مركز
التجارة
الدولية

التقرير السنوي لعام 2018

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، لاسيّما للنساء والشباب والمجتمعات الفقيرة.

جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

ديمومة
أثر التجارة

المحتويات

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

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

نتائج المؤسسة 66
حوكمة المؤسسة وهيكلها الإداري 68
التقييم والأداء 70
نظرة عامة على الأوضاع المالية 72
إدارة الموارد البشرية 75
مختبر الابتكار التابع لمركز التجارة الدولية 77
الاتصال والتواصل 77
فعاليات مركز التجارة الدولية 79
الشراكة من أجل التجارة الجيدة 81

الملاحق 90
الملحق 1: مجالات التركيز والبرامج 92
الملحق 2: التعاون الفني لمركز التجارة الدولية حسب المنطقة ومجال التركيز 95
الملحق 3: مشاريع وبرامج مركز التجارة الدولية القطرية والإقليمية حسب البلد 102
الملحق 4: تقييم الاحتياجات وتصميم المشاريع بمركز التجارة الدولية في عام 2018 حسب المنطقة 110
الملحق 5: نبذة عن موظفي المركز 113
الملحق 6: توزيع المهام حسب جنسية الخبراء وجنسهم في عام 2018 114
الملحق 7: جدول المساهمات الطوعية في الصندوق الاستئماني التابع لمركز التجارة الدولية 118

دراسات الحالة

توفير المعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق

20

خارطة إمكانات التصدير: جعل الترويج التجاري أكثر فاعلية

22

التنبيه للعقبات التجارية يساعد التجار في غرب إفريقيا على توفير الوقت والمال

24

مُيسِّر قواعد المنشأ: تسهيل استخدام الاتفاقات التجارية على الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة

بناء بيئة أعمال مواتية

30

تعزيز بيئة الأعمال للتنمية التي تقودها التجارة في سري لانكا

32

تسهيل شفافية التجارة وإصلاحها في مالي

تعزيز مؤسسات دعم التجارة والاستثمار

36

دعم وكالات ترويج الصادرات الإفريقية لتحسين الخدمات للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة

38

دعمٌ أفضل للمُصدرين المنغوليين

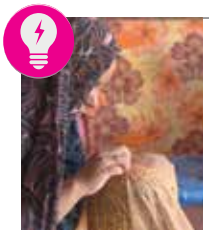
الربط بسلاسل القيمة الدولية

42

جذب تمويل رأس المال الاستثماري الأجنبي إلى قطاع التقنية في أوغندا

44

التحالف من أجل العمل: تحفيز الاستثمار في صناعة جوز الهند الكاريبي



46

ربط الشركات الأفغانية بسلاسل القيمة الدولية

ترويج وتعميم التجارة الشاملة والمراعية للبيئة (الخضراء)

53

التمويل لريادة الأعمال وخلق فرص العمل في غامبيا

56

الاستفادة من التقنية والتجارة لإيجاد وظائف للاجئين والمجتمعات المُضيفة في كينيا

58

مبادرة التجارة النسائية - الاستثمار (SheTrades Invest): تحفيز التمويل للشركات المملوكة للنساء لتوسيع نطاقها

دعم التكامل الاقتصادي الإقليمي والروابط بين الدول النامية

62

إزالة مخاطر التنويع في محاصيل التصدير ذات القيمة العالية للفلاحين في رواندا

64

الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة من البلدان النامية تُحرز تقدماً في سوق الصين

مقدمة

بالنسبة للاقتصاد العالمي المفتوح، وللتعاون متعدد الأطراف القائم على القواعد بشكل عام، كان عام 2018 عامًا معقدًا.

لقد تحوّل الخطاب الحِمائي والتهديدات إلى عمل أحادي الجانب على نطاق واسع بما يكفي للتأثير على النشاط التجاري عبر الحدود. ظلت التجارة كبش فداءٍ مُفضّل لدى الشعبويين، مما أدى إلى تفاقم التوترات الجيوسياسية وتقلص آفاق التعاون الاقتصادي الدولي.

غير أن النظرة الفاحصة تكشف عن العديد من الجوانب المُشرقة. واصل العديد من البلدان التقدم في تحقيق التكامل التجاري الثنائي والإقليمي، ويتمتع اتفاق التجارة الحرة لعموم القارة الأفريقية بالحظ الأوفر من الإمكانات المحتملة في هذا الصدد. لم يسبق أن تصدّر التمكين الاقتصادي للمرأة وروح المبادرة لدى الشباب جدول أعمال السياسات الدولية كما حدث هذا العام. استمر تدفق البيانات عبر الحدود في الازدهار؛ ورغم أن الثورة الرقمية تثير تحديات سياسية تتعلق بالمنافسة العادلة وخلق فرص العمل، فقد خلقت أيضًا طرقًا جديدة للشركات للاتصال بالأسواق الدولية بغض النظر عن حجمها أو موقعها.

مع بقاء ما يزيد قليلاً عن عقدٍ من الزمان حتى عام 2030، فإن فرصنا في تحقيق أهداف التنمية المستدامة (SDGs) ستعتمد على عكس الاتجاهات السلبية والبناء على الاتجاهات الإيجابية. في ظل عدم وجود تعاون دولي أكثر فعالية، سيكون لدينا عدد أقل من الأدوات لمعالجة الانكماش الاقتصادي القادم، وستتعرض الجهود المبذولة للتصدي لتغير المناخ للخطر من بدايتها. سيكون من المستحيل إنهاء الفقر المدقع ما لم يتم تمكين البلدان والمجتمعات والشركات المُهمّشة من الاتصال بالتيار الرئيسي للاقتصاد.

عمل مركز التجارة الدولية (ITC) على كلتا الجبهتين في عام 2018. واصلت دبلوماسيتنا العامة إثبات جدوى وجود تعاون دولي إيجابي، مُحتجّين بأن الاعتماد المتبادل يعني أن النتائج الوحيدة الممكنة للبلدان هي "الفوز للطرفين" أو "الخسارة للطرفين". قدّم عملنا على أرض الواقع لربط الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة (MSMEs) بالأسواق الدولية دليلًا ملموسًا على كيفية مساهمة التجارة الجيدة في التنمية المستدامة والشاملة للجميع. حتى في بعض بيئات السوق الأكثر صعوبة في العالم، ساعدت الأدوات والدعم من مركز التجارة الدولية الأشخاص والشركات على استخدام التجارة لخلق فرص العمل وزيادة الدخل، لا سيما للنساء والشباب.

على الرغم من الرياح المُناوئة التي تواجه التجارة اليوم، فإننا على يقين بأن نهج مركز التجارة الدولية - إعداد الشركات لتحقيق أقصى استفادة من أي فرص بالأسواق تتمتع بها على الورق - له أهمية خاصة في السيناريو الذي تقوم فيه بعض الدول برفع مستوى الحواجز التجارية حتى عندما تخفّضها البلدان الأخرى. إن تركيزنا على الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، التي توظّف الغالبية العظمى من الناس، يُعدّ الآن أكثر منطقية من أي وقت مضى في وقت أصبح فيه النمو المُنصِف قضية سياسية ملحة في البلدان النامية والمتقدمة على حدٍ سواء. إن تركيزنا المستمر على تمكين المرأة في الاقتصاد العالمي ليس مجرد ضرورة أخلاقية ذات آثار تحويلية على مستقبل الأسر المعيشية في المستقبل: إنه ضرورة عملية للبلدان لتحقيق إمكاناتها الإنمائية الكاملة.

في عام 2018، عمل مركز التجارة الدولية مع حكومات من غرب إفريقيا إلى سري لانكا لتحسين بيئة الأعمال الأوسع نطاقًا لتمكين الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة من التجارة. قمنا بتحسين الأدوات الحالية للمعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق وكان لنا دورٌ رائد في تطوير أدوات جديدة لتمكين الحكومات من استهداف دعم التجارة بشكل أفضل وتمكين الشركات من الاستفادة من اتفاقيات التجارة الثنائية والإقليمية. دعمنا جهود الحكومات لفهم ومعالجة القيود التي تواجه رائدات الأعمال في الاقتصاد العالمي بشكل أفضل، بناءً على إعلان بوينس آيرس بشأن المرأة والتجارة. وقمنا بتمكين رواد الأعمال والشركات للاستفادة من الأسواق الدولية من مناطق غير مُحتملة، مثل المناطق الريفية في أفغانستان ومخيمات اللاجئين في كينيا.

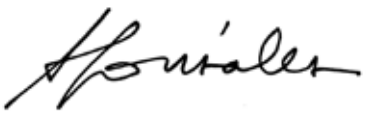
تتمثل ولاية مركز التجارة الدولية في جعل التجارة تحدث. ويتعلق هذا التقرير بكيفية قيامنا بذلك في عام 2018. لقد أنفقنا مبلغًا قياسيًا قدره 64 مليون دولار أمريكي من النفقات من خارج الميزانية على المساعدات الفنية، وبناء القدرات، والتحليلات المبتكرة. كان هذا المبلغ أعلى بنسبة 38% عن عام 2017، وأعلى بنسبة 15% تقريباً من الحد الأقصى السابق، مما يدل على الطلب القوي على خدمات مركز التجارة الدولية. ورغم وجود بيئة مالية مُقيِّدة للتعاون الإنمائي الدولي، توصّل مركز التجارة الدولية إلى اتفاقيات تمويل بقيمة 165 مليون دولار أمريكي مع مجموعة واسعة من الشركاء، مما يدل على الثقة التي أولونا إياها لتقديم قيمة مقابل المال سعياً لتحقيق أهدافنا المشتركة. في مقرنا، استثمرنا في تبسيط عمليات الإدارة، وبناء مهارات الموظفين، وتبنّي التنوع، وتعزيز قدرتنا على الارتقاء بالنتائج والأثر.

1. *المديرة التنفيذية لمركز التجارة الدولية تزور مزرعة بستنة في ليسوتو* ***2.*** *التواصل والجلسات غير الرسمية في ملتقى مبادرة التجارة النسائية العالمية SheTrades Global لعام 2018، ليفربول*
3. *إطلاق مبادرة التجارة النسائية SheTrades في زامبيا* ***4.*** *فعالية للقطاع الخاص في مؤتمر حول أفغانستان، الأمم المتحدة، جنيف*

ستجد ضمن هذا التقرير نتائج رئيسية من كلٍّ من البرامج الخمسة عشر التي ينظم فيها المركز تدخلاته. توضّح عشرٌ من دراسات الحالة من مجالات التركيز الستة لعملنا بعض الطرق المختلفة التي يؤثر بها مركز التجارة الدولية على أرض الواقع، من دعم سري لانكا لتحقيق أهدافها التجارية الطموحة إلى جذب رؤوس الأموال اليابانية إلى شركات ناشئة في مجال التقنية في أوغندا. توضح دراسات الحالة كيف أن المشروعات الكبيرة قد عملت كمُضاعِفات لتأثير مركز التجارة الدولية، من خلال السماح لنا بالتعامل مع قيود متعددة على التجار المحتملين في نفس الوقت. تصف ثلاث قصص من "ابتكارات مركز التجارة الدولية" مبادرات جديدة واعدة، مثل مبادرة التجارة النسائية - استثمار (SheTrades Invest)، التي تهدف إلى تحفيز الاستثمار في الشركات المملوكة للنساء في البلدان النامية.

يتمثل أحد الموضوعات المتكررة في هذا التقرير في استخدام آليات عبر الإنترنت، سواءً كانت للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة لإبلاغ المعوقات التجارية للسلطات المعنية، أو للوصول إلى المعلومات والوثائق المتعلقة بالإجراءات الشكلية عبر الحدود، أو للاتصال بالمشترين المحتملين في أماكن أخرى من العالم. ويتمثل موضوع آخر في الأهمية المتزايدة للروابط بين الدول النامية: يمثل تمكين الشركات في البلدان الأقل نمواً من البيع في الأسواق النامية مثل الصين والهند جزءًا متزايدًا من محفظة مركز التجارة الدولية.

في السنوات المقبلة، سيستمر عمل مركز التجارة الدولية في التركيز على البلدان والمجتمعات في الجزء السفلي من الهرم، حيث سيحقق العالم أهداف التنمية المستدامة أو يفشل في تحقيقها. إننا نتطلع إلى العمل معكم للحفاظ على ديمومة أثر التجارة.

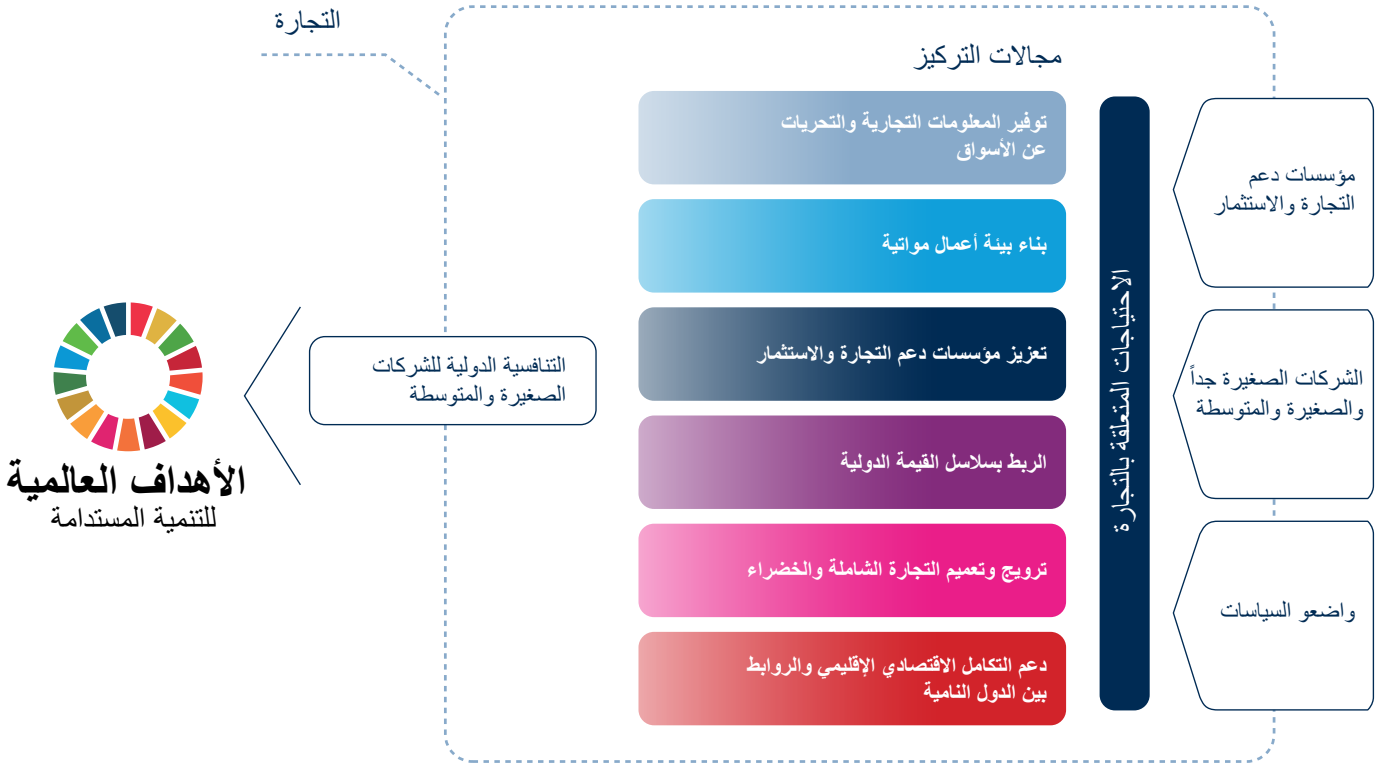


آرانشا جونزاليز،
المديرة التنفيذية

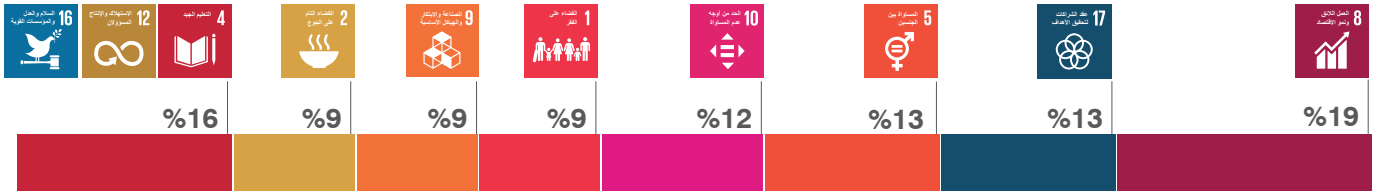
الأهداف العالمية هي أهداف مركز التجارة

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 من أهداف التنمية المستدامة.

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



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 الإنتاجية الزراعية ودخل صغار منتجي الغذاء، وخاصةً النساء.
- ضمان وجود نُظم مستدامة لإنتاج الغذاء وتطبيق الممارسات الزراعية التي تحقق الصمود إزاء تغيّر المناخ.

الهدف 4

- ضمان أن يتوفر لدى الشباب والبالغين المهارات ذات الصلة، بما في ذلك القدرات الفنية والمهنية، لتأمين الحصول على الوظائف اللائقة وفرص ريادة الأعمال.

الهدف 5

- ضمان المشاركة الكاملة والفعالة للمرأة في الحياة الاقتصادية، مع تكافؤ الفرص في القيادة على جميع مستويات صنع القرار.
- دعم استخدام التقنيات الممكِّنة لتعزيز تمكين المرأة.

الهدف 8

- تحقيق مستويات أعلى من الإنتاجية الاقتصادية من خلال التنويع، ورفع المستوى التقني، والابتكار.
- تعزيز السياسات المُوجّهة نحو التنمية التي تدعم الأنشطة المُنتِجة، وتخلق الوظائف اللائقة، وتتيح فرص ريادة الأعمال.
- تحقيق العمالة الكاملة والمُنتجة والعمل اللائق لجميع النساء والرجال، بما في ذلك الشباب.
- الحد بشكل كبير من نسبة الشباب الذين لا ينخرطون في عمل، أو تعليم، أو تدريب.
- تنفيذ سياسات لتشجيع السياحة المُستدامة التي تخلق فرص عمل وتعزز الثقافة والمنتجات المحلية.
- تعزيز قدرات المؤسسات المالية على تشجيع وتوسيع نطاق الوصول إلى الخدمات المالية للجميع.
- زيادة دعم المعونة من أجل التجارة للبلدان النامية، ولا سيما البلدان الأقل نمواً.

الهدف 9

- تحسين وصول الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة إلى الخدمات المالية، وزيادة اندماجها في سلاسل القيمة والأسواق.
- دعم تطوير التقنيات والبحوث والابتكارات المحلية في البلدان النامية.

الهدف 10

- تحقيق نمو في الدخل لفئة الـ 40% من السكان في أسفل السلّم الاجتماعي والحفاظ على هذا النمو.
- تعزيز الإدماج الاجتماعي والاقتصادي والسياسي وتمكين الجميع.
- تطبيق مبدأ المعاملة الخاصة والتفضيلية للبلدان النامية، ولا سيما البلدان الأقل نمواً.

الهدف 12

- تحقيق الإدارة المُستدامة والاستخدام الفعال للموارد الطبيعية.
- تشجيع الشركات على تبنّي الممارسات المستدامة ودمج المعلومات عن الاستدامة في دورات إعداد التقارير لديها.

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

- تعزيز قيام نظام تجاري عالمي متعدد الأطراف، ومبنيّ على قواعد، ومنفتح، وغير تمييزي، ومُنصِف.
- زيادة صادرات البلدان النامية، وخاصةً بهدف مضاعفة حصة البلدان الأقل نمواً من الصادرات العالمية.
- القيام في الوقت المناسب بإتاحة الفرصة لجميع البلدان الأقل نمواً للوصول إلى الأسواق دون رسوم جمركية أو حصص، وعلى أساس دائم.

جميع الحقوق محفوظة shutterstock.com

السياق العالمي

تباطؤ نمو التجارة العالمية في عام 2018

نمت التجارة العالمية بنسبة 3.5% في عام 2018، بانخفاضٍ عن نسبة 5.4% في عام 2017، مما يعكس تزايد الرياح المناوئة التي تواجه النمو العالمي وكذلك المشهد التجاري.

توسعت صادرات السلع العالمية بنسبة تقدر بنحو 3.2% في عام 2018، مقارنة بـ 5.0% في عام 2017. شهدت الاقتصادات المتقدمة نمو الصادرات بنسبة 2.2% والواردات بنسبة 2.6%. وكانت الأرقام للاقتصادات النامية 4.4% و 4.1% على التوالي.

نمَت تجارة الخدمات العالمية بنسبة 7.7% في عام 2018، أي ما يقرب من مرتين ونصف أسرع من تجارة السلع العالمية. كان الدافع وراء النمو في تجارة الخدمات عبر الحدود زيادةٌ بنسبة 10% في الخدمات المتعلقة بالسلع، مثل صيانة محركات الطائرات.

نما الناتج المحلي الإجمالي العالمي (GDP) بنسبة 3.6%، أي أكثر بقليل جداً من التجارة العالمية. يستمر هذا الاتجاه منذ الأزمة المالية في 2008-2009، والتي شهدت نمو التجارة بنفس معدل الناتج الاقتصادي الإجمالي تقريباً، بعد عقود تجاوز خلالها نمو التجارة نمو الإنتاج بكثير.

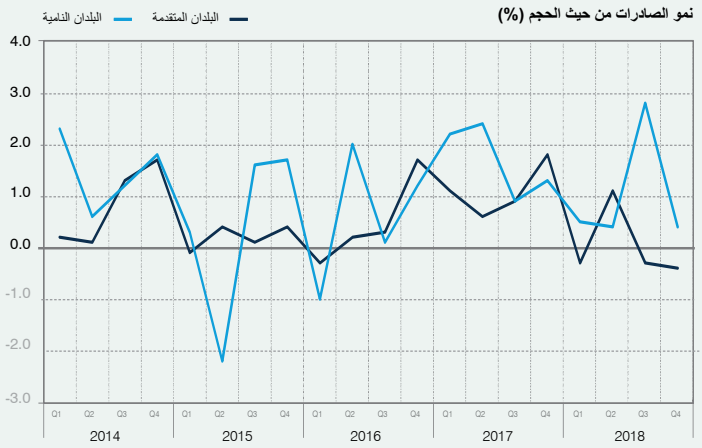
تميّز سياق سياسات التجارة العالمية في عام 2018 بالتحول من الخطاب الجِمائي إلى العمل الأحادي. فرضت الولايات المتحدة تعريفة جمركية على العديد من شركائها التجاريين الرئيسيين، مما دفع إلى إجراءات انتقامية طالت أجزاء كبيرة من التجارة الثنائية لكلٍّ منهما.

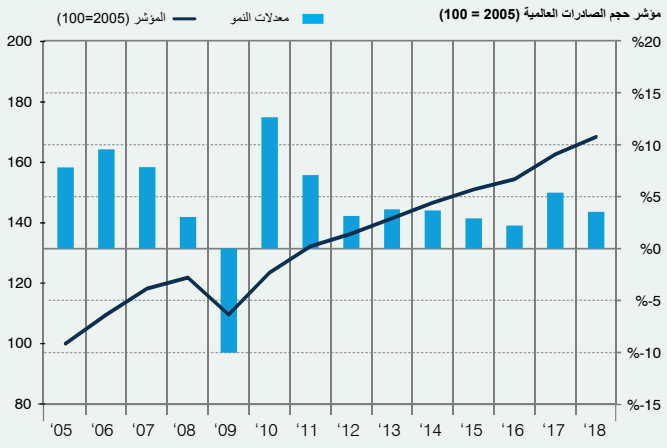
وفي الوقت نفسه، سينطوي رحيل المملكة المتحدة الوشيك عن الاتحاد الأوروبي على الأرجح على عكس عقودٍ من الاندماج في السوق الموحدة للاتحاد الأوروبي. سيكون لخروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي آثار على العلاقات التجارية للمملكة المتحدة مع البلدان النامية، والتي كانت في كثير من الحالات راسخة في الاتفاقيات التجارية التي عقدتها تلك البلدان مع الاتحاد الأوروبي.

من ناحية أخرى، فإن المحادثات الثنائية الجارية بين واشنطن وكلٍّ من بكين وبروكسل قد عبّرت عن أملها في أن يتم تقييد نطاق التدابير المُقيِّدة للتجارة، بل وحتى عكسها. وتهدف اتفاقية الولايات المتحدة والمكسيك وكندا، التي وقّعتها الأطراف الثلاثة في شهر أكتوبر، إلى إلغاء اتفاقية التجارة الحرة لأمريكا الشمالية لعام 1994.

مضى العديد من الحكومات قُدُماً بعقد اتفاقات للتجارة الثنائية والإقليمية. من بين هذه الاتفاقات، الاتفاق الشامل والتقدمي للشراكة عبر المحيط الهادي (CPTPP)، والذي دخل حيز التنفيذ في نهاية ديسمبر ويتضمّن فصلاً عن التجارة الرقمية وفصلاً يهدف إلى مساعدة الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة كي تستفيد من الفرص التجارية الناتجة في أحد عشر من أسواق حافة المحيط الهادي. انتقل اتفاق التجارة بين الاتحاد الأوروبي واليابان نحو بدء النفاذ، بتوقيعه رسمياً في شهر يوليو والمصادقة عليه من قِبَل الطرفين بحلول نهاية العام. واصلت المحادثات تقدمها حول شراكة اقتصادية إقليمية شاملة تضم العديد من أكبر اقتصادات آسيا – الصين والهند واليابان وأستراليا، بالإضافة إلى رابطة دول جنوب شرق آسيا.

على المستوى متعدد الأطراف، استمرت منظمة التجارة العالمية في عام 2018 في مواجهة احتمال تعطّل وظيفة تسوية المنازعات بالمنظمة، وتحديداً هيئة الاستئناف التابعة لها، بسبب الجمود الذي يجعل من المستحيل استبدال الأعضاء المتقاعدين. كما تشكل الخلافات التي تدور حول قدرة منظمة التجارة العالمية على حماية حقوق الملكية الفكرية ودور الإعانات تحديات قد تصل إلى ذروتها في عام 2019. ومع ذلك، في الوقت نفسه، استندت الحكومات إلى تفويضٍ من الاجتماع الوزاري لعام 2017 في بوينس آيرس للحد من إعانات مصايد الأسماك، ومناقشة رسوم التجارة الإلكترونية، وتشجيع التمكين الاقتصادي للمرأة.





الشكل 1 نمو التجارة العالمية: الاتجاهات على المدى المتوسط والقصير

اللوحة اليمنى: (المحور الأيسر) مؤشر حجم الصادرات العالمية من السلع والخدمات، حيث 2005=100. (المحور الأيمن) النسبة المئوية للتغيّر في حجم الصادرات على أساس سنوي. المصدر: آفاق الاقتصاد العالمي لصندوق النقد الدولي، أبريل 2019.

اللوحة اليسرى: نمو حجم صادرات البضائع المعدّلة موسمياً على أساس ربع سنوي للاقتصادات المتقدمة والنامية. المصدر: أمانة منظمة التجارة العالمية.

جَعل الثورة الرقمية تعمل من أجل تحقيق نمو شامل

إن ردود الفعل ضد العولمة والتقنية ليست جديدة. فقد شهد العالم ثورات صناعية متعددة وموجات من التكامل الاقتصادي الدولي على مدى القرون القليلة الماضية، إلى جانب ردود الفعل العنيفة ضد كليهما. الجديد بشكل أساسي اليوم هو الوتيرة السريعة للتغير التقني بالإضافة إلى التوازن المتغير للقوى السياسية العالمية. تنطوي التقنيات الحديثة على إمكانية ربط أعداد كبيرة من الأشخاص الذين كانوا مُهمّشين حتى الآن، والشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، والبلدان بالاقتصاد العالمي. ومع ذلك، يمكن أن ينتهي الأمر بنفس السهولة إلى تفاقم عدم المساواة والإقصاء إذا نجحت ديناميات "الفائز يحصد كل شيء" في تسليم الجزء الأكبر من مكاسب الاقتصاد الرقمي إلى حفنة قليلة من الشركات العملاقة التي يقع معظمها في البلدان المتقدمة.

تناول تقرير البحوث السنوي الرائد الذي يُصدره مركز التجارة الدولية بعنوان *النظرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة 2018: النظم الإيكولوجية للأعمال التجارية للعصر الرقمي*، جوانب محددة من التحول التقني. وقد حلل التقرير كيف تقوم الشركات بالأعمال التجارية وكيف تؤثر المنصات الرقمية على النظام الإيكولوجي للأعمال، بما في ذلك مقدمي خدمات دعم الأعمال التقليديين مثل منظمات ترويج التجارة، ومؤسسات التدريب على المهارات، وهيئات ضمان الجودة.

تعمل المنصات الرقمية على تحويل الطرق التي تعمل بها الشركات. بالنسبة للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، تؤثر هذه التغييرات على معظم جوانب عملياتها اليومية، من الوصول إلى المعلومات والتمويل إلى الموردين والعملاء والخدمات اللوجستية. وبينما توفر المنصات القوية فرصًا تجارية كبيرة للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة للوصول إلى عملاء جدد، فإنها تمثل أيضًا تهديدات، مثل التغييرات التعسفية في نتائج عمليات البحث على الإنترنت التي يُجريها المستهلك أو حتى المنافسة المباشرة من شركات المنصة نفسها.

يحدد تقرير *النظرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة* جدول أعمال للكيفية التي يمكن بها لمختلف الجهات الفاعلة في النظام الإيكولوجي للأعمال التجارية العمل على توسيع نطاق الوصول إلى فوائد الرقمنة وجعل التجارة والنمو أكثر شمولاً. إن البديل عن توجيه الثورة التقنية الحالية إلى قدرٍ أكبر من الإدماج الاقتصادي هو المخاطرة بصبّ المزيد من الوقود على فقدان الناس الثقة حالياً في المؤسسات السياسية والاقتصادية.

يحث التقرير الجهات الفاعلة في النظام الإيكولوجي للأعمال المحيط بالشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على تبنّي البيانات والتقنية، ويدعوها إلى الانفتاح على شراكات وابتكارات جديدة، وعلى تحمل مخاطر محسوبة لنشر المعلومات وبناء المهارات وتعريف وتعزيز الامتثال للوائح الجديدة.

جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

فيما يلي بعض التوصيات الرئيسية من *تقرير النظرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة 2018*:

جعل البيانات الكبيرة تعمل للشركات الصغيرة

بالنسبة للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، يُعدّ الوصول إلى المعلومات ذات الصلة بالسوق إحدى العقبات الرئيسية التي تعترض الارتباط بسلاسل القيمة الدولية. تقليدياً، قدمت منظمات ترويج التجارة والاستثمار (TIPOs) هذه المعلومات إلى المُصدِّرين الأصغر كجزء من خدماتها. يُظهر التقرير أن تكييف الدعم المقدم للأعمال التجارية حسب الطلب يؤتي أُكُله: بالنسبة للميزانية الثابتة، تؤدي زيادة الإنفاق بنسبة 10% على المُصدّرين المحتملين الجدد إلى زيادة بنسبة 4.6% في عدد المُصدّرين لكل بلد مقصد.

من حيث المبدأ، توفر البيانات الكبيرة فرصًا لا حدّ لها للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة للحصول على معلومات السوق. ومع ذلك، هناك شكوك حول ما إذا كانت الشركات الكبيرة التي تهيمن على جمع بيانات السوق وتحليلها ستهتم بتكييف المعلومات التي تحت تصرفها لتلائم احتياجات الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة. يمكن لمنظمات ترويج التجارة والاستثمار أن تلعب دورًا رئيسيًا في الاستفادة من التقنيات الجديدة ومنصات البيانات الرئيسية لتوفير معلوماتٍ أفضل عن السوق لعملائها.

بناء المهارات اللازمة للمستقبل

تضع التحولات السريعة في المهارات التي تتطلبها المؤسسات من موظفيها ضغوطًا هائلة على أنظمة التعليم والتدريب في البلدان من أجل التكيّف. ومع ذلك، فتلك النظم في كثير من البلدان غير مرنة، مما يُنذر بتحديات خطيرة.

يحث تقرير *النظرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة 2018* المؤسسات التعليمية والتدريبية على التوقّع، والعمل، وتعديل المسار للتكيّف في أسرع وقت ممكن. ورغم أن التعاون مع الجهات الفاعلة في القطاع الخاص لا يخلو من مخاطر – الغزلان الناجحة اليوم قد تنقرض في الغد – فإنه في الواقع لا يوجد وقت لتصميم حلول مثالية. يُنصَح مقدمو التعليم المهني بتحديد أكثر الجهات الفاعلة الوطنية نجاحًا في مجال التقنيات الجديدة وإيجاد طرق لإشراكها في تطوير المناهج وبرامج التدريب.

تعزيز الثقة في الاقتصاد الرقمي

لكي تعمل الأسواق بشكل جيد، فإنها تحتاج إلى آليات للتحكم في الجودة ورصدها. بدءاً بارتفاع الإنتاج الصناعي الضخم، أنشأت البلدان مؤسسات معقدة - هيئات لوضع المعايير وإصدار الشهادات، ومرافق للاختبار، وما شابه ذلك - لضمان سلامة المنتجات وتسهيل التجارة.

يستلزم العديد من المنتجات والعمليات الجديدة الناشئة عن الاقتصاد الرقمي جوانب للجودة لا تكون واضحة على الفور للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة أو حتى للمستهلكين. هل تعليقات العملاء على صفحات الويب الخاصة بقطاع الضيافة أصلية أم يتم التلاعب بها؟ ما مدى أمان الأدوات المصرفية الإلكترونية؟ ما احتمالية تسبب سيارة ذاتية القيادة في حادث؟

يمكن أن تُعزز اللوائح الابتكار والمنافسة من خلال خلق بيئة أكثر أمانًا ويمكن التنبؤ بها، وعن طريق تعزيز ثقة المستهلك. وسط الاضطراب التقني، من الصعب - ولكن من المهم - تحقيق التوازن الصحيح.

جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

بمجرد تحديد المعايير واللوائح في المجال الرقمي، فإن نقل المعرفة عن شهادات الجودة والعمليات ذات الصلة سيكون مفتاحًا لتعزيز إصدار الشهادات. قد لا تتمكن الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة - وخاصةً في البلدان النامية - من تحمّل هذه التكاليف بالكامل، وسيكون للكيانات العامة أو العامة- الخاصة دورٌ تؤديه. من المُرجّح أن تكون عوائد الاستثمار كبيرة، من حيث الحد من الخروقات الأمنية وتسريع اعتماد التقنيات الجديدة.

خطة عمل لهيئات ضمان الجودة

يضع تقرير *النظرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة 2018* جدول أعمال لتكييف البنية التحتية للجودة في البلدان بسرعة مع العصر الرقمي. ويدعو التقرير البلدان إلى اتباع خطة العمل التالية لخلق الثقة في العصر الرقمي الحالي:

- تسهيل اعتماد التقنية، خاصةً بين النساء والشباب والشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في المناطق النائية
- إشراك لاعبين جدد في وقت مبكر
- تفضيل النُّهُج الدولية للمعايير
- تحقيق التوازن بين الحوكمة والابتكار في بيئة سريعة التغيّر
- ضمان الخصوصية، والسلامة، وقابلية التشغيل البيني
- بناء الثقة في التقنية والحفاظ عليها من خلال ضمان الجودة وإصدار الشهادات

جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

إسهامات مركز التجارة الدولية:
جهود أكبر، على نحوٍ أفضل

ماذا أنجز مركز التجارة الدولية في عام 2018

تعطي الأرقام أدناه لمحة عن كيفية إنجاز مركز التجارة الدولية لولايته لتعزيز التجارة الشاملة في عام 2018. استُخلِص العديد من الأهداف والمؤشرات من الإطار الاستراتيجي لعاميْ 2018-2019 لمركز التجارة الدولية، والذي يستجيب لدورات نظام الأمم المتحدة التي تستغرق عامين للتخطيط والميزنة.

استُخلِصت الأهداف السنوية من الخطة التشغيلية لمركز التجارة الدولية لعام 2018، والتي تحدد معايير الأداء للعام.

تعزيز دمج قطاع الأعمال في الاقتصاد العالمي

299 000

مستخدم إضافي للمعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق تَوفّر لديهم قدرٌ أكبر من الوعي بالتجارة الدولية نتيجة الدعم الذي قدمه مركز التجارة الدولية (المُستهدف: 200 000)

تحسين أداء مؤسسات دعم التجارة والاستثمار (TISIs)

353

حالة تحسّن فيها أداء مؤسسات دعم التجارة والاستثمار (المُستهدف: 200)

89

حالة ساعد فيها الدعم المُقدّم من مركز التجارة الدولية في تغيير السياسات، أو الاستراتيجيات، أو اللوائح المتعلقة بالتجارة لصالح القدرة التنافسية للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة (المُستهدف: 50)

تحسين القدرة التنافسية الدولية للشركات

18 500

شركة إضافية تلقّت دعماً لتحسين قدرتها التنافسية الدولية أو لمقابلة مُشترين تعاملوا معها لاحقًا في نشاط تجاري (المُستهدف: 9 500)

25 300

مشاركاً في الدورات التدريبية لمركز التجارة الدولية (المُستهدف: 17 500)

تمكين المرأة في الاقتصاد العالمي

%51

من بين 18 500 شركة إضافية مُشار إليها أعلاه كانت تملكها وتُشغّلها وتتحكم فيها نساء (المُستهدف: 50%)

1.1 مليون

تعهّدت الجهات الموقّعة على مبادرة التجارة النسائية SheTrades بربط 1.1 مليون سيدة من رائدات الأعمال بالأسواق الدولية بحلول عام 2021 (المُستهدف لعام 2021: 3 مليون)

الاستفادة من التمويل في التجارة

قام مركز التجارة الدولية بتقدير قيمة المعاملات التجارية الدولية الناتجة عن إسهاماته في عام 2018. ويستند هذا التقدير إلى ثلاثة عناصر: التغذية الراجعة من مستخدمي أدوات مركز التجارة الدولية للمعلومات التجارية والتحرِّيات عن الأسواق؛ والعروض والصفقات التجارية المُوثقة؛ والصادرات الإضافية الناتجة عن مكاسب الكفاءة التشغيلية التي حققتها مؤسسات دعم التجارة والاستثمار (TISIs) نتيجة دعم المركز لها.

1.1 مليار دولار أمريكي

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

1 دولار ← 17 دولاراً

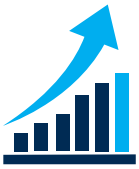
يستفيد مركز التجارة الدولي من كل دولار يتلقاه من التمويل من خارج الميزانية لتحقيق 17 دولاراً من معاملات التصدير والاستثمار الدولية

مؤشرات الأداء الرئيسية

تُستخدم المؤشرات التالية لتتبُّع إنجازات المركز لتقديم المساعدة الفنية وكذلك جهوده لتعزيز الفعالية التنظيمية.

100 مليون دولار أمريكي

إنجازات المركز عبر جميع الميزانيات



135 مليون دولار أمريكي

في مشاريع قيد الإعداد تضع الأساس لنموٍ مستقبلي (المُستهدف: 180 مليون دولار أمريكي)

232 مليون دولار أمريكي

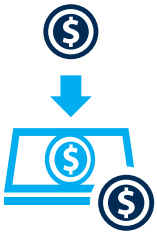
الأموال من خارج الميزانية المؤمّنة حتى عام 2019 وما بعده (المُستهدف: 125 مليون دولار أمريكي)

86%

من المساعدة المخصصة لبلدان بعينها ذهبت إلى بلدان ذات أولوية (المُستهدف: 80%)

95% من العملاء

أعطوا خدمات المركز تقييماً إيجابياً (المُستهدف: 85%)



1 دولار ← 32 دولاراً

كل دولار تم استثماره في صندوق تطوير الأعمال في مركز التجارة الدولية قام بتحفيز 32 دولارًا في تمويلٍ من خارج الميزانية (الفعلي لعام 2017: 22 دولاراً)

جميع الحقوق محفوظة - shutterstock.com

توفير المعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق

الشفافية في التجارة

يهدف برنامج مركز التجارة الدولية للشفافية في التجارة إلى تحسين القرارات التجارية والاستثمارية من قِبَل الشركات، ولا سيما الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، ومؤسسات دعم للتجارة والاستثمار، وواضعي السياسات. على وجه الخصوص، يساعد البرنامج الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في توجيه منتجاتها بشكل أفضل نحو أفضل الأسواق الواعدة، وفي تنويع 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

308 مليون دولار أمريكي هي قيمة المعاملات التجارية التي مكّنتها أدوات المركز الخاصة بتوفير المعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق

تم إطلاق أدوات جديدة عبر الإنترنت بشأن قواعد المنشأ وأسعار السوق الزراعية

1100 مشارك في ندوات عامة ومجانية عبر الإنترنت ودورات تعلم إلكتروني نظمتها أكاديمية التجارة للشركات الصغيرة والمتوسطة

تم الاستشهاد ببيانات للتجارة من إصدار المركز في أكثر من 2000 مقال إعلامي بـ 21 لغة حول العالم

وصلت رسوم معلوماتية ومقاطع فيديو مواضيعية على الوسم #ITCdata إلى أكثر من 65 مليوناً من جمهور شبكات التواصل الاجتماعي.

النقاط البارزة

ساعدت أدوات مركز التجارة الدولية الشركات على تحقيق معاملات تجارية بلغت قيمتها ما يقدر بـ 308 مليون دولار أمريكي في عام 2018، استناداً إلى الردود على مسح سنوي أُجري للمستخدِمين.

ذكر مُستخدمو أدوات مركز التجارة الدولية للمعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق أنها ساعدتهم على اتخاذ قرارات للتوسع في الأسواق الدولية بثقة أكبر، بناءً على الأدلة بدلاً من مجرّد الكلام المُتناقَل. في التقييمات التي تم جمعها خلال عام 2018، أعرب هؤلاء المُستخدمين أيضًا عن تقديرهم لدقة الأدوات وتحديثاتها المنتظمة.

كما أطلق مركز التجارة الدولية أدوات جديدة مصممة لتسهيل قيام الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة باستخدام اتفاقات التجارة الثنائية أو الإقليمية أو التفضيلية، وكذلك لفهم ديناميات الأسعار للمنتجات الزراعية. تسمح **أداة مُيسِّر قواعد المنشأ** للمستخدمين بتحديد ما إذا كانت أي اتفاقات تجارية قد توفر لهم وصولاً مواتياً إلى الأسواق المُستهدفة، وإذا كان الأمر كذلك، تُسهّل وصولهم إلى المعلومات المتعلقة بمتطلبات الوثائق اللازمة لتأهُّل منتجاتهم للحصول على أسعار تعريفية منخفضة.

لتوسيع مدى المعلومات المقدمة إلى الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة بواسطة **مكتب المساعدة للتجارة العالمية**، أقام مركز التجارة الدولية، ومنظمة التجارة العالمية، والأمم المتحدة شراكات مع وكالات من بينها المنظمة العالمية للملكية الفكرية وغرفة التجارة الدولية. الهدف هو توسيع محتوى المنصة بإضافة بيانات جديدة عن العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية، وكذلك تحسين إمكانية الوصول إليها من خلال شبكات الأعمال.

في بلدان من بينها **أفغانستان، إثيوبيا، كازاخستان، قيرغيزستان، المملكة العربية السعودية، طاجيكستان، تركمانستان، وأوزبكستان**، قام مركز التجارة الدولية بتدريب واعتماد المدربين لتعليم مؤسسات دعم التجارة والاستثمار والشركات المحلية كيفية استخدام أدوات المركز لإجراء بحوث سوق التصدير.

1. التدريب على أداة التحريات عن الأسواق، غيانا 2. التدريب على التدابير غير الجمركية، عُمان

التدابير غير الجمركية للسلع والخدمات

يلفت برنامج التدابير غير الجمركية (NTMs) انتباه واضعي السياسات وأصحاب المصلحة الآخرين إلى مخاوف الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة بشأن العقبات التنظيمية والإجرائية أمام التجارة، مما يتيح استجاباتٍ ملموسة ومحددة. يزيد البرنامج من شفافية التدابير غير الجمركية من خلال جمع البيانات على مستوى الشركة ونشرها، مع توفير قيادة فكرية من خلال البحث والتحليل التطبيقي - وبالتالي المساهمة في وضع السياسات القائمة على الأدلة وخفض تكاليف التجارة.

النتائج الرئيسية

أكثر من 4400 لائحة متعلقة بالتجارة تطبقها البلدان العربية متاحة الآن من خلال أداة "خارطة الوصول إلى الأسواق"

أكثر من 2750 تنزيل لمنشورات تتعلق بالتدابير غير الجمركية

79% زيادة في عدد مستخدمي أداة التنبيه ePing عبر الإنترنت

النقاط البارزة

قام مركز التجارة الدولية بتصميم وتجريب دورة تدريبية شاملة لواضعي السياسات ومؤسسات دعم التجارة والاستثمار حول تجربة الشركات مع التدابير غير الجمركية (NTMs) عند محاولتها ممارسة الأعمال التجارية عبر الحدود. تم تجريب الوحدة النموذجية الأولى، والتي استمرت يومين وتضم مقدمة عن آليات الوقاية الوطنية وأدوات المعلومات، في خمسة بلدان، حيث أبلغ المشاركون عن تحسّن فهم التدابير غير الجمركية لديهم والتحديات الناشئة عن قواعد المنشأ، وتدابير الصحة والصحة النباتية، والحواجز الفنية أمام التجارة والإجراءات المتعلقة بها. يجري تحسين محتوى الدورة بناءً على تعليقات المشاركين، وسيتم توسيعه ونشره على نطاق أوسع في عام 2019.

واصل مركز التجارة الدولية العمل مع **منظمة التجارة العالمية** و **المنظمة الدولية للمعايير** لمساعدة الشركات وواضعي السياسات على فهم ومراقبة التغيّرات في الآليات الوطنية التي قد تؤثر على تجارة السلع. شهد نظام مشترك للتنبيه بين مركز التجارة الدولية، ومنظمة التجارة العالمية، والأمم المتحدة باستخدام آلية **ePing**، والذي يُرسل تنبيهات عندما تُخطِر الحكومات منظمة التجارة العالمية بتدابير للصحة والسلامة أو لوائح فنية جديدة، زيادةً في عدد مستخدميه بنسبة 79% في عام 2018.

لا يزال الطلب يتزايد على المطبوعات الصادرة عن مركز التجارة الدولية بشأن التدابير غير الجمركية والتي توثق العوائق التجارية التنظيمية والإجرائية التي تواجهها الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، إلى جانب الحلول المُمكنة. غطّت المنشورات الجديدة في عام 2018 **جزر القمر**، **والإكوادور**، **وإثيوبيا**، **والأردن**، **وقيرغيزستان**، **ومالي**، **وأوغندا**، وبذلك يصل مجموع البلدان إلى 39 بلداً.

نقلت مسوحات الأعمال التجارية بشأن التدابير غير الجمركية **والتي أُجريت في عُمان** و**السودان** مخاوف الأعمال التجارية إلى السلطات الحكومية وواضعي السياسات، كما فُعِّلت آليات التنبيه للعقبات التجارية (TOAM) التي تم إنشاؤها الآن بدعمٍ من مركز التجارة الدولية في تسع دول وتكتلات تجارية، بما في ذلك **بلدان الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا** (UEMOA)، انظر دراسة الحالة. تُستخدم المعلومات المُستقاة من كلا المَصدرين كأساس للإجراءات الإدارية التي تُتخذ، وكذلك للحوار بين القطاعين العام والخاص حول إصلاحات السياسات التي تهدف إلى معالجة المخاوف المحددة. كما تُستخدم لصياغة محتوى وثائق السياسات الاستراتيجية المدعومة من مركز التجارة الدولية، مثل إستراتيجية التصدير في **مالي**.

أصبحت دراسةٌ مسحية استهدفت قطاع المعلومات والاتصالات في **أوغندا** أول دراسة تتناول العوائق التجارية التنظيمية والإجرائية أمام تجارة الخدمات.

1. إطلاق بوابة معلومات أسعار السوق، المجموعة الاستشارية المشتركة، جنيف 2. ورشة عمل حول التكامل التجاري والإقليمي في الدول العربية، المغرب

الذكاء التنافسي

يقدم برنامج الذكاء التنافسي التدريب والخدمات الاستشارية والحلول عبر الإنترنت لتعزيز قدرة مؤسسات دعم التجارة والاستثمار لتزويد عملائها بتحريات مفصّلة خصّيصاً عن الأسواق في بيئتهم التنافسية. يعمل البرنامج عن كثب مع برامج مركز التجارة الدولية الأخرى لتكميل 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 معرفة احتياجاتها من المعلومات، وتحديد الفرص، وتوقّع المخاطر.

النتائج الرئيسية

تتوفر معلومات الأسعار في الوقت الحقيقي **لأكثر من 300** منتج عبر بوابة معلومات سعر السوق (MPI)

Libus: مدرسة إدارة أعمال عبر الإنترنت للشباب الليبي

في شهر نوفمبر، أطلقت أكاديمية التجارة للشركات الصغيرة والمتوسطة التابعة لمركز التجارة الدولية أحدث مبادرة لها: مدرسة إدارة الأعمال الليبية على الإنترنت. توفر منصة Libus المصممة خصيصًا للشباب الليبي ما يقرب من 50 ساعة من المواد الدراسية حول ريادة وإدارة الأعمال.

يستخدم المنصة حالياً أكثر من 1,300 مستخدم من مختلف أنحاء البلاد. أحد أكثر مستخدمي مدرسة Libus غزارة هو جمال محمد، وهو مهندس معماري شاب من مدينة سبها في جنوب البلاد. يصف محمود تجربته في إكمال وحدات دورة مدرسة Libus الخمس بأنها "تحويلية". لقد "عُدت إلى شركتي ونظرت إليها بطريقة مختلفة". من خلال تطبيق منهجيات البدء المقتصد والتفكير التصميمي الموضحة في الدورات، أعاد جمال هيكلة العمليات الداخلية لشركته المعمارية لتخطيط وإدارة المشاريع بصورة أكثر فاعلية. كما قام أيضًا بتجديد الطريقة التي يخصّص بها الترويج المُقدّم ليلائم مختلف العملاء المحتملين، وهو الآن ينقل معرفته الجديدة إلى الخريجين الذين يأتون إلى شركته للتدريب.

يتحمّس جمال للطريقة التي انتهجتها مدرسة Libus لجعل المعرفة متاحة بسهولة: كان الوصول إلى المحتوى عبر الإنترنت أمرًا ممكنًا حتى في المناطق النائية والمتأثرة بالصراع مثل سبها مسقط رأسه. لقد توصل إلى قناعة مفادها أن ريادة الأعمال ليست شيئًا مقصوراً على الأثرياء والأشخاص ذوي الصلات الجيدة فقط، ولكنها شيء للناس من مُختلف مناحي الحياة.

3

4

3. *التدريب على آلية التنبيه للعقبات التجارية، النيجر* ***4.*** *التدريب على الإحصاءات التجارية، ملاوي*

النقاط البارزة

أطلق مركز التجارة الدولية **بوابة معلومات سعر السوق** (MPI, mpi.intracen.org)، وهي قاعدة بيانات على الإنترنت توفر الوصول إلى الأسعار الحالية والتاريخية لأكثر من 300 منتج في قطاعات الزراعة، والغابات، ومصايد الأسماك - من الحبوب والبقول إلى المأكولات البحرية ومنتجات الغابات والثروة الحيوانية. كما توفر البوابة أحدث الأخبار والبحوث عن السلع الزراعية.

تستجيب بوابة MPI، التي تعتمد على بيانات من طومسون رويترز ووزارة الزراعة بالولايات المتحدة، للحاجة إلى وصول ميسور التكلفة إلى معلومات السوق الحديثة، وخاصةً بالنسبة للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، والمزارعين، ومؤسسات دعم التجارة والاستثمار في البلدان النامية. ستمكّن المعلومات المتاحة في الوقت المناسب تلك الجهات من توقع الاتجاهات المتحولة للأسواق واتخاذ القرارات التجارية القائمة على الأدلة بشكلٍ أفضل، مما سيُعزز من قدرتها التنافسية الدولية.

بالشراكة مع منظمة التجارة العالمية، أطلق مركز التجارة الدولية في نهاية عام 2017 شبكة **بوابة القطن**، وهي منصة عبر الإنترنت لمعلومات السوق المتعلقة بالقطن. صُمّمت البوابة لاستخدام المُصدّرين والمُستوردين والمُستثمرين ومنظمات دعم الأعمال للبحث عن معلومات عن الفرص التجارية ومتطلبات السوق للمنتجات القطنية، وتوفر نقطة دخول واحدة لمعلومات قاعدة بيانات منظمة التجارة العالمية ومركز التجارة الدولية بشأن الوصول إلى الأسواق، والإحصاءات التجارية، ومعلومات الاتصال الخاصة بالأعمال التجارية، والمساعدة الإنمائية لكل بلد فيما يتعلق بالقطن.

في شهر مارس أطلق مركز التجارة الدولية و**الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا** (UEMOA اختصاراً باللغة الفرنسية) منصة ConnectUEMOA على الإنترنت (www.connectuemoa.com)، والتي تجمع ما بين سوق افتراضية للشركات لبيع السلع والخدمات عبر الإنترنت ومصدر للمعلومات عن التطورات والأحداث التجارية. قام مركز التجارة الدولية بتدريب "المدربين" في مختلف أنحاء المنطقة للعمل مع المؤسسات الشريكة الوطنية والشركات الصغيرة لإنشاء ملفات تعريف جذابة للشركة والمنتجات.

المُموِّلون لعام 2018

المُموِّلون الأساسيون

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

المُموّلون لمشاريع محدّدة

الوكالة الكاريبية لتنمية الصادرات، مؤسسة TradeMalta، الصين، الاتحاد الأوروبي، منظمة الأغذية والزراعة، المؤسسة الدولية والأيبيرية الأمريكية للإدارة والسياسات، هنغاريا، المؤسسة الإسلامية الدولية لتمويل التجارة، المعهد الوطني العالي لدراسات السياسات، كوريا، سويسرا، هولندا، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، المملكة المتحدة، الولايات المتحدة، البنك الدولي

دراسة الحالة

خارطة إمكانات التصدير: جعل الترويج التجاري أكثر فاعلية

التحدي

لاستخدام التجارة لتحفيز نمو اقتصادي مستدام وشامل، تحتاج الاقتصادات إلى إنشاء منافذ تنافسية في السوق العالمية. يتطلب تحديد فرص التصدير المُربحة واستغلالها الحصول على معلومات استراتيجية عن الأسواق المحتملة: اتجاهات الطلب، والتعريفات والمتطلبات التنظيمية، وشروط الوصول إلى الأسواق الأخرى.

