كبيرة، والتي يمكن أن تغطي على الانتعاش التجاري. يبدو من المرجح أن تُشدّد السياسة النقدية في الاقتصادات المتقدمة، في حين يمكن أن يؤدي ارتفاع أسعار الفائدة في الولايات المتحدة والتخلص التدريجي من الحوافز النقدية في منطقة اليورو إلى تقلبات واسعة في أسعار الصرف والأسعار، مما يغذي بدوره التوترات التجارية. وبشكل أكثر عموماً، هناك خطر من تحوّل الخطاب الحمائي الذي ميّز عام 2017 إلى قيود تجارية واسعة النطاق.

هذا ويستجيب صانعو السياسات والأعمال التجارية إلى عدم اليقين السياسي بشأن التجارة العالمية. فقد مضى عدد كبير من الحكومات قدماً في إبرام اتفاقات تجارية ثنائية وإقليمية، مثل صفقات الاتحاد الأوروبي مع كندا واليابان، والشراكة الاقتصادية الشاملة الإقليمية في آسيا، والأعضاء الـ 11 المتبقين في الشراكة عبر المحيط الهادي بعد انسحاب الولايات المتحدة منها.

وبينما ظلت الاتفاقات متعددة الأطراف بعيدة المنال، استخدمت مجموعات فرعية أصغر من البلدان الاجتماع الوزاري لمنظمة التجارة العالمية في بوينس آيرس لبدء مناقشات متعددة الأطراف حول التجارة الإلكترونية، وتسهيل الاستثمار، والشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة. وفي الوقت نفسه، سعت الشركات إلى الحد من تعرضها لمخاطر الحمائية من خلال تعزيز العمليات التي تكون فيها بيانات السياسات مستقرة، والوصول إلى الأسواق الكبيرة مضموناً، وتكاليف التجارة منخفضة. بالنسبة للعديد من الشركات الرائدة، قد ينطوي ذلك على تقوية عملياتها الإقليمية. وبالنسبة للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، قد يكون ذلك أنباء سارة: فعادةً ما كانت التجارة الإقليمية تمثل بالنسبة لتلك الشركات نقطة الانطلاق نحو سلاسل القيمة الدولية.

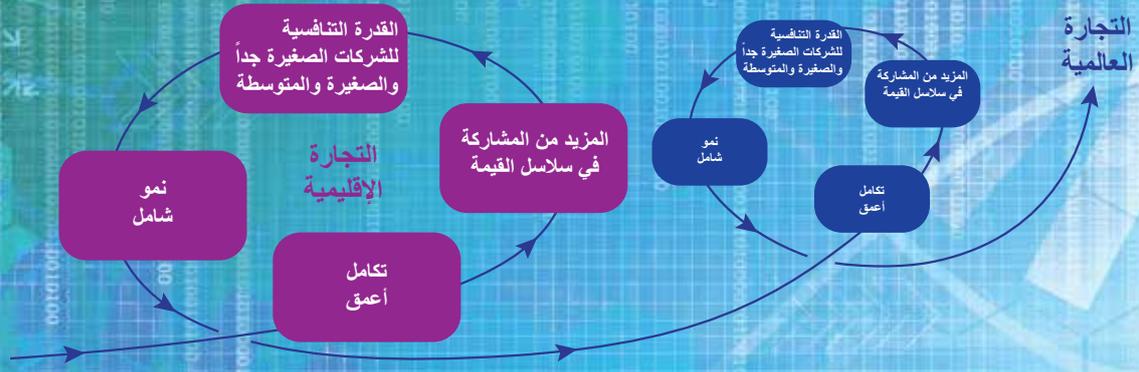
بعد سنوات من النمو الضعيف، أظهرت التجارة العالمية علامات انتعاش في عام 2017. فقد توسعت الصادرات السلعية العالمية بنسبة تُقدّر بـ 4.7% في 2017 مقارنةً بنسبة 1.3% الباهتة في عام 2016. ومع تضمين الخدمات، ارتفعت الصادرات العالمية بنسبة 5%، وهو معدل لا يزال أقل من المعدل المتوسط لارتفاعها خلال 25 عاماً، والذي بلغ 5.6% (جميع الأرقام من حيث الحجم).

وقد ارتفعت الصادرات والواردات في معظم المناطق في عام 2017، وإن كان ذلك بتفاوت كبير. ففي أمريكا الشمالية، ارتفعت الصادرات بنسبة 4.2%، بينما ارتفعت الواردات بنسبة 4.0% مقارنةً بالعام السابق. وفي أوروبا، حقق كلاهما زيادة قدرها 3.5% و 2.5% على التوالي. مدفوعةً بأداء الصين وسلاسل التوريد الإقليمية، حققت الصادرات والواردات الآسيوية أسرع معدل للنمو وذلك بنسبة 6.7% و 9.6% على التوالي. كما انتعشت واردات أمريكا الجنوبية والوسطى ومنطقة البحر الكاريبي، حيث نُشرت أرقام إيجابية لنمو الواردات لأول مرة خلال ثلاث سنوات بعد أن ودعت البرازيل فترة متطولة من الركود الاقتصادي. كما ارتفعت صادرات أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى بنسبة 2.8%، وهو انتعاش قوي في أعقاب الانخفاض الذي بلغ 0.2% في العام السابق. وفي غضون ذلك ركزت واردات المنطقة، حيث سجلت انخفاضاً طفيفاً بنسبة 0.2% إثر انكماشها بنسبة 7% في عام 2016.

وقد شهدت الاقتصادات المتقدمة، كمجموعة، نمواً في الصادرات بنسبة 3.9% وزيادة في الواردات بنسبة 3.3%. وبلغت الأرقام المناظرة للاقتصادات النامية 5.8% و 6.6% على التوالي.

ومن الجدير بالذكر أن النمو في التجارة فاق النمو في الناتج المحلي الإجمالي (GDP): فقد نمت التجارة بمعدل يُقدّر بـ 1.5 مرة أسرع من الناتج الإجمالي في عام 2017. وهذا يفسر الاتجاه الذي ساد ما بعد الأزمة حيث نمت التجارة العالمية والناتج المحلي الإجمالي بنفس المعدل تقريباً - في عام 2016، كان نمو التجارة أبطأ من نمو الناتج المحلي الإجمالي - في أعقاب فترة طويلة امتدت طوال جيل نمت خلالها التجارة أسرع بكثير من الناتج.

المنحنى الحزوني المُثمر للتنمية



المنطقة: البوابة إلى التجارة العالمية

التكامل العميق، وازدياد نشاط سلاسل القيمة، وتحسين القدرة التنافسية للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة والمنحني حزونياً مثمراً للتنمية يسهم في تحقيق النمو الشامل من خلال التجارة.

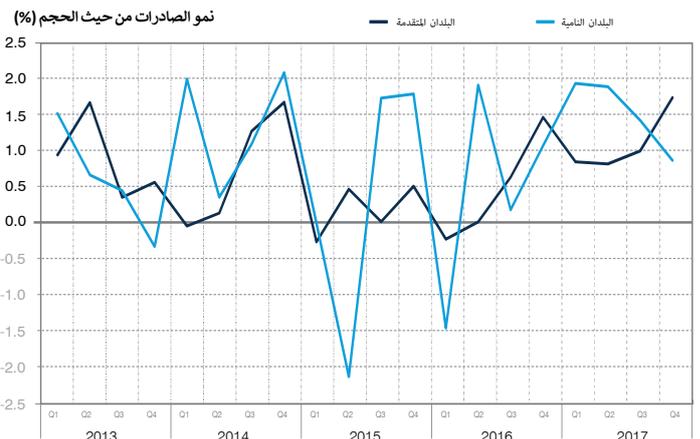
عادةً ما ترتبط المناطق الأوثق تكاملاً مع بعضها البعض من خلال اتفاقات تجارية رسمية تغطي مجالات السياسات ذات الصلة بنشاط سلاسل القيمة، مثل الاستثمار والخدمات. تبين تحليلات تقرير النظرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة أن التكامل العميق للتجارة الإقليمية يحفز في الواقع نشاط سلاسل القيمة: مقابل كل مجال إضافي للسياسات تغطيه الاتفاقات التجارية للبلد، يزداد تكامله في سلاسل القيمة بنسبة 2.5%. بدوره، يرتبط هذا النشاط المتزايد لسلاسل القيمة بتقليص قدره 1.25% في فجوة القدرة التنافسية بين الشركات الكبيرة والصغيرة. كما تسلط التحليلات الضوء على الآثار الهامة لإدراج أحكام تتعلق بالاستثمار في الاتفاقات التجارية: يرتبط وضع التجارة والاستثمار تحت نفس المظلة بزيادة قدرها 2% في المحتوى المحلي لصادرات سلاسل القيمة. في المقابل، فإن معاهدات الاستثمار الثنائية القائمة بذاتها، والتي توفر حماية استثمارية ولكنها لا تعالج الحواجز التجارية، ليس لها أي تأثير ملموس على القيمة المضافة المحلية في الصادرات.

رُكزت طبعة 2017 من تقرير البحوث السنوي الرائد الذي يُصدره مركز التجارة الدولية النظرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة على الكيفية التي تؤثر بها الاتفاقات التجارية الإقليمية على نشاط سلاسل القيمة والشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة. وجدت طبعة التقرير التي حملت عنوان المنطقة: البوابة إلى التجارة العالمية أدلة على أن اتفاقات التجارة "العميقة" - أي تلك التي تتجاوز التخفيضات الجمركية لتشمل قواعد بشأن الاستثمار، والتدابير غير الجمركية، وغير ذلك من المجالات - ترتبط بزيادة نشاط سلاسل القيمة في الاقتصادات المشاركة. وقد تبين أن ازدياد نشاط سلاسل القيمة يؤدي بدوره إلى توفير فرص جديدة للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة لدخول الأسواق الدولية وتعزيز قدرتها التنافسية بدرجة أكبر من الأعمال التجارية الكبيرة. ويُعدّ رفع القدرة التنافسية للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة شرطاً مسبقاً لزيادة الأجر وتحسين ظروف العمل في تلك الشركات التي توظف مجتمعةً معظم العاملين في أي اقتصاد، وبالتالي يمثل ذلك أحد متطلبات النمو الشامل للجميع. معاً، يمكن أن يخلق

الشكل 1 نمو التجارة العالمية: الاتجاهات على المدى المتوسط والقصير

اللوحة اليسرى: (المحور الأيسر) مؤشر حجم الصادرات العالمية من السلع والخدمات حيث 2000 = 100. (المحور الأيمن) النسبة المئوية للتغير في حجم الصادرات على أساس سنوي. المصدر: أفاق الاقتصاد العالمي لصندوق النقد الدولي، أكتوبر 2017.

اللوحة اليمنى: نمو حجم صادرات البضائع المعلنة موسمياً على أساس ربع سنوي للاقتصادات المتقدمة والنامية. المصدر: منظمة التجارة العالمية.





الاتفاقات التجارية بأحكام تتعلق بالاستثمار هي اتفاقات قوية

اتفاقات التجارة التفضيلية التي تتضمن أحكاماً تتعلق بالاستثمار يكون لها تأثير أقوى على تكامل سلاسل القيمة من معاهدات الاستثمار الثنائية القائمة بذاتها.

القيمة الأجنبية المضافة (مستوردة للصادرات)

القيمة المحلية المضافة (للصادرات الوسيطة)

%2.8+

%3.2+

%0

%2+

معاهدات استثمار ثنائية

اتفاقات تجارية بأحكام تتعلق بالاستثمار

معاهدات استثمار ثنائية

اتفاقات تجارية بأحكام تتعلق بالاستثمار

خطة عمل للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة

في نهاية المطاف، تقرر الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة لنفسها ما إذا كانت ستسعى إلى اقتحام سلاسل القيمة. يقدم التقرير خطة عمل للنجاح توضح أولاً كيفية تحسين فرص انضمام تلك الشركات إلى سلسلة القيمة لأقصى حد، ومن ثم كيفية تحقيق أقصى استفادة من الفرص التي تتيحها المشاركة في سلسلة القيمة تلك.

1. اضمن وقوع اختيار المشتريين عليك: يبحث المشترون عن العديد من

العوامل: أولاً وقبل كل شيء الجودة، يليها التسليم الموثوق به والسعر. الاتجاه السائد بين المشتريين هو بناء علاقات طويلة الأمد مع عدد قليل من الموردين الموثوق بهم. يمكن للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة إثبات الجودة من خلال التصديق على امتثالها للمعايير الدولية ذات الصلة. ويمكن أن تفيد الإشارة إلى عقود سبق إنجازها في إثبات سجل حقيقي للاعتمادية. كما أن الإشارة إلى الالتزام بالامتثال لمعايير سلسلة التوريد الخاصة يمكن أن يزيد من جاذبية الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة كموردين؛ وبمجرد اختيارها، قد تقدم الشركات الرائدة مساعدة فنية ومالية للامتثال.

2. اعمل بنجاح: بمجرد وصولها إلى سلسلة القيمة، ينبغي أن تعمل الشركات

الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على تلبية احتياجات المشتريين من حيث الحجم والجودة والكفاءة. يجب أن تضمن الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة التوصل إلى شروط تعاقدية يمكنها من خلالها تقديم السلع أو الخدمات المطلوبة. من القواعد العملية المفيدة هنا: لا تُفرط في الوعود وقدم أفضل من المطلوب.

جعل مبادرات التكامل شاملة ومستدامة

بينما يرتبط عمق الاتفاقات التجارية بنشاط سلاسل القيمة والنمو المبني على قاعدة عريضة، يمكن تصميم مثل هذه الصفقات لتشمل أهدافاً محددة موجهة نحو الشمولية والاستدامة. فعلى سبيل المثال، تضاعفت حصة الاتفاقات التجارية التفضيلية التي تضمنت إشارات إلى المساواة بين الجنسين وإلى الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة أكثر من ثلاث مرات منذ أواخر التسعينيات. كما عمقت الاتفاقات التجارية أحكامها بشأن الاستدامة البيئية.

ورغم الآثار المهمة للنظم الضريبية على جهات إدارة سلاسل الإمداد والإنفاق الاجتماعي الحكومي، فإن هذا الأمر استُبعد إلى حد كبير حتى في أكثر الاتفاقات التجارية عمقاً. بدلاً من ذلك، كانت ضرائب الشركات موضوعاً لمجموعة متنامية من المعاهدات الثنائية. ورغم أن هذه المعاهدات أبرمت لتجنيب الشركات التي تقوم بعمليات عبر الحدود من الخضوع للضريبة على نفس الأرباح في ولايتين قضائيتين منفصلتين، فقد استخدمت الشركات هذه المعاهدات بطريقة إبداعية لتقليل التزاماتها الضريبية على الصعيد العالمي. واستجابة لذلك، تُعد "الاتفاقية متعددة الأطراف لتنفيذ التدابير المتعلقة بالمعاهدات الضريبية لمنع تآكل الوعاء الضريبي ونقل الأرباح" بتعديل الكيفية التي تُطبّق بها معاهدات الضريبة المزدوجة تلك.

إن التكامل الإقليمي الفعال الذي يخفف بشكل معقول من نشاط سلاسل القيمة عبر الحدود لا يتعلق فقط بصياغة وتنفيذ الاتفاقات التجارية. يمكن لوضعي السياسات خفض تكاليف التجارة عن طريق إقامة بنية تحتية إقليمية قوية للنقل، ومؤسسات فنية على مستوى المنطقة لوضع المعايير والتصديق على الامتثال التنظيمي. كما يسلط تقرير النظرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة لعام 2017 الضوء على الكيفية التي يمكن بها لمؤسسات دعم التجارة والاستثمار والشركات نفسها المساعدة في ضمان أن تكون الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في وضع أفضل للاستفادة من الإمكانيات التي توفرها الأسواق الإقليمية.

السياسات المتسقة تفيد الجميع

لتحصيل أكبر الفوائد، ينبغي مراعاة
الاتساق بين السياسات الاقتصادية
وسياسات الشمول عند وضعها

السياسات
الاقتصادية

التجارة، الخدمات،
الاستثمار،
والبنية التحتية

سياسات
الشمول

الضرائب، المساواة بين
الجنسين، والشركات
الصغيرة جداً والصغيرة
والمتوسطة

1. تبادل المعلومات الإقليمية: من خلال تعاونها فيما بينها لجعل المعلومات متاحة بسهولة أكبر، يمكن لمؤسسات دعم التجارة والاستثمار تعزيز التجارة الإقليمية. فعلى سبيل المثال، يمكن أن يساعد إنشاء بوابات معلومات على مستوى المنطقة الشركات على متابعة القواعد واللوائح المُحدثة باستمرار؛ كما يمكن للدلة الإقليمية لأعمال التجارة مساعدة الشركات في العثور على المشترين أو الموردين.

2. الاستراتيجيات المشتركة: يمكن لمؤسسات دعم التجارة والاستثمار في منطقة ما العمل معاً لتطوير استراتيجيات مشتركة لتشجيع التصدير ودعم العلامات التجارية الإقليمية، بالإضافة إلى تحديد الفرص التجارية الجديدة والتكاملات الإقليمية. من الأمثلة على ذلك الاستراتيجية السياحية المشتركة لمنطقة الكاريبي. يمكن أن يساعد التعاون وبناء المؤسسات على مستوى الإقليم على مواءمة السياسات الوطنية مع أهداف التنمية الإقليمية أو العكس.

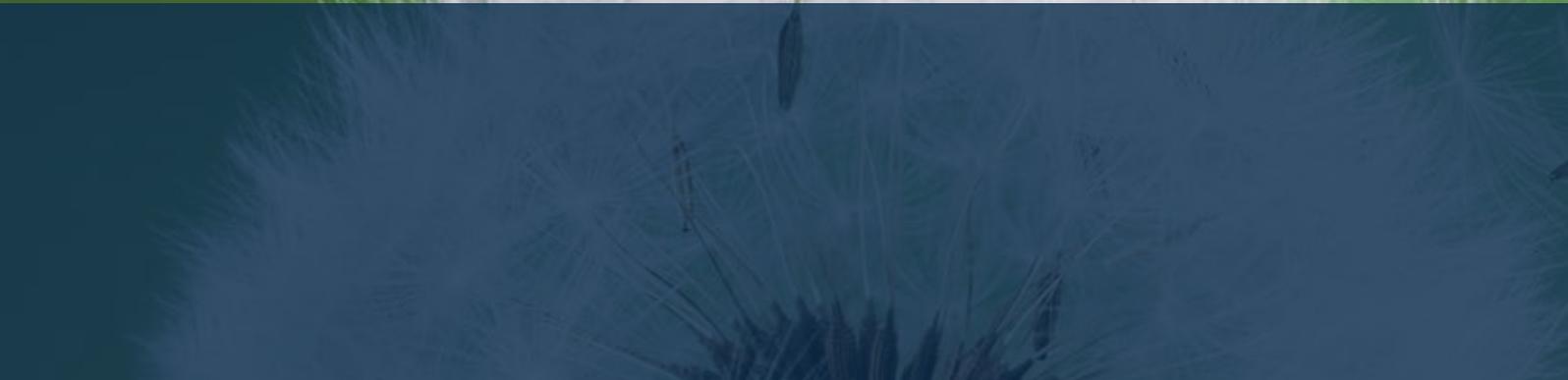
3. بناء القدرات المشتركة على المستوى الإقليمي: يؤدي التعاون الإقليمي حول الدعم الفني المتعلق بالتجارة بهدف مساعدة الشركات على الاستفادة من فرص التصدير إلى تحقيق وفورات الحجم الكبير في عمليات تطوير المناهج وتقديمها.

4. الترويج المشترك للتجارة والاستثمار: مع تلاقى الترويج للتجارة والترويج للاستثمار - تشبهاً مع دوريهما اللصيقين في سلاسل القيمة متعددة البلدان التي تهيمن بشكل متزايد على إنتاج وتجارة السلع - يمكن للتعاون الإقليمي في الداخل والخارج مساعدة المناطق في تأمين استثمار مُوجه نحو سلاسل القيمة قد تحتاج البلدان الفردية إلى النضال لاجتذابه.

3. قم بالارتقاء أو التوسع: لتحصيل قيمة أكبر من خلال المشاركة في سلسلة القيمة، ينبغي أن تسعى الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة للارتقاء إلى أنشطة ذات قيمة أعلى ضمن سلسلة القيمة (مثلاً إنتاج أجزاء بدلاً من مجرد تجميعها)، أو الالتحاق بسلاسل قيمة جديدة. في السلاسل الهرمية للقيمة، قد يؤدي اعتماد الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على التقنية التي تسيطر عليها الشركة الرائدة إلى جعل عملية الارتقاء غير واقعية. يؤدي البيع إلى سلاسل قيمة متعددة إلى تقوية وضع الموردين من الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في مفاوضات الأسعار.

خطة عمل لمؤسسات دعم التجارة والاستثمار

تلعب مؤسسات دعم التجارة والاستثمار، مثل وكالات ترويج التجارة والغرف التجارية، وجمعيات الأعمال دوراً حاسماً في مساعدة الشركات، خاصة الصغيرة منها، على التجارة والاستثمار. فهي توفر مجموعة من الخدمات للمصدرين، ابتداءً بالتدريب إلى العمل كوسيط للحصول على معلومات حول القواعد المتعلقة بالتجارة والشركاء التجاريين المحتملين. ومع نمو سلاسل القيمة الدولية وظهور اتفاقات التكامل الإقليمي العميقة، ازدادت أهمية الدعم في مجال التجارة والاستثمار. يتناول تقرير النظرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة لعام 2017 الدور الذي تلعبه مؤسسات دعم التجارة والاستثمار في مساعدة الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على الاستفادة من التكامل الإقليمي، ويشير إلى الطرق التي يمكن أن تعمل بها مؤسسات دعم التجارة والاستثمار في منطقة ما معاً لتعزيز موقعها التنافسي ضمن التجارة العالمية:





إسهامات مركز التجارة الدولية:
جهود أكبر، على نحو أفضل

ماذا أنجز مركز التجارة الدولية في عام 2017

ورغم أن الأهداف الأولية خُددت في الخطة الاستراتيجية لمركز التجارة الدولية للفترة 2015-2017، فقد زادت المستهدفات فيما بعد - في كثير من الأحيان بدرجة كبيرة - لضمان عدم تخلفها بسبب اتجاهات التنفيذ القائمة.

تعطي الأرقام أدناه لمحة عن كيفية إنجاز مركز التجارة الدولية لولاياته لتعزيز التجارة الشاملة في عام 2017. استُخلصت العديد من الأهداف والمؤشرات من الإطار الاستراتيجي لعامي 2016-2017 لمركز التجارة الدولية، والذي يستجيب لدورات نظام الأمم المتحدة للتخطيط والميزنة التي تستغرق عامين.

تحسين أداء مؤسسات دعم التجارة والاستثمار لصالح الشركات



219

مؤسسة لدعم التجارة والاستثمار أفادت أن دعم مركز التجارة الدولية لها ساعدها على تحسين أداؤها التشغيلي و/ أو الإداري (المُستهدف لفترة العامين: 400)

تعزيز اندماج قطاع الأعمال في الاقتصاد العالمي



157 000

مستخدمياً إضافياً للمعلومات التجارية والتحريرات عن الأسواق أصبحوا أكثر وعياً بالتجارة الدولية نتيجة دعم مركز التجارة الدولية (المُستهدف لفترة العامين: 175 000)

تحسين القدرة التنافسية الدولية للشركات



27 000

مشاركاً في الدورات التدريبية لمركز التجارة الدولية (المُستهدف لفترة العامين: 20 000)



15 200

شركة إضافية تم دعمها لتحسين قدرتها التنافسية الدولية أو ترتيب لقاءات لها مع مُشترين مُحتملين تعاملوا معها تجارياً فيما بعد (المُستهدف لفترة العامين: 14 000)

تمكين المرأة في الاقتصاد العالمي



980 000

تعدّدت الجهات المُوقّعة على مبادرة التجارة النسائية SheTrades بربط 980 000 امرأة من رائدات الأعمال بالأسواق الدولية بحلول عام 2021 (المُستهدف لعام 2021: 3 مليون امرأة)



%41

من الشركات الإضافية المشار إليها أعلاه والبالغ عددها 15 200 شركة كانت النساء تملكها، وتشغلها، وتتحكّم فيها (المُستهدف لفترة العامين: %40)

عن المكاسب من حيث الكفاءة التشغيلية والإدارية التي حققتها مؤسسات دعم التجارة والاستثمار الثماني عشرة التي عملت بشكل وثيق مع مركز التجارة الدولية.

قام مركز التجارة الدولية بتقدير قيمة المعاملات التجارية الدولية الناتجة عن إسهاماته في عام 2017. ويستند هذا التقدير إلى ثلاثة عناصر: التغذية الراجعة من مستخدمي أدوات مركز التجارة الدولية للمعلومات التجارية والتحريرات عن الأسواق؛ والتمهيدات والصفقات التجارية المؤتقة؛ والصادرات الإضافية الناتجة

1 دولار ← 14 دولار

يستفيد مركز التجارة الدولي من كل دولار يتلقاه من التمويل من خارج الميزانية لتحقيق 14 دولاراً من معاملات التصدير والاستثمار الدولية



646 مليون دولار أمريكي

القيمة التقديرية للصادرات والاستثمارات الناتجة عن جهود مركز التجارة الدولية في توفير المعلومات التجارية والتحريرات عن الأسواق، وإقامة الروابط التجارية، وتعزيز مؤسسات دعم التجارة والاستثمار



مؤشرات الأداء الرئيسية

تُستخدم المؤشرات التالية في تتبع إنجازات المركز لتقديم المساعدة الفنية والعمل على تعزيز الفعالية.

170 مليون دولار أمريكي

مشاريع قيد الإعداد تضع الأساس لنمو مستقبلي المُستهدف: 175 مليون دولار أمريكي



85.6 مليون دولار أمريكي

إنجازات المركز عبر جميع الميزانيات



86%

من المساعدات المخصصة لبلدان بعينها ذهبت إلى بلدان ذات أولوية (المُستهدف: 90%)



137 مليون دولار أمريكي

الأموال من خارج الميزانية المؤتقة حتى عام 2018 وما بعده (المُستهدف: 90 مليون دولار أمريكي)



1 دولار ← 22 دولار

كل دولار تم استثماره في صندوق تطوير الأعمال في مركز التجارة الدولية أدى إلى تحفيز 22 دولاراً في تمويل من خارج الميزانية (الفعلي لعام 2016: 21 دولاراً)



96% من العملاء

أعطوا خدمات المركز تقييماً إيجابياً (المُستهدف: 85%)



توفير المعلومات التجارية والتحريرات عن الأسواق

النقاط البارزة

ساعدت أدوات مركز التجارة الدولية الشركات على تحقيق معاملات تجارية بلغت قيمتها ما يقدر بـ 288 مليون دولار أمريكي في عام 2017، استناداً إلى الردود على مسح سنوي أجري للمستخدمين. قام مركز التجارة الدولية بتدريب المسؤولين الحكوميين، والموظفين من مؤسسات دعم التجارة والاستثمار والشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، والأكاديميين، والصحفيين من قرابة 70 بلداً من البلدان الأقل نمواً والبلدان النامية على استخدام أدوات معلومات التجارة والتحريرات عن الأسواق، وتأهيلهم بشكل أفضل لتحليل اتجاهات الطلب والمنافسة المحتملة في أكثر من 220 سوقاً.

قام مركز التجارة الدولية، من خلال شراكة مع منظمة التجارة العالمية ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) بإطلاق نظام مكتب المساعدة للتجارة العالمية في أواخر عام 2017 (انظر ابتكارات مركز التجارة الدولية). حالياً في إصداره التجريبي، سيكون النظام بمثابة متجر شامل للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة للعثور على المعلومات اللازمة عن الأسواق المستهدفة، ابتداءً من التعريفات والضرائب المحلية المطبقة إلى توضيحات خطوة بخطوة لكيفية الحصول على الاعتمادات المطلوبة بشأن الصحة والسلامة، واستكمال إجراءات ما قبل الشحن، وتحديد المستوردين المحتملين.

في عام 2017، عمل مركز التجارة الدولية على توسيع نطاق المنهجية القائمة على تقييماته لإمكانات التصدير لتتجاوز السلع إلى تحديد الأسواق والقطاعات ذات الاحتياجات العالية في تجارة الخدمات. وبالتوازي مع ذلك، تم توسيع نطاق المنهجية ليشمل تحديد فرص التنوع الرأسي لتطوير سلاسل القيمة. من خلال تطبيق تقنيات إحصائية مبتكرة على البيانات المتوفرة عن الخدمات، يمكن لمركز التجارة الدولية تقدير قيمة الخدمات المحتملة للتجارة بين أي زوج من البلدان؛ حيث تشير الفجوة بين هذا الرقم وقيمة الصادرات الفعلية إلى الحيز المتاح للصادرات الإضافية. على سبيل المثال، تُسفر التحليلات أن اليونان يمكنها التنوع بعيداً عن بلدان الاتحاد الأوروبي الأخرى في مجال صادرات خدمات السفر عن طريق استهداف الصين والهند، اللتين توفران ما قيمته 2.9 مليار دولار أمريكي و 98 مليون دولار أمريكي على التوالي من إمكانات التصدير الإضافية. يحدد مؤشر

الشفافية في التجارة

يهدف برنامج مركز التجارة الدولية للشفافية في التجارة إلى تحسين القرارات التجارية والاستثمارية لدى الشركات، ولا سيما الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، والمؤسسات الداعمة للتجارة والاستثمار، ووضعي السياسات. على وجه الخصوص، يساعد البرنامج الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على توجيه منتجاتها بصورة أفضل نحو أحسن الأسواق الواعدة، وفي تنوع وإضافة القيمة لمنتجاتها. وقد طوّر المركز مجموعة من الأدوات وقواعد البيانات على الإنترنت لجعل التجارة العالمية أكثر شفافية، وتيسير الوصول إلى أسواق جديدة.

النتائج الرئيسية

288 مليون دولار أمريكي هي قيمة المعاملات التجارية التي ييسرها أدوات المركز الخاصة بتوفير المعلومات التجارية والتحريرات عن الأسواق



أكثر من 700 000 مستخدم مسجل لأدوات تحليل الأسواق التابعة للمركز



أكثر من 200 000 دقيقة من مقاطع الفيديو التعليمية المتحركة، بما في ذلك 43 مقطع فيديو جديد، تمت مشاهدتها في 107 بلداً



تم تصنيف قواعد المنشأ من **20 اتفاق تجاري** وتوزيعها من خلال تطبيق جديد على الإنترنت





1. تدريب خبراء على التدابير غير الجمركية، نيبال. 2. ورشة عمل عن أدوات تحليل الأسواق لمسؤولي البلدان الأقل نمواً، منظمة التجارة العالمية

النتائج الرئيسية

31 472 لائحة تتعلق بالتجارة من 100 بلد تم توثيقها في أداة خارطة الوصول إلى الأسواق



4 223 من إخطارات منظمة التجارة العالمية بشأن سياسات التدابير غير الجمركية للدول الأعضاء تم توجيهها إلى الشركات ومؤسسات دعم التجارة ووضعي السياسات من خلال نظام ePing للتعليق على الإنترنت



ارتبطت 8 بلدان في غرب أفريقيا بألية إقليمية للتعليق للعوائق التي تواجه التجارة



سلسلة القيمة الجديد الخاص بمركز التجارة الدولية إمكانات التنوع بالإضافة إلى المصادر المحتملة للمدخلات التكميلية اللازمة لتحقيق الفرص المذكورة، مثل مواد التعبئة والتغليف للمنتجات الغذائية المصنعة. تم تجريب هذه الطريقة في ملاوي، حيث وُجد أنه بدلاً من تصدير البذور الزيتية يمكن للبلاد التنوع إلى زيت فول الصويا واستهداف الأسواق الآسيوية عالية الطلب مثل بنغلاديش، والصين والهند، أو موزمبيق وزمبابوي الأقرب إلى الوطن.

عزز مركز التجارة الدولية أداة خارطة المشتريات التي توفر معلومات في الوقت الحقيقي عن المناقصات العامة في 202 بلد، حيث أضافت 700,000 عملية ترسية للعقود في الفترة من 2015 إلى 2017، مع معلومات حول مقدمي العروض الفائزين، والنتائج المالية، وقيمة العقد.

وأخيراً، بدأ مركز التجارة الدولية ببناء أول قاعدة بيانات شاملة لقواعد المنشأ في اتفاقات التجارة الحرة الثنائية والإقليمية. سيكون الهدف من هذا التطبيق على الإنترنت تزويد الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة بالمعلومات، على مستوى الخطوط التعريفية، بشأن المتطلبات التي ينبغي على المنتجات استيفاؤها للتأهل لمعالجة جمركية مواتية.

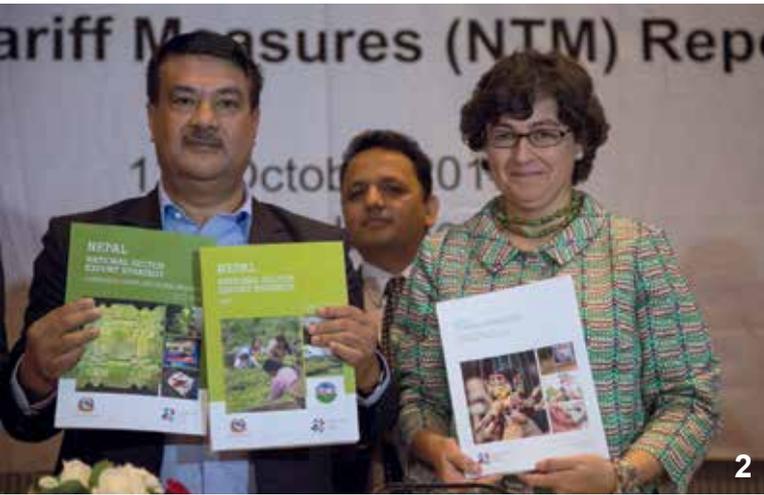
النقاط البارزة

التدابير غير الجمركية للسلع والخدمات

بينما نشأ مصطلح "التدابير غير الجمركية" لوصف السياسات الأخرى غير رسوم الاستيراد التي تؤثر على تجارة البضائع، فإن الحقيقة هي أن تجارة الخدمات عبر الحدود تخضع لمجموعة من السياسات والإجراءات التنظيمية ذات التأثير المماثل. ولذا قام مركز التجارة الدولية بتطوير عنصر خدمات لبرنامج بشأن التدابير غير الجمركية، بدءاً بقطاعات تقنية المعلومات، والسياحة، والخدمات اللوجستية. في عام 2017، أصبح هذا العنصر جاهزاً للتشغيل عبر عدة بلدان، حيث تُستخدم طريقة مسحية تم اختبارها من خلال أكثر من 75 شركة ورابطة أعمال حول العالم لالتقاط تجارب الشركات مع تجارة الخدمات. وتشير النتائج الأولية إلى أن المسح، بالإضافة إلى تحديده للعوائق التجارية، سيجمع بيانات جديدة وأدلة حول أنشطة الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في البلدان النامية في مجال التجارة الدولية للخدمات. اعتباراً من عام 2018، سيُكَمَّل المسح الخاص بالخدمات مسح مركز التجارة الدولية القديم بشأن التدابير غير الجمركية بخصوص السلع.

يلفت برنامج التدابير غير الجمركية (NTMS) انتباه واضعي السياسات وغيرهم من أصحاب المصلحة إلى مخاوف الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة بشأن العقبات التنظيمية والإجرائية المتعلقة بالتجارة، مما يمكن من الحصول على استجابات ملموسة ومحددة. يزيد البرنامج من شفافية التدابير غير الجمركية من خلال جمع البيانات ونشرها على مستوى الشركات، كما يوفر قيادة فكرية من خلال البحوث والتحليلات التطبيقية، مما يساهم في وضع السياسات القائمة على الأدلة وتخفيض تكاليف التجارة.

تبقى زيادة حجم قاعدة الأدلة على العقبات التجارية المتعلقة بالتدابير غير الجمركية جزءاً مهماً من عمل مركز التجارة الدولية. أوصلت المنشورات الجديدة الصادرة في 2017 لكلٍ من بنغلاديش و بنين و نيبال و الفلبين حصيلة التقارير في سلسلة التدابير غير الجمركية إلى 32 منشوراً. وتوثق هذه التقارير العقبات



1. فعالية لأصحاب المصلحة بشأن التدابير غير الجمركية، نيبال 2. إطلاق تقارير عن التدابير غير الجمركية واستراتيجيات التصدير في نيبال

الذكاء التنافسي

يقدم برنامج الذكاء التنافسي التدريب والخدمات الاستشارية والحلول عبر الإنترنت لتعزيز قدرة مؤسسات دعم التجارة والاستثمار لتزويد عملائها بتحريات مفصلة خصيصاً عن الأسواق في بيئتهم التنافسية. يعمل البرنامج عن كثب مع برامج مركز التجارة الدولية الأخرى لتكملة المشاريع بالتحريات التجارية التي تحتاجها الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة لتحقيق الاستفادة القصوى من الفرص المتاحة في الأسواق العالمية. كما يساعد البرنامج تلك الشركات على تحديد احتياجاتها من المعلومات، وتحديد الفرص، وتوقع المخاطر.

التجارية التنظيمية والإجرائية التي تواجهها الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة وتقدم توصيات حول الطرق التي يمكنها التخفيف من هذه الآثار دون تقويض الأهداف المشروعة التي تخدمها تلك التدابير. وقد أرشدت نتائج المسح إسهامات مركز التجارة الدولي في وثائق السياسات الاستراتيجية، مثل أربع استراتيجيات تصدير قطاعية في نيبال، فضلاً عن محتوى برامج التدريب الخاصة بمركز التجارة الدولية وإسهاماته في مناقشات السياسات. بحصده ما يزيد على 22,000 زيارة على الإنترنت في عام 2017، يظل موقع www.ntmsurvey.org واحدًا من أهم الأدوات لنشر المعلومات حول تجارب الأعمال التجارية مع التدابير غير الجمركية.

النتائج الرئيسية

16 من المسؤولين في الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (UEMOA) تم تدريبهم على إنشاء نظم لمراقبة المعلومات التجارية



381 5 جلسة مستخدم أجريت على بوابة جزر البهاما للمعلومات التجارية



3 دورات في الذكاء التنافسي أجريت على الإنترنت من خلال أكاديمية التجارة للشركات الصغيرة والمتوسطة التابعة لمركز التجارة الدولية



في عام 2017، واصل مركز التجارة الدولية الاستثمار في ضمان الشفافية فيما يتعلق بالوائح ذات الصلة بالتجارة. تتضمن مجموعة أدوات مركز التجارة الدولية بشأن معلومات التجارة والتحريرات عن الأسواق الآن التدابير غير الجمركية المطبقة في 100 بلد. بالإضافة إلى ذلك، يرسل نظام ePing للتنبيه الذي يقوم مركز التجارة الدولية بتشغيله بالشراكة مع منظمة التجارة العالمية وإدارة الأمم المتحدة للشؤون الاقتصادية والاجتماعية معلومات في الوقت الحقيقي عن إخطارات الحكومات الرسمية لمنظمة التجارة العالمية بشأن التغييرات في تدابير الصحة والسلامة والتدابير التنظيمية - والتي تجاوز عددها 4,000 إخطار في عام 2017 وحده - إلى مجموعة متزايدة من أكثر من 3,000 مستخدم مُسجّل. يقود مركز التجارة الدولية مجموعة عمل من الخبراء الدوليين المعنيين بقواعد المنشأ، حيث يُسهم في العمل المفاهيمي حول تصنيف التدابير غير الجمركية وفهمها بصورة منهجية.

وعلاوة على ذلك: شهد عام 2017 إنشاء أول آلية إقليمية للتنبيه عن العقبات التجارية، غطت ثمانية بلدان في منطقة الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (WAEMU)، والذي يُعرف أكثر باختصار اسمه باللغة الفرنسية (UEMOA). يتيح النظام للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة الإبلاغ عن الاختناقات المتعلقة بالتجارة إلى المؤسسات الوطنية والإقليمية كي يتسنى معالجتها في الوقت الحقيقي. ويستند النظام إلى خبرة مركز التجارة الدولية في إنشاء آليات مماثلة لفرادى البلدان مثل ساحل العاج وموريشيوس، وسيتم طرحه بالكامل في عام 2018 لتعزيز مجموعة من الإصلاحات التي يدعمها مركز التجارة الدولية بهدف تسهيل التجارة في مختلف أنحاء المنطقة.

النقاط البارزة

عمل مركز التجارة الدولية في عام 2017 مع العديد من مؤسسات دعم التجارة والاستثمار التي طلبت الدعم لتعزيز قدراتها في مجال إدارة الذكاء التنافسي. وفي جزر البهاما، أنشأ مركز التجارة الدولية بوابة المعلومات التجارية في جزر البهاما (www.bahamatradeinfo.gov.bs)، والتي صُممت لتكون بمثابة محطة واحدة لتلبية الاحتياجات المعلوماتية للشركات المحلية التي تسعى للتجارة.



4



3

3. جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com. 4. بوابة المعلومات التجارية لجزر البهاما

المُمولون لعام 2017

المُمولون الأساسيون

كندا، الصين، فنلندا، ألمانيا، الهند، أيرلندا، النرويج، السويد

المُمولون لمشاريع محدّدة

بنك التنمية الكاريبي، الاتحاد الأوروبي، اتحاد صناعات الأعلاف الأوروبية، منظمة العمل الدولية، إندونيسيا، المركز الإسلامي لتنمية التجارة، الهيئة العامة لترويج الاستثمار وتنمية الصادرات (إثراء) في عُمان، المعهد الوطني العالي للدراسات السياسية، جمهورية كوريا، Sime Darby، جنوب أفريقيا، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، الولايات المتحدة

تزوّد البوابة رواد الأعمال بمعلومات عن الأسواق المستهدفة مثل جزر الكاريبي الأخرى، وكندا، والمملكة المتحدة، والولايات المتحدة، وتشمل القطاعات الرئيسية، بما في ذلك مستحضرات التجميل، والأدوية، والمشروبات، والمأكولات البحرية، والصناعات الإبداعية، والخدمات المالية.

بالإضافة إلى ذلك، تعرض البوابة الشركات، والمنتجات، والخدمات المحلية، والفرص التجارية المتاحة للمستثمرين الدوليين المحتملين وشركاء الأعمال. كما يعمل نظام المعلومات عبر الإنترنت كبوابة للوصول إلى خدمات أخرى للمعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق مثل خارطة التجارة التابعة لمركز التجارة الدولية، وكذلك قواعد البيانات التي تديرها حكومة الولايات المتحدة، ومركز الحكومة الهولندي لتعزيز الواردات من البلدان النامية (CBI).

في مجموعة دول اتحاد UEMOA وضع مركز التجارة الدولية الأساس لبوابة معلومات إقليمية أطلق عليها ConnectUEMOA. وقام المركز بتنظيم وتدريب شبكة من مؤسسات دعم التجارة والاستثمار لجمع المعلومات وتجميعها عن الصادرات العشرين الأعلى لكل من الدول الثماني المشاركة: بنين، بوركينا فاسو، ساحل العاج، غينيا بيساو، مالي، نيجيريا، السنغال، وتوجو. ولتعزيز التجارة ودعم اتخاذ قرارات مستنيرة بصورة أفضل، ستوفر البوابة الجديدة التي ستدخل نطاق الخدمة في عام 2018 معلومات وأخبار حديثة عن الأسواق، وقاعدة بيانات للشركات، وفرص الأعمال على مستوى الإقليم. وسيشمل النظام أيضاً متجراً افتراضياً لبيع البضائع مثل كيسولات الثن من ساحل العاج، وزبدة الشيا من بوركينا فاسو، وعصير الأناناس من بنين، ومنتجات البواباب من السنغال.

تشمل أكاديمية التجارة للشركات الصغيرة والمتوسطة التابعة لمركز التجارة الدولية حالياً دورة عن الذكاء التنافسي تؤهل المشاركين، الذين يعملون بشكل أساسي في مؤسسات دعم التجارة والاستثمار، لإنشاء حلول على الإنترنت لتتبع ونشر المعلومات حول المنتجات والأسواق التي تهّم عملاءهم.

تدريب دبلوماسيي جنوب أفريقيا لمساعدة الشركات على دخول أسواق جديدة



الاستجابة

قامت دائرة العلاقات والتعاون الدولي في جنوب أفريقيا (DIRCO) بإشراك مركز التجارة الدولية في تنظيم ورشتي تدريب لـ 36 من مسؤوليها في عام 2017. قامت الورشة الأولى بتعريف موظفي المكتب القطري والمسؤولين التنفيذيين باستخدام أدوات مركز التجارة الدولية للمعلومات التجارية والتحريرات عن الأسواق، مثل خارطة التجارة التي توفر إحصاءات ومؤشرات حديثة لاتجاهات الأسواق لـ 220 اقتصاداً، وخارطة الوصول إلى الأسواق التي تغطي البيانات بشأن التعريفات ونظم الاستيراد. كان الهدف من ذلك هو تأهيلهم لإجراء البحوث والاستجابة للطلبات المتعلقة بفرص التصدير؛ وتطوير دراسات جدوى لدخول السوق في القطاعات ذات الإمكانيات العالية؛ والمساهمة في تصميم استراتيجيات فعالة لشركات جنوب أفريقيا التي تسعى إلى اقتحام أسواق جديدة.

قامت ورشة العمل الثانية بتدريب مجموعة صغيرة من المشاركين كي يقوموا بتدريب الآخرين على استخدام أدوات مركز التجارة الدولية للمعلومات التجارية والتحريرات عن الأسواق. وقد تم اعتماد ثمانية منهم لتعليم المسؤولين الآخرين في دائرة DIRCO كيفية إجراء تحليلات الأسواق وعرض جاذبية اقتصاد جنوب أفريقيا للمستثمرين المحتملين والشركاء التجاريين.

النتائج

أفاد المشاركون بأن التدريب، الذي اختتم في شهر يونيو، مكّنهم من القيام بتحليل الأسواق واتخاذ القرارات المتعلقة بالتجارة بشكل أفضل. وفي أكتوبر 2017، قامت دائرة DIRCO بتكليف أوجوفي ماسيبي-مامبين، وهي إحدى المدربات اللاتي تم اعتمادهن، بتدريب زملائها في دائرة DIRCO، بما في ذلك أولئك الذين سيتراسون البعثات الدبلوماسية في المستقبل، على إجراء تحليلات الأسواق.

تقول أوجوفي: "كان الاستقبال العام للتدريب جيداً جداً." "كان رؤساء البعثات الدبلوماسية حريصين جداً على استخدام أدوات مركز التجارة الدولية بأنفسهم. وقد أشادوا بكل من التدريب والأدوات وطالبوا بالمزيد من هذا النوع من التدريب."

التحدي

مثلها مثل العديد من البلدان النامية، تحرص جنوب أفريقيا على استخدام التجارة للمساعدة في تلبية توقعات الناخبين للنمو والوظائف وتنويع اقتصادها بعيداً عن الاعتماد على السلع الأولية. ورغم أن البلد مشارك نشط في المحافل الدبلوماسية والاقتصادية الدولية مثل مجموعة الدول العشرين الرائدة ومنظمة التجارة العالمية، فإن واضعي السياسات في جنوب أفريقيا يريدون الاستفادة من الأسواق العالمية لزيادة تدفقات التجارة والاستثمار، خاصة في القطاعات كثيفة العمالة.

