

Distr.
LIMITED

A/CONF.191/L.9
17 May 2001

ARABIC
Original: ENGLISH

الجمعية العامة



مؤتمر الأمم المتحدة الثالث

المعني بأقل البلدان نمواً

بروكسل، بلجيكا، ١٤-٢٠ أيار/مايو ٢٠٠١

حدث مواز

المائدة المستديرة لقطاع الأعمال

تحويل الفرص التصديرية المتاحة لأقل البلدان نمواً إلى أعمال تجارية:

الاستجابة الاستراتيجية

ملخص أعدته أمانة المؤتمر

١- قام مركز التجارة الدولية بتنظيم المائدة المستديرة لقطاع الأعمال التي عُقدت في ١٦ أيار/مايو ٢٠٠١. وقد تمحورت حول الموضوع الإيجابي المتمثل في تحديد السبل الكفيلة بتعزيز دور الصادرات في استراتيجية للتنمية وللحد من الفقر. وكان أكثر من ٥٠ في المائة من المشاركين من القطاع الخاص في أقل البلدان نمواً. وقد مثلت المائدة المستديرة جهداً يرمي إلى تحديد السياسات الملائمة بالاستناد إلى نجاحات تحققت على مستوى الشركات والمستوى الدولي لتتمكن الشركات والبلدان الأخرى من محاكاة تلك التجارب.

منتجات وأسواق لصادرات أقل البلدان نمواً: الفرص والنجاحات

٢- تم التشديد، في معرض مناقشة الفرص والنجاحات المحرزة في مجال الصادرات من أقل البلدان نمواً، على أن هناك، بالرغم من الاتجاهات العالمية التي تبدو سلبية، سبباً يدعو للتفاؤل. فعلى سبيل المثال، وبالرغم من التديني الطويل الأجل في حصة الصادرات غير النفطية لأقل البلدان نمواً من التجارة العالمية، تحققت زيادات في تصدير

المصنوعات التحويلية من بعض البلدان. وبالنسبة لأقل البلدان نمواً ككل، بما فيها البلدان المنتجة للنفط، تغطي الصادرات نسبة تصل إلى ٨٠ في المائة من الواردات. كما أن التجارة الإقليمية البينية على صعيد أفريقيا آخذة في الزيادة هي الأخرى ولا سيما في المجتمع الإنمائي للجنوب الأفريقي. كذلك يستمد العديد من أقل البلدان نمواً ما يزيد على النصف من إيراداته التصديرية من الخدمات. وبالرغم من انخفاض المستوى التنافسي لأقل البلدان نمواً على العموم هناك عدد كبير من الصناعات التنافسية العالية المستوى التي أقامها أصحاب مشاريع ناجحون .

٣- ووضع إطار لتحديد الفرص قوامه عناصر خمسة هي: '١' الترقى في سلسلة القيمة؛ '٢' التسويق الذي يعتمد على الكوة؛ '٣' تحويل الميزة النسبية إلى ميزة تنافسية؛ '٤' ثورة الخدمات؛ و'٥' التغلب على الحواجز التقنية والهيكلية. والعامل الرئيسي في تعيين الفرص السوقية وتحويلها إلى أعمال تجارية يكمن في الرؤية وفي المسعى الرامي إلى إقامة المشاريع من جانب المصدرين. وما يسمح به الإطار للمسؤولين عن اتخاذ القرارات ولدوائر الأعمال التجارية هو اتباع نهج استراتيجي يساعدهم على تحديد الأسواق المستهدفة والسبل الكفيلة ببناء مراكز سوقية قوية ومستدامة.

٤- وهناك قطاعات عديدة تم تحديدها بوصفها تتيح فرصاً تصديرية سائحة محتملة. هذه القطاعات تشمل القطن والمنسوجات القطنية والسياحة وغيرها من الخدمات وصيد الأسماك والبن والمنتجات الخشبية والبذور الزيتية والخضروات والفواكه والمكسرات والتوابل والأزهار والنباتات الطبية. وهناك مجالات أخرى ذات أهمية تشمل المنتجات الجلدية والصناعات اليدوية والخدمات الرديفة والبرامجيات.

٥- وعلى حين أن كل عمل من الأعمال التجارية ينجح لأسباب تخصه إلا أن هناك عوامل مشتركة تسهم في نجاحها مجتمعة. فالعديد من هذه الأعمال لا علاقة له بالتركيز الذي شهدته الماضي والذي يتجه إلى بيع سلع أساسية. حيث إن هذه الأعمال التجارية تعنى بمنتجات الكوة الموجهة لأسواق الكوة والترقي في سلسلة المنتجات عن طريق التجهيز والتصميم والاستجابة للطلب الآخذ في التزايد من المستهلكين لمنتجات عالية الجودة، والدخول إلى أسواق تتميز بمنتجاتها الجديدة مثل الخدمات أو اختصار سلسلة التوزيع للاستحواذ على نصيب أكبر من القيمة. وتشمل الأمثلة على هذا أسواق الكوة بالنسبة لما يلي: الفواكه والخضروات العضوية من غينيا الموجهة إلى السوق الأوروبية؛ ومسحوق الفلفل الأحمر الموجه من زامبيا إلى سوق أمريكا الشمالية، والصادرات من الصلصة الحريفة الموجهة من ملاوي إلى جنوب أفريقيا، والزيوت الأساسية الموجهة من هايتي إلى صناعة مساحيق التجميل العالمية المتنامية الأهمية، والملبوسات الموجهة من موزامبيق إلى سوق أفريقيا الجنوبية، والزهور الغضة الموجهة من إثيوبيا إلى السوق الألمانية والفرنسية، والأطعمة السمكية المستحضرة الموجهة من موريتانيا إلى السوق المتميزة بذوقها الرفيع، والخدمات السياحية ذات المنحى الثقافي المقدمة من بوتان لكافة الزوار من العالم أجمع وتكنولوجيا البرنامجات الفيديوية للإنترنت من نيبال إلى المستهلكين في أمريكا الشمالية.