تتطلب أبحاث السوق استخدام الموارد بكثافة. تفتقر الوكالات الحكومية ومؤسسات دعم التجارة والاستثمار (TISIs)، وبشكلٍ خاص في البلدان النامية، إلى الموارد اللازمة لإجراء التحليلات المتعمّقة الضرورية لتحديد فرص نمو الصادرات وتنويعها بفعالية. يحُول ذلك بدوره دون تركيز جهودهم على القطاعات والأسواق التي يُحتمل أن تحقق أكبر الأرباح في التجارة والتنمية. إن فعالية هذا الدعم أمرٌ بالغ الأهمية للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، حيث تفتقر إلى الموارد المتاحة للمنافسين الأكبر لإجراء مثل هذه التحليلات بأنفسهم.

الاستجابة

لتبسيط مهمة تحديد فرص التصدير الواعدة، أنشأ مركز التجارة الدولية خارطة إمكانات التصدير. توفر هذه الأداة المجانية على الإنترنت تحليلًا قائمًا على الأدلة عبر آلاف المنتجات و 226 سوقًا، استنادًا إلى قدرات العرض في البلدان، والطلب العالمي المُعدّل وفق شروط الوصول إلى الأسواق، والقوة النسبية للعلاقات التجارية بين البلدان.

توفر خارطة إمكانات التصدير تحليلًا قائمًا على الأدلة عبر آلاف المنتجات و 226 سوقًا استنادًا إلى قدرات العرض لدى البلدان، والطلب العالمي المُعدّل وفق شروط الوصول إلى الأسواق، والقوة النسبية للعلاقات التجارية بين البلدان.

تُمكّن المعلومات التي توفرها "خارطة إمكانات التصدير" الحكومات والمنظمات التي تسعى إلى دعم نمو صادرات القطاع الخاص من تركيز الموارد المالية والبشرية المحدودة على القطاعات والأسواق التي تتوفر لها إمكانات أكبر للنجاح.

يمكن لمركز التجارة الدولية، بناءً على طلب، إنتاج إصدارات مُخصّصة لكل بلد من خارطة إمكانات التصدير، كما فعل لملاوي (https://malawi.exportpotential.intracen.org/) في عام 2018.

النتائج

في عام 2018، استعان ما يقرب من 28,000 مستخدم من 190 بلداً وإقليماً، وفي مقدمتهم الهند وبيرو وتركيا، بخارطة إمكانات التصدير.

استخدمت هيئة تنمية الصادرات المصرية (EDA) أدوات الوصول إلى الأسواق في مركز التجارة الدولية - خارطة إمكانات التصدير إلى جانب خارطة التجارة وخارطة الوصول إلى الأسواق - لتحديد المنتجات والأسواق ذات الأولوية في "خطة مضاعفة الصادرات"، وهي استراتيجية لتحقيق نمو سنوي في الصادرات بنسبة 10% في كلٍّ من السنوات الخمس المقبلة.

بعد تلقّي تدريب من خبراء مركز التجارة الدولية، قامت الهيئة المصرية بدمج "خارطة إمكانات التصدير" ضمن خدماتها، مستخدمةً ذلك لتوفير المعلومات الخاصة بالمنتجات للمُصدّرين المحليين ولإنشاء بوابة (http://expoegypt.gov.eg/) التي توفر معلومات عن السوق لما يقرب من 3,900 عميل من الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة لمنتجات تتضمّن الحمضيات، والعسل، والجبن، ومواد البناء، والملابس، والمواد الكيميائية.

تدعم خارطة إمكانات التصدير أيضًا جهود ترويج التجارة التي تقوم بها المؤسسات الأخرى لدعم التجارة والاستثمار. يستضيف مجلس ترويج الصادرات النيجيري، الذي يعمل على تنويع سلة صادرات البلد لتتجاوز النفط، بوابة تجارية تستخدم البيانات من أداة مركز التجارة الدولية في مقاطع فيديو إعلامية تُبرز إمكانات غير مُستغلة عبر الأسواق المستهدفة لمنتجات رئيسية من بينها الزنجبيل، والفاصوليا المجففة، والكاجو، والكاكاو، والجلود، والسمسم. استخدم آلاف المُصدرين النيجيريين المنصة منذ إطلاقها في يوليو 2018.

يستخدم المسؤولون في هيئة الاستثمار الكينية خارطة إمكانات التصدير للإرشاد عن مجالاتٍ للمستثمرين المحتملين بناءً على تحليل قائم على الأدلة حول منتجات التصدير المحتملة مثل الأفوكادو.

1. *خارطة إمكانات التصدير* ***2.*** *مسؤولون مصريون يتدربون على استخدام خارطة إمكانات التصدير، جنيف* ***3.*** *تحليل فرص التصدير المحتملة للزهور المقطوفة، كينيا*

Product of Uganda (مُنتج أوغندي) هي مؤسسة اجتماعية تعمل مع غرفة التجارة الأوغندية للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة لمساعدة تلك الشركات على الحصول على شهادات الجودة وكذلك الوصول إلى أبحاث السوق والتدريب كي تتمكّن من النجاح في تصدير منتجات مثل زبدة الشيا، والشاي، والفواكه، والخضروات. تستخدم المؤسسة خارطة إمكانات التصدير كنقطة انطلاق للبحوث التي تهدف إلى توجيه الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة نحو المنتجات الواعدة، قبل العمل على تحديد القيود المُلزمة التي تعوق الإنتاج والصادرات ومن ثم التغلب عليها.

يعمل المركز الحكومي الهولندي لتعزيز الواردات من البلدان النامية (CBI) في القطاعات الاستراتيجية وسلاسل القيمة في 35 بلداً من البلدان النامية لتشجيع الصادرات إلى أوروبا. يجمع المركز ما بين خبرة القطاع والمعرفة المحلية من جهة وتحليلات مركز التجارة الدولية لإمكانات التصدير من جهة أخرى لتحديد أكثر المنتجات الواعدة وإعطائها الأولوية في مجالات التدريب ودعم سلاسل القيمة.

المستقبل

بالإضافة إلى استخدام خارطة إمكانات التصدير لمساعدة الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على إيجاد فرص واعدة لتصدير السلع، يستكشف مركز التجارة الدولية استخدام التحليلات الأساسية لتقدير حجم فرص العمل التي يُمكن أن تنشأ إذا تمكّنت البلدان من تحقيق إمكاناتها التصديرية بالكامل.

في أعمال ذات صلة، حدّد مشروع تجريبي مع منظمة العمل الدولية (ILO) القطاعات ذات الإمكانات الكبيرة لخلق فرص العمل في بنين، والمغرب، وغانا، وغواتيمالا، والأردن، وميانمار، والفلبين، ورواندا. يستخدم المكتب الإقليمي لمنظمة العمل الدولية في الأردن نتائج هذا التحليل لتقديم المشورة لأصحاب المصلحة الوطنيين بشأن السُبل الواعدة لخلق فرص عمل إضافية للاجئين في البلاد. يهدف هذا العمل إلى الاستفادة من إمكانات التصدير إلى سوق الاتحاد الأوروبي، وذلك باستخدام اتفاقية قواعد المنشأ بين الاتحاد الأوروبي والأردن والتي توفر وصولاً تجارياً خاصاً للشركات التي تشمل القوى العاملة فيها حصة كبيرة (15% أو أكثر) من اللاجئين السوريين.

بدأ مركز التجارة الدولية ومنظمة العمل الدولية مشروعًا جديدًا باستخدام بيانات إمكانات التصدير لتحديد قطاعات تنمية المهارات في إثيوبيا وتنزانيا؛ بهدف مواءمة جهود الارتقاء بالمهارات مع فرص السوق الدولية.

بالإضافة إلى ذلك، يعمل مركز التجارة الدولية على توسيع نطاق التحليلات لتحديد قطاعات الخدمات التي تنطوي على إمكانات لنمو الصادرات، وكذلك لاكتشاف أفضل الفرص الواعدة للترقية من خلال سلاسل القيمة الوطنية والإقليمية.

المُموِّلون

كندا، الصين، الدنمارك، الاتحاد الأوروبي، فنلندا، ألمانيا، الهند، أيرلندا، هولندا، النرويج، والسويد

دراسة الحالة

يساعد التنبيه للعقبات التجارية المتداولين في غرب إفريقيا على توفير الوقت والمال

1

التحدي

تواجه الأعمال التجارية في البلدان النامية معوِّقاً رئيسياً للتصدير يتمثل في استيفاء معايير الصحة والسلامة أو اللوائح الفنية للمنتجات في الأسواق الأجنبية المحتملة. يتمثّل تحدٍ آخر في الحصول على الشهادة التي تضمن للسلطات في البلدان المستورِدة أن السلع المُتداولة متوافقة بالفعل مع المتطلبات ذات الصلة.

تُفيد الشركات التي شملتها الدراسة المسحية التي يُجريها مركز التجارة الدولية بانتظام حول التدابير غير الجمركية بأن تدابير الصحة والصحة النباتية والحواجز الفنية أمام التجارة تقع ضمن العوائق التجارية الرئيسية التي تجابهها تلك الشركات. لا يُمثّل محتوى اللوائح المحددة غالباً عنق الزجاجة الرئيسي أمام التجارة: إنها الإجراءات المرتبطة بإثبات الامتثال. غالبًا ما تكون هذه العقبات الإجرائية محلية بطبيعتها، ويمكن حلها من جانب واحد في البلد - شريطة أن تعرف السلطات المحلية عنها.

في غرب إفريقيا، حيث تعمل الحكومات على تشجيع التجارة بين البلدان المجاورة ومع بقية بلدان العالم، تشير مسوحات مركز التجارة الدولية إلى أن 75% من الشركات تواجه عقبات أمام التصدير أو الاستيراد بسبب اللوائح أو الإجراءات المتعلقة بالتجارة داخل المنطقة.

تواجه 75% من الشركات عقبات أمام التصدير أو الاستيراد بسبب اللوائح أو الإجراءات المتعلقة بالتجارة في غرب إفريقيا.

الحل

كجزء من دعم مركز التجارة الدولية الشامل للتكامل التجاري داخل منطقة الاتحاد الاقتصادي والنقدي لدول غرب إفريقيا (UEMOA) (الذي يضم 8 أعضاء هي بنن، وبوركينا فاسو، وكوت ديفوار، وغينيا بيساو، ومالي، والنيجر، والسنغال، وتوغو)، عمل المركز مع الحكومات والسلطات الإقليمية لإنشاء آلية للتنبيه للعوائق التجارية على نطاق المنطقة.

آلية التنبيه للعقبات التجارية هي خدمة عبر الإنترنت تتيح الفرصة للمُصدّرين والمُستوردين الذين يواجهون عقبات عند استيراد أو تصدير البضائع للإبلاغ عنها في الوقت الحقيقي إلى السلطات الوطنية والإقليمية.

الآلية عبارة عن خدمة عبر الإنترنت تسمح للمُصدرين والمُستوردين الذين يواجهون عقبات عند استيراد البضائع أو تصديرها بإبلاغ السلطات الوطنية والإقليمية عنها في الوقت الحقيقي. بالتوازي مع المنصة القائمة على الإنترنت، ساعد مركز التجارة الدولية في إنشاء شبكة من هذه الوكالات لفهم العقبات التي أبلغت عنها الشركات وإزالتها إن أمكن.

يعمل النظام من خلال نقاط اتصال وطنية، والتي تتلقى تقارير التّجار، وتوجّهها إلى الوكالات ذات الصلة، وتتقاسم المعلومات حول الإجراءات التي اتُّخِذت مع حماية سرية الأعمال التجارية. بالإضافة إلى الإبلاغ عن العقبات التجارية لدى السلطات المسؤولة، يمكن للمستخدمين تلقّي تنبيهات عبر البريد الإلكتروني حول المشكلات التي تواجهها الشركات الأخرى في القطاعات محل اهتمامها. بالنسبة للشركات، ومؤسسات دعم التجارة والاستثمار، وواضعي السياسات، توفر الإبلاغات المقدمة عن العوائق أمام التجارة لمحة سريعة عن التحديات العملية التي يواجهها مشغلو التجارة في المنطقة.

النتائج

منذ إطلاق آلية التنبيه للعقبات التجارية في بلدان اتحاد UEMOA في مارس 2018، أبلغت الشركات عن أكثر من 40 عقبة من خلال المنصة على الإنترنت.

من بين هؤلاء يوفي تيميديبا، وهو مُصدِّر من توغو، الذي اشتكى من عدم وجود مختبرات لاختبار حبوب الكاكاو التي تنتجها شركته بحثًا عن بقايا مبيدات الآفات كي تتمكّن من تصديرها إلى ألمانيا. بسبب الافتقار إلى مرافق اختبار محلية،

1. *التدريب على آلية التنبيه للعقبات التجارية، غينيا بيساو* ***2. - 3.*** *التدريب على آلية التنبيه للعقبات التجارية، توغو* ***4.*** *يوفي تيميديبا وفريقه، توغو*

منذ إطلاق آلية التنبيه الخاصة بالعقبات التجارية في اتحاد UEMOA في مارس 2018، تم الإبلاغ عن أكثر من 40 عقبة من جانب الشركات من خلال المنصة على الإنترنت.

عادةً ما يضطر تيميديبا إلى إرسال عينات إلى سويسرا بكلفة كبيرة من حيث الوقت والمال، مما يجعل منتجه أقل قدرة على المنافسة في الأسواق الدولية.

قام تيميديبا بالإبلاغ عن المشكلة إلى غرفة التجارة والصناعة في توغو، وهي نقطة الاتصال الوطنية للآلية، في أغسطس 2018. من خلال النظام، أبلغته وزارة الزراعة التوغولية عن مختبر في السنغال المجاورة يقوم بنفس الاختبارات وبنفس السعر، ولكنه أقرب بكثير. سيستخدم تيميديبا في موسم التصدير المقبل مختبر الاختبارات الإقليمي، مما يوفر له في الوقت وفي نفقات الشحن. أفاد تيميديبا كذلك أنه تم أيضًا حل مشكلة أخرى منفصلة من خلال آلية التنبيه للعقبات التجارية: إنه يتلقى الآن الأوراق اللازمة للحصول على شهادات المنشأ في الوقت المحدد، مما يعني أنه لم يعد بحاجة إلى دفع غرامات مقابل وثائق التصدير المفقودة عند تصدير السمسم إلى الصين.

تم حل عَشرٍ من المشكلات التي تم الإبلاغ عنها من خلال الآلية، وجاري معالجة الباقي بواسطة الشبكة الوطنية للوكالات العامة والخاصة المرتبطة بآلية التنبيه للعقبات التجارية.

داخل كل بلد من البلدان الثمانية الأعضاء في اتحاد UEMOA، عملت الآلية على تعزيز التعاون بين الوكالات من أجل تحسين بيئة الأعمال. كتكملة للمنصات الوطنية في كل بلد عضو في اتحاد UEMOA، تُمكّن واجهة إقليمية تم تطويرها لمفوضية الاتحاد من تتبّع ومراقبة الحواجز التجارية داخل المنطقة، مما يساعد المفوضية على الوفاء بولايتها لتعزيز التكامل الإقليمي.

في بعض البلدان، تُدمَج الشبكة الوطنية لآلية التنبيه للعقبات التجارية في لجان تيسير التجارة الوطنية، وهي منصات مشتركة بين القطاعين العام والخاص منوطة بتبسيط إجراءات التجارة. ويسمح ذلك للعقبات الحدودية التي تواجهها الشركات بان تصب مباشرةً في عملية إصلاح السياسات.

المستقبل

يجري حالياً توسيع آلية التنبيه للعقبات التجارية إلى ما هو أبعد من بلدان اتحاد UEMOA لتشمل بقية الجماعة الاقتصادية لغرب إفريقيا. في عام 2019، سيتم تنفيذ الآلية في سبعة بلدان إضافية وتوسيع نطاقها ليشمل الحواجز التجارية في قطاعات الخدمات. ومع سريان مفعول منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية، ستعمل الآلية كأداة مفيدة لمساعدة الشركات على الاستفادة الكاملة من فرص السوق الناتجة.

الجهة المموّلة

الاتحاد الأوروبي

1 القضاء على الفقر

ابتكارات مركز التجارة الدولية

مُيسِّر قواعد المنشأ: تسهيل استخدام الاتفاقات التجارية على الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة

التحدي

وقّعت حكومات العالم المئات من اتفاقات التجارة الحرة الثنائية والإقليمية لخفض أو حتى إلغاء التعريفات وغيرها من الحواجز أمام التجارة بين الدول الأطراف. لمنع هذه الاتفاقات من أن تصبح قناة لنقل البضائع المُحوّلة من بلدان ثالثة، تتطلب الاتفاقات أن تفي البضائع بمعايير محددة "لقواعد المنشأ" للتأهل لشروط الوصول التفضيلية إلى الأسواق.

يمكن أن تكون قواعد المنشأ هذه، والتي تتطلب عادةً إضافة حدٍ أدنى من القيمة داخل الدول الأطراف في الاتفاقية، خاصةً بمنتج معين وأن تختلف من صفقة تجارية إلى أخرى. لقد أفضى انتشار الاتفاقات التجارية الثنائية والإقليمية المتداخلة، والتي يطلق عليها أحيانًا اسم "وعاء الاسباغيتي"، إلى مجموعة كبيرة من قواعد المنشأ المرتبطة بمعايير مختلفة وهوامش متعددة للتفضيل.

بالنسبة للشركات، لا سيما الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة التي قد لا تتمكن من تحمّل التكاليف الباهظة للخدمات الاستشارية لمساعدتها على تلمّس طريقها عبر اتفاقات التجارة الحرة (FTAs)، يمكن أن تؤدي قواعد المنشأ هذه إلى مشاكل بسبب الالتباس والتكاليف والامتثال. قد لا تكون الشركات على دراية بأن منتجاتها مؤهلة للحصول على تفضيلات التعريفات في الأسواق المستهدفة. قد تكون عملية تحديد الاتفاقات ذات الصلة، والامتثال لمتطلبات المنشأ، وإصدار الشهادات مرهقة للغاية بحيث تختار بعض الشركات دفع تعريفة "الدولة الأولى بالرعاية" غير التفضيلية بدلاً من ذلك. يؤدي عدم استخدام التعريفات التفضيلية إلى حرمان الشركات من التمتع بميزات مقابل منافسيها وإلى تآكل هوامش ربحها، كما يجعل من الصعب عليها الحفاظ على موطئ قدم في أسواق التصدير، ويُحد من قدرتها على الاستفادة من سلاسل القيمة الدولية.

وجدت مسوحات الشركات التي أجراها مركز التجارة الدولية في البلدان النامية أن قواعد المنشأ هي أكثر إجراء غير جمركي تشتكي منه شركات التصنيع. بالمثل، وجدت دراسات مسحية أخرى في أستراليا والمملكة المتحدة أن اتفاقات التجارة الحرة لا تُستخدم بشكل كافٍ، ويعود ذلك بدرجة كبيرة إلى المشكلات المتعلقة بقواعد المنشأ.

ستؤدي مساعدة الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على زيادة مدخرات الرسوم من خلال اتفاقات التجارة الحرة إلى جعلها أكثر قدرة على المنافسة في الأسواق المستهدفة، بينما يساعدها ذلك أيضاً في الحصول على مُدخلات أقل تكلفة.

الحل

أنشأ مركز التجارة الدولية منصة على الإنترنت، هي "مُيسِّر قواعد المنشأ" (findrulesoforigin.org)، لمساعدة الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على فهم كيفية التأهل للحصول على تخفيضات التعريفات الناتجة عن اتفاقات التجارة الثنائية والإقليمية وكذلك عن خطط التفضيلات التجارية الأحادية.

تقوم قاعدة بيانات ميسِّر قواعد المنشأ، التي طوّرها مركز التجارة الدولية بالشراكة مع منظمة الجمارك العالمية ومنظمة التجارة العالمية، بتجميع متطلبات المنشأ الخاصة بالمنتجات والأحكام المتعلقة بالمنشأ من 250 اتفاق تجاري. تهدف قاعدة البيانات هذه إلى تغطية غالبية الاتفاقات التجارية النشطة التي يربو عددها على 400 اتفاق بحلول نهاية عام 2019.

لمراعاة التنوع الكبير في الاتفاقات وقواعد المنشأ الخاصة بالمنتجات، طوّر مركز التجارة الدولية خوارزميات لمعالجة اللغة الطبيعية التي تطبّق تقنيات "النصوص كبيانات" على الآلاف من صفحات النصوص القانونية، وذلك للتعرف على العناصر ذات الصلة كي يتم تصنيفها ودمجها بشكل منهجي في قاعدة البيانات.

يمكن للشركات استخدام الأداة لمعرفة ما إذا كان منتجٌ معين وسوقٌ مستهدف بعينه مشمولين باتفاق تجاري ثنائي أو إقليمي، ومن ثم تحديد قواعد المنشأ اللازمة. بالإضافة إلى نصوص الاتفاق، يمكن لمُستخدمي هذه الخوارزميات العثور على معلومات عن الإجراءات المتعلقة بعملية التصديق والوثائق المطلوبة لذلك، وعمليات الشحن ومعالجة الفواتير، وكيفية الاتصال بالسلطات الوطنية المختصة مثل مكاتب الجمارك، ووزارات التجارة، والغرف التجارية.

1. التدريب على مُيسِّر قواعد المنشأ، تنزانيا *2.* مُيسِّر قواعد المنشأ *3.* © جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

يمكن للشركات استخدام أداة مُيسِّر قواعد المنشأ لمعرفة ما إذا كان منتجٌ معين وسوقٌ مستهدف بعينه مشمولين باتفاق تجاري ثنائي أو إقليمي، ومن ثم تحديد قواعد المنشأ اللازمة.

في الممارسة العملية، يمكن لشركة لتصنيع الملابس مقرها في فيتنام تسعى لتصدير القمصان المصنوعة من نسيج القطن الصيني إلى كوريا استخدام الأداة لتحديد ما إذا كانت هناك أي اتفاقات تجارية بين البلدين. ستكتشف الشركة أن الملابس مؤهلة للحصول على إعفاء من الرسوم الجمركية، بدلاً من المعدل القياسي بنسبة 13%، بموجب اتفاقين تجاريين منفصلين: اتفاق 2007 بين كوريا ورابطة دول جنوب شرق آسيا (آسيان)، واتفاق التجارة الحرة الثنائية لعام 2015 بين فيتنام وكوريا.

تشرح الأداة أن استخدام الشركة للنسيج الصيني لن يحُول دون الحصول على إعفاء من الرسوم الجمركية، لأن عمليات القطع والتطريز التي أُجريت في فيتنام ستكون كافية لاعتبار الملابس فيتنامية لأغراض كلا الاتفاقين التجاريين.

أخيرًا، ستشير الأداة إلى ميزة مهمة لاستخدام الاتفاق الثنائي بين فيتنام وكوريا: يسمح الاتفاق بالشحن بدون شهادة للشحنات التي تقل قيمتها عن 600 دولار أمريكي. بموجب الاتفاق بين كوريا ورابطة آسيان، تبلغ القيمة المناظرة 200 دولار أمريكي فقط. بالنسبة للشحنات التي تتجاوز هاتين العتبتين، سيحتاج المُصدّر الفيتنامي ببساطة إلى تنزيل النموذج الخاص بشهادة المنشأ وفق اتفاق التجارة الحرة عبر رابط توفره أداة "مُيسِّر قواعد المنشأ"، وتعبئته، وختمه من وزارة التجارة الفيتنامية، وإرساله إلى شركائه المُستوردين الكوريين، الذين سيتم إعفاؤهم من الرسوم الجمركية.

المستقبل

تهدف أداة مُيسِّر قواعد المنشأ إلى تغطية أكثر من 400 اتفاق تجاري تم إصدار نصوص قانونية لها علنًا. وتجري حالياً ترجمتها إلى الفرنسية والإسبانية.

بالإضافة إلى تطوير المواد والبرامج التدريبية المتعلقة بالأداة، يخطط مركز التجارة الدولية وشركاؤه أيضًا لتضمينها وظائف جديدة. ستسهّل إحدى هذه الوظائف على المُستخدمين تصوّر الحالات التي قد يتمكّنوا فيها من تحصيل مُدخلات الإنتاج مع الاستمرار في استخدام الوصول التفضيلي التجاري. وتتضمّن وظيفة أخرى استخدام الذكاء الاصطناعي لتحديد المنشأ تلقائيًا لأغراض الحصول على المعالجة الجمركية الأمثل في السوق المقصودة.

من المتوقع إجراء مسح لاستطلاع آراء المستخدمين في عام 2019، وستوجّه نتائجه التعديلات التي ستُجرى على الأداة.

17 عقد الشراكات لتحقيق الأهداف

المُموِّلون

كندا، الصين، الدنمارك، فنلندا، ألمانيا، المعهد الوطني العالي لدراسات السياسات - اليابان، الهند، أيرلندا، النرويج، السويد، منظمة الجمارك العالمية، ومنظمة التجارة العالمية

جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

بناء بيئة أعمال مواتية

استراتيجية تنمية التجارة

يمكّن 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

27 حلاً استراتيجياً تم تقديمه

128 نشاطاً جري تنفيذها في أفغانستان بواسطة شركاء التنمية

حوالي 3500 من أصحاب المصلحة من القطاعين العام والخاص شاركوا في المشاورات بشأن استراتيجية التجارة والاستثمار

النقاط البارزة

تُوِّج دعم مركز التجارة الدولية لجهود **أفغانستان** لاستخدام التجارة لدفع النمو والتنمية بإطلاق إستراتيجية وطنية للتصدير (NES) في شهر يوليو تضع جدول أعمال لإصلاح السياسات والاستثمار بهدف معالجة اختناقات التصدير وتعزيز قدراته، وإدماج البلد في الأسواق الدولية. استندت الاستراتيجية إلى عملية تشاورية واسعة النطاق تضمنت مدخلات من أكثر من 500 من قادة الصناعة الأفغان والشركات الصغيرة والمسؤولين الحكوميين. حددت الاستراتيجية ستة قطاعات ذات أولوية، من الزعفران إلى السجاد، تتوفر لها إمكانية عالية لدفع النمو وخلق فرص العمل، جنباً إلى جنب مع مجالاتٍ مثل تيسير التجارة وإدارة الجودة، حيث تؤدي التحسينات إلى تعزيز القدرة التنافسية للشركات الأفغانية الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في جميع القطاعات. تقوم الوكالات الوطنية حالياً، بدعمٍ من المموّلين الدوليين، بتنفيذ 128 من الأنشطة المحددة في الاستراتيجية. وصرّحت وزارة الصناعة والتجارة الأفغانية بأن تنفيذ استراتيجية التصدير الوطنية "أدت إلى [زيادة] كبيرة في سلع التصدير".

بعد اعتماد **أوكرانيا** لخارطة طريق لتطوير التجارة الاستراتيجية في عام 2017، طلبت الحكومة من مركز التجارة الدولية دعم تطوير استراتيجية وطنية أكثر شمولًا للتصدير، والتي من شأنها تحديد إصلاحات واستثمارات محددة لتحفيز النمو في القطاعات ذات الأولوية من حيث الإمكانات العالية للتصدير والتوظيف. أسفرت ثلاث جولات من المشاورات التي جمعت حوالي 1000 من المشاركين من القطاعين العام والخاص عن توصيات وخطط عمل مُفصّلة لتحسين القدرة التنافسية لأوكرانيا في الأسواق الحالية والجديدة في قطاعات تشمل الصناعات الخفيفة، والصناعات الإبداعية، وإصلاح وصيانة الطائرات المدنية.

1. ورشة عمل حول استراتيجية التصدير الوطنية، أوكرانيا *2.* مشاورات استراتيجية التصدير الوطنية، سانت لوسيا

في **منغوليا**، يقوم مركز التجارة الدولية بتجربة خارطة طريق للتجارة والاستثمار تهدف إلى تقليل اعتماد البلاد على الموارد الطبيعية - وبالتالي تعرّضها لتقلبات أسعار السلع الأساسية - من خلال جذب الاستثمارات الخاصة لدعم تنمية القطاع الخاص وتنويع الصادرات.

يقوم مركز التجارة الدولية أيضًا بالبناء على الطبيعة التكاملية بين التجارة والاستثمار في **ميانمار**، حيث طلبت الحكومة، التي ستنتهي من تنفيذ خطة تصدير استراتيجية مدتها خمس سنوات، مساعدة إضافية في تحديد القطاعات المُستهدفة الجديدة، وكذلك إصلاح السياسات والاستراتيجيات لتعزيز الاستثمار على المستوى الوطني وفي ولايات بعينها.

خلال العام، قدم مركز التجارة الدولية أيضًا المساعدة الفنية في تصميم استراتيجيات التجارة في كلٍّ من **الجزائر، ومالي، ورواندا، وسانت لوسيا، والسنغال، وتونس**.

كما قام مركز التجارة الدولية أيضًا بتحديث منهجيته الخاصة بالاستراتيجيات الإلكترونية، استنادًا إلى 15 عامًا من الخبرة في تسهيل استراتيجيات التجارة لشرائح مختلفة من قطاع تقنية المعلومات والاتصالات، بدءًا من التعهيد الخارجي في العمليات التجارية وحتى تطوير البرمجيات.

تسهيل التجارة

يعمل برنامج تسهيل التجارة مع واضعي السياسات والقطاع الخاص لتقليل تكلفة ممارسة الأعمال التجارية عبر الحدود من خلال معالجة الحواجز غير الجمركية وتبسيط الإجراءات عبر الحدود، بما في ذلك من خلال تنفيذ اتفاقية تيسير التجارة لمنظمة التجارة العالمية (TFA) على كلٍّ من المستويين الوطني والإقليمي. يدعم مركز التجارة الدولية الشركات أيضًا من أجل الامتثال بشكلٍ أفضل للمتطلبات عبر الحدود والمشاركة في تصميم وتنفيذ إصلاحات تسهيل التجارة.

النتائج الرئيسية

دعَم المركز سري لانكا في تصميم نافذة وطنية واحدة للعمليات الجمركية

أطلق المركز دورة تعلم إلكتروني للقطاع الخاص بشأن اتفاقية تيسير التجارة لمنظمة التجارة العالمية، مع برنامج تكميلي إقليمي لتدريب الشركات

6 بلدان تلقّت دعماً لترتيب التزامات اتفاقية تيسير التجارة لإخطار منظمة التجارة العالمية بها

6 بلدان و جماعتان إقليميتان تلقت دعماً لتنفيذ التزامات اتفاقية تيسير التجارة

النقاط البارزة

شكّل بناء قدرات القطاع الخاص للامتثال للمتطلبات العابرة للحدود وضمان مراعاة الحكومات لشواغل قطاع الأعمال التجارية عند تصميم إصلاحات تيسير التجارة عناصر مهمة في عمل مركز التجارة الدولية في عام 2018.

لمساعدة الشركات على فهم دورة اتفاقية تيسير التجارة عبر الإنترنت والاستفادة منها، تم إطلاق الدورة بحضور مشاركين من القطاع الخاص من 27 بلداً.

في **سري لانكا** عمل مركز التجارة الدولية عن كثب مع غرفة تجارة محلية لإنشاء شبكة من المدربين في مجال إدارة التصدير لتقديم خدمات استشارية في الوقت الحقيقي للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة. تم تدريب هؤلاء المدربين على منهجية جديدة مخصّصة قام بتطويرها مركز التجارة الدولية لتحديد ومعالجة التحديات الرئيسية المتعلقة بالتجارة عبر الحدود، وهم يقومون حالياً بتوفير خدمات التدريب أثناء العمل لرجال الأعمال في البلاد. يكرر مركز التجارة الدولية هذه المبادرة في أفغانستان.

1

2

1. *إطلاق استراتيجية التصدير الوطنية، أفغانستان* ***2.-3.*** *مشاورات استراتيجية التصدير الوطنية، سري لانكا*

وفي سري لانكا أيضًا، نظم مركز التجارة الدولية سلسلة من الحوارات بين القطاعين العام والخاص حول تنفيذ نافذة وطنية واحدة للإجراءات الجمركية، لا سيما الأنشطة، وهيكل الحوكمة، والنموذج التشغيلي لها. أعد مركز التجارة الدولية أوراق مناقشة لكل جلسة حوار تُبرز خيارات التنفيذ المختلفة المُستمدة من أفضل الممارسات الدولية.

كثف مركز التجارة الدولية دعمه للأعمال التجارية من خلال الشراكة مع مفوضية **الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا** (ECOWAS) لتدريب 18 مدرباً رئيسياً من الغرف التجارية في المنطقة. قام مركز التجارة الدولية لاحقًا بدعم هؤلاء المُدرِّبين لتنظيم الأنشطة الوطنية بناءً على منهجيات التدريب الخاصة بمركز التجارة الدولية والتي تهدف إلى مساعدة الشركات على فهم الفرص والتحديات التي تكتنف تسهيل التجارة.

دعَم مركز التجارة الدولية ستة بلدان– **أفغانستان، بوركينا فاسو، جمهورية إفريقيا الوسطى، النيجر، سري لانكا** و **طاجيكستان** – في إعداد التزاماتها بموجب اتفاقية تيسير التجارة لإخطار منظمة التجارة العالمية رسميًا بها، وهي خطوة أساسية على طريق تنفيذ الإصلاحات التي ستقلل من معاناة الشركات بسبب التكاليف والتأخير عبر الحدود. باستخدام منهجية التكلفة-الفائدة لتحليل الإجراءات المنفردة لاتفاقية تيسير التجارة، ساعد مركز التجارة الدولية اللجان الوطنية لتسهيل التجارة (NTFCs) على تحديد الأولويات وترتيب عملية التنفيذ للالتزامات بموجب الاتفاقية والتي تحتاج الحكومات إزاءها إما إلى وقت إضافي (الفئة ب) أو مساعدة فنية ومالية (الفئة ج). في أفغانستان، وسري لانكا، وطاجيكستان، قدم مركز التجارة الدولية الدعم للجان الوطنية لتسهيل التجارة لتحديد هياكل الحوكمة، وخطط العمل، والعضوية الخاصة بها، ووفّر تدريباً لبناء القدرات لأعضاء اللجان بشأن اتفاقية تيسير التجارة وخيارات التنفيذ. في **مالي** و **فيتنام**، دعم مركز التجارة الدولية إنشاء بوابات إلكترونية لتسهيل التجارة مصمّمة لتبسيط الإجراءات التجارية.

كما ساعد المركز البلدان على تنفيذ الالتزامات المختلفة لاتفاقية تيسير التجارة. في مالي، وطاجيكستان، وسري لانكا، وفيتنام، دعم مركز التجارة الدولية إنشاء بوابات إلكترونية لتسهيل التجارة مصمّمة لتبسيط الإجراءات التجارية. وبالمثل، دعم مركز التجارة الدولية النيجر في توثيق القوانين واللوائح والإجراءات المتعلقة بالتصدير والاستيراد والعبور. تمشياً مع متطلبات اتفاقية تيسير التجارة بأن تقوم الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بقياس ونشر مُدد الإفراج الجمركي، دعم مركز التجارة الدولية سري لانكا في إجراء دراسة عن مُدد الإفراج. كما عمل مركز التجارة الدولية مع خمس **دول عربية** لتنسيق عملياتها للتقديم الإلكتروني للوثائق المتعلقة بالاستيراد قبل وصول البضائع.

وأخيرًا، نشر مركز التجارة الدولية دليل دعم *الشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال إصلاحات تسهيل التجارة*، لإرشاد واضعي السياسات لتنفيذ اتفاقية تيسير التجارة بطرق تفيد الشركات من جميع الأحجام، وكذلك نشرة بعنوان: "*جمارك أسرع، تجارة أسرع*" عن الاستفادة من التقنية لتسهيل التجارة.

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 فهمٍ أفضل للأمور من منظور قطاع الأعمال.

النتائج الرئيسية

6 بلدان تلقّت مساعدة بشأن عملية الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية

تم تطوير خيارات للسياسات لمعالجة التدابير غير الجمركية التي تؤثر على التجارة الإقليمية في جنوب شرق أوروبا

حشد مشاركة قطاع الأعمال في اتفاق التجارة الحرة القارية الإفريقية

4. *زيارة المندوبين في فعالية لحوارات منظمة التجارة العالمية إلى منطقة التجارة الحرة، جيبوتي*

النقاط البارزة

عمل مركز التجارة الدولية على تزويد الحكومات بمعلومات أفضل للمفاوضات الإقليمية والمتعددة الأطراف من خلال دعمه لها لفهم الاختناقات التي تسببها التعريفة الجمركية وغير الجمركية للتجارة. في غرب البلقان، عمل مركز التجارة الدولية مع الحكومات وقطاع الأعمال في بلدان **اتفاقية التجارة الحرة لأوروبا الوسطى** (CEFTA) لتخطيط التجارة الإقليمية في الخضروات والحديد والصلب، وذلك لتطوير حلول لسياسات التدابير غير الجمركية التي تعوق سلاسل القيمة الإقليمية. من المقرر أن يتم خلال عام 2019 تنفيذ العديد من الخيارات المُقترحة للسياسات، مثل تمكين التخليص الجمركي السريع عن طريق معالجة المستندات قبل وصول البضائع إلى الحدود. من شأن هذه التوصيات أيضاً مواءمة البلدان مع قواعد الاتحاد الأوروبي والمساعدة في دفع محادثات الانضمام لبلدان اتفاقية CEFTA التي ما زالت تتفاوض بشأن عضوية منظمة التجارة العالمية.

من خلال الجمع بين أصحاب المصلحة من الحكومة والقطاع الخاص في **أفغانستان، وأوزبكستان، وكازاخستان** لمناقشات تدعمها البحوث حول العقبات التي تحول دون ممارسة الأعمال التجارية عبر الحدود، دعم مركز التجارة الدولية العلاقات التجارية المُعزّزة بين الجيران الثلاثة. وكانت النتيجة المباشرة قرار أوزبكستان من جانب واحد بمنح معاملة "الدولة الأوْلى بالرعاية" لجميع الواردات الأفغانية.

سيكون لاتفاق التجارة الحرة القارية الإفريقية، الذي وقّعه القادة الأفارقة في شهر يوليو، آثار كبيرة على قطاع الأعمال في مختلف أنحاء القارة. وقد عمل مركز التجارة الدولية مع غرف التجارة في شرق وجنوب إفريقيا على فهم التحديات والفرص التي يوفرها الاتفاق.

في **سري لانكا**، قدم مركز التجارة الدولية الدعم الاستشاري وساعد الحكومة في الحصول على مدخلات من القطاع الخاص لجهودها الرامية إلى تحديث الإطار التنظيمي للتجارة الإلكترونية وكذلك الخدمات البحرية واللوجستية. عمل مركز التجارة الدولية أيضًا مع أصحاب المصلحة في سري لانكا لتطوير خيارات للسياسات من أجل إدارة أكثر فعالية للتدابير التصحيحية في مجال التجارة.

اشترك مركز التجارة الدولية مع منظمة التجارة العالمية في تنظيم حوار في **جيبوتي** بشأن عمليات الانضمام لمنظمة التجارة العالمية في بلدان منطقة القرن الإفريقي: **جزر القمر، إثيوبيا، العراق، الصومال، جنوب السودان، والسودان**. كان التفاعل والمشاركة مع مجتمع الأعمال في الصميم من هذا العمل، سواءً من حيث ضمان أن تأخذ الحكومات وجهات نظر القطاع الخاص في الاعتبار عند صياغة مواقفها التفاوضية، ولتعزيز فهم الشركات لآثار العضوية في هيئة التجارة العالمية.

المُموِّلون لعام 2018

المُموِّلون الأساسيون

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

المُموِّلون لمشاريع محدّدة

مصرف التنمية الكاريبي، الصين، شركة DHL، الاتحاد الأوروبي، فنلندا، ألمانيا (بما في ذلك الوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ))، شركة Huawei Technologies، المؤسسة الدولية لتمويل التجارة، اليابان، بنك قطر للتنمية، سويسرا، المملكة المتحدة، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، البنك الدولي، منظمة التجارة العالمية

دراسة الحالة

1

تعزيز بيئة الأعمال لتنميةٍ تقودها التجارة في سري لانكا

التحدي

مثلها في ذلك مثل العديد من حكومات البلدان النامية، تسعى سري لانكا إلى جعل التجارة مُحركًا للنمو والتنمية، وذلك باستخدام الأسواق الدولية كوسيلة لتحويل الموارد والناس إلى أنشطة ذات قيمة مضافة أعلى.

كجزء من هدفها المتمثل في أن تصبح في غضون عقد من الزمان بلداً ذا دخل متوسط-أعلى، مع تقليل عدم المساواة في الدخل والتفاوتات المناطقية، تهدف سري لانكا إلى مضاعفة الصادرات إلى 28 مليار دولار أمريكي سنويًا بحلول عام 2022، مع تنويع سلة الصادرات في البلد لتشمل السلع والخدمات القائمة على الابتكار.

غير أن وضع أهداف طموحة شيء؛ وتحقيقها على أرض الواقع شيء آخر. فالبلدان التي نجحت في ترجمة التجارة إلى نمو وتنمية عبر قاعدة عريضة وبفاعلية عالية لم تكتفِ بمجرد توفير بيئة اقتصادية كلّية مستقرة. لقد خلقت بيئة مُمكّنة للاستثمار والإنتاج غطّت سلسلة متطورة من القطاعات وفق ضوابط المنافسة الدولية.

علاوةً على ذلك، فإنه لتحقيق أقصى قدر من مساهمة التجارة في النمو الشامل، من المهم للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة - والتي تمثل الغالبية العظمى من الوظائف - الاتصال بسلاسل القيمة.

الاستجابة

يعمل مركز التجارة الدولية بشكل وثيق مع حكومة سري لانكا ومجموعة من المؤسسات المحلية الأخرى لتعزيز بيئة الأعمال التجارية من أجل التجارة.

في صلب هذه الجهود، يجري وضع استراتيجية التصدير الوطنية (NES) التي طورتها وزارة استراتيجيات التنمية والتجارة الدولية ومجلس تنمية الصادرات بدعمٍ من مركز التجارة الدولية. تحدد استراتيجية التصدير الوطنية في سري لانكا، التي صيغت بناءً على مشاورات مكثفة مع القطاعين العام والخاص، أكثر العوائق إلحاحًا أمام نجاح الصادرات، وتضع تدابير محددة لمعالجتها. إنها خارطة طريق لتخصيص الموارد المحدودة لتحقيق أكبر عوائد من حيث النمو وخلق فرص العمل.

حددت الاستراتيجية ستة قطاعات ذات أولوية نظراً لقدراتها العالية على خلق فرص عمل وتوليد إيرادات من التصدير: تقنية المعلومات وإدارة العمليات التجارية؛ السياحة الموجّهة نحو الصحة أو الرفاه؛ بناء القوارب؛ الإلكترونيات؛ الأغذية المُصنّعة؛ والتوابل والمُركّزات. لكلٍّ منها، تصف الاستراتيجية التغييرات المطلوبة في السياسات والاستثمارات الرئيسية اللازمة لبناء القدرات في جانب العرض، وتتضمّن تقديرات للتكلفة.

كما حددت الاستراتيجية أربعة عناصر شاملة تحتاج إلى تحسين فيما يتعلق بالقدرة التنافسية التجارية لسري لانكا: البنية التحتية للجودة لتعزيز الامتثال وإصدار الشهادات وفق المعايير واللوائح الدولية؛ والوصول إلى المعلومات التجارية وخدمات الترويج التجاري؛ والخدمات اللوجستية؛ والابتكار وريادة الأعمال.

كتكملة لتنفيذ استراتيجية التصدير الوطنية، عمل مركز التجارة الدولية مع وكالة تقنية المعلومات والاتصالات في سري لانكا لرسم خريطة للنظام الإيكولوجي لدعم رواد الأعمال في البلد. تَمثّل الهدف في تحديد الثغرات والتداخلات والصلات بين الجهات الفاعلة مثل حاضنات وفعاليات الشركات الناشئة، ورابطات الصناعة، ومصادر التمويل، والمؤسسات التعليمية، وذلك لمساعدتها على العمل معاً بأكبر قدر ممكن من الفاعلية.

النتائج

رغم أنه لم يتم الانتهاء من استراتيجية التصدير الوطنية رسميًا إلا في يونيو 2018 ومن ثم إطلاقها في الشهر التالي، إلا أن حكومة سري لانكا بدأت بالفعل العمل على تنفيذها. خصّصت ميزانية الحكومة لعام 2018 مبلغ 60 مليون دولار أمريكي لنفقات المشاريع المتعلقة بالأنشطة المُدرجة في خطة تنفيذ الاستراتيجية. ويجري حالياً تنفيذ العديد من المبادرات المُتوقعة في الاستراتيجية.

يعمل الحوار بين القطاعين العام والخاص حول تعزيز مكانة سري لانكا كمحور بحري ولوجستي ومحور للنقل في المحيط الهندي على ضمان أن تحقق خطط الحكومة لفتح صناعة النقل البحري للمنافسة الدولية فوائد قصوى من حيث تكاليف الخدمة وجودتها للتجار والمستهلكين السريلانكيين.

1. إنتاج الزيوت العضوية ومستخلصاتها 2. مشاورات استراتيجية التصدير الوطنية 3. شركة ضمن قطاع تقنية المعلومات في سري لانكا

خصصت ميزانية سري لانكا لعام 2018 مبلغ 60 مليون دولار أمريكي لنفقات المشاريع المتعلقة بالأنشطة المُدرجة في خطة تنفيذ استراتيجية التصدير الوطنية.

تقوم حملة التمييز التجاري تحت عنوان "جزيرة الإبداع" بتسويق خدمات المعرفة في سريلانكا للمستثمرين الأجانب المحتملين. تلقّى قطاع بناء القوارب، وهو أحد القطاعات ذات الأولوية، دعماً كبيراً من حكومة سري لانكا ومجلس تنمية الصادرات. استقطب أول معرض ومهرجان للقوارب في البلاد، والذي عُقد في شهر أكتوبر، عددًا كبيرًا من المُشترين والمهنيين في هذا المجال من دول المنطقة، والشرق الأوسط، وكوريا، وأوروبا.

تتمثل إحدى العقبات المهمة أمام الأداء التجاري لسريلانكا، وفقاً لاستراتيجية التصدير الوطنية، في الفهم المحدود لديناميات وفرص السوق الدولية. هذا صحيح بشكل خاص في حالة الشركات الصغيرة. خصّصت الحكومة تمويلًا لتطوير بوابة لترويج الصادرات عبر الإنترنت لتوفير معلومات التجارة والسوق للمُصدّرين من خلال غرف التجارة المناطقية من جفنا في الشمال إلى ماتارا في الجنوب. وعلى نفس المنوال، فإن زيادة المعرفة بالإجراءات عبر الحدود وإدارة التصدير يمكن أن تساعد الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على التجارة بكفاءة أكبر. بالتزامن مع برامج المعهد الوطني للصادرات، وهو مؤسسة للتدريب تابعة للغرفة الوطنية للمُصدّرين في البلاد، نفّذ مركز التجارة الدولية برنامجًا للتعلم الإلكتروني بشأن لوائح التصدير ومتطلبات التغليف وخيارات شحن البضائع. أخذ هذه الدورة التدريبية عبر الإنترنت أكثر من 130 من الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة. تتلقى ثماني شركات من قطاعات تضم الأطعمة المُصنّعة، والتوابل، والملابس، والمنتجات السمكية تدريبًا فرديًا أثناء قيامها بتحديث ممارساتها الإدارية المتعلقة بالتصدير.

كما هو الحال في العديد من البلدان النامية، يُمثّل اعتماد المنتجات بصفتها منتجات متوافقة مع المعايير الدولية للصحة والسلامة تحديًا كبيرًا للمُصدّرين السريلانكيين. تمشياً مع توصيات استراتيجية التصدير الوطنية، قامت الحكومة باستثمارات أوّلية في جرد القدرات المتوفرة داخل البلد لإصدار شهادات الاعتماد.

نُوِّجت عملية تخطيط النظام الإيكولوجي لريادة الأعمال بمنشور بدأ يظهر أثره بالفعل في تعميق العلاقات بين الجهات الفاعلة في النظام الإيكولوجي وتغيير طرق عملها معاً. على سبيل المثال، قالت شركة StartupX Foundry لتسريع الأعمال التجارية ومقرها في كولومبو إن التقرير ساعدها على تحديد شركاء استراتيجيين جدد، مثل معهد سريلانكا لتقنية النانو، وأثرى عملها مع الجهات الفاعلة الأخرى للنظام الإيكولوجي في سري لانكا.

المستقبل

من المقرر أن يستمر عمل مركز التجارة الدولية في سري لانكا من خلال المُخصّصات المتعلقة باستراتيجية التصدير الوطنية في الميزانية الوطنية لعام 2019، بالإضافة إلى الشراكات مع شركاء التنمية الآخرين. بدعمٍ من المؤسسات الوطنية، ستزداد الجهود المبذولة لتعزيز قدرات الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في إدارة الصادرات والإجراءات عبر الحدود وتسويق الصادرات.

الجهة المموّلة

الاتحاد الأوروبي

دراسة الحالة

تسهيل شفافية التجارة وإصلاحها في مالي

1

التحدي

ينبغي أن تفهم الشركات التي تسعى إلى التجارة أولاً الإجراءات اللازمة عبر الحدود للتصدير أو الاستيراد: ما هي الجهات الحكومية المعنية؟، وما هي المستندات التي ينبغي الحصول عليها لإثبات الامتثال للمتطلبات الضريبية والتنظيمية؟، إلخ. قد يصعب هذا الأمر على الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، نظراً للموارد الأقل التي يمكنها الاستعانة بها مقارنةً بمنافسيها الأكبر.

تساعد اتفاقية تيسير التجارة لمنظمة التجارة العالمية التجّار من خلال وضع قواعد عالمية مشتركة للإجراءات عبر الحدود، مدعومةً بمساعدات فنية ومالية للبلدان النامية التي تحتاج إلى دعم لتنفيذ الاتفاقية.

يؤدي توفّر جميع الوثائق والمتطلبات التجارية الأخرى بسهولة إلى تقليل تكلفة عملية الامتثال والأوقات التي تستغرقها للشركات من جميع الأحجام. يُمكّن ذلك الشركات من فهم كل شيء يجب عليها القيام به مقدماً ومن ثم التخطيط وفقًا لذلك، مما يسمح لها بالقفز عبر أطواق متعددة في وقت واحد بدلاً من التعامل مع كل وكالة تنظيمية بالتتابع الواحدة تلو الأخرى. غير أن إنشاء الأنظمة التي توفر مثل هذه المعلومات في الواقع يُعدّ أمراً مُكلفاً فنيًا وإداريًا وماليًا: يجب تحديد الإجراءات ذات الصلة من الهيئات التنظيمية التي تتعامل مع الصحة والسلامة، والزراعة، والجمارك، وكذلك اللوائح الفنية للمنتجات، وتنظيمها بحيث يسهل الوصول إليها.

في مالي، كان المزيد من الشفافية وإمكانية التنبؤ بالمعاملات عبر الحدود من أولويات مجتمع الأعمال، وخاصةً الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة.

الاستجابة

استجابةً لطلبٍ من حكومة مالي، عمل مركز التجارة الدولية، بالشراكة مع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، مع السلطات في البلاد لإنشاء بوابة لتسهيل التجارة عبر الإنترنت تعرض الخطوات العملية المطلوبة لاستيراد، وتصدير، وعبور 15 من المنتجات الرئيسية المتداولة، بما في ذلك المانجو، والقطن، والحليب.

صُممت بوابة مالي التجارية بحيث تكون سهلة الاستخدام، وهي تسرد، وفق الترتيب التسلسلي، الإجراءات المطلوبة للقيام بعمليات الشحن عبر الحدود. يمكن للمستخدمين تنزيل المستندات الرئيسية والوصول إلى معلومات حول التكاليف والأوقات لتصدير أو استيراد أو نقل منتج بعينه.

لتحديد النطاق الكامل للإجراءات المطبقة على البضائع المعنيّة، عمل مركز التجارة الدولية مع القطاع الخاص في مالي، مما ساعد - كميزة إضافية - على بناء قدرة تحليلية دائمة داخل البلد.

وجدير بالذكر أن تحديث محتويات البوابة باستمرار لا يقل أهميةً عن إنشاء البوابة نفسها. عمل مركز التجارة الدولية مع آلية حالية متعددة الوكالات داخل الحكومة لتجهيزها كي تكون بمثابة هيكل حوكمي للبوابة، بحيث تضم ممثلين من الوزارات والوكالات ذات الصلة التي تتعامل مع قضايا مثل معايير الصحة والسلامة، والتفتيش الجمركي، والزراعة. كان أحد أهداف هذا العمل تعزيز تعاون أكثر فعالية بين الوكالات في مساعدة شركات مالي للقيام بالتجارة.

صُمّمت البوابة للمساهمة في امتثال مالي لالتزامات تيسير التجارة لمنظمة التجارة العالمية. كما تسعى البوابة إلى دعم جهود الإصلاح المحلية من خلال دعوة المستخدمين من القطاع الخاص إلى تقديم الملاحظات واقتراح التحسينات التي يمكنها إرشاد الحوار بين القطاعين العام والخاص بشأن التغييرات التنظيمية.

قدّم مركز التجارة الدولية والأونكتاد الدعم لبناء القدرات والمساعدة الفنية على ثلاثة مستويات: المسؤولين الفنيين العاملين على البوابة حول كيفية جمع البيانات وتنظيمها ورقمنتها بطريقة منهجية؛ وجهات التنسيق لدى الوكالات التنظيمية المختلفة حول كيفية تحديث البوابة؛ ومستخدمي القطاع الخاص المُحتملين للأداة.