تكلف الوثيقة البيضاء التي صدرت في عام 2011 بشأن السياسة الخارجية في جنوب أفريقيا الدبلوماسيين بإرشاد الحكومة وقطاع الأعمال بشأن التطورات في الاقتصاد والأسواق، بالإضافة إلى تعزيز القدرة التنافسية لسلع وخدمات جنوب أفريقيا في الأسواق الإقليمية والعالمية. تمتلك جنوب أفريقيا حالياً 31.4 مليار دولار أمريكي من إمكانيات التصدير غير المستغلة وفقاً لتقديرات مركز التجارة الدولية، والكثير منها في القطاعات غير المعدنية مثل التصنيع والزراعة، مما قد يمثل إضافة كبيرة إلى صادرات البلاد من البضائع والتي بلغت قيمتها 74.1 مليار دولار أمريكي في عام 2016.

وفي إطار التحول نحو دبلوماسية ذات توجه اقتصادي أكبر، عملت الحكومة على تأهيل دبلوماسيها على نحو أفضل لتحديد الفرص التجارية ومساعدة شركات جنوب أفريقيا في سعيها لتحصيل المصالح الاقتصادية في الأسواق الدولية. وفي نفس الوقت، أرادت الحكومة إنشاء برنامج تدريبي داخلي لضمان تحصيل الدبلوماسيين والمسؤولين الآخرين للأدوات اللازمة والفهم الكافي لوضع البلد في الاقتصاد العالمي من أجل صياغة السياسات المناسبة.



3-1. تدريب دبلوماسيي جنوب أفريقيا على أدوات مركز التجارة الدولية للمعلومات التجارية والتجارت عن الأسواق

المستقبل

أجرى مركز التجارة الدولية أعمال تدريب مماثلة في نيبال وأوكرانيا في عام 2017، ومن المخطط له تنفيذ المزيد من هذه البرامج في عام 2018 لسبعة بلدان في آسيا الوسطى وجزيرة سانت لوسيا الكاريبية.

واستشرافاً للمستقبل، يخطط مركز التجارة الدولية لإنشاء شبكة من المدربين المعتمدين في تحليل وأبحاث الأسواق. سيهدف البرنامج إلى إضافة ما يصل إلى 25 مدرّباً في البلدان النامية كل عام، فضلاً عن بوابة على الإنترنت تقدم دورات تنشيطية، ودعمًا للتدريس، وتحديثات حول التطورات الجديدة في مجموعة أدوات تحليل الأسواق بمركز التجارة الدولية.

“أعتقد أن التدريب الذي تلقينّه على أدوات مركز التجارة الدولية لتحليل الأسواق قد أعدني لتحريّ الفرص المتاحة للتجارة والاستثمار. وسأتمكن من تعزيز صادرات جنوب أفريقيا بشكلٍ فعال وتشجيع التجارة والاستثمار المستدامين والشاملين والمفيدتين للطرفين.”

أندرو آدمز، مسؤول تجاري من جنوب أفريقيا

انضم أندرو آدمز، وهو مسؤول آخر، إلى قنصلية جنوب أفريقيا في ميلانو بوصفه قنصلاً تجارياً في يناير 2018.

يقول أندرو: “لقد تغيرت الدبلوماسية في العصر الحديث، من التركيز على السياسة إلى التركيز على الاقتصاد بدرجة أكبر”. “ولكي ينجح الدبلوماسي في تسويق بلاده، فإنه يحتاج إلى المهارات ذات الصلة، والتدريب الملائم، والأدوات التي تُعدّ من الأهمية بمكان.”

“هناك حالات تعثرت فيها الفرص الاقتصادية بسبب الافتقار إلى الإعداد والتخطيط فيما يتعلق بتحليل الأسواق - حالات كان بالإمكان تجنبها من خلال بعض الأبحاث والتحليلات السليمة. أعتقد أن التدريب الذي تلقينّه على أدوات مركز التجارة الدولية لتحليل الأسواق قد أعدني لتحريّ فرص التجارة والاستثمار. سأتمكن من القيام بشكلٍ فعال بالترويج لصادرات جنوب أفريقيا وتشجيع التجارة والاستثمار المستدامين والشاملين والمفيدتين للطرفين.”

الجهة الممولة

جنوب أفريقيا

17 عقد الشراكات لتحقيق الأهداف



10 الحد من أوجه عدم المساواة



8 العمل اللائق ونمو الاقتصاد



استخدام الدراسات المسحية للأعمال التجارية لمساعدة الشركات الفلبينية الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على التغلب على العقبات



الاستجابة

بعد إجراء الدراسة المسحية للأعمال التجارية، استخدم مركز التجارة الدولية ووزارة التجارة والصناعة النتائج لصياغة توصيات ملموسة لمعالجة العقبات التجارية المحددة، مع التركيز على تسريع امتثال المنتجات الفلبينية للوائح الأجنبية. أدرجت التوصيات، التي دعت إلى توفير المساعدة الفنية للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة وتحسين قدراتها على الامتثال لمتطلبات الاختبار والترخيص والتبخير والتوسيم، في خطة تنمية صادرات البلد الرامية إلى إعادة التوازن للاقتصاد بعيداً عن الاستهلاك ونحو الاستثمار والتصدير.

وفي الوقت نفسه، عمل مركز التجارة الدولية على مساعدة مجموعة مختارة من الشركات الفلبينية على وضع التوصيات موضع التنفيذ. ضمن مبادرة المركز الاستشارية بشأن إدارة جودة الصادرات، بالشراكة مع جمهورية كوريا، تم دعوة خبراء من مؤسسة الأعمال التجارية الصغيرة والمتوسطة (SBC) بجمهورية كوريا لزيارة الفلبين في أواخر عام 2017 لتقديم خدمات استشارية متعمقة لخميس من الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة. شملت هذه المجموعة شركة الأعشاب تتطلع إلى اقتحام الأسواق الدولية.

قام الخبراء من مؤسسة SBC، وهي مؤسسة غير ربحية تمولها الحكومة وتدعم النمو والقدرات التنافسية لقطاع الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في جمهورية كوريا، بتدريب الموظفين من الشركات الخمس على كيفية إنشاء وصيانة أنظمة إدارة الجودة بما يتماشى مع معيار ISO 9001، وهو المعيار الدولي الرئيسي لأنظمة إدارة الجودة. كان الهدف من ذلك تأهيل الشركات لتحسين جودة المنتجات وعمليات التصنيع.

التحدي

بالنسبة للشركات في جميع أنحاء العالم، يُعد استيفاء اللوائح الفنية ومعايير المنتجات جزءاً مهماً بصورة متزايدة من ممارسة الأعمال التجارية سواءً على الصعيد الدولي أو الوطني. غالباً ما تناضل الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في البلدان النامية لسداد التكاليف الثابتة للامتثال للمتطلبات المعقدة والمتغيرة للجودة في الأسواق المستهدفة.

وتفيد الشركات التي قام مركز التجارة الدولية باستطلاع آرائها بشأن التدابير غير الجمركية (NTMS) عادةً بأن المتطلبات الفنية وإجراءات تقييم الامتثال تمثل عوائق مهمة أمام النجاح في التصدير. كان هذا ينطبق بصورة خاصة على الشركات في الفلبين، حيث ذكر ما يقرب من ثلاثة أرباع الشركات الـ 1,150 التي أجريت معها مقابلات في عامي 2015 و 2016 من قبل مركز التجارة الدولية بالتعاون مع وزارة التجارة والصناعة الفلبينية (DTI) أن الأنظمة المرهقة تعوق قدرة الشركات على التجارة. كان ما يقرب من 60% من العقبات التي تعوق التصدير التي أبلغت عنها الشركات الفلبينية يتعلق بتدابير تشمل شهادات اعتماد المنتجات واختبارها وتوسيمها. ورغم أن اللوائح التي تجد فيها الشركات عبئاً ثقيلاً تنشأ عادةً من الشركاء التجاريين، فإن العديد من الإجراءات المحلية المرتبطة بالتجارة عبر الحدود هي أيضاً معقدة بدون داع.

بالنسبة لشركة Oryspa Spa Solutions، وهي شركة فلبينية لمنتجات الصحة والجمال، تتفاقم الآثار المرتبطة بارتفاع تكاليف التصنيع المحلية على قدرتها التنافسية التصديرية بسبب متطلبات التوثيق المعقدة لإجراءات التصدير وكذلك للشحن والخدمات اللوجستية.



3



2

1. تدريب على إدارة الجودة في شركة Herbanext Laboratories، الفلبين، 2. تدريب على إدارة الجودة في شركة Oryspa، الفلبين، 3. اجتماع مائدة مستديرة وطني حول التدابير غير الجمركية، الفلبين

النتائج

من وجهة نظر نورا ك تيرادو ، وكيلة وزارة التجارة والصناعة، كانت التوصيات بمثابة تمرين على صنع السياسات التعاونية القائمة على الأدلة لتقليل الحواجز الداخلية والخارجية التي تعوق التجارة.

وقد قالت: "من خلال العمل المشترك، يمكننا تحديد المشاريع والعلاجات والحلول الملموسة التي ستمكّن من صياغة سياسات أفضل، وكذلك خطط عمل وطنية وقطاعية". وقد سعت وزارتها إلى الاستجابة للتوصيات الناشئة عن الدراسة المسحية من خلال عقد حلقات دراسية عن التبخير والمعايير الدولية الجديدة، والعمل على إبرام اتفاقات الاعتراف المتبادل التي تسمح بالاعتراف بوكالات التصديق الفلبينية على نطاق أوسع في الأسواق الدولية.

وقد أعربت الشركات الفلبينية التي شاركت في التدريب الذي تزعمته مؤسسة SBC عن ثقتها في أن التدريب الذي قدمه خبراء جمهورية كوريا سيساعدها على التغلب على اختناقات التصدير.

وقال بات دي راموس، مسؤول علاقات رخص الامتياز في شركة Oryspa، أن التدريب سيساعد شركته على تحسين أنظمة إدارة الجودة وثقافة الشركات؛ وتقوم الشركة حالياً بتتبع مؤشرات الأداء الرئيسية الخاصة بها.

وقال فيليب إس. كروز، رئيس شركة Herbanext Laboratories أن التدريب على تحسين تخطيط المصنع والمرافق الصحية سيساعد على تحسين الشركة تلبية متطلبات الجودة الدولية. تناولت إحدى التقنيات تنفيذ منهجية 5S، وهي طريقة ابتكرت في اليابان لتنظيم مكان العمل من أجل تحقيق أقصى قدر من الكفاءة والسلامة مع تقليل النفايات.

من خلال العمل المشترك يمكننا تحديد المشاريع والعلاجات والحلول الملموسة التي ستمكّن من صياغة سياسات أفضل، وكذلك خطط عمل وطنية وقطاعية.

نورا ك. تيرادو، وكيلة وزارة التجارة والصناعة الفلبينية

المستقبل

بالإضافة إلى الفلبين، تقدم مبادرة مركز التجارة الدولية للاستشارات الخاصة بإدارة جودة الصادرات التدريب للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في بيرو، وبالمثل من خلال الدروس المستفادة من الدراسات المسحية للأعمال التجارية بشأن التدابير غير الجمركية. واستمراراً لنموذج التعاون الثلاثي، ستستمر مؤسسة SBC بجمهورية كوريا في تقديم الدعم الاستشاري وتوسيعه ليشمل شركات ودولاً جديدة عند الطلب. ستستخدم نتائج الدراسات المسحية بشأن التدابير غير الجمركية لتكييف أنشطة التدريب وتحديد الشركات التي يُحتمل أن تستفيد منه.

المُمولون

جمهورية كوريا، المملكة المتحدة

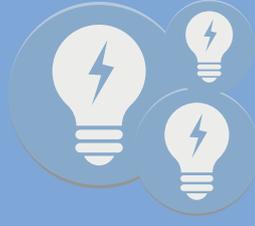
17 عقد الشراكات لتحقيق الأهداف



8 العمل اللائق ونمو الاقتصاد



ابتكارات مركز التجارة الدولية



مكتب المساعدة للتجارة العالمية: محطة واحدة لتزويد الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة بالمعلومات الوصول للأسواق

التحدي

في العمل التجاري، الوقت هو المال والمعرفة هي القوة. الحصول على المعلومات اللازمة للتجارة على الصعيد الدولي هو عملية مستهلكة للوقت ومكلفة للشركات، ويكون ذلك بشكل غير متناسب عندما يتعلق الأمر بالشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة. ببساطة، بالنسبة للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، يُعد الوصول إلى المعلومات عائقاً أمام المشاركة في الأسواق العالمية.

على مدى العقد الماضي، تم تطوير العديد من موارد المعلومات التمكينية ووضعها على الإنترنت من قِبَل الحكومات الوطنية والشركات الخاصة والوكالات الدولية. وتتراوح هذه الموارد من مجموعة موارد المعلومات الرقمية التابعة لمركز التجارة الدولية إلى الخدمات التجارية التي تفرض رسوماً على أدوات استكشاف التعريفات والتي توفر بيانات عن الواردات أو الصادرات. بالنسبة للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، يمثل الكم الكبير من الأدوات المنفصلة، التي يقدم كل منها إجابات على أسئلة مختلفة بدرجات متفاوتة من الجودة، متاهة غير مقصودة من الخدمات الرقمية عبر الإنترنت، مما يُحبط هدف تسهيل الوصول إلى المعلومات.

عادةً ما تشير الشركات التي تم استطلاع رأيها من قِبَل مركز التجارة الدولية إلى الوصول للمعلومات كعائق رئيسي أمام زيادة مشاركتها في التجارة عبر الحدود. كما أعرب مندوبون من بلدان تنتمي إلى مجموعة أصدقاء الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة عن رأي مماثل في ورشة عمل لمنظمة التجارة العالمية عُقدت في أكتوبر 2017، مضيفين أن الحلول تحتاج إلى تخصيص حسب الموقع.

الحل

بالاشتراك مع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) ومنظمة التجارة العالمية، أطلق مركز التجارة الدولية في ديسمبر 2017 مبادرة مكتب المساعدة للتجارة العالمية. صُمم مكتب المساعدة ليكون أداة مركزية سهلة الاستخدام لحل مشكلة الوصول إلى المعلومات، وسيكون بمثابة محطة واحدة متكاملة يمكن للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة من خلالها الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالتعريفات، ومتطلبات السوق غير الجمركية، والإجراءات والوثائق التجارية، وفرص الأعمال التجارية، وبيئة السياسات.

يقدم مركز التجارة الدولية والأونكتاد ومنظمة التجارة العالمية منظورات تكاملية لمعالجة المعلومات التجارية. تعمل المنظمات الثلاث بالفعل على تجميع ونشر البيانات عن التعريفات الجمركية المُطبقة والتدابير غير الجمركية. ومن خلال تعاونها في مكتب المساعدة للتجارة العالمية، ستزيد هذه المنظمات من تأثيرها على الشفافية للشركات.

معلومات مكتب المساعدة قابلة للتخصيص حسب المنتج ووفق البلد المعني للمصدر والوجهة. على سبيل المثال، يمكن لشركة مقرها في بنغلاديش تسعى لتصدير الروبيان إلى فرنسا الوصول إلى معلومات عن أي تعريفات سارية (قيمتها صفر حالياً، بفضل تفضيلات الاتحاد الأوروبي التجارية للبلدان الأقل نمواً)، والضرائب ذات الصلة مثل القيمة المضافة بنسبة 20% في فرنسا، والمعايير الأوروبية للصحة والسلامة التي يتعين استيفاؤها في الروبيان المُورد. عن طريق مكتب المساعدة، سيتسنى للشركة العثور على توضيحات خطوة بخطوة للإجراءات والوثائق المطلوبة المتعلقة بالتجارة والتي تحتاج لاستيفائها من أجل شحن الروبيان إلى الاتحاد الأوروبي. كما ستجد الشركة قائمة بمستوردي الروبيان في فرنسا إلى جانب بيانات عن اتجاهات الطلب ومواعيد ومواقع المعارض التجارية ذات الصلة. هذه كلها أنواع من المعلومات التي تناضل الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة عادةً من أجل العثور عليها.



1. و 3. تطبيق مكتب المساعدة للتجارة العالمية على الهواتف الجوّالة وأجهزة الكمبيوتر المكتبية، جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com 2 إطلاق مبادرة مكتب المساعدة للتجارة العالمية، بوينس آيرس

المستقبل

بالإضافة إلى الاعتماد على بيانات من مركز التجارة الدولية والأونكتاد ومنظمة التجارة العالمية، سيسقط مكتب المساعدة الموارد من عدد من المنظمات الدولية ومصارف التنمية، بما في ذلك مصرف التنمية للبلدان الأمريكية (IDB)، ومنظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (اليونيدو)، ومجموعة البنك الدولي. من المقرر تشغيل بوابة HelpMeTrade.org بشكل كامل في عام 2020.

لا تتعلق مبادرة مكتب المساعدة فقط بنشر المعلومات ولكن أيضاً بجمعها. في البلدان النامية والبلدان الأقل نمواً، سيقدم مركز التجارة الدولية وشركاؤه دعماً مخصصاً حسب الحاجة إلى الإدارات الوطنية، فضلاً عن المؤسسات التعليمية وغيرها من الهيئات، مثل وكالات تعزيز التجارة، للتغلب على القيود على القدرات في مجال تقديم المعلومات وتحديثها. ويتمثل الهدف في تمكين أصحاب المصلحة المحليين من تحديث مكتب المساعدة وتطوير واجهات خاصة بكل بلد أو منطقة معينة. وفي الوقت نفسه، ستعمل الواجهات البيئية الوطنية والإقليمية على الوفاء بالتزامات الحكومات بموجب اتفاقية منظمة التجارة العالمية لتيسير التجارة لنشر المعلومات المتعلقة بإجراءات الحدود على الإنترنت بطريقة واضحة وسهلة المنال.

حتى الآن، مكتب المساعدة متاح على الإنترنت هو نسخة تجريبية، أي أنه إصدار مبدئي ستضاف إليه البيانات باضطراد على مدار فترة ثلاث سنوات، في البداية من قبل مركز التجارة الدولية وتدرجياً من خلال المؤسسات في الدول التي يغطيها النظام. ستتضمن الوظائف المستقبلية التي يوفرها المكتب تنبيهات عبر البريد الإلكتروني عن القطاعات والأسواق التي تهم المستخدمين ولوحات مفصلة خصيصاً تعرض المعلومات الأكثر ملاءمة لنشاط المستخدم.

أجري بيان عملي لمكتب المساعدة لمجموعة أصدقاء الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، وللجمهور في المنتدى العام لمنظمة التجارة العالمية، وأيضاً في المؤتمر الوزاري للمنظمة المنعقد في بوينس آيرس. كانت الاستجابة إيجابية بشكل كبير.

سيكون مكتب المساعدة للتجارة العالمية مركزاً شاملاً للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة للوصول إلى المعلومات المتعلقة بالتعريفات، والمتطلبات غير الجمركية للأسواق، والإجراءات والوثائق التجارية، وفرص العمل، وبيئة السياسات.

الشركاء

مصرف التنمية للبلدان الأمريكية (IDB)، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (يونيدو)، البنك الدولي، منظمة الجمارك العالمية، منظمة التجارة العالمية

الممولون

ألمانيا، سويسرا





بناء بيئة أعمال مواتية

استراتيجية تنمية التجارة

يمكن برنامج استراتيجية تنمية التجارة صنّاع القرار في البلدان الشريكة من تحديد الأولويات، ووضع توجّهات للسياسات، والعمل على زيادة إدماج اقتصاداتهم في التجارة والاستثمار الدوليين. ويهدف البرنامج، من خلال تصميم وإدارة الاستراتيجيات القطاعية والوطنية والإقليمية، إلى تحقيق مستويات أعلى من الأداء التجاري الذي يقوده السوق – ولا سيما فيما يتعلق بالشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة – من أجل تحسين النمو، وخلق فرص العمل، ورفع مستويات المعيشة.

النتائج الرئيسية

130 مليون دولار أمريكي خصصتها سريلانكا لتنفيذ توصيات استراتيجية التصدير الوطنية



11 حل استراتيجي تم تقديمها في 8 بلدان



7 منصات للحوار بين القطاعين العام والخاص

تم إنشاؤها لإدارة، ورصد، وقياس تنفيذ الاستراتيجية



النقاط البارزة

في سريلانكا، يتر مركز التجارة الدولية تصميم استراتيجية تصدير وطنية (NES) جديدة، تضمنت وجهات نظر المئات من أصحاب المصلحة، بما في ذلك الحكومة، ومنظمات ترويج التجارة، ومجموعات القطاع الخاص (مثل غرف التجارة)، ورابطات قطاع الأعمال، وشركاء التنمية بما في ذلك البنك الدولي. وقد خصصت الحكومة السريلانكية 130 مليون دولار أمريكي لتنفيذ مبادرات استراتيجية التصدير الوطنية في مجالات مثل البنية التحتية، والإصلاحات القانونية، والتميز التجاري للمنتجات.

في موريشيوس، دعم مركز التجارة الدولية تطوير وإطلاق استراتيجية تصدير وطنية، هي الأولى في تاريخ البلاد. وتم تضمين العديد من توصيات استراتيجية التصدير الوطنية في الميزانية الوطنية. توفر الميزانية تمويلاً لمبادرات تشمل: إنشاء حاضنات للأعمال التجارية القائمة على التصدير؛ وتنفيذ الإصلاحات اللازمة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر (FDI)؛ وتبسيط إصدار شهادات التصديق للمصدرين في الصناعات ذات الأولوية؛ ودعم الترويج التجاري للجمعيات التجارية النسائية.

في نيبال، يتر مركز التجارة الدولية تطوير أربع استراتيجيات تصدير قطاعية لرفع القدرة التنافسية الدولية واختراق السوق لقطاعات الشاي، والبن، والهيل الكبير، والورق يدوي الصنع في البلاد. وفر مركز التجارة الدولية تحليلات لسلاسل القيمة وكفل أن تعكس كل خارطة من خرائط السياسات مدخلات من القطاعين العام والخاص.

في إطار برنامج مركز التجارة الدولية لتمكين الشباب (YEP) في غامبيا، حددت خارطة طريق استراتيجية تهدف لتنمية الشباب والتجارة قطاع ذات إمكانات نمو



3



2



1

1. استراتيجية التصدير الوطنية، موريشيوس 2. و 3. إنتاج ورق لوكتا، نيبال

تيسير التجارة

يعمل برنامج تيسير التجارة مع واضعي السياسات والقطاع الخاص للحد من تكلفة ممارسة الأعمال التجارية عبر الحدود من خلال معالجة الحواجز غير الجمركية وتبسيط الإجراءات عبر الحدود، بما في ذلك من خلال تنفيذ اتفاقية منظمة التجارة العالمية (WTO) لتسهيل التجارة (TFA). كما يساعد البرنامج المؤسسات الإقليمية على إنشاء عمليات وآليات لتنفيذ اتفاقية تسهيل التجارة بطريقة منسقة على المستوى الإقليمي.

النتائج الرئيسية

تدريب شركات من 19 بلداً على اتفاقية تسهيل التجارة



دعم إنشاء لجنة إقليمية لتيسير التجارة للاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (UEMOA)



تطوير نموذج لوابات مُنسقة إقليمياً لمعلومات تيسير التجارة في جماعة دول شرق أفريقيا



وفرص عمل عالية، ووضعت إصلاحات سياسية محددة واستثمارات تعليمية لازمة لتحويل الفرص إلى نشاطات تجارية ووظائف. ستغطي هذه التوصيات، التي سيبدأ تنفيذها في عام 2018، قطاعات تشمل الزراعة، والصناعات الخفيفة، والسياحة، وتقنية المعلومات والاتصالات (ICT)، والنقل، والخدمات اللوجستية.

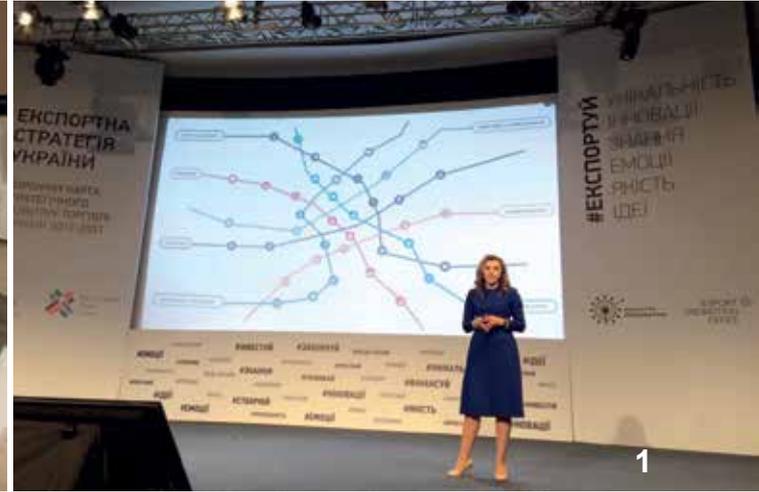
دعم مركز التجارة الدولية أوكرانيا في تطوير خارطة طريق استراتيجية لتنمية التجارة ثلور رؤية البلد وأهدافه وأولوياته بشأن تطوير التصدير والتنافسية. نُقِلَت الوثيقة بقبول حسن للغاية، لدرجة أن أوكرانيا طلبت من مركز التجارة الدولية دعمها في تطوير استراتيجية وطنية شاملة للتصدير في عام 2018. في سانت لوسيا، يقوم مركز التجارة الدولية مع الحكومة بوضع خارطة طريق مشابهة لتطوير استراتيجية وطنية للتصدير بتمويل مشترك. في مالي، وضعت خارطة طريق استراتيجية لتنمية التجارة خطة يقودها السوق لتعزيز القيمة المضافة والصادرات في قطاعات مثل الصلال والجلود، والشيا، والمانجو، والسّمسم، والمنسوجات، والملابس، وتقنية المعلومات والاتصالات.

في أفغانستان قام مركز التجارة الدولية بتنسيق عملية استشارية ضمت قادة الصناعة، وأصحاب الأعمال التجارية الصغيرة، والمزارعين، وواضعي السياسات من مختلف أنحاء البلاد لفهم العقبات والفرص التي تكتنف اندماج البلاد في الأسواق الإقليمية والعالمية (انظر دراسة الحالة). وقد أرشدت وجهات النظر هذه تطوير استراتيجية التصدير الوطنية الأفغانية، التي سيتم الانتهاء منها في عام 2018، بالإضافة إلى وثيقة تكميلية هي سياسة التجارة الوطنية، والتي ستدعم عملية الإصلاح السياسي والمؤسسي.

قام مركز التجارة الدولية ومنظمة السياحة العالمية بتطوير منهجية استراتيجية لتصدير السياحة توفر خطة للبلدان الساعية لتطوير قطاعات سياحية تنافسية.

النقاط البارزة

في عام 2017، بني مركز التجارة الدولية على أعمال سابقة مع الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (UEMOA) والذي يُعرف أيضاً بـ (WAEMU) ذي الثمانية أعضاء، وذلك للمساعدة في إنشاء لجنة إقليمية لتيسير التجارة (RTFC). وستكون هذه أول لجنة من هذا القبيل تقوم بتنسيق ورصد تنفيذ اتفاقية تيسير التجارة على المستوى الإقليمي. يكمن الأساس المنطقي في خلق بيئة تجارية أكثر قابلية للتنبؤ في مختلف أنحاء المنطقة، وبالتالي تعزيز التجارة داخل المنطقة وكذلك التبادلات التجارية مع بقية العالم.



1. إطلاق خارطة الطريق لاستراتيجية تنمية التجارة، أوكرانيا 2. ورشة عمل عن خارطة الطريق لاستراتيجية تنمية التجارة، سانت لوسيا

دعم المفاوضات التجارية وإصلاح السياسات

يساعد برنامج دعم المفاوضات التجارية وإصلاح السياسات غرف التجارة وغيرها من منظمات قطاع الأعمال لصياغة وجهات نظر قطاع الأعمال والانخراط بفعالية في عمليات السياسات للتأكد من أن المفاوضات التجارية، والسياسات الوطنية، والإصلاحات التنظيمية تعكس وجهة نظر واعية من جانب القطاع الخاص. يعمل مركز التجارة الدولية كذلك مع صنّاع القرار لمساعدتهم في تحصيل فهم أفضل للأمور من منظور قطاع الأعمال.

النتائج الرئيسية

اثنتان من سياسات التجارة الوطنية في أفغانستان وتونغا تم وضعهما بدعم فني من مركز التجارة الدولية



اثنتان من عمليات التفاوض للانضمام لمنظمة التجارة العالمية أتمهما السودان بدعم فني من مركز التجارة الدولية



النقاط البارزة

في تونغا وأفغانستان قدم مركز التجارة الدولية الدعم لوزارة التجارة المعنية لإعداد وثيقة سياسة التجارة الوطنية في كلا البلدين. حددت هاتان الوثيقتان إصلاحات لتمكين التجارة تهدف إلى تعزيز قدرة المؤسسات المحلية، وإيجاد بيئات للسياسات تمكّن الأعمال التجارية، وتنفيذ اللوائح بما يتماشى مع الالتزامات الدولية والإقليمية. وتمت صياغتهما من خلال عملية تكرارية تضمنت مدخلات من رابطات القطاع الخاص، وخبراء محليين ودوليين، ومشاورات مع أصحاب المصلحة على المستوى الوطني والإقليمي. وقد اعتمد رئيس وزراء تونغا سياسة التجارة الوطنية لتنفيذها في المملكة على تلك الجزيرة في المحيط الهادي.

وافق أعضاء اتحاد UEMOA في عام 2017 على ولاية للجنة الإقليمية لتيسير التجارة وهيكل حوكمتها؛ ومن المقرر أن يتم تأسيس اللجنة رسمياً في عام 2018. وكان مركز التجارة الدولية قد دعم في السابق أعضاء اتحاد UEMOA لتحقيق توافق على مستوى الاتحاد حول التزامات اتفاقية تيسير التجارة التي ينبغي تنفيذها على الفور وتلك التي تُنفذ بعد تلقي المساعدة الفنية والمالية.

كما ساعد مركز التجارة الدولية أيضاً في تحضيرات اتحاد UEMOA لرقمنة شهادة المنشأ لديه، وهي الوثيقة التي تسمح للبيضائع الناشئة من دوله الأعضاء بأن يتم تداولها بحرية داخل الاتحاد دون أن تُفرض عليها التعريفات الخارجية المشتركة للاتحاد. قام مركز التجارة الدولية بمراجعة القوانين الحالية وتقديم توصيات حول كيفية تنفيذ شهادة المنشأ الإلكترونية الجديدة، والتي ستقلل من التكاليف على التجار في مختلف أنحاء المنطقة.

وفي جماعة دول شرق أفريقيا أقام مركز التجارة الدولية شراكة مع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) لوضع نموذج مُنسق للمنصات الإلكترونية التي تتطلب اتفاقية تيسير التجارة من كل عضو في منظمة التجارة العالمية لإنشاءها لتوفير وسيلة سهلة لوصول التجار إلى الوثائق الجمركية والمعلومات عن إجراءات الحدود. تم إطلاق البوابة الأولى في كينيا في أواخر عام 2017، ومن المقرر إطلاق ثلاث بوابات وطنية أخرى عبر الإنترنت في عام 2018. من شأن اتباع نموذج مشترك لهذه المنصات عبر المنطقة تسهيل المقارنات عبر البلدان.

وقد نشر مركز التجارة الدولية منهجية تفصيلية لتنفيذ اتفاقية تيسير التجارة على المستوى الإقليمي. سيساعد التقرير بعنوان رسم خارطة طريق للتكامل الإقليمي مع اتفاقية منظمة التجارة العالمية لتيسير التجارة واضعي السياسات على تعزيز التجارة بين البلدان المجاورة من خلال تنفيذ اتفاقية تيسير التجارة على المستوى الإقليمي.

كما واصل مركز التجارة الدولية عمله لتدريب الشركات - أكثر من 450 شركة من 19 بلداً في عام 2017 وحده - على فوائد تيسير التجارة (انظر دراسة الحالة).



3-4. إطلاق علامة الأناناس، بنين 5. استراتيجية التصدير الوطنية، أفغانستان

المُؤمِلون لعام 2017

المُؤمِلون الأساسيون

كندا، الصين، فنلندا، ألمانيا، الهند، أيرلندا، النرويج، السويد

المُؤمِلون لمشاريع محدّدة

بنك التنمية الكاريبي، الاتحاد الأوروبي، فنلندا، ألمانيا، إيطاليا، اليابان،
بنك قطر للتنمية، سويسرا، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية

وستقدّم وثيقة أفغانستان إلى المجلس الاقتصادي الأعلى للبلاد لإقرارها في أوائل عام 2018.

في عام 2017، واصل مركز التجارة الدولية دعمه للسودان في محاولته المتواصلة للانضمام إلى منظمة التجارة العالمية، حيث قدم الخدمات الاستشارية للخرطوم التي اختتمت اثنتين من جولات المفاوضات الثنائية بشأن الوصول إلى الأسواق والتي تمثل مكوناً أساسياً لعملية الانضمام للمنظمة. كما ساعد مركز التجارة الدولية السودان في صياغة عرضه المتعلق بالالتزامات المتعلقة بفتح الأسواق، وكذلك في الرد على أسئلة أعضاء منظمة التجارة العالمية بشأن مذكرة نظام التجارة الخارجية التي قدمها إلى منظمة التجارة العالمية في عام 2016.

على إثر إعادة توسيع الوصول التجاري التفضيلي للاتحاد الأوروبي ليشمل صادرات سريلانكا وفق نظام بروكسل العام للأفضليات التجارية (GSP+)، عمل المركز على تمكين الشركات السريلانكية من الاستفادة إلى أقصى حد من هذا النظام. قام مركز التجارة الدولية بدعم المسؤولين الحكوميين السريلانكيين لفهم متطلبات الامتثال لنظام الاتحاد الأوروبي GSP+ بشكل أفضل، واستكمل ذلك من خلال نشر دليل للأعمال التجارية باللغات الإنجليزية، والسينهالا، والتاميل لشرح كيفية استخدام النظام من قِبَل قطاعات التصدير الرئيسية في البلاد.

وفي سريلانكا أيضاً، دعم مركز التجارة الدولية مركزين محليين، هما معهد الدراسات العليا للإدارة والمعهد الوطني للصادرات، لإدراج مناهج جديدة عن صياغة سياسات التجارة في البرامج التدريبية التي يوفرائها. وسيعمل مركز التجارة الدولية مع هذين المركزين لتطوير المزيد من وحدات التدريب.

تضمين صوت القطاع الخاص
في إصلاحات تيسير التجارة

الاستجابة

يعمل مركز التجارة الدولية على جسر الفجوة بين التجار ووكالات الحدود لضمان إدراج آراء القطاع الخاص في تصميم الإصلاحات وصياغتها وتنفيذها ورصدها. يبني المركز قدرات المصدرين والمستوردين ومتعهدي النقل ووكلاء الشحن لفهم تكلفة عدم الكفاءة عبر الحدود؛ والالتزامات القانونية المنصوص عليها في اتفاقية تيسير التجارة؛ وأفضل الممارسات فيما يتعلق بإجراءات التجارة عبر الحدود.

يعمل مركز التجارة الدولية على جسر الفجوة بين التجار ووكالات الحدود لضمان إدراج وجهات نظر القطاع الخاص في تصميم، وصياغة، وتنفيذ، ورصد الإصلاحات اللازمة للامتثال لاتفاقية منظمة التجارة العالمية لتيسير التجارة.

تتمثل إحدى المكونات الهامة لأنشطة مركز التجارة الدولية في دعم إدماج أصوات القطاع الخاص في المنصات المؤسسية لتخطيط ورصد تيسير التجارة التي تتطلب اتفاقية تيسير التجارة من أعضاء منظمة التجارة العالمية تأسيسها.

وفي عام 2017، عقد مركز التجارة الدولية جلسات تدريب تفاعلية على مدار يومين بشأن اتفاقية تيسير التجارة لأكثر من 450 شركة في 19 بلداً من بينها الأرجنتين، وميانمار، وبنابوا غينيا الجديدة، والمملكة العربية السعودية، وجمهورية تنزانيا المتحدة. كان الهدف الرئيسي لتلك الدورة القصيرة تزويد مجتمع الأعمال التجارية بفهم للمتطلبات والفوائد المحتملة الناتجة عن اتفاقية تيسير التجارة وكذلك لتمكينهم من المشاركة بشكل بنّاء مع واضعي السياسات فيما يتعلق بعملية التنفيذ محلياً. شارك الحضور، ومعظمهم من صغار التجار والمسؤولين في الوكالات الحدودية، في تمارين تقوم على أمثلة من واقع الحياة. وقد أولي اهتمام خاص لتمكين الشركات من فهم القضايا الفنية والدعوة إلى توصيات بسياسات محددة تعكس القضايا المتعلقة بالحدود التي تتعامل معها تلك الشركات على أرض الواقع.

التحدي

تُعد السرعة والكفاءة من الأمور الأساسية في إنتاج السلع الحديثة وتجارتها. وتزيد الإجراءات الجمركية المرهقة والبنية التحتية العتيقة على الحدود من تكاليف التجارة والأوقات التي تستغرقها، مما يؤثر سلباً على قدرة الشركات على الاندماج في سلاسل القيمة الدولية.

وتؤثر التكاليف الثابتة الناجمة عن التأخيرات على الحدود والامتثال للإجراءات المتعلقة بالتصدير والاستيراد بشكل غير متناسب على المؤسسات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، والتي - بحكم تعريفها - يتوفر لديها القليل من الموارد ومن اقتصادات الحجم الكبير مقارنةً بمنافسيها الأكبر حجماً. ويمكن أن تكون هذه التأثيرات قوية بشكل خاص في البلدان النامية والأقل نمواً، حيث تكون بيئة الأعمال التجارية في كثير من الأحيان أقل ملاءمةً للتجارة عبر الحدود في المقام الأول.

تؤدي أوجه القصور وعدم الكفاءة على الحدود إلى تثبيط التجارة بين البلدان المتجاورة حتى في الوقت الذي يسعى فيه الدبلوماسيون إلى تحقيق التكامل الاقتصادي الإقليمي، مما يقلل من قدرة الشركات على تشكيل سلاسل القيمة الإقليمية والازدهار في أسواق جديدة.

تُعد اتفاقية منظمة التجارة العالمية لتيسير التجارة، التي دخلت حيز التنفيذ في فبراير 2017، بخفض التأخيرات والتكاليف على الحدود من خلال جعل إجراءات الحدود أكثر بساطة وأكثر شفافية. وتتضمن الاتفاقية أحكاماً جديدة تُعد بتقديم مساعدات فنية ومالية للبلدان النامية والأقل نمواً لتنفيذ التزاماتها المستقبلية إزاء اتفاقية تيسير التجارة. ورغم أن هذه المساعدة ضرورية، فإنها تُعد شرطاً غير كافٍ لإضفاء أكبر تأثير ممكن لتيسير التجارة. فالقطاع الخاص هو المسؤول عن الجزء الأكبر من التجارة، وبالتالي فإنه يواجه تأخيرات على الحدود في الواقع العملي. ومع ذلك فكثيراً ما يُستبعد هذا القطاع من عملية الإصلاح، مما يحد من فهم واضعي السياسات للأعباء العملية التي يعاني منها التجار في عملياتهم عبر الحدود.



1. تدريب على تسهيل التجارة، كيجالي 2. جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com 3. ورشة للقطاع الخاص عن تسهيل التجارة، مونروفيا، ليبيريا

النتائج

المنشأة حديثاً (والتي كانت هي نفسها نتاج مشروع مشترك بين مركز التجارة الدولية ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية). البوابة، التي تستجيب لمتطلبات الشفافية المنصوص عليها في اتفاقية تيسير التجارة، هي منصة رقمية تصف الإجراءات خطوة بخطوة لاستيراد وتصدير سلع محددة، إلى جانب التكاليف، وأوقات الانتظار، والمصادر القانونية لكل منها. وقد طلبت الشركات أن تتابع البوابة سعياً لإضافية وتتضمن وظائف جديدة للاستجابة بشكل أفضل لاحتياجات الشركات.

كجزء من مبادرة أوسع لتعزيز التجارة داخل الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (WAEMU، المعروف أيضاً باسم UEMOA)، دعم مركز التجارة الدولية دمج المشاركة بين القطاعين العام والخاص في لجنة تيسير التجارة على مستوى المنطقة (على عكس المستوى الوطني).

المستقبل

بالتطلع إلى المستقبل، يظل مركز التجارة الدولية ملتزماً بدعم تنفيذ اتفاقية تيسير التجارة. وسيواصل المركز دعم لجان تيسير التجارة على المستويين الوطني والإقليمي للعمل مع القطاع الخاص في تنفيذ ورصد اتفاقية تيسير التجارة. وفي جماعة دول شرق أفريقيا، سيدعم مركز التجارة الدولية تحسين بوابات تيسير التجارة على المستويين الوطني والإقليمي. بالإضافة إلى ذلك، سيساعد مركز التجارة الدولي بعض دول غرب أفريقيا والدول العربية لتنفيذ متطلبات معينة لاتفاقية تيسير التجارة، مثل تلك المتعلقة بالمعالجة قبل وصول البضائع والتبادل الإلكتروني لشهادات المنشأ. ويعمل مركز التجارة الدولية أيضاً على تطوير دورة تعليمية إلكترونية مصممة للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة.

في سريلانكا، قام مركز التجارة الدولية بإعداد دورة تدريبية تتألف من ثمانية وحدات بالتعلم الإلكتروني وتهدف إلى مساعدة مصدري المواد الغذائية والتوابل والملابس على تحسين ممارسات إدارة الصادرات لديهم. جمعت الدورة التدريبية تحت منصة رقمية واحدة جميع اللوائح والإجراءات مفصلة خطوة بخطوة، فضلاً عن المؤسسات المعنية، فيما يتعلق بالتصدير من سريلانكا إلى الأسواق الإقليمية والأوروبية. بهدف تعزيز فعالية الدورة، تمت مقابلة السلطات الجمركية لتحديد الأخطاء الأكثر شيوعاً التي يقع فيها التجار عند التصدير. وقد أدرجت ملاحظاتهم الفنية في مواد الدورة التدريبية الإلكترونية. وأفاد المتدربون بأن الدورة، التي سُمِّد في المعهد الوطني للصادرات، تقدم رؤية واضحة لعملية التصدير بأكملها وتزودهم بالقدرة على تجنب الأخطاء المكلفة فيما يتعلق بالمتطلبات التنظيمية والإجرائية عند التصدير.

ونتيجةً لدعم مركز التجارة الدولية، شارك القطاع الخاص السريلانكي عن كثب في صنع قرار الحكومة حول أفضل السبل لترتيب تسلسل الإصلاحات التي تعتمزم الحكومة إدخالها لتنفيذ اتفاقية تيسير التجارة.

في ورشة عمل عُقدت في أكتوبر 2017، حيث ييسر مركز التجارة الدولية مناقشات حول كيفية إعطاء الأولوية للإجراءات اللازمة لاتفاقية تيسير التجارة على أساس درجة تعقيدها ومدى تأثيرها، تقاسم 14 ممثلاً من رجال الأعمال أولويات ذلك القطاع مع مسؤولين من الحكومة. وقد ساعدت هذه المناقشة في إرشاد عملية صياغة الإشعار الرسمي المقدم من حكومة سريلانكا إلى منظمة التجارة العالمية بالجزء المتبقي من التزاماتها إزاء اتفاقية تيسير التجارة.

لقد كان للتدريب الذي قدمه مركز التجارة الدولية للقطاع الخاص بشأن اتفاقية تيسير التجارة تأثير ملحوظ على قدرة الشركات على تنظيم ومتابعة اهتماماتها. فعلى سبيل المثال، خلال ورشة العمل في كينيا في نوفمبر 2017، قدمت الشركات المشاركة اقتراحات إلى السلطات الوطنية حول كيفية تحسين بوابة تيسير التجارة الوطنية

الجهة الممولة

فنلندا

17 عقد الشراكات لتحقيق الأهداف



16 السلام والعدل والمؤسسات القوية



9 الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية



وضع الأساس لسياسات النهوض بالتجارة الأفغانية



1

التحدي

مثلها مثل العديد من الدول التي تمر بمرحلة ما بعد الصراع، تنظر أفغانستان إلى النمو الاقتصادي، وخلق فرص العمل، والاستقرار الاجتماعي كقضايا متشابكة بعمق. يمكن أن تؤدي زيادة التجارة في السلع والخدمات إلى مساهمة مهمة في اقتصاد البلد وتحسين سبل العيش لمواطنيه.

كان توسيع العلاقات التجارية لأفغانستان إحدى أولويات حكومة الرئيس أشرف غني منذ توليه السلطة في سبتمبر 2014. انضم هذا البلد غير الساحلي إلى منظمة التجارة العالمية في عام 2016، مما يمنحه شروط وصول يمكن التنبؤ بها لمعظم اقتصادات العالم. سعت كابول أيضاً إلى إنشاء طرق تجارية إلى أسواقها الرئيسية. فقد وقّعت الحكومة اتفاقات عبور مع تركمانستان وأذربيجان وجورجيا كجزء من طريق التجارة البري والبحري المقترح إلى أوروبا، والذي أطلق عليه ممر اللانورد. كما وقّعت اتفاقات للتجارة والعبور مع أوزبكستان وطاجيكستان المجاورتين، مما أدى إلى تحسين الوصول إلى الصين والاتحاد الروسي. وبدأت التجارة مع الهند في التدفق عبر ميناء تشابهار الإيراني والممر الجوي بين أفغانستان والهند، الذي وُفّر منذ يونيو 2017 نقلاً جويّاً مدعوماً للشحنات المغادرة من كابل وقندهار إلى دلهي وأمريتسار.

غير أن تحسين الوصول إلى الأسواق وروابط النقل لن يكفي لإحياء التجارة الأفغانية على نطاق واسع. لقد أثرت عقود من الصراع على القوى العاملة في البلد، وغطت أنماط التجارة التاريخية، وخلفت أعمالاً تجارية محدودة المعرفة بالأسواق الدولية. يتعين على المصدرين المحتملين التغلب على عدم الاستقرار الأمني، والبنية التحتية المتداعية، وبيئة الأعمال الضعيفة، والتكاليف العالية للتجارة.

حتى قصص النجاح الناشئة، مثل قطاع الزعفران الأفغاني، واجهت مشكلات - حيث تعرضت عدة شحنات منه للحظر من بعض الأسواق الأوروبية بسبب التلوث الذي تجاوز حدود الصحة والسلامة التنظيمية. وواجهت الفواكه المجففة الأفغانية، وخاصةً الزبيب، مصيراً مماثلاً نظراً لكون المعالجة والتخزين دون المستوى المطلوب.

ولكي يتنافس القطاع الخاص الأفغاني في الأسواق الدولية، ينبغي أن تسير زيادة القدرات على مستوى الشركات - على سبيل المثال، من أجل الوفاء بمتطلبات السوق - جنباً إلى جنب مع سياسات أكثر دعماً وبنية أكثر مؤسسية. هذه التوليفة مهمة بشكل خاص للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، والتي تستأثر بنصيب الأسد من الوظائف في أفغانستان.

الاستجابة

استناداً إلى دعمه لعملية الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية في أفغانستان، عمل مركز التجارة الدولية مع وزارة الصناعة والتجارة الأفغانية، وغرفة التجارة والصناعة الأفغانية (ACCI)، والغرفة النسائية الأفغانية للتجارة والصناعة (AWCCI) لتمكين الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في أفغانستان من المشاركة في التجارة الدولية وجني ثمار التكامل الاقتصادي الإقليمي.

الهدف الرئيسي لمبادرة النهوض بالتجارة الأفغانية، التي أطلقت في نوفمبر 2016، هو تعزيز القدرات الوطنية اللازمة لتصميم وتنفيذ إصلاحات السياسات والاستثمارات المؤسسية لتحسين بيئة السياسات ودعم البنية التحتية للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة من أجل التجارة.

عمل مركز التجارة الدولية وشركاؤه أولاً على إعداد ورقتين شاملتين لإصلاح السياسات - استراتيجية وطنية للتصدير وسياسة وطنية للتجارة - من شأنهما وضع إطار سياسات عام للجهود التي تبذلها البلاد لزيادة الإنتاج والتجارة في القطاعات ذات الإمكانات العالية لتوليد الصادرات والوظائف.

ولتشكيل محتوى هذه الوثائق، سعى شركاء المشروع بنشاط إلى تضمين وجهات النظر من القطاع الخاص في أفغانستان، والتي طالما شعرت بالتمهيش في عملية وضع السياسة التجارية للبلاد. نظمت غرفة التجارة والصناعة الأفغانية مشاورات مع قادة الأعمال والمستثمرين في كابول ومزار الشريف وهرات وقندهار، واجتمعت في نهاية المطاف مع أكثر من 500 من أصحاب الأعمال الصغيرة الأفغان وقادة الصناعة الذين شكلوا توافقاً جماعياً في الآراء بشأن القضايا الرئيسية التي تعوق القدرة التنافسية التجارية لأفغانستان.



3-1. استشارة أصحاب المصلحة التجاريين الأفغان في هرات وقندهار وكابل

النتائج

البلاد، الذي يتسم حالياً بنظام عشوائي للإعفاءات الجمركية يُطبق بشكل متفاوت. كما توصي بتبسيط إجراءات الحدود ومتطلبات التوثيق.

فيما يتعلق بالقطاع الخاص الأفغاني، كانت العملية الاستشارية التي أرشدت عملية إعداد الوثيقتين علاجية تقريباً.

"في هذه العملية، تم التعامل معنا كزملاء للحكومة وليس كمنافسين لها"، على حد قول عتيق الله نُصرت، الرئيس التنفيذي لغرفة التجارة والصناعة الأفغانية.

وقال وزير الصناعة والتجارة الأفغاني همايون راساو أن الوثيقتين ستعززان "وجود علاقة متوازنة بين التكامل التجاري والتنمية الاقتصادية المحلية المستدامة".

المستقبل

على إثر الموافقة الرسمية على استراتيجية التصدير الوطنية، سينظم مركز التجارة الدولية وشركاؤه اجتماع مائدة مستديرة للمانحين للسعي لحشد التنسيق والدعم اللازمين لتنفيذ التدابير الواردة في الاستراتيجية. سيقدم مركز التجارة الدولية الدعم الفني والاستشاري للحكومة الأفغانية بشأن قضايا تشمل تيسير التجارة، وتحديث أنظمة الصحة والسلامة في البلاد، وكذلك بناء القدرة التنافسية في قطاع الزعفران.

كما هو الحال مع استراتيجية التصدير الوطنية، ستعرض السياسة الوطنية للتجارة على مجلس الوزراء، ومن ثم تُرسل إلى المجلس الاقتصادي الأعلى لاعتمادها.

تُحدد استراتيجية التصدير الوطنية (NES) القطاعات ذات الإمكانات العالية للتصدير وخلق فرص العمل، خاصة للنساء والشباب. لكل من هذه القطاعات - السجاد، والفواكه المجففة، والمكسرات، والفواكه والخضروات الطازجة، والزعفران، والرخام، والجرانيت، والأحجار الكريمة، والمجوهرات - تقترح الاستراتيجية تدابير للتغلب على نقاط الضعف الحالية التي تؤثر على التنافسية الدولية. على سبيل المثال، تدعو الاستراتيجية إلى تنظيم أو تقوية رابطات المزارعين للتغلب على التفتت، وتعزيز اقتصاديات الإنتاج الكبير، وتسهيل تقديم المساعدة الفنية في قطاع الزعفران. وفي الوقت نفسه، سيستفيد قطاع السجاد من تحسين التمييز التجاري، وتبسيط إجراءات الجمارك، والمزيد من الدعم - مثلاً من خلال الملحقين التجاريين - داخل الأسواق الأجنبية. كما تحدد الاستراتيجية كيفية معالجة العوامل الرئيسية المشتركة التي تعوق الصادرات الأفغانية. من شأن إنشاء آليات لتوفير المعلومات المتعلقة بالتجارة والسوق، وتعزيز مؤسسات دعم التجارة والاستثمار، على سبيل المثال، مساعدة الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على فهم اتجاهات الطلب بشكل أفضل وإقامة روابط في أسواق غير مألوفة.

قُدّمت الاستراتيجية الوطنية للتصدير إلى مجلس الوزراء الأفغاني واللجنة التنفيذية المعنية بأولويات القطاع الخاص في نوفمبر 2017. كانت تلك خطوة أخيرة وضرورية قبل الموافقة النهائية على الاستراتيجية من قِبَل المجلس الاقتصادي الأعلى في البلاد، برئاسة الرئيس غني.

كما تم تطوير سياسة التجارة الوطنية في أفغانستان على مدار عام 2017 والانتهاؤها منها في وقت مبكر من العام التالي. تبحث الوثيقة العوامل التي تعوق تقدم التجارة الأفغانية وتقدم الحلول لها. على سبيل المثال، للموازنة بين توليد الدخل واحتياجات التنمية الصناعية، تدعو الوثيقة إلى ترشيح نظام التعريفات الجمركية في

الجهة الممولة

الاتحاد الأوروبي

17 عقد الشراكات لتحقيق الأهداف



9 الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية



1 القضاء على الفقر



تعزير مؤسسات دعم التجارة والاستثمار

النقاط البارزة

في عام 2017، استفادت مؤسسات دعم التجارة والاستثمار في مختلف أنحاء العالم من مساعدة مركز التجارة الدولية في مجال تقييم وإدارة الأداء، ووضع استراتيجيات أكثر وضوحاً، وترقية حافظات الخدمات، وإنشاء أنظمة لقياس النتائج، وتعزيز شبكات التواصل، وتحقيق الاستخدام الأمثل للموارد. وقد أهلها ذلك بشكل أفضل لتمكين الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة من التعامل مع سلاسل القيمة العالمية، واجتذاب المستثمرين، والتصدير بنجاح.

أخذ دعم مركز التجارة الدولية لمؤسسات دعم التجارة والاستثمار أشكالاً متعددة، بما في ذلك ورش العمل الإقليمية، وإنشاء ودعم شبكات لمؤسسات متعددة الدول لدعم التجارة والاستثمار، وتقديم الخدمات إلى المنظمات الأخرى. ويعمل مركز التجارة الدولية مع مؤسسات دعم التجارة والاستثمار على العديد من المستويات المختلفة، من المشاركة المباشرة في عمليات المؤسسة على مدار عدة سنوات إلى بذل المشورة بأسلوب "اللمسة الخفيفة" وتقاسم الممارسات الجيدة. إضافةً إلى ذلك، تساعد الدراسة المسحية للقدرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة التي يُجريها مركز التجارة الدولية مؤسسات دعم التجارة والاستثمار على فهم كيفية استهداف الدعم من عملاتها لتحقيق أقصى قدر من الفعالية (انظر دراسة الحالة).

شاركت 18 هيئة من مؤسسات دعم التجارة والاستثمار (بما في ذلك رابطات قطاعية) والغرف التجارية، ومنظمات ترويج التجارة والاستثمار في الفعالية المكتفة ضمن برنامج مركز التجارة الدولية لاستهداف النتائج (AIM for Results) في عام 2017 حيث تم التقييم المعياري لأدائها وتنفيذ خطط لتحسين خدماتها. وشملت البلدان المُمثلة بنغلاديش، وبوتسوانا، وكوستاريكا، وغامبيا، وكينيا، ومالي، ومنغوليا، ونيبال، وباكستان، وبيرو، والفلبين، ورواندا، والسنغال، وسريلانكا، وأوغندا، وزامبيا.

وتماشياً مع الاتجاه نحو الجمع ما بين الترويج للتجارة والترويج للاستثمار، أصبحت وكالة ترويج الاستثمار في كوستاريكا Costiricense de Iniciativas de

تعزير مؤسسات دعم التجارة والاستثمار

يهدف برنامج تعزير مؤسسات دعم التجارة والاستثمار إلى تحسين الأداء الإداري والتنفيذي لمؤسسات دعم التجارة والاستثمار كي تتمكن من مساعدة الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة بشكل أفضل على تدويل أنشطتها. يساعد نهج التقييم المعياري للأداء عن طريق استهداف النتائج مؤسسات دعم التجارة والاستثمار على تقييم أدائها وتحسينه وقياسه. وتعمل إسهامات أخرى للمركز على تعزير الحوار بين مؤسسات دعم التجارة والاستثمار، ودعم إنشاء منظمات جديدة عند الحاجة، وتعزيز جوانب معيئة من أداء مؤسسات دعم التجارة والاستثمار كل على حدة أو في مجموعات.

النتائج الرئيسية

أبلغت 219 مؤسسة لدعم التجارة والاستثمار عن تحسن في أدائها الإداري والتنفيذي نتيجة لإسهامات مركز التجارة الدولية



100% من مؤسسات دعم التجارة والاستثمار التي تم استطلاع رأيها أفادت أنها توصي المؤسسات النظيرة بالاستفادة من دعم مركز التجارة الدولية





1. تدريب على نهج استهداف النتائج لغرف التجارة ورابطات الصناعة، الدار البيضاء 2. الورشة الإقليمية لمؤسسات دعم التجارة والاستثمار، أكرا، غانا

وبالتعاون مع Swisscontact، وهي مؤسسة للتعاون الدولي في مجال التنمية، قام مركز التجارة الدولية بتقييم الموثوقية والالتزام لـ 56 مؤسسة من 11 بلداً يُحتمل انضمامها كشريكة لتنفيذ برنامج سويسري لترويج الواردات.

وعلاوةً على ذلك، أنشأ مركز التجارة الدولية وأعضاء الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (WAEMU)، والمعروف أكثر باختصار (UEMOA) أول شبكة إقليمية رسمية لمنظمات ترويج التجارة في أفريقيا. دعماً لشبكة اتحاد UEMOA من وكالات ترويج التجارة، قام مركز التجارة الدولية أيضاً بتسهيل الشراكات بينها وبين شبكة REDIBERO، وهي نظيرتها الأيبيرية-الأمريكية والكاريبية.

Desarrollo (CINDE) أول منظمة تركز على الاستثمار بصورة محضة تعمل مع مركز التجارة الدولية لإجراء تقييم معياري للأداء. كما كانت الوكالة بمثابة شريك رئيسي في دعم مركز التجارة الدولية لمنظمات ترويج التجارة والاستثمار في شرق أفريقيا (انظر دراسة الحالة).

نظم مركز التجارة الدولية ورش عمل إقليمية في غانا، والمغرب، وسانت لوسيا، وسريلانكا ضمت ممثلين من أكثر من 60 مؤسسة من مؤسسات دعم التجارة والاستثمار للتركيز على كيفية إظهار القيمة للأعضاء؛ وتطوير الاستراتيجيات ومقترحات القيمة؛ وتقديم الخدمات التي تدعم الاستدامة المالية.

الشكل 2 نهج وكالات دعم التجارة والاستثمار في التعامل مع عملائها

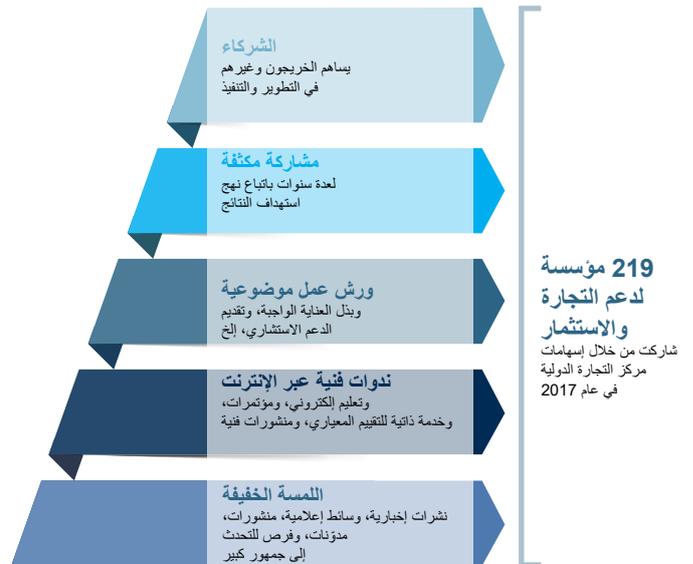
المُمولون لعام 2017

المُمولون الأساسيون

كندا، الصين، فنلندا، ألمانيا، الهند، أيرلندا، النرويج، السويد

المُمولون لمشاريع محدّدة

صندوق الضمان الأفريقي، هيئة الاستثمار والتنمية في بربادوس، مصرف التنمية الكاريبي، وكالة CINDE في كوستاريكا، الإطار المتكامل المُعزّز، الاتحاد الأوروبي، المؤسسة الأرجنتينية لتشجيع الاستثمارات والتجارة الدولية، أمم متحدة واحدة - زامبيا، وكالة PROCORDOBA في الأرجنتين، وكالة Prompergo في بيرو، سانت لوسيا، Swisscontact، سويسرا، مبادرة "شرق أفريقيا علامة مسجّلة"، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، مرفق تطوير المعايير والتجارة



جلب صيغة كوستاريكا لتشجيع الاستثمار إلى شرق أفريقيا



الاستجابة

كجزء من مشروع أوسع لتعزيز التجارة والاستثمار بين الصين وأفريقيا، يعمل مركز التجارة الدولية على دعم وكالات تشجيع الاستثمار في إثيوبيا، وكينيا، وموزمبيق، وزامبيا لتحسين قدرتها على جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة واستبقائها. قرر مركز التجارة الدولية ربط المنظمات الأفريقية بنموذج يُحتذى به - وهو وكالة عالية الأداء من كوستاريكا. فقد فازت وكالة Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE) وهي وكالة ترويج الاستثمار في كوستاريكا، بعدة جوائز عن خدماتها ونتائجها وثقافتها المؤسسية. وتؤكد تميزها من خلال تقييم معياري تم تكييفه خصيصًا لقياس قدرات وكالات ترويج الاستثمار وأجراه مركز التجارة الدولية. أخذ التقييم الذي أجرى في أغسطس 2017 في الاعتبار قدرات وكالة CINDE في مجال الإدارة، والحوكمة، وتقديم الخدمات، وقدم توصيات مركزة للتحسين. رغم حجمها البسيط، ومواردها المحدودة، ومنافسيتها الإقليمية الكبار، حققت وكالة CINDE نتائج استثنائية، مع تركيزها على خدمة العملاء، والتعاون بين الوكالات، واتباع نهج مبني على قياس النتائج والتحسين المستمر. تعتمد "الصيغة السحرية" الخاصة بـ CINDE على الاستخدام الذكي لمنصات الإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي، ومصادر المعلومات المتاحة. الابتكار هو جوهر ثقافتها: الأفكار، وليست الأموال، هي التي تولد النتائج. هذا النهج له صلة وثيقة بالوكالات الأفريقية.

هذا التعاون هو أمر مثير جداً بالنسبة لنا لأنه يبني على عملية النمو تلك من خلال التدريس والمشاركة نتعرف على وجهات نظر مختلفة، وثقافات جديدة، وطرق مبتكرة لمواجهة التحديات؛

خورخي سيكويرا، المدير العام، وكالة CINDE

التحدي

توجد لدى معظم البلدان وكالات عامة أو شبه عامة أو خاصة مُكرّسة لتعزيز التجارة وجذب الاستثمار الأجنبي. عندما يكون أداءها جيدًا، تمثل هذه الوكالات جسراً مهماً بين الحكومة والقطاع الخاص، مما يساعد عملاءها في العمل على التغلب على التباين في المعلومات، وتقاسم المخاطر، والوصول إلى الخدمات الحكومية.

في العديد من البلدان النامية، لا سيما في أفريقيا، تواجه وكالات ترويج الاستثمار تحديات هائلة. فغالباً ما تكون سياسة وبيئة الأعمال للاستثمار غير واضحة، والعلامة التجارية للبلد قد لا تميزه عن المنافسين الإقليميين، وقد تُستهدف حوافز الاستثمار بشكل غير ملائم. في تلك الأماكن، تفتقر وكالات ترويج الاستثمار في كثير من الأحيان إلى روابط قوية مع اللاعبين الاقتصاديين المحليين، مع أن هذه الروابط تُعد أساسية للاستثمارات الأجنبية المباشرة لرفع الإنتاجية وتحقيق منافع مستدامة.

على جبهة العمليات، قد تناضل وكالات ترويج الاستثمار ذات الموارد المحدودة لتوظيف وتدريب الموظفين الجيدين والاحتفاظ بهم وكسب الثقة في إمكانية الاعتماد عليها. يغلب على هذه الوكالات توفير خدمات منقوصة ومتقطعة لزيائنها، باليات ضعيفة أو غائبة لحفظ السجلات، وتبادل المعلومات، والتعلم المؤسسي. قد تناضل هذه المؤسسات من أجل تقديم حلول متسقة للمستثمرين المحتملين أو توفير الرعاية اللاحقة لدعم المستثمرين الحاليين. وقد تعني الأنظمة الإدارية دون المستوى الأمثل أن هذه الوكالات لا تقيس أداءها بدقة، مما يجعل من الصعب عليها إثبات النتائج وتحسينها.

ورغم أنه يُمكن لوكالات الاستثمار التعلم من أفضل الشركات أداءً في مكان آخر، إلا أنها تفتقر عادةً إلى الموارد وإمكانية الوصول إلى نماذج القدوة المطلوبة لمحاكاة أفضل الممارسات.



1-3. التعاون الثلاثي في خضم العمل: مسؤولون من وكالة CINDE ومن وكالات دعم الاستثمار الأفريقية

لقد كانت عملية التقييم المعياري لوكالة CINDE بمثابة نموذج رائد لتحسين مؤشرات الممارسات الجيدة لترويج الاستثمار بدلاً من ترويج التجارة، مثل القدرة المؤسسية على تعزيز الروابط مع الموردين المحليين أو تبسيط عمليات الاستثمار في الداخل. وأدى هذا بدوره إلى تحقيق فوائد عند القيام بتقييم الوكالات الأفريقية، كما سنتشرشد به عمليات الرصد طوال تنفيذ مهمة إصلاحها.

وُضعت خرائط طريق لتحسين الوكالات الأفريقية الأربع، بالاستناد إلى الممارسات التي جُربت واختُبرت في كوستاريكا. تشمل المواضيع المشتركة تنفيذ العمليات والسلوكيات لتطوير تركيز قوي على العملاء؛ وتحسين تقديم العروض للمستثمرين المحتملين؛ وتعلم كيفية الاستجابة للاحتياجات المحددة للمستثمرين في الأسواق المُستهدفة، بما في ذلك فهم ثقافة العمل الخاصة بها. سيكون تطوير أساس أفضل للقياس هو الموضوع الأساسي المستمر.

تبيّن أن إشراك النظراء من البلدان الأخرى لتبادل الممارسات هو وسيلة فعالة لجلب المعرفة والتعاطف والمصداقية إلى النقاش داخل وكالات ترويج الاستثمار الأفريقية. بالنسبة لمركز التجارة الدولية، أفاد العمل مع مؤسسة لترويج التجارة والاستثمار لتحقيق تأثير في مؤسسة أخرى في اختبار نماذج جديدة للمشتريات والمشاركة مع الجهات الشريكة.

المستقبل

سيستمر تعاون مركز التجارة الدولية مع وكالة CINDE خلال عام 2018، حيث سنتناول ورش العمل والخدمات الاستشارية المُستهدفة مجالات التحسين التي تم تحديدها في كلٍ من الوكالات الأفريقية الأربع.

ويخطط المركز لتكرار هذا النموذج للشراكة في البلدان الأخرى التي تعمل على جذب الاستثمار لتعزيز النمو المستدام.

باستخدام مدخلات من وكالة CINDE، أنشأ مركز التجارة الدولية أداة جديدة لتقييم وكالات ترويج الاستثمار الأفريقية الأربع عبر دورة الحياة الكاملة لترويج الاستثمار، مع الأخذ بعين الاعتبار مواردها المحدودة والبيئات السياسية المعقدة التي تعمل فيها. وفر كل تقييم خط الأساس للممارسات الحالية وحدد مجالات التحسين.

في ضوء مجموعة المهارات الفنية والمعرفة اللازمة لإجراء التقييمات، طلب مركز التجارة الدولية من وكالة CINDE - التي كان فريقها القيادي مهتماً بدعم بناء القدرات المؤسسية في أفريقيا - أن تكون شريكة له. من خلال هذا التعاون الثلاثي، ساعد مسؤولو وكالة CINDE مركز التجارة الدولية في تصميم وتقديم حلقات عمل تدريبية؛ وتقديم التوجيه والتمرين بين الأقران؛ والعمل مع نظرائها الأفارقة لإعداد خطط لتحسين الأداء. استخدم مركز التجارة الدولية مؤتمر دبي للرابطة العالمية لوكالات ترويج الاستثمار (WAIPA) في شهر نوفمبر لترتيب ورشة عمل لحل المشكلات للمديرين التنفيذيين الأفارقة والمدير الإداري لوكالة CINDE، جورج سيكويرا.

يقول سيكويرا "التحسين المستمر هو عنصر نعمل بجد لجعله جزءاً من الحمض النووي للشركة، والذي يساعدنا على تحقيق التميز." "إن هذا التعاون مثير جداً بالنسبة لنا لأنه يبني على عملية النمو هذه. في التدريب والمشاركة، نتعرف على وجهات نظر جديدة وثقافات جديدة وطرق إبداعية لمواجهة التحديات."

النتائج

وقد أنتجت هذه المبادرة، رغم أنها لا تزال في مراحلها الأولى، أدوات وأنماطاً جديدة من التعاون، مما ساهم في الجهود المستمرة التي يبذلها مركز التجارة الدولية في مجال الابتكار وتحسين خدماته للعملاء.

المُمولون

أستراليا، الصين، فنلندا، ألمانيا، الهند، أيرلندا، النرويج، السويد، المملكة المتحدة



فهم الكيفية التي يمكن بها لمؤسسات دعم التجارة والاستثمار مساعدة الشركات الصغيرة لتصبح أكثر قدرة على المنافسة

التحدي

تساعد دورات التعلم الإلكتروني المصممة خصيصاً القائمين على إجراء المقابلات على الإمام بالاستبيان المستخدم في الدراسة، والذي يُمكن مركز التجارة الدولية من تسجيل علامات للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة عبر عدة أبعاد للقدرة التنافسية (على سبيل المثال، القدرة على تلبية متطلبات الجودة) وقياس فعالية الدعم الذي تتلقاه من مؤسسات دعم التجارة والاستثمار. من خلال مقارنة الثغرات في تقديم خدمات مؤسسات دعم التجارة والاستثمار بمجالات ضعف الشركات، تحدد الدراسة الاستقصائية الخدمات المطلوبة من هذه المؤسسات لتحقيق أقصى مردود من حيث زيادة القدرة التنافسية للشركات.

تم تصميم التقييم المعياري للقدرة التنافسية للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة بحيث يجمع بين المعلومات على المستوى الكلي (مناخ الأعمال الوطني)، والمستوى المتوسط (نظام الدعم المحلي للأعمال) والمستوى الجزئي (قدرات الشركة) لتوفير صورة دقيقة عن قدرة القطاع الخاص في البلد على المنافسة في الأسواق الدولية. يمكن لواجبي السياسات ومؤسسات دعم التجارة والاستثمار استخدام النتائج لتحديد ومعالجة الاختناقات التي تعوق التنافسية؛ ومقارنة القدرة التنافسية للشركات على أساس الحجم والقطاع والموقع؛ والتوفيق بصورة أفضل بين الشركات من جهة والمستثمرين والمشتريين المحتملين من جهة أخرى.

يقوم مركز التجارة الدولية حالياً بإجراء عمليات تقييم معيارية في الأرجنتين، وغامبيا، وغانا، والمغرب، ونيجيريا، ورواندا، وسانت لوسيا، والسنغال، وزامبيا، في بعض الحالات استناداً إلى جهود تعاونية حديثة لجمع البيانات مع المؤسسات الوطنية.

النتائج

لقد وأدت عمليات التقييم المعيارية بالفعل أفكاراً يمكن لمؤسسات دعم التجارة والاستثمار استخدامها لتحديد أولوياتها وتهدف خدماتها بشكل أفضل.

وفي هنغاريا، حيث أقام مركز التجارة الدولية شراكة مع دار التجارة الوطنية الهنغارية لإجراء مسح للمؤسسات المحلية، أظهرت النتائج أن الشركات العاملة ضمن سلاسل القيمة دفعت تكاليف نقل أقل مقارنةً بالمؤسسات التجارية المماثلة التي تعمل خارج سلاسل القيمة. يؤدي جذب سلاسل القيمة ومساعدة الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على الاندماج فيها إلى خفض التكلفة التجارية التي تتحملها تلك الشركات.

تمثل الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة العمود الفقري لأي اقتصاد؛ حيث تشكل الغالبية العظمى من الشركات وتمثل حصصاً كبيرة من الناتج والعمالة. يغلب على هذه الشركات توظيف الشرائح الأكثر ضعفاً في القوى العاملة، بما في ذلك العمال والنساء والشباب من ذوي المهارات المتدنية.

وتؤدي الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة المنتجة دوراً حاسماً في النمو الاقتصادي والتنمية الشاملة. يمكن أن تساعد التجارة الشركات على أن تصبح أكثر قدرة على المنافسة من خلال التعلم بالممارسة والتعرض للتقنية المتفوقة والجودة والمنافسة. ومع ذلك، فغالباً ما تواجه الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، لا سيما في البلدان النامية، عوائق عند محاولة التجارة عبر الحدود.

تلعب مؤسسات دعم التجارة والاستثمار دوراً حاسماً في تمكين تلك الشركات من المنافسة في الخارج. توفر مؤسسات دعم التجارة والاستثمار الفعالة خدمات مثل المعلومات التجارية والتحريرات عن الأسواق، والدعوة، والتدريب. كما أنها تربط الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة الجاهزة للتصدير بالمشتريين والمستثمرين المحتملين.

في الاقتصادات المتقدمة، عادةً ما تحفظ مؤسسات دعم التجارة والاستثمار بقواعد لبيانات الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة مع أوصافها وتفصيل الاتصال بها. إن معرفة عملاء تلك المؤسسات تساعدها على تقديم الخدمات التي تحتاجها الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة. غير أنه في العديد من البلدان النامية والبلدان الأقل نمواً، لا تملك مؤسسات دعم التجارة والاستثمار مثل هذه المعلومات، مما يحد من قدرتها على التواصل مع المشتريين والمستثمرين الدوليين.

الاستجابة

قام مركز التجارة الدولية بتطوير أداة للتقييم المعياري للقدرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة لمساعدة مؤسسات دعم التجارة والاستثمار على فهم احتياجات عملائها بشكل أفضل، مما يُمكن من تفصيل الخدمات حسب الحاجة لتحقيق أقصى عائد على الاستثمار.

وكجزء من هذه العملية، يزود مركز التجارة الدولية مؤسسات دعم التجارة والاستثمار بالأجهزة والبرامج اللازمة للحفاظ على قاعدة نشطة لبيانات الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة. وبشكل أكثر تحديداً، يساعد المركز موظفي مؤسسات دعم التجارة والاستثمار على استخدام برمجيات الدراسات الاستقصائية، واختيار عينة من الشركات للمشاركة في المسح، وتدريب فريق من القائمين على إجراء المقابلات.



1. جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com. 2. أداة التقييم المعياري لمؤسسات دعم التجارة والاستثمار. 3. جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com.

المصدّرات في إندونيسيا اللاتي لديهن موقع تجاري على شبكة الإنترنت تزيد بـ 10 نقاط مئوية على تلك النسبة لغير المصدّرات، مما يؤكد أهمية التوصيل بالإنترنت للبيع على الصعيد العالمي. الآن، يمكن لبرامج مؤسسات دعم التجارة والاستثمار في البلدين العمل على علاج هذه العيوب.

المستقبل

يجري حالياً الانتهاء من تطوير أداة التقييم المعياري للقدرات التنافسية للشركات والصغيرة والمتوسطة أو طرحها من خلال مشاريع مركز التجارة الدولية في العديد من البلدان. وقد أعرب جيرسون بادل، من وكالة سانت لوسيا لترويج الصادرات التجارية (TEPA)، التي أكملت مؤخراً مرحلة جمع البيانات في العملية، عن ثقته في أن القدرة على تحديد أهداف برامج دعم الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة بصورة أفضل ستساعد وكالته في اجتذاب التمويل من المانحين.

من خلال تعزيز قدرة المؤسسات والروابط المحلية على تقييم ومعالجة احتياجات الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، توفر الأداة حلاً دائماً للبلدان الساعية إلى تعزيز القدرة التنافسية لتلك الشركات.

سيؤدي توسع مخطط له للأداة إلى تمكين الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة من تقييم قدرتها التنافسية وفهم ما ينبغي عليها القيام به كي تصبح جاهزة للتصدير.

في كينيا، يجمع مركز التجارة الدولية بيانات القدرات التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة بالشراكة مع الغرفة الوطنية الكينية للتجارة والصناعة (KNCCI). وقد أدت تلك المبادرة التعاونية بالفعل إلى إنشاء تحالف من مؤسسات القطاعين العام والخاص. يضم هذا التحالف وزارة التجارة، وهيئة للشركات الصغيرة، ومجلس ترويج الصادرات، والتي جمّعت قوائم أعضائها في قاعدة بيانات مشتركة. وقالت غرفة KNCCI أن هذا التدريب ساهم في تحديث قاعدة البيانات الخاصة بها، مما مكنها من الوصول بشكل أفضل إلى الشركات التي ستستفيد بصورة أكبر من دعمها.

وفي غامبيا، أجريت الدراسة الاستقصائية للقدرات التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة بالتوازي مع استراتيجية التصدير الوطنية للبلد، وهي خارطة طريق للسياسات لزيادة الصادرات وخلق فرص العمل. شملت الدراسة وحدة صُممت خصيصاً لتحليل الفجوات في مهارات الشباب في قطاعات الزراعة والسياحة وتقنية المعلومات. وقال أصحاب العمل المحتملين في قطاع السياحة أن المؤهلات غير المناسبة تمثل العقبة الرئيسية، بينما تمثل تكاليف العمالة أكبر التحديات في قطاعي تقنية المعلومات والزراعة. وقد استرشدت بهذه النتائج خارطة طريق تطوير الشباب والتجارة لوكالة ترويج الاستثمار والتصدير في غامبيا (2017-2021). وقالت سويبو تشام، وهي مديرة كبيرة في الوكالة، أن نتائج التقييم المعياري "أتاحت لنا تقدير الفجوات في المهارات على طول سلاسل القيمة بشكل أفضل، وفي النهاية تحديد فرص عمل للشباب".

وقد أمكن من خلال الأسئلة المتعلقة بالنوع الاجتماعي في الاستبيان المستخدم في الدراسة سد الثغرات في البيانات المتعلقة بالعقبات التي تواجهها رائدات الأعمال في قطاع الخدمات في كينيا وإندونيسيا. فعلى سبيل المثال، تبين أن الشركات المملوكة للنساء في كينيا لديها فهم ضعيف لعمليات الملكية الفكرية الوطنية، ونتيجة لذلك فإن أقل من 15% منها لديها براءة مسجلة محلياً. وفي الوقت نفسه، فإن نسبة النساء

المُؤمّلون

أستراليا، كندا، الصين، الاتحاد الأوروبي، فنلندا، ألمانيا، الهند، أيرلندا، النرويج، سانت لوسيا، السويد

10 الحد من أوجه عدم المساواة



8 العمل اللائق ونمو الاقتصاد





الارتباط بسلاسل القيمة الدولية

القيمة المضافة للتجارة

قام مركز التجارة الدولية بتدريب منتجي المانجو الغينيين على تلبية متطلبات السوق ودعم مشاركتهم في معرض Fruit Logistica، وهو معرض تجاري مهم في برلين، حيث تواصلوا مع مشترين فرنسيين. مع ازدهار الطلب العالمي على المانجو، يبدو المستقبل واعداً للمنتجين الغينيين: في غضون بضع سنوات، يُتوقع أن يكون البلد قادراً على تصدير ما يصل إلى 15,000 طن من المانجو سنوياً، أي ما يكافئ صادرات السنغال ومالي حالياً.

عادةً ما تؤدي الزيادة في الصادرات إلى زيادة في فرص العمل. في نيبال قدم مركز التجارة الدولية الدعم لصناعة الكشمير لتطوير منتجاتها، والعثور على مشترين، وتحسين مهارات تطوير الأعمال (انظر دراسة الحالة). قامت 26 شركة مشاركة في المشروع بتنويع منتجاتها من الشالات والأوشحة لتشمل البلوفرات والسترات وغيرها من الملابس المحيكة. وقد عزز ذلك من صادراتها بنسبة 16%، أو 918,000 دولار أمريكي، مما أوجد 214 وظيفة جديدة. بالإضافة إلى ذلك، تم تعيين 11 طالباً من كلية التصاميم التي قدم فيها المشروع تدريباً على تصميم وتطوير المنتجات للعمل في القطاع.

في عام 2017، ساعد مركز التجارة الدولية أيضاً مزارعي الفواكه والخضروات في ليسوتو وجمهورية تنزانيا المتحدة لزيادة دخلهم من خلال زيادة الإنتاجية وإضافة القيمة.

في ليسوتو، أدى تزويد مزارعي الفاكهة والخضروات بالشبكات الواقية من البزء للبيوت المحمية والتدريب الفني على كيفية نشرها إلى مكاسب كبيرة في الدخل. ويجري الآن محاكاة هذا النهج من قِبَل القطاع الخاص ووكالات التنفيذ الأخرى. وفي جمهورية تنزانيا المتحدة، قام مركز التجارة الدولية بتوفير البيوت المحمية والتدريب لـ 18 مزارعاً يزرعون الفلفل الحلو وعمل على توصيلهم بعملاء محتملين في مجال السياحة المحلية. قام المزارعون فيما بعد بتوريد 5.1 طن من الفلفل إلى الفنادق في دار السلام، وبذلك حققوا اندماجاً ناجحاً في سلسلة القيمة للسياحة.

يعزّز برنامج القيمة المضافة للتجارة قدرات الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على تلبية متطلبات السوق والاندماج في سلاسل القيمة المحلية والإقليمية والعالمية. ويعمل البرنامج على جعل تلك الشركات أكثر قدرة على المنافسة من خلال تحسين قدراتها على مستوى القطاع والشركة، وتعزيز النظم الإيكولوجية التي تعمل فيها الشركات في كل خطوة من خطوات سلسلة القيمة، وبناء منصات للحوار بين القطاعين العام والخاص لتحقيق تغيير تحويلي على نطاق واسع.

النتائج الرئيسية

918 000 دولار أمريكي من الصادرات الإضافية
سُجّلت لشركات الكشمير النيبالية



350 000 دولار أمريكي قيمة عقود جديدة
لشركات الفاكهة والخضر الأوكرانية



النقاط البارزة

في عام 2017، عمل مركز التجارة الدولية مع الشركاء في كل خطوة من سلسلة القيمة من أجل تمكين الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في البلدان النامية من الاستفادة من شبكات الإنتاج الإقليمية والعالمية للسلع والخدمات ذات القيمة المضافة، من أجل خلق فرص العمل وزيادة الدخل.

في غينيا، قام المركز بتسيير أول شحنة من المانجو المنقولة جواً من البلاد، مما ساعد على استعادة وضع البلد كمصدر معترف به دولياً للفاكهة الطازجة ذات الجودة العالية إلى الاتحاد الأوروبي وأماكن أخرى. تم إرسال خمسة أطنان من مانجو كينت، بقيمة 20,000 يورو، جواً في ثلاث شحنات منفصلة إلى فرنسا.

وتطوير قوائم بضائع جذابة؛ وتسعير المنتجات؛ وتقديم أسعار شحن واضحة بالإضافة إلى طريقة ترجيع سهلة وسريعة. في عام 2017، حققت 39 شركة تونسية مبيعات بلغت قيمتها قرابة 200,000 دولار أمريكي، من خلال إرسال منتجات الحرف اليدوية المصنوعة من خشب الزيتون والتونة المعلبة إلى الولايات المتحدة عبر موقعي أمازون وإيتسي؛ وكذلك الأثاث، وطحالب السبيرولينا، ومنتجات الحرف اليدوية إلى الشركات في أوروبا عبر Monoqi وغيره من المواقع؛ ومناشف الفوطة إلى أستراليا. ويجري العمل بشكل مماثل مع مزيد من المستثمرين وشركات إضافية في المغرب والأردن.

وفي البلدان الثلاثة نفسها، دعم مركز التجارة الدولية هيئات رفيعة المستوى مشتركة بين المؤسسات بشأن التجارة الإلكترونية لتحديد الإصلاحات وإنشاء مبادرات لتعزيز الوصول إلى التجارة الإلكترونية. أدت دراسة وطنية أجريت في تونس إلى إصلاحات لتحسين الشفافية في إجراءات التصدير للتجارة الإلكترونية؛ ومراجعة إجراءات تصاريح تصدير منتجات الحرف اليدوية؛ وتوسيع نطاق الوصول إلى طرق الدفع الإلكترونية؛ ومراجعة النصوص القانونية ذات الصلة.

قدم مركز التجارة الدولية الدعم لرابنا كنجي رائدة الأعمال التي تعمل في سوريا في تدريب النساء النازحات داخلياً على تصنيع منتجات مناسبة للتسويق عبر التجارة الإلكترونية، مثل منتجات الحرف اليدوية، والخلي، والملابس. استناداً إلى عمل استشاري سابق لإعداد قوائم للمنتجات على الإنترنت وتحسين إدارة المخزون، ساعد مركز التجارة الدولية شركة رانيا كي تبدأ في استخدام أدوات قائمة على الحوسبة السحابية لإدارة المخزون ومعالجة الطلبات. أدت سلسلة من الفعاليات الترويجية عبر الإنترنت وفي العالم الواقعي في سويسرا واليابان إلى زيادة الوعي والمبيعات، والتي تجاوزت قيمتها الإجمالية 20,000 دولار أمريكي ودعمت توظيف 30 امرأة.

في الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (WAEMU)، والمعروف أيضاً باسم UEMOA)، يعمل مركز التجارة الدولية على إنشاء سوق على الإنترنت تديره شركات مع شركات (B2B) محلياً. سيتم تشغيل منصة ConnectUEMOA عام 2018. تلقت 55 شركة في مالي، وغينيا-بيساو، والسنغال المساعدة لإنشاء قوائم بالمنتجات في نهاية عام 2017، وجاري التدريب على ذلك حالياً في بنين، وبوركينا فاسو، وساحل العاج، والنيجر، وتوغو.

في إطار شراكة مع مجموعة دول أفريقيا والكاريببي والمحيط الهادي (ACP)، قام مركز التجارة الدولية ومعهد البحوث الزراعية والتنمية في منطقة البحر الكاريبي بتحسين القدرة التنافسية لآلاف المزارع العائلية ووحدات المعالجة الصغيرة في صناعة جوز الهند الكاريبية.

في فيجي، أدمجت خارطة الطريق لسياسات الثروة الحيوانية التي يستر مركز التجارة الدولية تطويرها في الاستراتيجية الوطنية لتنمية الثروة الحيوانية. أبلغ ثلاثة من كبار المزارعين العاملين في المشروع عن انخفاض كبير في زمن التسمين وزيادة بلغت 20% أو أكثر في المتوسط في وزن الماشية وأسعار المبيعات. زاد منتجو العسل الذين يعملون مع مركز التجارة الدولية من حجم الإنتاج بنسبة تصل إلى 10 أضعاف، كما ارتفعت أسعار المبيعات بأكثر من 5%. وقد بدأ بعض المنتجين البيع إلى المنتجعات في الجزيرة.

في جزر القمر، ساعد مركز التجارة الدولية تعاونيات المزارعين الذين يزرعون القرنفل والفانيليا والبلانج يلائج في الحصول على انتمان من مؤسسات مالية؛ وحصلت أربع تعاونيات على تمويل قدره حوالي 900,000 دولار أمريكي. كما دعم مركز التجارة الدولية التعاونيات لتحسين العمليات وإنشاء سجل عام.

الحلول الإلكترونية

أوجدت التجارة في السلع والخدمات عبر الشبكات الإلكترونية كمأ هائلاً من فرص العمل الجديدة. ولكن الشركات في البلدان الأكثر فقراً، ولا سيما الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، تعوقها عوامل مثل ضعف الخدمات اللوجستية وعدم التمكّن من الوصول إلى أنظمة الدفع. يساعد برنامج الحلول الإلكترونية في التغلب على هذه العوائق من خلال دعم القدرات والشراكة مع المؤسسات المحلية لدعم التجارة والاستثمار.

النتائج الرئيسية

أكثر من 200 000 دولار أمريكي من المبيعات أنتجتها قافلة التجارة الإلكترونية للشركات الصغيرة والمتوسطة من المغرب، وساحل العاج، والسنغال، وإثيوبيا، وسوريا



58 من النساء النازحات داخلياً في سوريا تم تدريبهن على تصنيع منتجات الحرف اليدوية للبيع على الإنترنت



النقاط البارزة

في الأردن، والمغرب، وتونس عمل مركز التجارة الدولية على تمكين الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة من الاستفادة من إمكانات التجارة الإلكترونية من خلال الأسواق الافتراضية مثل eBay و Etsy و Alibaba. اتخذ المشروع نهجاً ذا شقين. فقد دعم الحكومات في بناء بيئة مهيأة للتجارة الإلكترونية من خلال إصلاح السياسات لتحسين الوصول إلى آليات الدفع الدولية، وتخفيض أسعار البريد، وتبسيط إجراءات التصدير. بدءاً بتونس، عمل المشروع أيضاً بشكل مباشر مع الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة لتجهيزها لتلبية متطلبات منصات البيع بالتجزئة عبر الإنترنت. قام مستشارون في التصدير من خلال التجارة الإلكترونية تم تدريبهم واعتمادهم من قِبَل مركز التجارة الدولية بمعاونة الشركات على فتح الحسابات؛ والوصول إلى وسائل الدفع الإلكتروني (مثل PayPal)؛

المُمولون لعام 2017

المُمولون الأساسيون

كندا، الصين، فنلندا، ألمانيا، الهند، أيرلندا، النرويج، السويد

المُمولون لمشاريع محددة

صندوق الضمان الأفريقي، كندا، بنك التنمية الكاريبي، COMESA مدغشقر، DHL، الإطار المتكامل المُعزّز، الاتحاد الأوروبي، منظمة الأغذية والزراعة، ألمانيا، اليابان، هولندا، أمم متحدة واحدة - رواندا، المعهد الفيدرالي الفني (PTB) في ألمانيا، جمهورية كوريا، Sime Darby، السويد، سويسرا، UEMOA، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، الولايات المتحدة، البنك الدولي، مرفق تطوير المعايير والتجارة



ربط الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة بالأسواق الدولية لخلق فرص العمل في شمال أفريقيا

التحدي

في تونس، عمل 30 مُصدراً محتملاً مع مركز التجارة الدولية للتصدير للمعارض التجارية الأوروبية الرئيسية. في المغرب، سعت 20 شركة إلى معرفة المزيد عن أسواق التصدير، مع التركيز بشكل خاص على إسبانيا. في مصر، قام مركز التجارة الدولية بدعم 20 من المصممين والحرفيين الشباب، 80% منهم من النساء، للتعاون في مجال مفاهيم ديكور المنازل وتطوير منتجات الأدوات المنزلية لتقديمها للمشتريين المحتملين.

كما شملت أنشطة التدريب رجال أعمال الشتات من شمال أفريقيا المقيمين في باريس. كان الغرض من ذلك ذا شقين: الاستفادة من معارف رجال الأعمال ومهاراتهم في السوق لصالح المشاركين، ووضع الأساس لشبكات الأعمال عبر الحدود.

دعم مركز التجارة الدولية جهد التدريب من خلال تسهيل مشاركة 44 من الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة - 17 منها من المغرب و 20 من تونس و 7 من مصر - في معرض Maison et Objet، وهو معرض تجاري كبير لصناعة الأثاث في باريس، ومعرض Ambiente التجاري في فرانكفورت. في كلا المعرضين، قام مركز التجارة الدولية بترتيب جلسات عمل بين الشركات والشركاء (B2B) للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة مع المشتريين المحتملين.

النتائج

نتج عن هذا المشروع مبيعات بلغت قيمتها الإجمالية 373,000 يورو للشركات المغربية والتونسية الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة - وهي قيمة تتجاوز بالفعل إجمالي تمويل المشروع بنسبة 50% - مع وجود مؤشرات واعدة لمعاملات مستقبلية. تم الجزء الأكبر من هذه المبيعات من خلال الاجتماعات التي نُظمت بين الشركات والشركاء (B2B) أثناء المعارض التجارية في باريس في سبتمبر 2017 وفرانكفورت في فبراير 2018.

تقدمت Tomorrowland، وهي شركة تجزئة يابانية للملابس الراقية والاكسسوارات والديكور المنزلي، بطلب شراء تجريبي لـ 11 سجادة من شركة Center 3T بعد مقابلة موظفين من تلك الشركة التونسية الصغيرة في معرض باريس التجاري.

وقالت أكيكو أونو، مندوبة شركة Tomorrowland في باريس: "إننا نحب منتجات الشركة المصنوعة يدوياً بألوان طبيعية". الشركة اليابانية التي تخطط لبيع السجاد في محلاتها، "كانت مسرورة باكتشاف أن الحرفيين يتلقون معارف جديدة من خلال مركز التجارة الدولية"، على حد قول أونو.

يواجه الشباب في شمال أفريقيا مستويات عالية من البطالة، حيث تكافح بلدانهم لتوليد النمو الاقتصادي اللازم لتوظيف أعداد كبيرة من الداخلين الجدد إلى سوق العمل نتيجة التضخم السكاني. من شأن تحسين القدرة التنافسية التجارية في القطاعات كثيفة العمالة وربط الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة بفرص التصدير دعم خلق فرص العمل والنمو الشامل. وفي نفس الوقت، سيقال ذلك من الحوافز للهجرة غير النظامية.

تمتلك بلدان شمال أفريقيا أعداداً كبيرة من سكان الشتات الذين يعيشون ويعملون في أسواق محتملة مربحة، لا سيما أوروبا. ورغم أن مجتمع سياسات التنمية كان يميل إلى التركيز على التحويلات المالية، فإن هناك مجالاً - وإن كان غير مستغلٍ كما ينبغي - لقيام مجتمعات الشتات بتبادل المهارات والمساعدة في بناء شبكات عبر وطنية للأعمال التجارية.

إن الربط مع العملاء والموردين المحتملين عبر الحدود ليس بالأمر السهل أو المباشر بالنسبة للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، وذلك لأسباب تتراوح من ضعف الوصول إلى التمويل إلى الخبرة الإدارية المحدودة. بالنسبة لصناعات الحرف اليدوية في شمال أفريقيا، قد يكون العمل حتى في الأسواق المحلية صعباً. فهم في كثير من الأحيان لا يعرفون كيفية تسعير منتجاتهم بشكل مناسب، ولأنهم عادةً ما يفتقرون إلى إمكانية الوصول إلى الأسواق، فهم عرضة للوسطاء الذين يستحوذون على الجزء الأكبر من المكاسب الناتجة عن عملهم.