1. *شاحنات البضائع في انتظار إذن لعبور الحدود* ***2.*** *التفتيش على الحدود في منطقة سيكاسو، مالي* ***3.*** *إصدار شهادة صحية للماشية* ***4.*** *فحص البضائع قبل الشحن* ***5.*** *بوابة مالي التجارية*

النتائج

على غرار الأنظمة المعمول بها بالفعل في 23 دولة، تلعب بوابة مالي التجارية دورًا مهمًا في زيادة الشفافية بشأن اللوائح والإجراءات المتعلقة بالحدود.

تُدار البوابة بالكامل حالياً بواسطة فريق داخلي في وزارة التجارة بالبلاد، مع فريق متوازن من الجنسين يضم أربعة خبراء فنيين مُكلّفين بجمع المعلومات، وبقيادة مسؤول رفيع المستوى يشرف على التنسيق مع الوكالات الأخرى.

من خلال تسليط الضوء على الإجراءات المتداخلة أو المعقدة بدرجة كبيرة، مهدت عملية تجميع المعلومات المتوفرة لدى البوابة الطريق أمام السلطات الحكومية لتبسيط وتنسيق بعض الإجراءات عبر الحدود. على سبيل المثال، عند توثيق إجراءات الحصول على شهادة التأمين ضد التلف أو الخسارة أثناء العبور، اتضح أن كل شركة تأمين لديها عمليات مختلفة، مما رفع تكاليف المعاملات التي يدفعها التجار. وقد تم الآن تنسيق هذه الإجراءات.

من خلال تسليط الضوء على الإجراءات المتداخلة أو المعقدة بصورة خاصة، مهّدت عملية تجميع المعلومات المتوفرة لدى البوابة الطريق أمام السلطات الحكومية لتبسيط وتنسيق بعض الإجراءات عبر الحدود.

%20

تخفيض في أوقات العمليات التجارية للمانجو والحليب بفضل تبسيط الإجراءات

أدى تحديد وإزالة الإجراءات المتداخلة بشكل مماثل فيما يتعلق بتصدير المانجو واستيراد الحليب إلى تقليل الوقت اللازم لإنجاز العمليات التجارية بنسبة 20%. لم تعد هناك حاجة إلى إعادة وزن المانجو في مكان آمن قبل الشحن، وأمكن تخفيض عدد المرات التي يحتاج التجار فيها إلى تقديم إثباتٍ للهوية.

المستقبل

على مدار العامين المقبلين، سيعمل مركز التجارة الدولية مع الوكالات في مالي لتحديد آفاق المزيد من عمليات تبسيط اللوائح المتعلقة بالتجارة. ستشير التعليقات الواردة من قطاع الأعمال من خلال البوابة إلى مدى توافق المعلومات المقدمة على البوابة مع الحقائق على الأرض.

يعمل مركز التجارة الدولية على إدخال أنظمة مماثلة في بلدان أخرى، مثل طاجيكستان. أبدت الحكومات اهتمامها بتوسيع النظام ليشمل معلومات حول إجراءات النقل وعمليات الموانئ.

17 عقد الشراكات لتحقيق الأهداف

الجهة المموّلة

الدنمارك

جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

تعزيز مؤسسات دعم التجارة والاستثمار

تعزيز مؤسسات دعم التجارة والاستثمار

يعمل برنامج تعزيز مؤسسات دعم التجارة والاستثمار على تحسين الأداء الإداري والتشغيلي للمؤسسات التي تدعم نمو الأعمال التجارية وتدويل أنشطتها. وتشمل هذه المنظمات وكالات ترويج التجارة والاستثمار، والغرف، والرابطات القطاعية، ومجموعات الأعمال التجارية النسائية، والتعاونيات، وحاضنات الأعمال التجارية، ومقدمي التدريب الفني والمهني. من خلال الخدمات الاستشارية، والتقييمات، وورش العمل المُصمّمة حسب الحاجة، يقوم الخبراء بتوجيه المؤسسات من خلال عملية التغيير، بما في ذلك تحسين الحوكمة، والاستراتيجية، وقياس الأداء، وتصميم الخدمات، والارتباط بأجزاء أخرى من النظام الإيكولوجي لدعم قطاع الأعمال.

النتائج الرئيسية

353 حالة تحسّن في أداء مؤسسات دعم التجارة والاستثمار

97 مؤسسة تم تقييمها من حيث تصميم المشاريع، وعمليات التنفيذ، وتقليل مخاطر المشاريع، وتحسين التنفيذ

95 بلداً مُثّلت في مؤتمر وجوائز منظمة النهوض بالتجارة العالمية (WTPO) المنعقد في باريس

النقاط البارزة

عمل مركز التجارة الدولية مع مجموعة واسعة من المؤسسات، بما في ذلك مقدمي التدريب الفني وحاضنات الأعمال التجارية، بطرق تتراوح من المشاركة الوثيقة على عدة سنوات في عمليات المنظمة إلى ورش العمل الإقليمية المُبسّطة، أو المشورة، أو تبادل الممارسات الجيدة من خلال منصة على الإنترنت.

في عام 2018، رحّب **مؤتمر وجوائز منظمة النهوض بالتجارة العالمية (WTPO)**، وهو الحدث العالمي البارز لمركز التجارة الدولية، بممثلين من 95 دولة في باريس، حيث استكشفوا كيفية تحسين النظم الإيكولوجية لدعم الأعمال التجارية من أجل توفير المزيد من التأثير والقدرة على التكيّف، والابتكار لمساعدة الشركات الصغيرة والصغيرة جداً والمتوسطة على الازدهار وسط التغيّرات السريعة في العصر الرقمي.

تدريب المديرين التنفيذيين من وكالات ترويج الصادرات الإفريقية، نيروبي

1. *ورشة عمل مع وكالات ترويج الصادرات الإفريقية، كوتونو، بنين* ***2.*** *دعم وكالات ترويج الصادرات الإفريقية، كوت ديفوار*

مُسترشداً بمجلس استشاري من الرؤساء التنفيذيين، واصل مركز التجارة الدولية الابتكار لتحقيق الاستجابة لاحتياجات المؤسسات. من خلال العمل مع الوكالة الفرنسية لترويج التجارة والاستثمار **(Business France)**، قدم مركز التجارة الدولية الدعم التشغيلي والتخطيطي والقيادي إلى 21 منظمة لترويج التجارة في إفريقيا، حيث تم الجمع بين الدعم الاستشاري الفردي ودروس رئيسية لمساعدة كل مؤسسة على إعداد خارطة طريق لتحسين الأداء ومُستهدفاتٍ لتقديم الخدمات في عام 2019. في خمسة بلدان، قام مركز التجارة الدولية بتجربة نهج موحد جديد لمنظمات ترويج التجارة والاستثمار لتقدير حجم مساهماتها في تحقيق أهداف الاقتصاد الكلي والإبلاغ عن ذلك.

عقد مركز التجارة الدولية حلقات عمل لمساعدة المنظمات القائمة على الأعضاء ورابطات القطاع على بناء نماذج مستدامة للأعمال التجارية من خلال تحسين مصداقية جهودهم في الدعوة وتقديم خدمات يمكنهم أخذ مقابل عليها. في **سري لانكا**، قام مركز التجارة الدولية بتحديد الثغرات والتداخل في كيفية عمل الجهات الفاعلة المختلفة في النظام الإيكولوجي للابتكار - مثل الحاضنات، والمُسرِّعات، والمستثمرين الخيّرين، ومقدمي التدريب - مع بعضها البعض ومع الشركات، وإرشادهم إلى الطريقة التي يمكنهم بها دعم رواد الأعمال الشباب بكفاءة أكبر.

استجابةً للطلب المتزايد، اختبر المركز أيضًا مواد تدريبية جديدة مصمّمة لمساعدة المسؤولين الحكوميين الموجودين في الخارج على المشاركة بشكل أكثر فاعلية في الترويج التجاري والدبلوماسية التجارية. ساهم هذا العمل في إعداد دليل جديد بشأن الدبلوماسية التجارية سيصدر في 2019.

المُموِّلون لعام 2018

المُموِّلون الأساسيون

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

المُموّلون لمشاريع محدّدة

صندوق الضمان الإفريقي، فرنسا، كندا، بنك التنمية الكاريبي، الإطار المتكامل المعزز، الاتحاد الأوروبي، منظمة الأغذية والزراعة، ألمانيا، المؤسسة الإسلامية الدولية لتمويل التجارة، منظمة العمل الدولية، الهيئة العامة لترويج الاستثمار وتنمية الصادرات (إثراء) - سلطنة عمان، اليابان، مؤسسة Max Havelaar، هولندا، وكالة Procomer - كوستا ريكا، وكالة سانت لوسيا لترويج الصادرات التجارية، سويسرا، المملكة المتحدة، الولايات المتحدة، منظمة التجارة العالمية

دراسة الحالة

دعم وكالات ترويج الصادرات الإفريقية لتحسين الخدمات للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة

1

التحدي

تزدهر أفضل منظمات ترويج التجارة والاستثمار (TIPO) في وجود حلقة حميدة من الأداء والدعم: يعزز النجاح الملموس في تمكين أداء أفضل للتصدير من مصداقيتها بين أصحاب المصلحة في القطاعين العام والخاص، مما يؤدي بدوره إلى تمويلٍ يمكن التنبؤ به بشكلٍ أفضل وإلى المزيد من النمو في الصادرات.

في المقابل، يدور العديد من منظمات ترويج التجارة والاستثمار في إفريقيا في حلقة مفرغة. يجعل عدم اليقين المستمر في التمويل من الصعب عليهم تخطيط وتقديم مجموعة موثوقة من خدمات الدعم للشركات المحلية التي تسعى إلى الاتصال بسلاسل القيمة الدولية، ناهيك عن تجربة أساليب جديدة عالية المخاطر وعالية المردود لمساعدة الشركات في التغلب على العقبات التي تواجهها.

في ضوء الدور الحاسم الذي يمكن أن يلعبه الترويج التجاري الفعال في تمكين الشركات - وخاصةً الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة - من الاستفادة من الأسواق الدولية، تضطر البلدان التي لديها منظمات لترويج التجارة والاستثمار متعثرة بهذه الطريقة إلى التخلي عن فرص تجارية ربما كان بإمكانها اغتنامها لولا ذلك.

الاستجابة

في عام 2018، بدأ مركز التجارة الدولية والوكالة الفرنسية لترويج التجارة والاستثمار (Business France)، برنامجًا جديدًا لدعم المنظمات الإفريقية لترويج التجارة والاستثمار من أجل تحسين عملياتها الداخلية وتقديمها للخدمات.

يطمح برنامج MOPSE (يُشتقّ هذا الاسم المختصر من "الإدارة التشغيلية لبرامج دعم الصادرات" بالفرنسية) إلى رفع مستوى الإدارة التشغيلية لبرامج دعم الصادرات في 21 دولة في إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى. الهدف من ذلك هو إدخال الوكالات في حلقة حميدة من خلال عمليات أكثر فعالية تؤدي إلى تحسين أداء الصادرات، وزيادة المصداقية، وتخصيصات أعلى للميزانية، وتحسين النتائج بشكل مُطّرد.

يستهدف البرنامج الذي يستمر لمدة عامين كبار المسؤولين التنفيذيين وكبار المديرين من 21 وكالة مشارِكة فيه من غرب وشرق إفريقيا لبناء القدرات المؤسسية، والتدريب الفردي والجماعي، وبناء شبكات التواصل التي تسهل تبادل أفضل الممارسات وحل المشكلات بشكل تعاوني.

كجزء من البرنامج، يقوم المشاركون أولاً بالتقييم الذاتي لمنظماتهم لتحديد نقاط القوة الداخلية وكذلك مجالات التحسين، استنادًا إلى المؤشرات المرجعية لمركز التجارة الدولية للقيادة المؤسسية، والموارد، والتسليم، والقياس. يستخدم مركز التجارة الدولية بعد ذلك نتائج التقييم لتخصيص التدريب حسب الحاجة للمنظمات الفردية وللمجموعة، بهدف تمكين الوكالات من التركيز على تحسين أوجه القصور المحددة لديها والتي تمثل أكبر العقبات التي تعترض نموها.

بمجرد أن تبدأ الوكالات عملية التغيير هذه، يقوم مركز التجارة الدولية بتدريب كبار المسؤولين على خلق شعور بالملكية على مستوى المنظمة، وهو أمر ضروري للتنفيذ الفعال. على سبيل المثال، عادةً ما يتطلب إدخال إطار جديد لقياس النتائج بنجاح من قادة التغيير تحديد رؤية استراتيجية للموظفين ومن ثم إظهار المكاسب قصيرة الأجل التي تعزز التبنّي الجماعي للإطار الجديد.

رافقت التدريبات حلقات عمل فنية قام خلالها المشاركون بوضع خطط عمل وأهداف لرفع مستوى تقديم الخدمات للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة بشكل ملموس. كما حضر المشاركون أيضًا مؤتمر وجوائز منظمة النهوض بالتجارة العالمية (WTPO) وكذلك معرض الصالون الدولي (SIAL) وهو معرض تجاري رئيسي لصناعة الأغذية، في باريس، حيث تمكنوا من التفاعل مع أقرانهم، والتعرف على اتجاهات الأعمال وممارسات الإدارة، وفهم كيف تصطف شركات بلدانهم بالنسبة للمنافسين المُحتملين.

1. دعم وكالات ترويج الصادرات الإفريقية، نيروبي *2.* دعم وكالات ترويج الصادرات الإفريقية، أكرا *3.* وكالات ترويج الصادرات الإفريقية في مؤتمر وجوائز منظمة النهوض بالتجارة العالمية (WTPO)، باريس

النتائج

أبلغت المؤسسات عن تحسينات كبيرة منذ بداية العام، حيث قامت كل وكالة بتصميم وبدء تنفيذ خطتين مرتبطتين لتحسين العمليات الداخلية الإدارية والتشغيلية، وكذلك ترقية مستوى تقديم خدمات ترويج الصادرات. تُحدد الخطط اتجاهًا لكل مؤسسة وتمكّنها من حشد الدعم والموارد من أصحاب المصلحة.

بعد السنة الأولى، كانت المؤسسات المشارِكة قد أنجزت - في المتوسط - 44% من خطط التحسين الإداري والتشغيلي.

قامت وكالة ترويج الصادرات في بوركينا فاسو، APEX Burkina، بإعادة تحديد أدوار ومسؤوليات الموظفين، وأنشأت نظامًا جديدًا لإدارة علاقات العملاء، وقسّمت 600 مُصدّر إلى قطاعات بناءً على مدى استعدادهم للتصدير. كما قامت بتكييف محفظتها من الخدمات للاستجابة بشكلٍ أفضل لاحتياجات القطاعات المختلفة.
على سبيل المثال، بالنسبة للشركات التي تقوم بالتصدير بالفعل، قد تقدم منظمة ترويج التجارة والاستثمار خدمات لاستكشاف الأخطاء وإصلاحها، والمعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق، ودعم بناء العلامة التجارية. أما بالنسبة للشركات التي لديها إمكانات تصدير عالية، فقد توفر المنظمة دعمًا لتطوير المنتجات، وبناء قدرات الإدارة، والمساعدة في ترتيب لقاءات بين الشركات (B2B) من خلال جولات لدراسة السوق والمشاركة في المعارض التجارية. بالنسبة للشركات التي يُحتمل أن تُصدّر في المستقبل البعيد، ستعمل الوكالة على توفير إمكانية الوصول إلى التمويل والتدريب وبحوث السوق.

كما عملت وكالة التنمية في زامبيا على التجزئة، حيث خصصت مديراً للحسابات لكل قطاع لتعزيز العلاقات مع المُصدّرين وتقديم دعم يلائم احتياجات كل قطاع.

استعرض مركز مالاوي للاستثمار والتجارة قِيمَه الأساسية وأعاد تصميم عملية تقييم الأداء لضمان توجّه الموظفين نحو تحقيق النتائج، مع تحسين تقديم الخدمات للمُصدّرين.

المستقبل

سيواصل مركز التجارة الدولية رعاية شبكة المؤسسات التي أُقيمت من خلال مشروع MOPSE، والعمل مع كلٍّ من الوكالات للمساعدة في إثبات النتائج، واكتساب المصداقية، وتبرير احتياجاتها من الموارد المطلوبة لدعم تدويل أنشطة الشركات بشكلٍ أفضل.

في المستقبل، يخطط مركز التجارة الدولية لتطبيق هذا النهج في مناطق أخرى، كجزء من مجموعة خدماته لمساعدة مؤسسات دعم التجارة والاستثمار على الأداء على أفضل وجه.

8 العمل اللائق ونمو الاقتصاد

المُموِّلون

فرنسا

دراسة الحالة

1

دعمٌ أفضل للمُصدّرين المنغوليين

التحدي

تلعب غرف التجارة دورًا مهمًا في دعم أعضائها للتغلب على المخاطر والتكاليف والقيود المعلوماتية التي تمنعهم من المنافسة في الأسواق الدولية. كمدافعين رئيسيين عن قطاع الأعمال مع واضعي السياسات، تُمهّد الغرف في جميع أنحاء العالم الطريق إلى بيئة أعمال أكثر تمكينًا، من خلال ضمان سماع آراء القطاع الخاص خلال عمليات وضع السياسات. في الوقت نفسه، تساعد الغرف الشركات على فهم التحديات الجديدة والاستجابة لها بشكل أفضل في الأسواق الوطنية والدولية.

لأداء هذه الوظائف بأكبر قدر ممكن من الفعالية، تحتاج غرف التجارة إلى أن تكون مُجهّزة بمهارات ومعارف محددة: استراتيجيات واضحة وفهم لاحتياجات عملائها، ومحافظ محددة جيدًا للخدمات التي تقدمها، وحوكمة جيدة، مع قياس دقيق للنتائج يمكّن من اتخاذ إجراءات تصحيحية وإثبات أهميتها لأصحاب المصلحة.

تتجاوز الغرفة الوطنية المنغولية للتجارة والصناعة (MNCCI) الأدوار التقليدية لتدعم الشركات في تدويل أنشطتها - وهو شيءٌ تقوم به عادةً في بلدان أخرى منظمات ترويج التجارة والاستثمار المُموّلة من الحكومة.

الاستجابة

يعمل مركز التجارة الدولية مع غرفة MNCCI لتقييم عملياتها وتحسين قدرتها على تمكين الشركات المنغولية، وخاصةً الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، من المنافسة بنجاح في الأسواق الدولية.

صَنّف تمرين للتقييم المعياري أُجرِي عام 2016 الأداء التشغيلي لغرفة MNCCI على أنه أعلى بقليل من المتوسط مقارنةً بالمنظمات النظيرة في أماكن أخرى. أدى عدم التوافق بين الهيكل التنظيمي للغرفة وأهدافها المُعلنة المتمثلة في توفير خدمات الدعوة ودعم قطاع الأعمال إلى تقويض فعاليتها في تحقيق أيٍّ منهما. لم يكن لدى الغرفة رؤية إستراتيجية واضحة حول أنواع الأعمال التجارية التي ينبغي منحها الأولوية عند تقديم الدعم.

بالإضافة إلى ذلك، أظهر التمرين أن غرفة MNCCI لم تنظم بشكل منهجي الخدمات التي تقدمها على أساس احتياجات العملاء وأساليب التقديم. يرجع ذلك أساساً إلى نقص المعلومات حول من هم عملاؤها وما الذي يحتاجون إليه.

ضعُف قياس النتائج لعدم وجود مجموعة متماسكة وقابلة للقياس الكمّي من مؤشرات الأداء الرئيسية. أدى ذلك، على سبيل المثال، إلى حدوث تداخل في أغلب الأحيان بين جهود الاستجابة لاحتياجات العملاء التجارية والجهود المبذولة لزيادة ومتابعة إيرادات العضوية، حيث تنافس الهدفان مع بعضهما البعض بدلاً من أن يُكمّل كلٌ منهما الآخر. علاوةً على ذلك، كانت عمليات غرفة MNCCI الداخلية غير مُوثّقة إلى حد كبير. وقد أدى غياب الإدارة المنهجية للمعرفة إلى صعوبة التعلم من التجارب السابقة وصعوبة بناء الذاكرة المؤسسية.

كجزء من نهج استهداف النتائج (AIM for Results)، الذي يتضمن تقييم أداء منظمات دعم قطاع الأعمال، ووضع خطط للتحسين، ثم قياس التقدم، تعاون مركز التجارة الدولية مع غرفة MNCCI في صياغة وتنفيذ خطة لمواجهة نقاط الضعف المحددة. كرّر مركز التجارة الدولية بعد ذلك تمرينه للتقييم المعياري لمعرفة مدى التحسن الذي حققته الغرفة.

النتائج

كشفت عملية إعادة التقييم المعياري، التي أُجرِيت في عام 2018، أن غرفة MNCCI قد تحسنت على عدة جبهات. لقد واءمت الغرفة هيكلها التشغيلي مع استراتيجيتها التنظيمية بشكلٍ أفضل، مما حسّن الكفاءة، وقلّل التداخل، وسهّل تكييف الموظفين لأداء أدوار جديدة، وساعد على تحديد الثغرات القائمة في القوى العاملة لدى الغرفة.

أصبحت صياغة الاستراتيجية نفسها عملية مستمرة داخل الغرفة، حيث يشارك الموظفون التشغيليون والإداريون بنشاط في تحديد الطريقة التي ينبغي أن تخصص بها الغرفة مواردها على أفضل وجه. يتم اتخاذ هذه القرارات على أساس الاحتياجات والتوقعات الفعلية للعملاء، والتي تقوم الغرفة الآن بتقييمها بانتظام.

تعكس عملية الإستراتيجية الجديدة الثقافة التنظيمية الجديدة التي تركّز على العملاء في غرفة MNCCI. تجري تجزئة العملاء الآن باستخدام مصفوفة تأخذ في الاعتبار مستوى نضج الصادرات، مما يمكّن غرفة MNCCI من خدمتهم بطريقة تلبي احتياجاتهم على أفضل وجه. يُكافأ ولاء العضوية بشكل منفصل، حيث تصنّف الشركات إلى خمس فئات من "كلاسيكية" إلى "ماسية"، مع حصول الأخيرة على امتيازات وإمكانيات خاصة للوصول.

1. مصنع للنسيج، منغوليا *2.* تصنيف أصواف الأغنام *3.* مستحضرات التجميل من توت النبق المُسهل. جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

تعمل غرفة MNCCI الآن على قياس رضا العملاء بشكل منهجي لتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل. كما أنشأت الغرفة قسمًا جديدًا للعلاقات مع العملاء، وتستخدم نظام إدارة علاقات العملاء الجديد لديها للتعامل مع شرائح مختلفة من أصحاب المصلحة على مستويات الحكومة والمؤسسات والشركات.

فيما يتعلق بقياس النتائج، يتوفر لدى غرفة MNCCI الآن إطار يربط النتائج التنظيمية بأداء الموظفين، مع مجموعة كاملة من مؤشرات الأداء الرئيسية على مستوى المؤسسة والأقسام والأفراد. أعرب الموظفون عن رضاهم لأن المساهمات الفردية في تحقيق الأهداف التنظيمية يجري الاعتراف بها الآن، مما يرفع الروح المعنوية ويزيد الإنتاجية.

وضعت غرفة MNCCI أيضًا إطارًا لإدارة المخاطر، مثل النقص المالي، والتغيّر السياسي، وفقدان المعلومات. وقد أدى ذلك إلى عمليات أكثر فعالية، كما يتضح من اعتماد الغرفة وفق معيار ISO لإدارة الوثائق.

لقد تحسنت النتيجة الكلية للتقييم المرجعي لغرفة MNCCI من "فوق المتوسط بقليل" إلى "جيد". من المحتمل حدوث المزيد من التحسينات مع استمرار الغرفة في تنفيذ الإصلاحات.

رافق التحسينات في الكفاءة الداخلية تعزيز القدرة على دعم قطاع الأعمال في منغوليا. وفي مؤتمر وجوائز منظمة النهوض بالتجارة العالمية (WTPO) المنعقد في باريس في شهر أكتوبر، حصلت غرفة MNCCI على جائزة خاصة لعملها على زيادة الدخل وخلق فرص العمل في المناطق الريفية من خلال تنويع المنتجات وإضافة القيمة في قطاعيْ توت النبق المُسهل (المستخدم في صناعة الأغذية ومستحضرات التجميل والمنتجات الطبية) وصوف الأغنام.

المستقبل

يعمل مركز التجارة الدولية مع غرف التجارة الأخرى لتطبيق النهج المستخدم مع غرفة MNCCI. مهّدت حلقات العمل الإقليمية في شرق إفريقيا الطريق للمنظمات القائمة على الأعضاء كي تصبح أكثر استدامةً من الناحية المالية وتقدم قيمة أفضل للعملاء. يتبادل مركز التجارة الدولية أفضل الممارسات عبر الغرف من خلال دراسات الحالة، ومن المُقرر عقد حلقة عمل للمؤتمر العالمي للغرف في البرازيل في يونيو 2019.

8 العمل اللائق ونمو الاقتصاد

المُموِّلون

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

جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

الربط بسلاسل القيمة الدولية

القيمة المضافة للتجارة

يعزز برنامج القيمة المضافة إلى التجارة من قابلية الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة لتلبية متطلبات السوق والاندماج في سلاسل القيمة المحلية والإقليمية والعالمية. يعمل البرنامج على جعل تلك الشركات أكثر قدرة على المنافسة من خلال النهوض بالقدرات على مستوى القطاع وعلى مستوى المؤسسات، وتحسين النظام الإيكولوجي الذي تعمل فيه الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في كل خطوة من خطوات سلسلة القيمة، وبناء منصات للحوار بين القطاعين العام والخاص من أجل تحقيق تغيير تحويلي على نطاق واسع.

النتائج الرئيسية

أكثر من 40 مليون دولار أمريكي من الالتزامات الاستثمارية المُيسَّرة في قطاع جوز الهند الكاريبي

22% زيادة في دخل منتجي الكاكاو واليام في غانا

250 000 دولار أمريكي مبيعات فول الصويا إلى فيتنام وهولندا من المزارعين في توغو

النقاط البارزة

في عام 2018، عمل مركز التجارة الدولية مع الشركاء في كل خطوة من سلسلة القيمة لتمكين الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في البلدان النامية من الاستفادة من شبكات الإنتاج الإقليمية والعالمية للسلع والخدمات ذات القيمة المضافة.

باع المصدّرون في **توغو** ما قيمته 250,000 دولار أمريكي من فول الصويا لعملاء جدد في فيتنام وهولندا بعد أن ساعدهم الدعم الاستشاري من مركز التجارة الدولية في تحسين إجراءات الشركات وإبرام الصفقات مع المشترين. ساعدت المبيعات إلى فيتنام أكثر من 500 منتج توغولي على تعويض تناقص الطلب من الهند.

في **السنغال** شهد مُصدّرو المانجو المدعومين من مركز التجارة الدولية زيادة بنسبة 7.7% في الصادرات مقارنةً بالعام السابق، وذلك بعد المشاركة في معرض FruitLogistica التجاري في برلين. عمل مركز التجارة الدولية أيضًا مع صناعة المانجو السنغالية لتحسين العلامة التجارية والتسويق، لا سيما من خلال علامات جديدة وشعار جديد.

في **غانا**، أثبت مركز التجارة الدولية مع مؤسسة Fairtrade Africa وشركة Chocolats Halba (التابعة لشركة Coop السويسرية للبيع بالتجزئة) واتحاد Kuapa Kokoo للمزارعين، أن لبناء التحالفات بين أصحاب المصلحة الرئيسيين في سلاسل القيمة الرئيسية تأثيرات إيجابية على دخل المزارعين وتنويع المحاصيل والزراعة الذكية مناخياً. تمكّن 420 مزارعًا استطاع المشروع الوصول إليهم بشكل مباشر من زيادة دخلهم بنسبة 22% في عام 2018.

في **غيانا**، **وجامايكا**، **وجمهورية الدومينيكان**، قام مركز التجارة الدولية والشركاء بما في ذلك المعهد الكاريبي للبحوث والتنمية الزراعية (CARDI) بإنشاء تحالفات بين العلامات التجارية الدولية لمنتجات جوز الهند والمزارعين والباحثين. أمكن تيسير استثمارات للشركات بلغت قيمتها حوالي 40 مليون دولار أمريكي في مرافق المعالجة، والمشاتل، ومشاريع تنويع المحاصيل.

الحلول الإلكترونية

أوجدت التجارة في السلع والخدمات عبر الشبكات الإلكترونية كماً 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 الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على التغلب على هذه الحواجز.

1. *التدريب على الأعمال التجارية الإلكترونية، السلفادور* ***2.*** *ورشة عمل التجارة الإلكترونية، رواندا*

النتائج الرئيسية

250 شركة في رواندا تلقّت تدريباً على مهارات التجارة الإلكترونية

200 شركة مملوكة للنساء في أمريكا الوسطى تلقّت دعماً لربطها عبر الإنترنت بأسواق الهدايا ومنتجات الديكور المنزلي

النقاط البارزة

في **رواندا**، دعم مركز التجارة الدولية الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة لبناء قدراتها على تسويق السلع والخدمات عبر الإنترنت. بالإضافة إلى تدريب حوالي 250 شركة على مختلف جوانب التجارة الإلكترونية، مثل أبحاث السوق، والإعلان، وفهم الأسواق الافتراضية، قام مركز التجارة الدولية بتدريب 17 "مُدرِّبًا" سيعملون بشكل مباشر مع الشركات الرواندية. بالشراكة مع شركة النقل والإمداد العالمية DHL، صمّم مركز التجارة الدولية مركزًا لخدمات التجارة الإلكترونية يتيح للشركات الرواندية الوصول إلى الدعم الاستشاري فضلاً عن المساعدة في أعمال التخزين، والجرد، والتعبئة، وتوصيل السلع للعملاء المحليين والدوليين.

في **السنغال**، عمل مركز التجارة الدولية مع هيئة ASEPEX للترويج التجاري، ومؤسسة Trade Point Senegal المدعومة من الحكومة لتشجيع التجارة الإلكترونية، وذلك لإنشاء منصة made-in-senegal.org للتجارة إلكترونية التي تعرض أكثر من 100 منتج للبيع من 17 شركة.

يعمل مركز التجارة الدولية مع الشركات الصناعية متوسطة الحجم في **قطر** لتوجيهها بشأن متطلبات التجارة الإلكترونية بين الشركات والشركات (B2B): إنتاج المحتوى، وإدارة المخزون، والتعامل مع إجراءات الشحن والخدمات اللوجستية.

في ستة بلدان في أمريكا الوسطى، يعمل مركز التجارة الدولية مع شركاء من مؤسسات محلية لدعم التجارة والاستثمار (TISIs) لربط 200 شركة مملوكة للنساء بالسوق العالمي للهدايا والديكور المنزلي، من خلال تحسين جودة المنتج والبيع عبر الإنترنت.

في **أذربيجان**، يقوم مركز التجارة الدولية بتدريب الشركات التي تتمتع بخبرة في مجال التجارة الإلكترونية على المهارات المتقدمة للتعامل مع عروض الأسعار، والفواتير، والمدفوعات، بالإضافة إلى فهم لوجستيات التصدير وتخصيص العروض التجارية لتلائم الأسواق عبر الإنترنت.

قام مركز التجارة الدولية بتدريب مؤسسات دعم التجارة والاستثمار على التجارة الإلكترونية في عشرة بلدان في إفريقيا، وأمريكا الجنوبية، وآسيا الوسطى، وإعدادها لدعم الشركات المحلية بشكل أفضل لتسويق منتجاتها ووضعها على الإنترنت وتمكينها من المنافسة في الأسواق القائمة على الإنترنت.

المُموِّلون لعام 2018

المُموِّلون الأساسيون

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

المُموِّلون لمشاريع محدّدة

صندوق الضمان الإفريقي، كندا، بنك التنمية الكاريبي، مجلس المنح الدراسية الصيني، / Coop Genossenschaft / Chocolats Halba Sunray، الإطار المتكامل المعزز، الاتحاد الأوروبي، منظمة الأغذية والزراعة، ألمانيا، المؤسسة الإسلامية الدولية لتمويل التجارة، منظمة العمل الدولية، المنظمة الدولية للهجرة، اليابان، مؤسسة Max Havelaar، هولندا، صندوق "أمم متحدة واحدة"، بنك قطر للتنمية، صندوق أهداف التنمية المستدامة، السويد، سويسرا، هولندا، المملكة المتحدة، الولايات المتحدة الأمريكية، اتحاد غرب إفريقيا الاقتصادي والنقدي (UEMOA)، البنك الدولي، منظمة التجارة العالمية

دراسة الحالة

جذب تمويل رأس المال الاستثماري الأجنبي إلى قطاع التقنية في أوغندا

1

التحدي

يُقال إن المواهب موزعة بالتساوي، ولكن الفرص ليست كذلك. مهما كانت أفكارهم في مجال الأعمال جيدة، يواجه رواد الأعمال المُحتملين في العديد من البلدان النامية تحديات لا يواجهها نظراؤهم في أماكن أخرى. قد يؤدي ضعف البنية التحتية المادية إلى عزلهم عن الأسواق. قد لا يتيسّر لهم الحصول على الائتمان؛ وقد تعرقل العقبات القانونية والتنظيمية الشركات الجديدة.

في إفريقيا، خفّض الاقتصاد الرقمي بعض الحواجز أمام دخول رواد الأعمال. تصل الشركات التقنية الناشئة إلى العملاء عبر الإنترنت على هواتفهم النقّالة. تُسهّل المنصات على الموردين والعملاء الارتباط داخل البلد، وفي أماكن أخرى في إفريقيا، وفي الخارج. ولكن حتى الشركات الناشئة الواعدة تواجه تحديات خطيرة في الوصول إلى التمويل. تطلب البنوك عادةً ضمانات مرتفعة وأسعار فائدة لا تستطيع معظم الشركات الصغيرة تحمّلها، مما يجعلها تعتمد على القروض من الأصدقاء والعائلة. يراقب الكثيرون شركاتهم وهي في حالة ركود - أو أسوأ من ذلك، وهي تنهار - ليس بسبب عدم القدرة على المنافسة، أو القيم العالية للعروض، ولكن بسبب الحاجة إلى رأس المال للعمل والتوسع.

الاستجابة

كجزء من مبادرة الصندوق الاستئماني الهولندي NTF IV، وهي شراكة متعددة البلدان ومتعددة المشاريع مع المركز الهولندي لترويج الواردات من البلدان النامية (CBI)، يعمل مركز التجارة الدولية على تعزيز القدرة التنافسية الدولية للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في قطاع تقنية المعلومات الناشئ في أوغندا.

تعمل مشاركة مركز التجارة الدولية في قطاع التقنية في أوغندا، والتي تعود إلى عام 2014، على ثلاثة مستويات: بناء القدرات ودعم تطوير الأعمال الدولية للشركات الناشئة؛ والشراكات مع مراكز التقنية المحلية لتعزيز النظام الإيكولوجي للأعمال؛ والتنسيق مع الوزارات والوكالات الحكومية لتحسين بيئة السياسات.

تتلقى الشركات الأوغندية الواعدة، في قطاعات من التقنية المالية إلى التجارة الإلكترونية والتعليم والزراعة، التدريب والخدمات الاستشارية المخصّصة لتلائم درجة نضجها ومجال تخصّصها، وذلك لمساعدتها على تطوير أفكار تجارية ومواءمة المنتجات مع الطلب في الأسواق. تعزز المشاركة في المعارض التجارية الإقليمية والدولية الاتصالات بين الشركات والشركات (B2B) ومع العملاء المحتملين. ركز مركز التجارة الدولية بشكل خاص على خلق فرص للشركات التي تقودها النساء، وللنساء في قطاع التقنية بشكلٍ عام. ومن الأمور المهمة، جهود مركز التجارة الدولية لمواجهة النقص في رأس المال الاستثماري المحلي وفي مصادر التمويل الأخرى من خلال تعزيز العلاقات مع المستثمرين الدوليين والشركاء.

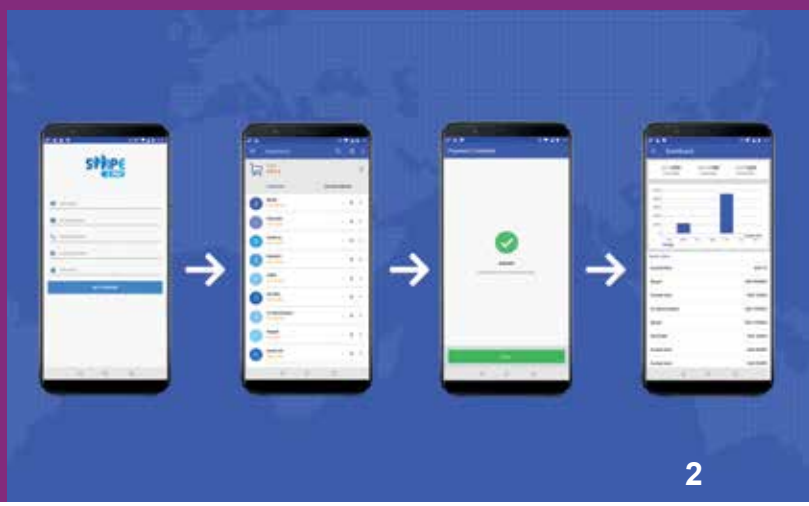
النتائج

قامت شركة Leapfrog Ventures، وهي شركة رأسمالية مقرها طوكيو وكانت من بين المستثمرين الذين جلبهم مركز التجارة الدولية إلى أوغندا، بضخ أموال في شركتين أوغنديتين ناشئتين في مجال التقنية المالية (FinTech)، مما مكّنهما من تفادي قيود رأس المال والاستثمار في تحسين منتجاتهما ودخول أسواق إفريقية جديدة.

تقوم شركة Xente، التي حصلت على استثمارات بقيمة 100,000 دولار أمريكي من شركة Leapfrog Ventures، بتطوير أنظمة للدفع غير النقدي عبر الهاتف النقّال للشركات الإفريقية وعملائها. كما تلقت شركة Swipe2pay، التي تعالج المدفوعات وتشغّل أنظمة قائمة على الحوسبة السحابية لإدارة الأعمال والمخزون لتجار التجزئة والموزعين للطوب والملاط مبلغ 40,000 دولار أمريكي - وهو أول استثمار خارجي تتلقاه الشركة.

ترتبط كلتا الشركتين الناشئتين بعمل مركز التجارة الدولية في أوغندا. بحسب سولومون كيتومبا، الرئيس التنفيذي لشركة Swipe2pay، عززت هذه الروابط مصداقية شركته مع شركة Leapfrog Ventures عندما رتّب مركز التجارة الدولية زيارةً لمؤسس الشركة اليابانية، تاكوما تيراكوبو، إلى العاصمة الأوغندية كمبالا.

"كوننا جزءًا من مشروع الصندوق الاستئماني الهولندي NTF IV أدى إلى بناء مزيد من الثقة لدى المستثمر - نظراً لارتباطنا بمؤسسة موثوقة ولا نعمل بمفردنا"، أوضح كيتومبا. "ساعد ذلك على بناء الثقة والاطمئنان لديه. ثم رتّب لنا مركز التجارة الدولية مقابلة رسمية معه. هنا كان علينا القيام بإقناعه، وقد نجحنا في ذلك".



1. ماما علي، صاحبة متجر ومُستخدِمة لتطبيق Swipe2pay *2.* تطبيق Swipe2pay *3.* شركة أوغندية ناشئة في مجال التقنية

وأشار إلى أن شركة Leapfrog Ventures أبدت إعجابًا خاصًا بجهود شركة Swipe2pay في تمكين الشركات الصغيرة من استخدام بيانات أداء الأعمال - بدلاً من الاضطرار إلى نشر ضماناتها - للحصول على قروض صغيرة.

قام مركز التجارة الدولية أيضًا بتيسير لقاء بين تيراكوبو وألان رواكاتونجا، الرئيس التنفيذي لشركة Xente. على مدار يومين من التفاوض، التقى رواكاتونجا وشركاؤه المؤسسون بالمستثمر الياباني، الذي قال إنه "أحب الشركة والفريق ورغب في الاستثمار".

وقال تيراكوبو إن شركتيْ Xente و Swipe2pay توفران حلولاً عالية الجودة للتحديات التي تواجه صناعات النمو في إفريقيا. وأضاف: "لولا دعوة مركز التجارة الدولية لي لزيارة كمبالا، لما تمكنت من مقابلتهم ولما تيسّرت لي فرصة للاستثمار في أوغندا بعد".

"لولا دعوة مركز التجارة الدولية لي لزيارة كمبالا، لما تمكنت من مقابلة الشركات الأوغندية الناشئة ولما تيسّرت لي فرصة للاستثمار في أوغندا بعد."

تاكوما تيراكوبو، مؤسس شركة Leapfrog Ventures اليابانية

منذ إطلاق صندوق إفريقي بقيمة 4.5 مليون دولار أمريكي من كيغالي، رواندا في شهر يوليو، استثمرت شركة Leapfrog Ventures في تسع شركات ناشئة في شرق إفريقيا، وتستهدف الشركة الاستثمار في 200 شركة ناشئة في القارة على مدار ثلاث سنوات.

المستقبل

تستخدم شركة Swipe2pay هذا الاستثمار لتعزيز قدرات الحوسبة والخدمات السحابية لديها مما سيمكّنها من توسيع نطاق عملها من خدمة مئات الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة إلى خدمة الآلاف من تلك الشركات. وتخطط الشركة لإطلاق فروع لها في كلٍّ من رواندا وكينيا بحلول منتصف عام 2019.

شركة Xente أيضًا لديها خطط طموحة لتحسين منتجاتها وزيادة أعداد عملائها في كلٍّ من أوغندا وأربعة أسواق إفريقية أخرى.

يعمل مركز التجارة الدولية حاليًا على تسريع أكثر من 50 شركة ناشئة في مجال التقنية في أوغندا وجذب مزيد من الاستثمار إلى النظام الإيكولوجي التجاري المحلي. سيتم إدراج مجموعة جديدة من رواد الأعمال في منتصف عام 2019. وقد صُمّمت المنهجيات التي وضعها فريق تطوير قطاع التقنية بمركز التجارة الدولية بحيث يتسنّى توسيع نطاقها في أوغندا وغيرها من بلدان إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى.

الجهة المموِّلة

هولندا

التحالف من أجل العمل: تحفيز الاستثمار في صناعة جوز الهند الكاريبي

التحدي

غالبًا ما يكافح المزارعون والشركات الصغيرة في البلدان النامية للارتباط بسلاسل القيمة الوطنية والإقليمية والدولية. والنتيجة هي أنه حتى عندما يكون الطلب العالمي مرتفعًا على المحاصيل التي يزرعونها، فإنهم لا يستفيدون من ذلك من حيث ارتفاع المداخيل، والتدفق النقدي، وتحقيق سُبل أكثر مرونة للعيش.

يُعد قطاع جوز الهند في منطقة البحر الكاريبي خير مثال على ذلك. يتزايد الطلب على زيت وماء جوز الهند ومنتجاته الأخرى على خلفية تغييرات في تفضيلات نمط حياة المستهلك. تشير دراسة أجراها مركز التجارة الدولية وجامعة ديوك إلى أن مبيعات ماء جوز الهند العضوي وحده ستتضاعف إلى 4.6 مليار دولار بحلول عام 2024. ومع ذلك، فقد عادت تلك الطفرة على مزارعي جوز الهند في منطقة الكاريبي بفوائد أقل مقارنةً بمنافسيهم في جنوب شرق آسيا.

خلّفت حلقة مفرغة من عقودٍ من انخفاض الأسعار، وقلة الاستثمار، وضعف العلاقات مع الأسواق الدولية صناعة جوز الهند الكاريبية رهينة مزارع قديمة وغير منتجة وعرضة للآفات والأمراض النباتية، إلى جانب قدرة محدودة على المعالجة. يتطلب إنعاش الإنتاج زيادة الإمدادات من البذور والشتلات عالية الجودة. إلى جانب تحسين العلاقات مع الأسواق الاستهلاكية، ستساعد زيادة الإنتاج على تحسين مداخيل آلاف المزارعين.

الحل

لإحياء صناعة جوز الهند في منطقة البحر الكاريبي، يعمل مركز التجارة الدولية وشركاؤه منذ عام 2014 على تسهيل عقد التحالفات بين الجهات الفاعلة في كل خطوة من خطوات العملية، من البحوث والتطوير ووضع السياسات إلى الإنتاج والمعالجة والتسويق. ويهدف ذلك إلى تحفيز الاستثمار في زيادة العرض والقدرات التجارية بصورة مستدامة. يجمع هذا النهج، الذي يطلق عليه "التحالفات من أجل العمل"، بين الدعم الفني والاستثمار عبر ارتباطاتٍ بالسوق الدولية، مما يؤدي إلى تحصيل مزيد من القيمة وزيادة الدخل لصغار مزارعي جوز الهند ومعالجيه على النطاق الصغير والمتوسط.

لتحسين حوكمة القطاع وتصحيح الفجوات في القدرة التنافسية على نطاق واسع، تعاون مركز التجارة الدولية مع المعهد الكاريبي للبحوث والتنمية الزراعية (CARDI)، ومجموعة دول إفريقيا والكاريبي والمحيط الهادي (ACP)، وشبكة من الشركاء المحليين والإقليميين. بتمويلٍ من الاتحاد الأوروبي، تمكّن هؤلاء الشركاء معًا من حشد أكثر من 2,000 من منتجي جوز الهند و 450 من موظفي الخدمات الإرشادية وشكّلوا شراكات يقودها السوق في أحد عشر بلداً - أنتيغوا وبربودا، وبربادوس، وبليز، ودومينيكا، وجمهورية الدومينيكان، وجامايكا، وغيانا، وسانت لوسيا، وسانت فنسنت وجزر غرينادين، وسورينام، وترينيداد وتوباغو.

في كل خطوة من سلسلة القيمة، يعمل واضعو السياسات، والمشترون، والباحثون، ومؤسسات التمويل مع المنظمات التي يقودها المزارعون للحد من المخاطر، ومواءمة السياسات لدعم التوسع في إنتاج جوز الهند وتسويقه. نظرًا لأن أشجار جوز الهند المزروعة حديثًا تحتاج إلى فترة من خمس إلى ثماني سنوات لإنتاج محصول قابل للتسويق، ولتوفير تدفقات دخل ثابت في هذه الأثناء، يجري دعم المزارعين لزراعة محاصيل بديلة مناسبة محليًا، مثل الكاكاو، والموز، والفلفل، وتوسيع نطاق إضافة القيمة من خلال إنتاج ماء جوز الهند وزيته وحليبه.

تضمّنت العملية دعمًا فنيًا وسياساتياً، مثل خدمات الإرشاد الزراعي للمزارعين ومساعدة المعالِجين لاستيفاء المعايير الدولية للصحة والسلامة.

النتائج

بعد أربع سنوات من التنفيذ، تظهر تأثيرات المشروع على ثلاثة مستويات: الاستثمار، وإنشاء شبكات الارتباط، والقدرات الفنية والتدريب.

مهّد تعزيز التوقعات الاقتصادية طويلة الأجل للقطاع الطريق لاستثماراتٍ جديدة على نطاق تجاري في صناعة جوز الهند في المنطقة. في جامايكا، قام شركاء مثل مجلس صناعة جوز الهند (CIB)، ومجلس البحث العلمي (SRC)، وهيئة التنمية الزراعية الريفية (RADA)، وبنك التنمية الجامايكي (DBJ)، وشبكة التمويل والاستثمار لأصحاب الحيازات الصغيرة والشركات الزراعية الصغيرة والمتوسطة (SAFIN) بإنشاء آلية للتمويل المستدام للمزارعين من أصحاب

1. مشتل جوز هند، جمهورية الدومينيكان 2. التدريب على أساليب الزراعة، جمهورية الدومينيكان 3. التدريب على تطوير المنتجات 4. مُزارع رائد، غيانا

الحيازات الصغيرة، مما أدى إلى التزامات بالاستثمار تجاوزت 22 مليون دولار أمريكي من قِبَل الشركات الكبرى وكذلك صغار المنتجين والتعاونيات المحلية مثل Barnhill Organics و Swaby's. في غيانا، سيُخصّص مبلغ 16 مليون دولار أمريكي من الاستثمارات المخطط لها لتطوير مرافق معالجة جديدة لمنتجات مثل جوز الهند المجفف وزيت جوز الهند والخث المصنوع من قشور جوز الهند. في جمهورية الدومينيكان، انضمت منظمة الموز العضوي للخط الشمالي الغربي (BANELINO)، وهي منظمة لأُسَر المزارعين الذين ينتجون موزًا عضويًا معتمَدًا من منظمة التجارة العادلة للتصدير، إلى شبكة تحالفات من أجل العمل للتنويع في إنتاج جوز الهند لزيادة الأمان في الدخل والمرونة إزاء تغيّر المناخ.

ساعدت التحالفات بين الهيئات الحكومية، والشركات الكبيرة والصغيرة، ومجموعات المزارعين، والمؤسسات المالية الخاصة والإنمائية، وصناعة السياحة على تحسين بيئة الأعمال والاستثمار في إدارة المخاطر في قطاع جوز الهند في منطقة الكاريبي، مع ضمان سماع أصوات أصحاب الحيازات الصغيرة في عمليات وضع السياسات. تَعِد الروابط القوية بين المزارعين والمُعالجين بتسريع مرور جوز الهند إلى أسواق المنتجات ذات القيمة المضافة.

تم تدريب أكثر من 2,000 مزارع، رُبعهم من النساء، على أساليب الزراعة المستدامة، بما في ذلك الممارسات الزراعية الذكية مناخياً والمصمّمة للحفاظ على الإنتاج والدخل في مواجهة تغير المناخ. لتوسيع نطاق هذا العمل، تم إنشاء نظام لتعلم الأقران وتبادل المعرفة مع 600 مزارع، والذين أصبحوا الآن على صلة أفضل بخدمات البحوث والإرشاد وكذلك بالمُشترين والمستثمرين. ترتبط الآن ثلاثون شركة لتجهيز المنتجات الزراعية بمزارعين من أصحاب الحيازات الصغيرة، والذين تم تدريبهم على تلبية المعايير الدولية للجودة وسلامة الأغذية، وكذلك على طرق الإنتاج المُقتصدة التي تقلل الهدر.

أدّت النظرة المستقبلية الأفضل لقطاع جوز الهند الكاريبي إلى تعهّدات استثمارية بقيمة

40 مليون دولار أمريكي

المستقبل

بموافقة مجلس الجماعة الكاريبية للتجارة والتنمية الاقتصادية ومديرية المنتدى الكاريبي، قدم مركز التجارة الدولية والمعهد الكاريبي للبحوث والتنمية الزراعية (CARDI) مقترحاً إلى الاتحاد الأوروبي للمرحلة الثانية من المشروع، والتي ستسعى إلى زيادة تأثيره وحجمه، مع تركيز أقوى على الزراعة الذكية مناخياً، للفترة من 2019 إلى 2023.

الجهة المموِّلة

الاتحاد الأوروبي

ابتكارات مركز التجارة الدولية

ربط الشركات الأفغانية بسلاسل القيمة الدولية

التحدي

دمّرت أربعة عقود من الصراع اقتصاد أفغانستان وتركته يرزح تحت عبء أحد أكبر تجمّعات الشتات من النازحين في العالم. دمّرت الحرب البنية التحتية المادية للبلاد، وعطلت روابط التجارة والنقل التي كانت قائمة لعهود طويلة. كان التأثير على القوى العاملة في البلاد أكثر خطورة. يقيم الآن ستة ملايين أفغاني في إيران وباكستان ودول أخرى، وهناك ما يقدر بنحو مليونيْ شخص نزحوا من ديارهم داخل أفغانستان. ما يقرب من 15% من اللاجئين في العالم هم من أفغانستان، وهي الحصة الثانية بعد سوريا. منذ أن بدأت عملية إعادة اللاجئين إلى وطنهم على نطاق واسع في عام 2002، عاد أكثر من 5.2 مليون لاجئ أفغاني طوعًا إلى البلاد. تستمر الحركة عبر الحدود في كلا الاتجاهين بين أفغانستان وجيرانها. ومما يزيد من ضغوط النزوح حالة الجفاف السائدة، والتي تتفاقم بسبب تغير المناخ، مما يؤثر على الزراعة ومعها سُبل العيش في المناطق الريفية التي يقطنها 70% من سكان البلاد.

تحرص أفغانستان، التي انضمت إلى منظمة التجارة العالمية في عام 2016، على استخدام التجارة لدفع النمو الشامل وخلق فرص العمل كوسيلة لتعزيز السلام والاستقرار الداخليين. يُعدّ توفير فرص العمل، وخاصةً للشباب وسكان الريف، أمرًا بالغ الأهمية سواءً لتحقيق الاستقرار الاجتماعي أو لمنح المهاجرين المحتملين أو العائدين حافزًا على البقاء. تُعد إضافة القيمة - وهي المفتاح لتوفير وظائف أكثر وأفضل - من أهم أولويات واضعي السياسات والقطاع الخاص. في العمل الذي يدعمه مركز التجارة الدولية، تشاورت الحكومة الأفغانية على نطاق واسع مع القطاع الخاص لتحديد الفرص المتاحة للأسواق الدولية ووضع استراتيجية وطنية للتصدير، وبدأت في إصلاح السياسات التجارية وبيئة الأعمال التجارية لإزالة الاختناقات التي تعترض نجاح التصدير.

ومع ذلك، فإن الإصلاحات في الداخل، حتى عندما تقترن بالحواجز المنخفضة في أسواق التصدير، ليست كافية لتحقيق التجارة. من الضروري أن تفي الشركات الأفغانية بمعايير المنتجات الدولية - ولكن ذلك غير كافٍ؛ حيث يجب عليها أيضاً بناء علاقات مع نظرائها في البلدان الأخرى.

رغم سنواتٍ من الاضطرابات، لا تزال أجزاء من الاقتصاد الأفغاني تعتمد على تراث البلاد الغني في إنتاج سلع حرفية عالية الجودة، مثل الملابس، والحرير، والكشمير، وكذلك المنتجات الغذائية مثل الزعفران، والفواكه المجففة، والمكسرات. ولكن حتى هذه الشركات تناضل للاستفادة من سلاسل القيمة الدولية.