الاستجابة

يعمل مركز التجارة الدولية مع الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في قطاع الحرف اليدوية في مصر والمغرب وتونس لمساعدتها على تعزيز مهارات العمل والاتصال بالمشتريين الأجانب. تم تدريب الحرفيين ورجال الأعمال على تسعير المنتجات، وتوحيد الجودة، وتحسين التعبئة والتغليف، وتلبية اتجاهات السوق من حيث الألوان والمواد التي يبحث عنها المشترون.



1. سامية مستيري، مؤسّسة شركة Tunisie Autrement للحرف اليدوية، تونس 2. الإنتاج الجزيئي للصابون، المغرب
3. معرض Maison et objet التجاري، باريس



373 000 يورو

قيمة مبيعات الشركات المغربية
والتونسية الصغيرة جداً والمتوسطة، مع
المزيد من الصفقات قيد التفاوض

وقد اجتذب عمل الحرفيين انتباه ودعم بنك الإسكندرية (أليكس بنك)، وهو بنك مصري كبير قام برعاية سفر سبعة حرفيين لمقابلة المشتريين المحتملين في أوروبا.

وقالت ليلي حسني، التي تتأخر مكتب المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة بالبنك: "يفخر أليكس بنك ببدء مساندة مجموعة من المصممين المصريين الشباب الواعدين في إطار خطة تهدف إلى تعزيز قطاع المصنوعات اليدوية المصرية من خلال توسيع فرصهم للوصول إلى أسواق التصدير". كما أشارت إلى أن البنك يتطلع إلى تقديم خبراته في مجال التمويل التجاري للمصممين.

المستقبل

يعكف مركز التجارة الدولية على وضع اللامسات الأخيرة على دليل تصدير المصنوعات اليدوية لتزويد الحرفيين بالمعلومات العملية حول تصدير منتجاتهم.

من المقرر عقد ورشة عمل لبناء القدرات في الجزائر العاصمة قبل انتهاء المشروع في مارس 2018.

يقوم مركز التجارة الدولية بتطوير مشاريع المتابعة في الجزائر، ومصر، والمغرب، وتونس والتي تستخدم أيضاً اجتماعات بين الشركات والشركات (B2B) وبناء القدرات لتحفيز الصفقات التجارية وخلق الوظائف.

كما أعرب مشتررون آخرون في اجتماعات باريس بين الشركات والشركات، بما في ذلك شركات Le Club 55، و Minelli، و Salt and Lemon، و Caravane عن اهتمامهم بالمنتجات التي باعتها الشركات الصغيرة جداً والمتوسطة والمتوسطة من خلال وفد مدعوم من مركز التجارة الدولية. طلبت Minelli، وهي ماركة فرنسية للأحذية والاكسسوارات، 500 سلة من شركة مغربية. وتقدم Salt and Lemon وهو محل ديكور منزلي ومتجر في منطقة ريو نيون الفرنسية، بطلب لشراء 2,000 فوط، وهو نوع من المناشف الرقيقة المزخرفة من شركة تونسية. كما التقت الشركات التونسية بمشتريين من لبنان ولوكسمبورج والولايات المتحدة وأبرمت صفقات معهم.

وفي معرض Ambiente، أكدت الشركات التونسية الصغيرة جداً والمتوسطة والمتوسطة أن مبيعاتها بلغت 43,000 يورو، مع تعاملات إضافية قيمتها 150,000 يورو قيد التفاوض. تضمّن قائمة المشتريين المهتمين متجر التجزئة الفرنسي Nature & Découverte و Kusiner، صانع السجاد الدنماركي، لمنتجات شملت الفوط، وأطقم المائدة من خشب الزيتون، وعناصر زخرفة داخلية.

لقد عززت أنشطة التدريب مهارات المشاركين في العمل التجاري والتسويق، مع تعريفهم بأسواق جديدة - وبعضهم البعض.

وقالت سونيا لطروس، مديرة التسويق في المكتب الوطني للمصنوعات اليدوية التونسية، الذي وفر الدعم لورشة العمل وتبادل الأفكار حول استخدام التجارة الإلكترونية للوصول إلى الأسواق: "بفضل التدريب الذي قدمه مركز التجارة الدولية، يمكن للحرفيين الآن تقييم منتجاتهم بشكل مناسب". "كما تعلموا أيضاً عن التعبئة والتغليف والتوسيم، وتلبية اتجاهات السوق ومتطلبات الجودة".

تجمّع العديد من المشاركين المصريين تحت اسم "حرفيون من مصر"، حيث يعملون على تسويق منتجات كتالوج مشترك للديكور المنزلي ومنتجات المنسوجات المنزلية للمشتريين الدوليين. قُدّم الكتالوج للمشتريين في إسبانيا وفرنسا وألمانيا من خلال اجتماعات بين الشركات والشركات ونظمها فريق مشروع مركز التجارة الدولية.

الجهة الممولة

اليابان

8 العمل اللائق
ونمو الاقتصاد



5 المساواة بين
الجنسين



1 القضاء على
الفقر



دعم إضافة القيمة وتنمية الصادرات في قطاع الباشمينا نيبال



1

التحدي

حتى عندما تُنتج المجتمعات الزراعية في البلدان النامية المواد الخام لمصنوعات تُباع بأسعار مرتفعة في الأسواق العالمية، فإنها لا تحظى في كثير من الأحيان سوى بحصة قليلة من المكاسب.

يأتي الباشمينا، وهو نوع خاص من صوف الكشمير يتمتع بتقدير كبير في سوق الأزياء العالمية للنعومة والدفء، من أربع سلالات من الماعز في جبال الهيمالايا. تشتهر نيبال بصوف الباشمينا عالي الجودة في سوق الأزياء الفاخرة. وتُعدّ الألياف الدقيقة التي تأتي من ماعز جبال تشانجرا محل تقدير بشكل خاص.

ومع ذلك، كان هذا القطاع عرضةً للتقلب. فبعد أن وصل القطاع إلى ذروته بقيمة 82 مليون دولار أمريكي في عام 2001، انخفضت صادرات نيبال من الباشمينا إلى 30 مليون دولار أمريكي في عام 2010، ويرجع ذلك جزئياً إلى المنافسة من منتجات مُقلّدة وأقل جودة. ومع تزايد الضغوط التنافسية على القطاع، عانت سمعة البلد القائمة منذ أمد طويل كمصدر موثوق لمنتجات الباشمينا عالية الجودة.

وقد أقرّت كلٌّ من حكومة نيبال ورابطة صناعات الباشمينا النيبالية (NPJA) بضرورة اتخاذ إجراءات متضافرة لاستعادة حصة السوق وعائدات التصدير وسمعة القطاع. تطلب ذلك من نيبال إعادة موضعة نفسها في السوق، واستهداف قطاعات فاخرة عالية القيمة. يمكن لازدهار هذه الأسواق المتخصصة أن يكون مُربحاً لمنتجي الباشمينا النيباليين، ولكن ذلك يتطلب منهم القدرة على توفير منتجات عالية الجودة وفريدة من نوعها إلى جانب تقديم خدمة استثنائية للمشتريين.

الاستجابة

يعمل مركز التجارة الدولية منذ عام 2013 مع وزارة التجارة والصناعة والتوريدات النيبالية، ورابطة NPJA، ومجموعة مختارة من منتجي الباشمينا، وغيرهم من أصحاب المصلحة في القطاع من أجل تصميم وتنفيذ تدخلات عبر سلسلة القيمة لتحفيز كلٍ من عائدات التصدير وتنويع المنتجات والأسواق.

وللتغلب على إحدى الثغرات الهامة في مجال القدرة التنافسية في صناعة الباشمينا في نيبال، دعم مركز التجارة الدولية تطوير عملية التمييز التجاري وتحديد العلامة التجارية لقمّاش باشمينا تشانجرا لتمييز المنتج في الأسواق الدولية عن المنتجات المنافسة الأقل جودة. فُدم الدعم للعلامة التجارية Chyangra Pashmina من خلال مواد تسويقية، وموقع على شبكة الإنترنت، وفيلم ترويجي، وحملة للدعاية على شبكات التواصل الاجتماعي في اليابان والولايات المتحدة.

كما دعم مركز التجارة الدولية رابطة NPJA لتطوير محفظة أعمالها وخدماتها لتلبية احتياجات عملائها بشكل أفضل. جلب مركز التجارة الدولية خبراء في تصميم الأزياء والتسويق وحماية العلامات التجارية لتدريب الشركات النيبالية على تطوير مجموعات من المنتجات عالية الجودة تلبى اتجاهات الطلب واللوائح الفنية في سوق الفخامة العالمية. كما مكّن دعم المركز 42 منتجاً نيبالياً للباشمينا من المشاركة في المعارض التجارية في فرنسا، ومنطقة هونغ كونغ الإدارية الخاصة، واليابان، والولايات المتحدة.

ولتعزيز قدرات تطوير المنتجات في نيبال، قام مركز التجارة الدولية بربط كلية نامونا لتقنية الأزياء برابطة NPJA وصناعة الباشمينا في البلد على نطاق أوسع لتطوير دورة تدريبية متخصصة في تصميم الباشمينا.

أثناء عملية تخطيط المشروع، حدد المركز فجوة في الروابط الخلفية بين صناعة الباشمينا والمنتجين الأساسيين. وعلى ضوء ذلك، جلب المركز المزارعين إلى



1. العلامة التجارية لصوف الباشمينا تشانجرا، جميع الحقوق محفوظة لـ Lucent Pictures. 2. امرأة تغزل خيوطاً من الألياف الباشمينا، نيبال، جميع الحقوق محفوظة لـ Lucent Pictures. 3. عارضون لمنتجات الباشمينا النيبالية في معرض لتوريد الملابس في باريس



918 000 دولار أمريكي

قيمة مبيعات تصدير إضافية حققتها
26 شركة بدعم من مركز التجارة الدولية

العملية جنباً إلى جنب مع رابطة NPIA والوزارات المعنية، مما مكن من ربطهم بالسوق مباشرةً والاستجابة بشكل أفضل لاحتياجاتهم. كما ساعد مركز التجارة الدولية في إنشاء "رابطة موستانغ لمزارعي تشانجرا والباشمينا" كوسيلة يستطيع المزارعون من خلالها صياغة أولوياتهم.

النتائج

درّبت كلية نامونا للأزياء 35 طالباً على تطوير منتجات Chyangra Pashmina، والذين حصل معظمهم على عمل أو تدريب داخلي في الصناعة.

أثبت مشروع تعزيز الباشمينا ودعم التجارة أن نيبال تستطيع استعادة حصتها في السوق، شريطة أن تتوفر لدى أصحاب المصلحة في القطاع رؤية واضحة ومشتركة لكيفية تحقيق ذلك. ساهم المشروع في نمو وتنوع قطاع صوف الكشمير في نيبال. وقد ازداد استخدام العلامة التجارية Chyangra Pashmina التي أعيد تسميتها وتوحيدها بأكثر من أربعة أضعاف؛ وتطور هذا القطاع من نموذج لبيع منتجات الباشمينا بالجملة عبر صفقات تتم حسب الظروف مع أي مشتري يرغب في الشراء نحو نهج أكثر تنظيماً يركز على العملاء مع التزام جماعي لتعزيز القطاع تحت شعار "صنّع في نيبال".

المستقبل

يخطط مركز التجارة الدولية للبناء على نجاح المشروع من خلال توسيع نطاق ومدى أنشطة بناء القدرات. بالنسبة لمزارعي ماركة Chyangra Pashmina، سيتضمن ذلك المزيد من الروابط الخلفية والتسويق والدعم لإضافة قيمة للألياف عن طريق الغسيل وإزالة الشعر والتحزيم. لن يؤدي ذلك فقط إلى تحصيل المزارعين أسعاراً أعلى مقابل منتجاتهم، ولكنه سيسمح أيضاً لصناع الباشمينا في نيبال بالاستجابة لمطالب المستهلكين العالمية لتتبع عملية الإنتاج من الألياف إلى المنتج النهائي. بالنسبة لبيئة العمل الأوسع، سيعني ذلك تحسين مرافق الاختبار للحصول على شهادات الجودة الدولية وتطوير استراتيجية تصدير للقطاع.

ارتفعت صادرات البلاد من منتجات الكشمير المحيكة - في مقابل المنسوجة - مثل البلوفرات والسترات والبلوزات من أقل من 2 مليون دولار أمريكي في عام 2012 إلى أكثر من 5 ملايين دولار أمريكي في 2016/2017 رغم الانخفاض الذي عانت منه التجارة بالتزامن مع الزلزال المدمر الذي ضرب البلاد في عام 2015. وقد أبلغت 26 شركة من الشركات التي تلقت دعماً من مركز التجارة الدولية للمشاركة في المعارض التجارية الدولية عن زيادة في صادراتها بلغت قيمتها 918,000 دولار أمريكي. وبشكل عام، زادت 42 شركة مشاركة في المشروع من صادراتها بنسبة 16% في عام 2017، مما أوجد 214 وظيفة إضافية. ومن خلال الروابط التي أقيمت بين أعضاء رابطة NPIA ومنتجاتي العلامة التجارية Chyangra Pashmina، حصل المزارعون على أسعار أعلى بنسبة 80%.

الجهة الممولة

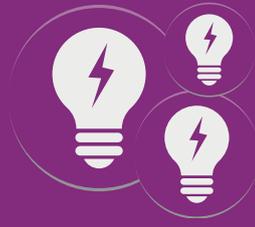
17 عقد الشركات لتحقيق الأهداف

8 العمل اللائق ونمو الاقتصاد

4 التعليم الجيد

الإطار المتكامل المعزز.





ابتكارات مركز التجارة الدولية

تحصيل أسعار أعلى لمنتجي البن الأفريقيين من خلال المزادات عبر الإنترنت



1

التحدي

الرئيسية لهذه الفعاليات تذوق القهوة، وهي عملية تذوق منظمة للقهوة المعتقة من قبل متذوقين معتمدين يقومون بتحديد ما إذا كانت خصائص نكهة البن تؤهله ليكون من النوعية المخصصة.

عمل مركز التجارة الدولية مع رابطة AFCA منذ عام 2014 لدعم التواصل الأفضل بين بائعي البن والمشتريين الدوليين. ورغم أن المبادرات مثل مسابقة "طعم المحصول" قد نجحت في الارتقاء بالملف التعريفي للمنتجين الفائزين وتمكين المشتريين الدوليين من الالتقاء بهم وتقديم عروض شراء مباشرة إليهم، لم تكن المسابقة منصة لدعم العطاءات التنافسية للبن الأفريقي المخصص.

الحل

طور مركز التجارة الدولية ورابطة AFCA شركة مع Bean Auction، وهي شركة مقرها لندن متخصصة في تقديم خدمات المزادات على الإنترنت، والتأمين، والخدمات اللوجستية للبن.

كما هو الحال في السابق، تنظم رابطة AFCA مسابقات "طعم المحصول" للتذوق. إلا أن مركز التجارة الدولية ساعد في تصميم بروتوكولات أكثر صرامة للمسابقة -

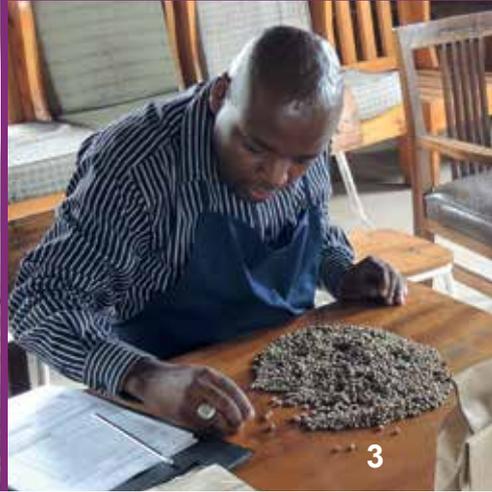
يتمثل أحد أهم الأدوار التي تؤديها الأسواق في الاقتصاد في تمكين استكشاف الأسعار: فالتفاعلات التي تحدث بين المشتريين والبائعين تحدد سعر سلعة معينة. ولكن استكشاف السعر لا يحقق الفائدة المرجوة للبائعين إلا إذا كانوا على دراية جيدة ويتسنى لهم الاختيار من بين عدة مشتريين محتملين.

لا يتمتع منتج البن المخصص عالي القيمة في البلدان النامية عادةً بإمكانية الوصول المباشر إلى فرص استكشاف الأسعار مع مستوردي ومحصلي البن الدوليين. يضع النموذج التقليدي للتجارة، المستند إلى العلاقات، البائعين - لا سيما الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة التي تفتقر إلى الموارد وشبكات التسويق - في وضع غير مواتٍ في مفاوضات الأسعار، مما يجعلهم عاجزين عن تأمين الأسعار المثلى لحبوب البن.

تعمل الرابطة الأفريقية للبن الرافعي (AFCA)، وهي مجموعة لا تستهدف الربح تضم أصحاب المصلحة من مختلف جوانب سلسلة القيمة للبن، على تعزيز الصادرات من شرق وجنوب أفريقيا من البن المخصص. تدير المجموعة مسابقة Taste of Harvest (طعم المحصول)، وهي فعالية تذوق منتظمة مصممة لعرض البن الأفريقي عالي الجودة بهدف بناء روابط مع المشتريين الدوليين الذين، بدون مثل هذه الفعاليات، قد يتجهون للشراء من بلدان أكثر نمطية. ومن السمات



تقييم جودة البن، عالم البن 2017، بودابست



1-4. عملية تقييم جودة البن، جمهورية تنزانيا المتحدة

بناءً على التجارب الأولية، أُقيمت مسابقات تنوُّق ومزادات في نوفمبر 2017 لَبْن زامبيا وملوي، مما حقق مبيعات بلغت قيمتها حوالي 60,000 دولار أمريكي - بزيادة 160% على أسعار السوق العادية - لمشتريين من تايبيه الصينية، وجنوب أفريقيا، والمملكة المتحدة.

المستقبل

%160

%58



ملوي وزامبيا

زيادات الأسعار فوق سعر السوق
المعتاد من خلال مزادات تجريبية على الإنترنت

من المقرر تنظيم مسابقات ومزادات مماثلة بجمهورية الكونغو الديمقراطية وكينيا وأوغندا. ترى السلطات الحكومية الأوغندية أن المنصة تُسهم في استراتيجيتها لتعزيز قطاع سوق البُن المخصوص للمشتريين الدوليين الذين اعتادوا على اعتبار أوغندا مصدراً للبُن من نوع روباستا المعتاد.

في إطار مبادرة التجارة النسائية SheTrades، دخل مركز التجارة الدولية في شراكة مع شركة Bean Auction ورابطة النساء الإثيوبيات في قطاع البُن لاختبار ما إذا كان بإمكان المنصة مساعدة شركات البُن المملوكة للنساء في إثيوبيا في إيجاد مشتريين دوليين جدد.

تقدم شركة Bean Auction ميزة جديدة تسمح للبائعين بالاحتفاظ بعدة مجموعات من منتجات البُن على الموقع لفترات طويلة بدلاً من خلال فترة مزاد مُؤقَّت فقط. من حيث المبدأ، يُتوقع أن يسمح ذلك لعدد أكبر من المشتريين بالمزايدة على المنتجات، مما يعزز فعالية استكشاف السعر.

وقدم مختبراً متنقلاً - وذلك لتوفير ضمانات للجودة للمشتريين الذين قد لا يتمكنوا من الحضور بأنفسهم. بعد ذلك تُعرض منتجات البُن التي تُعدّ بمثابة نوعية مخصصة من خلال منصة لمزاد حبوب البُن على الإنترنت. بمجرد أن يتم البيع، تقوم شركة Bean Auction بتيسير عقود التصدير والخدمات اللوجستية.

في عامي 2016 و 2017، نُظمت مسابقات ومزادات تجريبية في عدد من بلدان شرق وجنوب أفريقيا. وقد أدت المزادات التي شملت 13 مُزاداً دولياً نشيطاً لمنتجات معروضة للبيع من قِبَل 18 شركة، إلى بيع 16,200 كيلو غرام من البُن مقابل ما يقرب من 110,000 دولار أمريكي. كما عملت المزادات على نشر الوعي بين الحكومات والبائعين والمشتريين، مما مكن الشركاء الثلاثة من تحسين بروتوكولاتهم الخاصة بالمسابقة والمزادات. والأهم من ذلك، أنها أدت إلى زيادة الأسعار التي يحصل عليها المنتجون. تم بيع البُن الذي فاز في مسابقة أولية في جمهورية تنزانيا المتحدة لمشتريين في سويسرا والمملكة المتحدة بأسعار فاقت أسعار السوق بـ 58%، بينما حقق نوع عالي الجودة زيادة سعرية بلغت 108%.

الجهة الممولة

المملكة المتحدة

8 العمل اللائق ونمو الاقتصاد



5 المساواة بين الجنسين



1 القضاء على الفقر





تعزير وتمعيم التجارة الشاملة والخضراء

النقاط البارزة

واصلت جهود الدعوة من قِبَل مركز التجارة الدولية في دعم جدول الأعمال العالمي بشأن التمكين الاقتصادي للمرأة في عام 2017. جنباً إلى جنب مع أيسلندا وسيراليون، شارك مركز التجارة الدولية في رئاسة مجموعة العمل بشأن أثر التجارة، التي أنشئت ضمن شبكة "المناصرون العالميون لقضايا النوع الاجتماعي"، بهدف تعزير التعاون عبر مجتمع السياسات حول القضايا المتعلقة بالتجارة وتمكين المرأة. أثمر هذا العمل أثناء انعقاد المؤتمر الوزاري لمنظمة التجارة العالمية في بوينس آيرس في شهر ديسمبر، حيث أيد أكثر من 120 حكومة إعلاناً مشتركاً حول المرأة والتجارة، مما وضع النساء بقوة على جدول أعمال التجارة العالمية. في وقت سابق من العام، عمل مركز التجارة الدولية مع المفوضية الأوروبية لتنظيم منتدى دولي حول المرأة والتجارة جمع بين مناب من واضعي السياسات وممثلي القطاع الخاص ومجموعات المجتمع المدني من أكثر من 40 بلداً لتحفيز الدعم لاستخدام السياسات التجارية للنهوض بالمساواة بين الجنسين. تحت رئاسة ألمانيا لمجموعة العشرين للاقتصادات الرائدة (G20)، قدم مركز التجارة الدولية المشورة الفنية والقيادة لفريق نساء 20 (W20) الذي يمثل المشاركة الرسمية لمجموعة العشرين لتمكين المرأة اقتصادياً.

من خلال مبادرة التجارة النسائية SheTrades، استمر مركز التجارة الدولية في ربط رائدات الأعمال بالأسواق، حيث أدى الربط الشبكي وفعاليات التوفيق بين الشركات إلى تحصيل تمهيدات تجارية بقيمة 17.1 مليون دولار أمريكي. تم تأمين أكثر من 7 ملايين دولار أمريكي من هذه التمهيدات من خلال العمل الميداني وبالشراكة مع مؤسسات دعم التجارة والاستثمار. وقد مكّن ذلك الشركات المملوكة للنساء في قطاعات البُن والخدمات والمنسوجات والملابس من أن تصبح أكثر قدرة على المنافسة وعلى إيجاد مشترين دوليين جدد (انظر دراسة الحالة). وتم تأمين ما يقرب من 10 ملايين دولار أمريكي من هذه التمهيدات في مؤتمر التجارة النسائية

تمكين المرأة في التجارة

يسهم برنامج تمكين المرأة في التجارة في التمكين الاقتصادي للمرأة من خلال زيادة مشاركة الشركات المملوكة للنساء في البلدان النامية في التجارة، ورفع قيمة العمل التجاري الدولي الذي تتعامل فيه تلك الشركات، وتنويع الأسواق التي تصل إليها.

النتائج الرئيسية

أكثر من **120 بلداً** اعتمدت إعلاناً مشتركاً بشأن التجارة والتمكين الاقتصادي للمرأة خلال الاجتماع الوزاري لمنظمة التجارة العالمية في بوينس آيرس



1 مليون: عدد النساء اللائي تعهد الشركاء في مبادرة التجارة النسائية SheTrades بربطهن بالأسواق الدولية (الموعد النهائي الأصلي: 2020)



17.1 مليون دولار أمريكي قيمة التمهيدات التجارية التي حققتها الشركات المملوكة للنساء





3



2



1

1. و 2. صنع أحمية Camper ضمن المبادرة الأخلاقية للأزياء، إثيوبيا، كل الحقوق محفوظة لـ Nader Adem & CAMPER 3. المبادرة الأخلاقية للأزياء، بوركينافاسو

يهدف برنامج تمكين المجتمعات الفقيرة في التجارة إلى خلق فرص دخل مستدامة للمجتمعات الفقيرة والمهمشة من خلال ربطها بالأسواق الدولية. يعزز البرنامج الربط بالأسواق ويساعد صغار المنتجين، غالباً في القطاع غير الرسمي، على إضافة القيمة للسلع والخدمات في سلاسل التوريد التي تتراوح من أزياء الموضة والزراعة إلى السياحة والتعبئة الخارجي للعمليات التجارية.

النتائج الرئيسية

أكثر من 1 660 وظيفة تم إيجادها من خلال المبادرة الأخلاقية للأزياء



38 ماركة عالمية أقامت شركات مع المبادرة الأخلاقية للأزياء



النقاط البارزة

في عام 2017، ركزت المبادرة الأخلاقية للأزياء (EFI) لمركز التجارة الدولية على تنفيذ أنشطة في بوركينافاسو، وإثيوبيا، وهايتي، وكينيا، ومالي، مع استمرار التركيز على الاستثمار في التدريب الفني لتطوير مهارات الحرفيين من أجل تلبية المعايير الصارمة لصناعة الأزياء العالمية.

وقد ساهمت المبادرة الأخلاقية للأزياء بشكل مباشر وغير مباشر في إيجاد أكثر من 1,660 وظيفة. أدت الروابط بأسواق التصدير إلى تقليل الفقر بصورة ملحوظة. ووجدت تقييمات تأثير المشروع أن رواد الأعمال الصغار جداً الذين يعملون مع المبادرة أبلغوا عن زيادة في الدخل قدرها 287%. وبالنسبة للكثيرين منهم، تعني الإيرادات الأعلى القدرة على دفع رسوم تعليم أطفالهم.

أجرى حوالي 540 تعاونية، وشركة صغيرة جداً، ومؤسسة اجتماعية – 472 منها تملكها النساء – تعاملات تجارية دولية في 29 سوقاً جديداً بفضل الدعم الذي وفرته المبادرة الأخلاقية للأزياء.

العالمية SheTrades Global (معرض ومنتدى الموردين من النساء WVEF سابقاً) في اسطنبول في شهر فبراير. تعهد الشركاء في مبادرة SheTrades عام 2017 بربط 115,000 امرأة من راندات الأعمال بالأسواق الدولية، مما قُرب المجموع من 1 مليون في وقت أبكر كثيراً من الموعد الأولي المستهدف وهو عام 2020.

ظلت الاستفادة من الشراكات محوراً رئيسياً في عام 2017، حيث أبرم مركز التجارة الدولية 20 اتفاقاً جديداً مع الشركات والوكالات الحكومية والرابطات النسائية وكيانات الأمم المتحدة الأخرى للعمل معاً من أجل تمكين النساء بوصفهن جهات اقتصادية فاعلة. يعمل مركز التجارة الدولية مع موقع التجارة الإلكترونية eBay لمساعدة 150 من راندات الأعمال على رقمنة أعمالهن التجارية من خلال التدريب الفردي ومنح منتجاتهن وصولاً مجانيًا لمدة عام عبر متجر eBay على الإنترنت. وبالتعاون مع الاتحاد الدولي للاتصالات، وهيئة الأمم المتحدة للمرأة، وجامعة الأمم المتحدة، ورابطة GSM، وهي تجمع تجاري لمشغلي الاتصالات النقالة، أسس مركز التجارة الدولية في عام 2017 الشراكة العالمية EQUALS لجسر الفجوة بين الجنسين من خلال تعزيز الوصول إلى التقنيات والمهارات وفرص القيادة للنساء والفتيات.

بدأ مركز التجارة الدولية وشركة اللوجستيات UPS شراكة للقيام بجهود الدعوة وبناء القدرات وإشراك العملاء وتطوير الأعمال التجارية بهدف ربط 20,000 من راندات الأعمال بالأسواق الدولية.

في نيجيريا، واصل مركز التجارة الدولية العمل مع مجلس ترويج الصادرات النيجيري لتنفيذ التزامه بربط 200,000 امرأة نيجيرية بالأسواق، حيث عقدت ورش عمل على مستوى البلد عن الوصول إلى الأسواق الخارجية. يسعى عنصر إضافي من هذا العمل إلى ربط النساء بالمؤسسات المالية؛ وكجزء من هذه الشراكة، سيقوم مصرف Fidelity Bank بتحديد وتزكية مجموعات الأعمال التجارية النسائية للحصول على المنح. التزمت شبكة النساء النيجيريات للتجارة، وهي شبكة تضم 920,000 سيدة من راندات الأعمال، بتسجيل 10 آلاف من راندات الأعمال على منصة التجارة النسائية SheTrades بحلول عام 2020.

على إثر ورشة عمل عُقدت في شهر نوفمبر عن مبادرة التجارة النسائية SheTrades في أكرا، غانا، التزم بنك EximBank الغاني بربط 10 آلاف من راندات الأعمال بالأسواق وتقديم قروض بقيمة 10 ملايين دولار أمريكي لراندات الأعمال بحلول عام 2020.

تمكين المجتمعات الفقيرة في التجارة



1-3. المبادرة الأخلاقية للأزياء، ندومو أتيلير، مالي، جميع الحقوق محفوظة لـ ITC Ethical Fashion Initiative & Coralie Rabadan

Brooklyn و Yestadt Millinery و United Arrows و Walker و Kevin Allwood و Urban Zen و Marina Rinaldi و Circus و Brother Vellies و MIMCO.

استمر مركز التجارة الدولية في استخدام الأسواق الدولية لتحسين سبل العيش في مجتمعات اللاجئين وكذلك للنساء النازحات داخل سوريا (انظر ابتكارات مركز التجارة الدولية).

ساهمت المبادرة الأخلاقية للأزياء في تحسين الأداء التشغيلي والإداري لست مؤسسات اجتماعية تعمل كمراكز لتنسيق الإنتاج للمبادرة وإعادة استثمار الإيرادات في تدريب الحرفيين من المجتمعات الفقيرة. وقد ساعد ذلك على زيادة عدد المشتريين الذين ينتجون من خلالها لأسواق الأزياء المحلية والعالمية. في عام 2017 ارتبط 38 مشترٍ بالمبادرة، كان من بينهم شركات EDUN و Vivienne Westwood و Stella McCartney و Camper و Karen.

استخدام التجارة لإيجاد بدائل للهجرة غير النظامية في غرب أفريقيا

ويعمل المركز مع مؤسسات التدريب الفني والمهني في غامبيا لتطوير مناهج جديدة، وتحسين تقديم الخدمات، ووضع أنظمة متابعة لفهم النتائج في سوق العمل بشكل أفضل. بالشراكة مع هذه المؤسسات، قام مركز التجارة الدولية بتدريب الشباب على مهارات من بينها إصلاح الهاتف الجوال وأجهزة الكمبيوتر المحمولة؛ وتركيب أجهزة الاستقبال للأقمار الصناعية والدوائر التلفزيونية المغلقة؛ وتجهيز التربة، وأعمال الإنتاج الحيواني والزراعي، وأعمال المناولة فيما بعد الحصاد، وصيانة العدد والأدوات. إجمالاً، اكتسب 1037 من الشباب في غامبيا مهارات في الأعمال التجارية الزراعية، والسياحة، وتقنية المعلومات والاتصالات، والأزياء والبناء. من خلال منصة التعلم الإلكتروني التابعة لمركز التجارة الدولية، قام مشروع تمكين الشباب بتسجيل أكثر من 200 مشترك في برنامج ريادة الأعمال عبر الإنترنت والذي يُدعم من خلال التفاعل مع مدربين محليين.

رغم أن العلاقة بين النمو الاقتصادي والهجرة معقدة، تشير الدلائل إلى أن توفر فرص العمل يقلل من الهجرة غير النظامية للشباب.

بتمويل من الاتحاد الأوروبي، يعمل مركز التجارة الدولية في بوركينا فاسو، وغامبيا، ومالي على استخدام الطلب الدولي في السوق لإيجاد فرص عمل، خاصة للشباب والنساء.

في بوركينا فاسو ومالي، وفرت المبادرة الأخلاقية للأزياء بالفعل وظائف لـ 800 حرفي للعمل في توريد ملابس لماركات الأزياء EDUN، و Brother Vellies، و United Arrows و Sindiso Khumalo. من المقرر أن يرتفع الإنتاج لإيجاد حوالي 4,000 فرصة عمل.



داخل أوروبا، يشترك مركز التجارة الدولية مع Lai-momo، وهي مؤسسة اجتماعية مقرها بولوجنا، إيطاليا، لتزويد المهاجرين من غرب أفريقيا الموجودين في إيطاليا بمهارات جديدة في مجال صباغة الجلود وإدارة الأعمال الصغيرة والتي يحتاجون إليها لبدء أعمالهم التجارية أو للعمل في سلسلة القيمة للأزياء كعائدين طوعيين محتملين في بلدانهم الأصلية.

ضمن مشروع تمكين الشباب (YEP) في غامبيا، يشجع مركز التجارة الدولية على ريادة الأعمال، ويدعم الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، وينسق تقديم التدريب المهني والمهارات المراعية للسوق إلى الشباب. تشمل الأولويات تشجيع إضافة القيمة وتحويل الأنشطة في قطاعات الأعمال الزراعية، والخدمات التجارية، والسياحة.



4. ورشة عمل الشباب والتجارة، غامبيا 5. مصممة أزياء شابة من غامبيا 6. أجروسينتا، الفائز في المسابقة التنافسية للمنتدى العالمي لتنمية الصادرات (WEDF)

النقاط البارزة

في السنغال، عمل مركز التجارة الدولية مع الوكالة السويدية لتعزيز التصدير (ASEPEX) ونقطة التجارة السنغالية (TPS) والمنظمة الدولية للفرانكوفونية (OIF) من أجل تطوير حزمة مساعدة فنية لتمكين رواد الأعمال من الشباب والنساء من اغتنام الفرص التي تتيحها التجارة الإلكترونية. كجزء من المبادرة، تم إنشاء سوق افتراضي تحت اسم "صنع في السنغال" www.made-in-senegal.org لتوفير الدعم المؤسسي والوجود على الإنترنت للشركات السنغالية الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة.

أقام مركز التجارة الدولية أول مسابقة تنافسية لرواد الأعمال الاجتماعيين الشباب أثناء المنتدى العالمي لتنمية الصادرات في هنغاريا بالشراكة مع برنامج Accelerate 2030 التابع لشبكة Impact Hub وحاضنة Design Terminal ومقرها بودابست. حصلت شركة Agrocenta، وهي شركة غانية ناشئة مزودة بمنصة على الإنترنت تسمح للمزارعين باستخدام هواتفهم لتسويق منتجاتهم والوصول إلى خدمات النقل بالشاحنات، بجائزة قيمتها 5000 يورو من قِبل لجنة التحكيم تابعة للمستثمرين المؤثرين وقادة الأعمال. ستحصل Agrocenta والمتسابقون الثلاثة الآخرون المتأهلون للتصفيات النهائية، وهم أيضاً من قطاع الأغذية الزراعية، على إرشاد مجاني من مركز التجارة الدولية وشركاه لتحسين منتجاتهم وخدماتهم ونماذج أعمالهم.

في غامبيا، يعزز مركز التجارة الدولية النظام الإيكولوجي المؤسسي للتدريب الفني والمهني لربطه بشكل أفضل باحتياجات سوق العمل من خلال تطوير المناهج وبرامج التدريب وبرامج التلمذة الصناعية. يتمثل الهدف الأوسع في المساعدة على التصدي للهجرة غير النظامية للشباب الغامبيين من خلال تعزيز الفرص الاقتصادية والتمكين في الداخل.

مركز التجارة الدولية هو عضو نشط في المبادرة العالمية بشأن وظائف لائقة للشباب وهي تحالف على مستوى منظومة الأمم المتحدة للنهوض بعمالة الشباب.

الشباب والتجارة

يتخذ برنامج الشباب والتجارة نهجاً يقوده السوق لتوفير فرص العمل للشباب من خلال دعم التدريب المهني وريادة الأعمال وربط الأعمال التجارية المملوكة للشباب بسلاسل للقيمة في الداخل والخارج. لزيادة الوصول والتأثير الدائم، يعمل مركز التجارة الدولية عبر القنوات الرقمية بما في ذلك أكاديمية التجارة للشركات الصغيرة والمتوسطة (SME Trade) التابعة له، وكذلك من خلال العمل الميداني مع موفري خدمات التعليم والتدريب الفني والمهني المحليين.

النتائج الرئيسية

806 من الشباب الليبيين تدريبوا على ريادة الأعمال وتحليل الأسواق



1 037 من الشباب في غامبيا اكتسبوا مهارات في الأعمال التجارية الزراعية، والسياحة، وتقنية المعلومات والاتصالات، والأزياء، والبناء



مسابقتان تنافسيتان عُقدتا لرواد الأعمال الشباب من هنغاريا، وزمبابوي، وغانا، وغامبيا للفوز بخدمات استشارية وجائزة نقدية





2



1

1. الكينوا البيروفية في مخزن بساو باولو 2. مكتب التجارة البيروفي، البرازيل

النقاط البارزة

استمرت قاعدة بيانات خارطة المعايير في التوسع؛ حيث تغطي الآن 240 مبادرة استدامة في أكثر من 80 قطاعاً و 180 بلداً. أطلق مركز التجارة الدولية بوابة جديدة على الإنترنت، خارطة الاستدامة، لربط المنتجين والمشتريين وتقديم معلومات عن كيفية الامتثال لمعايير الاستدامة المنتشرة على نطاق واسع في الأسواق المُستهدفة من قِبَل المستخدمين.

وُجّهت الدعوة إلى مركز التجارة الدولية للشراكة مع الاتحاد الأوروبي لتنظيم جائزة الاتحاد الأوروبي لمدنٍ من أجل التجارة المُنصّفة والأخلاقية، التي ستقدّر السلطات المحلية وتكافؤها على دعم التجارة المستدامة. كما سيعمل المركز مع الاتحاد الأوروبي لإجراء بحوث وتحليلات حول طلب الاتحاد الأوروبي من المنتجات التي يتم تداولها بصورة عادلة وأخلاقية.

في غانا، أطلق مركز التجارة الدولية المرحلة الأولى من مبادرة Chocothon، وهي مبادرة متعددة الشركاء مع Google Food Lab، و School Lausanne، و Future Food Institute، ومنصة Crowdfunding لإيجاد حلول جديدة لتمكين مزارعي الكاكو من الإنتاج بشكل أكثر استدامة وللارتباط بالمشتريين.

بعد دعم 600 من مزارعي الكاكو في كولومبيا لتقييم وتحسين أدائهم فيما يتعلق بالاستدامة، أطلق مركز التجارة الدولية ومؤسسة Swisscontact المبادئ التوجيهية الأساسية للكينوا المستدامة في بيرو. وتمكّن تلك المبادئ التوجيهية منتجي الكينوا من إجراء تشخيصات أولية للاستدامة قبل الشروع في عمليات التصديق الرسمية.

في كمبوديا وتيبال بدأ مركز التجارة الدولية بتنفيذ مشاريع رائدة لتمكين الموردين من الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، بما في ذلك صغار المزارعين، من المشاركة في سلاسل القيمة المستدامة باستخدام منصة خارطة الاستدامة للتتبع بممارساتهم في مجال الاستدامة للمشتريين المحتملين وإقامة شراكات تجارية طويلة الأجل.

التجارة للتنمية المستدامة

يشجع برنامج التجارة من أجل التنمية المستدامة (T4SD) سلاسل القيمة المستدامة كوسيلة لمساعدة الشركات في البلدان النامية على إضافة قيمة لمنتجاتها وخدماتها. يعمل البرنامج عبر سلسلة القيمة لمساعدة الشركات على التجارة بشكل أكثر استدامة من خلال تزويدها بفهم أفضل لمشهد مبادرات الاستدامة والتواصل مع شركاء الأعمال. ويوفر برنامج التجارة من أجل التنمية المستدامة منصات وتدريبات عبر الإنترنت موجهة لدعم تأمين مصادر مستدامة، وتعزيز الإنتاج الذكي للتكيف مع المناخ، وتعزيز الامتثال للمعايير الطوعية.

النتائج الرئيسية

2 000 مستخدم نشط لخارطة الاستدامة، وهي منصة مركز التجارة الدولية الجديدة القائمة على الاستدامة للربط بالأسواق



257 من واضعي السياسات والرابطات والشركات الصناعية تم تدريبهم على معايير الاستدامة الطوعية، وفرص الوصول إلى الأسواق، واستخدام أدوات الاستدامة التابعة لمركز التجارة الدولية



7 مليون طن من واردات الاتحاد الأوروبي من فول الصويا من بلدان تضمّنت الأرجنتين، والبرازيل، والهند، وباراغواي، وأوروغواي، وأوكرانيا وُجد أنها تستوفي متطلبات الاتحاد الأوروبي بشأن الاستدامة





5



4



3

3-5. مبادرة Chocofin، غانا للتوريد المستدام للكافو

الممولون لعام 2017

الممولون الأساسيون

كندا، الصين، فنلندا، ألمانيا، الهند، أيرلندا، النرويج، السويد

برنامج التجارة من أجل التنمية المستدامة (T4SD): الاتحاد الأوروبي، ألمانيا، سويسرا

الممولون لمشاريع محددة

أستراليا، الدنمارك، الاتحاد الأوروبي، فرنسا، ألمانيا، اليابان، مالي، هولندا، المنظمة الدولية للفرنكوفونية، PepsiCo، منصة مبادرة الزراعة المستدامة، سويسرا، مبادرة "شرق أفريقيا علامة مسجلة"، الولايات المتحدة

بالشراكة مع المؤسسة الأوروبية لمصنعي الأعلاف (FEFAC) أنشأ مركز التجارة الدولية نظاماً للتقييم المعياري للاستدامة في إنتاج فول الصويا. من خلال هذا النظام، وُجد أن 7 مليون طن من واردات فول الصويا إلى الاتحاد الأوروبي من دول تضمنت الأرجنتين، والبرازيل، والهند، وباراغواي، وأوروغواي، وأوكرانيا تستوفي متطلبات الاستدامة للاتحاد الأوروبي، مما يفتح المجال للاستحواذ على حصة أكبر من السوق وتحصيل أسعار أعلى للمنتجين.

بالشراكة مع الدنمارك، عمل مركز التجارة الدولية مع الشركات والمزارعين من موردي لحوم الخنزير ومنتجات الألبان في الدنمارك لتأهيلهم للمقارنة بين اللوائح وقوانين الصناعة المحلية من جهة ومعايير الاستدامة الدولية من جهة أخرى، وكذلك فهم كيفية قياس أدائهم أنفسهم إزاء كليهما.

تعاون مركز التجارة الدولية في إعداد تقريرين حول معايير الاستدامة في عام 2017. يسلط تقرير الدراسات الاجتماعية والبيئية: من التشرذم إلى التنسيق من منشورات معهد الجامعة الأوروبية الضوء على كيفية قيام المنظمات التي تضع المعايير والشركات الخاصة بالعمل معاً لتقليل الأزدواجية غير الضرورية في معايير الاستدامة وعمليات تدقيق المنتجين. ويتضمن تقرير حالة الأسواق المستدامة في عام 2017: الإحصاءات والاتجاهات الناشئة، الذي يُصدره سنوياً معهد البحوث للزراعة العضوية والمعهد الدولي للتنمية المستدامة، بيانات السوق والسلع المرتبطة بـ 14 معياراً من معايير الاستدامة الرئيسية.



دراسة حالة

تمكين رائدات الأعمال عبر منطقة المحيط الهندي

الاستجابة

منذ منتصف عام 2016، يعمل مركز التجارة الدولية مع رابطة حافة المحيط الهندي (IORA) للتعامل مع "العوائق" المحددة التي تواجهها رائدات الأعمال. ويركز المشروع على ثلاثة بلدان رابطة IORA - هي إندونيسيا وكينيا وسريلانكا - بهدف تحسين القدرة التنافسية للشركات المملوكة للنساء وربطها بالأسواق والمستثمرين في قطاع الخدمات، ولا سيما السياحة وتقنية المعلومات. كجزء من مبادرة التجارة النسائية العالمية Global SheTrades لمركز التجارة الدولية من أجل تعزيز التمكين الاقتصادي للمرأة، تمكّن المشروع من استخدام علامة وشبكة SheTrades لبناء الجسور بين رائدات الأعمال والمشتريين الدوليين، والمؤسسات العامة، والجهات المُمكنة الأخرى مثل الفيسبوك.

تمثلت إحدى الركائز الأساسية للمشروع في جمع البيانات المُصنّفة حسب نوع الجنس من خلال العمل بشكل وثيق مع مؤسسات دعم التجارة والاستثمار في البلدان الثلاثة التي يركز عليها المشروع للإبلاغ عن القدرة التنافسية لـ 300 امرأة. من خلال هذا النوع من البيانات التفصيلية، يُمكن تحديد الاختناقات الخاصة بالأعمال التجارية التي تملكها النساء وتصميم توصيات محددة للسياسات خاصة بكل سياق، والمساعدة الفنية لتعزيز قدراتهن التنافسية.

التحدي

على مدى القرن الماضي، أحرزت النساء في جميع أنحاء العالم تقدماً كبيراً في مجال الحصول على حقوقهن في التصويت، وتبوّء المكانة الاجتماعية اللائقة، وكمكوّن مجتمعي فاعلٍ اقتصادياً. ومع ذلك، فلا يزال أقل فرصة من الرجال في الحصول على عمل مدفوع الأجر، وعندما يحصلن على مثل ذلك العمل فإنهن يتقاضين أجراً أقل من الرجال في المهن المماثلة. وكثيراً ما تُحصَر المرأة في العمل ذي الأجر المنخفض في القطاع غير الرسمي بسبب العقبات القانونية القائمة على نوع الجنس والقيود المفروضة على الوظائف. تقل فرصة امتلاك النساء حساباً مصرفياً عن نظيرتها للرجال بنسبة 20%، كما أن احتمال انتمائهن لشبكات الأعمال الرسمية أقل من الرجال.

وبالإضافة إلى العواقب المترتبة على ذلك بالنسبة لفرادى الفتيات والنساء والأسر، هناك تكلفة اقتصادية هائلة لتلك الأوجه من عدم المساواة: وفقاً لبعض التقديرات، فإن تحقيق المساواة بين الجنسين في الاقتصاد سيضيف ما يصل إلى ربع الناتج المحلي الإجمالي العالمي. وتُقرّ أهداف التنمية المستدامة بحق بأن القضاء على الفقر المدقع أمرٌ مستحيل دون إحراز تقدم كبير نحو المساواة بين الجنسين في المنزل والمدرسة ومكان العمل.