الحل

تعمل مبادرة الأزياء الأخلاقية التابعة لمركز التجارة الدولية على تحسين سُبل العيش في أفغانستان لآلاف الحرفيين والمزارعين في قطاعات الأزياء والأطعمة الفاخرة من خلال ربطهم بأسواق متخصّصة ومُربحة في أوروبا وحول العالم. الهدف من ذلك هو استخدام التجارة المسؤولة، القائمة على الامتثال الأخلاقي للتجارة وإطار بناء القدرات الذي يتبناه مركز التجارة الدولية، لزيادة الدخل وخلق فرص العمل، لا سيما للنازحين والعائدين والمهاجرين المُحتملين.

في كابول ومدينة هيرات الغربية، تعاون مركز التجارة الدولية مع ست مؤسسات اجتماعية - اثنتان منها في مجال صناعات الحرير والملابس، والأربعة الباقية تتعامل في الزعفران والفواكه المجففة والمكسرات - حيث دعمها المركز من خلال تعزيز صلاتها بالسوق، وتقديم المشورة بشأن تطوير المنتجات والخبرة الفنية لرفع مستوى عملياتها التجارية وتحسين الجودة والكفاءة.

أُقيمت علاقات مع أسواق المشترين، بما في ذلك طهاة المطاعم في الولايات المتحدة، وتاجر التجزئة الإسباني للتوابل Fleur de Sel، وعلامة Zazi Vintage التجارية للأزياء ومقرها برلين. تلقّى قطاع الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في مجال الأغذية خدمات استشارية حول تحسين تغليف المنتجات، وجودتها، وإمكانية تتبّعها، والامتثال لمدونة قواعد السلوك الخاصة بمبادرة الأخلاق بشأن ممارسات العمل، والمساواة بين الجنسين، وحماية البيئة. يعمل مركز التجارة الدولية مع شبكة تضم حوالي 30 من خبراء غزل ونسج الحرير وصناعة الأصباغ الطبيعية لإنتاج أقمشة جديدة للشركاء الدوليين، ولتحفيز الاستثمار في زيادة الطاقة الإنتاجية باستخدام معدات الغزل المستوردة من الهند. تعمل إحدى الشركات الاجتماعية، Zarif Design، في مشروع مشترك مع علامة Zazi Vintage التجارية لإنتاج مجموعة من الملابس المصنوعة في أفغانستان، ومن المقرر أن يتم بيعها في ربيع عام 2019 على منصة MatchesFashion.com لتجارة التجزئة للسلع الفاخرة على الإنترنت.

1. صالح محمد، نسّاج مُتميز وخبير في الصباغة *2.* التطريز *3.* علي لطيف، غزّال حرير في هيرات *4.* تصنيف الفواكه المجففة

450 000 دولار أمريكي

قيمة مبيعات التصدير في السنة الأولى للأزياء والمواد الغذائية الأفغانية الفاخرة

في عامها الأول من التنفيذ، أسفرت المبادرة بالفعل عن مبيعات بلغت قيمتها 450,000 دولار أمريكي، أساسًا من بيع الزعفران للمشترين في كندا، وإسبانيا، والولايات المتحدة. كما أسهمت المبادرة في خلق فرص العمل وزيادة الدخل لحوالي 300 من الحرفيين والمزارعين، الكثير منهم مهاجرون ونازحون داخلياً، مع ما يقرب من 1,000 شخص في شبكة المورّدين الأوسع الذين استفادوا من المبيعات.

المستقبل

بعد تلقّي تمويل إضافي، من المقرر أن يبني مركز التجارة الدولية على الشراكات التي أنشأها في أفغانستان للتوسع في العمل ليشمل المزيد من المنتجات والأسواق والمؤسسات الاجتماعية، مما يضاعف مساهماته في التنمية المستدامة وبناء السلام.

سيشجع العمل المستقبلي على تبنّي تقنيات زراعية ذكية مناخياً تهدف إلى تخفيف آثار الجفاف الذي يؤدي حالياً إلى نزوح أعداد من الناس في أفغانستان تساوي أعداد النازحين بسبب النزاع. بالإضافة إلى ذلك، سيُؤدي التنويع إلى الحد من تعرض الأسر المعيشية لصدمات الأسعار والطلب. في الممارسة العملية، يعني ذلك حصول الأسرة المعيشية الواحدة على مصادر متعددة للدخل، بعضها يرتبط بالطعام، مثل التوت أو اللوز، والبعض الآخر مرتبط بالأزياء، مثل شرانق الحرير أو ماعز الكشمير. سيتطلب ذلك تحولاً عن الممارسة الحالية التي تقوم فيها المزارع عادةً بتسويق محصول واحد فقط وزراعة محاصيل أخرى بكميات قليلة.

سيتمثل مجال آخر للتركيز في جذب استثمارات جديدة إلى المؤسسات الاجتماعية الأفغانية.

الجهة المموّلة

الاتحاد الأوروبي

1 القضاء على الفقر

جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

تعزيز وتعميم التجارة الشاملة والخضراء

تمكين المرأة في التجارة

من خلال مبادرة التجارة النسائية SheTrades، يُسهم برنامج تمكين المرأة في التجارة في الحد من الفقر، والنمو الاقتصادي، والتمكين الاقتصادي للمرأة من خلال زيادة مشاركتها في التجارة، وزيادة قيمة الأعمال التجارية الدولية التي تتعامل بها، وتنويع الأسواق التي تصل إليها.

النتائج الرئيسية

التزامات بربط مليون امرأة من رائدات الأعمال بالأسواق من خلال مبادرة التجارة النسائية SheTrades، قبل عامين من حلول الموعد النهائي الأصلي في عام 2020
الهدف الجديد: 3 ملايين امرأة بحلول عام 2021

10 مليون دولار أمريكي: تمويلات الاستثمار المؤكدة لرائدات الأعمال في غانا، وكينيا، ونيجيريا، وزامبيا من خلال مبادرة التجارة النسائية - استثمار (SheTrades Invest)

19 مليون دولار أمريكي: تمهيدات تجارية تم تحصيلها لشركات مملوكة للنساء

النقاط البارزة

في عام 2018، قامت مبادرة مركز التجارة الدولية للتجارة النسائية SheTrades بتدريب ما يقرب من 4,000 من رائدات الأعمال لتحسين القدرة التنافسية الدولية لأعمالهن. شارك العديد منهن في المعارض التجارية والفعاليات بين الشركات والشركات (B2B)، حيث حققن تمهيدات تجارية بلغت قيمتها 19 مليون دولار أمريكي.

تم إطلاق مبادرة SheTrades في دول الكومنولث في شهر أبريل، لدعم النمو الاقتصادي وخلق فرص العمل في **بنغلاديش، وغانا، وكينيا**، و **نيجيريا**، وكذلك في البلدان الأخرى الأعضاء في الكومنولث، وذلك من خلال زيادة مشاركة الشركات المملوكة للنساء في التجارة الدولية، وتزويد واضعي السياسات والمفاوضين التجاريين ببيانات وتحليلات أفضل لجعل النظام الإيكولوجي التجاري أكثر مراعاةً للنوع الاجتماعي.

بدأ محور مبادرة التجارة النسائية SheTrades **في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا** (MENA) في ربط رائدات الأعمال من المنطقة بالأسواق الدولية، ونشر أنشطة بناء القدرات في مجال اللوجستيات وتكاليف الشحن، وإجراءات التصدير، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والتجارة الإلكترونية.

على المستوى القُطري، دعت حكومات **غامبيا وزامبيا** مركز التجارة الدولية إلى إنشاء فروع وطنية لمبادرة SheTrades، وذلك لدعم رائدات الأعمال وتشجيع الحكومات المحلية والقطاع الخاص على بذل المزيد من الجهد لتمكين النساء في الاقتصاد.

وقد أقام مركز التجارة الدولية شراكات جديدة مع القطاع الخاص لدعم التمكين الاقتصادي للمرأة. توفر شركة اللوجستيات العملاقة **UPS** الخبرة الفنية لبناء المهارات اللوجستية لدى رائدات الأعمال في **المكسيك، ونيجيريا، والإمارات العربية المتحدة، وفيتنام**.

1. *إطلاق مركز مبادرة التجارة النسائية SheTrades للشرق الأوسط وشمال إفريقيا، دبي* ***2.*** *فعالية لمبادرة التجارة النسائية SheTrades بدول الكومنولث، بنغلاديش*

بالشراكة مع **GroFin**، وهي إحدى شركات تمويل التنمية، قام مركز التجارة الدولية بإطلاق مبادرة التجارة النسائية - استثمار **SheTrades Invest**، والتي ستحقن تمويلاً بقيمة 10 ملايين دولار أمريكي في أعمال تجارية صغيرة وسريعة النمو تملكها نساء في مختلف أنحاء إفريقيا والشرق الأوسط.

بعد إعلان بوينس آيرس لعام 2017 بشأن المرأة والتجارة، قدم مركز التجارة الدولية الخبرة الفنية ودعم المحتوى والربط الشبكي للندوات الفنية لأعضاء منظمة التجارة العالمية حول قضايا مثل العلاقة بين رائدات الأعمال والمشتريات العامة، وسلاسل القيمة الدولية، وتحسين الإدماج المالي.

جلب مؤتمر مبادرة SheTrades العالمي في شهر يونيو ما يقرب من 500 من رائدات الأعمال إلى ليفربول لحضور المئات من الاجتماعات بين الشركات والشركات (B2B) مع المشترين والمستثمرين، إلى جانب المسابقات التجارية التي أدت إلى عروض استثمارية لرائدات الأعمال من شركات GroFin و Maersk و Balloon Ventures.

قام مركز التجارة الدولية أيضًا بتحديث تطبيق مبادرة SheTrades وموقعها الإلكتروني لجعلهما أكثر فاعلية مع وصلات الإنترنت منخفضة الجودة، وكذلك لتسهيل التوفيق بين المشترين والشركات المملوكة للنساء بشكل أفضل. هناك أكثر من 2,500 شركة تجارية مرتبطة بالفعل عبر الموقع، مما يسهل التواصل والمعاملات التجارية وتبادل المعلومات بين رائدات الأعمال حول ممارسة الأعمال التجارية عبر الحدود.

تمكين المجتمعات الفقيرة في التجارة

يهدف برنامج تمكين المجتمعات الفقيرة في التجارة إلى خلق فرص دخل مستدامة للمجتمعات الفقيرة والمُهمّشة من خلال ربطها بالأسواق الدولية. يعزّز 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 والتعهيد الخارجي للعمليات التجارية.

النتائج الرئيسية

أكثر من 1200 فرصة عمل جديدة أوجدتها مبادرة الأزياء الأخلاقية في أفغانستان، وبوركينا فاسو، وهايتي، ومالي

%150 متوسط الزيادة في دخل فنيي مبادرة الأزياء الأخلاقية في هايتي، وبوركينا فاسو، ومالي

أكثر من 800 000 دولار أمريكي إجمالي المبيعات التي تم توليدها في عام 2018

النقاط البارزة

من خلال مؤسساتها الاجتماعية حول العالم، قامت مبادرة الأزياء الأخلاقية (EFI) لمركز التجارة الدولية في عام 2018 بتنفيذ أنشطة تدريبية لتوسيع نطاق مهارات العاملين في مجالات مختلفة من النسيج والصباغة وصناعة الإكسسوارات إلى إدارة الأعمال العامة. قام مركز التجارة الدولية بمواءمة خطة الامتثال والتتبّع مع متطلبات الصناعة وأجرى تقييمات الحد الأدنى للأجور في نيبال، وإثيوبيا، وفانواتو، وبوركينا فاسو، ومالي.

في **بوركينا فاسو**، قام المشترون الدوليون ومجتمعات العاملين معًا بتطوير منتجات نسيجية ومنتجات ديكور داخلي جديدة، مثل أكياس التسوّق، والقمصان، وأغطية الوسائد، سواءً للتصدير أو للبيع في معرضين جديدين تم افتتاحهما في العاصمة واغادوغو. تعاونت المؤسسة الاجتماعية لمبادرة الأزياء الأخلاقية في البلاد مع تاجر التجزئة الياباني United Arrows لتطوير أنماط وأشكال نسيجية جديدة، تعلّم العمال من خلالها تقنيات متطورة لتطبيقها ضمن عمليات إنتاجهم في المستقبل. بالإضافة إلى ذلك، بدأت شركة Vivienne Westwood، وهي شريك قديم للمبادرة، في العمل مع الحرفيين في بوركينا فاسو في عام 2018.

1

2

3

1. غزل الحرير، أفغانستان 2. الصباغة الطبيعية، مالي 3. حرفيّ يعمل ضمن مبادرة الأزياء الأخلاقية

في **أفغانستان**، بدأ المشترون في صناعة الأزياء والغذاء من أوروبا والولايات المتحدة في استيراد الأوشحة، والملابس، والزعفران، والفواكه المجففة من المؤسسات الاجتماعية في كابول وهيرات.

في **هايتي**، يُنهي مركز التجارة الدولية مشروعه بنجاح، تاركًا وراءه المؤسسة الاجتماعية ككيان تجاري مستقل وقابل للتطبيق من الناحية التجارية، وسيواصل المركز العمل مع الحرفيين الهايتيين وفقًا لمبادئ مبادرة الأزياء الأخلاقية للامتثال والتتبّع.

في **إيطاليا**، واصل مركز التجارة الدولية شراكته مع تعاونية Lai-momo الاجتماعية لتدريب 35 مهاجراً من بوركينا فاسو وغامبيا ومالي على إنتاج الأكياس الجلدية ومراقبة الجودة، وهي المهارات التي يستخدمونها الآن لإنتاج سلع لماركات Fendi وGucci تستهدف السوق الإيطالي. وسّع مركز التجارة الدولية نطاق أنشطة مبادرة الأزياء الأخلاقية لتشمل **كوت ديفوار، وإيران، وكينيا، ومالي، وطاجيكستان، وأوغندا، وأوزبكستان**.

لتوسيع نطاق انتشار المبادرة ومضاعفة تأثيرها، ساعد مركز التجارة الدولية في إنشاء تحالف الأمم المتحدة للأزياء المستدامة، وهو فريق عمل من كيانات الأمم المتحدة التي لديها أعمال ترتبط بالموضة. ستشارك مبادرة الأزياء الأخلاقية أيضًا مع صندوق الأزياء الإفريقي لإطلاق صندوق التأثير لإفريقيا بقيمة 100 مليون يورو، والذي يسعى إلى دعم المصمّمين وروّاد الأعمال الأفارقة الموهوبين الذين يعملون في صناعات الأزياء وأسلوب الحياة.

الشباب والتجارة

يتبنى برنامج الشباب والتجارة نهجًا يقوده السوق لبناء روح المبادرة لدى الشباب وتحسين قابليتهم للتوظّف. بالتعاون مع مؤسسات دعم التجارة والاستثمار، والحاضنات، والمُسرِّعات، ومؤسسات التدريب الفني والمهني، والجهات الفاعلة في القطاع الخاص، تم تزويد الشباب بالمهارات القابلة للتوظيف لاغتنام فرص السوق وإنشاء أو تنمية شركاتهم الصغيرة جداً أو الصغيرة أو المتوسطة.

النتائج الرئيسية

1000 من الشباب تدربوا على ريادة المشاريع وتحليلات السوق

1528 من الشباب في غرب إفريقيا حصّلوا مهارات في مجالات الأعمال الزراعية، والسياحة، وتقنية المعلومات والاتصالات، والأزياء، والبناء

مسابقتان تنافسيتان لرواد الأعمال من الشباب للفوز بجائزة مالية، وتدريب، ودعم توجيهي

27 مؤسسة للتعليم الفني والمهني والتدريب (TVET) وريادة الأعمال تلقّت دعماً لتقديم برامج موجّهة للشباب وملائمة لاحتياجات سوق العمل

النقاط البارزة

عقد مركز التجارة الدولية أول منتدى على الإطلاق **لريادة الأعمال والتوظيف الذاتي للشباب** (YES) في داكار، السنغال لتبادل الممارسات الجيدة والقصص المُلهمة عن الشباب الذين بدأوا أعمالهم التجارية في غرب إفريقيا. في هذا الحدث الذي تم تنظيمه بالشراكة مع حكومة السنغال، ومنظمة العمل الدولية، ووكالات الأمم المتحدة الأخرى، و Jokkolabs (وهي مجموعة سنغالية لريادة الأعمال)، تبنّت الحكومات، وشركات الخدمات المالية، والمؤسسات الأخرى المشارِكة إعلانًا لتعزيز التمكين الاقتصادي للشباب.

كجزء من برنامج تمكين الشباب في **غامبيا**، أطلق مركز التجارة الدولية صندوق المهارات وتوظيف الشباب (SKYE) لدعم مهارات سوق العمل لدى الشباب.

4. *منتدى الشباب لريادة الأعمال والعمل الحر، السنغال* ***5.*** *رواد الأعمال الاجتماعيون يُروّجون لأفكارهم في المسابقة التنافسية للمنتدى العالمي لتنمية الصادرات 2018 (WEDF)، زامبيا*

يربط الصندوق بين الدعم المالي المقدّم لموفري خدمات التدريب وفعاليتهم في تلبية احتياجات سوق العمل المحلي. الهدف هو التقليل من ظاهرة الشباب الذين يحضرون برامج للتدريب لينتهي بهم الأمر عاطلين عن العمل.

عقد مركز التجارة الدولية مسابقتين تنافسيتين لرواد الأعمال الاجتماعيين من الشباب للفوز بجوائز نقدية ودعم توجيهي. في المنتدى العالمي لتنمية الصادرات في زامبيا، حيث أُديرت المنافسة بواسطة برنامج تسريع الأعمال التجارية Accelerate 2030 وحاضنة الأعمال المحلية Nyamuka، كان الفائز هو شركة DEXT Technology، وهي شركة غانيّة ناشئة تقوم بتطوير أدوات لزيادة مهارات الشباب في العلوم والتقنية والهندسة والرياضيات. أما المسابقة الثانية فعُقدت أثناء منتدى ريادة الأعمال والتوظيف الذاتي للشباب (YES) بالشراكة مع الوكالة السنغالية للنهوض بالصادرات (ASEPEX)، وفازت بها منصة Lafricamobile، وهي منصة رقمية سنغالية تربط الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة بمشغّلي أنظمة الاتصالات لمساعدتهم على تحقيق الاستفادة المُثلى من التكاليف.

طوّر مركز التجارة الدولية أداة للتقييم المعياري لمؤسسات التعليم الفني والمهني والتدريب (TVET)، بناءً على أساليب المركز الحالية لتقييم ومقارنة فعالية مؤسسات دعم التجارة والاستثمار. في سري لانكا، تم اختبار الأداة بشكل تجريبي على خمس مؤسسات، حيث وُجد أنها مفيدة لتحسين الأداء ومواءمة التدريب على المهارات بشكل أفضل مع احتياجات سوق العمل. كما أجرى مركز التجارة الدولية أيضًا تحليلًا لشبكة النظام الإيكولوجي لدعم الأعمال في سري لانكا لفهم الثغرات والتداخل في كيفية عمل الحاضنات والمُسرّعات والمؤسسات الأخرى معًا، وتحديد كيفية دعم رواد الأعمال الشباب بكفاءة أكبر.

التجارة للتنمية المستدامة

يعزز برنامج التجارة من أجل التنمية المستدامة (T4SD) سلاسل القيمة المستدامة كوسيلة لمساعدة الشركات في البلدان النامية على إضافة قيمة إلى منتجاتها وخدماتها. يعمل البرنامج عبر سلسلة القيمة لمساعدة الشركات على التجارة بشكلٍ أكثر استدامة من خلال إعدادها بحيث يتوفّر لها فهمٌ أفضل للمشهد الحالي لمبادرات الاستدامة وللتواصل مع شركاء الأعمال. يوفر برنامج T4SD منصات على الإنترنت وتدريباً مُوجّهاً لدعم مصادر التوريد المستدامة، وتحسين أساليب الإنتاج الذكي مناخياً والفعّال من حيث استخدام الموارد، وتعزيز الامتثال للمعايير الطوعية.

النتائج الرئيسية

أكثر من 55 000 مستخدم لخارطة الاستدامة، وهي منصة مركز التجارة الدولية الموجّهة نحو الاستدامة لروابط الأسواق

أكثر من 1400 من واضعي السياسات، ورابطات الصناعة، وممثلي الشركات تم تدريبهم على معايير الاستدامة الطوعية، وفرص الوصول إلى الأسواق، واستخدام أدوات الاستدامة التابعة لمركز التجارة الدولية

40 شركة في المغرب وكينيا عززت قدراتها على مواجهة المخاطر الناجمة عن المناخ

النقاط البارزة

توسعت **"خارطة الاستدامة"**، وهي بوابة مركز التجارة الدولية للتجارة المستدامة، لتشمل ملفات التعريف العامة لأكثر من 55,000 شركة - مُشترين ومُعالِجين ومُصنّعين ومُنتجين - مما يسمح لهذه الشركات بعرض ممارسات الاستدامة لديها والتواصل مع بعضها البعض. تُوفر وحدة المعايير بالمنظومة، والتي تُعرف باسم "خارطة المعايير"، معلومات مفصلة عن 250 مبادرة للاستدامة، مما يساعد المنتجين على فهم كيفية الامتثال والحصول على شهادات الاعتماد.

بالنسبة لصندوق **eco.business**، والذي يمثل مبادرة استثمار مناصرة للاستدامة وتدعمها بنوك التنمية العامة والمستثمرين ذوي التأثير من القطاع

1-2. *صناعة الزهور المقطوفة، كينيا ©ITC/Tardy* ***3.*** *مصنع شاي، كينيا ©ITC/Tardy*

الخاص، طوّر مركز التجارة الدولية أداة للتقييم المرجعي تستخدم بيانات خارطة المعايير للمساعدة في تحديد ما إذا كانت الشركات متوافقة مع معايير الاستدامة المتعلقة بالتنوع البيولوجي والحفاظ على الموارد لتلقّي التمويل. يوفر هذا الصندوق الائتمان للبنوك المحلية في أمريكا اللاتينية، والتي تستخدم الأداة حالياً لتقييم ممارسات الاستدامة للمُقترضين المُحتملين في قطاع الزراعة، وخاصةً المزارعين والتعاونيات.

تم إدماج منصة الربط الشبكي للأعمال التجارية، والتي تتبع مبادرة التجارة الأخلاقية (ETI) وتضم تحالفاً من الشركات والنقابات العمالية ومجموعات المجتمع المدني لتعزيز حقوق العمال، في منصة **SustainabilityXchange** (SxC) التابعة لمركز التجارة الدولية. مكّن هذا الإدماج منصة مركز التجارة الدولية، التي تساعد الجهات الفاعلة في سلسلة التوريد من الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالإنتاج المستدام، من توسيع نطاق عملها ليتجاوز الزراعة. أثمرت هذه الخطوة من حيث توسيع نطاق المنصة: زادت حركة المرور للمنصة عبر الإنترنت بأكثر من الضعف، حيث كان أكثر من أربعة أخماس التسجيلات الجديدة من مجتمع مبادرة التجارة الأخلاقية.

وضع مركز التجارة الدولية الأساس لمنصة جديدة عبر الإنترنت، **هي بوابة مركز التجارة الدولية (ITC Gateway)**، لتحسين الاستدامة الاجتماعية في سلاسل القيمة للمنسوجات والملابس. من خلال العمل مع مشروع التقارب الاجتماعي والعمالي، وهي مبادرة من الشركات، وواضعي المعايير، والمحققين، والحكومات ومجموعات المجتمع المدني لتحسين ظروف العمل في صناعات الملابس والأحذية، قام مركز التجارة الدولية بتدريب أكثر من 400 من المنشئات، والمدققين، والعلامات التجارية لجعل عمليات التدقيق الاجتماعية والعُمّالية أكثر فعالية وكفاءة.

نظم مركز التجارة الدولية بنجاح النسخة الأولى من جائزة **مدن الاتحاد الأوروبي للتجارة العادلة والأخلاقية**، وهي مبادرة من الاتحاد الأوروبي للاعتراف بدعم السلطات المحلية للتجارة المستدامة ومكافأتها على ذلك. فازت غِنت، بلجيكا، بالجائزة الإجمالية لعام 2018. ستعمل مدينة غِنت مع مركز التجارة الدولية على مشروع للنهوض بقدرات سلطات الحكم المحلي في البلدان النامية على تعزيز التجارة العادلة والأخلاقية في النظم الإيكولوجية للأعمال التجارية المحلية.

في صناعات النسيج والمعالجة الزراعية **بالمغرب** و قطاعات الشاي والقهوة والزهور المقطوفة في **كينيا**، دعم مركز التجارة الدولية 40 شركة من الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة لتطوير استراتيجيات للتكيّف مع المناخ وتحديد استثمارات محددة لتحسين قدراتها على الصمود إزاء تغيّر المناخ. من خلال شراكة مع المُشترين الدوليين، ومؤسسات التمويل، وشركاء التقنية الخضراء، تقوم الشركات الآن بتنفيذ عدة استراتيجيات، مثل الحصول على شهادة الإدارة البيئية الدولية أو استبدال الحطب بالطاقة الشمسية.

قدّمت "حالة *الأسواق المستدامة 2018: الإحصاءات والتوجّهات الناشئة*"، وهي النشرة السنوية المشتركة لمركز التجارة الدولية، ومعهد بحوث الزراعة العضوية (FiBL)، والمعهد الدولي للتنمية المستدامة (IISD)، رؤى ثاقبة لتطوّر الزراعة والحراجة المُعتمَدة.

المُموِّلون لعام 2018

المُموِّلون الأساسيون

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

المُموّلون لمشاريع محدّدة

صندوق الضمان الإفريقي، أستراليا، كندا، مجلس المنح الدراسية الصيني، سيتي بنك، الدنمارك، لجنة التنسيق بين أوروبا وإفريقيا والكاريبي والمحيط الهادي، الاتحاد الأوروبي، شركة Finance in Motion، فرنسا، منظمة الأغذية والزراعة، ألمانيا، المؤسسة الإسلامية الدولية لتمويل التجارة، المنظمة الدولية للهجرة، اليابان، مالي، مؤسسة Max Havelaar، ماكدونالدز، هولندا، المجلس النرويجي للاجئين، صندوق "أمم متحدة واحدة"، منصة مبادرة الزراعة المستدامة، السويد، سويسرا، المملكة المتحدة، الولايات المتحدة، صندوق الحياة البرية العالمي

دراسة الحالة

جميع الحقوق محفوظة shutterstock.com

التمويل لريادة الأعمال وخلق فرص العمل في غامبيا

التحدي

بالنسبة للبلدان التي تعاني من ارتفاع معدلات البطالة ونقص العمالة، توفر ريادة الأعمال أحد المسارات المحتملة لخلق وظائف أكثر وأفضل، وخاصةً للشباب. هذا هو الحال في غامبيا، حيث كان نقص فرص العمل للشباب عاملاً مهمًا في تشجيع ارتفاع معدلات الهجرة غير النظامية للخارج إلى وجهات أخرى في إفريقيا وأوروبا.

غير أن رواد الأعمال في هذا البلد الواقع في غرب إفريقيا يواجهون عقبة خطيرة أمام بدء الأعمال التجارية وتوسيع نطاقها تتمثل في نقصٍ مزمن في التمويل. يعادل ائتمان القطاع الخاص في غامبيا 15% فقط من الناتج المحلي الإجمالي، وهو أقل بكثير من نسبته المتوسطة في بلدان غرب إفريقيا والتي تبلغ 59%. يُعدّ الحصول على التمويل أمرًا صعبًا على رواد الأعمال الشباب، الذين يقولون إن ارتفاع أسعار الفائدة ومتطلبات الضمان التي تتجاوز بكثير قيمة القروض تعرقل قدرتهم على بدء مشاريع جديدة وتكثيف الاستثمار الذي يوفر فرصاً للعمل. تجد الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، والتي تمثل الجزء الأكبر من العمالة في غامبيا كما في أماكن أخرى، صعوبة أشدّ في الحصول على التمويل مقارنةً بمنافسيها الأكبر حجماً.

الاستجابة

كجزء من مشروع تمكين الشباب، وهو مبادرة أوسع لتشجيع بناء المهارات وخلق فرص عمل لائقة للشباب في غامبيا، أنشأ مركز التجارة الدولية ثلاثة برامج ذات صلة لمساعدة رواد الأعمال والشركات على الوصول إلى رأس المال المبدئي والمتداول.

الأول هو برنامج للمنح الصغيرة يستهدف رواد الأعمال على مستوى القاعدة، وذلك لتمكينهم من شراء المعدات، والمواد، والتصاريح وغيرها من المُدخلات الهامة للأعمال. يقدم طالبو المنح خططًا تحدد أفكارهم التجارية، ويحصلون على ما يصل إلى 1000 دولار أمريكي، إلى جانب التدريب على التخطيط والممارسة المالية.

لتشغيل نظام المنح الصغيرة، تعاون مركز التجارة الدولية مع الرابطة الوطنية لاتحادات الائتمان التعاوني في غامبيا (NACCUG)، وهي مؤسسة مالية محلية. يقدم الناجحون من طالبي المنح فواتير مشترياتهم المُخطّط لها إلى رابطة NACCUG، والتي تشتري البنود المطلوبة من البائعين مباشرةً وتزودهم بها.

بالنسبة لرواد الأعمال الشباب في غامبيا والشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة التي لا تستطيع حاليًا الوصول إلى الائتمان المصرفي، يقدم برنامج القروض الصغيرة منتجات ائتمانية بفائدة مخفضة مقابل ضمانات متواضعة، حيث يوفر مركز التجارة الدولية ضمانات جزئية للقروض. تهدف القروض،

بوبكر جيته

أثناء محاولته سلوك "الطريق الخلفي" إلى أوروبا، انتهى الأمر ببوبكر سجيناً في ليبيا لتحصيل فدية، وأخيراً عاد بوبكر إلى غامبيا في أغسطس 2017. اشترى بوبكر 75 فرخًا، بهدف بيع الدجاج والبيض لسكّان قريته بالقرب من العاصمة بانجول.

بفضل المنحة الصغيرة التي تلقاها في أبريل 2018، قام بوبكر بشراء المزيد من الدجاج إلى جانب علف للدواجن ومعدات تغذية. أصبحت شركته، Sonaba Poultry، مسجّلة رسمياً الآن، وتوظّف شخصين بدوام كامل ولديها أكثر من 1000 دجاجة. دفعت مبيعات بوبكر إلى المتاجر الصغيرة ومحلات السوبر ماركت أرباحه إلى 1300 دولار في الأشهر الستة التي تلت حصوله على المنحة الصغيرة - أي ما يقرب من ضعف ما توقعه.

1. *أميت فال، صاحب محل Black Star* ***2.*** *محمد سانح، مدير "خط أنابيب سانح للخياطة وتصميم الأزياء"*

التي من المتوقع أن تبلغ قيمتها في المتوسط 3,000 دولار أمريكي وبحد أقصى 10,000 دولار أمريكي، لتوفير تمويل للمعدات ورأس المال المتداول لعدد يصل إلى 580 من رواد الأعمال والشركات الصغيرة القائمة من أجل توسيع نطاق عملها.

وأخيرًا، بالنسبة للشركات ذات المعدل العالي للنمو، يقوم مركز التجارة الدولية بإنشاء شبكة من المستثمرين الخيّرين. سيتيح ذلك لروّاد الأعمال الغامبيين من الشباب الوصول إلى كلٍّ من رأس المال والإرشاد. وفي الوقت نفسه، بالنسبة للمستثمرين المحتملين، سيكون بمثابة قناة شفافة ونزيهة لتقييم الصفقات المُحتملة في البلاد.

تعمل خطط التمويل على تكميل عمل مشروع تمكين الشباب لإنشاء نظام إيكولوجي أكثر دعمًا في غامبيا للشركات الجديدة والمتنامية من خلال استخدام الدعم العام الموجّه لتعزيز الاستثمار الخاص في التدريب على المهارات وإضافة القيمة في الزراعة والتصنيع والخدمات. "Tekki fii!" والتي تعني بلغة الولوف الوطنية "اجعله هنا" - هي أحد الشعارات المرتبطة بالمشروع: سيثبت توفير المزيد من فرص العمل الكريم في الوطن للشباب الغامبيين أن لديهم بدائل لـ "الطريق الخلفي"، وهو المصطلح المحلي للرحلة المحفوفة بالمخاطر عبر البلدان الإفريقية المجاورة ثم البحر الأبيض المتوسط وصولاً إلى أوروبا.

النتائج

بحلول نهاية عام 2018، أقرّت لجنة من ممثلي مشروع تمكين الشباب، ورابطة NACCUG، وحكومة غامبيا، وثلاث جمعيات أعمال للشباب 97 منحة صغيرة - أقل بقليل من واحد من كل أربعة طلبات - بلغت قيمتها الإجمالية حوالي 85,000 دولار أمريكي. استخدم الفائزون بالمنح، 36 منهم من النساء، الأموال لبدء أو توسيع نطاق أعمالهم في قطاعات مختلفة من الدواجن والزراعة إلى الخدمات الغذائية والخياطة. أبلغ الفائزون عن تحقيق مداخيل أعلى، عادةً أكثر من المتوقع، مع بدء الشركات الأكثر نجاحًا في توظيف عاملين جدد.

وفي الوقت نفسه، صرف برنامج القروض الصغيرة ما يقرب من 35,000 دولار أمريكي، مما سمح لثماني شركات تعمل في قطاعات تشمل الأزياء، والدواجن، والخدمات الغذائية بالتوسّع. تأتي الأموال مباشرةً من المؤسسة المالية الشريكة - صندوق التنمية الاجتماعية - وهي مؤسسة غير ربحية لتمويل التنمية يشرف عليها البنك المركزي الغامبي، والتي اختيرت لتشغيل البرنامج بعد عملية تنافسية لتقديم العطاءات. وكانت هذه المؤسسة قد قدمت أفضل العروض من حيث المتطلبات المنخفضة للضمان - مما سمح للمعدات المُشتراة بأن تكون بمثابة ضمانة لنفسها - وأسعار فائدة سنوية تصل إلى 10% مقارنة بأسعار السوق التي تبلغ حوالي 18%.

إيساتو جوب

بعد العمل في المطاعم في صناعة السياحة في غامبيا، استخدمت إيساتو منحة صغيرة لفتح مطعم في مسقط رأسها فرافيني في منطقة الضفة الشمالية من البلاد.

ويوظّف مطعمها، حيث تُعِدّ إيساتو، 21 عامًا، الإفطار والغداء والعشاء، ثلاث نساء حالياً.

تقول إيساتو إن التدريب الذي تلقته مع المنحة ساعدها على إدارة الشؤون المالية للشركة بشكل أكثر فعالية.

3. *كيبا تيانا، مؤسس ومدير، مؤسسة كيبا للمزرعة العضوية* ***4.*** *أداما بيتاي، صاحبة مؤسسة A2 & Sons*

مام إس دانسو

أتاح الفوز بمنحة صغيرة لمام، 32 عامًا، شراء آلات الخياطة ومعدات مكتبية لفتح شركة لتصميم الملابس في قريتها جارومو كوتو في منطقة سامي في منطقة النهر الأوسط الشمالية.

أدى الطلب القوي على منتجاتها خلال المهرجانات الدينية إلى أرباح بلغت 400 دولار أمريكي، حتى بعد دفع الرواتب لنفسها واثنين من الموظفين.

لا تفتقد مام الوظائف التي شغلتها في السابق في بانجول، وتطمح الآن لأن تُصبح واحدة من أكبر رواد الأعمال في منطقتها.

المستقبل

استهدف برنامج المنح الصغيرة في الأصل تقديم 250 منحة بحلول عام 2021، رغم أنه مع الطلب المتزايد على هذه المنح قد يزداد هذا العدد - وكذلك الموارد المالية المرتبطة به.

من المزمع أن يشهد برنامج القروض الصغيرة تكثيفاً في عام 2019، وسيصحب ذلك حملة توعية لشرح الآلية للمُقترضين المُحتملين.

سيدعم مركز التجارة الدولية رابطة NACCUG وصندوق التنمية الاجتماعية لبناء جسر بين البرنامجين لتمكين المستفيدين الناجحين من برنامج المنح الصغيرة من الحصول على ائتمان لتنمية أعمالهم. تجري حالياً الاستعدادات لإقامة الشراكات وتوفير الموظفين لإطلاق شبكة مستثمري غامبيا الخيّرين بالتنسيق مع النظام الإيكولوجي الإقليمي للاستثمار الخيّر، لاسيما من خلال شراكةٍ مع شبكة الأعمال التجارية الإفريقية.

الجهة المموِّلة

الاتحاد الأوروبي

دراسة الحالة

الاستفادة من التقنية والتجارة لإيجاد وظائف للاجئين والمجتمعات المُضيفة في كينيا

1

التحدي

لقد أصبحت أزمات النزوح الآن عاملاً أساسياً في المشهد السياسي العالمي. لا تزال أعداد النازحين قسراً من ديارهم في أعلى مستوياتها التاريخية: 68.5 مليون شخص، وفقاً للمفوضية العليا لشؤون اللاجئين التابعة للأمم المتحدة - أكثر من 25 مليون منهم عبر الحدود كلاجئين.

يوجد ما يقرب من 85% من النازحين في العالم في البلدان النامية، يعيشون بين مجتمعات قد لا تكون أفضل حالًا منهم من الناحية المادية. علاوةً على ذلك، يعيش أكثر من نصف اللاجئين في العالم ظروفاً "طويلة الأمد" حيث ظلوا في المنفى في بلد اللجوء لأكثر من خمس سنوات. بينما ظل ستة ملايين ونصف لاجئ في المنفى لأكثر من عشر سنوات.

يمثّل نطاق ومدة حالات النزوح الحالية اختباراً لحدود قدرات السياسات والممارسات المتبعة في معالجتها، والتي تعود غالباً إلى فترة ما بعد عام 1945. على سبيل المثال، وفّرت الوكالات الإنسانية عادةً محو الأمية وفرص التعليم الأساسي والتدريب المهني في مجالاتٍ مثل الخياطة والنجارة، وفي السنوات الأخيرة تقنية المعلومات. ولكن مثل هذه الجهود لبناء المهارات كانت تُبذل عادةً بمعزل عن احتياجات أسواق العمل.

إن ربط المهارات بالطلب الحقيقي في السوق يخلق فرصًا للنازحين لكسب المداخيل وبناء الخبرات والتجارب التي تُعِدُّهم بشكلٍ أفضل ليكونوا فاعلين اقتصاديين بشكلٍ مؤثر، سواءً في أوطانهم أو في بلدان إعادة توطينهم.

يمكن أن يؤدي استهداف الأسواق الدولية دورًا مفيدًا في توليد الفرص الاقتصادية في أوضاع النزوح. هذا صحيح بالنسبة للبضائع المادية مثل الملابس والأثاث. ولكنه صحيح بصورة خاصة بالنسبة للخدمات. لقد أتاحت شبكة الإنترنت القيام بالعديد من أنواع العمل في قطاع الخدمات عن بُعد. من خلال منصات إلكترونية مثل Upwork و Freelancer و Fiverr، يمكن للشركات عبر الإنترنت تقسيم وظيفة معينة إلى سلسلة من المهام، ودعوة العاملين المستقلين في مختلف أنحاء العالم لتقديم عطاءاتهم لأداء كلٍّ منها. من حيث المبدأ، لا يحتاج العاملون الذين يعيشون في مخيمٍ للاجئين إلى أكثر من توصيلٍ لائق بالإنترنت كي يتقدموا بعطاءات لوظائف مثل إدخال البيانات، والنسخ، والكتابة. ولكن في الواقع، يتطلب تقديم عطاءات تنافسية مهاراتٍ ومعرفة وممارسة.

من حيث المبدأ، لا يحتاج العمال في مخيم للاجئين إلى أكثر من توصيلٍ لائق بالإنترنت كي يتقدموا بعطاءات لوظائف مثل إدخال البيانات، والنسخ، والكتابة. ولكن في الواقع، يتطلب تقديم عطاءات تنافسية مهاراتٍ ومعرفة وممارسة.

الاستجابة

تعمل مبادرة مركز التجارة الدولية لتوظيف اللاجئين وتزويدهم بالمهارات في مُجمّعين رئيسيين للاجئين في كينيا لتمكين اللاجئين والمجتمعات المُضيفة من الاستفادة من الأسواق الدولية لسلع الديكور المنزلي والخدمات الرقمية المستقلة. حددت دراسات الجدوى أن هذين القطاعين يتمتعان بإمكانيات سوقية عالية، وخاصةً بالنسبة للعملاء الذين يُولون التأثير الاجتماعي اهتماماً.

بالتعاون مع المجلس النرويجي للاجئين والشركاء الآخرين، قدم مركز التجارة الدولية التدريب على المهارات، إلى جانب دعم تطوير الأعمال والاتصال بالأسواق.

في داداب، موطن ما يقرب من ربع مليون لاجئ من الصومال، انطلقت المبادرة في مايو ببرنامج تدريب وتوجيه رقمي. على مدار خمسة أشهر، قام Samasource Digital Basics، وهو مكتب نيروبي لمؤسسة غير ربحية مقرها في سان فرانسيسكو، بتدريس المهارات الرقمية للأشخاص الذين لا تتوفر لديهم مسارات تقليدية للتوظيف، وتدريب حوالي 100 مشارك في البحث على الإنترنت، ومعالجة النصوص، والترجمة، واستخدام جداول البيانات، ودرّبهم على أفضل السبل لتقديم أنفسهم لأصحاب العمل المُحتملين على منصات العمل المستقل. قام مكتب Samasource ومركز التجارة الدولية بتوفير الدعم للمتابعة والتوجيه بشأن المهارات المهنية. بالنسبة للديكور المنزلي، قامت Tosheka Textiles، وهي مؤسسة اجتماعية كينية متخصصة في إنتاج المنسوجات، بتدريب مجموعة من الحرفيين - معظمهم من النساء - على تطوير المنتجات. عمل خبراء من شركتيْ Goodies African Interiors & Gifts و Afrika Handmade لتجارة التجزئة للديكور المنزلي في نيروبي، مع الحرفيين في مجال إدارة الأعمال وإدارة العملاء، قبل الانتقال إلى مساعدتهم على اقتحام الأسواق في نيروبي وخارجها.

1. حرفيو تعاونية Nyota Farsamo مع أعمالهم الحرفية، داداب. © ITC/David Macharia **2.** حرفيّة أثناء التدريب، داداب. © Botul Khalid
3.-4. مشاركون في دورة تدريبية على الإنترنت عن العمل المُستقل، داداب. © Chris Muturi

في وقت لاحق من العام، قام مركز التجارة الدولية بتجريب مشروع مماثل، يركز على المهارات الرقمية، في مجمّع آخر للاستيطان هو مجمّع كاكوما، في شمال غرب كينيا، مع أكثر من 180,000 لاجئ وطالب لجوء، كثيرٌ منهم من جنوب السودان. قادت GrowthBond، وهي شركة للتسويق والخدمات المالية الرقمية، العمل التدريبي الذي غطّى أيضًا التسويق عبر الإنترنت في محاولة "للتوفيق بين المواهب الإبداعية للمشاركين والطلب على العمل المستقل في السوق". قاد مركز التجارة الدولية ورش العمل الخاصة بتطوير وإرشاد الأعمال التجارية وريادة الأعمال لكلٍّ من العاملين المستقلين والشركات المحلية. قامت Upwork، وهي منصة رائدة في مجال العمل عبر الإنترنت بتشغيل معسكر تدريبي مستقل مدته خمسة أسابيع، تفاعل المشاركون من خلاله مع العملاء، وتقدموا لوظائف، وتعلموا كيفية تحسين ملفاتهم الشخصية، وحصلوا على دخل متواضع.

النتائج

تحولت روابط التدريب والسوق إلى فرص لحصول الناس على دخل في كلٍّ من داداب وكاكوما. في كلا الموقعين، نجح العاملون المستقلون في التقدم بعطاءات للحصول على عقود عبر الإنترنت. قام سبعون من بين 83 من العاملين المستقلين المُدربين في داداب فيما بينهم بإنشاء "تعاونية داداب"، حيث يقدمون خدمات تشمل جمع البيانات وإدخالها، والكتابة الفنية، والترجمة، والنسخ. حصل نصفهم على عمل مضمون، حيث تقاضوا ما يزيد على 3000 دولار أمريكي.

كما حصل المشاركون في الدورات التدريبية في كاكوما بالفعل على مئات الدولارات الأمريكية من عطاءات ناجحة عبر الإنترنت للقيام بمهام مثل تصميم إعلانات Facebook و Instagram أثناء أنشطة التدريب والمتابعة. في مسابقة أقامها مركز التجارة الدولية وشركة GrowthBond لتحفيز مواصلة المشاركة بعد انتهاء الدورة، فاز ستة من أصحاب الأعمال الحرة بجوائز مالية بناءً على عدد العطاءات التي قدموها، والأموال التي حصلوا عليها، والتقديرات التي حازتها أعمالهم، مما وفر لهم المال لبدء شركاتهم الصغيرة.

في قطاع الديكورات المنزلية، نظّم 50 حرفيًا، ممن عمل مركز التجارة الدولية معهم في داداب، أنفسهم في تعاونية أطلقوا عليها Nyota Farsamo، من الكلمة السواحيلية لـ "نجمة" والكلمة الصومالية لـ "الحرفيين". تعمل هذه التعاونية الآن مع الموزعين في نيروبي، وقد حصلت على ما يزيد على 2,800 دولار أمريكي من بيع السلال المنسوجة والمضفّرة للمشترين في نيروبي والأوشحة التي تستخدمها شركة كندية كهدايا للشركات. عززت المبيعات اللاحقة إيرادات ومداخيل للحرفيين في داداب.

المستقبل

سيواصل مركز التجارة الدولية دعم العاملين المستقلين عبر الإنترنت في داداب وكاكوما، فضلاً عن الحرفيين في داداب، لتعزيز أعمالهم وبناء روابط مع عملاء جدد.

بالنظر إلى المستقبل، يستكشف مركز التجارة الدولية كيفية تقديم حلول قائمة على السوق وقائمة على التجارة في أماكن النزوح في إثيوبيا والصومال وأوغندا.

المُموِّلون

المجلس الهولندي والنرويجي للاجئين

1 القضاء على الفقر
8 العمل اللائق ونمو الاقتصاد

مبادرة التجارة النسائية - الاستثمار (SheTrades Invest): تحفيز التمويل للشركات المملوكة للنساء لتوسيع نطاقها

1

التحدي

تمثل الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة حوالي 90% من الشركات وتوفر الغالبية العظمى من الوظائف في مختلف أنحاء العالم. في البلدان النامية، تكون الفجوة الإنتاجية بين هذه الشركات ونظيراتها الأكبر واسعة بشكل خاص، مما يؤدي إلى أجورٍ أقل وظروف عمل أسوأ بالنسبة لقطاع كبير من القوى العاملة. تكمن فرص كبيرة للحد من الفقر والنمو الشامل للجميع في تمكين هذه الشركات من أن تصبح أكثر قدرة على المنافسة والاستفادة من سلاسل القيمة الدولية.

ولكن مهما كانت أفكارهم التجارية جيدة، فإن رواد الأعمال والشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة غالباً ما يواجهون عقبة كؤوداً أمام زيادة الاستثمار والإنتاج: نقص التمويل. تعطي أسواق رأس المال المحلية والمستثمرون الأولوية للشركات الأكبر والأكثر نضجاً، ويحدث ذلك بصورة أكبر في الاقتصادات النامية منها في الاقتصادات المتقدمة. قد تتمكّن الشركات الصغيرة جداً من الوصول إلى قروض التمويل متناهي الصغر بقيمة تصل إلى بضعة آلاف من الدولارات الأمريكية، ولكن الشركات الصغيرة والمتوسطة تناضل بسبب ما أُطلق عليه "الفئة الوسطى المفقودة" للحصول على مبالغ تُعدّ كبيرة جداً بالنسبة للتمويل متناهي الصغر، ولكنها أيضاً صغيرة جدًا بالنسبة للتمويل من البنوك التجارية أو من المستثمرين التقليديين بالأسهم.

في حين أن المقرضين والمستثمرين المحتملين عادةً ما يبالغون في تقدير المخاطر التي تمثلها الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، فمن الصحيح أيضًا أن الشركات الصغيرة تفتقر في كثير من الأحيان إلى المهارات الإدارية، والبيانات المالية الواضحة، والإدراك لأنواع المعلومات التي قد تتطلبها مصادر التمويل المُحتملة. والنتيجة هي احتياجات هائلة غير مُلبّاة للتمويل: بين 900 مليار و 1.1 تريليون دولار أمريكي، وفقًا لتقديرات مؤسسة التمويل الدولية.

بالنسبة إلى رائدات الأعمال وأعمالهن، قد يكون تأمين التمويل أصعب. فاحتمال امتلاك النساء لحسابات مصرفية أقل منه بالنسبة للرجال، مما يضعهن في وضع غير مُواتٍ في النظام المالي التقليدي. كما أن المسائل التنظيمية والقانونية المتعلقة بملكية المرأة في العديد من البلدان تجعل من الصعب عليها تقديم ضمانات للحصول على قروض. وغالبًا ما تُجبَر رائدات الأعمال على اللجوء إلى آليات تمويل بديلة مثل نوادي الادخار وجمعيات القروض المتبادلة، ولكن هذا يجعلهن أكثر اعتمادًا

تتلقى المؤسسات التجارية المملوكة للنساء 3% فقط من تمويل رأس المال الاستثماري العالمي، وتواجه فجوة ائتمان سنوية تُقدر بـ 285 مليار دولار أمريكي.

من الرجال على الشبكات الشخصية للعائلة والأصدقاء، ولا يمكّنهن عادةً من توفير مبالغ التمويل اللازمة لنمو أعمالهن على نطاق واسع. تتلقى المؤسسات التجارية المملوكة للنساء 3% فقط من تمويل رأس المال الاستثماري العالمي، وتواجه فجوة ائتمان سنوية تُقدر بـ 285 مليار دولار أمريكي.

من شأن تحسين فرص الحصول على القروض للشركات المملوكة للنساء مساعدة رائدات الأعمال المبتدئات على إنشاء أعمال تجارية ووظائف جديدة. عادةً ما توظف الشركات التي تمتلكها النساء المزيد من النساء، بما في ذلك في الإدارة العليا. بالنظر إلى كون النساء يمثلن حصة كبيرة بشكل غير متناسب من فقراء العالم، وأنهن ينفقن من دخلهن على الصحة والتعليم أكثر مما ينفقه الرجال، فإن ازدهار الأعمال التجارية المملوكة للنساء من شأنه الإسهام بشكلٍ كبير في النمو المستدام والشامل.

الحل

تحت مظلة مبادرته للتجارة النسائية SheTrades، أنشأ مركز التجارة الدولية مبادرة التجارة النسائية - استثمار (SheTrades Invest)، وهي تحالفٌ من جهات الاستثمار المؤثر طويل الأمد والموجّه نحو التنمية ومؤسسات تمويل التنمية، لتخصيص رأس المال للشركات التي تقودها النساء في البلدان النامية. أُطلِقت المبادرة الجديدة في ديسمبر 2018 - في الذكرى السنوية الأولى لإعلان بوينس آيرس بشأن المرأة والتجارة - بالشراكة مع GroFin، وهي مؤسسة خاصة لتمويل التنمية تستثمر في الأعمال التجارية الصغيرة والنامية في إفريقيا والشرق الأوسط.

سيقوم المستثمرون المشاركون في مبادرة SheTrades Invest بنشر رأس المال مع أخذ المخاطر والأثر بعين الاعتبار في الشركات الصغيرة جداً والصغيرة

1.-3. *فعالية لمبادرة التجارة النسائية - استثمار (SheTrades Invest)، كينيا*

10 مليون يورو

قيمة التمويل للشركات المملوكة للنساء من خلال مبادرة التجارة النسائية - استثمار

والمتوسطة المؤهلة والتي تم تمحيصها لتحقيق نمو اقتصادي وخلق وظائف. سيتم اختيار شركاء الاستثمار على أساس قدرتهم على استهداف عوائد اجتماعية قوية، وحيثما أمكن، لتوفير التمويل للمؤسسات بمعدلات تقارَن بشكل إيجابي بمصادر التمويل التقليدية المحلية. ستتمثل مساهمة مركز التجارة الدولية في الاستفادة من الشبكة الكبيرة من رائدات الأعمال المرتبطة بمبادرته للتجارة النسائية SheTrades لتحديد الشركات ذات الإمكانات الكبيرة، وتحسين استعدادها للاستثمار من خلال التدريب لتعزيز قدراتها المالية والإدارية، والقيام بأنشطة التدريب والتوجيه والتواصل.

استثمرت شركة GroFin منذ عام 2004 في أكثر من 700 من الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، حيث جمعت 500 مليون دولار أمريكي من رأس المال المُجازف من مؤسسات تمويل التنمية والمستثمرين من القطاع الخاص ووكالات التنمية الدولية في بلدان مثل هولندا، والمملكة المتحدة، والولايات المتحدة. كجزء من المرحلة الأولى من مبادرة SheTrades Invest، ستستثمر شركة GroFin عشرة ملايين يورو في الشركات المملوكة للنساء في 14 بلداً تعمل فيها بالفعل: كوت ديفوار، مصر، غانا، العراق، الأردن، كينيا، نيجيريا، عمان، رواندا، السنغال، جنوب إفريقيا، جمهورية تنزانيا المتحدة، أوغندا، وزامبيا. قام كلٌ من مركز التجارة الدولية وشركة GroFin بتوجيه دعوة للشركات في هذه البلدان لتقديم طلب للحصول على التدريب والتوجيه والاستثمار المُحتمل.

المستقبل

يعمل مركز التجارة الدولية على جذب المزيد من المستثمرين ومؤسسات تمويل التنمية للانضمام إلى مبادرة SheTrades Invest. تسعى المبادرة إلى التوسع في أمريكا اللاتينية وجنوب وجنوب شرق آسيا في عام 2019 من خلال جذب المستثمرين المهتمين بهذه المناطق الجغرافية.

بالنسبة للشركات التي تسعى إلى الاستثمار، سيعمل مركز التجارة الدولية على التأكد من أن المبادرة يمكن أن توفر المجموعة الكاملة من الأدوات المالية من المساهمة إلى القروض، وأن تلبي احتياجات التمويل للمؤسسات متفاوتة الحجم بدرجة كبيرة.