منصة للتجارة الإلكترونية بُنيت على الزهور

بعد تأسيس متجر بيع زهور ناجح على الإنترنت (www.sendflowers.co.ke)، قررت فيليبس موانجي إنشاء منصة للأنشطة التجارية الأخرى عبر الإنترنت في أفريقيا. النتيجة: Tandao Commerce - منصة توفر خدمات استضافة المواقع على الإنترنت؛ وتوليد أسماء النطاقات، ومعالجة المدفوعات، وبرمجيات إدارة الكتالوج والمخزون؛ والربط بسهولة بوسائط التواصل الاجتماعية.

من خلال دعم مبادرة التجارة النسائية SheTrades، حضرت شركة Tandao Commerce معرض CeBIT في هانوفر في مارس 2017. في المعرض، تمكنت الشركة من الحصول على منحة قيمتها 60,000 دولار أمريكي من شركة Salesforce وهي شركة للحوسبة السحابية مقرها سان فرانسيسكو وشركة Vito Ventures وهي شركة ألمانية لرأس المال المجازف، وذلك لتمويل برنامجها الاجتماعي لربط 100 شركة مملوكة للنساء بالإنترنت وتدريبها على إدارة المشاريع المستدامة.

كما تمكنت شركة Tandao Commerce من تحديد التقنيات والحلول الجديدة لتحسين عروضها للخدمات.





1. إحدى رائدات الأعمال المشاركات في معرض CeBIT التجاري، ألمانيا 2. حلقة نقاش بمعرض CeBIT التجاري، ألمانيا 3. جناح مبادرة التجارة النسائية SheTrades أندونيسيا-سريلانكا في معرض ITB برلين التجاري

وكشفت دراسات مبادرة التجارة النسائية SheTrades التي طورها المشروع بشأن القدرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة عن نتائج خاصة بكل بلد على حدة عن كيفية عمل الشركات المملوكة للنساء، مما يمهّد الطريق أمام حلول هادفة لمساعدتها على النجاح. على سبيل المثال، في إندونيسيا، وُجد أن الشركات الصغيرة التي تملكها نساء تميل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي أكثر، بمعدّل الضعف، من استخدامها للإعلانات التقليدية للترويج لمنتجاتها. وعلى ضوء ذلك، تعاون المشروع مع مبادرة فيسبوك آسيا والمحيط الهادي #SheMeansBusiness لتطوير مواد عن التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية لرائدات الأعمال. وقد دعم المشروع حتى الآن 411 شركة من الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في البلدان الثلاثة لتعزيز مهاراتها وقدراتها على الاتصال بالأسواق الدولية.

وتُعدّ الاجتماعات بين الشركات والشركات (B2B) عنصرًا مهمًا آخر للمشروع، وذلك للتعبير عن الصعوبات التي تواجهها رائدات الأعمال في المنطقة عند محاولتهن الاتصال بالمشتريين الدوليين المحتملين. بالإضافة إلى تحديد الشركاء الواعدين وتنظيم اجتماعات بين الشركات والشركات في المعارض التجارية، يدعم مركز التجارة الدولية الشركات المملوكة للنساء في إرساء أسس النجاح، ويساعدها على إعداد ملفات تعريفية شاملة لها، ويزودها بدعم للقدرات مصمّم حسب الحاجة لتمكينها من الاتصال بالمشتريين ونيل إعجابهم.

النتائج

حققت أنشطة الاجتماعات بين الشركات والشركات (B2B) مبيعات مؤكدة تجاوزت قيمتها 1.1 مليون دولار أمريكي في عام 2017، بالإضافة إلى صفقات إضافية قيد الإنجاز، وذلك من خلال اتصال 103 من الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة أو التي تديرها نساء بـ 328 مشتريًا دوليًا من 66 بلداً. على سبيل المثال، حققت شركة ORA Dive، وهي شركة إندونيسية تنظم رحلات للغوص حول متنزه كومودو الوطني، ما يقرب من 150,000 دولار أمريكي من المبيعات لمشتريين من أستراليا، والفلبين، وجمهورية كوريا، والولايات المتحدة بعد تلقّيها تدريباً من مركز التجارة الدولية في مجال التسويق والتفاوض ومشاركتها في اجتماعات بين الشركات والشركات (B2B) في عدد من المعارض التجارية السياحية الرئيسية في برلين وماكاو. كما حققت مندوبو Saraii Village، وهو فندق في جنوب سريلانكا، مبيعات بلغت قيمتها 60,000 دولار أمريكي لمشتريين أوروبيين.

وقد اجتذبت الأنشطة المصمّمة حسب الحاجة لبناء القدرات مجموعة واسعة من الشركاء وساهمت في تعزيز الشراكات مع القطاع الخاص وتعزيز نتائج المشروع. على سبيل المثال، تم تقديم التدريب على التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية في سريلانكا بالشراكة مع شركة Google. وأفاد المشاركون أن التدريب أدى إلى توسيع مداركهم عن التجارة الإلكترونية ورفع مستوى مواقعهم على الإنترنت، مما أدى إلى زيادة اتصالهم بالمشتريين المحتملين.

المستقبل

ستستمر أنشطة المساعدة الفنية والمشاركة في المعارض التجارية حتى نهاية المشروع في يونيو 2018. يمكن أن تواصل رائدات الأعمال في المنطقة استخدام تطبيق SheTrades للعثور على المشتريين المحتملين، والوصول إلى المعلومات حول أحداث السوق، والمشاركة في التعلم عبر الإنترنت. سيتيح ذلك لمبادرة SheTrades الحفاظ على تأثيرها الإيجابي بالنسبة لرائدات الأعمال في المنطقة لفترة طويلة بعد إغلاق المشروع.

سيقيم مركز التجارة الدولية بتكرار عمله في المنطقة من خلال مشاريع أخرى تحت مظلة SheTrades وكذلك من خلال الشراكات مع القطاع الخاص ومؤسسات دعم التجارة والاستثمار. دعت أمانة رابطة حافة المحيط الهندي (IORA) مركز التجارة الدولية لتقديم عرض عن أعماله على الدول الأعضاء في المجموعة في ورشة عمل الرابطة في مايو 2018.

الجهة الممولة

أستراليا

8 العمل اللائق ونمو الاقتصاد



5 المساواة بين الجنسين





منتجو الكاكاو الكولومبيون يستخدمون إرشادات الاستدامة لتحصيل أسعار أعلى

الاستجابة

قام مركز التجارة الدولية، بالاشتراك مع مكتب كولومبيا لمؤسسة Swisscontact، وهي مؤسسة سويسرية غير ربحية تعمل على تطوير القطاع الخاص، بتطوير أداة على الإنترنت مفضلة خصيصاً لمساعدة منتجي الكاكاو على فهم معايير الاستدامة الدولية والامتثال لها، بالإضافة إلى الاتصال بالمشتريين المحتملين. وتستند هذه الأداة، التي أُطلق عليها "المبادئ التوجيهية الأساسية للكاكاو المستدام" (LBCS) هو الاسم المختصر بالإسبانية)، إلى خارطة الاستدامة التابعة لمركز التجارة الدولية، والتي تجمع المعلومات حول المنات من معايير الاستدامة ومدونات السلوك التي يمكن للمستخدمين الوصول إليها.

تمكّن مبادئ LBCS التوجيهية المنتجين وتعاونياتهم من فهم المعايير المختلفة التي تسعى إليها شهادات الاستدامة الدولية وإجراء تقييمات ذاتية توفر تشخيصاً أولياً للممارسات التي يحتاجونها للترقية قبل السعي للحصول على شهادة رسمية.

لما كان التواصل مع المشتريين الراغبين في دفع سعر أعلى مقابل الكاكاو المستدام من الأمور الحاسمة بالنسبة للمنتجين لتحقيق عائد على الاستثمارات التي قاموا بها للحصول على الاعتماد، يستطيع مستخدمو أداة LBCS الاتصال بالمشتريين الدوليين المحتملين عبر منصة ITC Sustainability Map. وبالإضافة إلى ذلك، دعم المشروع منتجي الكاكاو للمشاركة في المعارض التجارية الدولية الرئيسية، مثل Salon du Chocolat 2017 في باريس.

وينبع هذا العمل من اتفاق أبرم في أوائل عام 2017 بين مركز التجارة الدولية، و Swisscontact Colombia، و Red Cacao و Red Cacao، وهي شبكة كولومبية من منتجي الكاكاو، لتعزيز مبادئ LBCS التوجيهية بين منظمات منتجي الكاكاو بهدف تنفيذ ممارسات الإنتاج المستدامة مع تحسين الوصول إلى الأسواق الدولية. استند هذا إلى عمل تم في السابق مع مجموعات المزارعين الأخرى في البلاد.

التحدي

يرغب المستهلكون في مختلف أنحاء العالم في معرفة من أين تأتي الأطعمة التي يأكلونها والمنتجات التي يستخدمونها وكيفية صنعها. ومن النتائج المترتبة على ذلك انتشار المعايير العامة والخاصة ومدونات السلوك ومبادرات الاستدامة الأخرى التي تسعى لتوفير الضمانات للمستهلكين بأن مشترياتهم تحقق الأولويات المطلوبة التي تتراوح من الإنتاج العضوي إلى الحماية من الغابات المطيرة أو ضمان الأجور اللائقة.

ورغم أن المنتجين يمكنهم تحصيل علاوات سعرية مُربحة من خلال تلبية معايير الاستدامة هذه، فإن القيام بذلك ليس سهلاً. فبالإضافة إلى النفقات المتعلقة بالامتثال للمتطلبات التي تفرضها مبادرة ما في كثير من الأحيان، هناك تكاليف مرتبطة بمراجعة الحسابات لإثبات الامتثال وكذلك الحصول على الشهادات الرسمية التي تفتح الباب أمام الأسواق المتخصصة. حتى معرفة أي المعايير تُعدّ مهمة في سوق معين يمكن أن يكون معقداً.

في كولومبيا، يوفر الطلب على الكاكاو المُنتج على نحو مستدام فرصاً للمزارعين. ومع ذلك، تفاوتت تجارب المنتجين فيما يتعلق بشهادات الاستدامة. فبعض برامج إصدار الشهادات يصعب تنفيذ متطلباتها، مما يؤدي إلى إرباك المنتجين. وفي حالات أخرى، لم تحصل تعاونيات المزارعين على العوائد المالية التي كانوا يتوقعونها مقابل استثماراتهم، ويرجع ذلك جزئياً إلى أنهم بدأوا عملية إصدار الشهادات بدون تحديد المشتريين المحتملين.



1-4. إنتاج الكاكاو في كولومبيا

المستقبل

في عام 2018، يخطط مركز التجارة الدولية و Swisscontact Colombia و Red Cacaotera مع منظمات تمثل حوالي 1600 مزارع وعائلاتهم في مقاطعات بوليفار وسيزار وماجدالينا لتنفيذ توجيهات LBCS وتحسين جودة وإنتاج الكاكاو. ويستهدف ذلك أن تستخدم 25 مؤسسة على الأقل من بين المنظمات الـ 54 التابعة للشبكة أداة LBCS لمساعدة أعضائها على الالتزام بإرشادات الاستدامة الأساسية والوصول إلى الأسواق الدولية.

النتائج

قام فنيون من ثلاث منظمات للكاكاو بتطوير تقارير تشخيصية لـ 600 مزارع، ثلثهم من النساء، يدعم عملهم سبل العيش لحوالي 1600 شخص. يقول مستخدمو أداة LBCS أنها ساعدتهم على تحسين استخدام الموارد من خلال تمكينهم من إجراء تقييم واقعي لقدراتهم.

وقال لويس مارتنيز من شركة "كورتيفا" التعاونية: "إنها توضح لنا أيضًا ما يمكننا تحقيقه بالفعل". "ما جدوى السعي للحصول على شهادة بالإنتاج العضوي إذا كنا نرى في الواقع أننا بعيدون عن الحصول عليها؟ بعد إجراء عملية تقييم ذاتي، رأينا أن السعي للحصول على شهادة التجارة المُنصفة هو أمرٌ أكثر واقعية".

أدى معرض الشوكولاته في باريس وفرص التواصل الأخرى إلى تحقيق المنتجين المنتسبين إلى رابطة Red Cacaotera مبيعات قيمتها 175,000 دولار أمريكي لمشتريين في بلجيكا، وهولندا، وسويسرا، والمملكة المتحدة. ومن المتوقع أن تتمخض هذه الجهود عن صفقات إضافية تتجاوز قيمتها 200,000 دولار أمريكي. أصبح العديد من شركات الشوكولاته في أوروبا والولايات المتحدة وكولومبيا الآن على دراية بأداة LBCS وهم مهتمون بالشراء من التعاونيات التي تستخدم النظام. لقد مهّد عملٌ مماثل في الماضي الطريق للاعتراف الدولي والزيادات الحادة في الأسعار التي تلقاها المنتجون. قام المنتجون المنتسبون لتحالف مُصدري توماكو في جنوب غرب البلاد بتحقيق زيادة أكبر من الضعف في أسعار البيع منذ فوزهم بجوائز لجودة الكاكاو في معرض Salon du Chocolat للشوكولاته في عام 2015. لقد ساعدتهم أداة LBCS التشخيصية على استعادة شهادات التجارة العضوية والمُنصفة التي فقدوها بسبب التنفيذ غير المتسق لمتطلبات الاستدامة.

الجهة الممولة

سويسرا

12 الاستهلاك والإنتاج المسؤولين



8 العمل اللائق ونمو الاقتصاد

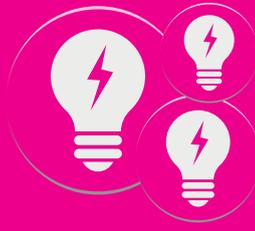


1 القضاء على الفقر



ابتكارات مركز التجارة الدولية

تحسين سبل العيش للنازحين السوريين من خلال التجارة



التحدي

الاقتصادية للناس في المناطق المتأثرة بالصراعات. وتستطيع الريادة الاجتماعية للأعمال جعل هذه الروابط مع السوق ممكنة.

الحل

يعمل مركز التجارة الدولية منذ عام 2016 مع رانيا كنجي، وهي مصممة ورائدة أعمال سورية سويسرية، لجلب الخُليّ والحقائب وغيرها من الاكسسوارات المصنوعة يدوياً بواسطة النساء النازحات في سوريا إلى المشتريين الدوليين. ساعد مركز التجارة الدولية مؤسسة كنجي الاجتماعية، "مفهوم دمشق" (Damascus Concept)، وعلامتها التجارية "أحب سوريا" (I Love SYRIA) في التواصل مع عملاء دوليين جدد من خلال التجارة الإلكترونية، فضلاً عن سلسلة من المتاجر المنبثقة في أوروبا.

لقد أدركت كنجي، وهي مبرمجة كمبيوتر سابقة، أن الحزف التقليدية السورية تمثل وسيلة للنساء اللاتي توظفن - الكثيرات منهن لم يكن لديهن وظائف في مدنهن الأصلية - لصنع سلع يرغب الزبائن الأجانب في شرائها.

تعرّض 65 مليون شخص في مختلف أنحاء العالم للنزوح قسراً من منازلهم. ويظل ثلثنا هؤلاء داخل حدود بلدنا الأصلي. يواجه الأشخاص النازحون داخلياً العديد من نفس التحديات التي يواجهها اللاجئين الذين عبروا الحدود الدولية: فقدان الوظائف والشركات وشبكات التواصل، وكذلك فقدان الممتلكات التي ربما كانت ستفيدهم في توفير ضمانات لتمويل مشاريعهم الجديدة.

منذ اندلاع الصراع الأهلي في سوريا في عام 2011، نزح أكثر من نصف سكان البلاد البالغ عددهم حوالي 18 مليون نسمة، منهم 5.4 مليون لاجئ وأكثر من 6 ملايين داخل البلاد. بالنسبة لمعظمهم، اضطرت حياتهم الاقتصادية بشدة ولكنها لم تتوقف: فقد استنفدوا أي مخدرات تمكنوا من الاحتفاظ بها واغتموا أي فرص عمل أمكنهم الحصول عليها، غالباً على هامش الاقتصاد غير الرسمي.

يُعدّ السلام والاستقرار شروطاً مُسبقة لتحقيق ذلك النوع من النمو الاقتصادي المستدام الذي يحوّل المجتمعات من الفقر النسبي إلى الازدهار. وحتى في السياقات الأكثر هشاشة، تُحدث الفرص الاقتصادية فرقاً كبيراً في سبل العيش الفردية ورفاه الأسرة. إن توفير فرص عمل وأجور أفضل يعني تحسين التغذية والتعليم والمهارات، ومن ثم نقل العمال إلى وضع جيد في المستقبل. يمكن للارتباط بالطلب في الأسواق الدولية، على الرغم من تعقيد بصوره خاصة، توسيع الفرص





1. جناح الحرف اليدوية السورية في معرض *Fêtes de Genève* 2-3. نساء نازحات يعملن لـ "أحب سوريا" و"مفهوم دمشق"، سوريا
4. نائبة المديرية التنفيذية لمركز التجارة الدولية، دوروثي تيمبو، تتحدث في أسبوع جنيف للسلام لعام 2017

بدأت عملها مع 20 امرأة في دمشق، أضافت مؤسسة كنجي ورشة ثانية في مدينة اللاذقية الساحلية، وتوظف حالياً خدمات أكثر من 130 امرأة. كما يزدهر وجود المؤسسة على الإنترنت - حيث يضم مجتمع "أحب سوريا" على فيسبوك أكثر من 27,000 عضو، بينما يزيد الرقم الخاص بـ "مفهوم دمشق" على 18,000. ومنذ يوليو 2017، يقوم متجر طوكيو متعدد الأقسام Shibuya 109 ببيع منتجات من أعمال كنجي.

المستقبل

تعهدت الحكومة اليابانية بمواصلة العمل مع مركز التجارة الدولية في سوريا. سيهدف مشروع جديد للعمل مع مجموعة من 15 جرفياً، معظمهم من النساء، لتطوير منتجات جديدة للجزف اليدوية وبيعها للمشتريين الدوليين. لتقديم هذه المساعدة الفنية، سيعمل خبراء مركز التجارة الدولية مع المستشارين المحليين والمنظمات الدولية العاملة في الميدان.

أدى ازدياد الطلب إلى ارتفاع الدخل مع خلق فرص للعمل. بعد أن بدأت العمل مع 20 امرأة في دمشق، توظف مؤسسة رانيا كنجي الاجتماعية الآن أكثر من 130 امرأة في العاصمة وكذلك اللاذقية.

دخل مركز التجارة الدولية في شراكة مع مؤسسة كنجي لتعزيز وجود شركتها عبر الإنترنت من خلال خدمات استشارية حول إعداد القوائم على الإنترنت واستخدام أدوات قائمة على الحوسبة السحابية لإدارة المخزون ومعالجة الطلبات. وفي الوقت نفسه، نظم مركز التجارة الدولية سلسلة من الفعاليات التي يسهل للمشتريين المحتملين اكتشاف وشراء المنتجات المصنوعة من قِبَل "مفهوم دمشق" و "أحب سوريا"، وتقاسم تجارب العملاء عبر الإنترنت. من سوق للمنتجات السورية في جنيف عام 2016 إلى جناح في مكتب الأمم المتحدة في جنيف للفاصلة التجارية الإلكترونية من أجل السلام في مركز التجارة الدولية في عام 2017، وأدت الفعاليات المنبثقة مبيعات شخصية فاقت قيمتها 40,000 دولار أمريكي، وزادت من الطلبات ومن حركة المرور عبر الإنترنت، ومكنت كنجي من تلقّي ردود فعل مباشرة لتحسين تصميم المنتجات في المستقبل.

رغم العقبات الهائلة - الاضطراب الاقتصادي الناجم عن الصراع، والعوائق الاجتماعية التي تواجه المرأة في الاقتصاد السوري، والمشكلات العملية في استيراد المواد الخام ونقل المنتجات المادية إلى الأسواق الدولية (تُنقل جميع البضائع عبر لبنان المجاور) - تقترب المشاريع الاجتماعية لشركة كنجي من الربحية. بعد أن

الجهة الممولة

اليابان

8 العمل اللائق ونمو الاقتصاد



5 المساواة بين الجنسين



1 القضاء على الفقر



دعم التكامل الاقتصادي الإقليمي والروابط بين الدول النامية

تعزيز التجارة الإقليمية

في منطقة وسط أوروبا للتجارة الحرة (CEFTA) عمل مركز التجارة الدولية عن كثب مع القطاع الخاص لتحديد التدابير غير الجمركية التي تعوق التجارة داخل الكتلة ومع البلدان الأخرى. وبالنسبة لقطاعات المعادن والخضروات، عزز مركز التجارة الدولية سلسلة من الحوارات بين القطاعين العام والخاص لتحديد السياسات اللازمة لتخفيف القيود على التجارة.

في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ساهم مركز التجارة الدولية في تحسين جمع البيانات حول التدابير غير الجمركية مع تطوير نظام لإدارة البيانات لخدمة احتياجات المصدرين، ومؤسسات دعم التجارة والاستثمار، وواضعي السياسات. تم جمع وتنظيم التدابير غير الجمركية التي تؤثر على الشركات في المغرب، وتونس، والجزائر، ومصر، والأردن، وأصبحت متاحة للجمهور.

كجزء من العمل لتعزيز سلاسل القيمة الإقليمية للقطن في الجماعة الاقتصادية لدول وسط أفريقيا (ECCAS) والسوق المشتركة لدول شرق وجنوب أفريقيا ساعد مركز التجارة الدولية في وضع استراتيجيات قطنية إقليمية لكل من الكتلتين. وقد سنت الدول الأعضاء في الجماعة الاقتصادية لدول وسط أفريقيا تشريعات وطنية لتنفيذ الإطار الإقليمي للقطن. في زامبيا أدى الدعم الذي قدمه مركز التجارة الدولية لشركة مومبوا لحلج الأقطان وكبسها، وهي شركة يملكها مزارعون، إلى زيادة إيرادات مزارعي القطن وحثت الحكومة على تشجيع المزيد من العمليات المملوكة لمزارعين. كما تحسنت جودة القطن، وفقاً لشركة المنسوجات الهندية Arvind. عملت مشاريع مركز التجارة الدولية معاً لتعزيز التجارة الإقليمية من خلال الحصول على قطن شرق أفريقيا لمشروع المبادرة الأخلاقية للأزياء التابعة لمركز التجارة الدولية في بوركينافاسو.

يعمل برنامج تعزيز التجارة الإقليمية مع الحكومات والقطاع الخاص على زيادة مشاركة الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في الاقتصادات النامية وتلك التي تمر بمرحلة انتقالية في التجارة والاستثمار الإقليميين.

النتائج الرئيسية

إنشاء آلية للإنذار عن العوائق التجارية وبوابة معلومات ConnectUEMOA لتعزيز التجارة داخل المنطقة في الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا



النقاط البارزة

في الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (WAEMU)، المعروف أيضاً باسم (UEMOA)، انخرط مركز التجارة الدولية في جهد شامل لمساعدة الكتلة المكونة من ثمانية دول أعضاء على تعزيز التجارة داخل المنطقة (انظر دراسة الحالة). يستعرض هذا التقرير العمل مع بلدان اتحاد UEMOA. تتراوح إسهامات مركز التجارة الدولية من دعم تنفيذ اتفاقية تيسير التجارة لمنظمة التجارة العالمية إلى إنشاء شبكة إقليمية لمؤسسات دعم التجارة والاستثمار، وإقامة منصات إقليمية للمعلومات التجارية والتحريرات عن الأسواق، والتدابير غير الجمركية، والتجارة الإلكترونية. كما أسهم مركز التجارة الدولية في تقرير سياسة التجارة الإقليمية للاتحاد لعام 2017، وقام بتدريب ممثلين من الدول الأعضاء بهدف تنسيق منهجية الاتحاد لإجراء تحليل لمراجعة السياسة التجارية. بالإضافة إلى ذلك، نظم مركز التجارة الدولية معارضةً تجارية داخل المنطقة مع التركيز على عمليات التعبئة والتغليف والاجتماعات بين الشركات والشركات (B2B).

التجارة والاستثمار بين الدول النامية

يشجع برنامج التجارة والاستثمار بين البلدان النامية الروابط التجارية المستدامة بين الأسواق الناشئة والبلدان النامية والبلدان الأقل نمواً من خلال تيسير التجارة وتشجيع الاستثمار ونقل التقنية.

النتائج الرئيسية

11 مليون دولار أمريكي قيمة صفقات تجارية مُحفزة للصادرات من إثيوبيا، وكينيا، ورواندا، وأوغندا، وجمهورية تنزانيا المتحدة، إلى الهند والاتحاد الأوروبي



26.5 مليون دولار أمريكي قيمة صفقات استثمارية مؤكدة و 116.8 مليون دولار أمريكي قيمة صفقات مرتقبة تم تيسيرها من الهند والصين إلى إثيوبيا، وكينيا، وموزمبيق، ورواندا، وأوغندا، وجمهورية تنزانيا المتحدة، وزامبيا



النقاط البارزة

كجزء من مشروع دعم التجارة والاستثمار الهندي من أجل أفريقيا (SITA) لزيادة الروابط التجارية والاستثمارية بين الهند وشرق أفريقيا، نظم مركز التجارة الدولية في عام 2017 اجتماعات بين الشركات والشركات (B2B)، وبعثات تعرّض، وتدريبات، مما أسفر عن صفقات تجارية بلغت قيمتها الإجمالية 11 مليون دولار أمريكي، بينما بلغت القيمة الإجمالية للصفقات الاستثمارية مجتمعةً مبلغ 26.5 مليون دولار أمريكي، بالإضافة إلى صفقات استثمارية مرتقبة قيمتها 41.8 مليون دولار أمريكي أخرى في مراحل مختلفة من التفاوض. وشهد هذا العام أول استثمار مؤكد من جانب إحدى الشركات الصغيرة الهندية في قطاع الأضحية الجلدية في أوغندا لإنتاج أضحية الأطفال والرجال.

كان نقل التقنية والمعرفة بين الهند وأفريقيا محط تركيز الأعمال في عام 2017، حيث تراوحت بين أساليب المناولة للإنتاج وما بعد الحصاد للتوابل والبقوليات إلى توجيه رائدات الأعمال. وفي قطاع التقنية، قامت المؤسسات الاجتماعية الكينية والهندية بتدريب 50 امرأة كينية على وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي؛ بينما نظم برنامج منفصل بعثات تدريب داخلي للخريجين الكينيين والأوغنديين والروانديين مع الشركات الهندية (انظر دراسة الحالة). ويهدف مشروع مماثل، وهو شراكة الاستثمار والنمو في أفريقيا (PIGA)، إلى زيادة التنمية التي تقودها الصادرات وخلق فرص العمل في قطاعات التصنيع الزراعي والصناعات الخفيفة في إثيوبيا، وكينيا، وموزمبيق، وزامبيا من خلال زيادة روابط الاستثمار مع الصين.

نظم مركز التجارة الدولية ندوات استثمارية وفعاليات للتوفيق بين الشركات عُقدت في الصين، مما أسفر عن إنشاء شبكة أعمال تضم أكثر من 1,400 شركة صينية وأفريقية. من خلال هذه الروابط، شرعت الشركات الصينية والأفريقية في تأسيس 192 صفقة استثمارية بقيمة تصل إلى 75 مليون دولار أمريكي تقريباً شملت مجموعة واسعة من القطاعات من مستحضرات التجميل إلى التصنيع الغذائي.



إنتاج الأضحية، كينيا

كما يعمل مركز التجارة الدولية على تعزيز القدرات التصديرية للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في أقل البلدان الآسيوية نمواً كي تتمكن من التجارة داخل المنطقة الدينامية اقتصادياً من خلال الجمع بين تحسين الوصول إلى المعلومات التجارية والمعلومات عن الأسواق؛ وتحقيق فهم أفضل للقيود التجارية؛ والتدريب لتلبية متطلبات الأسواق؛ والاتصالات بين الشركات والشركات (B2B) من خلال المعارض التجارية.

قام مركز التجارة الدولية ومنصة علي بابا، بائع التجزئة الصيني على الإنترنت، بنشر دليل مشترك بعنوان التجارة الإلكترونية في الصين: فرص للشركات الآسيوية، والذي يوضح ما تحتاج الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة للقيام به لدخول السوق الصينية. وتم تدريب أكثر من 400 من الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في بنغلاديش، وكمبوديا، وجمهورية لاو الديمقراطية الشعبية، وميانمار، ونيبال على ثقافة الأعمال التجارية الصينية، وتفضيلات الشراء وإجراءات التصدير، وكيفية بيع منتجاتها من خلال الأسواق عبر الإنترنت. بعد مقابلة المشترين الصينيين المحتملين في المعارض التجارية، يقوم العديد من الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة بوضع اللمسات الأخيرة على صفقات لسلع تتراوح من الروبيان إلى مستحضرات التجميل. وقّعت شركتان من بنغلاديش مذكرة تفاهم بقيمة 75,000 دولار أمريكي لبيع منتجات عضوية للعناية بالبشرة ومنتجات تنظيف صديقة للبيئة. وأبرمت شركة للمأكولات البحرية في ميانمار عقداً لشحنة أولية من روبان النمر قيمتها 800,000 دولار أمريكي إلى الصين.

المُمولون لعام 2017

المُمولون الأساسيون

كندا، الصين، فنلندا، ألمانيا، الهند، أيرلندا، النرويج، السويد

المُمولون لمشاريع محددة

الصين، الاتحاد الأوروبي، فنلندا، المؤسسة الإسلامية الدولية لتمويل التجارة، هولندا، الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (WAEMU)، المملكة المتحدة



في غرب أفريقيا، نهج متعدد الجوانب لتعزيز التجارة الإقليمية

الاستجابة

ينخرط مركز التجارة الدولية في جهد شامل لتعزيز البنية التحتية اللينة التي تدعم التجارة داخل المنطقة ضمن الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (UEMOA)، وهي مجموعة فرعية من المجتمع الإقليمي للجماعة الاقتصادية لدول غرب أفريقيا المكونة من بنين، وبوركينا فاسو، وساحل العاج، وغينيا بيساو، ومالي، ونيجيريا، والسنغال، وتوجو. على وجه التحديد، يعمل مركز التجارة الدولية على ضمان قدرة الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على الاستفادة من الفرص التجارية داخل المنطقة الفرعية وخارجها.

وعلى جبهة السياسات، دعم مركز التجارة الدولية تطبيق اتفاقية تيسير التجارة (TFA) لمنظمة التجارة على نطاق اتحاد UEMOA بالإضافة إلى تطوير شهادة منشأ رقمية، وهي الوثيقة التي تحتاجها البضائع كي تنتقل معفاة من التعريفة الجمركية داخل الاتحاد.

ولتحسين بيئة الأعمال التي تعمل في ظلها الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، عمل مركز التجارة الدولية على تشجيع التعاون بين مؤسسات دعم التجارة والاستثمار في جميع أنحاء الاتحاد. تلعب هذه المؤسسات، مثل وكالات ترويج التجارة، دوراً مهماً في مساعدة الشركات الصغيرة على الاتصال بالأسواق الخارجية.

بالإضافة إلى ذلك، دعم مركز التجارة الدولية إنشاء منصات عبر الإنترنت حول التداير غير الجمركية والمعلومات التجارية والتحريرات عن الأسواق، حيث أن الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة تتأثر بالتكلفة المرتبطة بها بشكل غير متناسب مقارنةً بمنافسيها من الشركات الأكبر.

كما نظم مركز التجارة الدولية معارض تجارية واجتماعات بين الشركات والشركات (B2B) داخل المنطقة. وكان التركيز الرئيسي لهذا العمل هو التعبئة والتغليف - وهو أمر مهم للبضائع المتداولة ولكن غالباً ما يتم تجاهله.

التحدي

في أفريقيا، وربما بصورة أكبر منها في القارات الأخرى، يُتيح التكامل الاقتصادي الإقليمي إمكانات لرفع مستويات المعيشة، وخلق فرص أفضل للعمل، وتشجيع القيمة المضافة، وتنويع الاقتصاد بعيداً عن السلع الأولية. يُتيح تخفيض الحواجز أمام التجارة والاستثمار عبر الحدود لاقتصادات أفريقيا البالغ عددها 54 اقتصاداً، ومعظمها صغيرة نسبياً، تحقيق مكاسب في الإنتاجية تأتي مع زيادة التخصص وتوسيع النطاق. بالإضافة إلى ذلك، عادةً ما تكون السلع التي تتاجر بها البلدان الأفريقية مع بعضها البعض أكثر تطوراً من تلك التي تُصدّرها إلى بقية العالم: فبينما تمثل المنتجات ذات التقنية المتوسطة والعالية 25% من التجارة البينية الأفريقية، فإنها لا تشكل سوى 14% من صادرات القارة إلى البلدان المتقدمة.

تسعى الحكومات الأفريقية إلى تحقيق تكامل التجارة والاستثمار على مستويات متعددة، ولا سيما من خلال التكتلات الإقليمية مثل المجموعة الاقتصادية لدول غرب أفريقيا (ECOWAS)، وجماعة دول شرق أفريقيا، ومؤخراً من خلال المنطقة القارية التجارة الحرة. وإدراكاً لأن فتح الأسواق على الورق لا يُترجم تلقائياً إلى نشاط تجاري حقيقي عبر الحدود، عملت الحكومات الأفريقية على تكملة المبادرات الدبلوماسية بالجهود الرامية إلى تعزيز البنية التحتية الصلبة واللينة الضرورية للتجارة. يعني ذلك توفير خطوط الطرق والسكك الحديدية، ولكن أيضاً تحديث إجراءات الحدود، وتيسير الوصول إلى التمويل التجاري، وإتاحة المعلومات التجارية والتحريرات عن الأسواق.

رغم النمو السريع الذي شهدته منذ أوائل التسعينات، لا تزال الصادرات داخل أفريقيا تمثل أقل من 20% من إجمالي صادرات القارة، في حين تقارب الأرقام المناظرة في آسيا وأوروبا 60% و 70% على التوالي. ولا تزال هناك حاجة لإحراز تقدم كبير، سواءً لزيادة التجارة داخل المنطقة أو لضمان ترجمتها إلى نمو شامل. في الدراسات الاستقصائية التي أجراها مركز التجارة الدولية للأعمال التجارية، أبلغت الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في أفريقيا عن تحديات متعددة ترتبط بالتصدير إلى البلدان المجاورة، لا سيما المشكلات التي تواجه الحصول على شهادة بأن السلع مؤهلة للمعاملة بدون رسوم جمركية.



1. و 2. منتدى اتحاد UEMOA للتعبئة والتغليف 3. بوابة ConnectUEMOA للمعلومات التجارية

وأخيراً، مكنت الاجتماعات بين الشركات والشركات (B2B) في معرض التعبئة والتغليف التجاري في واغادوغو، بوركينا فاسو، في أكتوبر 2017 الشركات من التوصل إلى تمهيدات تجارية وإبرام صفقات لاستيراد وتصدير المواد مثل الكرتون المقوى، وأقفاص التعبئة، وأكياس البلاستيك. على سبيل المثال، أبرمت شركة من بنين اتفاقات لاستيراد وتصدير الكرتون المقوى بما يزيد على 11,000 دولار أمريكي، مع مبيعات إضافية في طور الإعداد. وأبرمت إحدى الشركات السنغالية اتفاقاً مؤقتاً لتوريد أكياس شبكية للفواكه والخضروات تبلغ قيمتها حوالي 20,000 دولار أمريكي إلى نظيرتها في غرب أفريقيا. تجري شركة من مالي محادثات لاستيراد ما يزيد على 280,000 دولار أمريكي من مجموعة واسعة من مواد التغليف من أماكن أخرى في المنطقة.

المستقبل

سيتحول المشروع بعد ذلك إلى تعزيز القيمة المضافة والتنافسية التجارية في القطاعات الرئيسية مثل القطن، والمانجو، والكاكاو، والأناناس، وتقنية المعلومات. سيعمل المركز على توسيع نطاق النتائج التي تم تحقيقها في اتحاد UEMOA إلى منطقة ECOWAS الأوسع كجزء من تسهيل تنفيذ منطقة التجارة الحرة القارية بالتعاون مع الاتحاد الأفريقي. من المقرر عقد معرض تجاري قاري في القاهرة في الربع الأخير من عام 2018.

النتائج

بدعم من مركز التجارة الدولية، عمل أعضاء اتحاد UEMOA على تنفيذ اتفاقية تيسير التجارة بطريقة مُنسقة إقليمياً، بحيث تعزز الإصلاحات الجمركية والحدودية المزيد من التجارة داخل الاتحاد وأيضاً خارجه. في عام 2017، اعتمد اتحاد UEMOA هيكل الحكومة والولاية للجنة ستكون أول لجنة إقليمية في العالم (وليست وطنية) للإشراف على تنفيذ الاتفاقية. ساعد مركز التجارة الدولية الاتحاد على رسم خطة لوضع الأساس لاستحداث شهادة منشأ رقمية في عام 2017. كما ساهم المركز في تقرير سياسة التجارة الإقليمية لاتحاد UEMOA لعام 2017، وقام بتدريب ممثلين من الدول الأعضاء بهدف تنسيق منهجية الاتحاد لإجراء تحليل لمراجعة السياسة التجارية.

وعلى المستوى المؤسسي، دعم مركز التجارة الدولية إنشاء أول شبكة إقليمية رسمية لأفريقيا لمنظمات ترويج التجارة. وستعمل الشبكة، التي أطلقت في داكار، السنغال، في مايو 2017، على تعزيز المبادرات التعاونية لتشجيع التجارة داخل المنطقة. قام المركز بتسهيل الشراكات بين شبكة UEMOA الوليدة وشبكة REDIBERO التي تُعد نظيرتها في أمريكا اللاتينية.

من خلال منصتين على الإنترنت، عمل مركز التجارة الدولية على تسهيل مسار الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة للأسواق داخل اتحاد UEMOA وخارجه. وقام المركز بتدريب مسؤولين من مؤسسات دعم التجارة والاستثمار في جميع أنحاء المنطقة على تشغيل بوابة معلومات تُسمى ConnectUEMOA (www.connectUEMOA.com) توفر معلومات وأخبار حديثة عن الأسواق، بالإضافة إلى قاعدة بيانات بالشركات الإقليمية ومتجر عبر الإنترنت للشركات في المنطقة. وبالإضافة إلى ذلك، تم توسيع نطاق عمل آلية للتنبيه عن العقبات التجارية تسمح للشركات بإخطار السلطات الحكومية في الوقت الحقيقي عندما تواجه مشكلات في استيراد البضائع أو تصديرها، ليمتد من ساحل العاج إلى المنطقة بأسرها.

الجهة الممولة
الاتحاد الأوروبي

17 عقد الشراكات
لتحقيق الأهداف

8 العمل اللائق
ونمو الاقتصاد

بناء المهارات الرقمية في شرق أفريقيا



التحدي

تعمل البرامج التجريبية للتدريب والتوظيف على مسارين منفصلين. يوفر المسار الأول، ويطلق عليه اسم #SheGoesDigital، للمرأة الكينية من خلفيات محرومة مالياً برنامجاً تدريبياً لمدة 40 يوماً عن وسائط التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي، يتبعه تدريب داخلي مع الشركات التي تسعى لاستقطاب مثل هذه المهارات. قام بتنفيذ البرنامج مؤسسة Kuza Biashara الاجتماعية في نيروبي، وشركة Iridium Interactive الهندية المتخصصة في مجال البرمجيات والتعليم.

يحدد المسار الثاني، وهو برنامج هندو-أفريقي للتدريب الداخلي، خريجين واعدن من بلدان شرق أفريقيا في مجال تقنية المعلومات من خلال عملية اختيار تنافسية تعطي الأولوية للنساء الشبابات لتلقي تدريب داخلي مع الشركات الهندية لمدد تتراوح بين ثلاثة إلى ستة أشهر. الهدف هو أن يعود الشباب المتخصصين في تقنية المعلومات بعد التدريب بحصيلة من المهارات والخبرات إلى شرق أفريقيا للمساهمة في نمو القطاعات الحيوية للتقنية في المنطقة.

بدأ مركز التجارة الدولية البرامج بعد أن أظهرت دراسة استطلاع أجريت لـ 185 شركة كينية أن أكثر من نصف الشركات المشاركة في الدراسة كانت تناضل من أجل العثور على عاملين مهرة. بالإضافة إلى كتابة البرمجيات، وتحليل البيانات، ومهارات الحوسبة السحابية أبلغت الشركات في جميع القطاعات عن وجود نقص حاد في الخبرات المتعلقة بوسائط التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي.

النتائج

أثبتت هاتان المبادرتان أنه من خلال العمل عن كثب مع أرباب العمل المحتملين، يمكن لمبادرات بناء المهارات تزويد الشباب بالمهارات التسويقية وإيجاد فرص عمل جديدة، وفي نفس الوقت مساعدة الشركات على سد الثغرات.

بعد عملية اختيار دقيقة من بين 370 متقدم، تخرّج ما يقرب من 50 فتاة كينية من برنامج #SheGoesDigital التدرّبي لمدة 45 يوماً عن التسويق الاجتماعي والرقمي. من بين هؤلاء الفتيات، التحقت 32 فتاة في برامج تدريبية داخلية مدفوعة الأجر لمدة ثلاثة أشهر مع 27 شركة تراوحت اهتماماتها بين الأمن والموارد البشرية وصناعة الصلب، حيث فُمن بدعم تنفيذ استراتيجيات تلك الشركات بشأن

فكّر في التنمية التي تقودها التجارة وستكون الصورة التي قد تتبادر إلى ذهنك لأول وهلة نوعاً من منشأة للتصنيع تستخدم أعداداً كبيرة من عمال المزارع السابقين. ولكن الحقيقة هي أن إضافة القيمة في الزراعة والخدمات توفر هي الأخرى إمكانات كبيرة للبلدان النامية في أفريقيا وأماكن غيرها لدفع عجلة النمو وخلق فرص العمل. إن تحقيق الاستفادة القصوى من هذه الإمكانيات أمرٌ بالغ الأهمية، خاصة بالنسبة للسكان من الشباب الذين تتزايد أعدادهم بسرعة كبيرة، وذلك في ضوء المؤشرات على أن الأمتة المتزايدة تعني أن الصناعات التحويلية ستوظف أعداداً أقل من العاملين عما كانت عليه في السابق.

جعلت التطورات التقنية مجموعة كبيرة من الخدمات ذات القيمة العالية، والتي كان بالإمكان في السابق تقديمها محلياً فقط، قابلة للتداول الآن - من المحاسبة إلى كتابة البرمجيات. غير أن الاستفادة من الأسواق الدولية عبر مثل هذه الخدمات ليس أمراً بسيطاً ومباشراً بالنسبة للبلدان النامية. يتمثل أحد القيود الرئيسية في المهارات: فالموظفون المتعلمون من ذوي الخبرة ضروريون لشركات الخدمات. كما أن هذه المهارات مهمة أيضاً للتنافسية التجارية في القطاعات الأخرى، حيث تتزايد أهمية تلك الخدمات في إنتاج البضائع المادية.

في قطاع تقنية المعلومات في كينيا، تتفاقم الفجوة في المهارات بسبب الفجوة بين الجنسين، حيث يمثل النساء أقل من واحد من كل خمسة من العاملين في هذا القطاع.

الاستجابة

كجزء من مشروع دعم التجارة والاستثمار الهندي من أجل أفريقيا (SITA)، يعمل مركز التجارة الدولية مع شركاء في كينيا والهند لتزويد الشباب عبر أنحاء شرق أفريقيا بالمهارات والخبرات التي يحتاجونها للازدهار في الاقتصاد الرقمي الذي ينمو سريعاً في المنطقة. الهدف هو الاستفادة من خبرات قطاع التقنية المزدهر في الهند لتحفيز التوظيف وريادة الأعمال في دول شرق أفريقيا.



1 و 4. التدريب على وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي، كينيا 2. مجموعة #SheGoesDigital. 3. دورين أردني، خريجة كينية في مجال تقنية المعلومات

يقول سيدريك: "كان لهذا التدريب أثر كبير للغاية عليّ، وقد غير وجهة نظري حول كيفية إنجاز الأمور". "أنا واثق للغاية من أن بوسعي إدارة أي مشروع في أي مكان الآن."

'لطالما كنت أرغب في امتلاك شركة ناشئة في مجال هندسة البرمجيات، وسوف يساعدني هذا التدريب على اتخاذ الخطوة الأولى'

دورين أردني، خريجة في مجال تقنية المعلومات، كينيا

المستقبل

بعد التنفيذ الناجح للبرامج التجريبية، يقوم مركز التجارة الدولية الآن بوضع اقتراح لبرنامج إقليمي، بالشراكة مع الشركات، لبناء المهارات الرقمية للنساء والشباب.

وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي. بينما اختارت أخريات بدء أعمال تجارية خاصة بهن. وبحلول نهاية عام 2017، كان 55% من خريجي البرنامج قد حصلوا على وظيفة مؤكدة بدوام كامل، وهو رقم من المتوقع أن يرتفع. أبلغ أرباب العمل عن رضاهم عن المتدربين، كما أعربوا عن اهتمامهم بتوظيف خريجين آخرين في المستقبل.

وفي الوقت نفسه، ابتعث برنامج التدريب الداخلي الهندي-الأفريقي 11 طالباً من شرق أفريقيا - سبعة منهم من الفتيات - للتدريب مع الشركات الهندية.

وقالت دورين أردني وهي خريجة كينية تدربت في أكبر شركة اتصالات في الهند: "كانت تجربة التدريب الخاصة بي تجربة من الطراز الأول في كل تفاصيلها. ساعدني العمل مع فريق هندسة البرمجيات على اكتساب خبرة عملية في لغات البرمجة المختلفة مما مكّني من تحسين مهاراتي في البرمجة. لطالما رغبت في امتلاك شركة ناشئة في مجال هندسة البرمجيات، وهذا التدريب سيساعدني في اتخاذ الخطوة الأولى."

بعد تدريب لمدة أربعة أشهر على تطوير سلسلة التوريد الرقمية، عرضت شركة هندية على سيدريك مانرافاشا، وهو مواطن رواندي، وظيفة بدوام كامل.

الجهة الممولة

المملكة المتحدة

5 المساواة بين الجنسين



4 التعليم الجيد





نتائج
المؤسسة





حوكمة المؤسسة

المجموعة الاستشارية المشتركة (JAG)

عقدت المجموعة الاستشارية المشتركة التابعة لمركز التجارة الدولية جلستها الرسمية رقم 51 في جنيف في 10 يوليو 2017. ناقش الأعضاء التقرير السنوي لعام 2016 وعرضت عليهم مسودة مبكرة للخطة الإستراتيجية الجديدة لمركز التجارة الدولية للفترة 2018-2021.

وقد ألقى كلٌّ من المدير العام لمنظمة التجارة العالمية روبرتو أزيغيدو والأمين العام للأونكتاد ميكيسا كيتوي كلمة في الاجتماع. وقد أكدا على إسهامات مركز التجارة الدولية في التنمية التي تقودها التجارة، وسلطا الضوء على أوجه التأثير بين المركز ومنظمتيهما، ولا سيما فيما يتعلق بالمعلومات التجارية، والتحليل الإحصائي، وتنفيذ اتفاق منظمة التجارة العالمية لتيسير التجارة. وأبرز المتحدثان أهمية استمرار المعونة من أجل التجارة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة (SDGs) من خلال دمج البلدان والمجتمعات المهمشة في الاقتصاد العالمي. كما أشارا إلى الكيفية التي نجحت بها مشاريع مركز التجارة الدولية في مساعدة الشركات الصغيرة في البلدان النامية على المشاركة في التجارة الدولية، وبالتالي دفع عجلة النمو والتنمية وخلق فرص العمل. وقد شجّع المتحدثان مركز التجارة الدولية على مواصلة العمل على تقليص أي ثغرات في المعلومات وإزالة المعوقات أمام ممارسة الشركات الصغيرة والمتوسطة للتجارة.