المُموِّلون

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

5 المساواة بين الجنسين

جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

دعم التكامل الاقتصادي الإقليمي والروابط بين الدول النامية

تعزيز التجارة الإقليمية

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

أكثر من 7 000 شركة مسجلة الآن في المنصة والسوق الافتراضية ConnectUEMOA لـ 160 منتجًا

تم إنشاء آلية إقليمية عبر الإنترنت في غرب إفريقيا لتحديد العقبات غير الجمركية أمام التجارة والتخفيف منها

النقاط البارزة

في **جماعة دول شرق إفريقيا** (EAC)، أطلق مركز التجارة الدولية مبادرة جديدة لمساعدة الأعمال التجارية الزراعية على الاستفادة من فرص السوق داخل المنطقة وفي أوروبا. بالنسبة للسلع الزراعية المستهدفة، مثل الأفوكادو، والكاكاو، والقهوة، والتوابل، والشاي، ومنتجات البستنة، يقدم المركز الدعم للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في **بوروندي**، **وكينيا**، **ورواندا**، **وجمهورية تنزانيا المتحدة**، و**أوغندا** لتعزيز القدرة التنافسية للصادرات. بالتعاون مع أمانة جماعة دول شرق إفريقيا، ومع مُدخلات من أصحاب المصلحة من القطاعين العام والخاص في المنطقة، ستسعى تدخلات المشروع إلى إزالة الحواجز التجارية في كل قطاع من القطاعات، بالإضافة إلى تعزيز القدرة التنافسية لصادرات الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة وتطوير الأعمال.

في **الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا** (WAEMU، والذي يُعرف أيضاً بـ UEMOA)، أطلق مركز التجارة الدولية منصتين رقميتين لخلق فرص العمل وتسهيل التجارة. على منصة ConnectUEMOA، يمكن للشركات تسجيل ملفها التعريفي ومنتجاتها وخدماتها في سوق افتراضية لاستكشاف فرص العمل في المنطقة وخارجها. هناك أكثر من 7,000 شركة مُسجّلة بالفعل على المنصة، وهناك 160 منتجًا معروضة للبيع، بدءًا من المواد الغذائية الإقليمية إلى المنتجات الحرفية للعناية بالبشرة ومنتجات الزينة المصنوعة يدوياً. يمكن لمستخدمي منصة ConnectUEMOA أيضًا الوصول إلى الأخبار والمعلومات حول الأحداث المتعلقة بالتجارة. تسمح المنصة الثانية، وهي آلية للتنبيه للعقبات التجارية في اتحاد UEMOA (تُعرف بـ MAOC حسب الاختصار الفرنسي)، للشركات التي تواجه مشاكل مع شحناتها بتنبيه الوكالات المسؤولة في الوقت الحقيقي، مما يتيح استجابة سريعة لرفع القيود على حركة البضائع.

سيؤدي عمل مركز التجارة الدولية لتعزيز التجارة داخل مختلف المناطق الإفريقية الفرعية إلى إعداد الشركات للاستفادة بشكل كامل من الفرص التي توفرها منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية.

في **منطقة التجارة الحرة لأوروبا الوسطى**، والتي تشمل دول البلقان التي ليست أعضاء في الاتحاد الأوروبي، عمل مركز التجارة الدولية على تعزيز التجارة الإقليمية من خلال دعم الحكومات لمعالجة تأثيرات الاختناقات الجمركية وغير الجمركية على سلاسل القيمة الإقليمية. قام مركز التجارة الدولية بتخطيط سلاسل القيمة الإقليمية للخضروات والحديد والصلب لتحديد أهم العوائق أمام التجارة الإقليمية، مثل التأخيرات عبر الحدود بسبب التفتيش المادي الإلزامي على جميع السلع أو عدم قبول شهادات الصحة والسلامة الصادرة عن البلدان المُصدّرة. في ستة بلدان، أجرى مركز التجارة الدولية دراسات تشخيصية وطنية لتقييم الأطر التنظيمية والمؤسسية ذات الصلة بالجودة وتحليل الأسباب الجذرية للعوائق التجارية. استندت هذه الدراسات إلى توصيات قدمها فريق استشاري إقليمي من القطاع الخاص حول كيفية قيام البلدان بتعزيز المزيد من التكامل الاقتصادي من خلال تبادل المعلومات وتنسيق اللوائح الفنية وتعزيز اختبار المنتجات على مستوى المنطقة. من المقرر تنفيذ العديد من الخيارات المقترحة للسياسات، مثل تمكين التخليص السريع عن طريق معالجة المستندات قبل وصول البضائع إلى الحدود، في عام 2019.

التجارة والاستثمار بين الدول النامية

يعزز برنامج التجارة والاستثمار فيما بين البلدان النامية الروابط التجارية المُستدامة بين الأسواق الناشئة والبلدان النامية والبلدان الأقل نمواً عن طريق تيسير التجارة، وتشجيع الاستثمار، ونقل التقنية.

النتائج الرئيسية

14.3 مليون دولار أمريكي قيمة صفقات مُحفَّزة لصادرات من إثيوبيا، وكينيا، ورواندا، وأوغندا، وجمهورية تنزانيا المتحدة إلى الهند والاتحاد الأوروبي.

102.7 مليون دولار أمريكي قيمة صفقات تجارية مُحتملة قيد التفاوض بين الصين، وإثيوبيا، وكينيا، وموزمبيق، وزامبيا، وبنغلاديش، وكمبوديا، وجمهورية لاو الديمقراطية الشعبية، وميانمار، ونيبال، وطاجيكستان.

32 مليون دولار أمريكي قيمة صفقات استثمارية مؤكّدة و 219 مليون دولار أمريكي قيمة استثمارات مُحتملة تم تيسيرها من الهند والصين إلى إثيوبيا، وكينيا، وموزمبيق، ورواندا، وأوغندا، وجمهورية تنزانيا المتحدة، وزامبيا.

النقاط البارزة

في عام 2018، واصل مركز التجارة الدولية من خلال مبادرة دعم التجارة والاستثمار الهندي من أجل إفريقيا (SITA) تعزيز الروابط التجارية بين **الهند** و **شرق إفريقيا**، وذلك من خلال دعم تنمية القدرات المؤسسية وأنشطة تشجيع الاستثمار وتنظيم زيارات لوفود لوزراء ومسؤولين من شرق إفريقيا إلى الهند ومن الشركات الهندية إلى شرق إفريقيا.

وكانت النتيجة صفقات تجارية بلغت قيمتها الإجمالية 14.3 مليون دولار أمريكي، واتفاقات استثمار مؤكدة قيمتها الإجمالية 32 مليون دولار أمريكي، و 59 مليون دولار أمريكي أخرى من الاستثمارات في مراحل مختلفة من التفاوض، في قطاعات مختلفة من البهارات والمنسوجات والملابس والجلود إلى زيوت الطعام والبقول والخدمات المُمكَّنة بتقنية المعلومات.

شهدت إحدى الصفقات المُيسّرة قيام شركة ملابس هندية بتأسيس وحدة تصنيع في منطقة ميكيلي الصناعية في **إثيوبيا** لإنتاج ملابس تريكو لأسواق أوروبا وأمريكا الشمالية؛ ومن المقرر إرسال شحنات التصدير الأولى في الربع الأول من عام 2019. بالإضافة إلى ذلك، شهد قطاع التوابل في **رواندا** تصدير شحناته الأولى من الفلفل المخلّط بقيمة تقارب 23,000 دولار أمريكي إلى الهند، مما يمثل بداية قطاع تصدير جديد للبلاد.

قام مركز التجارة الدولية أيضًا بتشجيع نقل التقنية والمعرفة بين الهند وشرق إفريقيا، وتدريب العاملين في قطاع الغزل اليدوي في إثيوبيا على أساليب وتقنيات النسيج المتقدمة، وتسهيل التعاون بين الباحثين **الأوغنديين** والباحثين الهنود لتطوير بذرة قطنية هجينة، والتوسط لإبرام اتفاق بين مؤسسة كينية وشركة هندية للتعهيد الخارجي في مجال العمليات التجارية الريفية لإنشاء مركز يضم 100 مقعد في نيروبي يعمل فيه شباب من المناطق الحضرية المحرومة.

من خلال مشروع مماثل، هو مشروع الشراكة من أجل الاستثمار والنمو في إفريقيا (PIGA)، عمل مركز التجارة الدولية على تعزيز زيادة التجارة والاستثمار بين **الصين، وإثيوبيا، وكينيا، وموزمبيق، وزامبيا**. إلى جانب عروض الطرق التي تركز على القطاع، والبعثات الاستثمارية إلى الصين، وزيارات وفود المستثمرين الصينيين إلى البلدان الإفريقية الأربعة، بنى مركز التجارة الدولية شبكة تضم ما يقرب من 1,600 شركة صينية وإفريقية، ودعم الشركات الإفريقية للمشاركة في الأحداث التجارية والاستثمارية الكبرى في الصين. في عام 2018، قام مركز التجارة الدولية بتيسير 20 صفقة استثمار مُحتملة تبلغ قيمتها حوالي 160 مليون دولار أمريكي في قطاعات من مستحضرات التجميل إلى تجهيز الأغذية.

كانت بعض هذه الشركات الإفريقية جزءًا من وفد من الشركات من 20 من البلدان النامية والبلدان الأقل نمواً والتي دعمها مركز التجارة الدولية للمشاركة في معرض الاستيراد الدولي الصيني الأول في شهر نوفمبر. توصلت الشركات المدعومة من مركز التجارة الدولية إلى 185 صفقة تصدير مُحتملة بلغت قيمتها أكثر من 110 مليون دولار أمريكي.

قام المشروع أيضًا بوضع ونشر دليل استثماري خطوة بخطوة باللغة الصينية للشركات المُهتمة بالفرص المتاحة في إثيوبيا، وكينيا، وموزمبيق، وزامبيا.

المُموِّلون لعام 2018

المُموِّلون الأساسيون

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

المُموِّلون لمشاريع محدّدة

الصين (بما في ذلك مجلس المنح الدراسية الصيني)، الإطار المتكامل المعزز، الاتحاد الأوروبي، مؤسسة مو إبراهيم، هولندا، المملكة المتحدة، الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA)

دراسة الحالة

إزالة مخاطر التنويع في محاصيل التصدير ذات القيمة العالية للفلاحين في رواندا

1

التحدي

كما هو الحال في العديد من البلدان النامية، صغار المزارعين في رواندا عُرضة لأن يجدوا أنفسهم مُحاصَرين في مصيدة انخفاض الدخل. تخضع المحاصيل التقليدية التي يزرعونها لتقلبات الأسعار في الأسواق المحلية وفي أماكن أبعد. تُبقي الضغوط التنافسية وضعف قوة السوق هوامش ربحهم ضئيلة في الداخل، بينما يمكن أن تسبب تقلبات العرض العالمي ارتفاع الأسعار وانخفاضها بشكل غير متوقع.

يوفر تحويل الزراعة إلى منتجات ذات قيمة أعلى، والاستفادة من أسواق التصدير للمنتجات المتخصّصة بدلاً من السلع السائبة إمكانية زيادة الدخل مع تقليل التعرّض لتقلبات الأسعار بالنسبة للمحاصيل الفردية. توفر بعض المنتجات عالية القيمة إمكانات كبيرة للمعالجة، مما يسمح للمجتمعات بتحصيل المزيد من القيمة من محاصيلهم مع عزلها عن التقلبات الحادة في الأسعار.

ولكن حتى عندما تكون الظروف الزراعية المحلية مواتية للمحاصيل الجديدة عالية القيمة، فإن الاستثمار في التنويع يأتي بمخاطر: قد لا تتصرف الشتلات والنباتات غير المألوفة بالشكل المخطط له، أو قد تَخيب التوقعات للطلب في الأسواق، مما يتسبب في حدوث خسائر في الدخل. بالنسبة لأصحاب الحيازات الصغيرة الذين يعملون بالقرب من مستويات الكفاف، فإن التكاليف المحتملة لتحويل الأراضي والأموال والعمالة إلى محاصيل جديدة قد تكون مرتفعة للغاية بحيث لا يمكن تبريرها.

الاستجابة

جنباً إلى جنب مع المجلس الوطني لتنمية الصادرات الزراعية (NAEB) في رواندا، يعمل مركز التجارة الدولية مع المزارعين في المقاطعة الشرقية من البلاد للتخفيف من مخاطر الجهود الرامية إلى التنويع من خلال أصناف الفلفل الحار عالية القيمة. تُولّد أصناف الفلفل الحار مثل Sarpan Dandicut-2 و Namdhari و Teja لتميُّزها بالجودة العالية وبخصائص مرغوبة مثل سهولة إزالة الفروع وهي عملية تحتاج إلى عمالة كثيفة، ويزداد الطلب عليها في أسواق التصدير بما في ذلك الهند وعدة بلدان إفريقية. شارك 14 مزارعاً، من الذين اعتادوا بشكل أساسي على زراعة محاصيل منخفضة القيمة مثل الفول والذرة، في تجربة زراعة الفلفل الحار في عام 2018.

من خلال مشروع دعم التجارة الهندية والاستثمار من أجل إفريقيا، حدد مركز التجارة الدولية شركاء وتوسّط في التعاون للحد من كل مجموعة من المخاطر المختلفة للمزارعين الروانديين.

لمواجهة التحديات المتعلقة بزراعة المحاصيل غير المألوفة، استضاف مركز التجارة الدولية خبراء التوابل الهنود لتدريب المزارعين على كل خطوة من خطوات إنتاج الفلفل الحار، من إنشاء مشاتل لزراعة الشتلات وصولاً إلى إعداد الحقل، والزراعة، واستخدام الأسمدة، ومكافحة الآفات، والإزهار، والحصاد. استُخدمت مزرعة غاشورا، في منطقة بوجيسيرا بالمقاطعة، كموقع إرشادي للمزارعين المشاركين لمراقبة وتطبيق ما تعلموه في الواقع العملي.

غطت أعمال التدريب الإضافية المُعالجة المتعلقة بالفلفل الحار، مثل التجفيف والتعبئة في المزرعة، وكيفية تسعير وتصنيف الفلفل المجفف.

لتفادي خطر عدم وجود مُشترين للفلفل الحار الجديد، قام مركز التجارة الدولية بتسهيل عملية إعادة الشراء مع شركة لاستخلاص التوابل في جنوب الهند والمتخصّصة في منكّهات وملوّنات الأطعمة. وفّرت الشركة البذور لزراعة الفلفل الأحمر الذي تريد استيراده من رواندا؛ كما شارك خبراء من الشركة في الأنشطة التدريبية. سعت ترتيبات إعادة الشراء إلى توفير الأمن والثقة لكلٍّ من المزارعين والمشتري: حددت أوامر الشراء بوضوح شروط المعاملة، مثل الكميات، والدفع، والتسليم، والتسعير، ومعايير الجودة، وغيرها من المتطلبات.

وأخيرًا، لتقليل فرص فشل الفلفل الحار الذي أنتجه المزارعون من أصحاب الحيازات الصغيرة في الوصول إلى أسواق التصدير في الهند وفي أماكن أخرى بسبب عدم معرفتهم بإجراءات اللوجستيات المتعلقة بالتجارة، قام مركز التجارة الدولية بدعم هؤلاء المزارعين لمعرفة المزيد عن مستندات التصدير، وتعبئة الحاويات، والتبخير، والعمل مع شركات الشحن.

1. أنواع مُخلّطة من الفلفل الحار، رواندا 2. حصاد الفلفل الحار، رواندا 3. ممثل شركة توابل هندية يفحص جودة المحصول، رواندا 4. فلفل حارّ مجفف جاهز للتصدير/ أو / دراسة منطقة لزراعة محاصيل الفلفل الحار في المستقبل، رواندا

النتائج

في أبريل 2018، قام المزارعون الروانديون بشحن 22.5 طنًا متريًا من الفلفل الحار المجفف عالي الجودة بقيمة تقارب 23,000 دولار أمريكي إلى الهند، مما يدشن بدء صناعة تصدير جديدة في البلاد. حقق الفلفل الحار متطلبات الصحة والسلامة بسهولة. استخدمت الشركة الهندية الفلفل الحار لإنتاج راتنجات الفلفل الزيتي (oleoresins).

أبلغ المزارعون الروانديون المشاركون في إنتاج الفلفل الحار عن ارتفاع مداخيلهم وزيادة مدخراتهم وكذلك تحسّن قدرتهم على الإنفاق على الملابس، والسكن، والرعاية الطبية.

المستقبل

زاد عدد المزارعين الذين يزرعون الفلفل الحار، وكذلك المساحة المزروعة، مما يَعِدُ بزيادة الإنتاج والمبيعات في عام 2019.

يعمل مركز التجارة الدولية مع أربع شركات هندية رائدة في مجال التوابل للتوسّع في المساحة المزروعة بالفلفل الحار وأصنافه في رواندا والمنطقة ككل. تقوم إحدى الشركات الآن بزراعة الفلفل الحار العضوي، الذي سيحقق أسعاراً أعلى في رواندا بمجرد حصوله على شهادات الاعتماد المطلوبة. فيما وراء الفلفل الحار، أعربت الشركات عن رغبتها في زراعة إكليل الجبل، والزنجبيل، والكركم في رواندا. كما تقوم الشركات باستكشاف إمكانية إنتاج إكليل الجبل في جمهورية تنزانيا المتحدة.

صناعة جديدة للتصدير في رواندا:

23 000 دولار أمريكي

قيمة الصادرات من الفلفل الحار المجفف

الجهة المموِّلة

المملكة المتحدة

دراسة الحالة

الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة من البلدان النامية تُحرز تقدماً في سوق الصين

التحدي

دفع النمو السريع والاستهلاك المحلي المتزايد الصين إلى تبوؤ مكانتها الحالية كثاني أكبر اقتصاد في العالم، وكذلك ثاني أكبر مستورد. ولكن رغم الفرص الاقتصادية الهائلة التي يوفرها الطلب الصيني، فإن الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة من البلدان النامية والبلدان الأقل نمواً غالباً ما تناضل كي تتمكّن من التصدير إلى الصين.

ينطوي التصدير إلى أي سوق خارجي على تكاليف وجهود تتجاوز تلك التي يتم تكبّدها عند البيع محلياً. ويشمل ذلك تكييف المنتجات لتلبية تفضيلات ومعايير السوق المُستهدَفة، والسفر لمقابلة الشركاء المحتملين، والحاجة إلى إدارة الاختلافات اللغوية والثقافية.

قد توظف الشركات الكبيرة التي تبيع إلى الصين موظفين محليين أو تستعين بخدمات دعم متخصّصة للوصول إلى السوق الصينية. أما بالنسبة للعديد من الشركات الأصغر، فقد تكون القدرة على تحمّل هذه النفقات أمراً مُستبعداً. حتى الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة التي تبيع سلعاً وخدمات منافسة لأسواق أخرى، قد لا تفهم كيفية تخصيص منتجاتها لجذب المشترين الصينيين. ما يحول دون دخول العديد من الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة إلى السوق الصينية ليس بالضرورة عدم القدرة على توفير منتج عالي الجودة بسعر جذاب، بل الإدراك غير الكافي لاحتياجات المُشترين وعدم وجود ربط شبكي بين الشركات.

الاستجابة

يعمل مركز التجارة الدولية منذ عام 2014 على تعزيز التجارة بين الصين والبلدان النامية الأخرى. ركّزت هذه الجهود بشكل خاص على تمكين الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في البلدان الأقل نمواً في إفريقيا وآسيا من الاستفادة من الطلب والاستثمار الصينيين، وذلك من خلال مزيج من الدعم الاستشاري، والتدريب الفني، والربط الشبكي بين الشركات.

عندما نظمت الحكومة الصينية معرض الصين الدولي الأول للاستيراد (CIIE) في نوفمبر 2018، والذي شكّل واحداً من العديد من التحركات لدعم ملف المُصدِّر الرائد في العالم كمُستقبِل للواردات أيضاً، كان مركز التجارة الدولية في وضعٍ جيد يسمح له بدعم الشركات لإحراز تقدم في السوق الصينية.

حدد مركز التجارة الدولية ما يقرب من 100 من الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة من بنغلاديش، وبوليفيا، وكمبوديا، وإكوادور، وإثيوبيا، وكازاخستان، وكينيا، وقيرغيزستان، وجمهورية لاو الديمقراطية الشعبية، وموزمبيق، وميانمار، ونيبال، ونيجيريا، ورواندا، وطاجيكستان، وتايلند، وأوغندا وزامبيا، والتي تعمل في ثلاثة قطاعات: المنتجات الغذائية والزراعية؛ والملابس والاكسسوارات والسلع الاستهلاكية؛ والخدمات مثل السياحة. تم تحديد الشركات بناءً على استعدادها للتصدير، وإمكاناتها للتصدير إلى الصين، واستعدادها لتقاسم تكاليف المشاركة.

من الجدير بالذكر أن مركز التجارة الدولية اعتمد في تجميع الوفد على الشبكات المرتبطة بسبعة مشاريع مختلفة تضم أربعة مُموّلين، محققاً التآزر في شكل تعزيز القيمة مقابل المال من حيث دعم الترويج التجاري.

في الفترة التي سبقت مؤتمر معرض الصين الدولي الأول للاستيراد (CIIE)، والذي جلب إلى شنغهاي 150,000 من المشترين الدوليين والمحليين وكذلك العارضين من 100 دولة، قدم مركز التجارة الدولية الدعم لوفود الشركات من خلال المساعدة في التسجيل، إلى جانب دورات التعلم الإلكتروني والخدمات الاستشارية بشأن مبيعات التصدير والتفاوض، والتعاقد عبر الحدود، والنقل والخدمات اللوجستية، والمشاركة في التجارة العادلة في الصين، بما في ذلك التوفيق بين الشركات والمشترين المُحتملين.

أثناء المعرض، قام خبراء من مركز التجارة الدولية بالترويج للشركات ودعمها أثناء إعداد وتوقيع خطابات النوايا للقيام بأعمال تجارية مع المشترين والمستثمرين المقيمين في الصين.

النتائج

في معرض CIIE، توصّل وفد الأعمال المدعوم من مركز التجارة الدولية إلى صفقات مستقبلية لتوريد البضائع والخدمات للمستوردين الصينيين بقيمة إجمالية بلغت 116 مليون دولار أمريكي.

أبرمت شركات زراعية زامبية خطابات نوايا لتوريد لحم الخنزير، والأرز، والكاجو بعشرات الملايين من الدولارات لنظرائها في الصين. أبرمت شركات من إثيوبيا، وكينيا، ورواندا صفقات مبدئية لتصدير البن وصلصة الفلفل الحار إلى أكبر اقتصاد في آسيا. اتفقت خمس شركات من طاجيكستان على توريد خيوط قطنية،

1. *كشك دعم وفد الأعمال لمركز التجارة الدولية في معرض الاستيراد الدولي الصيني (CIIE)، شنغهاي* ***2.*** *مصنع للأثاث الخشبي، زامبيا* ***3.-4.*** *التوفيق بين الأعمال التجارية، هانغتشو، الصين*

116 مليون دولار أمريكي

قيمة الصفقات المُحتملة لشركاتٍ دعمها مركز التجارة الدولية في معرض الاستيراد الدولي الصيني (CIIE)

وجوارب، وملابس رياضية، وشباشب إلى المستوردين الصينيين. شحنت شركة من بنغلاديش تبيع مستحضرات تجميل طبيعية منتجات بقيمة 350,000 دولار أمريكي إلى مشترٍ صيني بفضل الاتصالات التي جرت في معرض CIIE. من المقرر أن تقوم الشركات البوليفية ببيع الكينوا، والفاصوليا، والفواكه المجففة في السوق الصينية. وقد أنجزت إحدى هذه الشركات، والتي تبيع الحبوب، والفاصوليا، والبذور صفقة بمبلغ 150,000 دولار أمريكي مع مشترٍ صيني. وتستعد شركات السياحة في ميانمار ونيبال للبدء في تلبية احتياجات العدد المتزايد من السياح الصينيين كثيري الترحال.

لقد فوجئ العديد من الشركات المشاركة بالنجاح الذي حققته في المعرض. وقال سوويامبو راتنا تولادهار من شركة Yak & Yeti Enterprises، إحدى شركات الحرف اليدوية النيبالية التي كانت تعرض منتجاتها على المستوى الدولي لأوّل مرّة: "لقد كان التعرضّ الذي تحقق لنا في معرض CIIE رائعاً بشكلٍ لا يمكن تصوره". كما وصفت ديزي ساندو، التي تُدير شركة ديزي للحوم في زامبيا، بأنها كانت "فرصة لتغيير اللعبة".

قال البعض إنه، بغض النظر عن صفقات البيع، كانت ممارسة العمل معاً كمجموعة بمثابة تجربة قيّمة للشركات المُشارِكة، حيث وفّرت الفرص لتبادل الخبرات والتعلم من بعضها البعض. وقال بابلو بالاسيوس، مدير شركة Southern Expeditions، وهي شركة إكوادورية للسياحة المستدامة، إن حضوره المعرض ضِمن الوفد الذي يدعمه مركز التجارة الدولية قد فتح عينيه على الكيفية التي يواجه بها منظمو الرحلات السياحية في بلدان أخرى مشكلات مماثلة. "بالنسبة لنا، كانت هذه العملية تجربةً تعليمية مهمة حول الثقافة الصينية للأعمال التجارية، ومنتدىً لتبادل الأفكار، وتعزيزاً لارتباطنا".

المستقبل

أعلنت الصين عن موعد الانعقاد الثاني لمعرض CIIE في نوفمبر 2019. سيقوم مركز التجارة الدولية بتشكيل وفد آخر من 100 شركة صغيرة جداً وصغيرة ومتوسطة في قطاعات تشمل الأغذية المُصنّعة، والملابس، والسلع الاستهلاكية، والسياحة، والتعليم، وتقنية المعلومات والاتصالات إلى المعرض.

في غضون ذلك، يقدم مركز التجارة الدولية الدعم الفني للشركات التي حضرت معرض 2018 في سعيها لكي تُوّتي الصفقات المحتملة أُكُلها. بناءً على تجارب هذه الشركات، سيقوم مركز التجارة الدولية أيضًا بوضع توصيات حول كيفية قيام الشركات بزيادة فرصها في التصدير إلى الصين، مع توصيات عملية حول تحديد المنتجات والتفاعل مع المُشترين المحتملين.

المُموِّلون

كندا، الصين، الدنمارك، فنلندا، ألمانيا، الهند، أيرلندا، هولندا، النرويج، السويد، سويسرا، المملكة المتحدة

8 العمل اللائق ونمو الاقتصاد

12 الاستهلاك والإنتاج المسؤولان

جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

نتائج المؤسسة

حوكمة المؤسسة وهيكلها الإداري

تعكس حوكمة المؤسسة في مركز التجارة الدولية ثقافة المؤسسة وسياساتها ومجموعة من القيم الأساسية المُضمّنة في قواعد وأنظمة الأمم المتحدة.

يسعى مركز التجارة الدولية إلى الحصول على مُدخلات من أصحاب المصلحة الحكوميين ويقوم بإطلاعهم على أحدث التطورات الرئيسية في عمله من خلال الدورات السنوية للمجموعة الاستشارية المشتركة (JAG) والاجتماعات التي تُعقد مرة كل عامين للجنة الاستشارية للصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية (CCITF). تلتقي اللجنة الأخيرة أيضًا بشكل غير رسمي على مدار العام.

تتكون المجموعة الاستشارية المشتركة من ممثلين عن أعضاء مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) ومنظمة التجارة العالمية (WTO). كما أن جلسات المجموعة الاستشارية المشتركة مفتوحة للمُراقبين من الوكالات الدولية الحكومية الأخرى والمنظمات غير الحكومية ذات الصلة. تستعرض اللجنة الاستشارية للصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية (CCITF)، التي تتألف من المُموّلين وممثلي المجموعات الإقليمية، استخدامات الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية، وترصد التوجه العام والنتائج للبرامج المُموَّلة من المساهمات من خارج الميزانية.

المجموعة الاستشارية المشتركة (JAG)

عقدت المجموعة الاستشارية المشتركة لمركز التجارة الدولية جلستها الرسمية الثانية والخمسين في جنيف في 10 يوليو. ناقش الأعضاء التقرير السنوي لعام 2017، وقُدِّم لهم عرض توضيحي لأداة مركز التجارة الدولية الجديدة الخاصة بمعلومات سعر السوق.

تحدث في الجلسة نائب المدير العام لمنظمة التجارة العالمية يونوف فريدريك آغا والأمين العام للأونكتاد موخيسا كيتوي. أثنى كلا المُتحدثيْن على إنجازات مركز التجارة الدولية خلال عام 2017، مشدّدين على مجالات التعاون بين مركز التجارة الدولية ومنظّمتيه الأم، لا سيما بشأن المعلومات والإحصاءات التجارية، مثل بوابة القطن وأداة ePing للتنبيه، ومكتب المساعدة الخاص بالتجارة العالمية. وقالا إن مركز التجارة الدولية شريك فني ثبتت جدارته في دعم تنفيذ اتفاقية تيسير التجارة لمنظمة التجارة العالمية، وفي مجال التدابير غير الجمركية، وأكّدا مجددًا أن تحقيق أهداف التنمية المستدامة كان هدفًا مشتركًا لجميع المنظمات الثلاث. وأقرّا بأن عمل المركز ودعمه للقطاع الخاص على المستوى القُطري أمران حاسمان لضمان أن تُترجم التجارة، ضمن نظام تجاري قوي متعدد الأطراف، إلى تحسينات حقيقية في حياة الناس في البلدان النامية والبلدان الأقل نمواً.

وقالت المديرة التنفيذية لمركز التجارة الدولية، آرانشا جونزاليز، إن مركز التجارة الدولية واصل تحويل مساهمات المُموّلين إلى فرص اقتصادية قائمة على السوق وتحسين سُبل العيش للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة وللناس في قاعدة الهرم. وذكرت أنه لدعم أهداف التنمية المستدامة، قدم مركز التجارة الدولية دعمًا لبناء القدرات بقيمة 86 مليون دولار أمريكي تقريبًا في عام 2017، مؤكّدةً على تركيز المركز على البلدان ذات الأولوية، لا سيما البلدان الأقل نمواً والاقتصادات الهشة. وأشارت كذلك إلى أن مُموّلي مركز التجارة الدولية قدموا أكبر المساهمات السنوية من خارج الميزانية في الفترة السابقة، حيث تجاوزت قيمتها 100 مليون دولار أمريكي. تتمثل أهداف مركز التجارة الدولية لعام 2018 في زيادة إنجازه بنسبة تقارب 20% وأن يتجاوز تحديات التمويل لتُصبح شيئاً من الماضي. وقد وعدت بأن يواصل مركز التجارة الدولية إثبات جدوى التجارة المفتوحة في مواجهة الرياح السياسية المُناوئة، مع الاستمرار في العمل لتمكين الشركات في البلدان النامية من الاستفادة من فرص السوق الحالية.

أثنى المندوبون على مركز التجارة الدولية لنتائج أعماله الرامية إلى تعزيز النمو الاقتصادي من خلال التجارة الشاملة والمستدامة، وأشادوا بالمركز كشريك قيّم في هذا المجال. كما رحّبوا بالخطة الاستراتيجية الجديدة لمركز التجارة الدولية للفترة 2018-2021، وأعربوا عن تقديرهم للتوسّع الذي تشهده مجموعة منتجات مركز التجارة الدولية في مجال المعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق، مثل أداة ePing للتنبيه، ومكتب المساعدة للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، وخارطة إمكانات التصدير، وخارطة الوصول إلى الأسواق. وشجّع الحضور مركز التجارة الدولية على مواصلة تدخلاته في المناطق التي تمر بمراحل ما بعد النزاع والدول الهشة، وعلى الاستمرار في إعطاء الأولوية للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في قاعدة الهرم في البلدان الأقل نمواً والاقتصادات الصغيرة والضعيفة والبلدان النامية غير الساحلية. وحث المندوبون مركز التجارة الدولية على تعزيز إدارة المخاطر ورصدها وبذل جهود إضافية لوضع منهجية لقياس فعالية التكلفة والإبلاغ عنها.

من اليسار إلى اليمين المديرة التنفيذية لمركز االتجارة الدولية، آرانشا جونزاليز، والأمين العام للأونكتاد موخيسا كيتوي؛ ونائبة المديرة التنفيذية لمركز التجارة الدولية دوروثي تيمبو؛ ومدير قسم البرامج القُطرية في مركز التجارة الدولية، آشيش شاه، المجموعة الاستشارية المشتركة، جنيف

اللجنة الاستشارية للصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية (CCITF)

ناقش اجتماعان رسميان عقدتهما لجنة CCITF في عام 2018 أداء وإنجاز مركز التجارة الدولية في الفترة الأخيرة. بالإضافة إلى ذلك، عقد مركز التجارة الدولية جلسة غير رسمية للجنة CCITF في شهر فبراير لمناقشة مشروع الخطة التشغيلية لعام 2018 وللحصول على تغذية راجعة بشأن إطار إدارة المخاطر في المركز.

في ضوء سياق عدم اليقين والتقلب المتزايدين، عمل مركز التجارة الدولية على تحديد وتخفيف المخاطر الاستراتيجية والداخلية والخارجية. في عام 2018، فحص مركز التجارة الدولية مخاطر المشاريع، وبناءً على ذلك أضاف عناصر إلى إطار إدارة المخاطر لديه.

ينظر مركز التجارة الدولية إلى مخاطر التنفيذ في إطار ثلاث فئات عريضة:

1. **استراتيجياً**: وتشمل هذه المخاطر تقلبات التمويل بالإضافة إلى مخاطر التأثير والاستدامة، حيث تركز محفظة مشاريع مركز التجارة الدولية بشكل متزايد على بعض الاقتصادات الأكثر تحدياً في العالم. لفت مديرو المشاريع الانتباه إلى التحديات التي تواجه إيجاد خبراء متخصّصين ضمن الأطر الزمنية المطلوبة، والحاجة إلى الاعتماد على الشركاء المُنَفّذين في المناطق النائية والمعزولة. يقوم مركز التجارة الدولية بإدارة هذه المخاطر من خلال الحوار المستمر مع أصحاب المصلحة.
2. **داخلياً**: استجاب مركز التجارة الدولية لتلك المخاطر التشغيلية التي يمكن الوقاية منها من خلال ثلاثة خطوط للدفاع: إدارة العمليات وموظفيها، ومراقبة المخاطر ومهام الإشراف التي حددتها الإدارة، والضمانات المستقلة. يجري مواجهة مخاطر الغش، والمضايقة، وسلامة الموظفين بدون أي تسامح، وتناولت ذلك دورات تدريبية وغيرها من أشكال التوعية. وقد أكّد التطبيق الصارم للقواعد والإجراءات لأصحاب المصلحة امتثال مركز التجارة الدولية بالمعايير العالية، رغم أن هذه الإجراءات تُقيّد أحيانًا قدرة مديري المشاريع على الاستجابة بمرونة للظروف الميدانية المتغيرة.
3. **خارجياً**: ويشمل ذلك المخاطر التي لا يتحكم فيها مركز التجارة الدولية، من الظروف الجغرافية السياسية الخاصة بكل بلد إلى المخاطر البيئية، وإصلاحات الأمم المتحدة، واتفاق التمويل المُقترح من الأمين العام للأمم المتحدة، والأمن الإلكتروني. تنشأ مخاطر أكثر تحديداً عندما يكون للمُموّلين متطلبات مختلفة للإبلاغ، مما يؤدي إلى طلبات مخصّصة لإعداد التقارير. تتمثل استجابة مركز التجارة الدولية في بناء القدرة على الصمود في وجه الآثار المحتملة لهذه المخاطر.

shutterstock.com · حقوق محفوظة

التقييم والأداء

بالنسبة إلى جميع تدخلات مركز التجارة الدولية، يُعدّ التقييم المنهجي أداةً أساسية للمُساءلة إزاء النتائج المتوقعة وكذلك لدعم التعلّم وتطوير المعرفة على مستوى المؤسسة. تُرشِد التقييمات عمليات صنع القرار بمركز التجارة الدولية في إدارة السياسات، والبرامج، والمشاريع، وذلك بهدف تحسين الأداء وتعزيز إسهامات المركز في تحقيق أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة (SDGs).

وحدة التقييم المستقلة (IEU) هي الجهة المسؤولة عن وظيفة التقييم في مركز التجارة الدولية. تتعامل الوحدة مع أربعة أنواع من التقييمات. ثلاثة أنواع داخل مركز التجارة الدولية، وتتسم بمستويات مختلفة من الدقة: أولاً، التقييمات التي تُجريها وحدة التقييم المستقلة نفسها مباشرة. ثانياً، التقييمات الذاتية من قِبَل مديري المشاريع بدعمٍ استشاريٍ من وحدة التقييم المستقلة. ثالثاً، تقارير إنجاز المشروع من قِبَل مديري المشاريع. النوع الرابع من التقييمات يقوده المُموّلون. تراقب وحدة التقييم المستقلة هذه التقييمات وتعمل على ترجمة نتائجها إلى تغييرات في طريقة عمل مركز التجارة الدولية. تم إنجاز ثمانية عشر تقييمًا في عام 2018: ثلاثة تقييمات قادتها وحدة التقييم المستقلة، وتقييمان ذاتيان، وثمانية تقارير لإنجاز مشاريع، وخمسة تقييمات بقيادة مُموّلين.

كما في كل عام، قام مركز التجارة الدولية باستخلاص النتائج المهمة ونقاط التعلّم من التقييمات، وتضمّنها تقرير تجميعي سنوي للتقييم، والذي اشتمل على توصيات للإدارة العليا. تناولت الدروس الرئيسية المُستفادة الاستدامة وهي مُلخّصة في الجدول أدناه. وجد "تقييم تلّويّ" منفصل لثلاثة من تقييمات عام 2018 أن مركز التجارة الدولية يفي بالمتطلبات المنصوص عليها في خطة العمل على نطاق منظومة الأمم المتحدة (UN-SWAP) بشأن المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة من حيث دمج اعتبارات حقوق الإنسان والمساواة بين الجنسين عند تقييم المشاريع.

تمثّل أحد المعالم الرئيسية لأعمال التقييم التي أجراها مركز التجارة الدولية في عام 2018 في نشر مجموعة مُنقّحة من المبادئ التوجيهية التي توفر أساسًا على مستوى المنظمة لمنهجية، وتقييمات، ومعايير للجودة لتقييمات مركز التجارة الدولية، مما يضمن مستوىً من الاتساق وقابلية المقارنة.

وحدة التقييم المستقلة (IEU) هي عضو نشطٌ في فريق الأمم المتحدة للتقييم (UNEG)، وقد أدارت مراجعة منتصف المدة لاستراتيجية هذا الفريق للفترة 2014-2019.

في عام 2018، قام مكتب خدمات الرقابة الداخلية (OIOS) التابع للأمم المتحدة بمراجعة مجموعة من مشاريع مركز التجارة الدولية لتعزيز القدرة التنافسية للصادرات في بنغلاديش، وكينيا، وميانمار، وأوغندا، والتي نُفّذت بين عامي 2013 و2017 بتمويل من مركز الحكومة الهولندية لترويج الواردات من البلدان النامية (CBI). خلُص مُدققو الحسابات إلى أن المشاريع، التي يُطلق عليها مجتمعةً المرحلة الثالثة من الصندوق الاستئماني الهولندي (NTF III)، أُديرت بشكل جيد: ساهمت المشاركة النشطة من قِبَل المُموّل، والإدارة العليا بمركز التجارة الدولية، والتخطيط القوي، والميزنة الفعالة، ونظريات التغيير المحددة بوضوح في تلبية معظم المُخرجات والنتائج المتوقعة في الوقت المحدد. وجد المُدققون بعض المجال لتحسين إجراءات إدارة المخاطر، وأوصوا مركز التجارة الدولية بإجراء مراجعات للاستدامة بعد ثلاث إلى خمس سنوات من انتهاء المشاريع.

ساهم مركز التجارة الدولية أيضًا في برنامج العمل لعام 2018 لوحدة التفتيش المشتركة (JIU)، وهي هيئة الرقابة المستقلة التابعة للأمم المتحدة، من خلال المشاركة في ستة مراجعات على نطاق المنظومة تغطي مواضيع مثل برامج التدريب الداخلي؛ والتعاون فيما بين البلدان النامية والتعاون الثلاثي؛ والمبلِّغين عن المخالفات؛ وخدمات الدعم الإداري؛ وإمكانية وصول الأشخاص ذوي الإعاقة؛ وتعزيز استيعاب بحوث السياسات من قِبَل وكالات الأمم المتحدة. كان مركز التجارة الدولية محل تقدير لسياسته الخاصة بالتوظيف وإمكانية الوصول المتاحة للأشخاص ذوي الإعاقة. تم الاعتراف بمبادرة مكتب المساعدة للتجارة العالمية التابع لمركز التجارة الدولية كمثال على الممارسة الجيدة لتجميع ونشر المعلومات من وكالات دولية متعددة. كما تمت الإشادة بمركز التجارة الدولية لإشراكه باحثين من البلدان النامية في إنشاء مجموعات بيانات وطنية لتقريره: *النظرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة*.

جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

الدروس الرئيسية المستفادة في الحفاظ على التأثير

1. يُعدّ الفهم المستمر للظروف، والقدرات، والعلاقات المحلية أمراً ضرورياً لنجاح تدخلات مركز التجارة الدولية.

لتحقيق أقصى قدر من التأثير، تحتاج المشاريع إلى إجراء تقييم واضح لاحتياجات، وأوضاع، ومدى استعداد الشركات، ومؤسسات دعم التجارة والاستثمار، والهيئات الحكومية الشريكة - قبل بدء المشاريع وأثناء تنفيذها.

2. ترتكز الاستدامة على النجاح في نقل القدرات، والمهارات، والكفاءات إلى المُستفيدين والشركاء بطرق تعزز الملكية المحلية والالتزام طويل الأجل.

ففي نهاية المطاف، سيرتكز النجاح المستمر بعد انتهاء المشاريع على الدعم والقدرات المحلية. ينبغي الانتهاء من سد النقص في مثل هذه القدرات بنهاية المشروع كي يكون إنجاز المشروع ناجحًا.

3. يشبه المستفيدون والشركاء "شركات ناشئة" في رحلتها عبر مسار معقد من الابتكار والتغيير في بيئة محفوفة بالمخاطر وغير مستقرة.

الابتكار يعني التغيير. عندما تدعو مشاريع مركز التجارة الدولية إلى التغيير المتزامن بين الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، ومؤسسات دعم التجارة والاستثمار، والحكومات، قد يستغرق الأمر وقتًا حتى يتكيف الجميع. يمكن أن يكون مركز التجارة الدولية مُيسِّراً يدعم شركاءه وأصحاب المصلحة للعمل على تحقيق أهدافهم الإنمائية.

4. دمج التخطيط للمخاطر والطوارئ في إدارة المشروع يمكّن المستفيدين والشركاء من مواجهة تحديات الاستدامة.

تساعد الإدارة القوية للمخاطر والتخطيط للطوارئ الشركاء والمستفيدين على مواجهة التطورات الكبيرة غير المتوقعة المُلازمة لأي بيئة لبدء التشغيل. وقد أثبتت التجربة أن الإدارة المرنة للمشروع تساعد على تحقيق نتائج ناجحة من خلال تمكين الاستجابات السريعة للمخاطر الناشئة.

5. تبقى نظرية التغيير أداة حيوية لتعزيز الابتكار والتحوّلات المستدامة.

إن تعدّد العوامل التي تؤثر على قدرة شركاء المشروع والمستفيدين منه على توحيد النتائج والبناء عليها بشكل مستقل، يؤكد على أهمية التخطيط والتنفيذ الشاملين للمشاريع. تضمن نظرية التغيير الواضحة تلبية المشاريع والبرامج احتياجات أصحاب المصلحة.

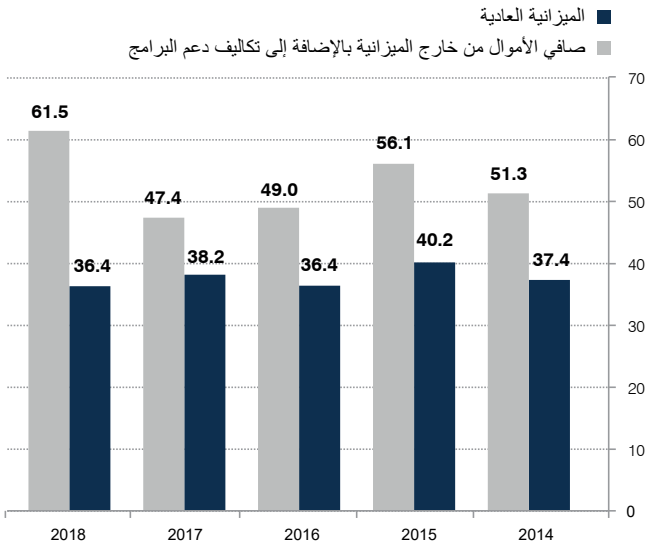
جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

نظرة عامة على الأوضاع المالية

يتمكّن مركز التجارة الدولية من تنفيذ ولايته من خلال مصدرين للتمويل: الميزانية العادية (RB) والأموال من خارج الميزانية (XB). تُموّل الميزانية العادية (RB) بالتساوي من قِبَل كلٍّ من الأمم المتحدة (UN) ومنظمة التجارة العالمية (WTO)، وتُقرَّر مرة كل عامين؛ كان عام 2018 هو العام الأول من فترة العامين 2018-2019. تشير الأموال من خارج الميزانية (XB) إلى المساهمات الطوعية التي تقدمها الدول الأعضاء، والمنظمات متعددة الأطراف، وكيانات القطاع الخاص، والمصادر الأخرى، والتي غالبًا ما تغطي عدة سنوات. تُحصَّل تكاليف دعم البرامج (PSC) من خلال خصمٍ من الأموال من خارج الميزانية وتُعتمد الميزانية سنويًا.

في عام 2018، تلقّى مركز التجارة الدولية "رأي تدقيق غير مشروط" بشأن بياناته المالية لعام 2017 أكّد التزامه التام بالمعايير المحاسبية الدولية للقطاع العام (IPSAS) وممارسات الإدارة المالية السليمة.

الشكل 2 نمط الإنفاق خلال الفترة 2014-2018 (مليون دولار أمريكي)



البيانات المالية الرئيسية لعام 2018

- **165.04 مليون دولار أمريكي** القيمة الإجمالية للاتفاقات الجديدة للأموال من خارج الميزانية والموقعة في 2018، وذلك لمشاريع قائمة حتى عام 2023 (2017: 102.48 مليون دولار أمريكي).
- **166.53 مليون دولار أمريكي** إجمالي الموارد المتاحة في عام 2018، وتتألف من رصيد افتتاحي قدره 32.75 مليون دولار أمريكي و 133.78 مليون دولار أمريكي كمساهمات جديدة (2017: 122.75 مليون دولار أمريكي).
- **133.78 مليون دولار أمريكي** إجمالي المساهمات الواردة (2017: 93.75 مليون دولار أمريكي).
- **104.00 مليون دولار أمريكي** إجمالي النفقات التراكمية (2017: 89.76 مليون دولار أمريكي).

كانت جهود مركز التجارة الدولية لجمع الأموال ناجحة للغاية في عام 2018، حيث أسفرت عن توقيع اتفاقات تمويل جديدة بقيمة 165.04 مليون دولار أمريكي. وقد أتاح ذلك توسيع أنشطة مركز التجارة الدولية لتلبية الطلب المتزايد على خدماته.

ارتفع إجمالي النفقات في عام 2018 بنسبة 16% مقارنةً بعام 2017. وفي حين انخفضت نفقات الميزانية العادية في السنة الأولى من فترة العامين بمقدار 1.83 مليون دولار أمريكي لتصل إلى 36.35 مليون دولار أمريكي، زاد الإنفاق من خارج الميزانية على المساعدة الفنية، وبناء القدرات، والمعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق بنسبة 38% ليصل إلى 63.94 مليون دولار أمريكي. وبلغت نفقات تكاليف دعم البرامج (PSC) 3.72 مليون دولار أمريكي، بانخفاض قدره 1.63 مليون دولار أمريكي.

الجدول 1 حالة الموارد (الإجمالي بالمليون دولار أمريكي) في 31 ديسمبر 2018

البيان	الرصيد الافتتاحي	صافي الإيرادات المقبوضة*	النفقات	مجموع المبالغ النقدية في اليد
الميزانية العادية	-	37.60	36.35	1.26
تكاليف دعم البرامج	1.18	6.18	3.72	3.64
مجموع الموارد من خارج الميزانية	31.57	89.99	63.94	57.62
مجموع الموارد من خارج الميزانية، النافذة 1	2.88	18.15	12.73	8.30
مجموع الموارد من خارج الميزانية، النافذة 2	28.69	71.84	51.21	49.32
المجموع	**32.75**	**133.78**	**104.00**	**62.52**

* صافي المساهمة بما في ذلك المبالغ المُستردة للجهات المانحة (0.58 مليون دولار أمريكي)، باستثناء الفوائد والتحويلات إلى احتياطيات التشغيل.

الميزانية العادية

تُقدم كلٌ من الأمم المتحدة ومنظمة التجارة العالمية مساهمات متساوية لتمويل الميزانية العادية للمركز لفترة عامين، والتي تغطي تكاليف التشغيل بما في ذلك الرواتب والمصروفات العامة للموظفين. كما تُموّل الميزانية العادية أعمال البحوث والتطوير العامة حول تعزيز التجارة وتنمية الصادرات، وينتج عن جزءٍ منها دراسات منشورة، ومعلومات الأسواق، والخدمات الإحصائية.

- 37.60 مليون دولار أمريكي من موارد الميزانية العادية كانت متاحة للعام 2018.
- 36.35 مليون دولار أمريكي سُجّلت كنفقات في 31 ديسمبر 2018، ما يعني معدل تنفيذ قدره 97% من الموارد المتاحة.

لأغراض العرض، يتم توزيع ميزانية فترة العامين بالتساوي على العامين، رغم أن الزيادات القانونية تعني ارتفاع تكاليف الموظفين في السنة الثانية.

الأموال من خارج الميزانية

شمل إجمالي الموارد المتاحة في عام 2018 ما يلي:

- 31.57 مليون دولار أمريكي مُرَحّلة من عام 2017.
- 89.99 مليون دولار أمريكي إجمالي المساهمات الواردة في عام 2018.

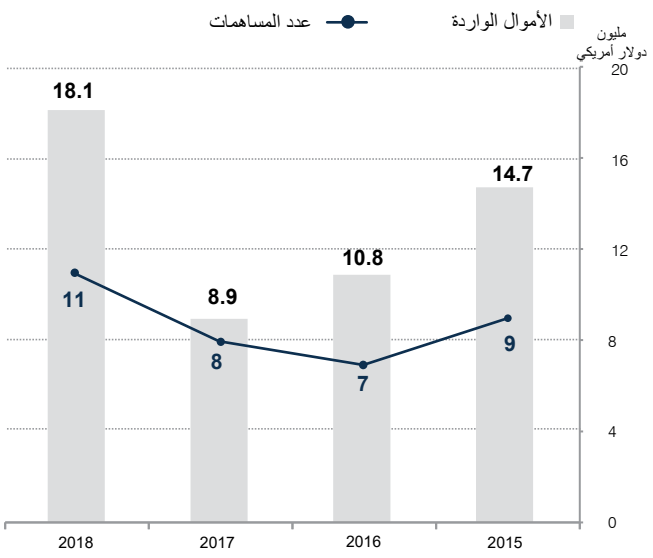
واصل مركز التجارة الدولية بناء علاقات قوية مع مجموعة من المُموّلين، حيث حصل على 165.04 مليون دولار أمريكي من اتفاقات مع حكومات مانحة ووكالات متعددة الأطراف ومؤسسات دولية.

رغم الوضع الإجمالي الذي اتسم بتقييد التمويل لبرامج التنمية الدولية، وصلت المساهمات لمركز التجارة الدولية من خارج الميزانية (XB) في عام 2018 إلى مستوى قياسي بلغ 89.99 مليون دولار أمريكي. جاءت هذه المساهمات من قاعدة متنوعة بشكل متزايد: قدّم 14 مموّلًا أكثر من مليون دولار أمريكي من كلٍّ منهم، حيث مثل إجمالي مساهماتهم 88% من تمويل XB.

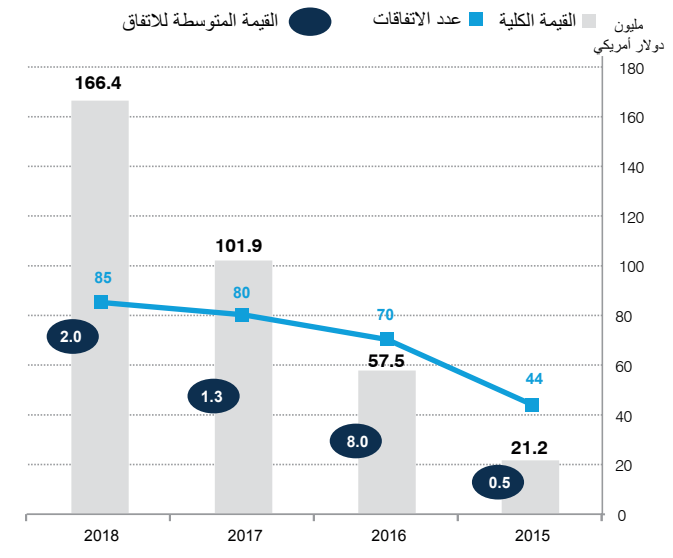
يوضح الشكل 3 تطور المساهمات غير المُخصّصة والمساهمات المُخصّصة بشكلٍ مُيسّر (والتي يُطلق عليها النافذة 1) من حيث عدد المساهمين والقيمة الإجمالية لمساهماتهم.

شكّلت إنجازات مركز التجارة الدولية من خارج الميزانية بقيمة 63.94 مليون دولار أمريكي في عام 2018 زيادة بنسبة 38% عن العام السابق، مما يعكس الطلب المتزايد على خدمات مركز التجارة الدولية وكذلك التحوّل المستمر نحو البرامج الكبيرة. نظراً للطبيعة متعددة السنوات لهذه البرامج، قام مركز التجارة الدولية بترحيل رصيد قدره 57.62 مليون دولار أمريكي (مقارنةً بمبلغ 31.57 مليون دولار أمريكي في نهاية عام 2017) لاستخدامه في الأنشطة في عام 2019 وما بعده، والتي تم توقيع اتفاقات تمويل لها بقيمة 174.50 مليون دولار أمريكي بالفعل.