يسعى مركز التجارة الدولية للحصول على مدخلات من أصحاب المصلحة ويقوم بإطلاعهم على أحدث المستجدات حول التطورات الرئيسية المتعلقة بعمله، وذلك من خلال الدورات السنوية للمجموعة الاستشارية المشتركة (JAG) والاجتماعات السنوية للجنة الاستشارية للصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية (CCITF).

تتكون المجموعة الاستشارية المشتركة من ممثلين حكوميين من أعضاء مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) ومنظمة التجارة العالمية (WTO)، كما أن جلسات المجموعة الاستشارية المشتركة مفتوحة للمراقبين من الوكالات الدولية الحكومية الأخرى والمنظمات غير الحكومية ذات الصلة. تستعرض لجنة CCITF، التي تضم الممولين والمستفيدين، استخدام الصندوق الاستئماني الخاص بمركز التجارة الدولية من حيث أولويات الإنفاق للموارد المتاحة والتقدم المحرز في تنفيذ البرامج التي يمولها.





اللجنة الاستشارية للصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية (CCITF)

ناقش اجتماعان دوريان للجنة CCITF أداء مركز التجارة الدولية وإنجازاته في عام 2016 والنصف الأول من عام 2017. وبالإضافة إلى ذلك، عقد مركز التجارة الدولية اجتماعين مواضيعيين غير رسميين للجنة CCITF، أحدهما للمندوبين لتقديم مدخلاتهم حول مسودة إطار عمل إدارة المخاطر الخاص بمركز التجارة الدولية والآخر لتبادل وجهات النظر حول محتوى الخطة الاستراتيجية لمركز التجارة الدولية للفترة 2018-2021.

الخطة الاستراتيجية للفترة 2018-2021

في عام 2017، أصدر مركز التجارة الدولية خطته الاستراتيجية للفترة 2018-2021. الخطة التي حملت اسم "الطرق التجارية للتنمية المستدامة والشاملة" هي نتاج عملية استشارية واسعة شملت ورش عمل داخلية مع موظفي مركز التجارة الدولية، ومسحاً عبر الإنترنت لجميع أصحاب المصلحة، ومناقشات مع الشركاء والممولين القطريين. قدمت إدارة مركز التجارة الدولية الخطة إلى المجموعة الاستشارية المشتركة في شهر يوليو. بعد أخذ التعليقات بعين الاعتبار، تم تقديم النسخة النهائية من الخطة إلى أصحاب المصلحة في المؤتمر الوزاري لمنظمة التجارة العالمية في ديسمبر. وقد صُممت الخطة الاستراتيجية لتكون بمثابة البوصلة لتوجيه إسهامات مركز التجارة الدولية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة بحلول عام 2030.

وقالت المديرية التنفيذية لمركز التجارة الدولية أرانشا جونزاليز أن الطلب القوي على خدمات مركز التجارة الدولية هو نتيجة للقيمة العالية التي توفرها تلك الخدمات مقابل المال، إلى جانب تركيزها على البلدان ذات الأولوية، والابتكار المستمر من أجل التنفيذ الفعال. وأشارت إلى أن كل دولار تلقاه مركز التجارة الدولية من التمويل من خارج الميزانية قد أدى إلى ما يقدر بـ 14 دولاراً من المعاملات التجارية الدولية. ووصفت كيف عمل المركز على تحسين عملياته الداخلية لتصميم وإدارة المشاريع مع مواعيد منتجاته وخدماته بالكامل مع أهداف التنمية المستدامة.

وقد أثنى المندوبون على مركز التجارة الدولية للنتائج التي حققتها وللدور الرائد الذي يضطلع به في تعزيز المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة مع معالجة تحديات التنمية الرئيسية من خلال التجارة. كما أثنوا على التزام مركز التجارة الدولية المستمر بتوفير نهج ابتكارية لمعالجة التحديات المختلفة والعمل مع مجموعة واسعة من أصحاب المصلحة من القطاعين العام والخاص، وأشادوا بمركز التجارة الدولية لتبنيها باستمرار طرقاً أكثر فعالية وكفاءة في تنفيذ الأعمال، مما يزيد من قيمتها مقابل المال.

موخيسا كيتوي، السكرتير العام لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) يتحدث في اجتماع المجموعة الاستشارية المشتركة لعام 2017



التقييم والأداء

دروس مستفادة لبناء سلاسل القيمة الزراعية

يُعدّ دعم سلاسل القيمة الزراعية وسيلة فعالة لإدماج مزارعي الحيازات الصغيرة في التجارة الوطنية والدولية مع تعزيز إضافة القيمة وزيادة الإنتاجية التي يتم تقاسم فوائدها على نطاق واسع بين الشرائح الفقيرة من السكان. تضمّن التقرير التجميعي للتقييم السنوي لعام 2017 أربعة مشاريع تركز على سلاسل القيمة الزراعية وتغطي 14 بلداً خلال الفترة 2009-2016.

ويتمثل أحد الدروس المهمة المُستفادة في أن التسويق الجماعي لصغار المزارعين أثبت أنه نهج فعال لتمكينهم وتعزيز روابطهم مع الأسواق. يمكن للتدخل لتعزيز التسويق الجماعي مساعدة أصحاب الحيازات الصغيرة على المشاركة بشكل أكثر كفاءة في الأسواق من خلال تقليل تكاليف التسويق والمخاطر التجارية، ومواءمة الإنتاج بشكل أوثق مع متطلبات السوق؛ وتنسيق إدارة اللوجستيات؛ وتوسيع نطاق المشترين المحليين والدوليين.

درس آخر هو أن التعاون الفعال مع شركاء القطاع الخاص أمر بالغ الأهمية لبناء سلاسل القيمة الزراعية الدينامية. وقد خلّصت التقييمات إلى أن جهود المشروع الرامية إلى تسريع تنمية الأعمال الزراعية كانت أكثر فعالية عندما لعب الشركاء الخارجيون من القطاع الخاص دوراً نشطاً في زيادة الروابط بين أسواق العرض وأسواق الوجهة ومن ثم خلق فرص تجارية للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة.

في عام 2017، واصلت وحدة التقييم المستقلة (IEU) في مركز التجارة الدولية جهودها لدمج التقييم ضمن إطار النتائج الخاص بمركز التجارة الدولية، ودعم عملية المساءلة والتعلم وصنع القرار المستند إلى الأدلة في إدارة السياسات والبرامج والمشاريع. زاد الطلب من المديرين التنفيذيين والموظفين على خدمات الوحدة في دعم عمليات التقييم على مستوى المشاريع.

قام مركز التجارة الدولية بنشر نظام للتقييم مكون من ثلاثة مستويات: تقييمات مستقلة مباشرة من قِبَل وحدة التقييم المستقلة، وتقييمات ذاتية من قِبَل مديري المشاريع بدعم من الوحدة، وتقارير استكمال المشروع التي يقوم المديرين بإكمالها في غضون ثلاثة أشهر من انتهاء المشروع. عملت وحدة IEU على تحسين التنسيق مع الجهات المانحة بشأن تخطيط التقييم وضمان أن تنعكس الدروس المستفادة من التقييمات التي يقودها المانحون على أعمال مركز التجارة الدولية في المستقبل.

كما وضعت الوحدة مبادئ توجيهية للتقييم الذاتي بالإضافة إلى نموذج موحد لتقارير إكمال المشروع. وقد أسفرت التقارير الأولية عن رؤى واضحة - مثل أهمية وضع أهداف واقعية للمشاريع ومؤشرات للنتائج - تم إدراجها في التقرير التجميعي للتقييم السنوي لعام 2017، الذي يلخص ما تعلمه مركز التجارة الدولية من التقييمات الداخلية والتقييمات التي يقودها الممولون.

وقد ألمح التقرير التجميعي الذي شمل 23 مشروعاً و 13 برنامجاً من برامج مركز التجارة الدولية الـ 15، إلى رسالتين رئيسيتين:

أولاهما أن تحوّل مركز التجارة الدولية منذ عام 2014 نحو ترشيد حافظة مشاريعه ضمن برامج محددة جيداً أخذ يوتّي ثماره. وفي حين حققت مشاريع مركز التجارة الدولية أهدافها بشكل عام وأسهمت في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، فقد وجدت التقييمات - سواء الداخلية أو تلك التي تقودها الجهات المانحة - أن تصنيفات الفعالية والكفاءة كانت أعلى بشكل ملحوظ للمشاريع الحديثة، والتي تأتي في إطار النهج البرنامجي لمركز التجارة الدولية. والثانية أن العملاء وأصحاب المصلحة يشعرون بأن مركز التجارة الدولية يتمتع بميزة نسبية في تقديم خدمات الدعم للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة (MSMEs) لتدويل أنشطتها، ولا سيما للأعمال التجارية في أسفل الهرم الاجتماعي الاقتصادي. وفي نتيجة ذات صلة، أكدت التقييمات أن مؤسسات دعم التجارة والاستثمار (TISIs) تلعب دوراً حاسماً، ليس فقط كشركاء تنفيذيين، ولكن في ضمان استمرار تأثيرات إسهامات مركز التجارة الدولية ومضاعفتها لفترة طويلة بعد إغلاق المشاريع.

خارطة الاستدامة: أحدث منصات مبادرة التجارة من أجل التنمية المستدامة (T4SD)

خارطة الاستدامة (www.sustainabilitymap.org) هي المنصة الجديدة التي تمكن الشركات في مختلف أنحاء العالم من التجارة بشكل أكثر استدامة. تم إطلاق البرنامج في أكتوبر 2017، ويستند إلى العمل السابق لمبادرة T4SD منذ عام 2009 لتطوير خارطة المعايير، وهي مستودع عام للمعلومات حول معايير الاستدامة الطوعية، ومدونات السلوك، والمبادئ التوجيهية الدولية.

بالإضافة إلى قاعدة البيانات هذه، والتي تزود الشركات والقطاع العام والمستهلكين وغيرهم من الجهات الفاعلة في سلاسل القيمة بفهم أفضل لتلك المعايير، تقدم خارطة الاستدامة معلومات عن اتجاهات السوق والارتباطات بمواد التدريب والمعارض التجارية ذات الصلة بالمعايير. كما تسمح للشركات بعرض الممارسات المستدامة لديها والاتصال بشركاء الأعمال المحتملين. بحلول أوائل 2018، قامت أكثر من 50,000 شركة بإعداد ملفات تعريفية على شبكة خارطة الاستدامة. يعمل مركز التجارة الدولية في آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية للاستفادة من المنصة في ربط تعاونيات المنتجين بالمشتريين الدوليين.



في عام 2017 وأوائل عام 2018، أكملت وحدة التقييم المستقلة تقييماتها لاثنتين من خدمات مركز التجارة الدولية لجعل التحريات الرئيسية عن التجارة والأسواق بشأن معايير الاستدامة الطوعية والتدابير غير الجمركية (NTMs) متاحة مجاناً كمنافع عامة عالمية. أسفرت التقييمات عن دروس مفيدة حول كيفية موضعة خدمات مركز التجارة الدولية للمعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق في المستقبل.

ووجد تقييم عمل مركز التجارة الدولية في مجال تسليط الضوء على التدابير غير الجمركية التي تواجهها الأعمال التجارية في مختلف أنحاء العالم أن البرنامج قد ساهم في تعزيز قدرات شركات المسح الوطنية لإجراء مسوحات متعمقة حول التدابير غير الجمركية والمواضيع ذات الصلة، وكذلك لزيادة قدرتها على تحليل جودة البيانات. كما أشار التقييم إلى السبل التي يمكن بها لمركز التجارة الدولية أن يدعم أثر عمله فيما يتعلق بالتدابير غير الجمركية. على سبيل المثال، اقترح التقييم قيام المركز بالمزيد من أجل نقل المعرفة بشأن المسوحات وتحليل البيانات بشكل منهجي إلى المستفيدين المستهدفين المعتادين من خدماته مثل واضعي السياسات، ومؤسسات دعم التجارة والاستثمار، والأكاديميين. ووجد أن إشراك جميع أصحاب المصلحة على نحو أكمل سيساعدهم في تنسيق الإجراءات لإزالة العقبات التجارية ذات الصلة بالتدابير غير الجمركية. وذكر التقييم أيضاً أن إشراك بلدان متعددة، بدلاً من بلد واحد فقط، في مناقشة تدابير غير جمركية محددة مسبقاً قد يُمكن أصحاب المصلحة من معالجة الآثار السلبية للتدابير غير الجمركية على نحو أفضل، خاصة في حالة الدراسات المسحية التي تشمل نطاقها منطقة بأكملها، كما هو الحال في البلدان العربية.

أكد تقييم مشروع التجارة من أجل التنمية المستدامة (T4SD) أن المشروع نجح في بناء مستودع عالمي مرجعي يغطي حوالي 240 معيار استدامة طوعي في أكثر من 80 قطاعاً و 180 بلداً لمساعدة الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في البلدان النامية في الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالمعايير التي يمكنها فتح الأبواب أمامها للوصول إلى الأسواق المتخصصة المربحة في الخارج. أصبح المنتدى السنوي للتجارة من أجل التنمية المستدامة (T4SD) محل تقدير كبير على ساحة المعايير الطوعية.

وفيما يتعلق بالمستقبل، ذكر التقييم أنه، مع نضوج مبادرة التجارة من أجل التنمية المستدامة، ينبغي أن تتمثل الأولويات الرئيسية في مواصلة تحسين الخدمات الأساسية - أي الشفافية لمعايير الاستدامة الطوعية وتسهيل عملية استخدام المعلومات في النظام - مع تنفيذ استراتيجيات أكثر فعالية للتوجيه. كما دعا التقييم إلى تعميم عمل مبادرة التجارة من أجل التنمية المستدامة عبر محافظة خدمات المساعدة الفنية والاستشارية التي يقدمها مركز التجارة الدولية، مثلاً من خلال المبادرات الهادفة لدعم الامتثال لمعايير الاستدامة.

تناول درس رئيسي آخر التوازن بين المصالح المتباينة للبلدان المتقدمة والنامية بشأن المعايير الطوعية للاستدامة. فبينما نشأت هذه التدابير تقليدياً في الشمال العالمي (رغم أن هذا الوضع يتغير حالياً)، فإن تكاليف الامتثال لها كان يتحملها في المقام الأول المنتجون في الجنوب. وذكر التقييم أن مشروع التجارة من أجل التنمية المستدامة ينبغي أن يُعلن صراحةً عن أن مركز التجارة الدولي محاور محاييد. كما أوصى التقييم بتعميم عمل مشروع التجارة من أجل التنمية المستدامة في خدمات بناء القدرات والخدمات الاستشارية التي يقدمها مركز التجارة الدولية.

نظرة عامة على الأوضاع المالية

الميزانية العادية

تقدم الأمم المتحدة ومنظمة التجارة العالمية مساهمات متساوية لتمويل الميزانية العادية لفترة سنتين، والتي تغطي تكاليف التشغيل بما في ذلك الرواتب والمصروفات العامة للموظفين. كما تُموّل الميزانية العادية أعمال البحوث والتطوير العامة بشأن تعزيز التجارة وتنمية الصادرات، وينتج عن جزء منها دراسات منشورة، ومعلومات السوق، والخدمات الإحصائية.

■ **38.42 مليون دولار أمريكي** من موارد الميزانية العادية توفرت لعام 2017، بما في ذلك الرصيد المُرحّل من عام 2016.

■ **38.18 مليون دولار أمريكي** سُجّلت كنفقات في 31 ديسمبر 2017، أي بمعدل تنفيذ قدره 99.4% من الموارد المتاحة.

وخلال فترة السنتين المالية 2016-2017، تم تخفيض الميزانية العادية لمركز التجارة الدولية بالفرنك السويسري عدة مرات بسبب تفاعل إجراءات الميزانية للمنظمتين الأم للمركز: الأمم المتحدة ومنظمة التجارة العالمية. تدير الأمم المتحدة برنامج ميزانية لفترة سنتين بالدولار الأمريكي، والذي يتضمن منهجية "إعادة تقدير التكاليف" التي تسمح بتعديلات في الميزانية على أساس تغيرات أسعار الصرف، والتضخم، وغير ذلك من المعايير. بينما تدير منظمة التجارة العالمية ميزانية لفترة سنتين تستند إلى الفرنك السويسري، ولا تسمح بتعديلات نتيجة إعادة تقدير التكاليف خلال فترة السنتين. تعني القاعدة التي تنص على مساهمات متساوية في الميزانية العادية للمركز من كل من منظمتيه الأم أن التسويات التخفيضية من جانب الأمم المتحدة نتيجة إعادة تقدير التكاليف ينبغي أن تواكبها منظمة التجارة العالمية، في حين لا يتسنى تنفيذ التعديلات التصاعدية من جانب الأمم المتحدة حيث لا يمكن لمنظمة التجارة العالمية مواكبتها. تؤثر هذه التغييرات بشكل كبير على إدارة مركز التجارة الدولية لموارد. يواصل مركز التجارة الدولية ومنظمة التجارة العالمية والأمانة العامة للأمم المتحدة العمل معاً للتوصل إلى ترتيبات تكفل عدم تغيير ميزانية المركز بالفرنك السويسري بسبب إعادة تقدير التكاليف.

يُموّل عمل مركز التجارة الدولية من خلال عنصرين رئيسيين: الميزانية العادية (RB) والتي تتحملها بالتساوي كلٌّ من الأمم المتحدة (UN) ومنظمة التجارة العالمية (WTO) وتُقرّر مرة كل عامين، والأموال من خارج الميزانية (XB) التي تأتي من المساهمات الطوعية التي تقدمها الدول الأعضاء، والمنظمات متعددة الأطراف، وكيانات القطاع الخاص، والمصادر الأخرى، والتي غالباً ما تغطي عدة سنوات. تُدرج تكاليف دعم البرامج (PSC) ضمن العنصر الثاني؛ وتُحدّد هذه الميزانية سنوياً من خلال خصم من الأموال من خارج الميزانية (XB).

البيانات المالية الرئيسية لعام 2017

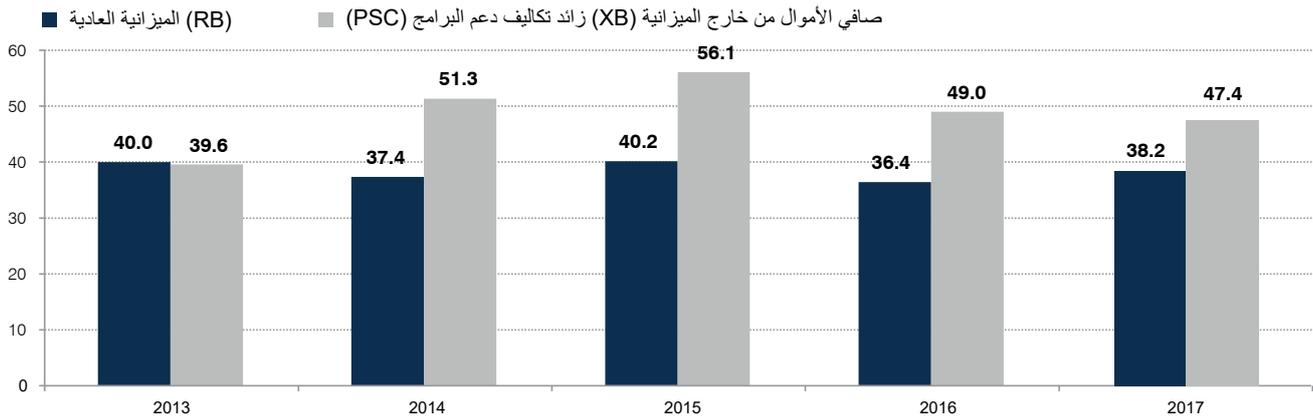
■ **102.48 مليون دولار أمريكي** هي القيمة الإجمالية للاتفاقات الجديدة خارج الميزانية والموقعة في عام 2017 لمشاريع تمتد حتى عام 2022.

■ **122.75 مليون دولار أمريكي** توفرت كموارد إجمالية بما في ذلك الرصيد الافتتاحي البالغ 29 مليون دولار أمريكي و 93.75 مليون دولار أمريكي من مساهمات جديدة. وتشمل هذه الموارد التمويل متعدد السنوات والمنح المخصصة لعام 2017.

■ **93.75 مليون دولار أمريكي** تم تلقيها كتبرعات إجمالية؛

■ **89.76 مليون دولار أمريكي** هي إجمالي النفقات التراكمية

كان إجمالي النفقات في عام 2017 أقل بقليل من العام السابق. وارتفعت نفقات الميزانية العادية بمبلغ 1.77 مليون دولار أمريكي لتصل إلى 38.18 مليون دولار أمريكي. بلغ إجمالي النفقات من خارج الميزانية على المساعدات الفنية، وبناء القدرات، والتحريات عن الأسواق 46.24 مليون دولار أمريكي (صافى 42.09 مليون دولار أمريكي)، أي أقل منها في عام 2016 بنسبة 3% تقريباً. وبلغت نفقات تكاليف دعم البرامج 5.34 مليون دولار أمريكي، بانخفاض طفيف قدره 0.87 مليون دولار أمريكي.



عند القياس بالنفقات الدلارية، رسّخ مركز التجارة الدولية في عام 2017 المساعدات الفنية التي يقدمها عند مستويات مماثلة للعام السابق، حيث بلغ إجمالي النفقات من خارج الميزانية 46.24 مليون دولار أمريكي.

في نهاية عام 2017، توفر لدى مركز التجارة الدولية مبلغ 31.57 مليون دولار أمريكي من الموارد من خارج الميزانية للترحيل للعام التالي. وبالإضافة إلى ذلك، تنص اتفاقات التمويل المُوقَّعة على مدفوعات مقبلة تبلغ 105.90 مليون دولار أمريكي لأنشطة البرامج في عام 2018 وما بعده.

تم في عام 2017 تدقيق إدارة مركز التجارة الدولية للأموال غير المخصصة (النافذة 1) من قِبَل مكتب خدمات الرقابة الداخلية (OIOS) في الأمم المتحدة ضمن خدمات المراجعة الدورية. كان الهدف من هذه المراجعة تقييم مدى كفاية وفعالية عمليات الحوكمة، وإدارة المخاطر، والتحكم لدى مركز التجارة الدولية فيما يتعلق بإدارة واستخدام هذه الأموال. شملت المراجعة الفترة من يناير 2015 إلى يونيو 2017 وتضمنت مراجعة علاقات جمع الأموال والجهات المانحة؛ وتخطيط واستخدام أموال النافذة 1؛ والرصد والإبلاغ. وخلصت عملية المراجعة إلى وجود ترتيبات ملائمة لمراجعة واعتماد مخصصات النافذة 1 وكذلك بالنسبة للإبلاغ للجهات المانحة وإدارة العلاقات مع المانحين. وأظهر الاستعراض الذي أجري لعينة من النفقات توافقاً كافياً مع المشاريع والأنشطة المعتمدة. كما وجدت المراجعة أن مركز التجارة الدولية قد استخدم أموال النافذة 1 لتطوير الخبرات والأدوات وإثبات النتائج في مجالات جديدة للعمل قام المركز فيما بعد بدعمها بأموال مخصصة. تلقى مركز التجارة الدولية توصيات لتعزيز إدارة ورصد المخاطر؛ وقد تبني المركز هذه التوصيات وجاري تنفيذها.

في عام 2017، قامت منظمة التجارة العالمية وهيئات الميزانية التابعة للأمم المتحدة بمراجعة واعتماد الميزانية العادية لمركز التجارة الدولية للفترة 2018-2019 والتي بلغت 72,792,100 فرنك سويسري. وقد أعدت الميزانية وفقاً لقرار الجمعية العامة رقم 71/274 وامتثلت للتخفيضات التي فرضتها الأمم المتحدة، بما في ذلك تلك المتعلقة بالكفاءات المتوقعة من تنفيذ نظام برمجيات أوموجا لتخطيط موارد المؤسسة.

الأموال من خارج الميزانية

شمل إجمالي الموارد المتاحة في عام 2017 ما يلي:

■ 24.69 مليون دولار أمريكي مُرحَلة من عام 2016.

■ 53.13 مليون دولار أمريكي إجمالي التبرعات التي استُلمت في عام 2017.

على الرغم من المناخ العام للتمويل المحدود لبرامج التنمية الدولية، ضمن ITC في عام 2017 مبلغ 102.48 مليون دولار أمريكي من خلال اتفاقيات جديدة مع الحكومات المانحة والوكالات متعددة الأطراف والمؤسسات الدولية.

بلغت المساهمات في عام 2017 53.13 مليون دولار أمريكي، بقاعدة متنوعة نسبياً للتمويل: جاء 80% من التمويل من خارج الميزانية من 11 جهة تمويل ساهمت كلٌ منها بأكثر من مليون دولار أمريكي.

الجدول 1 حالة الموارد (إجمالي بالمليون دولار أمريكي) في 31 ديسمبر 2017

البيان	*الرصيد الافتتاحي	**صافي الإيرادات المقبوضة	النفقات	مجموع المبالغ النقدية في اليد
الميزانية العادية	2.17	36.25	38.18	0.24
تكاليف دعم البرامج	2.15	4.37	5.34	1.18
مجموع الموارد من خارج الميزانية	24.69	53.13	46.24	31.57
مجموع الموارد من خارج الميزانية، النافذة 1	2.04	8.99	8.14	2.88
مجموع الموارد من خارج الميزانية، النافذة 2	22.65	44.14	38.10	28.69
المجموع	29.00	93.75	89.76	32.99

* تم تعديل الرصيد الافتتاحي للميزانية العادية من 2.19 مليون دولار أمريكي إلى 2.17 مليون دولار أمريكي ولتكاليف دعم البرامج (PSC) من 2.14 مليون دولار أمريكي إلى 2.15 مليون دولار أمريكي.
** المساهمة الصافية، بما في ذلك المبالغ المُستزدة للمانحين (0.47 مليون دولار أمريكي)، باستثناء الفوائد والتحويلات إلى الاحتياطي التشغيلي.



إدارة الموارد البشرية

التدريب على الإدارة والقيادة

كجزء من مبادرة تهدف إلى تحقيق إمكانات القيادة وتطوير الامتياز الإداري، أجرى مركز التجارة الدولية سلسلة من الاستعراضات الفردية للموظفين شملت المديرية التنفيذية، ونائبة المديرية التنفيذية، وكبار مسؤولي الإدارة المباشرة، والمسؤول الرئيسي عن الموارد البشرية. وبعد إجراء الاستعراضات، قام فريق إدارة الموارد البشرية في مركز التجارة الدولية بتطوير برنامج من الدورات التدريبية للقيادة والإدارة مفصلة خصيصاً وقدمها لأفراد مختارين. حضر تسعة عشر من موظفي مركز التجارة الدولية (10 منهم من النساء) واحدة من الدورات التالية:

- القيادة والمرأة والأمم المتحدة
 - قادة الأمم المتحدة الناشئون
 - برنامج التنمية المُعجل للمدراء في المنظمات الدولية
- كانت ردود الفعل على الدورات إيجابية بشكل عام من المشاركين والمشرفين عليهم، الذين أبلغوا أيضاً عن تحسن أداء أعضاء الفريق الذين حضروا إحدى الدورات التدريبية.

التوظيف والاختيار والرضا

عمل فريق إدارة الموارد البشرية في مركز التجارة الدولية طوال عام 2017 لنقل عملية التوظيف والاختيار بعيداً عن الالتزام الروتيني بالاختبار القائم على الكفاءة وباتجاه نظام يتضمن استخدام اعتبارات الذكاء العاطفي (EI) في احتياجات التوظيف المستقبلية، بدءاً بالمناصب الإدارية والقيادية. تلقى العديد من أعضاء فريق الموارد البشرية في مركز التجارة الدولية تدريباً على نظام EQ-i، والذي يمثل أداة مُثبتة علمياً ومبنية على أساس تجريبي لقياس الذكاء العاطفي. يُعد استخدام اختبار EQ-i بتحقيق زيادات ملموسة في الكفاءة والإنتاجية والرضا الوظيفي والرفاه الشخصي لموظفي مركز التجارة الدولية مع انخفاض التكاليف التي تتحملها المؤسسة نتيجة تبديل الموظفين. نُجزي التجارب المتعلقة بذلك حالياً، وعلى اقتراض استمرار النجاح، سيتم نشر النظام الجديد المبني على الذكاء العاطفي بالكامل في عام 2018.

أظهر المسح السنوي الثاني لمشاركة الموظفين في مركز التجارة الدولية زيادة بنسبة 22% في المشاركة، بالإضافة إلى تحسينات في مجالات مثل رفاه الموظفين (بزيادة 2.4% في معدل الرضا)، وتبادل المعلومات والاتصالات (بزيادة 2.7%)، والإنصاف (بزيادة 2.5%).

تمثلت الأولويات العليا لفريق إدارة الموارد البشرية التابع لمركز التجارة الدولية في عام 2017 في مواصلة العمل نحو تحقيق المساواة بين الجنسين؛ وتنظيم ممارسة لتقييم المواهب يتبعها تدريب على القيادة لأفراد مختارين؛ والتحول نحو دمج اعتبارات الذكاء العاطفي في عملية التوظيف.

المساواة بين الجنسين

تم الاعتراف على نطاق واسع بعمل مركز التجارة الدولية بشأن المساواة بين الجنسين على نطاق منظومة الأمم المتحدة على أنه تقدمي ومبتكر. وتعهدت المديرية التنفيذية لمركز التجارة الدولية بالوصول إلى التكافؤ بين الجنسين في معظم المستويات المهنية بحلول عام 2020، مع تحقيق التكافؤ في المستوى P5 بحلول عام 2023. وشهد عام 2017 ارتفاع نسبة المهنيات من النساء في الفئة P5 إلى 24%، أي بزيادة 6.1 نقطة مئوية مقارنةً بعام 2015.

وحقق مركز التجارة الدولية تقدماً كبيراً في إطار خطة العمل على نطاق منظومة الأمم المتحدة بشأن المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة (UN-SWAP). كما استوفى المركز المتطلبات أو تجاوزها لـ 12 من المؤشرات الخمسة عشر للخطة مقارنةً بـ 8 مؤشرات في عام 2014. في ثمانية من المعايير، حصل مركز التجارة الدولية على أعلى التصنيفات الممكنة مقارنةً بمعيار واحد فقط في عام 2014.

وقد أشار الأمين العام للأمم المتحدة أنطونيو غوتيريس إلى مركز التجارة الدولية باعتباره "نموذجاً" لمبادراته في المساواة بين الجنسين. وفي استراتيجية غوتيريس بشأن النوع الاجتماعي، استندت الأهداف المتداخلة الطموحة للمركز المصحوبة بالمساعدة والتدابير الداعمة والإسقاطات الإحصائية الإشادة بها بصفة خاصة كنهج مرغوب فيه. تستشهد وثيقة الاستراتيجية بمركز التجارة الدولية "كمثالٍ آخر لكيان يسير على الطريق الصحيح للتغيير السريع والتحويلي".

لايتيتيا يونلين
مستشارة برامج مشاركة،
مكتب أفريقيا
(بوركينافاسو)



بدأت العمل في مركز التجارة الدولية كمتدربة للترويج لـ "فاسكو دانفاني" ذلك النسيج القطني الذي يُنسج يدوياً ويرمز لبليدي بوركينافاسو. كان كسر الحواجز عن طريق ربط أفضل مهارات الحرف اليدوية في بوركينافاسو بصناعة الأزياء العالمية أمراً ملهماً. لقد عمق ذلك نظرتي إلى التجارة كمحرك للتنمية الاقتصادية العالمية. إننا نرى الآن بشكل متزايد البلدان النامية التي تُسخر هذا الاتجاه. ومن الأمور المُحفزة معرفة أن مركز التجارة الدولية قد لعب دوراً كبيراً في ذلك!

كيونجهون آه
خبير أول،
المعلومات التجارية والتجاريات عن
الأسواق
(جمهورية كوريا)

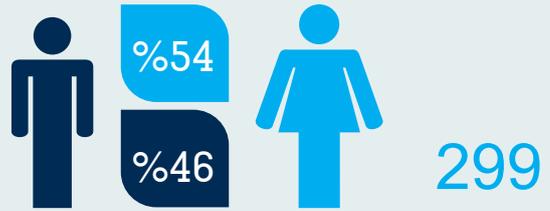


تشمل وظيفتي إدارة وتحسين خارطة المشتريات، وهي إحدى أدوات المعلومات التجارية والتجاريات عن الأسواق في مركز التجارة الدولية. لقد أتاح لي العمل في مركز التجارة الدولية فرصة كبيرة للمساهمة في تحسين الشفافية في سوق المشتريات الدولية، وهو أمر ذو قيمة خاصة للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة. ومما تقّر به العين رؤية كيف يدعم مركز التجارة الدولية الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة من أجل تحسين قدراتها التنافسية على الصعيد الدولي. إنه لمن دواعي سروري العمل مع زملائي الكرام والرائعين في مركز التجارة الدولية.

إنجريد كولونا
مسؤولة الشؤون الاجتماعية،
المجتمعات الفقيرة
والتجارة
(فرنسا)

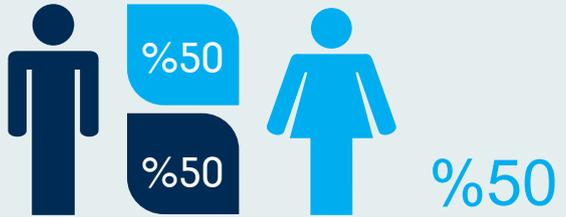


بدأت العمل في مركز التجارة الدولية كمستشارة للمبادرة الأخلاقية للأزياء (EFI) في غانا، ثم عملت بعد ذلك مع فروع المبادرة في بوركينافاسو وإثيوبيا ومالي. كان كل مشروع فرصة عظيمة لاكتشاف سلسلة قيمة جديدة مع مجموعة من التحديات وأصحاب المصلحة، وفرصة كبيرة للنمو كشخص وكمهني وفي نفس الوقت مقابلة أشخاص رائعين والمساهمة في مهمة ملهمة للغاية! أنا الآن مسؤولة عن تنفيذ امتثال فروع مبادرة EFI للأنظمة العمالية والبيئية، وتتبع المنتجات وقياس التأثير. أشعر أن مركز التجارة الدولية وفر لي فرصة كبيرة للتقدم وأنا ممتنة لذلك!



يمثل الموظفون 83 جنسية

(كانت عمليات التوظيف لـ 42 وظيفة إضافية جارية في نهاية عام 2017)



من مسابقات التوظيف لمدة محددة فازت بها نساء



استشاريون ومقاولون منفردون
(من 114 بلداً)



من المسابقات على المستوى المهني أو أعلى فاز بها مرشحون من بلدان نامية أو أقل نمواً

111

موظفاً من الاقتصادات النامية أو التي تمر
بمرحلة انتقالية

19

موظفاً من البلدان الأقل نمواً

الاتصال والتواصل

الصادرات، ومنشوراته مثل النظرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة و حالة الأسواق المستدامة. وارتبط برنامج "البوصلة التجارية" التابع لمركز التجارة الدولية، وهو برنامج فيديو إخباري حول التجارة والتنمية، بأنشطة المركز الرئيسية التي تغطي موضوعات مثل الهجرة، والشباب، والتجارة الرقمية للشركات الصغيرة.

توجيه المنشورات لجمهور محدد

ظلت منشورات مركز التجارة الدولية البحثية الموجهة نحو السياسات بارزة للعيان بدرجة كبيرة في عام 2017، حيث بلغ عدد تنزيلات 44 مطبوعة جديدة على الإنترنت مع المجموعة الموجودة سابقاً 34,421 مرة. لا تزال النشرات الأكثر تنزيلاً من على الإنترنت هي دليل مركز التجارة الدولية للبن، و النظرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة والعقود النموذجية للشركات الصغيرة. انضم حديثاً إلى قائمة المنشورات الناجحة الأكثر تنزيلاً التقرير السنوي حالة الأسواق المستدامة الذي يوجز البيانات الخاصة بمناطق الإنتاج، وحجمه، والمنتجين لـ 14 معيار استدامة رئيسي عبر منتجات الموز والكافو والبن والقطن وزيت النخيل وفول الصويا وقصب السكر ومنتجات الشاي والحراجه. ويستند التقرير إلى شراكة مع معهد البحوث للزراعة العضوية والمعهد الدولي للتنمية المستدامة.



في عام 2017 واصل مركز التجارة الدولية رفع مستوى أعماله لدعم التجارة الشاملة من خلال الاشتراك مع وسائل الإعلام المؤثرة في البلدان المستفيدة والممولة، مع وجود نشاط على شبكات التواصل الاجتماعي.

زادت التغطية الصحفية لمركز التجارة الدولية بنسبة 27% خلال العام السابق حيث دُكر في وسائل الإعلام 6,413 مرة. تم تغطية مبادرات مركز التجارة الدولية في وكالات الأنباء العالمية، وكذلك في وسائل الإعلام الإقليمية والوطنية. تظهر بيانات التجارة بشكل بارز في البصمة الإعلامية لمركز التجارة الدولية، حيث تستخدم مصادر الأخبار العالمية مثل رويترز، وبلومبرغ، وفاينانشال تايمز، ووسائل الإعلام الوطنية في عشرات البلدان الأرقام من أدوات المعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق لتسليط الضوء على الحقائق في تقاريرها التجارية.

كما استخدم مركز التجارة الدولية الصحافة لتوصيل رسالته الخاصة بشكل مباشر: فقد أجرت المديرية التنفيذية لمركز التجارة الدولية 165 مقابلة مع منظمات إعلامية من مختلف أنحاء العالم بالإضافة إلى نشر 15 مقالة رأي في الصحف.

تلقى موقع مركز التجارة الدولية على الإنترنت 3.5 مليون مشاهدة لصفحاته في عام 2017، عبر ما يزيد على 1.8 مليون جلسة مستخدم، مع ارتفاع كلا الرقمين بنسبة 3% تقريباً عن العام السابق. تم التعرف بإنجازات مشاريع مركز التجارة الدولية من خلال نحو 91 قصة إخبارية و 71 بيان صحفي وتقرير إعلامي تلقت ما يقرب من 120,000 مشاهدة. تلقت النسخة الإلكترونية من نشرة مركز التجارة الدولية، المنتدى الدولي للتجارة، التي تصدر كل ثلاثة أشهر 255,000 صفحة مشاهدة خلال العام.

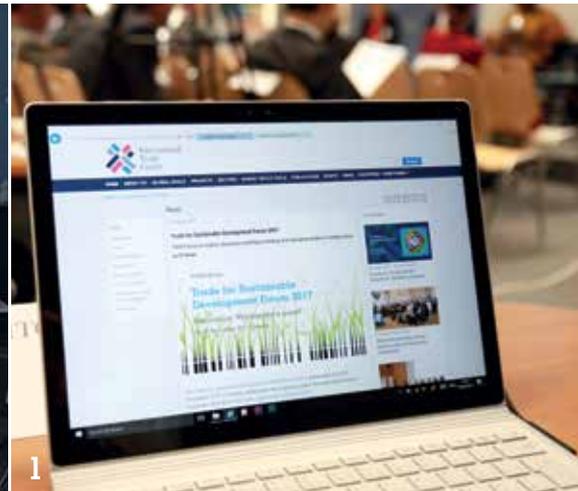
استمر مركز التجارة الدولية في مضاعفة جهوده للوصول إلى جمهور أوسع من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، مع تخصيص الوقت والاهتمام لتطوير المواد السمعية والبصرية لإشراك المتابعين من خلال أخبار المشاريع والفعاليات والمنشورات. بدأ المركز بث الفعاليات الرئيسية على موقع فيسبوك للبحث الحي، واستثمر في أدوات جديدة لقياس وتوسيع أثره على شبكات التواصل الاجتماعي. وخلال عام 2017، وسع الحساب الرئيسي للمركز على تويتر (@ITCNews) من نطاق انتشاره بأكثر من 28% ليصل إلى 21,160 متابع. توسعت شبكة لينكد إن لمركز التجارة الدولية بأكثر من 14% لتصل إلى 24,930 ارتباط. وعلى فيسبوك، ارتفع عدد متابعي مركز التجارة الدولية إلى ما يقرب من الضعف ليصل إلى 21,160. وقد ساعدت الحملات التي تعتمد على مقاطع الفيديو والرسومات البيانية على شبكات التواصل الاجتماعي على جذب الانتباه إلى مبادرات مركز التجارة الدولية مثل مبادرة التجارة النسائية SheTrades، والفعاليات التي ينظمها مثل المنتدى العالمي لتنمية



3



2



1

1. منتدى التجارة للتنمية المستدامة، جنيف
2. إجراء مقابلة مع زميلة مؤسسة مورا إبراهيم بمركز التجارة الدولية لعام 2017-2018
3. حملة اليوم العالمي للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على شبكات التواصل الاجتماعي

ساعد تجميع منشورات مركز التجارة الدولية في مجموعات مواضيعية حول فعاليات مختارة على جذب انتباه رجال الأعمال والمسؤولين الحكوميين والباحثين ووسائل الإعلام إلى منشورات مركز التجارة الدولية.

ركزت الطبعة الثالثة من التقرير السنوي الرائد لمركز التجارة الدولية النظرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة لعام 2017 على التكامل الاقتصادي الإقليمي، حيث تناولت التوصيات للشركات، ومؤسسات دعم التجارة والاستثمار، وواضعي السياسات حول أفضل السبل لتمكين الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة من الارتباط بسلاسل القيمة الإقليمية كنقطة انطلاق نحو الأسواق العالمية. وشملت الموضوعات الأخرى التي تناولتها منشورات مركز التجارة الدولية في عام 2017 السياحة؛ وفرص التجارة الإلكترونية المتاحة للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في الصين والأسواق الناشئة الكبيرة الأخرى؛ والدراسات المسحية عن الإجراءات غير الجمركية في بلدان نامية مختارة؛ وإدارة الجودة؛ والقدرة التنافسية للشركات الصغيرة المملوكة للنساء.



1.8 مليون

زائر لموقع المركز على الإنترنت
(3% زيادة عن عام 2016)

3.5 مليون

مشاهدة لصفحات على موقع المركز
على الإنترنت
(3% زيادة عن عام 2016)



6 413

عدد المرات التي ذُكر
فيها المركز في وسائل الإعلام
(زيادة 27% عن عام 2016)

34 421

تنزيل المنشورات من الإنترنت



المتابعون عبر شبكات التواصل
الاجتماعي (نسبة الزيادة عن عام 2016)



108%

28%

14%

فيسبوك

تويتر

لينكد إن

الفعاليات البارزة لمركز التجارة الدولية

يوم الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة لعام 2017: أعمال تجارية صغيرة، أثر كبير

عالمي، 27 يونيو

استحدثت الأمم المتحدة هذا الحدث الدولي الجديد لزيادة الوعي العام بأهمية الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في النمو الاقتصادي الشامل والتنمية الدولية. وبصفته الوكالة المختصة بقيادة اليوم العالمي للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة ضمن أسرة الأمم المتحدة، استضاف مركز التجارة الدولية وشركاؤه فعاليات في جنيف ونيويورك للدعوة إلى زيادة الدعم لتلبية احتياجات وشواغل الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة. واستخدمت الحكومات وكبار قادة الأمم المتحدة هذه الفعاليات للاعتراف بالدور الرئيسي لتلك الشركات في خلق فرص العمل وتحقيق خطة التنمية المستدامة لعام 2030.

مركز التجارة الدولية في المراجعة العالمية السادسة لمبادرة المعونة من أجل التجارة

جنيف، 11-13 يوليو

في المراجعة العالمية السادسة لمبادرة المعونة من أجل التجارة لمنظمة التجارة العالمية، نظم المركز فعاليات لتسليط الضوء على دعم محاولة غامبيا لاستخدام التجارة لدفع التنمية في أعقاب الانتقال السياسي في البلد. وتقاسم خبراء مركز التجارة الدولية الأمثلة على أثر المشروع في مجال السياحة؛ والتمكين الاقتصادي للنساء واللاجئين؛ وإلغاء الطابع السلعي؛ وتعزيز سلاسل التوريد المستدامة؛ وتحقيق التكامل الإقليمي. كما استحدث مركز التجارة الدولية خارطة إمكانات التصدير، وهي أداة جديدة لاستخدام البلدان والشركات التي تسعى إلى تنويع التجارة وتوسيعها.

معرض مبادرة التجارة النسائية العالمية SheTrades Global لعام 2017

اسطنبول، 23-24 فبراير

استكشفت رائدات الأعمال في معرض مبادرة التجارة النسائية العالمية SheTrades Global (معرض ومندى الموردين من النساء WVEF سابقاً) فرص الأعمال في أكثر من 1000 اجتماع ثنائي مع المشترين بما في ذلك ديلويت؛ وبنك غارانتني؛ وجنرال إلكتريك؛ وشركة بروكتر أند غامبل؛ والشركات التركية التابعة لشركات الألبانز ومرسيدي-بنز وميكروسوفت. كما تلقت رائدات الأعمال من النساء تدريباً من شركاء مثل أكسا للتأمين، وديلويت، وبنك غارانتني، ومؤسسة التمويل الدولية، وشركة سيدلي أوستن للمحاماة. وكان من الفعاليات البارزة في هذا الحدث مسابقة تحدي WVEF للاستثمار، وقد فازت بجائزتها شركة سكايلون جلوبال في كينيا، وهي شركة ناشئة تقودها النساء أنتجت تطبيقاً لربط الناس بمقدمي الرعاية الصحية.

المنتدى الدولي المعني بالمرأة والتجارة

بروكسل، 20 يونيو

شاركت المديرية التنفيذية لمركز التجارة الدولية والمفوض الأوروبي للتجارة معاً في استضافة المنتدى الدولي المعني بالمرأة والتجارة لتحفيز الدعم لسياسة تجارية شاملة ولمبادرة التجارة النسائية SheTrades. وقد جمع هذا التجمع الأول من نوعه ما بين الوزراء والبرلمانيين وممثلي المجتمع المدني والرؤساء التنفيذيين من أكثر من 30 بلداً لتحديد الاستراتيجيات والإجراءات لمعالجة التحديات التي تواجه النساء في التجارة الدولية.



2



1



4



3

1. المراجعة العالمية السادسة لمبادرة المعونة من أجل التجارة، جنيف 2. المنتدى العالمي لتنمية الصادرات، بودابست 3. منتدى التجارة للتنمية المستدامة، جنيف 4. معرض مبادرة التجارة النسائية العالمية SheTrades Global لعام 2017، اسطنبول

منتدى التجارة للتنمية المستدامة

جنيف، 25-27 سبتمبر

في المنتدى السنوي الرابع للتجارة من أجل التنمية المستدامة، بحث ممثلو الشركات الخاصة، والحكومات، ومنظمات المعايير، والمنظمات الدولية نماذج جديدة للتعاون من أجل تحقيق أهداف الاستدامة. وقد تم إطلاق المنصة الجديدة "خارطة الاستدامة" لمركز التجارة الدولية في هذه المناسبة.

المنتدى العالمي لتنمية الصادرات (WEDF) لعام 2017

بودابست، 25-26 أكتوبر

في الدورة السابعة عشر من المنتدى العالمي لتنمية الصادرات، استكشف أكثر من 600 مندوب من 65 بلداً كيفية جعل التجارة تعمل لصالح الـ 99% من البشر، مع التركيز على تحسين الوصول إلى التجارة الرقمية؛ ودمج الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في سلاسل القيمة الإقليمية؛ وتشجيع الابتكار والحلول المستدامة بيئياً؛ والانتقال من الزراعة إلى الأعمال التجارية الزراعية. وتضمنت هذه الفعالية، التي استضافتها وزارة الشؤون الخارجية والتجارة المجرية، اجتماعات للتوفيق بين الأعمال التجارية والتي أسفرت عن تدشين

شركات جديدة وريادات تجارية في قطاع التجهيز الزراعي. أحرزت الشركة الغانية AgroCenta قصب السبق في مسابقة جديدة لأصحاب المشاريع من الشباب، وقد وصلت الشركة نجاحها لتفوز في مسابقة عالم نجوم التمويل الأولي (Seedstars World) لعام 2018 للشركات الناشئة في الأسواق الجديدة.

مركز التجارة الدولية في المؤتمر الوزاري لمنظمة التجارة العالمية

بوينس آيرس، 11-14 ديسمبر

من خلال شراكة مع أيسلندا وسيراليون والمناصرين العالميين بشأن النوع الاجتماعي، كان مركز التجارة الدولية أحد القوى الدافعة وراء إعلان المرأة والتجارة الذي اعتمده في بوينس آيرس أكثر من 120 عضواً في منظمة التجارة العالمية. تعهد الموقعون على الإعلان، الذي قِيم إلى رئيس المؤتمر الوزاري، بتحديد وإزالة الحواجز التي تحول دون إتاحة الفرصة للنساء في الاقتصاد العالمي. كما أطلق مركز التجارة الدولية أداتين جديدتين للمعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق، ومكتب المساعدة في التجارة العالمية، وبوابة القطن، بالإضافة إلى فرع الأرجنتين من مبادرة التجارة النسائية SheTrades وإصدار نسخة من خارطة الاستدامة باللغة الأسبانية.



الشراكة من أجل التنمية المُستدامة

المنظمات الدولية الحكومية

أطلق مركز التجارة الدولية منصة مكتب المساعدة للتجارة العالمية عبر الإنترنت ومنصة المعلومات التجارية والتجارات عن الأسواق لمنتجات القطن بالتعاون مع منظمة التجارة العالمية ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)

كما واصل المركز تعاونه مع الأونكتاد في التنفيذ المشترك لوابات معلومات تيسير التجارة في شرق أفريقيا.

افتتحت منظمة السياحة العالمية للأمم المتحدة (UNWTO) مكتب اتصال في جنيف داخل مباني مركز التجارة الدولية. يتيح العمل تحت سقف واحد لمركز التجارة الدولية ومنظمة السياحة العالمية تعزيز شراكتهما لتعظيم مساهمة قطاع السياحة في خطة التنمية المستدامة لعام 2030. في إطار مشروع تمكين الشباب في غامبيا، عمل مركز التجارة الدولية مع منظمة السياحة العالمية لتطوير وإطلاق منهج دراسي جديد يضم 12 وحدة تدريبية لمعهد غامبيا للسياحة والضيافة.

قام مركز التجارة الدولية والمنظمة الدولية للهجرة (IOM) بتطوير مشروع لمدة عامين في تركيا لتعزيز دمج السوريين الذين مُنحوا حماية مؤقتة في البلاد في أسواق العمل المحلية. سيعمل المشروع على تعزيز القدرة التنافسية للأعمال والتجارة للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، والتي تستهدف على وجه التحديد خلق فرص العمل وريادة الأعمال في المجتمعات التركيبية المضيفة.

تعاون كلٌّ من مجلس اللاجئين النرويجي (NRC) و مفوضية الأمم المتحدة السامية لشؤون اللاجئين (UNHCR) مع مركز التجارة الدولية لتنفيذ مبادرة توظيف اللاجئين وتحسين مهاراتهم في داداب، كينيا. تسخر المبادرة الحوافز القائمة على السوق لتعزيز فرص كسب العيش للاجئين من خلال تطوير سلاسل القيمة للقطاع مع تعزيز المجتمعات المضيفة.

في عام 2017، وسّع مركز التجارة الدولية من شراكاته مع مجموعة متنوعة من أصحاب المصلحة من القطاعين العام والخاص. ساعد هؤلاء الشركاء القيّمون مركز التجارة الدولية على التعامل بشكل أفضل مع مجموعة متنوعة من احتياجات العملاء. فعلى سبيل المثال، ساهمت المؤسسات الأكاديمية في التدريب على المهارات، وقدم الممولون الموارد المالية، وقام شركاء التنمية بدعم بناء القدرات، ودعمت الشركات الخاصة روابط السوق. وعزز كلٌّ منهم قدرة مركز التجارة الدولية على تحسين الأداء التجاري الدولي للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة.

داخل البلدان، يعمل مركز التجارة الدولية بنشاط مع فرق الأمم المتحدة القطرية للاستفادة من معرفتها المحلية ودعمها الإداري والوصول إلى صانعي القرار الرئيسيين.

وعلى صعيد السياسات، أسهم مركز التجارة الدولية في إعداد تقرير وحدة التفتيش المشتركة بعنوان ترتيبات الشراكة بين منظومة الأمم المتحدة والقطاع الخاص في سياق خطة التنمية المستدامة لعام 2030.



افتتاح مكتب الاتصال التابع لمنظمة السياحة العالمية في جنيف



1. طالبة تتصفح الإنترنت، داداب، كينيا، جميع الحقوق محفوظة لـ Chris Muturi-NRC. 2. مجموعة نساء وامو في هاجديرا، كينيا، جميع الحقوق محفوظة لـ Chris Muturi-NRC. 3. توقيع منكرة تفاهم مع أمانة التكامل الاقتصادي في أمريكا الوسطى

المؤسسات الوطنية الشريكة

تعمل مؤسسة ترويج التصدير والاستثمار في أذربيجان (AZPROMO)، وهي مبادرة مشتركة بين القطاعين العام والخاص أنشأتها حكومة أذربيجان، مع مركز التجارة الدولية لزيادة مساهمة القطاعات غير النفطية في اقتصاد أذربيجان من خلال "الشراكة الشرقية" التي يمولها الاتحاد الأوروبي. جاهز للتجارة - إحدى مبادرات برنامج الاتحاد الأوروبي لدعم الأعمال التجارية (EU4Business)

وقّع مركز التجارة الدولية مذكرة تفاهم مع الوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ) لتزويد الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في أوروبا والبلدان النامية بمجموعة من الأدوات لتنفيذ إدارة المخاطر المناخية وممارسة الأعمال المستدامة من خلال اختبار نهج الخبراء المناخي لدى GIZ في إطار شبكة الشركات التابعة للمركز.

كان المجلس الصيني لتعزيز التجارة الدولية (CCPIT) وصندوق تنمية الصين-أفريقيا شريكين رئيسيين في إطار مشروع الشراكة من أجل الاستثمار والنمو في أفريقيا (PIGA)، والذي واصل في عام 2017 مساعدته لإثيوبيا وكينيا وموزمبيق وزامبيا على تحقيق الفوائد الكاملة للاستثمار والتجارة الصينية في مجال تصنيع المنتجات الزراعية والقطاعات الخفيفة. كما عمل مركز التجارة الدولية مع مجلس CCPIT لتدريب الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة من أقل البلدان الآسيوية نمواً على ثقافة الأعمال الصينية لتعزيز قدرتها على التصدير إلى الصين.

بنى كلٌّ من مركز الحكومة الهولندية لتعزيز الصادرات من البلدان النامية (CBI) ومركز التجارة الدولية على علاقتهما طويلة الأمد. ففي مجال السياحة، قدّم مركز CBI ومركز التجارة الدولية خدمات استشارية للتسويق، والتميز التجاري للمنتجات، ودعم ترويج الصادرات لمشغلي الجولات السياحية في ولاية كاياه في ميانمار. وفي قطاعات تقنية المعلومات والخدمات المعتمدة عليها، عمل مركز التجارة الدولية ومركز CBI بشكل وثيق معاً وفي إطار المشاريع الأخرى لمركز CBI لإيجاد أوجه التنازر أمكن من خلالها الاستفادة من تحسين القدرات في بنغلاديش في تنفيذ المشاريع في كينيا وأوغندا.

المنظمات الإقليمية

واصل مركز التجارة الدولية تعاونه مع الأمانة العامة لاتفاق التجارة الحرة لأوروبا الوسطى (CEFTA) لمعالجة التداير غير الجمركية التي تعرقل التجارة داخل الكتلة.

يهدف تعاون المركز مع اللجنة الاقتصادية الأوروآسيوية بصورة رئيسية إلى المساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة للدول الأعضاء في الاتحاد الاقتصادي الأوروآسيوي من خلال خلق بيئة أعمال فعالة تعزز التجارة داخل الإقليم.

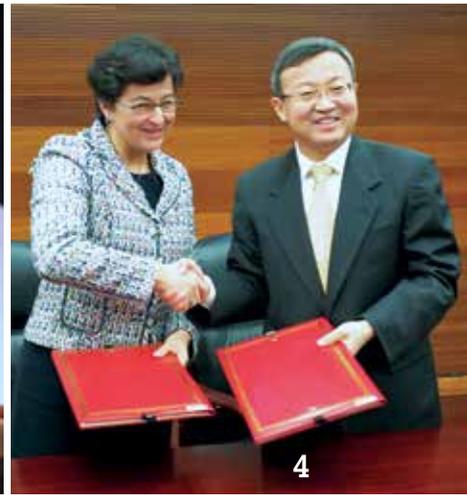
أقام مركز التجارة الدولية شراكة مع مفوضية المجموعة الاقتصادية لدول غرب أفريقيا (ECOWAS) لتدريب الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على الفرص التي توفرها اتفاقية منظمة التجارة العالمية لتسهيل التجارة في الدول الأعضاء في المجموعة.

واصل مركز التجارة الدولية تعاونه مع مجموعة بلدان أفريقيا والبحر الكاريبي والمحيط الهادي (ACP)، حيث عمل المركز مع الأمانة العامة للمجموعة لتنفيذ برنامج السلع لدول المجموعة - الاتحاد الأوروبي (ACP-EU) الذي يسعى إلى زيادة الإنتاج، والمعالجة، والتكامل الدولي مع الأسواق في سلسلة القيمة لقطاع جوز الهند في منطقة الكاريبي.

حققت شراكة مركز التجارة الدولية مع البنك الكاريبي للتنمية (CDB) سابقة جديدة في التعاون مع بنوك التنمية متعددة الأطراف. فقد عمل مركز التجارة الدولية بصفته مستشاراً بموجب عقد خدمات، وهي طريقة يمكن تطبيقها مع مقرضي مشاريع التنمية المحتملين الآخرين.

سمحت الشراكة مع أمانة التكامل الاقتصادي لأمريكا الوسطى (SIECA) لمركز التجارة الدولية بزيادة وجوده في أمريكا الوسطى. وقد اختتمت الشراكة، التي يعود تاريخها إلى عام 2012، مشروعاً للتكامل الإقليمي بقيمة 1.6 مليون دولار أمريكي في عام 2017، وقد تُسهم في مناقشات حول إنشاء منصة تجارة رقمية لأمريكا الوسطى.

ضمن شراكة مع التحالف من أجل ثورة خضراء في إفريقيا (ARGA) يعمل مركز التجارة الدولية لزيادة الإنتاجية والدخل للمزارعين من أصحاب الحيازات الصغيرة.



4. المديرية التنفيذية لمركز التجارة الدولية أرنشا جونزاليز ونائب وزير التجارة الصيني وانغ شواين يوقعان اتفاقية تعاون في بكين
5. باتريك جوميز، الأمين العام لمجموعة بلدان أفريقيا والبحر الكاريبي والمحيط الهادي (ACP)، في منتدى تنمية الصادرات العالمية لعام 2017
6. أرنشا جونزاليز تلقي بهونج بنج جاو، نائب رئيس شركة علي بابا

لدى مركز التجارة الدولي تعاون مستمر مع منصة مبادرة الزراعة المستدامة (SAI)، وهي مجموعة من شركات الأغذية والمشروبات اشتركت في تطوير تقييم لاستدامة المزرعة. تستخدم مجموعة SAI أداة خارطة الاستدامة التابعة لمركز التجارة الدولية لتعزيز وصول المزارعين والتعاونيات الزراعية إلى الأسواق في جميع أنحاء العالم.

وَقَّع مركز التجارة الدولية و الاتحاد الأوروبي لمصنعي الغذاء (FEFAC) مذكرة تفاهم لتطوير أداة قياس معيارية مخصصة لتقييم ومقارنة معايير وقواعد الاستدامة المطبقة في قطاع فول الصويا. يساعد تبني إرشادات اتحاد FEFAC بشأن الحصول على مصادر مستدامة الشركات على التخفيف من الأثر البيئية السلبية مثل إزالة الغابات.

واصل برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP) ومركز التجارة الدولية أعمال البرمجة المشتركة للتعاون القطري في أفغانستان بالتعاون مع الاتحاد الأوروبي.

وفي سريلانكا تعاون كل من المركز الاستشاري لقانون لمنظمة التجارة العالمية (ACWL) ومركز التجارة الدولية على تنفيذ نشاط تجربي لتعزيز القدرات المؤسسية لمعالجة سبل الانتصاف التجاري.

المؤسسات والجمعيات الخاصة

وسَّع كلُّ من مركز التجارة الدولية وشركة الخدمات اللوجستية DHL من نطاق تعاونهما لتمكين المزيد من الشركات الأفريقية من القيام بأعمال تجارية عبر الإنترنت. تم تصميم برنامج تدريبي عبر الإنترنت للارتقاء بجاهزية الخدمات اللوجستية للتصدير من خلال أكاديمية التجارة للشركات الصغيرة والمتوسطة التابعة لمركز التجارة الدولية بهدف بناء المهارات والكفاءات في مجال النقل، وإدارة المخازن، والوساطة الجمركية، وخدمات توزيع الميل الأخير. بالتعاون مع كل من شركة DHL وهيئات المعايير التابعة للقطاع الخاص، قام مركز التجارة الدولي بتقديم التدريب على ضمان الجودة والنقل اللوجستي للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة عالمياً.



مؤتمر التجارة الإلكترونية والبلدان النامية، معهد الدراسات العليا، جنيف



1-2. نظام جنيف 2030 الإيكولوجي - برنامج تسريع الابتكار



إنتاج المبادرة الأخلاقية للأزياء لشركة EDUN، بوركينا فاسو، جميع الحقوق محفوظة لـ ITC Ethical Fashion Initiative & Anne Mimault

ترأس مركز التجارة الدولية فريق العمل المعني بتقوية فريق نساء 20 (W20) الذي يمثل المشاركة الرسمية لمجموعة العشرين (G20) لتمكين المرأة اقتصادياً. أسفر هذا التعاون عن إصدار بيان W20 إلى قادة مجموعة العشرين. وقد اعتمدت مجموعة العشرين العديد من توصيات فريق W20 وأطلقت مبادرة لتمويل رائدات الأعمال (We-Fi) وفريق عمل من سيدات الأعمال المتقدّمات.

بدأ مركز التجارة الدولية تعاوناً جديداً مع صندوق **eco.business Fund** الذي يهدف إلى توفير التمويل للمؤسسات الشريكة المحلية في أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي لتعزيز الإنتاج والاستهلاك المستدامين. يوفر هذا التعاون الشفافية في الاستثمارات المستدامة التي تسهم في التنوع البيولوجي، وتخفيف المخاطر المالية، والحفاظ على الموارد الطبيعية.

دخل معهد شركة علي بابا للبحوث في شراكة مع مركز التجارة الدولية لتدريب الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة من الدول المتقدمة في شرق آسيا للوصول إلى سوق التجارة الإلكترونية الصينية.

يوصل برنامج المبادرة الأخلاقية للأزياء تصدّر جهود التعاون بين مركز التجارة الدولية وشركات الملابس والتصميم الدولية. **Vivienne Westwood** و **EDUN** و **MIMCO United Arrows** هي بعض الشركات التي تفتتح الأسواق للمنتجين الصغار من أفريقيا وآسيا - العديد منهم من النساء.

أبدت شركة **Noberasco**، وهي شركة إيطالية رائدة في قطاع الفواكه المجففة، اهتماماً كبيراً بالتعاون مع مركز التجارة الدولية لتطوير سوق الفواكه الاستوائية العضوية المجففة من سربلانكا. تُسهم الشركة في تطوير دراسة جدوى لإضافة القيمة في قطاع الفاكهة والخضروات في البلاد من خلال منحة لإعداد مشروع من مرفق تطوير التجارة والمعايير التابع لمنظمة التجارة العالمية. سيتم تنفيذ المشروع من قِبَل مركز التجارة الدولية وجمعية منتجي ومعالجي ومصدري الفواكه والخضروات في سربلانكا.



4



3

3. وفد مركز التجارة الدولية مع متدربين أفغان في مركز دراسات منظمة التجارة العالمية، نيودلهي. 4. يوم جنيف للابتكار للأهداف العالمية، جنيف

المعاهد الأكاديمية وفرق التفكير

تعاون كلٌّ من مجموعة **Evian** ومركز التجارة على تيسير الحوار بين أصحاب المصلحة المتعددين بشأن قضايا التجارة العالمية لتعزيز قيادة الفكر والتلاقح المثمر بين وجهات النظر.

دخل كلٌّ من مركز دراسات منظمة التجارة العالمية التابع للمعهد الهندي للتجارة الخارجية ومركز التجارة الدولية في شراكة طويلة الأجل تهدف إلى بناء القدرات في مجال السياسات التجارية بوزارة التجارة والصناعة الأفغانية.

في سريلانكا، عمل مركز التجارة الدولية مع معهدين وطنيين للتدريب، معهد الدراسات العليا في الإدارة بجامعة سريلانكا والمعهد الوطني للصادرات (NIOE) لإدراج سياسات التجارة ودورات تيسير التجارة في المناهج الدراسية عن القانون التجاري والاقتصاد الدولي. كما طور مركز التجارة الدولية ومعهد NIOE منهجًا للتعليم الإلكتروني للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة بشأن إجراءات التصدير عبر الحدود.

في طاجيكستان، عمل مركز التجارة الدولية مع منصة تطوير المشاريع بشبكة **علي خان للتنمية (AKDN)** لتحسين الوصول إلى التمويل لشركات المنسوجات والملابس. زار أحد المحللين الاستثماريين تسعة مستفيدين من مشروع مركز التجارة الدولية في منطقة سوجد في سبتمبر، وقد وقّع أحدهم بالفعل مذكرة تفاهم مع شبكة AKDN بحلول نهاية العام.

من خلال شراكة مع صندوق الضمان الأفريقي للشركات الصغيرة والمتوسطة، ومن خلال دعم صندوق تنمية بلدان الشمال، يعمل مركز التجارة الدولية على توسيع نطاق الوصول إلى التمويل الذي يركز على المناخ للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في أفريقيا. يوفر هذا التعاون، الذي يستند إلى منتدى الابتكار المستدام لعام 2016 في مراكش، أداة لضمان الأخضر مصممة لإطلاق التمويل للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة للاستثمار في التنمية منخفضة الكربون، والمبينة على النمو الأخضر، والمتأقلمة مناخياً.

في إطار مشروع تمكين الشباب في غامبيا، أقام مركز التجارة الدولية شراكة مع معهد أوروبال للأرض، وهو معهد تدريب للبناء والتشييد مقره الهند، لتدريب الشباب على أساليب البناء الجديدة. وقد سافر إلى الهند أربعة عشر من الشباب الغامبيين، من بينهم معماريون ومهندسون ومقاولون وعمال بناء، حيث حضروا برنامجاً تدريبياً لمدة أسبوعين بشأن تقنية الكتل الترابية المضغوطة.

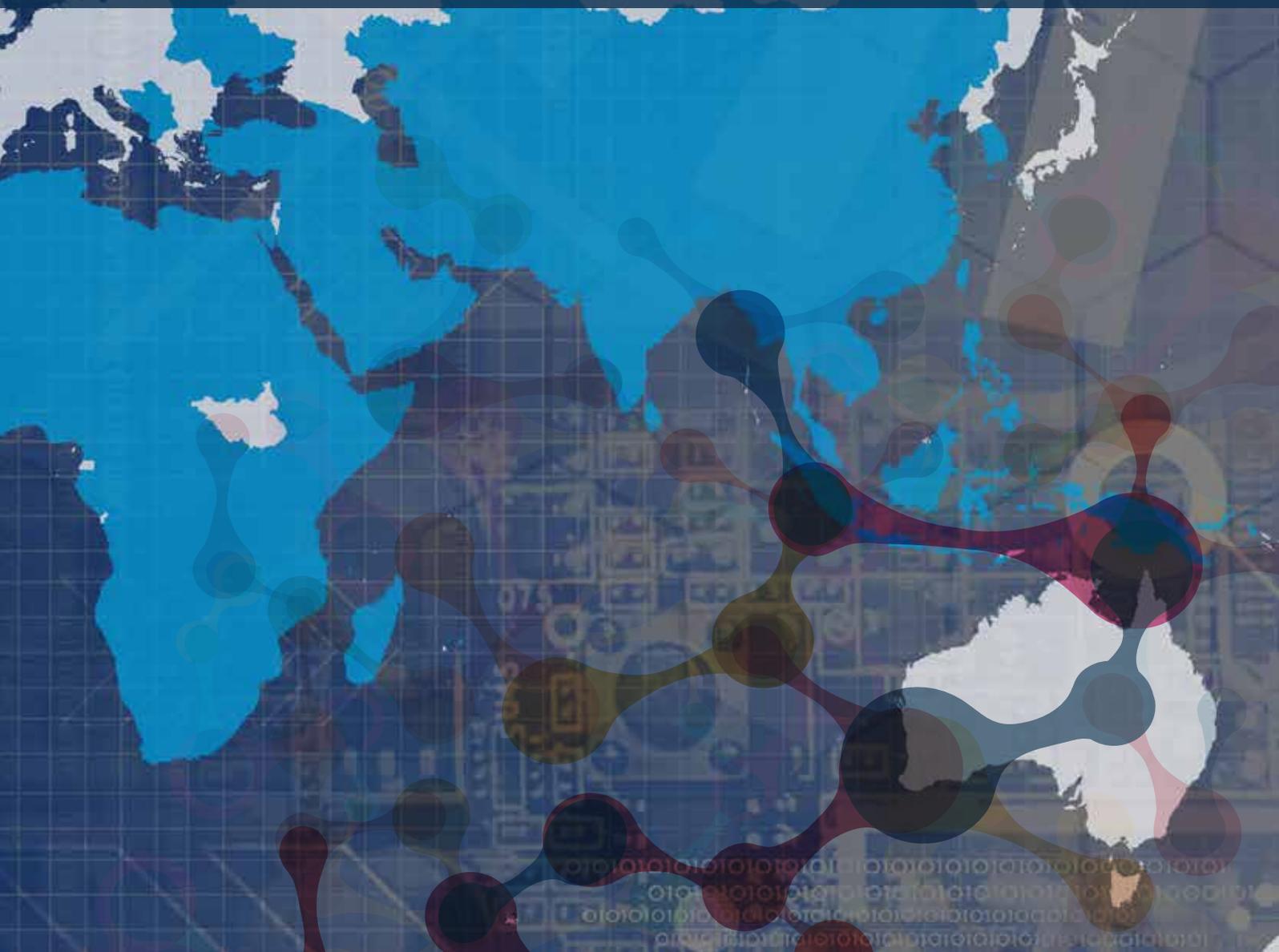


141

بلدان نشط فيها مركز التجارة
الدولية خلال عام 2017



الملاحق



الملحق 1

مجالات وبرامج التركيز لمركز التجارة الدولية

البرامج	مجالات التركيز
الشفافية في التجارة	1. توفير المعلومات التجارية والتحريرات عن الأسواق
التدابير غير الجمركية في السلع والخدمات	
الذكاء التنافسي	
استراتيجيات تنمية التجارة	2. بناء بيئة أعمال مواتية
تسهيل التجارة	
دعم المفاوضات التجارية وإصلاح السياسات	
تعزيز مؤسسات دعم التجارة والاستثمار	3. تعزيز مؤسسات دعم التجارة والاستثمار
القيمة المضافة إلى التجارة	4. الربط بسلاسل القيمة الدولية
الحلول الإلكترونية: تمكين التجارة من خلال القنوات الرقمية	
تمكين المرأة في التجارة	5. ترويج وتعميم التجارة الشاملة والمراعية للبيئة (الخضراء)
تمكين المجتمعات الفقيرة في التجارة	
الشباب والتجارة	
التجارة للتنمية المستدامة	
تعزيز التجارة الإقليمية	6. دعم التكامل الاقتصادي الإقليمي والروابط بين البلدان النامية
التجارة والاستثمار بين الدول النامية	

كيف ترتبط برامج مركز التجارة الدولية بأهداف ومستهدفات التنمية المُستدامة

البرامج	المستهدفات	أهداف التنمية المُستدامة
جميع البرامج	1.2 تقليل نسبة الرجال والنساء والأطفال من جميع الأعمار الذين يعيشون في فقر. 1.7 إيجاد أطر سليمة للسياسات تقوم على استراتيجيات للتنمية لصالح الفقراء وتراعي الفوارق بين الجنسين.	الهدف 1 القضاء على الفقر بجميع أشكاله في كل مكان.
برنامج التدابير غير الجمركية برنامج تعزيز الشفافية في التجارة برنامج التجارة والبيئة برنامج إضافة القيمة إلى التجارة	2.3 (1) مضاعفة إنتاجية ودخل صغار منتجي الغذاء، وخاصة النساء، و (2) توفير الإمكانات للوصول إلى المعرفة والأسواق وفرص إضافة القيمة. 2.4 ضمان وجود نظم مستدامة لإنتاج الغذاء.	الهدف 2 القضاء على الجوع وتوفير الأمن الغذائي والتغذية المُحسنة وتعزيز الزراعة المُستدامة.
برنامج الشباب والتجارة	4.4 ضمان أن يتوفر لدى الشباب والبالغين المهارات ذات الصلة بعملهم، والوظائف اللائقة بهم، والفرص في مجال ريادة الأعمال.	الهدف 4 ضمان التعليم الجيد المُنصف والشامل للجميع وتعزيز فرص التعلّم مدى الحياة للجميع.
برنامج تمكين المرأة من التجارة برنامج الحلول الإلكترونية برنامج التجارة والبيئة	5.5 ضمان المشاركة الكاملة والفعالة للمرأة في مجال الأعمال والتجارة وبفرص متكافئة. 5أ دعم حقوق المرأة في الموارد الاقتصادية على قدم المساواة مع الرجل. 5ب دعم استخدام التقنيات الممكنة لتعزيز تمكين المرأة.	الهدف 5 تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين كل النساء والفتيات.
جميع البرامج	8.2 تحقيق مستويات أعلى من الإنتاجية الاقتصادية من خلال التنوع، ورفع المستوى التقني، والابتكار. 8.3 (1) تعزيز السياسات التي تدعم الأنشطة المُنتجة، وخلق فرص العمل اللائقة، وريادة الأعمال، والإبداع، والابتكار، و (2) تشجيع الشركات الصغيرة جدا والصغيرة والمتوسطة على اتخاذ الوضع الرسمي، والعمل على تنميتها. 8.9 تنفيذ سياسات لتشجيع السياحة المُستدامة التي تخلق فرص عمل وتعزز الثقافة والمنتجات المحلية. 8.11 زيادة المعونة المُخصصة لدعم التجارة.	الهدف 8 تعزيز النمو الاقتصادي المُطرد والشامل للجميع والمُستدام، والعمالة الكاملة والمنتجة، وتوفير العمل اللائق للجميع.
برنامج تعزيز الشفافية في التجارة برنامج استراتيجيات تنمية التجارة برنامج إضافة القيمة إلى التجارة	9.3 زيادة فرص حصول الشركات الصغيرة والمتوسطة على الخدمات المالية واندماجها في سلاسل القيمة والأسواق. 9ب ضمان وجود بيئة سياسات مواتية للتنوع الصناعي وإضافة القيمة.	الهدف 9 إقامة بنية تحتية قادرة على الصمود، وتحفيز التصنيع الشامل للجميع والمُستدام، وتشجيع الابتكار.
برنامج دعم المفاوضات التجارية برنامج إضافة القيمة إلى التجارة	10.1 تحقيق نمو في الدخل لفئة الـ 40% من السكان في أسفل السلم الاجتماعي. 10.8 تطبيق المعاملة الخاصة والتفضيلية للبلدان النامية، ولا سيما البلدان الأقل نمواً، وفقاً لاتفاقيات منظمة التجارة العالمية.	الهدف 10 الحد من انعدام المساواة داخل البلدان وفيما بينها.
برنامج تعزيز الشفافية في التجارة برنامج التجارة والبيئة برنامج إضافة القيمة إلى التجارة	12.2 تحقيق الإدارة المُستدامة والاستخدام الفعّال للموارد الطبيعية. 12.6 دعم الشركات في تبني الممارسات المُستدامة ودمج المعلومات عن الاستدامة في دورات إعداد التقارير بها.	الهدف 12 ضمان وجود أنماط استهلاك وإنتاج مستدامة.
برنامج تعزيز مؤسسات دعم التجارة والاستثمار برنامج دعم المفاوضات التجارية	16.6 دعم وجود مؤسسات فعّالة ومسؤولة وشفافة على كل المستويات. 16.7 ضمان اتخاذ القرارات بطريقة متجاوبة وشاملة وتشاركية وتمثيلية. 16.8 ضمان مشاركة البلدان النامية في مؤسسات الحوكمة العالمية.	الهدف 16 تشجيع وجود المجتمعات السلمية الشاملة للجميع تحقياً للتنمية المُستدامة، وتوفير إمكانية اللجوء إلى القضاء للجميع، والقيام ببناء مؤسسات فعّالة وشاملة وخاضعة للمساءلة على كل المستويات.
جميع البرامج	17.10 ضمان قيام نظام تجاري عالمي متعدد الأطراف، مبني على قواعد، ومنفتح، وغير تمييزي، ومُنصف، في إطار منظمة التجارة العالمية. 17.11 دعم زيادة كبيرة في صادرات البلدان النامية، ومضاعفة حصة البلدان الأقل نمواً من الصادرات العالمية بحلول 2020. 17.12 القيام في الوقت المناسب بباتحة الفرصة لجميع البلدان الأقل نمواً للوصول إلى الأسواق دون رسوم جمركية أو حصص، وعلى أساس دائم.	الهدف 17 تعزيز وسائل التنفيذ وتنشيط الشراكة العالمية من أجل التنمية المُستدامة.

				المشاريع حسب المنطقة						
نسبة ماتم إنجازها، %	الإلتحاق (بالآلاف الدولارات الأمريكية)	ميزانية التشغيل (بالآلاف الدولارات الأمريكية)	الممولون	المؤسسة	مجال التركيز 6	مجال التركيز 5	مجال التركيز 4	مجال التركيز 3	مجال التركيز 2	مجال التركيز 1
39%	17	43	ألمانيا، "أمم متحدة واحدة"				■			
544%	120	22	ألمانيا				■			
-	26	-	هولندا		■	■				
103%	361	350	الإطار المتكامل المُعزَّز				■			
-	154	-	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)		■					
112%	252	226	سويسرا				■	■		
88%	71	80	الإطار المتكامل المُعزَّز				■			
98%	78	80	الإطار المتكامل المُعزَّز				■			
81%	1,968	2,433	الاتحاد الأوروبي، الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (UEMOA)	■						
-	100	-	الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (UEMOA)	■	■					
84%	118	140	هولندا				■			
-	50	-	هولندا		■	■				
86%	86	100	"أمم متحدة واحدة"							
17%-	(16)	93	الاتحاد الأوروبي	■				■	■	■
48%	291	600	الاتحاد الأوروبي				■		■	

الدول العربية

103%	615	600	برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP)				■	■	■	
77%	619	800	البنك الدولي				■		■	■
40%	161	400	الولايات المتحدة					■	■	
1%-	(1)	250	الولايات المتحدة					■	■	
48%	59	123	ألمانيا		■					
0%	0	181	اليابان		■					
55%	277	500	فرنسا		■			■		
78%	621	800	كندا		■	■				
68%	152	225	اليابان				■		■	
19%	68	350	برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP)		■			■		
-	43	-	الإطار المتكامل المُعزَّز				■	■		
75%	73	97	اليابان						■	
72%	209	291	اليابان		■					
65%	517	800	سويسرا				■			

المشاريع حسب المنطقة

آسيا والمحيط الهادي

نسبة ما تم إنجازه، %	الإلتحاق (بالآلاف الدولارات الأمريكية)	ميزانية التشغيل (بالآلاف الدولارات الأمريكية)	الممولون	المؤسسة	مجال التركيز 6	مجال التركيز 5	مجال التركيز 4	مجال التركيز 3	مجال التركيز 2	مجال التركيز 1
81%	1,465	1,800	الاتحاد الأوروبي						■	
-	33	-	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1						■	
99%	419	423	الصين		■					
92%	69	75	اليابان				■	■		
61%	128	211	هولندا				■	■		
-	24	-	منظمة التجارة العالمية				■	■		
-	6	-	الاتحاد الأوروبي				■			
73%	256	350	منظمة التجارة العالمية - إدارة المعايير وتنمية التجارة (WTO-STDF)				■	■		
62%	157	254	هولندا				■			
-	41	-	هولندا				■			
205%	21	10	ألمانيا						■	
-	17	-	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)		■					
126%	630	500	الإطار المتكامل المعزز				■			
97%	390	400	أستراليا			■				
-	37	-	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)			■	■		■	
-	356	-	كوريا				■			
185%	3,708	2,000	الاتحاد الأوروبي				■	■		

أوروبا الشرقية وآسيا الوسطى

34%	170	500	الاتحاد الأوروبي				■			
-	5	-	سويسرا				■	■		
224%	134	60	سويسرا				■	■		
27%	87	321	الاتحاد الأوروبي						■	
-	5	-	سويسرا		■	■	■	■		
58%	167	290	سويسرا				■	■		
96%	173	180	سويسرا					■	■	
93%	495	530	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1، السويد				■	■		

نسبة ماتم إنجاز، %		الإففاق (بالآلاف الدولارات الأمريكية)		ميزانية التشغيل (بالآلاف الدولارات الأمريكية)		الممولون	المؤسسة	مجال التركيز 6	مجال التركيز 5	مجال التركيز 4	مجال التركيز 3	مجال التركيز 2	مجال التركيز 1	المشاريع حسب المنطقة
أمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي														
110%	33	30	البنك الكاريبي للتنمية											بربادوس: تعزيز البنية التحتية لسلامة الأغذية وجودتها في قطاع التوابل الفرعي (B166)
152%	1,820	1,200	الاتحاد الأوروبي											منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سبل العيش من جوز الهند (A325)
191%	387	202	الولايات المتحدة											هايتي: المبادرة الأخلاقية للأزياء (A922)
70%	420	600	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية (ITF W1)، سانت لوسيا											سانت لوسيا: تعزيز البنية التحتية للمؤسسات لتشجيع التصدير (A332)
60%	25	41	البنك الكاريبي للتنمية											سانت فنسنت وجزر غرينادين: تقييم السوق، والتقنية، والامتثال لسلامة الأغذية في صناعة العرغوط (B108)
116%	89	77	البنك الكاريبي للتنمية											جزر البهاما: إنشاء خدمات معلومات التجارة في جزر البهاما (BTIS) (B177)
على المستوى العالمي وعبر عدة أقاليم														
103%	928	900	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1											استهداف النتائج (A776)
116%	148	128	إيطاليا											خبير مشارك: القدرة التنافسية للقطاعات والشركات (B308)
316%	142	45	هولندا											خبير مشارك: سلاسل القيمة المُستدامة والشاملة (B307)
80%	147	183	ألمانيا											خبير مشارك: التجارة والبيئة (B198)
99%	130	131	فنلندا											خبير مشارك: تسهيل التجارة والسياسات للأعمال التجارية (B393)
-	131		ألمانيا											خبير مشارك: الشركات والمؤسسات (B412)
-	-	650	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1											صندوق تطوير الأعمال
-	71	-	شركة DHL											الشراكة مع شركة DHL: تطوير خدمة مبتكرة في مجال النقل والخدمات اللوجستية (B274)
-	27	-	المعهد الوطني للدراسات العليا في مجال السياسات											اتفاقيات الشراكة الاقتصادية (EPAs) في منطقة آسيا - المحيط الهادي والاتحاد الأوروبي (EU)، المرحلة الثانية (B500)
8%	12	150	الصندوق الدائر متجدد الموارد											التعلم الإلكتروني (B155)
56%	222	400	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1، الولايات المتحدة											الحلول الإلكترونية: أدوات وتدريب أساسية (B273)
160%	401	250	الاتحاد الأوروبي، تركيا											الآلية الأوروبية لتسهيل التجارة والاستثمار - أداة وشبكة لحل المشكلات عبر الإنترنت (A859)
96%	384	400	هولندا											إدارة برنامج القدرة التنافسية للصادرات (صندوق هولندا الاستثماري) (B197) (NTF III)
176%	369	210	منظمة العمل الدولية، الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)، الولايات المتحدة											خارطة إمكانات التصدير (A341)
100%	598	600	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1											تصميم وإدارة استراتيجية التصدير (A802)
-	38	-	سويسرا											عالمي: التواصل الشبكي وإدارة المعرفة في قطاع النسيج والملابس (GTEX) (B451)
55%	51	93	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1											المنتدى العالمي للعمل على التعهيد من النساء للتجار (برنامج المرأة والتجارة - المرحلة الثانية) (A772)
91%	658	722	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1											تحسين بيئة الأعمال للشركات الصغيرة والمتوسطة التي تعمل بالتصدير من خلال تسهيل التجارة (A812)
94%	41	44	المركز الإسلامي لتنمية التجارة											تحسين الشفافية في التجارة من خلال أدوات مُدمجة لتحليل السوق (B352)
153%	1,756	1,147	الاتحاد الأوروبي، الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1، صندوق TMI الدائر متجدد الموارد											تحسين الشفافية في التجارة من خلال أدوات لتحليل السوق كمفحة عامة عالمية (B336)

نسبة ما تم إنجازها، %			الإيفاق (بالآلاف الدولارات الأمريكية)		ميزانية التشغيل (بالآلاف الدولارات الأمريكية)		المشاريع حسب المنطقة								
			الممولون	المؤسسة	مجال التركيز 6	مجال التركيز 5	مجال التركيز 4	مجال التركيز 3	مجال التركيز 2	مجال التركيز 1					
101%	619	615	أستراليا			■					رابطة حافة المحيط الهندي (IORA): التمكين الاقتصادي للمرأة (A285)				
100%	185	185	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	■							خدمات ودعم في مجال تقنية المعلومات (B419)				
-	-	200	الولايات المتحدة							■	طرق مبتكرة: التداوير غير الجمركية (A866)				
101%	178	177	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1					■		■	المطّلع على السوق (B029)				
90%	207	230	الصندوق الدائر متجدد الموارد					■	■		صندوق MLS-SCM الدائر متجدد الموارد (B189)				
-	114	-	مؤسسة محمد إبراهيم	■							زمانة مؤسسة مو إبراهيم (B203)				
37%	37	100	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1، الولايات المتحدة							■	التداوير غير الجمركية (المرحلة 2) (A866)				
-	76	-	هولندا			■	■				إدارة برامج صندوق هولندا الاستثماري NTF IV (B584)				
111%	310	280	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	■							الشراكة، التنسيق، والابتكار				
107%	780	728	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1، اليابان				■				برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة (A874)				
94%	54	58	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1							■	الجودة ومعايير الصحة والصحة النباتية (B427)				
93%	65	70	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	■							الإدارة القائمة على النتائج (B204)				
-	138	-	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1							■	قواعد المنشأ: قاعدة بيانات شاملة وتطبيق على الإنترنت (B464)				
-	270	-	الصندوق الدائر متجدد الموارد							■	صندوق SEC الدائر متجدد الموارد (B190)				
-	56	-	كوريا							■	المُنْتَدَب: السيد/ كيانغون أهن من جمهورية كوريا (B600)				
-	214	-	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1				■				مبادرة التجارة النسائية - الترابط SheTrades Connect - النساء والتجارة، المرحلة 3 (B404)				
-	293	-	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1				■				مبادرة التجارة النسائية SheTrades - النساء والتجارة، المرحلة 3 (B403)				
-	162	-	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1				■				مبادرة التجارة النسائية للئين SheTrades Coffee - النساء والتجارة، المرحلة 3 (B440)				
98%	378	387	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1					■	■	■	النظرة التنافسية والدراسة المسحية للشركات الصغيرة والمتوسطة (B019)				
94%	94	100	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1							■	دعم المفاوضات التجارية (A808)				
99%	2757	2785	الدنمارك، الاتحاد الأوروبي، الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1، سويسرا، منصة مبادرة الزراعة المُستدامة، الولايات المتحدة، ألمانيا، شركة PepsiCo							■	التجارة للتنمية المُستدامة (T4SD) (B036)				
260%	260	100	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1، الصين			■	■	■		■	التجارة في الخدمات (B026)				
338%	203	60	الصندوق الدائر متجدد الموارد							■	الصندوق الدائر متجدد الموارد للخدمات التجارية (B205)				
62%	278	450	الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1، الولايات المتحدة							■	القيمة المضافة إلى التجارة (B415)				
74%	714	968	أستراليا، الصندوق الاستثماري لمركز التجارة الدولية - النافذة 1، مبادرة "شرق أفريقيا علامة مسجلة"							■	برنامج النساء والتجارة، المرحلة 3 - إدارة البرامج (B402)				
-	91	-	المجر	■							المنتدى العالمي لتنمية الصادرات (WEDF) 2017 (B498)				

الملحق 3

مشاريع وبرامج مركز التجارة الدولية القطرية والإقليمية حسب البلد

البلد/المنطقة	البرامج العالمية والإقليمية المشاريع المخصصة لبلدان بعينها
إثيوبيا	<ul style="list-style-type: none"> أفريقيا: الاستراتيجيات الإقليمية لقطاع القطن الشراكة من أجل الاستثمار والنمو في أفريقيا (المرحلة الرئيسية) الشراكة من أجل النمو الذي يقوده الاستثمار في أفريقيا (مرحلة تحديد المجال والتصميم) برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة مبادرة التجارة النسائية للبن SheTrades Coffee (النساء والتجارة - المرحلة 3) دعم التجارة والاستثمار الهندي في أفريقيا (سيتا)
أذربيجان	<ul style="list-style-type: none"> الشراكة الشرقية: جاهز للتجارة - إحدى مبادرات برنامج الاتحاد الأوروبي لدعم الأعمال التجارية (EU4Business)
أرمينيا	<ul style="list-style-type: none"> الشراكة الشرقية: جاهز للتجارة - إحدى مبادرات برنامج الاتحاد الأوروبي لدعم الأعمال التجارية (EU4Business)
إريتريا	<ul style="list-style-type: none"> إريتريا: خلق فرص العمل للشباب*
أفغانستان	<ul style="list-style-type: none"> البلدان الآسيوية الأقل نمواً: تعزيز قدرات التصدير للتجارة داخل المجموعة أفغانستان: معونة مرتبطة بالتجارة
الأردن	<ul style="list-style-type: none"> الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة الدول العربية: تنمية صادرات الشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال الأسواق الافتراضية الآلية الأوروبية لتسهيل التجارة والاستثمار - أداة وشبكة لحل المشكلات عبر الإنترنت التغلب على العقبات التجارية المتعلقة بالتدابير غير الجمركية في الدول العربية الأردن: مبادرة توظيف وتحسين مهارات اللاجئين (RESI)
الإمارات العربية المتحدة	<ul style="list-style-type: none"> الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
ألبانيا	<ul style="list-style-type: none"> استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1) دعم تسهيل التجارة بين أطراف اتفاق التجارة الحرة لأوروبا الوسطى (CEFTA)
البحرين	<ul style="list-style-type: none"> الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
البوسنة والهرسك	<ul style="list-style-type: none"> دعم تسهيل التجارة بين أطراف اتفاق التجارة الحرة لأوروبا الوسطى (CEFTA)
الجبل الأسود	<ul style="list-style-type: none"> دعم تسهيل التجارة بين أطراف اتفاق التجارة الحرة لأوروبا الوسطى (CEFTA)
الجزائر	<ul style="list-style-type: none"> الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة خبير مشارك: ساسكيا ويندلاند الآلية الأوروبية لتسهيل التجارة والاستثمار - أداة وشبكة لحل المشكلات عبر الإنترنت شمال أفريقيا: إشراك الشركات الصغيرة والمتوسطة وعرب المهجر لدعم النمو الاقتصادي القائم على التصدير التغلب على العقبات التجارية المتعلقة بالتدابير غير الجمركية في الدول العربية
الجمهورية العربية السورية	<ul style="list-style-type: none"> سوريا: تنمية القدرة الإنتاجية وربط السكان النازحين داخليًا بالأسواق العالمية

* مُمول من صندوق تطوير الأعمال

البلد/المنطقة	البرامج العالمية والإقليمية المشاريع المخصصة لبلدان بعينها
السنغال	<ul style="list-style-type: none"> أفريقيا: الاستراتيجيات الإقليمية لقطاع القطن إدارة برامج صندوق هولندا الاستئماني (NTF IV) مشروع (PACCIR/ UEMOA) Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (UEMOA): مشروع (UEMOA) Projet de development des exportations sous AGOA مشروع *Projet d'appui aux jeunes entrepreneurs sénégalais السنغال: تنمية الصادرات في قطاع تقنية المعلومات والخدمات المُعتمدة عليها (صندوق هولندا الاستئماني NTF IV) السنغال: تحسين القدرة التنافسية لصناعة المانجو
السودان	<ul style="list-style-type: none"> الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة السودان: دعم الاستقرار الاقتصادي من خلال الانضمام لمنظمة التجارة العالمية
الصومال	<ul style="list-style-type: none"> الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
الصين	<ul style="list-style-type: none"> الشراكة من أجل النمو الذي يقوده الاستثمار في أفريقيا (مرحلة تحديد المجال والتصميم)
العراق	<ul style="list-style-type: none"> الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
الكاميرون	<ul style="list-style-type: none"> أفريقيا: الاستراتيجيات الإقليمية لقطاع القطن أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية
الكويت	<ul style="list-style-type: none"> الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
المغرب	<ul style="list-style-type: none"> الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة الدول العربية: تنمية صادرات الشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال الأسواق الافتراضية الآلية الأوروبية لتسهيل التجارة والاستثمار - أداة وشبكة لحل المشكلات عبر الإنترنت عالمي: التواصل الشبكي وإدارة المعرفة في قطاع النسيج والملابس (GTEX) شمال أفريقيا: إشراك الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة وعرب المهجر لدعم النمو الاقتصادي القائم على التصدير التغلب على العقبات التجارية المتعلقة بالتدابير غير الجمركية في الدول العربية المغرب: تنمية الصادرات لإيجاد فرص العمل
المملكة العربية السعودية	<ul style="list-style-type: none"> الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
النيجر	<ul style="list-style-type: none"> أفريقيا: الاستراتيجيات الإقليمية لقطاع القطن مشروع (PACCIR/ UEMOA) Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (UEMOA): مشروع (UEMOA) Projet de development des exportations sous AGOA
الهند	<ul style="list-style-type: none"> دعم التجارة والاستثمار الهندي في أفريقيا (سيتا)
اليمن	<ul style="list-style-type: none"> الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
أنجولا	<ul style="list-style-type: none"> أفريقيا: الاستراتيجيات الإقليمية لقطاع القطن
إندونيسيا	<ul style="list-style-type: none"> رابطة حافة المحيط الهندي (IORA): التمكين الاقتصادي للمرأة
أوغندا	<ul style="list-style-type: none"> استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1) شرق أفريقيا: تمكين المرأة في التجارة (برنامج المرأة والتجارة - المرحلة 2) إدارة برنامج القدرة التنافسية للصادرات (صندوق هولندا الاستئماني NTF III) إدارة برامج صندوق هولندا الاستئماني (NTF IV) مبادرة التجارة النسائية للُن SheTrades Coffee (النساء والتجارة - المرحلة 3) دعم التجارة والاستثمار الهندي في أفريقيا (سيتا) أوغندا: تعزيز القدرة التنافسية للتصدير لصناعة تقنية المعلومات والخدمات المُعتمدة عليها (صندوق هولندا الاستئماني NTF III) أوغندا: تنمية الصادرات في قطاع تقنية المعلومات والخدمات المُعتمدة عليها (صندوق هولندا الاستئماني NTF IV)
أوكرانيا	<ul style="list-style-type: none"> الشراكة الشرقية: جاهز للتجارة - إحدى مبادرات برنامج الاتحاد الأوروبي لدعم الأعمال التجارية (EU4Business) أوكرانيا: ربط الشركات الصغيرة والمتوسطة في صناعة الفواكه والخضروات بسلاسل القيمة العالمية والمحلية أوكرانيا: خارطة الطريق الاستراتيجية لتنمية التجارة