الشكل 3 النافذة 1 - المساهمات خلال الفترة 2015-2018 (مليون دولار أمريكي)



الشكل 4 اتفاقات التمويل المُوقّعة خلال الفترة 2015-2018 (مليون دولار أمريكي)



الجدول 2 النفقات من الميزانية العادية في عام 2018 (إجمالي بالمليون دولار أمريكي)*

الفئات	النفقات
تكلفة الموظفين وغيرهم من الأفراد	30.1
نفقات التشغيل وغيرها من النفقات المباشرة	4.2
الخدمات التعاقدية	0.9
المعدات، والمركبات، والأثاث	0.6
السفريات	0.5
اللوازم، والسلع، والمواد	0.1
المجموع	**36.35**
الموارد المتوفرة	37.60
التسليم، %	%96.7

* تُعتمد الميزانية العادية بالفرنك السويسري. تم تحويل المبالغ الواردة في الجدول أعلاه إلى دولارات أمريكية لتسهيل مقارنة البيانات وتقديم نظرة شاملة عن الوضع المالي لمركز التجارة الدولية لأغراض المحاسبة والإبلاغ.

الجدول 3 النفقات من خارج الميزانية في عام 2018 (إجمالي بالمليون دولار أمريكي)

الفئات	النفقات
الخبراء الفنيون والموظفون الآخرون	44.0
نفقات التشغيل وغيرها من النفقات المباشرة	7.6
السفريات	6.9
الخدمات التعاقدية	2.3
التحويلات والمنح الصادرة للشركاء المُنفّذين	2.1
المُعدّات، والمركبات، والأثاث	0.8
اللوازم، والسلع، والمواد	0.1
المجموع	**63.9**

الجدول 4 النفقات من خارج الميزانية في عام 2018 (إجمالي بالمليون دولار أمريكي)

مجالات التركيز	النفقات
توفير المعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق	5.6
بناء بيئة أعمال مواتية	7.4
تعزيز مؤسسات دعم التجارة والاستثمار	4.6
الربط بسلاسل القيمة الدولية	15.5
تعزيز وتعميم التجارة الشاملة والخضراء	19.6
دعم التكامل الاقتصادي الإقليمي والروابط بين الدول النامية	9.8
المؤسسة	1.4
المجموع	**63.9**

رغم أنه من المتوقع أن يستمر الاتجاه نحو المزيد من التمويل من خارج الميزانية، سيظل الحفاظ على تقديم المساعدة الفنية من مركز التجارة الدولية متوقفًا على المستويات المستقبلية للميزانية العادية أيضًا.

حساب دعم البرامج

تمشياً مع الإجراءات المالية للأمم المتحدة، يتقاضى مركز التجارة الدولية رسوم تكاليف قياسية لدعم البرامج تتراوح ما بين 7% و 13% كنفقات من خارج الميزانية. يُستخدَم إيراد دعم البرامج هذا لتغطية التكاليف غير المباشرة والإضافية المرتبطة بالمشاريع المموّلة من خارج الميزانية، مثل الإدارة المركزية للموارد البشرية والمالية، وموارد تقنية المعلومات، إلى جانب الرصد والإشراف.

- 6.18 مليون دولار أمريكي تم تلقّيها كإيراد من تكاليف دعم البرامج في عام 2018، بالإضافة إلى 1.18 مليون دولار أمريكي مُرَحّلة من عام 2017.
- 3.72 مليون دولار أمريكي نفقات تكاليف دعم البرامج.
- 3.64 مليون دولار أمريكي رصيد متبقّي في حساب تكاليف دعم البرامج في نهاية العام.

إصلاحات الميزانية في الأمم المتحدة

وافقت الجمعية العامة للأمم المتحدة، على أساس تجريبي، على التحوّل من ميزانية كل عامين إلى ميزانية سنوية لأمانة الأمم المتحدة. تهدف هذه الخطوة إلى تحسين إدارة الأداء، والتخطيط، والإبلاغ عن استخدام الموارد. سيستلزم ذلك تغييرات، مثل صيغة جديدة للميزانية ومتطلبات جديدة لتقديم معلومات تكميلية لهيئات المراجعة، ومخطط زمني جديد لإعداد الميزانية وتقديمها، والاستغناء عن تقارير منتصف المدة، ووضع حد لممارسة ترحيل الأموال غير المُنفَقة في نهاية العام.

وفي الوقت نفسه، ستحتفظ منظمة التجارة العالمية - المنظمة الأم الأخرى لمركز التجارة الدولية - بعملية الميزانية الحالية القائمة على فترة العامين. إذا أقرّت الجمعية العامة للأمم المتحدة التحوّل إلى الميزانية السنوية بشكلٍ دائم، فسيكون لذلك تأثيرات على الترتيبات الإدارية المتعلقة بميزانية مركز التجارة الدولية.

في مسألة منفصلة تتعلق أيضًا بتفاعل إجراءات الموازنة بين مُنظمتيْه الأم، تم تخفيض الميزانية العادية لمركز التجارة الدولية بالفرنك السويسري عدة مرات في السنوات الأخيرة. تدير الأمم المتحدة برنامج ميزانية لفترة عامين بالدولار الأمريكي، والذي يتضمن منهجية "إعادة تقدير التكاليف" التي تسمح بتعديلات في الميزانية على أساس التغيّرات في أسعار الصرف، والتضخم، وغير ذلك من المعايير. تدير منظمة التجارة العالمية ميزانية لفترة عامين تستند إلى الفرنك السويسري، ولا تسمح بتعديلات نتيجة إعادة تقدير التكاليف خلال فترة العامين. تعمل القاعدة التي تنص على مساهمة متكافئة من كلتا المنظمتين الأمّ في الميزانية العادية للمركز بشكل غير متماثل: فبينما يتعيّن على منظمة التجارة العالمية مضاهاة تعديلات الأمم المتحدة التخفيضية نتيجة إعادة تقدير التكاليف، لا يكون بوسعها إنفاذ تلك التعديلات عندما تكون تصاعدية.

استجابةً لهذا التحدي، أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة في ديسمبر 2018 ترتيبًا منقحًا لإعادة تقدير التكاليف لمركز التجارة الدولية سينتج عنه ميزانية مستقرة بالفرنك السويسري، حتى لو كان المبلغ بالدولار الأمريكي في ميزانية برنامج الأمم المتحدة يختلف وفقًا للتغيّرات في سعر الصرف.

جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

إدارة الموارد البشرية

تضمنت الأولويات العليا لفريق إدارة الموارد البشرية في مركز التجارة الدولية في عام 2018 تعزيز سياسة عدم التسامح مطلقًا تجاه السلوك المحظور؛ واستمرار العمل من أجل تحقيق المساواة بين الجنسين داخل المنظمة؛ وتحسين سياسات وأنظمة التوازن بين العمل والحياة؛ وتحسين عمليات التوظيف؛ وتصميم وتنفيذ إطار لتطوير المواهب؛ وتسجيل المجموعات المختلفة من مهارات موظفي مركز التجارة الدولية في قاعدة بيانات لتحديد الثغرات وتسهيل تخطيط القوى العاملة.

عدم التسامح مع السلوك المحظور

منذ عام 2010، وتمشياً مع سياسة الأمم المتحدة، اتبع مركز التجارة الدولية سياسة عدم التسامح مطلقًا مع السلوك المحظور - والذي يشمل التمييز، والتحرش (بما في ذلك التحرش الجنسي)، وإساءة استخدام السلطة. ويعني ذلك أن مركز التجارة الدولية، كجزء من التزامه ببيئة عمل آمنة ومتكافئة، يوفر سُبلاً للموظفين للإبلاغ عن التحرش الجنسي وطلب المساعدة، ويدعم ضحايا التحرش الجنسي، ويحمي المُبلِّغين. يُذكَّر الموظفون، لاسيّما المديرون، بانتظام بمسؤولياتهم عن الكشف عن المضايقات ودعم الضحايا.

في عام 2018، عزز مركز التجارة الدولية سياسة عدم التسامح مطلقًا من خلال إلزام الموظفين بقراءة وقبول مجموعة جديدة من المبادئ التوجيهية التي توضح معايير السلوك المتوقعة منهم، وقيامهم - من خلال حوار مع المشرفين عليهم - بتعبئة وحدة مكتب الأخلاقيات التابع للأمم المتحدة "معايير السلوك: ما هو المتوقع مني؟". نظّم فريق الموارد البشرية في مركز التجارة الدولية برامج تدريبية للموظفين المهتمين بشأن التحيز اللاشعوري والشمولية في مكان العمل، وقام برصد مدى امتثال الموظفين لمتطلبات التدريب الإلزامي بشأن التحرش - وهي المتطلبات التي امتدت أيضًا لتشمل الاستشاريين والمقاولين.

المساواة بين الجنسين

واصل مركز التجارة الدولية تحركاته نحو تحقيق المساواة بين الجنسين من خلال التواصل المُستهدف لاجتذاب النساء المهنيات المؤهلات واستخدام بطاقة تسجيل شهرية لرصد التقدم المحرز نحو تحقيق التكافؤ بين الجنسين. في نهاية عام 2018، بلغت النسبة المئوية للنساء المهنيات العاملات في مركز التجارة الدولية 44% عمومًا - ارتفاعًا من 41% في العام السابق - بزيادة بنسبة 54% في المستوى P-2 و 52% في المستوى P-3. تقدمت حصة الموظفات في المستوى P-4 نحو التكافؤ. أكّدت المديرة التنفيذية لمركز التجارة الدولية تعهّدها بالوصول إلى التكافؤ بين الجنسين في معظم المستويات المهنية بحلول عام 2020، مع تحقيق التكافؤ في المستوى P-5 بحلول عام 2023.

بالإضافة إلى ذلك، عقد مركز التجارة الدولية شراكة مع الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU) لإطلاق برنامج توجيهي مشترك لمعالجة الفجوات في البيئة التمكينية للنساء الرائدات. يتلقى المشاركون الدعم في المراحل الحرجة في حياتهم المهنية من القادة ذوي الخبرة من مركز التجارة الدولية والاتحاد الدولي للاتصالات، رجالًا ونساءً. تمتع المتدرّبون بالوصول إلى فرص التواصل عبر المنظمات والتعلّم التجريبي بشأن التغلب على التحديات المتعلقة بالعمل وتطوير الكفاءات الإدارية.

توازن الحياة مع العمل

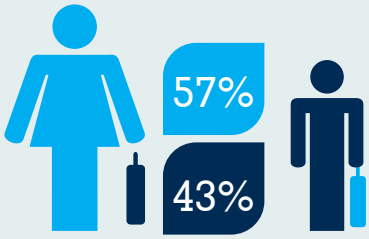
في مارس 2018، بعد دراسة استقصائية للموظفين، عزز مركز التجارة الدولية سياسات التوازن بين العمل والحياة لديه لخلق بيئة عمل مواتية، وتحسين مشاركة الموظفين وإنتاجيتهم، وتعزيز الإدارة القائمة على النتائج من خلال تحديد أولويات الأداء الفردي، ومساعدة الموظفين على إدارة المتطلبات على وقتهم بشكل أفضل.

امتدت القدرة على استخدام خيارات التوازن بين العمل والحياة، مثل العمل عن بُعد وساعات العمل المتداخلة، بما في ذلك نصف يوم واستراحات الغداء الإلزامية الأقصر، لتشمل العاملين بدوام جزئي.

حسّن مركز التجارة الدولية نظامه الداخلي على الإنترنت لتتبع الإجراءات الإدارية بشأن طلبات استخدام مواطن المرونة في التوازن بين العمل والحياة،

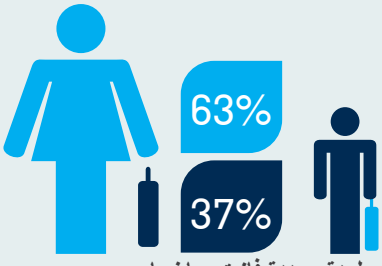
جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

الموارد البشرية في مركز التجارة الدولية بلغة الأرقام

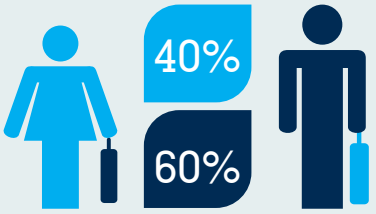


323
موظفاً يُمثلون 82 جنسية

110
متدرباً مشاركاً من 38 دولة



63%
من مسابقات التوظيف لمدة محددة فازت بها نساء



907
استشاريون ومقاولون منفردون
(من 117 بلداً)

49%
من المسابقات على المستوى المهني أو أعلى فاز بها مرشحون من بلدان نامية أو أقل نمواً

119
موظفاً من البلدان النامية أو التي تمر بمرحلة انتقالية

16
موظفاً من البلدان الأقل نمواً

الانطباعات الأولى

يو زانغ
مسؤول فني مُبتدئ، مكتب آسيا والمحيط الهادي (الصين)

تشمل وظيفتي دعم تصميم وتنفيذ مشاريع المساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة في منطقة آسيا والمحيط الهادي، وخاصةً في البلدان الأقل نمواً. لقد رأيت بشكل مباشر كيف يدعم مركز التجارة الدولية الشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال بناء القدرات وتعزيز سلاسلَ قيمة أقوى. في عام 2018، كنت جزءًا من فريق مركز التجارة الدولية الذي قدّم الدعم إلى ما يقرب من 100 من الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة من 20 دولة للمشاركة في معرض الصين الدولي للاستيراد 2018 في شنغهاي، والذي أدى إلى صفقات قيمتها 116 مليون دولار أمريكي. وفّر لي مركز التجارة الدولية فرصاً كبيرة للنمو، ويشرفني أن أعمل مع زملاء رائعين من مختلف أنحاء العالم في مركز التجارة الدولية.

جوديث فيشاي مسؤولة برنامج السياسات، مبادرة التجارة النسائية SheTrades، سلاسل القيمة المستدامة والشاملة (إيطاليا)

انضممتُ مؤخرًا إلى برنامج مركز التجارة الدولية لتمكين المرأة في التجارة. هذا وقت ممتع للغاية لأن أكون هنا، لأن مبادرة SheTrades تعمل بسرعة على التوسع في مشاريعها داخل البلد وكذلك توسيع نطاقها. إننا ننتقل من توفير بناء القدرات ودعم الوصول إلى الأسواق لرائدات الأعمال والمُنتِجات، إلى معالجة الحواجز الهيكلية التي تواجهها النساء في الاقتصاد بشكل أكثر شمولاً، وتشجيع إصلاح السياسات التجارية على المستويين الوطني والإقليمي، فضلاً عن جدول أعمال عالمي بشأن التجارة والنوع الاجتماعي. أنا متحمسة للغاية لوجودي في مركز التجارة الدولية، حيث أعمل مع فِرَق دينامية وذات دافعية ولديها القدرة الفريدة على الانتقال من المشاريع على مستوى الشركات إلى تشكيل جدول الأعمال العالمي للتجارة الشاملة والمستدامة.

سينثيا دي ليما كاردوسون
مساعِدة بيانات ومعلومات، المعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق (البرازيل)

قبل الانضمام إلى فريق المعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق بمركز التجارة الدولية، عملتُ كصحفية تجارية. بحلول ذلك الوقت، كنت مُعجبة بالفعل بعمل مركز التجارة الدولية وجودة بياناته. لهذا السبب كنت حريصة جداً على أن أكون ضمن موظفي مركز التجارة الدولية. تتمثل مهماتي الرئيسية في ترجمة المعلومات الفنية للغاية إلى لغة مبسّطة ونشر الأخبار الجيدة التي تفيد بأنه يمكن التغلب على الحواجز غير المرئية أمام التجارة - أي التدابير غير الجمركية.

مما يعزز سهولة الاستخدام. قدم مركز التجارة الدولية أيضًا مجموعة من المبادئ التدريجية للتوازن بين العمل والحياة لتعزيز المساءلة بين المشرفين والموظفين، مما يضمن للموظفين جلسة استماع عادلة وافتراض أن تتم الموافقة على الطلبات إلى أقصى حد ممكن، مع إلزام كلٍّ من الموظفين والمشرفين باستخدام ترتيبات العمل المرنة بشكل مثمر.

التوظيف والاختيار

خلال عام 2018، قام فريق الموارد البشرية التابع لمركز التجارة الدولية بتجربة استخدام أداة لتقييم الذكاء العاطفي وفق معايير الصناعة في عمليات التوظيف الرئيسية، ووجد أنها وسيلة مفيدة لتحديد المرشحين المناسبين لمتطلبات التوظيف الحالية والمتوقعة. يُعدّ هذا النهج للاختيار الظرفي تكملة مفيدة لأساليب الاختيار التقليدية.

إطار تنمية المواهب

قام مركز التجارة الدولية بتصميم وطرح إطار تطوير المواهب الذي يتألف من الإرشاد المهني، والتوجيه، والمشاركة في عمليات محاكاة لاختيار الوظائف، والتدريب على القدرات الشخصية والمهنية. الهدف من هذا الإطار هو تطوير وتنمية الموارد البشرية الداخلية لمركز التجارة الدولية من أجل زيادة الفعالية الفردية والمؤسسية.

تخطيط القوى العاملة

ستكون قاعدة بيانات تم تطويرها في عام 2018 لمهارات مركز التجارة الدولية بمثابة خلاصة موجزة يتم تحديثها بانتظام لمهارات الموظفين للاستفادة من هذه المهارات بأقصى ما يمكن وتحديد الفجوات التي تتخللها. ستغذي المعلومات في قاعدة البيانات خطط مركز التجارة الدولية لنشر القوى العاملة وكذلك لأنشطة التعلم والتطوير.

جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

مختبر الابتكار التابع لمركز التجارة الدولية

أُنشئ مختبر الابتكار التابع لمركز التجارة الدولية استجابةً للحاجة إلى التكيّف بسرعة مع التغيّرات في الطرق التي تقدم بها الجهات الفاعلة في مجال التجارة والتنمية المساعدة الفنية. ويسعى المختبر إلى إعداد الأفراد والفِرَق في مختلف أقسام مركز التجارة الدولية للاستفادة من التقنيات الجديدة ونماذج الأعمال الجديدة لضمان قدرة المنظمة على تكييف نفسها باستمرار لتظل ملائمة لاحتياجات عملائها.

في مركز التجارة الدولية، يعني الابتكار ثقافة إعادة التفكير في النُّهُج، وتوليد وتنفيذ أفكار جديدة، وتقاسم الدروس المستفادة - كل ذلك بهدف تقديم المساعدة الفنية المتعلقة بالتجارة بشكل أكثر فعالية مع زيادة القيمة مقابل المال.

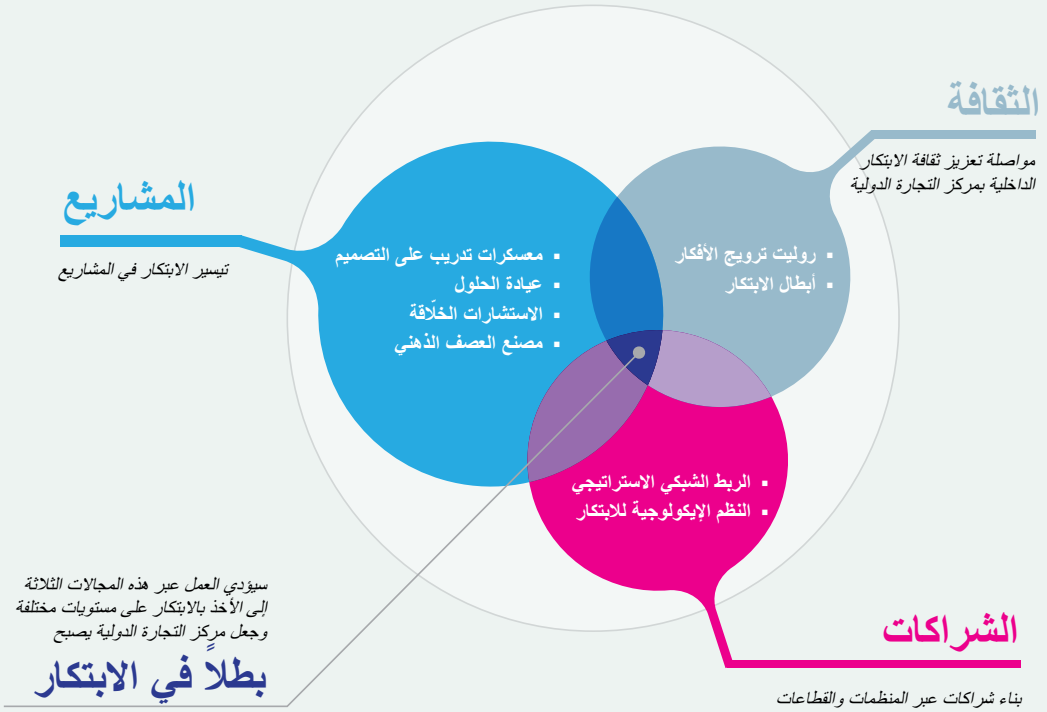
منذ إنشائه في عام 2014، قام مختبر الابتكار بريادة سلسلة من الأنشطة، حيث عمل مع فِرَق المركز والخبراء الخارجيين لتحفيز الابتكار في تصميم المشاريع وتنفيذها. في عام 2018، أنشأ المختبر عدة برامج جديدة وقام بتجريبها، مثل تحديد أبطال الابتكار داخل مركز التجارة الدولية، وإقامة فعاليات منتظمة لتعريف الزملاء بأدوات وتطبيقات جديدة مفيدة محتملة. استنادًا إلى تعليقات المُستخدمين والشركاء، قام المختبر بتعديل محفظة أنشطته لتشمل، على سبيل المثال، نسخة أقصر من المعسكر التدريبي للابتكار (Innovation Bootcamp) الذي يستخدم التصميم الذي يُركّز على الإنسان لتطوير الحلول.

لا يوجد أي موظفين مُكرّسين للعمل في المختبر؛ بدلاً من ذلك، يتطوع الأفراد من مختلف أقسام مركز التجارة الدولية للعمل على أنشطته كفريق. في عام 2018، خصّص مركز التجارة الدولية 200,000 دولار أمريكي من تمويله الأساسي لدعم عمل مختبر الابتكار.

النقاط البارزة في عام 2018

- 674 شخصاً تعلّموا عن التفكير الإبداعي والابتكار في التجارة من خلال أنشطة مثل: جوائز أبطال الابتكار، وسباق الابتكار (Innovation Sprint)، ومؤتمر أهيمسا (التراحم)، واجتماعات المانحين، وجلسات الترويج.
- 3 تحسينات تم تفعيلها في العمليات الداخلية: استخدام نظام إدارة علاقات العملاء (CRM)، ومراجعة خدمات مكتبة مركز التجارة الدولية، وتعميم مراعاة منظور النوع الاجتماعي.
- 5 علاقات تعاون جديدة تم تطويرها مع: خبراء فرديين، ومركز جنيف للإبداع، وصندوق أهيمسا (التراحم)، ومعهد كبار المدرّبين. انضم المختبر إلى شبكة الأمم المتحدة للابتكار.
- 121 شخصاً تم تدريبهم على أساليب الابتكار وأدواته في مختلف أقسام مركز التجارة الدولية ضمن جلسات عيادات الحلول، وجلسات العصف الذهني وبرامج الابتكار بمركز التجارة الدولية: المعسكر التدريبي للابتكار (Innovation Bootcamp) وسباق الابتكار (Innovation Sprint).
- 10 مبادرات لمشاريع ابتكار تم توفير الحضانة لها. تم بالفعل الترويج لخمسة مشاريع مع جمهور خارجي، اثنان منها في مرحلة بدء التطوير وخمسة أُجيزت من المعسكر التدريبي للابتكار (Innovation Bootcamp) في شهر نوفمبر.
- 5 مبادرات في أقسام مختلفة من مركز التجارة الدولية تم تعزيزها بمُدخلات من المختبر: أنشطة مشروع تمكين الشباب في غامبيا (YEP Gambia) حول التفكير التصميمي، وتيسير ورشة عمل ضمن برنامج سباق الابتكار (Innovation Sprint) لمبادرة الهجرة والتشرد، وتقديم مُدخلات إلى مجموعات العمل عن العروض التجارية الرقمية وتعميم مراعاة البيئة.

الشكل 4 المجالات الثلاثة والأنشطة الرئيسية لمختبر الابتكار



عمل المختبر

لتحقيق مهمته في عام 2018، عمل مختبر الابتكار في ثلاثة مجالات: الثقافة، والمشاريع، والشراكات.

ضِمن كل مجال، أنجز مختبر الابتكار أنشطة أدخلت وعززت الابتكار على مستويات مختلفة من المنظمة.

الجديد في عام 2018

مشروع الابتكار

- **Bootcamp 555**

تم إطلاق نموذج جديد من برنامج المعسكر التدريبي للابتكار Bootcamp في يناير 2018. بدلاً من اتباع نموذج يستغرق مدة شهرين مثل برنامج Bootcamp الأصلي، وفّر برنامج Bootcamp 555 تدريباً مكثفاً على التصميم الذي يُركّز على الإنسان لخمسة فِرَق لمدة خمسة أيام، تتلوه فترة حضانة مدتها خمسة أشهر. تم تدريب 20 شخصًا، وقد انتقل مشروع واحد إلى طور التنفيذ بالفعل.

- **تدريب المدربين في مجال التصميم الذي يركّز على الإنسان (YEP Gambia)**

كجزء من مشروع تمكين الشباب (YEP)، وفّر مختبر الابتكار التدريب لـ 15 مدربًا في غامبيا على التصميم الذي يركّز على الإنسان. أصبح ستة من هؤلاء مُدرّبين مُعتمَدين في مجال التفكير التصميمي، وهم يعملون الآن مع Startup Incubator Gambia (مؤسسة حضانة الشركات الناشئة في غامبيا) حيث قاموا بالفعل بتدريب 60 من رواد الأعمال الشباب على كيفية تطبيق المنهجية في أعمالهم.

- **السلسلة الفنية (Tech Series)**

هي سلسلة من الجلسات التي يستضيفها مختبر الابتكار، حيث تُقدم أحدث التقنيات والأدوات والتطبيقات لدعم موظفي مركز التجارة الدولية في عملهم اليومي.

ثقافة الابتكار

- **أبطال الابتكار (Innovation Champions)** هو برنامج رائد يُشرك المستشارين، ومُولّدي الأفكار، والمؤثرين في مجال الابتكار داخل المنظمة. يُشرك البرنامج الموظفين على مختلف المستويات في المنظمة للقيام بـ: (1) تيسير تطبيق الابتكار داخل المشاريع والعمليات؛ (2) تشجيع الابتكار على جميع المستويات، وخاصةً على مستوى الشركات؛ و (3) إقامة روابط أوسع مع شركاء مركز التجارة الدولية.

الشراكات

- **سباق الابتكار (Innovation Sprint) للفرص الاقتصادية للسكان النازحين**

في شراكة مع مركز جنيف للإبداع، صمّم المختبر ورشة عمل للابتكار السريع مدتها ثماني ساعات وقام بتيسيرها. اجتمع 15 شخصًا من المناطق المحيطة بجنيف لتوليد الأفكار، وتطوير الحلول، وتقديم أفكارهم.

- **شبكة الابتكار التابعة للأمم المتحدة (UNIN)**

قام المختبر بتطوير وجوده داخل النظام الإيكولوجي للابتكار في جنيف والأمم المتحدة واتخذ الخطوة الرئيسية للانضمام إلى شبكة الأمم المتحدة للابتكار. ضمن مزايا العضوية، سيكون للمختبر الحق في الوصول إلى المعارف بشأن الابتكار من مختلف أنحاء منظومة الأمم المتحدة، كما ستتاح له الفرصة لحضور ندوات عبر الإنترنت تُركّز على الابتكار وتقديم مواد تدريبية فيها.

1.-2. *ورشة عمل المعسكر التدريبي للابتكار (Innovation Bootcamp)* ***3.*** *ريجينالد بين-ايميا، المتحدث الرئيسي في نهائيات المعسكر التدريبي للابتكار (Innovation Bootcamp)* ***4.*** *أبطال الابتكار 2018-2019*

الدروس المستفادة

من خلال تنفيذ أنشطته، حدّد المختبر الدروس والتحديات التي ينبغي أخذها بعين الاعتبار في عام 2019.

- تم تحديد الاتصال باعتباره مجالًا أساسيًا لتعزيز الوعي داخل المنظمة حول دور مختبر الابتكار وخدماته، وحول الابتكار في عمل مركز التجارة الدولية بشكل عام. وفقًا لذلك، طوّر المختبر استراتيجية للاتصال لعام 2019.
- استجابةً للطلب المتزايد على خدمات المختبر، يعمل أعضاء المختبر على تحديث هيكل حوكمة المختبر لإدارة الطلب بشكل مناسب.
- يتمتع المختبر بثروة من الخبرة الداخلية، والتي هي محل تقدير المشاركين في أنشطته المختلفة (المعسكر التدريبي للابتكار، وسلاسل الابتكار الفنية، وتسهيل تبادل الأفكار، وعيادات الحلول، إلخ). في المستقبل، سينظر المختبر في توفير بعض الأنشطة داخليًا بدلاً من التعاقد مع مُيسّرين خارجيّين.
- لتحقيق أقصى قدر من المشاركة، ينبغي أن تكون جدولة المختبر مرنة وعلى دراية بأعباء العمل المختلفة في مختلف أنحاء المنظمة.

ماذا بعد؟

تميّز عام 2018 بالنمو والاعتراف بقدرة المختبر على الإنجاز. تمشياً مع خطته الاستراتيجية الداخلية لمدة ثلاث سنوات، سيواصل مختبر الابتكار أنشطة مثل جوائز المعسكر التدريبي للابتكار وجوائز أبطال الابتكار، بالتزامن مع تجريب مبادرات جديدة مثل إنشاء مجموعة من منهجيات الابتكار المُصمّمة خصيصًا لمركز التجارة الدولية، واستكشاف كيفية دمج الابتكار في دورة المشاريع، والبناء على التعاون مع الشركاء الخارجيين.

جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

الاتصال والتواصل

يتواصل مركز التجارة الدولية من خلال وسائط الإعلام التقليدية والاجتماعية من أجل إبراز صورة مشاريعه، وأدواته، وتحليلاته للسياسات، ودعوته لدعم التجارة الشاملة.

في عام 2018، اعتمد مركز التجارة الدولية على جهوده للتعامل مع وسائط الإعلام المؤثرة في البلدان المُستفيدة والمُموِّلة. وقد أثمرت هذه الجهود من حيث التغطية الصحفية: تضاعف عدد المرات التي ذكرت فيها وسائل الإعلام مركز التجارة الدولية تقريباً، حيث زاد بنسبة 99% إلى 12,742. تُواصل مصادر الأخبار العالمية، مثل بلومبرج ورويترز، استخدام بيانات مركز التجارة الدولية في تغطياتها التجارية، وكذلك الحال بالنسبة لمجموعة واسعة من مقدمي خدمات الإعلام الوطنية. حظيت مبادرات مركز التجارة الدولية بتغطية في وسائل الإعلام المحلية والوطنية، وكذلك في المنافذ الإقليمية والعالمية. كما بث مركز التجارة الدولية رسائله من خلال الصحافة في مقالات افتتاحية ومقابلات مع وسائل الإعلام المطبوعة والمرئية.

تلقّى موقع مركز التجارة الدولية على الإنترنت أكثر من 3.7 مليون مشاهدة لصفحاته في عام 2018 - بزيادة قدرها 6% عن العام السابق. جاءت هذه المشاهدات خلال 1.94 مليون جلسة مستخدم، بزيادة 7% عن العام السابق. تلقّت الأخبار، والبيانات الصحفية، والاستشارات الإعلامية المتعلقة بعمل مركز التجارة الدولية 137,000 مشاهدة. تلقّى "منتدى التجارة الدولية"، وهو المنشور الفصلي لمركز التجارة الدولية، 274,000 مشاهدة لصفحاته على مدار العام. قام مركز التجارة الدولية بتجديد وإعادة تشغيل نشرة الأخبار الإلكترونية الخاصة به، مما وفّر تحديثات منتظمة حول مشاريع المركز، وفعالياته، ومنشوراته لحوالي 14,000 مُشترِك يتلقّى النشرة عبر البريد الإلكتروني.

استمرت وسائط التواصل الاجتماعي في النمو كوسيلة لمركز التجارة الدولية لنشر الأخبار حول المشاريع والفعاليات والمنشورات، وكذلك للتواصل مباشرةً مع جمهور أوسع. خلال عام 2018، حقق الحساب الرئيسي لمركز التجارة الدولية على تويتر (@ITCnews) زيادة قدرها 24% في عدد متابعيه، ليصل المجموع إلى 27,751 متابع. كما نمت شبكة مركز التجارة الدولية على منصة LinkedIn بنسبة 24% لتصل إلى 32,749 مشارك. وعلى فيسبوك، نما عدد متابعي مركز التجارة الدولية بنسبة 17% ليصل إلى 20,881 متابع. بعد البدء في استخدام إنستاجرام في عام 2017 للتواصل مع جمهورٍ أصغر سناً، توسع متابعو مركز التجارة الدولية عليه بنسبة 43%، ليصل عددهم إلى أكثر من 3,500 متابع.

لفتت حملات وسائط التواصل الاجتماعي التي تركز على مقاطع الفيديو والرسومات المعلوماتية الانتباه وجذبت حركة المرور عبر الإنترنت إلى عمل مركز التجارة الدولية. من الابتكارات التي لاقت رواجاً كبيراً بشكل خاص سلسلة من مقاطع الفيديو القصيرة، والتي غالبًا ما كانت مصحوبة بمقالات على الإنترنت، تعرض معلومات مستقاة من أدوات مركز التجارة الدولية الخاصة بالمعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق تحت الوسم #ITCdata. زادت تنزيلات ومشاهدات مقاطع الفيديو الخاصة بمركز التجارة الدولية عبر المنصات المختلفة، بما في ذلك YouTube، بنسبة 14% إلى أكثر من 263,000.

المنشورات

النظرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة 2018.

1. جناح مركز التجارة الدولية في المنتدى العام لمنظمة التجارة العالمية 2018 ***2.*** اليوم العالمي للمرأة 2018
3. مركز التجارة الدولية: وسائط التواصل الاجتماعية في خِضمّ العمل

1.94 مليون

زوّار موقع مركز التجارة الدولية على الإنترنت
(بزيادة 7% عن عام 2017)

3.7 مليون

مُشاهدة لصفحات مركز التجارة الدولية على الإنترنت
(بزيادة 6% عن عام 2017)

12 742

عدد المرات التي ذُكر فيها المركز في الصحافة ووسائل الإعلام
(بزيادة 99% عن عام 2017)

32 278

تنزيلاً لمطبوعات المركز على الإنترنت

المتابعون عبر شبكات التواصل الاجتماعي
(نسبة الزيادة عن عام 2017)

فيسبوك	17%
تويتر	24%
لينكد إن	24%

تُعدّ المنشورات التي تقدم تحليلات متعلقة بالسياسات والسوق للشركات والحكومات والباحثين مكونًا رئيسيًا في التواصل الخارجي لمركز التجارة الدولية.

كان تعزيز القدرة التنافسية للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الرقمي موضوعًا متكررًا في 45 من منشورات مركز التجارة الدولية الصادرة عام 2018. وتراوحت الموضوعات الأخرى التي تناولتها المنشورات من الاستثمار الصيني في إفريقيا إلى استخدام الطلب على الصادرات لخلق فرص عمل للنساء في الأردن. قدّم *دليل الأعمال لاتفاق التجارة الحرة القارية الإفريقية* رؤى ثاقبة حول الكيفية التي يمكن بها للشركات من جميع الأحجام الاستفادة من التحركات المستمرة نحو اقتصاد إفريقي بلا حدود. استهدفت المنشورات باللغات العربية والفرنسية والصينية جماهير مُحدّدة في المنطقة.

بلغ إجمالي عدد التنزيلات على شبكة الإنترنت لمنشورات عام 2018 والمنشورات السابقة 32,278. كانت المنشورات الأكثر تنزيلًا هي *دليل مركز التجارة الدولية للبُنّ*، *والعقود النموذجية للشركات الصغيرة*، *والنظرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة*، *وتقرير حالة الأسواق المستدامة*. يقوم مركز التجارة الدولية بشكل متزايد بربط إصدار المنشورات وتسويقها بالأحداث والتطورات الإخبارية لزيادة اهتمام وسائل الإعلام بها وضمان وصولها إلى جمهور أوسع.

حلّل الإصدار الرابع من التقرير الرئيسي السنوي لمركز التجارة الدولية، *النظرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة 2018: النظم الإيكولوجية للأعمال من أجل العصر الرقمي* كيف أن المنصات التجارية على الإنترنت تُغيّر طرق عمل الشركات الصغيرة. واقترح التقرير جدول أعمال للكيفية التي يمكن بها للجهات الفاعلة المختلفة في النظام الإيكولوجي للأعمال، مثل منظمات ترويج التجارة والاستثمار، ومؤسسات التدريب على المهارات، وهيئات ضمان الجودة، العمل على توسيع نطاق الوصول إلى فوائد الرقمنة وجعل التجارة والنمو أكثر شمولاً.

جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

فعاليات مركز التجارة الدولية

الأحداث الرئيسية

مبادرة التجارة النسائية العالمية (SheTrades Global)

27-6 يونيو، ليفربول

جلب هذا الحدث الرئيسي لمركز التجارة الدولية حول التمكين الاقتصادي للمرأة 500 من رائدات الأعمال وصاحبات الشركات من 56 دولة إلى ليفربول لحضور دورات عن التمويل، والاستثمار، والتفاوض على العقود، واستخدام البيانات في صنع القرار. عُقد أكثر من 650 اجتماعًا تجاريًا بين الشركات والشركات أسفرت عن تمهيدات تجارية بلغت قيمتها 7.5 مليون دولار أمريكي.

يوم الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة 2018: ربط الشباب بالأعمال

27 يونيو، جنيف ونيويورك

قاد مركز التجارة الدولية اليوم الدولي الثاني للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة، الذي كُرّس لتعزيز وضع تلك الشركات كعوامل حافزة لتوظيف الشباب وريادتهم للأعمال. جمعت الأحداث في جنيف ونيويورك روّاد الأعمال الشباب من الجنسين مع خبراء من القطاع الخاص والمجتمع الدبلوماسي لبحث كيفية التغلب على العوائق، مثل الوصول إلى التمويل، التي تمنع روّاد الأعمال الشباب من الاستفادة من الفرص التجارية التي توفرها الاتجاهات الكبرى الحالية مثل التقنية وتغير المناخ.

المنتدى العالمي لتنمية الصادرات

12-11 سبتمبر، لوساكا

جمَع هذا الحدث الرئيسي لمركز التجارة الدولية أكثر من 1200 من رجال الأعمال، ومجتمع السياسات، والمنظمات التجارية، والوكالات الدولية في العاصمة الزامبية للحديث عن الأعمال وممارسة الأعمال التجارية. شهد ملتقى الشباب (Youth UnConference) قيام أعداد من الشباب بطرح آمالهم واهتماماتهم ومطالبهم لعالم أعمال بلا حدود في منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية. قام رواد الأعمال الاجتماعيين الشباب بالترويج لأفكار الأعمال التجارية لديهم، وعرض المواهب المبتكرة من جميع أنحاء أفريقيا. تناولت الجلسات العامة خلق فرص العمل، والأعمال التجارية الزراعية، والتمويل الأخضر، ومخاطر الاستثمار في أفريقيا. عُقدت اجتماعات للتوفيق بين الأعمال التجارية أسفرت عن 1500 تمهيداً تجارياً في قطاع الصناعات الغذائية والصناعات ذات الصلة. غطّت فرص بناء القدرات الفنية والشراكات قضايا مثل التعبئة والتغليف، والاستثمار في التدريب على مهارات العمل والتعلم عبر الإنترنت من خلال أكاديمية التجارة الدولية للشركات الصغيرة والمتوسطة، والاستثمار.
كما أطلق الملتقى فرع زامبيا من مبادرة التجارة النسائية SheTrades.

منتدى التجارة من أجل التنمية المستدامة (T4SD)

3-1 أكتوبر، جنيف

استكشفت دورة عام 2018 من المنتدى الهدف 12 من أهداف التنمية المستدامة - الاستهلاك والإنتاج المسؤولان - وعلاقته بسلاسل القيمة المستدامة. جمع الحدث أكثر من 160 ممثلاً عن القطاع الخاص، والحكومات، وواضعي المعايير، والمنظمات الدولية. برز المنتدى كحدث عالمي رائد لمناقشة الاستدامة في سلاسل القيمة.

مؤتمر وجوائز منظمات ترويج التجارة العالمية (WTPO)

26-25 أكتوبر، باريس

في إطار شراكة مع الوكالة الفرنسية لترويج التجارة والاستثمار Business France، جمع مؤتمر WTPO الثاني عشر أكثر من 85 دولة و 150 منظمة لترويج التجارة والاستثمار لتبادل الخبرات حول النجاحات والتحديات المستقبلية. عكس موضوع المؤتمر "النظم الإيكولوجية للتجارة والاستثمار - تقديم الخدمات من أجل النمو" دور هذه المؤسسات في النظم الإيكولوجية لدعم الأعمال. بالإضافة إلى الكلمات الرئيسية، وحلقات النقاش، والدورات الفنية، أشاد المؤتمر بمؤسسات عالية الأداء في مجال ترويج التجارة والاستثمار من جميع أنحاء العالم.

1. *مبادرة التجارة النسائية العالمية (SheTrades Global) 2018 ، المملكة المتحدة* ***2.*** *المنتدى العالمي لتنمية الصادرات (WEDF) 2018، زامبيا* ***3.*** *المؤتمر العالمي لمنظمات ترويج التجارة 2018، فرنسا*
4. *اليوم العالمي للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة 2018، سويسرا.*

نقاط بارزة أخرى

خلال الأحداث العديدة الأخرى التي نظمها مركز التجارة الدولية أو شارك في استضافتها، كان هناك موضوع ثابت يتمثل في جلب صوت قطاع الأعمال إلى المناقشات حول ريادة الأعمال والشباب، وتيسير التجارة، وتغيّر المناخ، والتجارة الإلكترونية، والهجرة، والوصول إلى التمويل، وغيرها. تضمّنت النقاط البارزة ما يلي:

يوم المرأة العالمي، 7 مارس، جنيف. احتفل كلٌ من مركز التجارة الدولية وشركة Maersk للشحن باليوم العالمي للمرأة من خلال الاشتراك في تنظيم حدث يُسلط الضوء على رائدات الأعمال اللائي ينتقلن من الأعمال التجارية المحلية إلى التجارة العالمية.

لا يوجد شيء اسمه السلعة، 20 مارس، جنيف. استكشف هذا الحدث المشترك بين مركز التجارة الدولية والمنتدى الاقتصادي العالمي فرصاً جديدة للشركات في البلدان النامية للابتعاد عن الاعتماد على السلع الأساسية إلى الإنتاج والتجارة ذات القيمة المضافة الأعلى.

تغيّر المناخ وقطاع الأغذية الزراعية، 29-31 أكتوبر، جنيف. حضر هذا الحدث الذي تم تنظيمه بالاشتراك مع اتفاقية الأمم المتحدة الإطارية بشأن تغيّر المناخ ممثلون عن القطاع الخاص، والحكومات، والمجتمع المدني. كانت إحدى نقاط التركيز تطبيق استراتيجيات التكيّف للشركات الصغيرة في قطاع الأغذية الزراعية.

منتدى ريادة الأعمال والتوظيف الذاتي للشباب (YES)، 12-13 نوفمبر، داكار. اشترك في تنظيم هذا الحدث كلٌ من مركز التجارة الدولية، ومنظمة العمل الدولية، وصندوق الأمم المتحدة لتنمية رأس المال، ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، ومنظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية، وقد وفر منصة فريدة "للمبادرة العالمية لوظائف لائقة للشباب" لمعالجة موضوع ريادة الأعمال والتوظيف الذاتي للشباب.

جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock.com

الشراكة من أجل التجارة الجيدة

واصل مركز التجارة الدولية تعميق شراكاته مع المنظمات الدولية، والحكومات، والمؤسسات على المستويات الوطنية ودون الوطنية، وشركات ورابطات القطاع الخاص، ومجموعات المجتمع المدني للاستفادة من خبراتها التكميلية لتعزيز التجارة الجيدة وترجمتها إلى تحسينات مُستدامة في سُبل العيش، وخاصةً للشباب، والنساء، والمجتمعات المهاجرة.

مكّنت هذه التحالفات مركز التجارة الدولية وشركاءه من تعزيز تأثيرهم عبر مجموعة واسعة من الجبهات، من قضايا مثل الهجرة، والمساعدة الإنسانية، والبيئة إلى قطاعات اقتصادية محددة مثل الخدمات اللوجستية، والخدمات الرقمية، والأعمال التجارية الزراعية.

لرفع فعالية شراكاته لأقصى حد ممكن، عزز مركز التجارة الدولية عمليات العناية الداخلية الواجبة لاختيار الشركاء المُنفّذين غير التقليديين بناءً على تقييم لقدرتهم على التنفيذ على نطاق واسع.

فيما يلي بعض الأمثلة التوضيحية لأنواع الشراكات المختلفة لمركز التجارة الدولية في عام 2018.

المنظمات الدولية

يقوم مركز التجارة الدولية، **بالشراكة مع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية** (الأونكتاد) **ومنظمة التجارة العالمية** بتشغيل **مكتب المساعدة للتجارة العالمية**، والذي يُمثل محطة واحدة للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة للتزوّد بمعلومات التجارة والأسواق - من التعريفات المطبقة إلى التعليمات حول كيفية الحصول على الوثائق الأساسية المتعلقة بالتجارة. يُساهم في هذه المنصة متعددة الوكالات العديد من المنظمات الدولية والإقليمية، مثل منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (اليونيدو)، ومنظمة الأغذية والزراعة (الفاو)، وبنك التنمية الأفريقي (ADB)، وبنك التنمية للبلدان الأمريكية (IaDB)، ومنظمة الجمارك العالمية، ومجموعة البنك الدولي، وغرفة التجارة الدولية.

مركز التجارة الدولية عضوٌ نشِط في مبادرة **منظمة العمل الدولية** (ILO) بشأن الوظائف اللائقة للشباب، حيث يقود المركز المجال المواضيعي المتعلق بريادة الأعمال والتوظيف الذاتي للشباب. عمل مركز التجارة الدولية مع كيانات الأمم المتحدة وشركائها الآخرين لوضع خطة تحدد المواضيع والأولويات الرئيسية لتعزيز عمالة الشباب من خلال ريادة الأعمال، والتوظيف الذاتي، وتنمية المهارات. كانت منظمة العمل الدولية أحد شركاء مركز التجارة الدولية في تنظيم منتدى ريادة الأعمال والتوظيف الذاتي للشباب (منتدى YES) في نوفمبر 2018 في داكار، السنغال.

اشترك مركز التجارة الدولية **مع اللجنة الاقتصادية الأوروآسيوية** من أجل تعزيز التجارة داخل المجموعة ومع بقية بلدان العالم، وتحسين بيئة الأعمال التجارية وتعزيز التنمية الاقتصادية المستدامة في البلدان الأعضاء في المجموعة. ستفتح هذه الشراكة الباب أمام فعاليات مشتركة لصالح الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في أرمينيا، وبيلاروسيا، وكازاخستان، والاتحاد الروسي.

وقّع **البنك الكاريبي للتنمية** (CDB) ومركز التجارة الدولية اتفاق تعاون عريض النطاق لمساعدة الشركات الكاريبية. تعكف المنظمتان حالياً على اختيار القطاعات والبلدان لتدخلات المشروع.

أنشأ **اتحاد غرب إفريقيا الاقتصادي والنقدي** (UEMOA اختصاراً وفق اللغة الفرنسية) منصتين على الإنترنت لتسهيل التجارة وتطوير فرص العمل في غرب أفريقيا. تعمل آلية التنبيه الخاصة بالعقبات التجارية على تسهيل تحديد العوائق التجارية التي يواجهها المشغلون التجاريون وإزالتها، بينما تعمل منصة ConnectUEMOA على وضع 7000 شركة عبر الإنترنت ضمن سوق افتراضي يغطي 160 منتجًا.

أطلق مجتمع شرق إفريقيا ومركز التجارة الدولية مشروع تحسين الوصول إلى الأسواق (MARKUP) الذي تبلغ تكلفته 20 مليون دولار والمُصمّم لمعالجة قيود الوصول إلى الأسواق ونقاط الضعف في جانب العرض.

1. اتفق مركز التجارة الدولية وشركة Maersk على توسيع الشراكة بينهما بشأن التمكين الاقتصادي للمرأة **2.** أعلنت مؤسسة UPS Foundation عن دعمٍ وتمويلٍ لمبادرة التجارة النسائية SheTrades.
3. زيارة ميدانية مع منتجي اليام، غانا. © Chocolats Halba

عمل الخير أثناء ممارسة العمل التجاري شراكات مركز التجارة الدولية مع القطاع الخاص

يعمل عملاء مركز التجارة الدولية الرئيسيون في القطاع الخاص مع الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة التي يعمل المركز على توصيلها بالأسواق العالمية كوسيلة لدفع عجلة النمو، وخلق فرص العمل، والحد من الفقر.

سعياً لتحقيق هذا الهدف، يتعاون مركز التجارة الدولية بشكل متزايد مع مجموعة مختلفة من الجهات الفاعلة في القطاع الخاص: الشركات الكبرى التي تقود سلاسل القيمة الدولية والتي تهيمن حالياً على التجارة العالمية. تخدم هذه الشراكات أغراضاً متعددة: فهي تتيح الاستفادة من الموارد المالية والتقنية وخبرات الشركات والمؤسسات الخاصة لإيجاد حلول للعقبات التي تواجه الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة في البلدان النامية. إنها تسمح للشركات الرائدة بتوسيع شبكات مورديها والشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة للعثور على مشترين ومستثمرين جدد. كما تسمح بتدفق التقنيات، واللوجستيات، وممارسات العمل المتطورة عبر سلسلة القيمة من الشركات الكبيرة إلى الشركات الصغيرة، مما يؤدي إلى رفع الجودة والإنتاجية والكفاءة مع تحسين التتبّع والمساءلة.

تدور الشراكات التجارية لمركز التجارة الدولية - مع القطاع الخاص، وللقطاع الخاص - حول خلق القيمة المشتركة: زيادة الفرص التجارية التي تنشأ عن الشراكة مع مركز التجارة الدولية، ولكن أيضًا سلاسل القيمة الأكثر مسؤوليةً بيئيًا وشمولًا اجتماعيًا، والتي تحقق الاستفادة القصوى من إمكاناتها للمساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

في الممارسة العملية، اتخذ عمل مركز التجارة الدولية مع الشركات الكبرى عدة أشكال مختلفة. في النمط السائد للتعاون، تصبح الشركات ضمن المُشترين من عملاء مركز التجارة الدولية من الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة. حدث ذلك من خلال التوفيق بين الأعمال التجارية، وغير ذلك من أنواع من الروابط التي تتحقق من خلال الوساطة مثل الروابط التي ترعاها مبادرة الأزياء الأخلاقية التابعة لمركز التجارة الدولية بين الحرفيين على نطاق صغير وبيوت الأزياء العالمية الكبرى، والارتباطات عبر الإنترنت التي تيسرها منصّات سوق الاستدامة والتجارة النسائية التابعة لمركز التجارة الدولية. بوتيرة متزايدة،

القيمة المُقدّرة للتصدير والاستثمار نتيجة الخدمات المُقدّمة من مركز التجارة الدولية في مجال المعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق، والروابط التجارية، وتعزيز مؤسسات دعم التجارة والاستثمار

يضطلع مركز التجارة الدولية أيضًا بدور في تعزيز الاستثمار إلى جانب العلاقات التجارية، كما هو الحال مع مبادرة دعم التجارة والاستثمار الهندي في إفريقيا (SITA) والشراكة من أجل الاستثمار والنمو في إفريقيا (PIGA). أسهم شركاء مركز التجارة الدولية من القطاع الخاص أيضًا في أعمال التدريب.

في عام 2018، عدّل مركز التجارة الدولية نهجه في العمل مع شركات القطاع الخاص، حيث وضع معايير واضحة لتحديد الشركاء المُحتملين، مع صياغة مبادئ توجيهية للحد من تعرّض المركز لمخاطر السمعة وغيرها من المخاطر.

إجمالي المساهمات النقدية والعينية من شركاء القطاع الخاص في عام 2018:
1 مليون دولار أمريكي

مبادرة التجارة النسائية SheTrades وشركة UPS: تحسين الخدمات اللوجستية لجعل رائدات الأعمال أكثر تنافسية

بالشراكة مع عملاق الخدمات اللوجستية العالمي، شركة **UPS**، وذراعها الخيري، مؤسسة **UPS Foundation**، يعمل مركز التجارة الدولية على تحسين القدرة التنافسية لرائدات الأعمال في التجارة من خلال بناء القدرات وعبر منصة لتبادل أفضل الممارسات. سيعمل المشروع مع رائدات الأعمال فضلاً عن مؤسسات دعم التجارة والاستثمار على المستوى العالمي، من خلال أنشطة عبر الإنترنت، وكذلك على المستوى الوطني، من خلال أنشطة داخل البلاد في المكسيك ونيجيريا والإمارات العربية المتحدة وفيتنام. تم اختيار الدول بناءً على الأولوية الجغرافية والوجود المحلي. يعمل مركز التجارة الدولية أيضًا مع شركة شحن الحاويات **Maersk** لتحسين فهم رائدات الأعمال للتحديات المتعلقة بالخدمات اللوجستية لممارسة الأعمال التجارية عبر الحدود.

4-5. *طالبو اللجوء الذين تدربوا على الأعمال الجلدية من قِبَل تعاونية Lai Momo الاجتماعية، إيطاليا* ***6.*** *إطلاق منشور مشترك مع شركة هواوي، المنتدى العالمي لتنمية الصادرات (WEDF) 2018، زامبيا*

شركة Coop في غانا: زيادة مداخيل منتجي الكاكاو واليام وتعزيز صمودهم

في غانا، عمل مركز التجارة الدولية منذ عام 2016 مع مجموعة من الجهات الفاعلة في القطاعين العام والخاص لتعزيز سُبل العيش، والصمود إزاء تغير المناخ، وتنويع الدخل لمزارعي الكاكاو واليام. بالتعاون مع **Chocolats Halba**، وهي شعبة من تاجر التجزئة السويسري **Coop**، واتحاد **Kuapa Kokoo للمزارعين، وشركة Niche Cocoa**، ومؤسسة **Max Havelaar Foundation**، ومبادرة **إفريقيا للتجارة المُنصفة**، و **المجلس الغاني لتطوير اليام**، وحكومة غانا، عزز مركز التجارة الدولية التعاون بين الجهات الفاعلة في سلسلة القيمة ويسّر استثماراتٍ بآلاف الدولارات الأمريكية في قطاعيْ الكاكاو واليام في البلاد. شهد المزارعون الذين تم الوصول إليهم مباشرةً من خلال المشروع زيادة في مداخيلهم بمعدل 22% في المتوسط. يقوم اتحاد Kuapa Kokoo للمزارعين حالياً بطرح ممارسات مُحسّنة للتخفيف من مخاطر المناخ والتكيف معها. بين عام 2019 وعام 2023، تهدف الشراكة إلى زيادة الاستثمار في تحسين إنتاجية المحاصيل وجودتها، مع تقليل الاعتماد المُفرط على زراعة محصول واحد وما يرتبط بذلك من تعرّض لتقلّب الأسعار.

شركة هواوي: بناء القدرات التنافسية في مجال تجارة الخدمات

تسعى هذه الشراكة مع شركة الاتصالات الصينية **هواوي** لدعم البلدان النامية للاستفادة من الفرص التي تتيحها تجارة الخدمات الدولية من خلال مساعدة الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة على الاستفادة من الاتجاهات الجديدة مثل التجارة الإلكترونية والتجارة الرقمية، مع دعم الحكومات ومؤسسات دعم التجارة والاستثمار في تصميم سياسات أفضل. أصدر مركز التجارة الدولية وشركة هواوي في عام 2018 نشرة مشتركة بعنوان "جمارك أسرع، تجارة أسرع: استخدام التقنية لتسهيل التجارة". ستدعم شركة هواوي تكاليف تقديم برامج تدريبية تم تطويرها بشكل مشترك حول التقنية الرقمية والابتكار في مجال تقنية المعلومات والاتصالات في البلدان النامية.

مبادرة التجارة النسائية - استثمار: تمويل الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة المملوكة للنساء

بالاشتراك مع شركة **GroFin** لتمويل التنمية، أطلق مركز التجارة الدولية مبادرة التجارة النسائية - استثمار (SheTrades Invest)، وهي مبادرة لزيادة الاستثمار في الشركات المملوكة للنساء في 14 دولة. ستسهّل هذه الشراكة الحصول على التمويل لرائدات الأعمال في كوت ديفوار، ومصر، وغانا، والعراق، والأردن، وكينيا، ونيجيريا، وعمان، ورواندا، والسنغال، وجنوب أفريقيا، وأوغندا، وجمهورية تنزانيا المتحدة، وزامبيا. سيساعد ذلك على تعزيز القدرات المالية والإدارية لرائدات الأعمال، وتحسين استعدادهن للاستثمار، وربطهن من أجل التأثير على المستثمرين والمُموّلين.

شركة DHL: خدمات لوجستية أفضل لمساعدة الشركات الصغيرة على الاستفادة من التجارة الإلكترونية

واصلت شركة DHL Logistics ومركز التجارة الدولية تعاونهما لتطوير المواد التدريبية، وتقديم الخدمات الاستشارية، ونشر الاستراتيجيات اللوجستية لدعم التجارة الإلكترونية للشركات الصغيرة في شمال إفريقيا والشرق الأوسط.

1

2

1. *مركز التجارة الدولية ومؤسسة حضانة الأعمال والتقنية أثناء تدريب اللاجئين على مهارات تقنية المعلومات، دولة فلسطين* ***2.*** *مجموعة دول شرق إفريقيا ومركز التجارة الدولية يُطلقان مبادرة تحسين الوصول إلى الأسواق (MARKUP)*

أطلق **صندوق الأمم المتحدة للمشاريع الإنتاجية** (UNCDF) ومركز التجارة الدولية برنامج الوظائف والمهارات والتمويل (JSF) للنساء والشباب في غامبيا للمساعدة في توطيد التحوّل الديمقراطي في البلاد من خلال تسهيل الإدماج الاجتماعي وتوفير فرص العمل للنساء والشباب عبر تنمية المهارات والحوافز النقدية والوصول إلى التمويل.

اشترك **الإطار المتكامل المُعزّز** (EIF)، وهي آلية متعددة الوكالات لتعزيز التجارة التي تقودها التنمية في البلدان الأقل نمواً، مع مركز التجارة الدولية لتعزيز التمكين الاقتصادي للمرأة والتجارة. تعمل آلية EIF ومبادرة التجارة النسائية SheTrades التابعة لمركز التجارة الدولية في بلدان مثل غامبيا وزامبيا لزيادة القدرة التنافسية لرائدات الأعمال، وتتطلعان إلى توسيع التعاون ليشمل مناطق جغرافية جديدة.

تشمل المنظمات الدولية الأخرى التي أقامت شراكات مع مركز التجارة الدولية ما يلي: مرفق المعايير وتطوير التجارة (STDF)، والمنظمة العالمية للسياحة (UNWTO)، ومنظمة الأغذية والزراعة (الفاو)، والمنظمة الدولية للهجرة، ومنظمة الجمارك العالمية، ومفوضية الأمم المتحدة السامية لشؤون اللاجئين، ومنظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (اليونيدو)، وبرنامج الغذاء العالمي، والمفوضية الأوروبية، وبنك التنمية للبلدان الأمريكية.

مؤسسات دعم التجارة والاستثمار

بالاشتراك مع **مؤسسة حضانة الأعمال والتقنية** (BTI)، ساعد مركز التجارة الدولية اللاجئين والشباب في قطاع غزة بدولة فلسطين على الاستفادة من فرص العمل عبر الإنترنت من خلال التدريب على التسويق الرقمي والمهارات الشخصية ذات الصلة.

عمل مركز التجارة الدولية مع منظمات دعم أعمال قطاع الكاكاو لمساعدة الأسر الريفية في غينيا وليبيريا وسيراليون على زيادة الإيرادات الناتجة من سلسلة القيمة للكاكاو.

اشترك مركز التجارة الدولية مع **وكالة ترويج الاستثمار في كوستاريكا (CINDE)** في برنامج ثلاثي للدعم يوفر خدمات وأدوات استشارية في مجال الاستثمار لوكالات تشجيع الاستثمار في إثيوبيا، وكينيا، وموزمبيق، وزامبيا. تجاوزت المساعدات التي قدمتها الشراكة مجرد المستفيدين النهائيين؛ وجدت وكالة CINDE نفسُها أن دراسة ممارساتها التجارية الخاصة وتعليم الآخرين أعطاها منظوراً جديداً وقيّمًا.

أصبحت مؤسسة دبي لتنمية الصادرات (Dubai Exports) مركزاً لمبادرة التجارة النسائية SheTrades التابعة لمركز التجارة الدولية في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. وقد عينت المؤسسة فريقاً متخصصًا للدعم، وأنشأت قاعدة بيانات تضم 3000 من رائدات الأعمال في المنطقة، وعقدت ورش عمل لبناء قدرات عدد من الشركات المملوكة للنساء في مجال إدارة اللوجستيات التجارية. يجري وضع خطط لإنشاء فروع وطنية في بلدان مثل الجزائر، ولبنان، وتونس.

تشمل رابطات القطاعات، والغرف التجارية، ووكالات ترويج التجارة والاستثمار الأخرى التي عقد مركز التجارة الدولية شراكات معها ما يلي: شركات غامبيا للبستنة، رابطة البقول والحبوب الهندية، رابطة منتجي الفواكه والخضروات في لانكا، رابطة المُعالجين والمُصدّرين، تحالف القطاع الخاص الكيني، غرفة بنغلاديش النسائية للتجارة والصناعة، رابطة زراعة البساتين في كولومبيا، وكالة سيراليون للاستثمار وتشجيع الصادرات، رابطة مُصدّري المنتجات الطازجة في كينيا، وكالة كينيا لتنمية الشاي، وغرفة تجارة وصناعة فيتنام.

3. *ممثلو منظمة التجارة العالمية، ومركز التجارة الدولية، والأونكتاد يوقّعون مذكرة تفاهم حول مكتب المساعدة في التجارة العالمية* ***4.*** *أسبوع كمبالا للابتكار، أوغندا*

منظمات غير ربحية

في أوغندا، تعاون مركز التجارة الدولية بشكل وثيق مع **قرية الابتكار كمبالا**، وهي أكبر مركز تقني في البلاد - حيث تضم 130 شركة ناشئة و 2000 من المبدعين، 40% منهم شابات - لتنظيم أسبوع كمبالا للابتكار، وهو الحدث الذي قدمت فيه الشركات الأوغندية الناشئة نماذج أعمالها واحتياجاتها الاستثمارية إلى لجنة من المستثمرين الدوليين.

في غامبيا، عقد مركز التجارة الدولية شراكة مع منظمة **PUM Netherlands Senior Experts** المتخصصة في تطوير الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة من أجل تقييم الفرص التجارية ووضع برامج تدريبية للشباب في قطاع الدواجن في البلاد.

يتعاون فريق مبادرة الأزياء الأخلاقية التابع لمركز التجارة الدولية مع **Lai Momo**، وهي تعاونية اجتماعية إيطالية (إيطاليا)، لتدريب طالبي اللجوء على ريادة الأعمال والأشغال الجلدية، بهدف تزويد المتدربين بالمهارات كي يتمكنوا من العودة إلى بلدانهم الأصلية والتعاون مع شركاء المؤسسة الاجتماعية في مركز التجارة الدولية، وخاصةً في بوركينا فاسو ومالي.

المؤسسات الأكاديمية والتدريبية والبحثية

اتفق مركز التجارة الدولية مع **كلية الشؤون العالمية والعامة بجامعة IE الدولية** على عقد شراكة بشأن درجة ماجستير تنفيذية جديدة في التدويل والتجارة، والتي سيتم إطلاقها في فبراير 2020. سيعالج منهج الماجستير الجديدة التغيّرات الكبيرة التي تجتاح المشهد التجاري العالمي حالياً، مع ربط التقنية بالنماذج التحويلية للأعمال التجارية.

عقد مركز التجارة الدولية شراكة مع **مركز دراسات منظمة التجارة العالمية (CWS) بالمعهد الهندي للتجارة الخارجية** (IIFT) ومقره نيودلهي لتدريب مسؤولين تجاريين من **أفغانستان** - بشكل أساسي من **وزارة الصناعة والتجارة في البلد** ولكن أيضًا من قطاع الأعمال والأوساط الأكاديمية - بشأن القضايا المتعلقة بمنظمة التجارة العالمية وأفضل الممارسات الهندية فيما يتعلق بالتعاون بين القطاعين العام والخاص حول السياسات التجارية.

تعاون مركز التجارة الدولية مع **معهد غامبيا للسياحة والضيافة** لتطوير المناهج الدراسية وإعداد برنامج تدريبي للشباب مدته ستة أشهر، مما يتيح للشباب من المناطق الريفية في البلاد اكتساب المهارات في مجال الأغذية، والمشروبات، وعمليات الغرف، وللتقدم إلى برامج الشهادات، والتدريب المهني، والتدريب الداخلي وغيرها من فرص التوظيف.

تشمل المؤسسات التعليمية الأخرى التي أقامت شراكات مع مركز التجارة الدولية ما يلي: معهد الدراسات العليا لدراسات السياسات GRIPS (اليابان)، معهد غامبيا للتدريب، جامعة كابول، الجامعة التقنية في طاجيكستان، والمعهد الإثيوبي لتقنية المنسوجات والأزياء.

129

البلدان التي نشط فيها مركز التجارة الدولية في عام 2018

جميع الحقوق محفوظة لـ shutterstock

الملاحق

الملحق 1

مجالات وبرامج التركيز لمركز التجارة الدولية

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

كيف ترتبط برامج مركز التجارة الدولية بأهداف ومستهدفات التنمية المُستدامة

أهداف التنمية المُستدامة	المستهدفات	البرامج
الهدف 1 القضاء على الفقر بجميع أشكاله في كل مكان.	**2.1** تقليل نسبة الرجال والنساء والأطفال من جميع الأعمار الذين يعيشون في فقر	جميع البرامج
	1.ب إيجاد أطر سليمة للسياسات تقوم على استراتيجيات للتنمية لصالح الفقراء وتراعي الفوارق بين الجنسين	
الهدف 2 القضاء على الجوع وتوفير الأمن الغذائي والتغذية المُحسّنة وتعزيز الزراعة المُستدامة.	**3.2** مضاعفة الإنتاجية الزراعية ومداخيل صغار منتجي الأغذية، وخاصةً النساء، والسكان الأصليين، وأسر المزارعين، والرعاة، والصيادين	الشفافية في التجارة التدابير غير الجمركية في السلع والخدمات دعم المفاوضات التجارية وإصلاح السياسات القيمة المضافة إلى التجارة تمكين المرأة في التجارة تمكين المجتمعات الفقيرة في التجارة التجارة للتنمية المستدامة
	4.2 ضمان وجود نُظم مستدامة لإنتاج الغذاء وتطبيق الممارسات الزراعية التي تحقق الصمود إزاء تغيّر المناخ	
	2.ب تصحيح ومنع القيود والتشوهات التجارية في الأسواق الزراعية العالمية	
الهدف 4 ضمان التعليم الجيد المُنصِف والشامل للجميع وتعزيز فرص التعلّم مدى الحياة للجميع.	**4.4** تحقيق زيادة كبيرة في عدد الشباب والكبار الذين تتوفر لديهم المهارات الملائمة، بما في ذلك المهارات الفنية والمهنية، من أجل العمل، والوظائف اللائقة، وريادة الأعمال	تعزيز مؤسسات دعم التجارة والاستثمار القيمة المضافة إلى التجارة تمكين المرأة في التجارة الشباب والتجارة تمكين المجتمعات الفقيرة في التجارة
الهدف 5 تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين كل النساء والفتيات.	**1.5** وضع حد لجميع أشكال التمييز ضد جميع النساء والفتيات في كل مكان	استراتيجيات تنمية التجارة تسهيل التجارة القيمة المضافة إلى التجارة تمكين المرأة في التجارة
	5.5 ضمان المشاركة الكاملة والفعالة للمرأة، مع تكافؤ الفرص في القيادة على جميع مستويات صنع القرار في الحياة السياسية، والاقتصادية، والعامة	
	5.أ إجراء إصلاحات لمنح المرأة حقوقًا متساوية في الموارد الاقتصادية	
	5.ب دعم استخدام التقنيات الممكِّنة، وخاصةً تقنيات المعلومات والاتصالات، لتعزيز تمكين المرأة	
الهدف 8 تعزيز النمو الاقتصادي المُطّرد والشامل للجميع والمُستدام، والعمالة الكاملة والمُنتِجة، وتوفير العمل اللائق للجميع.	**2.8** تحقيق مستويات أعلى من الإنتاجية الاقتصادية من خلال التنويع، ورفع المستوى التقني، والابتكار	جميع البرامج
	3.8 تعزيز السياسات المُوجّهة نحو التنمية التي تدعم الأنشطة المُنتِجة، وتخلق الوظائف اللائقة، وتُذكي روح المبادرة والإبداع والابتكار، وتُشجّع إضفاء الطابع الرسمي على الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة وتنميتها	
	5.8 تحقيق العمالة الكاملة والمُنتجة والعمل اللائق لجميع النساء والرجال، بما في ذلك الشباب	
	6.8 الحد بشكل كبير من نسبة الشباب الذين لا ينخرطون في عمل أو تعليم أو تدريب	
	9.8 تنفيذ سياسات لتشجيع السياحة المستدامة التي تخلق فرص العمل وتعزز الثقافة والمنتجات المحلية	
	10.8 تعزيز قدرة المؤسسات المالية على تشجيع وتوسيع نطاق الوصول إلى الخدمات المالية للجميع	
	8.أ زيادة دعم المعونة من أجل التجارة للبلدان النامية، ولا سيما البلدان الأقل نمواً	
الهدف 9 بناء بنية تحتية مرنة، وتعزيز التصنيع الشامل والمستدام، وتعزيز الابتكار.	**3.9** زيادة وصول الشركات الصغيرة الصناعية وغيرها، وخاصة في البلدان النامية، للخدمات المالية، بما في ذلك الائتمان بأسعار معقولة، وإدماجها في سلاسل القيمة والأسواق	استراتيجيات تنمية التجارة تسهيل التجارة القيمة المضافة إلى التجارة التجارة والاستثمار بين الدول النامية
	9.ب دعم تطوير التقنية المحلية والبحث والابتكار في البلدان النامية، بما في ذلك عن طريق ضمان بيئة سياسات مواتية من أجل، ضمن جملة أمور، التنويع الصناعي وإضافة القيمة للسلع الأساسية	
الهدف 10 الحد من انعدام المساواة داخل البلدان وفيما بينها.	**1.10** تحقيق نمو في الدخل لفئة الـ 40% من السكان في أسفل السلّم الاجتماعي والحفاظ على هذا النمو	جميع البرامج
	2.10 تمكين وتعزيز الإدماج الاجتماعي والاقتصادي والسياسي للجميع، بغض النظر عن العمر، أو الجنس، أو الإعاقة، أو العرق، أو الأصل الإثني أو الوطني، أو الدين، أو الوضع الاقتصادي أو غيره	
	10.أ تطبيق مبدأ المعاملة الخاصة والتفضيلية للبلدان النامية، ولا سيما البلدان الأقل نمواً	
الهدف 12 ضمان وجود أنماط استهلاك وإنتاج مستدامة.	**2.12** تحقيق الإدارة المُستدامة والاستخدام الفعّال للموارد الطبيعية	القيمة المضافة إلى التجارة التجارة للتنمية المستدامة
	6.12 تشجيع الشركات على تبنّي ممارسات الاستدامة	

أهداف التنمية المُستدامة	المستهدفات	البرامج
الهدف 16 تشجيع وجود المجتمعات السلمية الشاملة للجميع تحقيقاً للتنمية المُستدامة، وتوفير إمكانية اللجوء إلى القضاء للجميع، والقيام ببناء مؤسسات فعّالة وشاملة وخاضعة للمساءلة على كل المستويات.	**6.16** دعم وجود مؤسسات فعّالة، ومسؤولة، وشفافة على كافة المستويات.	استراتيجيات تنمية التجارة دعم المفاوضات التجارية وإصلاح السياسات القيمة المضافة إلى التجارة تعزيز التجارة الإقليمية
	7.16 ضمان اتخاذ القرارات بطريقة متجاوبة وشاملة وتشاركية وتمثيلية على كافة المستويات	
	8.16 توسيع وتعزيز مشاركة البلدان النامية في مؤسسات الحوكمة العالمية	
الهدف 17 تعزيز وسائل التنفيذ وتنشيط الشراكة العالمية من أجل التنمية المُستدامة.	**3.17** حشد موارد مالية إضافية للبلدان النامية من مصادر متعددة	جميع البرامج
	5.17 اعتماد وتطبيق أنظمة لتشجيع الاستثمار في البلدان الأقل نمواً	
	6.17 تعزيز التعاون بين الشمال والجنوب وفيما بين البلدان النامية، والتعاون الثلاثي الإقليمي والدولي في مجالات العلوم والتقنية والابتكارات والوصول إليها، وتعزيز تبادل المعارف وفق شروط يتفق عليها الطرفان	
	10.17 تعزيز قيام نظام تجاري عالمي متعدد الأطراف، ومبنيّ على قواعد، ومنفتح، وغير تمييزي، ومُنصِف	
	11.17 زيادة صادرات البلدان النامية، وخاصةً بهدف مضاعفة حصة البلدان الأقل نمواً من الصادرات العالمية	
	12.17 القيام في الوقت المناسب بإتاحة الفرصة لجميع البلدان الأقل نمواً للوصول إلى الأسواق دون رسوم جمركية أو حصص، وعلى أساس دائم	
	13.17 تعزيز استقرار الاقتصاد الكلي العالمي، بما في ذلك من خلال تنسيق السياسات واتساقها	
	17.17 تشجيع وتعزيز الشراكات الفعّالة العامة، وبين القطاعين العام والخاص، وشراكات المجتمع المدني، والبناء على خبرات تلك الشراكات واستراتيجياتها لتعبئة الموارد	
	19.17 دعم بناء القدرات الإحصائية في البلدان النامية	

الملحق 2

التعاون الفني لمركز التجارة الدولية حسب المنطقة ومجال التركيز

المشاريع حسب المنطقة	مجال التركيز 1	مجال التركيز 2	مجال التركيز 3	مجال التركيز 4	مجال التركيز 5	مجال التركيز 6	المؤسسة	المُموّلون	ميزانية التشغيل (بآلاف الدولارات الأمريكية)	الإنفاق (بآلاف الدولارات الأمريكية)	نسبة ما تم إنجازه، %
إفريقيا											
خبير مشارك - مكتب إفريقيا الإقليمي (B323)						■		هولندا	30	36	%119
بوركينا فاسو ومالي: Création d'emplois équitables et développement durable de microentreprises dans les chaines de valeur liées au secteur du « lifestyle » (B276)					■			الاتحاد الأوروبي	3,500	3,128	%89
جزر القمر: تحسين القدرة التنافسية للصادرات من الفانيليا، واليلانج يلانج، والقرنفل (A863)				■				الإطار المتكامل المُعزّز	65	71	%109
رابطة حافة المحيط الهندي (IORA): التمكين الاقتصادي للمرأة (A285)					■			أستراليا	40	40	%101
ملاوي: تحسين نظم إحصاءات ومعلومات التجارة (A864)	■							الاتحاد الأوروبي	44	59	%134
نهر مانو: تطوير سلسلة القيمة للكاكاو والمحاصيل المرتبطة به (صندوق هولندا الاستئماني NTF IV) (B586)			■	■	■			هولندا	660	585	%89
التدابير غير الجمركية (B626)	■							الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	340	357	%105
إدارة برامج صندوق هولندا الاستئماني NTF IV (B584)				■	■			هولندا	200	162	%81
الشراكة من أجل الاستثمار والنمو في إفريقيا (المرحلة الرئيسية) (B340)						■		المملكة المتحدة (بريطانيا العظمى وأيرلندا الشمالية)	3,000	3,342	%111
برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة (A874)					■			اليابان	26	1	%2
برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة (A649)					■			الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	99	111	%113
مشروع Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR/ UEMOA) (B216)						■		الاتحاد الأوروبي	1,230	1,259	%102
مبادرة توظيف اللاجئين وتحسين مهاراتهم (RESI): ربط اللاجئين في كينيا بفرص الأسواق (المكوّنان 1 و 2) (B571)					■			المجلس الهولندي النرويجي للاجئين	260	454	%174
رواندا: تمكين مستقبل التجارة الإلكترونية (B330)				■				ألمانيا	1,810	959	%53
السنغال: تنمية الصادرات في قطاع تقنية المعلومات والخدمات المُعتمدة عليها (صندوق هولندا الاستئماني NTF IV) (B390)				■	■			هولندا	400	627	%157
مبادرة SheTrades - البُنّ (B637)					■			الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	200	151	%75
إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: مؤتمرات ودورات تدريبية عن التمويل المُستدام للمؤسسات المالية والشركات الصغيرة والمتوسطة (B319)			■	■	■			صندوق الضمان الإفريقي	150	117	%78
دعم التجارة والاستثمار الهندي في إفريقيا (SITA) (A854)						■		المملكة المتحدة (بريطانيا العظمى وأيرلندا الشمالية)	3,420	3,723	%109
تنزانيا: دمج سلاسل التوريد/ القيمة الخاصة بالسنتة ضمن السياحة - مُكوّن مُموّل من أمانة الدولة للشؤون الاقتصادية (SECO)، سويسرا (B265)				■				جمهورية كوريا سويسرا	200	177	%89
غامبيا: مشروع تمكين الشباب (YEP) (B179)		■		■	■			الاتحاد الأوروبي	3,000	4,290	%143
الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA): مشروع Projet de development des exportations sous AGOA (B414)				■		■		الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA)	166	130	%79
أوغندا: تنمية الصادرات في قطاع تقنية المعلومات والخدمات المُعتمدة عليها (صندوق هولندا الاستئماني NTF IV) (B387)				■	■			هولندا	450	465	%103
زامبيا: فرص العمل المراعية للبيئة (A813)			■	■				منظمة العمل الدولية	33	23	%69
تيسير التجارة (B628)		■						الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	638	685	%107
التجارة للتنمية المُستدامة (T4SD) - مراكز (B694)					■			الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	216	224	%104
بنين: تعزيز قدرات الإنتاج والتجارة (A860)			■	■		■		الإطار المتكامل المُعزّز	-	35	-
بوروندي: برنامج تحسين الوصول إلى الأسواق - MARKUP (B718)			■	■		■		الاتحاد الأوروبي	-	108	-
الجماعة الاقتصادية لدول وسط إفريقيا (CEEAC): مشروع Appui au commerce intra-African (B702)	■	■	■					الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	-	34	-
مبادرة الكوميسا للتجارة عبر الحدود: تسهيل التجارة على نطاق صغير عبر الحدود (B796)	■	■	■					الاتحاد الأوروبي	-	33	-
مشروع ثقافي: مبادرة بناء الهوية وتقاسم الأعمال (B542)					■			الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF) الاتحاد الأوروبي	-	3	-

المشاريع حسب المنطقة	مجال التركيز 1	مجال التركيز 2	مجال التركيز 3	مجال التركيز 4	مجال التركيز 5	مجال التركيز 6	المؤسسة	المموّلون	ميزانية التشغيل (بآلاف الدولارات الأمريكية)	الإنفاق (بآلاف الدولارات الأمريكية)	نسبة ما تم انجازه %
الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا (ECOWAS): مشروع غرب إفريقيا لترويج الأعمال التجارية والتصدير (WABEP) (B537)	■	■	■	■		■		الاتحاد الأوروبي	-	224	-
الاتحاد الأوروبي - مجموعة دول شرق إفريقيا (EU-EAC) برنامج تحسين الوصول إلى الأسواق - MARKUP (B383)		■		■		■		الاتحاد الأوروبي	-	868	-
إدارة برنامج القدرة التنافسية للصادرات (صندوق هولندا الاستئماني NTF III) (B197)				■				هولندا	-	41	-
غانا: تطوير الكاكاو والمحاصيل المرتبطة به من خلال مشروع سانكوفا المدعوم من قِبَل "التحالفات من أجل العمل" (B766)			■	■	■			Coop Genossenschaft/ Chocolats Halba / Sunray Max Havelaar Foundation	-	104	-
غينيا: تطوير قطاع المانجو (B013)			■	■		■		الإطار المتكامل المُعزّز	-	12	-
غينيا: برنامج Programme d'appui à l'integration socio-economique des jeunes (INTEGRA) (B463)			■	■	■			الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	-	1,094	-
التطوير المبتكر للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة وسلاسل القيمة من خلال التحالفات لصالح سانكوفا في قطاعات الكاكاو والمحاصيل المرتبطة به (B794)				■				الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	-	20	-
ليسوتو: تنمية إنتاجية زراعة وتجارة البستنة (B158)				■				الإطار المتكامل المُعزّز	-	23	-
ملاوي: مهمة البرمجة (B697)		■	■	■	■			الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	-	26	-
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 (A653)			■	■				الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	-	5	-
نيجيريا: صندوق أهداف التنمية المستدامة للصناعات الغذائية (B449)				■				صندوق أهداف التنمية المستدامة	-	30	-
مشاركة وفد من مالي في "مُصدّري الصمغ العربي لمكونات الأغذية" (B617)					■			مالي	-	15	-
الترويج للصمغ العربي من مالي في الأسواق الأمريكية والأوروبية (B771)			■	■				الإطار المتكامل المُعزّز	-	39	-
Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés (B587)			■					فرنسا	-	841	-
مبادرة توظيف اللاجئين وتحسين مهاراتهم (RESI) - مهارات عالية (B839)					■			الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	-	17	-
السنغال: تحسين القدرة التنافسية لصناعة المانجو (A996)				■				الإطار المتكامل المُعزّز	-	5	-
السنغال: برنامج Programme de Compétitivité de l'Afrique de l'Ouest (PCAO) (B461)				■		■		الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	-	8	-
برنامج الكومونولث لمبادرة التجارة النسائية SheTrades (B578)					■			المملكة المتحدة (بريطانيا العظمى وأيرلندا الشمالية)	-	1,798	-
سيراليون: برنامج غرب إفريقيا للتنافسية (B457)						■		الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	-	20	-
إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف المواد الغذائية للشركات الزراعية الصغيرة والمتوسطة (A554)				■				FAO	-	34	-
تنزانيا: برنامج كيجوما المشترك في إطار برنامج خطة الأمم المتحدة للمساعدة الإنمائية 2 (B727)				■	■			"أمم متحدة واحدة"	-	213	-
المنتدى العالمي لتنمية الصادرات (WEDF) 2018 (B805)							■	شركة Huawei Technologies	-	27	-
زامبيا: تمكين نظام ضمان الائتمان في زامبيا لتحسين وصول الشركات الصغيرة والمتوسطة إلى التمويل (B763)				■				الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	-	37	-

المشاريع حسب المنطقة	مجال التركيز 1	مجال التركيز 2	مجال التركيز 3	مجال التركيز 4	مجال التركيز 5	مجال التركيز 6	المؤسسة	المُموّلون	ميزانية التشغيل (بالآلاف الدولارات الأمريكية)	الإنفاق (بالآلاف الدولارات الأمريكية)	نسبة ما تم إنجازه، %
الدول العربية											
الجزائر- استراتيجية التجارة الوطنية لدعم التنوع الاقتصادي في الجزائر (B603) (AfTIAS)		■						المؤسسة الدولية الإسلامية لتمويل التجارة (ITFC)	200	188	%94
الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة (A895)	■	■	■					المؤسسة الدولية الإسلامية لتمويل التجارة (ITFC)	110	255	%232
الدول العربية: تنمية صادرات الشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال الأسواق الافتراضية (A676)	■	■		■				البنك الدولي	590	496	%84
جيبوتي: دراسة جدوى لإنشاء قرية لتصدير منتجات الحرف اليدوية (B604) (AfTIAS)					■			المؤسسة الدولية الإسلامية لتمويل التجارة (ITFC)	15	10	%66
مصر: إنشاء إدارة متخصصة في بنك تنمية الصادرات المصري للترويج للتصدير (B606) (AfTIAS)			■					المؤسسة الدولية الإسلامية لتمويل التجارة (ITFC)	200	99	%50
مصر: تحسين القدرة التنافسية الدولية لقطاع النسيج والملابس (B673) (GTEX/MENATEX)				■				سويسرا السويد	250	81	%32
عالمي: التواصل الشبكي وإدارة المعرفة في قطاع النسيج والملابس (GTEX) (B451)				■				سويسرا	224	151	%68
الأردن: مبادرة توظيف اللاجئين وتحسين مهاراتهم (B450) (RESI)				■	■			اليابان	31	177	%565
لبنان: القدرة التنافسية التصديرية للشركات الصغيرة والمتوسطة في قطاعيْ تقنية المعلومات والمكسرات (B607) (AfTIAS)			■	■				المؤسسة الدولية الإسلامية لتمويل التجارة (ITFC)	150	85	%56
ليبيا: أكاديمية التجارة (B409)			■		■			فرنسا	780	751	%96
المغرب: تنمية الصادرات لإيجاد فرص العمل (A749)			■	■	■			كندا	130	102	%79
المغرب: تحسين القدرة التنافسية الدولية لقطاع النسيج والملابس (B674) (GTEX/MENATEX)				■				سويسرا السويد	200	157	%79
شمال إفريقيا: إشراك الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة وعرب المهجر لدعم النمو الاقتصادي القائم على التصدير (B438)				■	■			اليابان	85	83	%97
التغلب على العقبات التجارية المتعلقة بالتدابير غير الجمركية في الدول العربية (A538)	■							الولايات المتحدة	1,197	1,349	%113
مشروع de développement et de promotion du tourisme en Republique de Djibouti (A993)			■	■				الإطار المتكامل المُعزّز	129	76	%59
المملكة العربية السعودية: تطوير قطاع التمور في منطقة المدينة المنوّرة (B605) (AfTIAS)				■		■		المؤسسة الدولية الإسلامية لتمويل التجارة (ITFC)	250	-	%0
دولة فلسطين: إصلاح وتطوير الأسواق وسلاسل القيمة ومنظمات المنتجين (B580)	■			■	■			FAO	150	34	%22
السودان: دعم الاستقرار الاقتصادي من خلال الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية (B446)		■						اليابان	2	24	%1188
سوريا: تطوير الطاقة الإنتاجية للسكان النازحين داخلياً وربطهم بالأسواق الدولية (B434)				■	■			اليابان	30	40	%133
تونس: تحسين القدرة التنافسية الدولية لقطاع النسيج والملابس (B672) (GTEX/MENATEX)				■				سويسرا السويد	350	351	%100
MENATEX (إقليمي): المُكوّن الإقليمي لبرنامج المنسوجات والملابس في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (B696)				■				السويد	-	4	-
فلسطين: ربط اللاجئين والشباب في غزة بفرص السوق (B682)			■		■			اليابان	-	142	-
تشجيع إدماج السوريين في سوق العمل في ظل الحماية المؤقتة والمجتمعات المُضيفة في تركيا (B655)				■	■			المنظمة الدولية للهجرة	-	195	-
قطر: مبادرة الرمز الشريطي لتنمية تجارة الشركات الصغيرة والمتوسطة (B743)				■				بنك قطر للتنمية	-	81	-
قطر: أُسس التجارة الإلكترونية بين الشركات (B2B) (B687)		■		■				بنك قطر للتنمية	-	260	-
السودان: الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية (B683)		■						اليابان	-	323	-
سوريا: التمكين عبر القنوات الرقمية (B681)				■	■			اليابان	-	131	-

المشاريع حسب المنطقة	مجال التركيز 1	مجال التركيز 2	مجال التركيز 3	مجال التركيز 4	مجال التركيز 5	مجال التركيز 6	المؤسسة	المُموّلون	ميزانية التشغيل (بالألف الدولارات الأمريكية)	الإنفاق (بالألف الدولارات الأمريكية)	نسبة ما تم انجازه %
آسيا والمحيط الهادي											
أفغانستان: المبادرة الأخلاقية لنمط الحياة من أجل إعادة الدمج الاقتصادي للعائدين والنازحين داخليًا (B439)					■		الاتحاد الأوروبي	الاتحاد الأوروبي	1,588	1,408	%89
أفغانستان: معونة مرتبطة بالتجارة (A764)		■					الاتحاد الأوروبي	الاتحاد الأوروبي	1,600	1,382	%86
البلدان الآسيوية الأقل نمواً: تعزيز قدرات التصدير للتجارة داخل المجموعة (A850)						■	الصين	الصين	258	239	%93
خبير مشارك - مكتب آسيا ومنطقة المحيط الهادي (B221)				■			اليابان	اليابان	50	81	%163
دراسة جدوى لإضافة القيمة في قطاع الفواكه والخضروات في سري لانكا (B531)			■	■			منظمة التجارة العالمية	منظمة التجارة العالمية	20	22	%108
رابطة حافة المحيط الهندي (IORA): التمكين الاقتصادي للمرأة (A285)					■		أستراليا	أستراليا	80	81	%101
ميانمار: تحسين سلامة الأغذية والامتثال لتدابير الصحة والصحة النباتية لزيادة إيرادات التصدير في سلسلة القيمة للبذور الزيتية (A648)				■			منظمة التجارة العالمية	منظمة التجارة العالمية	327	249	%76
ميانمار: تطوير السياحة الشاملة - مع التركيز على مقاطعة كاياه (تدعيم) ومقاطعة جديدة (توسّع) (صندوق هولندا الاستئماني NTF IV) (B386)				■			هولندا	هولندا	969	1,161	%120
نيبال: مشروع تحسين الباشمينا ودعم تجارتها (A907)				■			الإطار المتكامل المُعزّز	الإطار المتكامل المُعزّز	32	7	%23
التدابير غير الجمركية (B626)	■						الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	160	168	%105
إدارة برامج صندوق هولندا الاستئماني NTF IV (B584)				■	■		هولندا	هولندا	50	41	%81
منطقة المحيط الهادي: تمكين النساء اقتصادياً (النساء والتجارة - المرحلة 2) (A775)					■		أستراليا	أستراليا	99	14	%14
برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة (A874)					■		اليابان	اليابان	13	0	%2
برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة (B649)					■		الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	201	226	%113
مبادرة التجارة النسائية - المحيط الهادي (B644)					■		الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	250	270	%108
سري لانكا: معونة مرتبطة بالتجارة (A306)		■		■			الاتحاد الأوروبي	الاتحاد الأوروبي	3,000	1,476	%49
دعم التجارة والاستثمار الهندي في إفريقيا (SITA) (A854)						■	المملكة المتحدة (بريطانيا العظمى وأيرلندا الشمالية)	المملكة المتحدة (بريطانيا العظمى وأيرلندا الشمالية)	380	414	%109
تيسير التجارة (B628)		■					الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	213	228	%107
التجارة للتنمية المُستدامة (T4SD) - مراكز (B694)					■		الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	360	374	%104
ترويج التجارة بين الصين والدول النامية الأخرى عبر مبادرة حزام وطريق الحرير (B568)	■					■	الصين	الصين	160	132	%82
خبير مشارك - مكتب آسيا ومنطقة المحيط الهادي (B773)						■	المجلس الصيني للمنح الدراسية	المجلس الصيني للمنح الدراسية	-	55	-
دعم تجاري لبوتان (B382)		■		■			الاتحاد الأوروبي	الاتحاد الأوروبي	-	372	-
مشروع ثقافي: مبادرة بناء الهوية وتقاسم الأعمال (B542)					■		الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF) الاتحاد الأوروبي	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF) الاتحاد الأوروبي	-	1	-
إدارة برنامج القدرة التنافسية للصادرات (صندوق هولندا الاستئماني NTF III) (B197)				■			هولندا	هولندا	-	41	-
إيران: معونة فنية مرتبطة بالتجارة (B782)		■	■		■		الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	-	18	-
جمهورية لاو الديمقراطية الشعبية: دعم التكامل الإقليمي لرابطة أمم جنوب شرق آسيا (Laos-ARISE Plus) (B505)		■		■		■	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF) الاتحاد الأوروبي	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF) الاتحاد الأوروبي	-	26	-
مشروع ميانمار للتجارة والاستثمار (TIP) (B494)	■	■	■	■			المملكة المتحدة (بريطانيا العظمى وأيرلندا الشمالية)	المملكة المتحدة (بريطانيا العظمى وأيرلندا الشمالية)	-	491	-
ميانمار: تحسين إمدادات البستنة والسياحة المُستدامة لتطوير الروابط التجارية (B566)				■			سويسرا	سويسرا	-	26	-
برنامج التجارة والاستثمار في نيبال (B731)	■	■	■	■		■	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	-	18	-
مسح التدابير غير الجمركية - باكستان (B742)	■						البنك الدولي	البنك الدولي	-	51	-
منطقة المحيط الهادي: تنمية التجارة (B346)	■	■				■	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	-	31	-
باكستان: النمو من أجل النهوض بالريف وتحقيق التقدم المُستدام (GRASP) (B466)		■		■	■		الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	-	85	-
برنامج الكومونولث لمبادرة التجارة النسائية SheTrades (B578)					■		المملكة المتحدة (بريطانيا العظمى وأيرلندا الشمالية)	المملكة المتحدة (بريطانيا العظمى وأيرلندا الشمالية)	-	599	-

المشاريع حسب المنطقة	مجال التركيز 1	مجال التركيز 2	مجال التركيز 3	مجال التركيز 4	مجال التركيز 5	مجال التركيز 6	المؤسسة	المُموّلون	ميزانية التشغيل (بآلاف الدولارات الأمريكية)	الإنفاق (بآلاف الدولارات الأمريكية)	نسبة ما تم إنجازه، %
أوروبا الشرقية وآسيا الوسطى											
الشراكة الشرقية: جاهز للتجارة - إحدى مبادرات برنامج الاتحاد الأوروبي لدعم الأعمال التجارية (EU4Business) (B252)				■				الاتحاد الأوروبي	1,600	1,300	%81
عالمي: التواصل الشبكي وإدارة المعرفة في قطاع النسيج والملابس (GTEX) (B451)				■				سويسرا	149	101	%68
قرغيزستان: تحسين القدرة التنافسية الدولية في قطاع النسيج والملابس (GTEX) (B676)			■	■				سويسرا	400	476	%119
دعم تسهيل التجارة بين أطراف اتفاق التجارة الحرة لأوروبا الوسطى (CEFTA) (B444)		■				■		الاتحاد الأوروبي	380	277	%73
طاجيكستان: تحسين القدرة التنافسية الدولية في قطاع النسيج والملابس (GTEX) (B675)		■	■	■	■			سويسرا	400	718	%179
استراتيجية أوكرانيا الوطنية للتصدير (B614)		■						الوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ)، ألمانيا	474	358	%76
أوكرانيا: ربط الشركات الصغيرة والمتوسطة في صناعة الفواكه والخضروات بسلاسل القيمة العالمية والمحلية (A303)		■		■				الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	700	773	%110
طاجيكستان: تمكين الوصول إلى الأسواق للمنتجات الزراعية من خلال تحسين نظام سلامة الأغذية (إدارة المعايير وتنمية التجارة STDF) (B312)		■	■	■				منظمة التجارة العالمية	250	242	%97
ترويج التجارة بين الصين والدول النامية الأخرى عبر مبادرة حزام وطريق الحرير (B568)	■					■		الصين	40	33	%82
مشروع ثقافي: مبادرة بناء الهوية وتقاسم الأعمال (B542)					■			الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF) الاتحاد الأوروبي	-	1	-
التجارة الدولية في آسيا الوسطى (B723)		■	■	■		■		الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	-	45	-
تشجيع إدماج السوريين في سوق العمل في ظل الحماية المؤقتة والمجتمعات المُضيفة في تركيا (B655)				■	■			المنظمة الدولية للهجرة	-	49	-

المشاريع حسب المنطقة	مجال التركيز 1	مجال التركيز 2	مجال التركيز 3	مجال التركيز 4	مجال التركيز 5	مجال التركيز 6	المؤسسة	المُموّلون	ميزانية التشغيل (بآلاف الدولارات الأمريكية)	الإنفاق (بآلاف الدولارات الأمريكية)	نسبة ما تم إنجازه، %
أمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي											
منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سبل العيش من جوز الهند (A325)				■				الاتحاد الأوروبي	250	642	%257
أمريكا الوسطى: ربط الشركات النسائية (WBEs) بالسوق العالمي للهدايا وديكور المنازل (A314)				■	■			الاتحاد الأوروبي	400	278	%70
كولومبيا PUEDE: تحقيق السلام والوحدة من خلال التنمية الاقتصادية والصادرات من المناطق الريفية (B599)	■			■	■			الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	64	92	%144
هايتي: مبادرة الأزياء الأخلاقية (A922)					■			الولايات المتحدة	38	72	%189
برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة (A874)					■			اليابان	7	0	%2
سانت لوسيا: تعزيز البنية التحتية المؤسسية للترويج للتصدير (A332)	■	■	■					الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 وكالة سانت لوسيا لترويج الصادرات التجارية	408	109	%27
التجارة للتنمية المُستدامة (T4SD) - مراكز (B694)					■			الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	324	336	%104
غرينادا: دعم نظم إدارة سلامة الأغذية للخضر والفاكهة الطازجة (B710)		■	■	■				البنك الكاريبي للتنمية (CDB)	-	158	-
غواتيمالا: تعزيز مهارات الأعمال وإمكانية توظيف رواد الأعمال غير الرسميين على حدود سيوداد بيدرو دي ألفارادو (B615)			■		■			الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF) الولايات المتحدة	-	231	-

المشاريع حسب المنطقة	مجال التركيز 1	مجال التركيز 2	مجال التركيز 3	مجال التركيز 4	مجال التركيز 5	مجال التركيز 6	المؤسسة	المُموّلون	ميزانية التشغيل (بآلاف الدولارات الأمريكية)	الإنفاق (بآلاف الدولارات الأمريكية)	نسبة ما تم انجازه، %
على المستوى العالمي وعبر عدة أقاليم											
استهداف النتائج: تحسين أداء وقياس مؤسسات دعم التجارة والاستثمار (B633)			■					الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	1,000	979	%98
خبير مشارك: سلاسل القيمة المُستدامة والشاملة (B198)					■			ألمانيا	13	12	%94
خبير مشارك: سلاسل القيمة المُستدامة والشاملة (B307)				■				هولندا	148	146	%98
خبير مشارك: الشركات والمؤسسات (B412)			■	■	■			ألمانيا	142	130	%91
خبير مشارك: تسهيل التجارة والسياسات للأعمال التجارية (B699)		■						ألمانيا	151	173	%115
خبير مشارك: تسهيل التجارة والسياسات للأعمال التجارية (B393)		■						فنلندا	124	110	%89
خبير مشارك - التعلم الإلكتروني (B774)				■	■			المجلس الصيني للمنح الدراسية	-	44	-
خبير مشارك - وحدة التقييم (B772)							■	المجلس الصيني للمنح الدراسية	-	39	-
خبير مشارك - الحلول الإلكترونية (B800)				■				ألمانيا	-	66	-
صندوق تطوير الأعمال (B532)							■	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	586	-	%0
شراكة وتنسيق DCP (B650)							■	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية، النافذة 1 الهيئة العامة لترويج الاستثمار وتنمية الصادرات (إثراء) - سلطنة عُمان	260	259	%100
صندوق DEI للتنسيق والابتكار (B647)							■	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	50	45	%90
بيان أثر منظمات ترويج التجارة والاستثمار (TIPOs): نحو معيار عالمي (B507)			■					الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	77	69	%91
شراكة وتنسيق DMD (B620)							■	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	50	5	%11
اتفاقيات الشراكة الاقتصادية (EPAs) في منطقة آسيا - المحيط الهادي والاتحاد الأوروبي، المرحلة الثانية (B500)	■							المعهد الوطني للدراسات العليا في مجال السياسات (GRIPS)، اليابان	109	82	%75
التعلم الإلكتروني (B648)	■							الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	108	108	%100
الحلول الإلكترونية (B636)				■				الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	313	280	%90
خارطة إمكانات التصدير (A341)	■							هولندا	35	35	%101
تصميم وإدارة استراتيجية التصدير (B630)		■						الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	340	442	%130
زمالة: مؤسسة مو إبراهيم (B203)			■			■	■	مؤسسة مو إبراهيم	114	114	%100
مكتب المساعدة للتجارة العالمية (B572)	■							سويسرا ألمانيا	500	437	%87
تحسين الشفافية في التجارة من خلال أدوات مُدمجة لتحليل السوق (B352)	■							جمهورية كوريا	15	-	-
تحسين الشفافية في التجارة من خلال أدوات لتحليل السوق كمنفعة عامة عالمية (B336)	■							الاتحاد الأوروبي الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 الصندوق الدائر متجدد الموارد MAR FIIAPP UNDP	2,066	1,420	%69
خدمات ودعم في مجال تقنية المعلومات - 2018 (B625)							■	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	185	334	%180
مختبر الابتكار (B662)							■	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	200	165	%83
معلومات أسعار السوق (B627)	■							الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	150	225	%150
صندوق MLS-SCM الدائر متجدد الموارد (B189)				■				صندوق MLS-SCM الدائر متجدد الموارد	230	147	%64
مكتب نيويورك (B624)							■	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	20	19	%96
مكتب المديرة التنفيذية (B623)							■	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	200	299	%150
الإدارة القائمة على النتائج (RBM) (B622)							■	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	100	109	%109

المشاريع حسب المنطقة	مجال التركيز 1	مجال التركيز 2	مجال التركيز 3	مجال التركيز 4	مجال التركيز 5	مجال التركيز 6	المؤسسة	المُموّلون	ميزانية التشغيل (بآلاف الدولارات الأمريكية)	الإنفاق (بآلاف الدولارات الأمريكية)	نسبة ما تم انجازه %
صندوق SEC الدائر متجدد الموارد (B190)				■				صندوق الاتحاد الأوروبي الدائر متجدد الموارد	50	-	-
مُنتدَب من جمهورية كوريا (B600)	■							جمهورية كوريا	260	221	%85
مبادرة التجارة النسائية SheTrades (B641)					■			الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	900	1,450	%161
تنسيق مبادرة التجارة النسائية SheTrades (B642)					■			الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	350	348	%99
النظرة التنافسية والدراسة المسحية للشركات الصغيرة والمتوسطة (B631)	■		■					الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	687	725	%105
دعم المفاوضات التجارية (B629)		■						الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	200	210	%105
صندوق TIS الدائر متجدد الموارد/ التعلم الإلكتروني (B155)	■							صندوق TS الدائر متجدد الموارد	30	5	%16
التجارة للتنمية المُستدامة (T4SD) (B036)					■			الوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ) - ألمانيا، الاتحاد الأوروبي، المؤسسة الأوروبية لمصنّعي الغذاء (FEFAC)، Finance in Motion GmbH - ألمانيا، سويسرا، مبادرة الزراعة المُستدامة (منصة SAI)، الولايات المتحدة، صندوق الحياة البرية العالمي، لجنة التنسيق بين أوروبا-إفريقيا-منطقة الكاريبي-منطقة المحيط الهادي (COLEACP)، ماكدونالدز	2,498	2,724	%109
التجارة للتنمية المُستدامة (T4SD) - قاعدة بيانات (B645)					■			الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	840	809	%96
التجارة في الخدمات: (B026)		■				■		الصين	257	191	%74
التجارة في الخدمات: (B632)		■						الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	100	64	%64
الصندوق الدائر متجدد الموارد للخدمات التجارية (B205)			■					صندوق TS الدائر متجدد الموارد	70	75	%107
القيمة المضافة إلى التجارة (B635)				■				الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	938	937	%100
المؤتمر العالمي وجوائز شبكة منظمة ترويج التجارة (WTPO) (B665)			■					الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	239	274	%115
مبادئ توجيهية ومنهجيات لتطوير نظام شامل للأغذية الزراعية عبر التحالفات (B693)			■	■	■			FAO	100	98	%98
شهادة في إدارة التصدير (CEM) (B736)								الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1 (BDF)	-	32	-
اتفاقات الشراكة الاقتصادية (EPAs) في مختلف أنحاء العالم وقواعد المنشأ (B725)	■							المعهد الوطني للدراسات العليا في مجال السياسات (GRIPS)، اليابان	-	63	-
التجارة الإلكترونية من أجل التأثير: تعزيز حلول الاستراتيجية الإلكترونية لمركز التجارة الدولية (B738)		■						الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	-	139	-
إمكانات التصدير: التمديدات المنهجية (B705)	■							الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	-	148	-
عالمي: دعم الأساليب والأدوات المبتكرة (فهم التدابير غير الجمركية والوصول إلى التجارة الإلكترونية) (B678)	■			■				الولايات المتحدة	-	107	-
تحسين بيئة الأعمال للشركات الصغيرة والمتوسطة التي تعمل بالتصدير من خلال تسهيل التجارة (A812)		■						DHL، Huawei Technologies، الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1، بنك قطر للتنمية، الأونكتاد	-	325	-
مختبر الابتكار (B788)							■	الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	-	15	-
التعلم الإلكتروني بمركز التجارة الدولية - الصالح العام العالمي (B892)	■							الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	-	24	-
مبادرة SheTrades: اتفاق ورشة العمل الدولية بشأن تعريف الشركات المملوكة للنساء (B562)					■			السويد	-	32	-
مبادرة SheTrades: استخدام البيانات لمعالجة القيود المفروضة على التجارة مع خارج الاتحاد الأوروبي (B582)	■				■			الاتحاد الأوروبي	-	15	-
إطار هجرة الفئات الضعيفة والتهجير القسري (B842)					■			الصندوق الاستئماني لمركز التجارة الدولية - النافذة 1	-	8	-
المنتدى العالمي لتنمية الصادرات (WEDF) (هنغاريا) 2018 2017- (B498)							■	هنغاريا	-	73	-

الملحق 3

مشاريع وبرامج مركز التجارة الدولية القطرية والإقليمية حسب البلد

البلد/المنطقة	▪ البرامج العالمية والإقليمية ▪ المشاريع المخصّصة لبلدان بعينها
إثيوبيا	▪ مبادرة الكوميسا للتجارة عبر الحدود: تسهيل التجارة على نطاق صغير عبر الحدود
	▪ الشراكة من أجل الاستثمار والنمو في إفريقيا (المرحلة الرئيسية)
	▪ برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة
	▪ مبادرة SheTrades - البُنّ
	▪ دعم التجارة والاستثمار الهندي في إفريقيا (SITA)
أذربيجان	▪ الشراكة الشرقية: جاهز للتجارة - إحدى مبادرات برنامج الاتحاد الأوروبي لدعم الأعمال التجارية (EU4Business)
أرمينيا	▪ الشراكة الشرقية: جاهز للتجارة - إحدى مبادرات برنامج الاتحاد الأوروبي لدعم الأعمال التجارية (EU4Business)
أفغانستان	▪ أفغانستان: المبادرة الأخلاقية لنمط الحياة من أجل إعادة الدمج الاقتصادي للعائدين والنازحين داخليًا
	▪ أفغانستان: معونة مرتبطة بالتجارة
	▪ البلدان الآسيوية الأقل نمواً: تعزيز قدرات التصدير للتجارة داخل المناطق
	▪ ترويج التجارة بين الصين والدول النامية الأخرى عبر مبادرة حزام وطريق الحرير
الأرجنتين	▪ التجارة للتنمية المستدامة (T4SD) - مراكز
الأردن	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
	▪ الدول العربية: تنمية صادرات الشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال الأسواق الافتراضية
	▪ الأردن: مبادرة توظيف وتحسين مهارات اللاجئين (RESI)
	▪ MENATEX (إقليمي): المُكوّن الإقليمي لبرنامج المنسوجات والملابس في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا
الإمارات العربية المتحدة	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
ألبانيا	▪ دعم تسهيل التجارة بين أطراف اتفاق التجارة الحرة لأوروبا الوسطى (CEFTA)
البحرين	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
البوسنة والهرسك	▪ دعم تسهيل التجارة بين أطراف اتفاق التجارة الحرة لأوروبا الوسطى (CEFTA)
الجبل الأسود	▪ دعم تسهيل التجارة بين أطراف اتفاق التجارة الحرة لأوروبا الوسطى (CEFTA)
الجزائر	▪ الجزائر: استراتيجية التجارة الوطنية لدعم التنوع الاقتصادي في الجزائر (AfTIAS)
	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
	▪ شمال إفريقيا: إشراك الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة وعرب المهجر لدعم النمو الاقتصادي القائم على التصدير
الجمهورية العربية السورية	▪ تشجيع إدماج السوريين في سوق العمل في ظل الحماية المؤقتة والمجتمعات المُضيفة في تركيا
	▪ سوريا: تنمية القدرة الإنتاجية وربط السكان النازحين داخليًا بالأسواق العالمية
	▪ سوريا: التمكين عبر القنوات الرقمية
إلسافادور	▪ أمريكا الوسطى: ربط الشركات النسائية (WBEs) بالسوق العالمي للهدايا وديكور المنازل
السنغال	▪ الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا (ECOWAS): مشروع غرب إفريقيا لترويج الأعمال التجارية والتصدير (WABEP)
	▪ الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA): مشروع Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR)
	▪ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
	▪ السنغال: تنمية الصادرات في قطاع تقنية المعلومات والخدمات المُعتمِدة عليها (صندوق هولندا الاستئماني NTF IV)
	▪ السنغال: تحسين القدرة التنافسية لصناعة المانجو
السنغال	▪ السنغال: برنامج Programme de Compétitivité de l'Afrique de l'Ouest (PCAO) *
	▪ إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية
	▪ الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA): مشروع Projet de development des exportations sous AGOA