* مُمول من صندوق تطوير الأعمال

البلد/المنطقة	البرامج العالمية والإقليمية المشاريع المخصصة لبلدان بعينها
بابوا غينيا الجديدة	منطقة المحيط الهادي: التمكين الاقتصادي للمرأة (برنامج المرأة والتجارة - المرحلة 2)
باكستان	باكستان: النمو من أجل النهوض بالريف وتحقيق التقدم المستدام (GRASP)*
بربادوس	استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1) بربادوس: تعزيز البنية التحتية لسلامة الأغذية وجودتها في قطاع التوابل الفرعي
بليز	استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1) منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سبل العيش من جوز الهند
بنغلاديش	استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1) البلدان الآسيوية الأقل نمواً: تعزيز قدرات التصدير للتجارة داخل المجموعة إدارة برنامج القدرة التنافسية للصادرات (صندوق هولندا الاستثماري NTF III)
بنين	بنغلاديش: تعزيز القدرة التنافسية للتصدير في قطاع تقنية المعلومات والخدمات المُعتمدة عليها (صندوق هولندا الاستثماري NTF III) أفريقيا: الاستراتيجيات الإقليمية لقطاع القطن مشروع (PACCIR/ UEMOA) Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régionale الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (UEMOA): مشروع (AGOA) Projet de developement des exportations sous غرب أفريقيا: مشروع *Route du Coton C4 بنين: تعزيز قدرات الإنتاج والتجارة
بوتان	دعم التجارة في بوتان
بوركينافاسو	أفريقيا: الاستراتيجيات الإقليمية لقطاع القطن استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1) بوركينافاسو ومالي: مشروع (AGOA) Création d'emplois équitables et développement durable de microentreprises dans les chaines de valeur liées au secteur du « lifestyle » برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة
تركيا	مشروع (PACCIR/ UEMOA) Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régionale الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (UEMOA): مشروع (AGOA) Projet de developement des exportations sous غرب أفريقيا: مشروع *Route du Coton C4 الألية الأوروبية لتسهيل التجارة والاستثمار - أداة وشبكة لحل المشكلات عبر الإنترنت
ترينيداد وتوباغو	استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة (المرحلة 1) منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سبل العيش من جوز الهند
تشاد	أفريقيا: الاستراتيجيات الإقليمية لقطاع القطن غرب أفريقيا: مشروع *Route du Coton C4 تشاد: مشروع (AGOA) Projet de Renforcement des Capacités Commerciales de la Filière Gomme Arabique Tchadienne
توجو	أفريقيا: الاستراتيجيات الإقليمية لقطاع القطن مشروع (PACCIR/ UEMOA) Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régionale الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (UEMOA): مشروع (AGOA) Projet de developement des exportations sous توجو: مشروع (AGOA) Renforcement des capacités productives et commerciales de la filière soja
تونس	الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة الدول العربية: تنمية صادرات الشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال الأسواق الافتراضية الألية الأوروبية لتسهيل التجارة والاستثمار - أداة وشبكة لحل المشكلات عبر الإنترنت عالمي: التواصل الشبكي وإدارة المعرفة في قطاع النسيج والملابس (GTEX) شمال أفريقيا: إشراك الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة وعرب المهجر لدعم النمو الاقتصادي القائم على التصدير التغلب على العقبات التجارية المتعلقة بالتدابير غير الجمركية في الدول العربية تونس: تعزيز القدرة التنافسية لسلسلة القيمة للمنسوجات والملابس الجاهزة

* مُمول من صندوق تطوير الأعمال

البلد/المنطقة	البرامج العالمية والإقليمية المشاريع المخصصة لبلدان بعينها
جامايكا	<ul style="list-style-type: none"> استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1)
جزر البهاما	<ul style="list-style-type: none"> منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سبل العيش من جوز الهند
جزر القمر	<ul style="list-style-type: none"> جزر البهاما: إنشاء خدمات معلومات التجارة في جزر البهاما (BTIS) جزر القمر: تحسين القدرة التنافسية للصادرات من الفانيليا، والبلانج يلانج، والقرنفل
جمهورية أفريقيا الوسطى	<ul style="list-style-type: none"> أفريقيا: الاستراتيجية الإقليمية لقطاع القطن
جمهورية الدومينيكان	<ul style="list-style-type: none"> استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1) منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سبل العيش من جوز الهند
جمهورية الكونغو الديمقراطية	<ul style="list-style-type: none"> أفريقيا: الاستراتيجية الإقليمية لقطاع القطن
جمهورية تنزانيا المتحدة	<ul style="list-style-type: none"> أفريقيا: الاستراتيجية الإقليمية لقطاع القطن استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة (المرحلة 1) أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية دعم التجارة والاستثمار الهندي في أفريقيا (سيتا) تنزانيا: دمج سلاسل التوريد/ القيمة الخاصة بالبيستنة ضمن السياحة - مُكوّن مُمول من أمانة الدولة للشؤون الاقتصادية (SECO)، سويسرا
جمهورية لاو الديمقراطية الشعبية	<ul style="list-style-type: none"> البلدان الآسيوية الأقل نمواً: تعزيز قدرات التصدير للتجارة داخل المجموعة جمهورية لاو الديمقراطية الشعبية: دعم التكامل الإقليمي بمنطقة رابطة أمم جنوب شرق آسيا (ASEAN) (ARISE Plus - لاوس)* جمهورية لاو الديمقراطية الشعبية: تعزيز السياحة المُستدامة، والإنتاج النظيف، والقدرة التصديرية
جمهورية مقدونيا اليوغوسلافية السابقة	<ul style="list-style-type: none"> دعم تسهيل التجارة بين أطراف اتفاق التجارة الحرة لأوروبا الوسطى (CEFTA)
جمهورية مولدوفا	<ul style="list-style-type: none"> الشراكة الشرقية: جاهز للتجارة - إحدى مبادرات برنامج الاتحاد الأوروبي لدعم الأعمال التجارية (EU4Business) دعم تسهيل التجارة بين أطراف اتفاق التجارة الحرة لأوروبا الوسطى (CEFTA)
جورجيا	<ul style="list-style-type: none"> الشراكة الشرقية: جاهز للتجارة - إحدى مبادرات برنامج الاتحاد الأوروبي لدعم الأعمال التجارية (EU4Business)
جيبوتي	<ul style="list-style-type: none"> الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة خبير مشارك: ساسكيا ويندلاند مشروع Proj et de développement et de promotion du tourisme en Republique de Djibouti
دولة فلسطين	<ul style="list-style-type: none"> الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة الآلية الأوروبية لمتوسطة لتسهيل التجارة والاستثمار - أداة وشبكة لحل المشكلات عبر الإنترنت فلسطين: إنشاء مركز لتلبية جميع الاحتياجات للأعمال المُستدامة تحت سقف واحد
دومينيكا	<ul style="list-style-type: none"> منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سبل العيش من جوز الهند
رواندا	<ul style="list-style-type: none"> استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1) شرق أفريقيا: تمكين المرأة في التجارة (برنامج المرأة والتجارة - المرحلة 2) مبادرة التجارة النسائية للبن SheTrades Coffee (النساء والتجارة - المرحلة 3) أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية دعم التجارة والاستثمار الهندي في أفريقيا (سيتا) رواندا: تعزيز القدرة التنافسية الدولية لتجمعات الشركات الصغيرة والمتوسطة رواندا: تمكين مستقبل التجارة الإلكترونية
روسيا البيضاء	<ul style="list-style-type: none"> الشراكة الشرقية: جاهز للتجارة - إحدى مبادرات برنامج الاتحاد الأوروبي لدعم الأعمال التجارية (EU4Business)
زامبيا	<ul style="list-style-type: none"> أفريقيا: الاستراتيجية الإقليمية لقطاع القطن استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1) الشراكة من أجل الاستثمار والنمو في أفريقيا (المرحلة الرئيسية) الشراكة من أجل النمو الذي يقوده الاستثمار في أفريقيا (مرحلة تحديد المجال والتصميم) أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: مؤتمرات ودورات تدريبية عن التمويل المُستدام للمؤسسات المالية والشركات الصغيرة والمتوسطة زامبيا: فرص العمل المراعية للبيئة

* مُمول من صندوق تطوير الأعمال

البلد/ المنطقة	البرامج العالمية والإقليمية المشاريع المخصصة لبلدان بعينها
زيمبابوي	<ul style="list-style-type: none"> أفريقيا: الاستراتيجيات الإقليمية لقطاع القطن استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة (المرحلة 1) زيمبابوي: مشروع التكامل الإقليمي وبناء القدرات لقطاع 'من القطن إلى الملابس' زيمبابوي: تعزيز الإطار المؤسسي الوطني للصحة والصحة النباتية
ساحل العاج	<ul style="list-style-type: none"> أفريقيا: الاستراتيجيات الإقليمية لقطاع القطن مشروع (PACCIR/ UEMOA) Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régionale أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: مؤتمرات ودورات تدريبية عن التمويل المُستدام للمؤسسات المالية والشركات الصغيرة والمتوسطة الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (UEMOA): مشروع (UEMOA) Projet de developement des exportations sous AGOA
سانت فنسنت وجزر غرينادين	<ul style="list-style-type: none"> منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سبل العيش من جزر الهند سانت فنسنت وجزر غرينادين: تقييم السوق، والتقنية، والامتثال لسلامة الأغذية في صناعة العرروط
سانت لوسيا	<ul style="list-style-type: none"> منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سبل العيش من جزر الهند سانت لوسيا: تعزيز البنية التحتية للمؤسسات لتشجيع التصدير
سريلانكا	<ul style="list-style-type: none"> استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1) رابطة حافة المحيط الهندي (IORA): التمكين الاقتصادي للمرأة دراسة جدوى لإضافة القيمة في قطاع الفواكه والخضروات في سريلانكا سريلانكا: معونة مرتبطة بالتجارة
سورينام	<ul style="list-style-type: none"> منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سبل العيش من جزر الهند
سيراليون	<ul style="list-style-type: none"> استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة (المرحلة 1) نهر مانو: تطوير سلسلة القيمة للكاكاو والمحاصيل المرتبطة به (صندوق هولندا الاستثماري NTF IV) إدارة برامج صندوق هولندا الاستثماري (NTF IV)
صربيا	<ul style="list-style-type: none"> دعم تسهيل التجارة بين أطراف اتفاق التجارة الحرة لأوروبا الوسطى (CEFTA)
طاجيكستان	<ul style="list-style-type: none"> عالمي: التواصل الشبكي وإدارة المعرفة في قطاع النسيج والملابس (GTEX) طاجيكستان: تحسين القدرة التنافسية للتصدير للشركات الصغيرة والمتوسطة في قطاع النسيج والملابس (GTEX) طاجيكستان: تحسين القدرة التنافسية للتصدير للشركات الصغيرة والمتوسطة في قطاع النسيج والملابس، وتعزيز القدرات المؤسسية لدعم التجارة طاجيكستان: مفاوضات الانضمام لمنظمة التجارة العالمية - مشورة حول السياسات وبناء القدرات (المكون الأول)
عُمان	<ul style="list-style-type: none"> الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
غامبيا	<ul style="list-style-type: none"> استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1) غامبيا: مشروع تمكين الشباب (YEP)
غانا	<ul style="list-style-type: none"> استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1) أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: مؤتمرات ودورات تدريبية عن التمويل المُستدام للمؤسسات المالية والشركات الصغيرة والمتوسطة
غيانا	<ul style="list-style-type: none"> منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سبل العيش من جزر الهند
غينيا	<ul style="list-style-type: none"> نهر مانو: تطوير سلسلة القيمة للكاكاو والمحاصيل المرتبطة به (صندوق هولندا الاستثماري NTF IV) إدارة برامج صندوق هولندا الاستثماري (NTF IV) غينيا: تطوير قطاع المانجو غينيا: برنامج* (INTEGRA) Programme d'appui à l'integration socio-economique des jeunes

* مُمول من صندوق تطوير الأعمال

البلد/المنطقة	البرامج العالمية والإقليمية المشاريع المخصصة لبلدان بعينها
غينيا-بيسوا	أفريقيا: الاستراتيجيات الإقليمية لقطاع القطن
	مشروع (PACCIR/ UEMOA) Proj et d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (UEMOA): مشروع Proj et de development des exportations sous AGOA
فيجي	فيجي: تطوير الخدمات الأساسية للزراعة فيجي: تحسين الخدمات الأساسية في مجال الثروة الحيوانية ومنتجاتها
قطر	الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة قطر: خطة العمل
فريغزستان	استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1) عالمي: التواصل الشبكي وإدارة المعرفة في قطاع النسيج والملابس (GTEX) فريغزستان: تحسين القدرة التنافسية للتصدير للشركات الصغيرة والمتوسطة في قطاع النسيج والملابس (GTEX) فريغزستان: تعزيز القدرة التنافسية للتصدير للشركات الصغيرة والمتوسطة في قطاع النسيج والملابس، وتعزيز القدرات المؤسسية لدعم التجارة
كمبوديا	البلدان الآسيوية الأقل نمواً: تعزيز قدرات التصدير للتجارة داخل المجموعة برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة
كينيا	أفريقيا: الاستراتيجيات الإقليمية لقطاع القطن استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1) شرق أفريقيا: تمكين المرأة في التجارة (برنامج المرأة والتجارة - المرحلة 2) إدارة برنامج القدرة التنافسية للصادرات (صندوق هولندا الاستثماري III NTF) رابطة حافة المحيط الهندي (IORA): التمكين الاقتصادي للمرأة الشراكة من أجل الاستثمار والنمو في أفريقيا (المرحلة الرئيسية) الشراكة من أجل النمو الذي يقوده الاستثمار في أفريقيا (مرحلة تحديد المجال والتصميم) برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: مؤتمرات ودورات تدريبية عن التمويل المُستدام للمؤسسات المالية والشركات الصغيرة والمتوسطة دعم التجارة والاستثمار الهندي في أفريقيا (سيتا) كينيا: تعزيز القدرة التنافسية للتصدير لصناعة تقنية المعلومات والخدمات المُعتمدة عليها (صندوق هولندا الاستثماري III NTF) كينيا: تعزيز القدرة التنافسية للتصدير لصناعة الأفوكادو (مشروع الصندوق الاستثماري الهولندي III NTF) مبادرة توظيف اللاجئين وتحسين مهاراتهم (RESI): ربط اللاجئين في كينيا بفرص الأسواق (المكوّن الأول)
لبنان	الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة الآلية الأوروبية/متوسطة لتسهيل التجارة والاستثمار - أداة وشبكة لحل المشكلات عبر الإنترنت
ليبيا	الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة ليبيا: أكاديمية التجارة
ليبيريا	نهر مانو: تطوير سلسلة القيمة للكاو والمحاصيل المرتبطة به (صندوق هولندا الاستثماري IV NTF) إدارة برامج صندوق هولندا الاستثماري (IV NTF)
ليسوتو	ليسوتو: تنمية إنتاجية وتجارة البستنة

البلد/المنطقة	البرامج العالمية والإقليمية المشاريع المخصصة لبلدان بعينها
مالي	<ul style="list-style-type: none"> استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1) بوركينافاسو ومالي: مشروع «Création d'emplois équitables et développement durable de microentreprises dans les chaînes de valeur liées au secteur du « lifestyle » برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة
مصر	<ul style="list-style-type: none"> مشروع (PACCIR/ UEMOA) مشروع أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (UEMOA): مشروع غرب أفريقيا: مشروع Route du Coton C4* مشاركة وفد من مالي لمصدري الصمغ العربي لمكونات الأغذية
ملاوي	<ul style="list-style-type: none"> الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة الآلية الأوروبية/متوسطة لتسهيل التجارة والاستثمار - أداة وشبكة لحل المشكلات عبر الإنترنت عالمي: التواصل الشبكي وإدارة المعرفة في قطاع النسيج والملابس (GTEX) شمال أفريقيا: إشراك الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة وعرب المهجر لدعم النمو الاقتصادي القائم على التصدير التغلب على العقبات التجارية المتعلقة بالتدابير غير الجمركية في الدول العربية أفريقيا: الاستراتيجيات الإقليمية لقطاع القطن ملاوي: تحسين نظم إحصاءات ومعلومات التجارة
منغوليا	<ul style="list-style-type: none"> استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1)
موريتانيا	<ul style="list-style-type: none"> استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1)
موزمبيق	<ul style="list-style-type: none"> الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة أفريقيا: الاستراتيجيات الإقليمية لقطاع القطن الشراكة من أجل الاستثمار والنمو في أفريقيا (المرحلة الرئيسية) الشراكة من أجل النمو الذي يقوده الاستثمار في أفريقيا (مرحلة تحديد المجال والتصميم)
ميانمار	<ul style="list-style-type: none"> البلدان الآسيوية الأقل نمواً: تعزيز قدرات التصدير للتجارة داخل المجموعة إدارة برنامج القدرة التنافسية للصادرات (صندوق هولندا الاستثماري NTF III) إدارة برامج صندوق هولندا الاستثماري (NTF IV) ميانمار: دعم فني متعلق بالتجارة (ARISE Plus - ميانمار) * ميانمار: تحسين سلامة الأغذية والامتثال بتدابير الصحة والصحة النباتية لزيادة إيرادات التصدير في سلسلة القيمة للبذور الزيتية ميانمار: السياحة الشاملة - مع التركيز على مقاطعة كاياه (صندوق هولندا الاستثماري NTF III) ميانمار: تطوير السياحة الشاملة - مع التركيز على مقاطعة كاياه (تدعيم) ومقاطعة تانينثاري (توسيع) (صندوق هولندا الاستثماري NTF IV) ميانمار: دعم إدارة تنفيذ استراتيجية التصدير الوطنية
ناميبيا	<ul style="list-style-type: none"> استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1)
نيبال	<ul style="list-style-type: none"> استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1) البلدان الآسيوية الأقل نمواً: تعزيز قدرات التصدير للتجارة داخل المجموعة برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة نيبال: مشروع تحسين الباشمينا ودعم تجارتها
نيجيريا	<ul style="list-style-type: none"> استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المرحلة 1) أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية نيجيريا: الغذاء لأفريقيا - صندوق أهداف التنمية المستدامة

* ممول من صندوق تطوير الأعمال

البلد/المنطقة	<ul style="list-style-type: none"> ■ البرامج العالمية والإقليمية ■ المشاريع المخصصة لبلدان بعينها
هايتي	<ul style="list-style-type: none"> ■ برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة ■ هايتي: المبادرة الأخلاقية للأزياء

* مُمَوَّل من صندوق تطوير الأعمال

الملحق 4

تقييم الاحتياجات وتصميم المشاريع بواسطة مركز التجارة الدولية خلال عام 2017 حسب المنطقة

المنطقة	إقليمي	خاص ببلد بعينه
أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى	مشروع التكامل الإقليمي وتطوير القطاع الخاص بدول مجموعة الكوميسا	مدغشقر: برنامج Programme d'appui au développement des exportations
	الاتحاد الأفريقي: تعزيز التجارة داخل أفريقيا	الكاميرون: مشروع Projet d'investissement et de développement des marchés agricoles
	تمكين صغار المنتجين من خلال تعزيز الوصول إلى الأسواق (TICAD V): ملاوي، إثيوبيا، كينيا	السنغال: مشروع Projet d'appui aux jeunes entrepreneurs *sénégalais
	غرب أفريقيا: مشروع Route du Coton C4*	زامبيا: تنمية سلسلة القيمة 'من القطن إلى الملابس' لتمكين المزارعين من إضافة قيمة إلى القطن
	غرب أفريقيا: مصادر مُستدامة من جوز الشيا	ناميبيا: دعم التنافسية التجارية للشركات الصغيرة والمتوسطة
	الجماعة الاقتصادية لدول وسط أفريقيا (CEEAC): مشروع Appui au commerce intra-African	سيشيل: الدعم بعد الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية
	المركز التجاري لمفوضية الاتحاد الأفريقي	النيجر: مشروع Projet de renforcement de la compétitivité à l'exportation de certaines filières agricoles oignons « violet de Galmi », viande séchée « kilishi » et niébé du Niger pour un développement économique inclusif et durable
	الاتحاد الأوروبي - مجموعة دول شرق إفريقيا (EU-EAC): مشروع تحسين الوصول إلى الأسواق (MARKUP)	توجو: برنامج Programme d'appui au commerce
	الجماعة الإنمائية للجنوب الأفريقي (SADC): تطوير قطاعي التصنيع الزراعي والمستحضرات الصيدلانية	أوغندا: تحسين سبل المعيشة للنازحين والمجتمعات المضيفة في أوغندا من خلال التجارة
	الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (UEMOA): مشروع Projet de développement des exportations sous AGOA	مالي: مشروع Appui au développement des exportations
	المجموعة الاقتصادية لدول غرب أفريقيا (ECOWAS): المشروع الإقليمي للتنافسية لدول غرب أفريقيا	جمهورية الكونغو الديمقراطية: برنامج Programme d'appui au commerce
	برنامج التغليف المُستدام	رواندا: تمكين مستقبل التجارة الإلكترونية
	برنامج Renforcement du Management opérationnel des programmes de soutien à l'exportation dans vingt (20) Pays moins avancés d'Afrique subsaharienne	غينيا: مشروع Projet d'Appui au Renforcement de la Compétitivité à l'Exportation dans la chaîne de valeurs mondiales et à l'Intégration Régionale (PARCEIR)
		إريتريا: خلق فرص العمل للشباب*
		نيجيريا: الغذاء لأفريقيا - صندوق أهداف التنمية المُستدامة
		غينيا: برنامج Programme d'appui à l'integration socio-economique des jeunes (INTEGRA)*
		ساحل العاج: مشروع Projet FIDA d'appui à la transformation et commercialisation (PROPACOM-Ouest)
		جنوب أفريقيا: توفير الدعم لتنمية التجارة لقطاعات الزراعة والغابات ومصايد الأسماك في جنوب أفريقيا
		الكاميرون: برنامج Programme pour la promotion de l'entrepreneuriat et de l'insertion professionnel au Cameroun (PROPEICAM)
		مبادرة توظيف اللاجئين وتحسين مهاراتهم (RESI): ربط اللاجئين في كينيا بفرص الأسواق
	التحالف من أجل العمل (A4A) غانا - دعم الكاكاو والمحاصيل المرتبطة به لبناء قدرة المزارعين على الصمود والمشاركة في التجارة	
	ليبيريا: تطوير صناعة سياحة ركوب الأمواج	
	غامبيا: الوظائف والمهارات والتمويل (JSF) للنساء والشباب	
	زيمبابوي: مشروع التكامل الإقليمي وبناء القدرات لقطاع 'من القطن إلى الملابس' (المرحلة 2)	
	خطة الأمم المتحدة للمساعدة الإنمائية (UNDAP II): تنزانيا	

* مُمَوَّل من صندوق تطوير الأعمال

المنطقة	إقليمي	خاص ببلد بعينه
آسيا والمحيط الهادي	مساندة مجتمع جوز الهند في منطقة آسيا والمحيط الهادئ ليصبح مؤسسة عالمية لدعم قطاع جوز الهند وشريكا في تنفيذ مشروع تنمية القطاع	دعم التجارة في بوتان باكستان: النمو من أجل النهوض بالريف وتحقيق التقدم المُستدام (GRASP)* أفغانستان: المبادرة الأخلاقية لنمط الحياة من أجل إعادة الدمج الاقتصادي للعائدين والنازحين داخليًا باكستان: حلول إلكترونية للشركات الصغيرة والمتوسطة في البنجاب* ميانمار: برنامج التجارة والاستثمار (TIP) جمهورية لاو الديمقراطية الشعبية: دعم التكامل الإقليمي بمنطقة رابطة أمم جنوب شرق آسيا (ASEAN) (ARISE Plus - لاوس)* ميانمار: دعم فني متعلق بالتجارة (ARISE Plus - ميانمار) ميانمار: تحسين إمدادات البستنة والسياحة المُستدامة لتطوير الروابط التجارية برنامج التجارة والاستثمار في نيبال
	الآلية الأوروبية ومتوسطة لتسهيل التجارة والاستثمار (TIFM) - المرحلة 2 تعزيز تنافسية الشركات الصغيرة والمتوسطة والتجارة بين الدول الأعضاء في اتفاقية أعاديير	عمان: تعزيز القدرة التنافسية للشركات العُمانية الصغيرة والمتوسطة في مجال التصدير في القطاعات الفرعية ذات الأولوية: اللبان والتمور لبنان: تعزيز صمود الاقتصاد اللبناني دولة فلسطين: تحسين القدرة التنافسية لسلع وخدمات مختارة لتلبية الطلب في الأسواق الدولية تونس: مشروع: <i>Projet d'autonomisation économique des femmes chefs d'entreprises dans les régions de l'intérieur</i> تونس: مشروع: <i>Projet de valorisation des industries créatives et agroalimentaires pour un emploi durable</i> أكاديمية التجارة العراقية مبادرة التجارة النسائية SheTrades - الأردن السودان: برنامج تمكين الشباب والمهاجرين في الزراعة (YMAEP) الجزائر - استراتيجية التجارة الوطنية لدعم التنوع الاقتصادي في الجزائر (AFTIAS) جيبوتي: دراسة جدوى لإنشاء قرية لتصدير منتجات الحرف اليدوية (AFTIAS) المملكة العربية السعودية: تطوير قطاع التمور في منطقة المدينة المنورة (AFTIAS) مصر: إنشاء إدارة متخصصة في بنك تنمية الصادرات المصري للترويج للتصدير (AFTIAS) استراتيجية لتنمية الصادرات غير النفطية بسلطنة عُمان لبنان: القدرة التنافسية التصديرية للشركات الصغيرة والمتوسطة في قطاعي تقنية المعلومات والمكسرات (AFTIAS) قطاع غزة: خلق فرص العمل من خلال الشراكات لتنمية الشركات الصغيرة والمتوسطة الأردن: التجارة لتوفير فرص العمل دولة فلسطين: إصلاح وتطوير الأسواق وسلاسل القيمة ومنظمات المنتجين الجمهورية العربية السورية: التمكين من خلال القنوات الرقمية السودان: الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية دولة فلسطين: ربط اللاجئين والشباب في قطاع غزة بفرص السوق قطر: أسس التجارة الإلكترونية بين الشركات وبعضها البعض (B2B) تونس، المغرب، مصر: تحسين التنافسية الدولية لقطاع النسيج والملابس (GTEX) الإمارات العربية المتحدة: تنافسية الشركات الصغيرة والمتوسطة للقطاعات ذات الأولوية جامايكا: تحسين قدرات جهات القطاع الخاص الفاعلة في مجال التجارة والحفاظ عليها الإكوادور: تطوير فرص السوق في الاتحاد الأوروبي للفواكه الاستوائية والغريبة كولومبيا PUEDE: تحقيق السلام والوحدة من خلال التنمية الاقتصادية والصادرات من المناطق الريفية* غرينادا: دعم نظم إدارة سلامة الأغذية الطازجة والخضر والفاكهة غواتيمالا: مشروع تطوير الحدود
المنطقة العربية	أمريكا الوسطى: ربط الشركات النسائية (WBES) بالسوق العالمي للهدايا وديكور المنازل منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سبل العيش من جوز الهند (المرحلة 2)	أمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي

* مُمول من صندوق تطوير الأعمال

المنطقة	إقليمي	خاص ببلد بعينه
أوروبا الشرقية وآسيا الوسطى	الشراكة الشرقية: جاهز للتجارة - إحدى مبادرات برنامج الاتحاد الأوروبي لدعم الأعمال التجارية (EU4Business)	طاجيكستان: تمكين الوصول إلى الأسواق للمنتجات الزراعية من خلال تحسين نظام سلامة الأغذية (إدارة المعايير وتنمية التجارة STDF) استراتيجية أوكرانيا الوطنية للتصدير
على المستوى العالمي وعبر عدة أقاليم	خارطة إمكانيات التصدير مبادرة حزام وطريق الحرير في الصين تعزيز خدمات الوساطة التجارية لشركات التصدير الصغيرة الشراكة من أجل النمو والاستثمار في أفريقيا (PIGA) برنامج مركز التجارة الدولية بشأن التدابير غير الجمركية (NTM) (2017-2021) صندوق هولندا الاستثماري (NTF IV): أوغندا (تقنية المعلومات وخدماتها)، السنغال (تقنية المعلومات وخدماتها)، ميانمار (السياحة)، رابطة نهر مانو/ سيراليون (الكاكاو والمحاصيل المرتبطة به) شراكة الاتحاد الأوروبي لتنمية القطاع الخاص داخل مجموعة بلدان أفريقيا والبحر الكاريبي والمحيط الهادي* مبادرة التجارة النسائية SheTrades (النساء والتجارة - المرحلة 3)* بيان أثر منظمات ترويج التجارة والاستثمار (TIPOs): نحو معيار عالمي مبادرة التجارة النسائية - الترابط SheTrades Connect مكتب المساعدة للتجارة العالمية برنامج الكومنولث لمبادرة التجارة النسائية SheTrades مشروع ثقافي: مبادرة بناء الهوية وتقاسم الأعمال قواعد المنشأ: قاعدة بيانات شاملة وتطبيق عبر الإنترنت* Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés تعزيز القدرة التنافسية من خلال المرونة المناخية في سلاسل القيمة الدولية تطوير خارطة طريق للتوظيف آلية للاستخدام المنهجي وفي الطوارئ لتجارة أكثر أماناً (SEMST)	قيرغيزستان، طاجيكستان: تحسين التنافسية الدولية لقطاع النسيج والملابس (GTEX)

* مُمَوَّل من صندوق تطوير الأعمال

الملاحق 5

نبذة عن موظفي المركز

البلد	نساء	رجال	المجموع	%
البلدان الأقل نمواً				
إثيوبيا	1	2	3	
أفغانستان	1	1	1	
السنغال	1		1	
الكاميرون	1	1	1	
أوغندا	1	1	2	
بنين	2	2	2	
بوركينافاسو	1		1	
جزر القمر	1	1	1	
جمهورية الكونغو	1		1	
جمهورية الكونغو الديمقراطية	1	1	1	
زامبيا	2		2	
غينيا	1	1	2	
نيبال	1	1	1	
المجموع للبلدان الأقل نمواً	8	11	19	6.4%
البلدان الأخرى				
أسيانيا	5	2	7	
أستراليا	4	4	4	
البرتغال	1	1	1	
الدنمارك	1	1	1	
السويد	1		1	
ألمانيا	12	1	13	
المملكة المتحدة	10	6	16	
النرويج	1	1	1	
الولايات المتحدة	5	5	10	
اليابان	3		3	
أيرلندا	2	1	3	
إيطاليا	10	7	17	
بربادوس	1	1	1	
بلجيكا	1	2	3	
بولندا	1	2	3	
جمهورية التشيك	1		1	
جمهورية كوريا	1	1	1	
سويسرا	7	5	12	
فرنسا	28	27	55	
فنلندا	1		1	
كندا	4	5	9	
مالطا	1	1	1	
نيوزيلندا	2	2	4	
هولندا	1		1	
المجموع للبلدان الأخرى	95	74	169	56.5%
المجموع لمركز التجارة الدولية	161	138	299	100%

البلد	نساء	رجال	المجموع	%
البلدان النامية أو التي تمر بمرحلة انتقالية				
أرمينيا	2	1	3	
الاتحاد الروسي	4		4	
الأرجنتين	1	4	5	
الإكوادور		2	2	
البرازيل	6		6	
الجزائر	1	1	1	
الجمهورية العربية السورية	1	2	3	
الصين		3	3	
الفلبين	1		1	
المغرب	1	2	3	
المكسيك	1	4	5	
الهند	3	7	10	
إندونيسيا	1		1	
أوزبكستان	2		2	
إيران		1	1	
باكستان		3	3	
بنما	1		1	
بوليفيا	1	2	3	
بيرو	1	1	2	
تاييلاند	1		1	
تركيا	1		1	
تونس		3	3	
جامايكا	1		1	
جمهورية الدومينيكان		1	1	
جنوب أفريقيا	1	2	3	
دولة فلسطين	1		1	
روسيا البيضاء	1	1	1	
رومانيا	4	1	5	
زيمبابوي	1	2	3	
ساحل العاج		2	2	
سريلانكا	2		2	
صربيا		1	1	
غانا	1	1	2	
غواتيمالا	1		1	
فنزويلا		1	1	
فيتنام	1	1	2	
كازاخستان	1		1	
كرواتيا	3		3	
كولومبيا	1	1	2	
كينيا	3		3	
ماليزيا	2		2	
مدغشقر	1		1	
مصر	1		1	
منغوليا	1		1	
موريشيوس	3	3	6	
ناميبيا	1		1	
المجموع للبلدان النامية أو التي تمر بمرحلة انتقالية	58	53	111	37.1%

الملحق 6

توزيع المهام حسب جنسية الخبراء وجنسهم في عام 2017

رجال		نساء		المجموع		من
أيام العمل	عدد الخبراء	أيام العمل	عدد الخبراء	أيام العمل	عدد الخبراء	
البلدان النامية أو التي تمر بمرحلة انتقالية						
أفريقيا						
328	6	211	2	539	8	إثيوبيا
506	6	289	2	795	8	السنغال
		120	1	120	1	السودان
20	1			20	1	الكاميرون
178	5	155	6	333	11	أوغندا
112	3			112	3	بنين
44	1	123	1	167	2	بوركينافاسو
20	1			20	1	تشاد
20	1			20	1	توجو
259	6	109	2	368	8	جمهورية تنزانيا المتحدة
80	2	279	5	359	7	جنوب أفريقيا
30	1			30	1	جيبوتي
153	4	76	2	229	6	رواندا
38	2	249	2	287	4	زامبيا
52	2	18	2	70	4	زيمبابوي
71	1			71	1	ساحل العاج
492	9			492	9	غامبيا
145	3			145	3	غانا
160	1			160	1	غينيا
20	1			20	1	غينيا-بيساو
121	5	912	17	1 033	22	كينيا
100	1			100	1	مالي
		262	3	262	3	مدغشقر
		95	1	95	1	موريشيوس
206	2	29	1	235	3	موزمبيق
29	1			29	1	نيجيريا
3 184	65	2 927	47	6 111	(17.3% من الإجمالي الكلي) 112	المجموع لأفريقيا

رجال		نساء		المجموع		من
أيام العمل	عدد الخبراء	أيام العمل	عدد الخبراء	أيام العمل	عدد الخبراء	
آسيا والمحيط الهادي						
486	5	80	2	566	7	أفغانستان
3	1	253	6	256	7	الصين
29	2	264	3	293	5	الفلبين
1 149	26	256	7	1 405	33	الهند
175	1	198	2	373	3	إندونيسيا
		424	4	424	4	بابوا غينيا الجديدة
344	6	60	1	404	7	باكستان
198	5	56	1	254	6	بنغلاديش
		220	1	220	1	تايبه الصينية
		55	1	55	1	تايلاند
108	1			108	1	جمهورية لاو الديمقراطية الشعبية
445	11	593	7	1 038	18	سريلانكا
12	1			12	1	سنغافورة
		132	1	132	1	فانواتو
320	3	66	2	386	5	فيتنام
43	1	85	4	128	5	فيجي
20	1			20	1	كمبوديا
6	1			6	1	ماليزيا
104	1	135	1	239	2	ميانمار
422	6	84	2	506	8	نيبال
3 864	72	2 961	45	6 825	117	المجموع لآسيا والمحيط الهادي
(18.1% من الإجمالي الكلي)						
المنطقة العربية						
132	8	38	2	170	10	الأردن
242	2	35	1	277	3	الجزائر
70	3	75	3	145	6	الجمهورية العربية السورية
514	17	349	5	863	22	المغرب
50	1			50	1	المملكة العربية السعودية
569	18			569	18	تونس
		12	1	12	1	دولة فلسطين
		30	1	30	1	ليبيا
110	2	55	2	165	4	مصر
1 687	51	594	15	2 281	66	المجموع للمنطقة العربية
(10.2% من الإجمالي الكلي)						

رجال		نساء		المجموع		من
أيام العمل	عدد الخبراء	أيام العمل	عدد الخبراء	أيام العمل	عدد الخبراء	
أوروبا ورابطة الدول المستقلة (CIS)						
120	1			120	1	أذربيجان
		120	1	120	1	أرمينيا
20	1	892	7	912	8	الاتحاد الروسي
172	1			172	1	البوسنة والهرسك
311	6	504	5	815	11	أوكرانيا
12	1	2	1	14	2	جمهورية مقدونيا اليوغوسلافية السابقة
120	1			120	1	جمهورية مولدوفا
120	1			120	1	جورجيا
120	1			120	1	روسيا البيضاء
		59	1	59	1	رومانيا
46	2			46	2	صربيا
515	7			515	7	طاجيكستان
		207	2	207	2	قيرغيزستان
1 583	23	1 784	17	3 367	40	المجموع لأوروبا ورابطة الدول المستقلة (CIS) (6.2% من الإجمالي الكلي)
أمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي						
488	5	336	4	824	9	الأرجنتين
20	2	24	2	44	4	الإكوادور
		372	3	372	3	البرازيل
		50	1	50	1	المكسيك
9	1			9	1	بوليفيا
20	1	280	4	300	5	بيرو
108	1			108	1	تشيلي
		174	2	174	2	جامايكا
54	1			54	1	جمهورية الدومينيكان
45	2			45	2	سانت فنسنت وجزر غرينادين
30	2			30	2	سانت لوسيا
		15	1	15	1	غواتيمالا
120	1			120	1	غيانا
120	1			120	1	كوستاريكا
151	1	219	2	370	3	كولومبيا
		65	2	65	2	هايتي
1 165	18	1 535	21	2 700	39	المجموع لأمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي (6% من الإجمالي الكلي)
11 483	229	9 801	145	21 284	374	الإجمالي للبلدان النامية أو التي تمر بمرحلة انتقالية (57.7% من الإجمالي الكلي)

رجال		نساء		المجموع		من
أيام العمل	عدد الخبراء	أيام العمل	عدد الخبراء	أيام العمل	عدد الخبراء	

البلدان النامية						
173	2	601	6	774	8	أسيانيا
340	4	678	9	1 018	13	أستراليا
		10	1	10	1	إسرائيل
25	1			25	1	البرتغال
498	2	52	1	550	3	الدنمارك
60	1	220	1	280	2	السويد
609	11	1 427	13	2 036	24	ألمانيا
81	3			81	3	المجر
596	15	170	6	766	21	المملكة المتحدة لبريطانيا العظمى وأيرلندا الشمالية
		38	1	38	1	النمسا
769	18	677	18	1 446	36	الولايات المتحدة
		345	3	345	3	اليابان
		60	1	60	1	اليونان
		5	1	5	1	أيرلندا
21	1			21	1	آيسلندا
530	9	299	9	829	18	إيطاليا
58	1	269	3	327	4	بلجيكا
28	1	123	2	151	3	بلغاريا
		113	2	113	2	بولندا
		456	2	456	2	جمهورية التشيك
		15	1	15	1	جمهورية كوريا
100	1			100	1	سلوفينيا
622	15	705	8	1 327	23	سويسرا
2 774	38	790	25	3 564	63	فرنسا
36	2			36	2	فنلندا
		68	1	68	1	كرواتيا
340	6	215	6	555	12	كندا
94	1	130	2	224	3	نيوزيلندا
654	14	571	6	1 225	20	هولندا
8 408	146	8 037	128	16 445	274	الإجمالي للبلدان النامية (42.3% من الإجمالي الكلي)

19 891	375	17 838	273	37 729	648	الإجمالي الكلي لجميع المناطق
---------------	------------	---------------	------------	---------------	------------	------------------------------

الملحق 7

جدول المساهمات الطوعية في الصندوق الاستئماني التابع لمركز التجارة الدولية

المُمولون	2017 (آلاف الدولارات الأمريكية)			2016 (آلاف الدولارات الأمريكية)		
	المجموع	النافذة 2	النافذة 1	المجموع	النافذة 2	النافذة 1
البلدان والروابط الإقليمية	47 923	38 994	8 930	45 008	34 232	10 776
Expertise France	463	463	-	-	-	-
Physikalisch-Technische Bundesanstalt (PTB)	13	13	-	-	-	-
PromPeru	20	20	-	-	-	-
أستراليا	307	307	-	1 147	1 147	-
الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (UEMOA)	276	276	-	-	-	-
الاتحاد الأوروبي	19 484	19 484	-	15 503	15 503	-
الأرجنتين	20	20	-	-	-	-
الدنمارك	43	43	-	-	-	-
السويد	4 698	838	3 859	3 479	-	3 479
الصين	500	400	100	500	400	100
الكويت *	145	-	145	-	-	-
ألمانيا	4 261	2 212	2 049	2 868	699	2 169
المجر	180	180	-	-	-	-
المملكة المتحدة لبريطانيا العظمى وأيرلندا الشمالية	4 653	4 653	-	10 066	10 066	-
المنظمة الدولية للفرنكوفونية	34	34	-	-	-	-
المؤسسة الأوروبية لمصنعي الغذاء (FEFAC)	6	6	-	-	-	-
النرويج	1 093	-	1 093	-	-	-
الهند	50	-	50	50	-	50
الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID)	760	760	-	254	254	-
اليابان	927	927	-	49	49	-
إندونيسيا	30	30	-	-	-	-
أيرلندا	910	-	910	877	-	877
إيطاليا	-	-	-	139	139	-
جمهورية كوريا	658	658	-	306	306	-
جنوب أفريقيا	60	60	-	-	-	-
زامبيا	-	-	-	145	145	-
سانت فنسنت وجزر غرينادين	-	-	-	43	43	-
سويسرا	2 543	2 543	-	2 231	2 231	-
سويسرا/ الإطار المتكامل المُعزَّز (EIF)	200	200	-	167	167	-
صندوق الضمان الأفريقي (AGF)	445	445	-	-	-	-
عُمان	-	-	-	27	27	-
غرفة المقاصة للسوق المشتركة لشرق وجنوب أفريقيا (COMESA)	122	122	-	254	254	-
فنلندا	136	136	-	3 615	245	3 370
كندا	723	-	723	1 487	757	730
مالي	62	62	-	-	-	-
مدغشقر	-	-	-	67	67	-
هولندا	4 101	4 101	-	1 735	1 735	-

* يمثل مبلغ الكويت لعام 2017 تحويل رصيد من النافذة 2 إلى النافذة 1

2017 (آلاف الدولارات الأمريكية)			2016 (آلاف الدولارات الأمريكية)			المُمولون
المجموع	النافذة 2	النافذة 1	المجموع	النافذة 2	النافذة 1	
2 388	2 388	-	2 636	2 636	-	الروابط والبنوك والشركات والمنظمات غير الحكومية
170	170	-	-	-	-	Swisscontact
8	8	-	-	-	-	Costa Rica CINDE
25	25	-	-	-	-	McDonalds Corporation
20	20	-	-	-	-	ProCórdoba Argentina
1 040	1 040	-	800	800	-	البنك الإسلامي للتنمية
129	129	-	60	60	-	البنك الكاريبي للتنمية (CDB)
40	40	-	25	25	-	المركز الإسلامي لتنمية التجارة
113	113	-	112	112	-	المعهد الوطني للدراسات العليا في مجال السياسات (GRIPS)
15	15	-	15	15	-	المؤسسة الإسلامية الدولية لتمويل التجارة (ITFC)
31	31	-	-	-	-	الهيئة العامة لترويج الاستثمار وتنمية الصادرات (إثراء)، عُمان
82	82	-	54	54	-	بربادوس - التعاون في مجال الاستثمار والتنمية
81	81	-	-	-	-	بنك قطر للتنمية
70	70	-	85	85	-	شركة DHL
100	100	-	540	540	-	شركة PepsiCo
5	5	-	87	87	-	صندوق الدول الغربية المستقلة حديثاً للمشاريع (WNISEF)
150	150	-	350	350	-	مبادرة "شرق أفريقيا علامة مسجلة"
-	-	-	85	85	-	مبادرة Stichting IDH للتجارة المُستدامة
114	114	-	22	22	-	مبادرة الزراعة المُستدامة (منصة SAI)
114	114	-	114	114	-	مؤسسة مو إبراهيم
-	-	-	87	87	-	هيئة تعزيز التجارة والاستثمار في الإكوادور (CORPEI)
82	82	-	200	200	-	وكالة ترويج تجارة الصادرات في سانت لوسيا (TEPA)
3 298	3 238	60	3 515	3 457	58	الترتيبات داخل المنظمات والصناديق الدائرة متجددة الموارد
1 059	1 059	-	1 012	1 012	-	الإطار المتكامل المُعزَّز (EIF)
848	848	-	848	848	-	البنك الدولي
484	484	-	698	698	-	الصناديق الدائرة متجددة الموارد
27	27	-	-	-	-	برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP)
-	-	-	105	105	-	برنامج الأمم المتحدة للبيئة (UNEP)
-	-	-	156	156	-	صندوق "أمم متحدة واحدة"
228	228	-	-	-	-	منظمة الأمم المتحدة للأغذية والزراعة (FAO)
-	-	-	88	88	-	منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (يونيدو)
462	462	-	-	-	-	منظمة التجارة العالمية - إدارة المعايير وتنمية التجارة (WTO-STDF)
131	131	-	183	183	-	منظمة العمل الدولية
-	-	-	368	368	-	مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)
60	-	60	58	-	58	مؤسسة الاتفاق العالمي
53 609	44 619	8 990	51 159	40 325	10 834	المجموع

التسميات المستخدمة وطريقة عرض المواد في هذا التقرير لا تعني على الإطلاق التعبير عن أي رأي من جانب مركز التجارة الدولية فيما يتعلق بالوضع القانوني لأي بلد أو إقليم أو مدينة أو منطقة، أو لسلطات أي منها، أو بشأن تعيين حدودها أو تخومها.

يونيو 2018

النسخة الأصلية باللغة الإنجليزية

© مركز التجارة الدولية 2018

ITC/AG(L)/270

طُبِعَ بواسطة خدمة الاستنساخ التابعة لمركز التجارة الدولية على ورق صديق للبيئة (بدون الكلور)، وباستخدام أحبار من أصل نباتي. المطبوعات قابلة لإعادة التدوير.



مركز
التجارة
الدولية