البلد/المنطقة	▪ البرامج العالمية والإقليمية ▪ المشاريع المخصّصة لبلدان بعينها
السودان	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
	▪ السودان: دعم الاستقرار الاقتصادي من خلال الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية
	▪ السودان: الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية
الصومال	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
العراق	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
الغابون	▪ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
الكاميرون	▪ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
	▪ إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية
الكويت	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
المغرب	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
	▪ الدول العربية: تنمية صادرات الشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال الأسواق الافتراضية
	▪ MENATEX (إقليمي): المُكوّن الإقليمي لبرنامج المنسوجات والملابس في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا
	▪ المغرب: تنمية الصادرات لإيجاد فرص العمل
	▪ المغرب: تحسين القدرة التنافسية الدولية لقطاع النسيج والملابس (GTEX/MENATEX)
	▪ شمال إفريقيا: إشراك الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة وعرب المهجر لدعم النمو الاقتصادي القائم على التصدير
المملكة العربية السعودية	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
	▪ المملكة العربية السعودية: تطوير قطاع التمور في منطقة المدينة المنوّرة (AfTIAS)
النيجر	▪ الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا (ECOWAS): مشروع غرب إفريقيا لترويج الأعمال التجارية والتصدير (WABEP)
	▪ برنامج التدابير غير الجمركية
	▪ الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA): مشروع Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR)
	▪ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
	▪ تيسير التجارة
	▪ الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA): مشروع Projet de development des exportations sous AGOA
الهند	▪ دعم التجارة والاستثمار الهندي في إفريقيا (SITA)
اليمن	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
إندونيسيا	▪ رابطة حافة المحيط الهندي (IORA): التمكين الاقتصادي للمرأة
	▪ التجارة للتنمية المستدامة (T4SD) - مراكز
أوزبكستان	▪ مشروع ثقافي: مبادرة بناء الهوية وتقاسم الأعمال *
	▪ التجارة الدولية في وسط آسيا *
أوغندا	▪ مشروع ثقافي: مبادرة بناء الهوية وتقاسم الأعمال *
	▪ الاتحاد الأوروبي - مجموعة دول شرق إفريقيا (EU-EAC): مشروع تحسين الوصول إلى الأسواق (MARKUP)
	▪ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
	▪ دعم التجارة والاستثمار الهندي في إفريقيا (SITA)
	▪ أوغندا: تنمية الصادرات في قطاع تقنية المعلومات والخدمات المُعتمدة عليها (صندوق هولندا الاستئماني NTF IV)
أوكرانيا	▪ الشراكة الشرقية: جاهز للتجارة - إحدى مبادرات برنامج الاتحاد الأوروبي لدعم الأعمال التجارية (EU4Business)
	▪ استراتيجية أوكرانيا الوطنية للتصدير
	▪ أوكرانيا: ربط الشركات الصغيرة والمتوسطة في صناعة الفواكه والخضروات بسلاسل القيمة العالمية والمحلية

* مُمَوّل من صندوق تطوير الأعمال

البلد/المنطقة	▪ البرامج العالمية والإقليمية ▪ المشاريع المخصّصة لبلدان بعينها
إيران	▪ مشروع ثقافي: مبادرة بناء الهوية وتقاسم الأعمال * ▪ إيران: معونة فنية مرتبطة بالتجارة *
بابوا غينيا الجديدة	▪ منطقة المحيط الهادي: التمكين الاقتصادي للمرأة (برنامج المرأة والتجارة - المرحلة 2) ▪ مبادرة التجارة النسائية - المحيط الهادي
باكستان	▪ مسح التدابير غير الجمركية - باكستان
بليز	▪ منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سبل العيش من جوز الهند
بنغلاديش	▪ البلدان الآسيوية الأقل نمواً: تعزيز قدرات التصدير للتجارة داخل المناطق ▪ برنامج التدابير غير الجمركية ▪ برنامج الكومنولث لمبادرة التجارة النسائية SheTrades ▪ ترويج التجارة بين الصين والدول النامية الأخرى عبر مبادرة حزام وطريق الحرير
بنما	▪ أمريكا الوسطى: ربط الشركات النسائية (WBEs) بالسوق العالمي للهدايا وديكور المنازل
بنين	▪ بنين: تعزيز قدرات الإنتاج والتجارة ▪ الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا (ECOWAS): مشروع غرب إفريقيا لترويج الأعمال التجارية والتصدير (WABEP) ▪ الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA): مشروع Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR) ▪ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés ▪ الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA): مشروع Projet de development des exportations sous AGOA
بوتان	▪ دعم التجارة في بوتان ▪ ترويج التجارة بين الصين والدول النامية الأخرى عبر مبادرة حزام وطريق الحرير
بوركينا فاسو	▪ بوركينا فاسو ومالي: مشروع Création d'emplois équitables et développement durable de microentreprises dans les chaines de valeur liées au secteur du « lifestyle » ▪ الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا (ECOWAS): مشروع غرب إفريقيا لترويج الأعمال التجارية والتصدير (WABEP) ▪ برنامج التدابير غير الجمركية ▪ برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة ▪ الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA): مشروع Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR) ▪ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés ▪ تيسير التجارة ▪ الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA): مشروع Projet de development des exportations sous AGOA
بوروندي	▪ بوروندي: برنامج تحسين الوصول إلى الأسواق (MARKUP) ▪ الاتحاد الأوروبي - مجموعة دول شرق إفريقيا (EU-EAC): مشروع تحسين الوصول إلى الأسواق (MARKUP)
بيرو	▪ التجارة للتنمية المستدامة (T4SD) - مراكز
تركمانستان	▪ التجارة الدولية في وسط آسيا *
تركيا	▪ تشجيع إدماج السوريين في سوق العمل في ظل الحماية المؤقتة والمجتمعات المُضيفة في تركيا
ترينيداد وتوباجو	▪ استهداف النتائج: تحسين الأداء والقياس بمؤسسات دعم التجارة (المرحلة 1)
تشاد	▪ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
توجو	▪ الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا (ECOWAS): مشروع غرب إفريقيا لترويج الأعمال التجارية والتصدير (WABEP) ▪ الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA): مشروع Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR) ▪ الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA): مشروع Projet de development des exportations sous AGOA

البلد/المنطقة	▪ البرامج العالمية والإقليمية ▪ المشاريع المخصّصة لبلدان بعينها
تونس	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
	▪ الدول العربية: تنمية صادرات الشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال الأسواق الافتراضية
	▪ الآلية الأورومتوسطية لتسهيل التجارة والاستثمار - أداة وشبكة لحل المشكلات عبر الإنترنت
	▪ عالمي: التواصل الشبكي وإدارة المعرفة في قطاع النسيج والملابس (GTEX)
	▪ تونس: تعزيز القدرة التنافسية لسلسلة القيمة للمنسوجات والملابس الجاهزة
جامايكا	▪ منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سُبل العيش من جوز الهند
جزر القمر	▪ جزر القمر: تحسين القدرة التنافسية للصادرات من الفانيليا، واليلانج يلانج، والقرنفل
جمهورية إفريقيا الوسطى	▪ الجماعة الاقتصادية لدول وسط إفريقيا (CEEAC): مشروع Appui au commerce intra-African *
جمهورية الدومينيكان	▪ منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سُبل العيش من جوز الهند
جمهورية الكونغو الديمقراطية	▪ مبادرة الكوميسا للتجارة عبر الحدود: تسهيل التجارة على نطاق صغير عبر الحدود
جمهورية تنزانيا المتحدة	▪ مبادرة الكوميسا للتجارة عبر الحدود: تسهيل التجارة على نطاق صغير عبر الحدود
	▪ الاتحاد الأوروبي - مجموعة دول شرق إفريقيا (EU-EAC): مشروع تحسين الوصول إلى الأسواق (MARKUP)
	▪ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
	▪ إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية
	▪ دعم التجارة والاستثمار الهندي في إفريقيا (SITA)
	▪ تنزانيا: دمج سلاسل التوريد/ القيمة الخاصة بالبستنة ضمن السياحة - مُكوّن مُموّل من أمانة الدولة للشؤون الاقتصادية (SECO)، سويسرا
	▪ تنزانيا: برنامج كيجوما المشترك في إطار برنامج خطة الأمم المتحدة للمساعدة الإنمائية 2
جمهورية لاو الديمقراطية الشعبية	▪ البلدان الآسيوية الأقل نمواً: تعزيز قدرات التصدير للتجارة داخل المناطق
	▪ جمهورية لاو الديمقراطية الشعبية: دعم التكامل الإقليمي لرابطة أمم جنوب شرق آسيا (Laos-ARISE Plus)
	▪ ترويج التجارة بين الصين والدول النامية الأخرى عبر مبادرة حزام وطريق الحرير
جمهورية مقدونيا اليوغوسلافية السابقة	▪ دعم تسهيل التجارة بين أطراف اتفاق التجارة الحرة لأوروبا الوسطى (CEFTA)
جمهورية مولدوفا	▪ الشراكة الشرقية: جاهز للتجارة - إحدى مبادرات برنامج الاتحاد الأوروبي لدعم الأعمال التجارية (EU4Business)
	▪ دعم تسهيل التجارة بين أطراف اتفاق التجارة الحرة لأوروبا الوسطى (CEFTA)
جنوب إفريقيا	▪ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
جورجيا	▪ الشراكة الشرقية: جاهز للتجارة - إحدى مبادرات برنامج الاتحاد الأوروبي لدعم الأعمال التجارية (EU4Business)
جيبوتي	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
	▪ جيبوتي: دراسة جدوى لإنشاء قرية لتصدير منتجات الحرف اليدوية (AfTIAS)
	▪ Djibouti: Projet de développement et de promotion du tourisme
دولة فلسطين	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
	▪ فلسطين: ربط اللاجئين والشباب في غزة بفرص السوق
	▪ دولة فلسطين: إصلاح وتطوير الأسواق وسلاسل القيمة ومنظمات المنتجين
دومينيكا	▪ منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سُبل العيش من جوز الهند
رواندا	▪ الاتحاد الأوروبي - مجموعة دول شرق إفريقيا (EU-EAC): مشروع تحسين الوصول إلى الأسواق (MARKUP)
	▪ رواندا: تمكين مستقبل التجارة الإلكترونية
	▪ مبادرة SheTrades - البُنّ
	▪ إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية
	▪ دعم التجارة والاستثمار الهندي في إفريقيا (SITA)

* مُمَوّل من صندوق تطوير الأعمال

البلد/المنطقة	▪ البرامج العالمية والإقليمية ▪ المشاريع المخصّصة لبلدان بعينها
روسيا البيضاء	▪ الشراكة الشرقية: جاهز للتجارة - إحدى مبادرات برنامج الاتحاد الأوروبي لدعم الأعمال التجارية (EU4Business)
زامبيا	▪ مبادرة الكوميسا للتجارة عبر الحدود: تسهيل التجارة على نطاق صغير عبر الحدود
	▪ برنامج التدابير غير الجمركية
	▪ الشراكة من أجل الاستثمار والنمو في إفريقيا (المرحلة الرئيسية)
	▪ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
	▪ إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية
	▪ إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: مؤتمرات ودورات تدريبية عن التمويل المُستدام للمؤسسات المالية والشركات الصغيرة والمتوسطة
	▪ زامبيا: تمكين نظام ضمان الائتمان في زامبيا لتحسين وصول الشركات الصغيرة والمتوسطة إلى التمويل *
	▪ زامبيا: فرص العمل المراعية للبيئة
زيمبابوي	▪ مبادرة الكوميسا للتجارة عبر الحدود: تسهيل التجارة على نطاق صغير عبر الحدود
	▪ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
سانت فنسنت وجزر غرينادين	▪ منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سُبل العيش من جوز الهند
سانت لوسيا	▪ منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سُبل العيش من جوز الهند
	▪ سانت لوسيا: تعزيز البنية التحتية المؤسسية للترويج للتصدير
سري لانكا	▪ دراسة جدوى لإضافة القيمة في قطاع الفواكه والخضروات في سري لانكا
	▪ رابطة حافة المحيط الهندي (IORA): التمكين الاقتصادي للمرأة
	▪ سري لانكا: معونة مرتبطة بالتجارة
	▪ ترويج التجارة بين الصين والدول النامية الأخرى عبر مبادرة حزام وطريق الحرير
سورينام	▪ منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سُبل العيش من جوز الهند
سيراليون	▪ الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا (ECOWAS): مشروع غرب إفريقيا لترويج الأعمال التجارية والتصدير (WABEP)
	▪ نهر مانو: تطوير سلسلة القيمة للكاكاو والمحاصيل المرتبطة به (صندوق هولندا الاستئماني NTF IV)
	▪ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
	▪ سيراليون: برنامج التنافسية لغرب إفريقيا *
صربيا	▪ دعم تسهيل التجارة بين أطراف اتفاق التجارة الحرة لأوروبا الوسطى (CEFTA)
طاجيكستان	▪ مشروع ثقافي: مبادرة بناء الهوية وتقاسم الأعمال *
	▪ التجارة الدولية في وسط آسيا *
	▪ طاجيكستان: تمكين الوصول إلى الأسواق للمنتجات الزراعية من خلال تحسين نظام سلامة الأغذية (إدارة المعايير وتنمية التجارة STDF)
	▪ طاجيكستان: تحسين القدرة التنافسية للتصدير للشركات الصغيرة والمتوسطة في قطاع النسيج والملابس (GTEX)
	▪ ترويج التجارة بين الصين والدول النامية الأخرى عبر مبادرة حزام وطريق الحرير
عُمان	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
غامبيا	▪ الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا (ECOWAS): مشروع غرب إفريقيا لترويج الأعمال التجارية والتصدير (WABEP)
	▪ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
	▪ غامبيا: مشروع تمكين الشباب (YEP)
غانا	▪ الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا (ECOWAS): مشروع غرب إفريقيا لترويج الأعمال التجارية والتصدير (WABEP)
	▪ غانا: تطوير الكاكاو والمحاصيل المرتبطة به من خلال مشروع سانكوفا المدعوم من قِبَل "التحالفات من أجل العمل"
	▪ التطوير المبتكر للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة وسلاسل القيمة من خلال التحالفات لصالح سانكوفا في قطاعات الكاكاو والمحاصيل المرتبطة به
	▪ برنامج التدابير غير الجمركية
	▪ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
	▪ برنامج الكومنولث لمبادرة التجارة النسائية SheTrades
	▪ إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: مؤتمرات ودورات تدريبية عن التمويل المُستدام للمؤسسات المالية والشركات الصغيرة والمتوسطة
	▪ التجارة للتنمية المستدامة (T4SD) - مراكز
غرينادا	▪ غرينادا: دعم نظم إدارة سلامة الأغذية الطازجة والخضر والفاكهة

البلد/المنطقة	البرامج العالمية والإقليمية / المشاريع المخصّصة لبلدان بعينها
غواتيمالا	أمريكا الوسطى: ربط الشركات النسائية (WBEs) بالسوق العالمي للهدايا وديكور المنازل
	غواتيمالا: تعزيز مهارات الأعمال وإمكانية توظيف رواد الأعمال غير الرسميين على حدود سيوداد بيدرو دي ألفارادو *
غيانا	منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سُبل العيش من جوز الهند
غينيا	الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا (ECOWAS): مشروع غرب إفريقيا لترويج الأعمال التجارية والتصدير (WABEP)
	غينيا: تطوير قطاع المانجو
	غينيا: برنامج Programme d'appui à l'integration socio-economique des jeunes (INTEGRA) *
	نهر مانو: تطوير سلسلة القيمة للكاكاو والمحاصيل المرتبطة به (صندوق هولندا الاستئماني NTF IV)
	Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
غينيا-بيساو	الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا (ECOWAS): مشروع غرب إفريقيا لترويج الأعمال التجارية والتصدير (WABEP)
	الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA): مشروع Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR)
	الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA): مشروع Projet de development des exportations sous AGOA
فانواتو	برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة
فيتنام	برنامج التدابير غير الجمركية
	تيسير التجارة
	التجارة للتنمية المستدامة (T4SD) - مراكز
قطر	الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
	قطر: مبادرة الرمز الشريطي لتنمية تجارة الشركات الصغيرة والمتوسطة
	قطر: أسس التجارة الإلكترونية بين الشركات (B2B)
قيرغيزستان	التجارة الدولية في وسط آسيا *
	قرغيزستان: تحسين القدرة التنافسية للتصدير للشركات الصغيرة والمتوسطة في قطاع النسيج والملابس (GTEX)
	ترويج التجارة بين الصين والدول النامية الأخرى عبر مبادرة حزام وطريق الحرير
كابو فيردي	الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا (ECOWAS): مشروع غرب إفريقيا لترويج الأعمال التجارية والتصدير (WABEP)
كازاخستان	التجارة الدولية في وسط آسيا *
كمبوديا	البلدان الآسيوية الأقل نمواً: تعزيز قدرات التصدير للتجارة داخل المناطق
	برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة
	التجارة للتنمية المستدامة (T4SD) - مراكز
	ترويج التجارة بين الصين والدول النامية الأخرى عبر مبادرة حزام وطريق الحرير
كوت ديفوار	مشروع ثقافي: مبادرة بناء الهوية وتقاسم الأعمال *
	الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا (ECOWAS): مشروع غرب إفريقيا لترويج الأعمال التجارية والتصدير (WABEP)
	برنامج التدابير غير الجمركية
	الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA): مشروع Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR)
	Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
	إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية
	إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: مؤتمرات ودورات تدريبية عن التمويل المُستدام للمؤسسات المالية والشركات الصغيرة والمتوسطة
	الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA): مشروع Projet de development des exportations sous AGOA
كوستا ريكا	أمريكا الوسطى: ربط الشركات النسائية (WBEs) بالسوق العالمي للهدايا وديكور المنازل
كولومبيا	كولومبيا PUEDE: السلام والوحدة من خلال التنمية الإنتاجية والتسويق *
	التجارة للتنمية المستدامة (T4SD) - مراكز

* مُمَوّل من صندوق تطوير الأعمال

البلد/المنطقة	▪ البرامج العالمية والإقليمية ▪ المشاريع المخصّصة لبلدان بعينها
كينيا	▪ مبادرة الكوميسا للتجارة عبر الحدود: تسهيل التجارة على نطاق صغير عبر الحدود
	▪ مشروع ثقافي: مبادرة بناء الهوية وتقاسم الأعمال*
	▪ الاتحاد الأوروبي - مجموعة دول شرق إفريقيا (EU-EAC): مشروع تحسين الوصول إلى الأسواق (MARKUP)
	▪ رابطة حافة المحيط الهندي (IORA): التمكين الاقتصادي للمرأة
	▪ الشراكة من أجل الاستثمار والنمو في إفريقيا (المرحلة الرئيسية)
	▪ برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة
	▪ مبادرة توظيف اللاجئين وتحسين مهاراتهم (RESI): ربط اللاجئين في كينيا بفرص الأسواق (المكوّنان 1 و 2)
	▪ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
	▪ مبادرة توظيف اللاجئين وتحسين مهاراتهم (RESI) - مهارات عالية
	▪ برنامج الكومنولث لمبادرة التجارة النسائية SheTrades
	▪ إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية
	▪ إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: مؤتمرات ودورات تدريبية عن التمويل المُستدام للمؤسسات المالية والشركات الصغيرة والمتوسطة
	▪ دعم التجارة والاستثمار الهندي في إفريقيا (SITA)
	▪ التجارة للتنمية المستدامة (T4SD) - مراكز
لبنان	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
	▪ لبنان: القدرة التنافسية التصديرية للشركات الصغيرة والمتوسطة في قطاعي تقنية المعلومات والمكسرات (AfTIAS)
ليبيا	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
	▪ ليبيا: أكاديمية التجارة
ليبيريا	▪ الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا (ECOWAS): مشروع غرب إفريقيا لترويج الأعمال التجارية والتصدير (WABEP)
	▪ نهر مانو: تطوير سلسلة القيمة للكاكاو والمحاصيل المرتبطة به (صندوق هولندا الاستئماني NTF IV)
ليسوتو	▪ ليسوتو: تنمية إنتاجية وتجارة البستنة
مالي	▪ بوركينا فاسو ومالي: مشروع Création d'emplois équitables et développement durable de microentreprises dans les chaines de valeur liées au secteur du « lifestyle »
	▪ مشروع ثقافي: مبادرة بناء الهوية وتقاسم الأعمال *
	▪ الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا (ECOWAS): مشروع غرب إفريقيا لترويج الأعمال التجارية والتصدير (WABEP)
	▪ برنامج التدابير غير الجمركية
	▪ مشاركة وفد من مالي في "مُصدّري الصمغ العربي لمكونات الأغذية"
	▪ برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة
	▪ الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA): مشروع Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR)
	▪ الترويج للصمغ العربي من مالي في الأسواق الأمريكية والأوروبية
	▪ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
	▪ إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية
	▪ تيسير التجارة
	▪ الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA): مشروع Projet de development des exportations sous AGOA
مصر	▪ الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
	▪ مصر: إنشاء إدارة متخصصة في بنك تنمية الصادرات المصري للترويج للتصدير (AfTIAS)
	▪ مصر: تحسين القدرة التنافسية الدولية لقطاع النسيج والملابس (GTEX/MENATEX)
	▪ MENATEX (إقليمي): المُكوّن الإقليمي لبرنامج المنسوجات والملابس في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا
	▪ شمال إفريقيا: إشراك الشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة وعرب المهجر لدعم النمو الاقتصادي القائم على التصدير

البلد/المنطقة	البرامج العالمية والإقليمية المشاريع المخصّصة لبلدان بعينها
ملاوي	مبادرة الكوميسا للتجارة عبر الحدود: تسهيل التجارة على نطاق صغير عبر الحدود
	ملاوي: تحسين نظم إحصاءات ومعلومات التجارة
	ملاوي: مشروع تطوير سلسلة القيمة لقطاع العسل والبستنة *
	Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
موريتانيا	الدول العربية: مبادرة المعونات للتجارة
موزمبيق	الشراكة من أجل الاستثمار والنمو في إفريقيا (المرحلة الرئيسية)
ميانمار	البلدان الآسيوية الأقل نمواً: تعزيز قدرات التصدير للتجارة داخل المناطق
	ميانمار: برنامج التجارة والاستثمار (TIP)
	ميانمار: تحسين سلامة الأغذية والامتثال بتدابير الصحة والصحة النباتية لزيادة إيرادات التصدير في سلسلة القيمة للبذور الزيتية
	ميانمار: تطوير السياحة الشاملة - مع التركيز على مقاطعة كاياه (تدعيم) ومقاطعة تانينثاري (توسّع) (صندوق هولندا الاستئماني NTF IV)
	ميانمار: تحسين إمدادات البستنة والسياحة المُستدامة لتطوير الروابط التجارية
	ترويج التجارة بين الصين والدول النامية الأخرى عبر مبادرة حزام وطريق الحرير
نيبال	البلدان الآسيوية الأقل نمواً: تعزيز قدرات التصدير للتجارة داخل المناطق
	برنامج التجارة والاستثمار في نيبال *
	نيبال: مشروع تحسين الباشمينا ودعم تجارتها
	برنامج التدابير غير الجمركية
	برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة
	ترويج التجارة بين الصين والدول النامية الأخرى عبر مبادرة حزام وطريق الحرير
نيجيريا	الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا (ECOWAS): مشروع غرب إفريقيا لترويج الأعمال التجارية والتصدير (WABEP)
	نيجيريا: الغذاء لإفريقيا - صندوق أهداف التنمية المُستدامة
	Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
	برنامج الكومنولث لمبادرة التجارة النسائية SheTrades
	إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: تحسين تغليف الأغذية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة للأغذية الزراعية
	باكستان: النمو من أجل النهوض بالريف وتحقيق التقدم المُستدام (GRASP) *
نيكاراجوا	أمريكا الوسطى: ربط الشركات النسائية (WBEs) بالسوق العالمي للهدايا وديكور المنازل
هايتي	هايتي: المبادرة الأخلاقية للأزياء
	برنامج المجتمعات الفقيرة والتجارة
هندوراس	أمريكا الوسطى: ربط الشركات النسائية (WBEs) بالسوق العالمي للهدايا وديكور المنازل

* مُموّل من صندوق تطوير الأعمال

الملحق 4

تقييم الاحتياجات وتصميم المشاريع بواسطة مركز التجارة الدولية خلال عام 2018 حسب المنطقة

المنطقة	إقليمي	خاص ببلد بعينه
إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى	مبادرة التجارة النسائية - غرب إفريقيا	مدغشقر: برنامج d'appui au developpement des exportations
	برنامج التغليف المُستدام	ناميبيا: دعم التنافسية التجارية للشركات الصغيرة والمتوسطة
	الجماعة الإنمائية للجنوب الإفريقي (SADC): تطوير قطاعيْ التصنيع الزراعي والمستحضرات الصيدلانية	سيشيل: الدعم بعد الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية
	مرصد UAC التجاري	* 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
		أوغندا: تحسين سبل المعيشة للنازحين والمجتمعات المُضِيفة في أوغندا من خلال التجارة
		الجماعة الاقتصادية لدول غرب إفريقيا (ECOWAS): مشروع غرب إفريقيا لترويج الأعمال التجارية والتصدير (WABEP)
		إريتريا: خلق فرص العمل للشباب
		نيجيريا: الغذاء لإفريقيا - صندوق أهداف التنمية المُستدامة
		* غينيا: برنامج Programme d'appui à l'integration socio-economique des jeunes (INTEGRA)
		الكاميرون: برنامج Programme pour la promotion de l'entreprenariat et de l'insertion professionnel au Cameroun (PROPEICAM)
		مبادرة توظيف اللاجئين وتحسين مهاراتهم (RESI): ربط اللاجئين في كينيا بفرص السوق
		ليبيريا: تطوير صناعة سياحة ركوب الأمواج
		غامبيا: الوظائف والمهارات والتمويل (JSF) للنساء والشباب
		خطة الأمم المتحدة للمساعدة الإنمائية (UNDAP II): تنزانيا
		* زامبيا: تمكين نظام ضمان الائتمان في زامبيا لتحسين وصول الشركات الصغيرة والمتوسطة إلى التمويل
		مبادرة التجارة النسائية - غامبيا
		بوروندي: برنامج تحسين الوصول إلى الأسواق - MARKUP
		تنزانيا: برنامج كيجوما المشترك في إطار برنامج خطة الأمم المتحدة للمساعدة الإنمائية 2
		غانا: تطوير الكاكاو والمحاصيل المرتبطة به من خلال مشروع سانكوفا المدعوم من قِبَل "التحالفات من أجل العمل"
		الترويج للصمغ العربي من مالي في الأسواق الأمريكية والأوروبية
		* إريتريا: برنامج تعاون فني
		مبادرة التجارة النسائية - زامبيا
		التطوير المبتكر للشركات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة وسلاسل القيمة من خلال التحالفات لصالح سانكوفا في قطاعات الكاكاو والمحاصيل المرتبطة به
		مبادرة الكوميسا للتجارة عبر الحدود: تسهيل التجارة على نطاق صغير عبر الحدود
		* مشروع Projet de relèvement socio-économique en République Centrafricaine
		* السنغال: برنامج Programme de Compétitivité de l'Afrique de l'Ouest (PCAO)
		* سيراليون: برنامج التنافسية لغرب إفريقيا
		بوركينا فاسو ومالي: مشروع Création d'emplois équitables et développement durable de microentreprises dans les chaines de valeur liées au secteur du « lifestyle »
		الكاميرون: برنامج Programme pour la promotion de l'entreprenariat et de l'insertion professionnel au Cameroun (PROPEICAM)
		غينيا: مشروع Projet de relance de la filière ananas à travers l'appui à la production, la transformation et l'exportation
		ملاوي: مشروع تطوير سلسلة القيمة لقطاع العسل والبستنة
		السنغال: مشروع Projet d'appui à la compétitivité de l'Afrique de l'Ouest
		أوغندا: تطوير منتجات الحرف اليدوية والهدايا التذكارية للسياحة وأسواق التصدير

* مُمَوّل من صندوق تطوير الأعمال

المنطقة	إقليمي	خاص ببلد بعينه
إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى		أوغندا: تعزيز سلاسل القيمة للمنتجات الزراعية
		رواندا - الذكاء التنافسي والتدابير غير الجمركية
آسيا والمحيط الهادي		دعم التجارة في بوتان
		* باكستان: النمو من أجل النهوض بالريف وتحقيق التقدم المُستدام (GRASP)
		ميانمار: برنامج التجارة والاستثمار (TIP)
		جمهورية لاو الديمقراطية الشعبية: دعم التكامل الإقليمي لرابطة أمم جنوب شرق آسيا (Laos-ARISE Plus)
		ميانمار: دعم فني متعلق بالتجارة (ARISE Plus - ميانمار)
		ميانمار: تحسين إمدادات البستنة والسياحة المُستدامة لتطوير الروابط التجارية
		نيبال: برنامج التجارة والاستثمار
		* إيران: معونة مرتبطة بالتجارة
		مسح التدابير غير الجمركية - باكستان
		تطوير التجارة الأفغانية - المرحلة الثانية
		أفغانستان: المبادرة الأخلاقية لنمط الحياة من أجل إعادة الدمج الاقتصادي للعائدين والنازحين داخليًا
		آلية منهجية وللطوارئ لتجارةٍ أكثر أمانًا (SEMST) - تايلاند وجمهورية لاو الديمقراطية الشعبية
المنطقة العربية	الآلية الأورومتوسطية لتسهيل التجارة والاستثمار (TIFM)- المرحلة 2	عُمان: تعزيز القدرة التنافسية للشركات العُمانية الصغيرة والمتوسطة في مجال التصدير في القطاعات الفرعية ذات الأولوية: اللبان والتمور
		فلسطين: تحسين القدرة التنافسية لسلع وخدمات مختارة لتلبية الطلب في الأسواق الدولية
		تونس: مشروع Projet de valorisation des industries créatives et agroalimentaires pour un emploi durable
		أكاديمية التجارة العراقية
		جيبوتي: دراسة جدوى لإنشاء قرية لتصدير منتجات الحرف اليدوية (AfTIAS)
		استراتيجية لتنمية الصادرات غير النفطية بسلطنة عمان
		دولة فلسطين: تعزيز توظيف اللاجئين والشباب في غزة
		الأردن: التجارة لتوفير فرص العمل
		دولة فلسطين: إصلاح وتطوير الأسواق وسلاسل القيمة ومنظمات المنتجين
		سوريا: التمكين عبر القنوات الرقمية
		السودان: الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية
		فلسطين: ربط اللاجئين والشباب في غزة بفرص السوق
		قطر: أسس التجارة الإلكترونية بين الشركات (B2B)
		تونس: تحسين القدرة التنافسية الدولية لقطاع النسيج والملابس (GTEX/MENATEX)
		مصر: تحسين القدرة التنافسية الدولية لقطاع النسيج والملابس (GTEX/MENATEX)
		المغرب: تحسين القدرة التنافسية الدولية لقطاع النسيج والملابس (GTEX/MENATEX)
		دولة فلسطين: إصلاح وتطوير الأسواق وسلاسل القيمة ومنظمات المنتجين
		تشجيع إدماج السوريين في سوق العمل في ظل الحماية المؤقتة والمجتمعات المُضيفة في تركيا
		قطر: مبادرة الرمز الشريطي لتنمية تجارة الشركات الصغيرة والمتوسطة
		الأردن: تحسين القدرة التنافسية الدولية لقطاع النسيج والملابس (MENATEX)
		البحرين: إنشاء وكالة البحرين لتطوير الصادرات
		لبنان: خلق فرص عمل مستدامة ومداخيل ثابتة

المنطقة	إقليمي	خاص ببلد بعينه
أمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي	منطقة الكاريبي: تطوير المنتجات ذات القيمة المضافة والتجارة داخل المنطقة لتعزيز سُبل العيش من جوز الهند 2	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
	منطقة الكاريبي: التعاون مع بنك التنمية الكاريبي	غرينادا: دعم أنظمة إدارة سلامة الأغذية للفواكه والخضروات الطازجة
		* غواتيمالا: تعزيز مهارات الأعمال وإمكانية توظيف رواد الأعمال غير الرسميين على حدود سيوداد بيدرو دي ألفارادو
أوروبا الشرقية وآسيا الوسطى	* التجارة الدولية في وسط آسيا	طاجيكستان: تمكين الوصول إلى الأسواق للمنتجات الزراعية من خلال تحسين نظام سلامة الأغذية (إدارة المعايير وتنمية التجارة STDF)
	المعلومات التجارية والتحريات عن الأسواق لدول الشراكة الشرقية	أوزبكستان: برنامج الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية
	بوابة التحريات عن الأسواق لآسيا الوسطى (CATI)	

على المستوى العالمي وعبر عدة أقاليم	الصين - كازاخستان: تطوير التجارة الإلكترونية
	مبادرة حزام وطريق الحرير في الصين
	مبادرات التجارة النسائية SheTrades (وطنية/ عالمية)
	I 4 IMPACT (AIM): تحسين الأداء المؤسسي لتدويل أنشطة الشركات الصغيرة والمتوسطة
	مكتب المساعدة للتجارة العالمية
	برنامج الكومنولث لمبادرة التجارة النسائية SheTrades
	* مشروع ثقافي: مبادرة بناء الهوية وتقاسم الأعمال
	Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
	منصة الجودة والمبادرات الداخلية التي تُمكّن الشركات الصغيرة والمتوسطة من الامتثال لمتطلبات السوق المتعلقة بالجودة
	مبادرة SheTrades: اتفاق ورشة العمل الدولية بشأن تعريف الشركات المملوكة للنساء
	مبادرة SheTrades: استخدام البيانات لمعالجة القيود المفروضة على التجارة مع خارج الاتحاد الأوروبي
	مبادرة SheTrades - البُنّ
	التجارة للتنمية المستدامة (T4SD) - مراكز
	MENATEX (إقليمي): المُكوّن الإقليمي لبرنامج المنسوجات والملابس في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا
	اتفاقات الشراكة الاقتصادية (EPAs) في مختلف أنحاء العالم وقواعد المنشأ
	* شهادة في إدارة التصدير (CEM)
	التجارة الإلكترونية من أجل التأثير: تعزيز حلول الاستراتيجية الإلكترونية لمركز التجارة الدولية
	مجموعة دول إفريقيا والكاريبي والمحيط الهادي (ACP): تعزيز القدرات الإنتاجية وتحالفات سلسلة القيمة
	دراسة مسحية للأعمال التجارية لتحديد الاحتياجات من المعلومات لمُصدّري الخدمات للاتحاد الأوروبي
	تحسين الشفافية في التجارة من خلال أدوات لتحليل السوق كمنفعة عامة عالمية
	الشباب والتجارة: مشروع ريادة الأعمال والتوظيف

* مُمَوّل من صندوق تطوير الأعمال

الملحق 5

نبذة عن موظفي المركز

البلد	نساء	رجال	المجموع	%
البلدان النامية أو التي تمر بمرحلة انتقالية				
الصين	2	3	5	
أرمينيا	2	1	3	
الاتحاد الروسي	5		5	
الأرجنتين	2	4	6	
الإكوادور		2	2	
البرازيل	8		8	
الجزائر		1	1	
الكاميرون		1	1	
الكونغو	1		1	
المغرب	1	2	3	
المكسيك	2	4	6	
الهند	3	8	11	
إندونيسيا	1		1	
أوزبكستان	2		2	
أوكرانيا	1		1	
إيران		1	1	
باكستان		3	3	
بربادوس		1	1	
بنما	1		1	
بوليفيا	1	1	2	
بيرو	1	1	2	
تايلاند	1		1	
تركيا	1		1	
تونس		3	3	
جامايكا	1		1	
جمهورية الدومينيكان		1	1	
جنوب إفريقيا	1	2	3	
دولة فلسطين	1		1	
روسيا البيضاء		1	1	
رومانيا	4	1	5	
زيمبابوي	1	1	2	
سري لانكا	2		2	
سوريا	1	2	3	
صربيا		1	1	
غانا	1	1	2	
غواتيمالا	1		1	
فنزويلا		1	1	
فيتنام	1	2	3	
كازاخستان	1		1	
كوت ديفوار		2	2	
كولومبيا	2	1	3	
كينيا	4	1	5	
ماليزيا	2		2	
منغوليا	1		1	
موريشيوس	3	3	6	
ناميبيا	1		1	
نيكاراجوا	1		1	
المجموع للبلدان النامية أو التي تمر بمرحلة انتقالية	64	56	120	%37

البلد	نساء	رجال	المجموع	%
البلدان الأقل نمواً				
إثيوبيا	1	2	3	
أوغندا	1	1	2	
بنين		2	2	
بوركينا فاسو	1		1	
جزر القمر		1	1	
جمهورية الكونغو الديمقراطية		1	1	
زامبيا	2		2	
غينيا	1	1	2	
مدغشقر	1		1	
نيبال		1	1	
المجموع للبلدان الأقل نمواً	7	9	16	%5.0
البلدان الأخرى				
أسبانيا	6	2	8	
أستراليا	1	2	3	
البرتغال	1		1	
التشيك	2		2	
السويد	1		1	
الدنمارك		1	1	
ألمانيا	16	3	19	
المملكة المتحدة	10	9	19	
النرويج		1	1	
الولايات المتحدة	6	5	11	
اليابان	1	1	2	
أيرلندا	2	1	3	
إيطاليا	12	6	18	
بربادوس		1	1	
بلجيكا	1	2	3	
بلغاريا	1		1	
بولندا	1	3	4	
سويسرا	10	3	13	
فرنسا	31	27	58	
فنلندا	1		1	
كرواتيا	3		3	
كندا	4	4	8	
كوريا		1	1	
مالطا		1	1	
نيوزيلندا	2	2	4	
هولندا	1		1	
المجموع للبلدان الأخرى	113	74	187	%58
المجموع لمركز التجارة الدولية	**184**	**139**	**323**	**%100**

الملحق 6

توزيع المهام حسب جنسية الخبراء وجنسهم في عام 2018

من	المجموع		نساء		رجال	
	عدد الخبراء	أيام العمل	عدد الخبراء	أيام العمل	عدد الخبراء	أيام العمل
البلدان النامية أو التي تمر بمرحلة انتقالية						
إفريقيا						
إثيوبيا	9	894	2	315	7	579
السنغال	14	729	4	175	10	554
السودان	3	282	1	220	2	62
الكاميرون	4	93	1	5	3	88
النيجر	6	120			6	120
أوغندا	20	706	7	334	13	372
بوركينا فاسو	14	600	3	225	11	375
بنين	4	131			4	131
توجو	3	50			3	50
جمهورية إفريقيا الوسطى	1	30			1	30
جمهورية تنزانيا المتحدة	10	648	1	42	9	606
جنوب إفريقيا	12	488	6	247	6	241
جيبوتي	2	25			2	25
رواندا	7	660			7	660
زامبيا	5	492	3	423	2	69
زيمبابوي	2	145			2	145
سيراليون	2	260			2	260
غامبيا	11	578	3	183	8	395
غانا	8	558			8	558
غينيا	3	284			3	284
غينيا-بيساو	3	26			3	26
كوت ديفوار	7	147	1	30	6	117
كينيا	39	3365	22	2130	17	1235
مالي	12	306	3	88	9	218
مدغشقر	2	308	2	308		
موزمبيق	7	684	3	269	4	415
نيجيريا	5	301	5	301		
المجموع لإفريقيا	**215** (23.7% من الإجمالي)	**12910**	**67**	**5295**	**148**	**7615**

من	المجموع		نساء		رجال	
	عدد الخبراء	أيام العمل	عدد الخبراء	أيام العمل	عدد الخبراء	أيام العمل
آسيا والمحيط الهادي						
أفغانستان	10	666	1	30	9	636
الصين	11	1079	9	789	2	290
الفلبين	2	85	1	40	1	45
الهند	35	1737	15	942	20	795
إندونيسيا	5	189	3	104	2	85
إيران	1	10			1	10
بابوا غينيا الجديدة	4	95	3	90	1	5
باكستان	5	405	3	297	2	108
بنغلاديش	3	164	1	50	2	114
بوتان	1	55			1	55
تايلاند	1	127	1	127		
تركيا	2	119	1	95	1	24
سري لانكا	30	1046	8	410	22	636
سنغافورة	3	188	2	163	1	25
فانواتو	1	99	1	99		
فيتنام	8	762	4	102	4	660
كمبوديا	1	20			1	20
منغوليا	3	210	2	188	1	22
ميانمار	3	271	1	124	2	147
نيبال	7	232	2	42	5	190
المجموع لآسيا والمحيط الهادي	**136** (15% من الإجمالي)	**7559**	**58**	**3692**	**78**	**3867**
المنطقة العربية						
الأردن	12	553	2	155	10	398
البحرين	1	75	1	75		
الجزائر	11	323	2	52	9	271
الجمهورية العربية السورية	2	100			2	100
المغرب	19	1382	5	547	14	835
المملكة العربية السعودية	1	15			1	15
تونس	20	1495	7	504	13	991
دولة فلسطين	7	210	1	18	6	192
لبنان	2	60	1	20	1	40
ليبيا	5	263	2	230	3	33
مصر	10	501	3	102	7	399
المجموع للمنطقة العربية	**90** (9.9% من الإجمالي)	**4977**	**24**	**1703**	**66**	**3274**

من	المجموع		نساء		رجال	
	عدد الخبراء	أيام العمل	عدد الخبراء	أيام العمل	عدد الخبراء	أيام العمل
أوروبا ورابطة الدول المستقلة (CIS)						
أذربيجان	7	278			7	278
أرمينيا	1	180	1	180		
الاتحاد الروسي	8	971	8	971		
ألبانيا	5	110			5	110
البوسنة والهرسك	3	290			3	290
الجبل الأسود	1	26			1	26
أوكرانيا	29	1552	10	695	19	857
جمهورية مولدوفا	3	297	1	60	2	237
جورجيا	3	367	1	180	2	187
روسيا البيضاء	1	180			1	180
رومانيا	2	90	1	50	1	40
سلوفاكيا	1	5			1	5
شمال مقدونيا	3	202	2	34	1	168
صربيا	3	340	2	314	1	26
طاجيكستان	12	609	1	52	11	557
قيرغيزستان	4	423	4	423		
كازاخستان	1	200	1	200		
لاتفيا	1	3			1	3
المجموع لأوروبا ورابطة الدول المستقلة (CIS)	**88** (9.7% من الإجمالي)	**6123**	**32**	**3159**	**56**	**2964**
أمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي						
الأرجنتين	6	565	3	231	3	334
البرازيل	2	230	2	230		
إلسافادور	2	130	1	63	1	67
المكسيك	2	238	2	238		
بوليفيا (الدولة متعددة القوميات)	1	3			1	3
بيرو	7	547	4	444	3	103
تشيلي	3	81	1	30	2	51
جامايكا	2	173	2	173		
جمهورية الدومينيكان	2	328			2	328
سانت لوسيا	1	40			1	40
غرينادا	2	94	2	94		
غواتيمالا	1	55			1	55
غيانا	1	90			1	90
كولومبيا	14	982	7	418	7	564
نيكاراجوا	2	65	2	65		
المجموع لأمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي	**48** (5.3% من الإجمالي)	**3621**	**26**	**1986**	**22**	**1635**
المجموع للبلدان النامية أو التي تمر بمرحلة انتقالية	**577** (63.6% من الإجمالي)	**35190**	**207**	**15835**	**370**	**19355**

من	المجموع		نساء		رجال	
	عدد الخبراء	أيام العمل	عدد الخبراء	أيام العمل	عدد الخبراء	أيام العمل
البلدان المتقدمة						
أسبانيا	12	899	7	626	5	273
أستراليا	10	627	6	344	4	283
إسرائيل	1	15			1	15
البرتغال	2	39			2	39
التشيك	2	299	2	299		
الدنمارك	4	726	1	60	3	666
السويد	3	310	1	200	2	110
ألمانيا	31	1913	13	1126	18	787
المملكة المتحدة	35	2327	15	858	20	1469
النرويج	1	175			1	175
الولايات المتحدة	43	2928	26	1852	17	1076
اليونان	2	85	1	60	1	25
أيرلندا	3	286	2	246	1	40
آيسلندا	1	15			1	15
إيطاليا	20	1529	10	917	10	612
بلجيكا	6	437	2	224	4	213
بلغاريا	4	79	4	79		
بولندا	5	518	3	443	2	75
سلوفينيا	1	84			1	84
سويسرا	28	1571	15	816	13	755
فرنسا	63	3704	23	1127	40	2577
فنلندا	4	164	1	40	3	124
كرواتيا	2	114	1	103	1	11
كندا	21	969	8	507	13	462
نيوزيلندا	2	74			2	74
هولندا	24	1224	10	507	14	717
المجموع للبلدان المتقدمة	**330** (36.4% من الإجمالي)	**21111**	**151**	**10434**	**179**	**10677**
المجموع لجميع المناطق	**907**	**56301**	**358**	**26269**	**549**	**30032**

الملحق 7

جدول المساهمات الطوعية في الصندوق الاستئماني التابع لمركز التجارة الدولية

	2017 (آلاف الدولارات الأمريكية)			2018 (آلاف الدولارات الأمريكية)		
المُموّلون	النافذة 1	النافذة 2	المجموع	النافذة 1	النافذة 2	المجموع
الحكومات ووكالات التنمية الوطنية	8,930	18,644	27,574	18,151	29,887	48,039
أستراليا	-	307	307	-	-	-
الأرجنتين	-	20	20	-	-	-
الخبرة الفرنسية	-	463	463	-	932	932
الدنمارك	-	43	43	4,713	-	4,713
السويد	3,859	838	4,698	4,118	2,271	6,389
الصين (بما في ذلك المجلس الصيني للمنح الدراسية)	100	400	500	100	1,478	1,578
الكويت	145	-	145	-	-	-
ألمانيا (بما في ذلك الوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ))	2,049	2,212	4,261	2,396	3,012	5,408
المملكة المتحدة (بريطانيا العظمى وأيرلندا الشمالية)	-	4,653	4,653	-	9,526	9,526
النرويج	1,093	-	1,093	1,079	-	1,079
الهند	50	-	50	50	-	50
الهيئة العامة لترويج الاستثمار وتنمية الصادرات (إثراء) - سلطنة عمان	-	31	31	-	37	37
الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID)	-	760	760	-	2,119	2,119
الوكالة الفرنسية للتنمية	-	-	-	-	972	972
اليابان	-	927	927	-	1,050	1,050
إندونيسيا	-	30	30	-	-	-
أيرلندا	910	-	910	943	-	943
آيسلندا	-	-	-	200	-	200
بلجيكا	-	-	-	2,275	-	2,275
بنك قطر للتنمية	-	81	81	-	1,000	1,000
جمهورية كوريا	-	658	658	-	-	-
جنوب إفريقيا	-	60	60	-	-	-
سانت فنسنت وجزر غرينادين	-	-	-	-	68	68
سويسرا	-	2,543	2,543	-	3,884	3,884
سويسرا/ الإطار المتكامل المُعزّز (EIF)	-	200	200	-	636	636
فنلندا	-	136	136	1,535	69	1,604
كندا	723	-	723	741	-	741
هنغاريا	-	180	180	-	-	-
هولندا (بما في ذلك مركز الحكومة الهولندية لتعزيز الواردات من البلدان النامية (CBI))	-	4,101	4,101	-	2,832	2,832

المُموّلون	2017 (آلاف الدولارات الأمريكية)			2018 (آلاف الدولارات الأمريكية)		
	النافذة 1	النافذة 2	المجموع	النافذة 1	النافذة 2	المجموع
منظمات دعم الأعمال التجارية	-	331	331	-	302	302
المؤسسة الأوروبية لمصنّعي الغذاء (FEFAC)	-	6	6	-	6	6
المؤسسة الدولية والأيبيرية الأمريكية للإدارة والسياسات العامة (FIIAPP)	-	-	-	-	18	18
لجنة التنسيق بين أوروبا-إفريقيا-منطقة الكاريبي-منطقة المحيط الهادي (COLEACP)	-	-	-	-	36	36
مبادرة الزراعة المُستدامة (منصة SAI)	-	114	114	-	24	24
مؤسسة بربادوس للاستثمار والتنمية	-	82	82	-	-	-
وكالة Procomer	-	-	-	-	25	25
وكالة ProCórdoba Argentina	-	20	20	-	-	-
وكالة PromPeru	-	20	20	-	-	-
وكالة TradeMalta	-	-	-	-	12	12
وكالة ترويج الاستثمار في كوستاريكا (CINDE)	-	8	8	-	-	-
وكالة ترويج تجارة الصادرات في سانت لوسيا (TEPA)	-	82	82	-	166	166
وكالة تنمية صادرات منطقة الكاريبي	-	-	-	-	14	14
المنظمات الدولية بما في ذلك المؤسسات المالية، والشراكات، والصناديق، والمنظمات الإقليمية، ومنظومة الأمم المتحدة وما يتصل بها	60	25,039	25,099	-	40,953	40,953
الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA)	-	276	276	-	640	640
الاتحاد الأوروبي	-	19,484	19,484	-	36,965	36,965
الإطار المتكامل المُعزّز (EIF)	-	1,059	1,059	-	140	140
البنك الإسلامي للتنمية	-	1,040	1,040	-	-	-
البنك الدولي	-	848	848	-	-	-
البنك الكاريبي للتنمية (CDB)	-	129	129	-	-	-
الصناديق الدائرة متجددة الموارد	-	484	484	-	432	432
المركز الإسلامي لتنمية التجارة	-	40	40	-	-	-
المنظمة الدولية للفرنكوفونية	-	34	34	-	-	-
المنظمة الدولية للهجرة	-	-	-	-	266	266
المؤسسة الدولية الإسلامية لتمويل التجارة (ITFC)	-	15	15	-	-	-
برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP)	-	27	27	-	27	27
صندوق "أمم متحدة واحدة"	-	-	-	-	625	625
صندوق الدول الغربية المستقلة حديثاً للمشاريع (WNISEF)	-	5	5	-	-	-
صندوق الضمان الإفريقي (AGF)	-	445	445	-	150	150
مبادرة "شرق إفريقيا علامة مسجّلة"	-	150	150	-	-	-
مجموعة الكوميسا	-	122	122	-	766	766
منظمة الأمم المتحدة للأغذية والزراعة (FAO)	-	228	228	-	216	216
منظمة التجارة العالمية - إدارة المعايير وتنمية التجارة (WTO-STDF)	-	462	462	-	445	445
منظمة العمل الدولية	-	131	131	-	13	13
مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)	-	-	-	-	188	188
مؤسسة الاتفاق العالمي	60	-	60	-	-	-
وحدة تنفيذ الإطار المتكامل المعزز (UMOCIR) - مالي	-	62	62	-	80	80

المُموّلون	2017 (آلاف الدولارات الأمريكية)			2018 (آلاف الدولارات الأمريكية)		
	النافذة 1	النافذة 2	المجموع	النافذة 1	النافذة 2	المجموع
الجهات الأكاديمية، ومؤسسات التدريب والبحوث، والمنظمات والشركات غير الربحية	-	605	605	-	1,275	1,275
Citibank	-	-	-	-	47	47
Coop Genossenschaft / Chocolats Halba / Sunray	-	-	-	-	83	83
DMI Associates	-	-	-	-	31	31
Huawei Technologies	-	-	-	-	90	90
Swisscontact	-	170	170	-	22	22
الصندوق العالمي للحياة البرية (WWF)	-	-	-	-	15	15
المجلس النرويجي للاجئين	-	-	-	-	307	307
المعهد الوطني للدراسات العليا في مجال السياسات (GRIPS)	-	113	113	-	165	165
شركة DHL	-	70	70	-	73	73
شركة PepsiCo	-	100	100	-	-	-
شركة ماكدونالدز	-	25	25	-	-	-
معهد Physikalisch-Technische Bundesanstalt (PTB)	-	13	13	-	-	-
مؤسسة Max Havelaar	-	-	-	-	52	52
مؤسسة UPS Foundation	-	-	-	-	276	276
مؤسسة مو إبراهيم	-	114	114	-	114	114
إجمالي التمويل الوارد من خارج الميزانية	**8,990**	**44,619**	**53,609**	**18,151**	**72,417**	**90,568**

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 أيٍّ منها، أو بشأن تعيين حدودها أو تخومها.

يونيو 2019
النسخة الأصلية باللغة الإنجليزية

© مركز التجارة الدولية 2019

ITC/AG(LIII)/274

طُبع 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