٦- وأبرزت العروض التي قدمها أصحاب المشاريع الناجحة من أقل البلدان نمواً العوامل الحاسمة التالية لبناء مثل هذه الميزة التنافسية:

- تزايد تشكيلة المنتجات والتعرف على مطالب السوق؛
- توجيه التشديد إلى جودة المنتج وممارسة مراقبة شديدة على تعقب مراحل تجهيز المنتجات ولا سيما فيما يخص جودة المنتجات الغذائية؛
- الأخذ بالتكنولوجيات الجديدة؛
- بث روح المشاركة في العاملين وتنمية ولاءهم فضلاً عن إدماجهم في حياة المجتمع المحلي؛
- تعزيز التعاون مع الموردين وتوفير ما يلزمهم من المدخلات والتدريب والحصول على التكنولوجيات الأفضل؛
- السعي لتحقيق التكامل مع العملاء بغية الحصول على التمويل السابق اللازم وعلى التكنولوجيات أو التغليف؛
- الحد من عدد الوسطاء.

٧- الشروط التي تُسهم إيجابياً في إطار تشغيل العمل الإجمالي تشمل:

- الاستقرار السياسي والأمن؛
- إطار قانوني ملائم؛
- مساعدة تقنية أجنبية.

٨- ومما يثير الإعجاب في قصص النجاح أنها غالباً ما تحدث في ظروف معاكسة. وقد حدد أعضاء الفريق مواطن الاختناق التالية:

- نقص رأس المال الضروري لتمويل الاستثمارات؛
- نقص المعلومات عن الفرص الممكنة من حيث المساعدة الخارجية والأسواق والتكنولوجيات وشروط النفاذ إلى السوق؛

- الحواجز التي تعرقل الدخول، مثل الحواجز التقنية للتجارة؛
- نقص البنية الأساسية الضرورية في مجال النقل والمواصلات وغيرها؛
- ضعف الإدارات الوطنية.

إنشاء بيئة مواتية للمنافسة في مجال الصادرات في أقل البلدان نمواً

٩- يعتمد نجاح الصادرات اعتماداً حاسماً على بيئة مواتية عبر المستويات الصغرى والوسطى والكبرى. ورغم قصص النجاح التي سلطت عليها الأضواء وفرص الأسواق الجديدة التي أنشئت ما زال هنالك العديد من القيود التي تواجه أصحاب مشاريع الصادرات في أقل البلدان نمواً. وللتغلب على هذه العوائق يتطلب الأمر ثلاثة أركان رئيسية من أجل بيئة مواتية لتشجيع التنمية السريعة لشركات التصدير المنافسة في أقل البلدان نمواً:

- إطار سياسة كلية فعالة، تشمل استقرار الاقتصاد الكلي وتكفل أنظمة لأسعار الصرف تكون مستقرة ومنافسة، وسياسة تجارة إيجابية، وشروط النفاذ إلى السوق؛
- بنية أساسية فعالة من خدمات دعم التجارة تشمل كلاً من البنية الأساسية "الصلبة" كشبكة الطرق، والمطارات، وشبكة المواصلات، والطاقة الكهربائية، وموارد المياه، وبنية أساسية "لينية" مثل خدمات التمويل التجاري، ومعلومات التجارة، وخدمات الترويج التجاري، وخدمات إدارة نوعية الصادرات، وخدمات تيسير التجارة، وخدمات تشجيع الاستثمار؛
- مناخ فعال لمبادرة مشاريع الأعمال والاستثمار في قطاع تجارة الصادرات.

١٠- والموارد المالية والبشرية والمؤسسية محدودة في أقل البلدان نمواً. لذلك فهي تحتاج إلى أن تركز جهودها وترتب أعمالها بحسب سلم الأولويات إن هي أرادت النجاح. وقد يشمل ذلك استهداف قطاعات رئيسية لتنمية الصادرات، ولا يعني ذلك بالضرورة الاقتصر على اختيار "القطاعات الراجعة". ومن الأفضل تحديد القطاعات التي تتميز بحالات نجاح واضحة وتركيز الجهود والأولويات لتمكين مؤسسات الأعمال الناجحة، إلى جانب الجديدة، من التوسع والنمو والتكاثر السريع في هذه القطاعات. وينبغي أن تشمل القطاعات أيضاً أنشطة كثيفة الاستعمال ليليد العاملة وأن تنشأ في المناطق الريفية، لأن الغالبية العظمى من الفقراء تعيش في المناطق الريفية. وينبغي أيضاً تنفيذ السياسات التي تضمن قدرة الصادرات على رفع القيمة المضافة التي يسهم فيها الفقراء ومن ثم تؤدي إلى رفع مستوى دخولهم. ويمكن تحقيق ذلك بأساليب متعددة. مثال ذلك تحويل الإنتاج من زراعة الكفاف إلى زراعة محاصيل تصديرية غير تقليدية من شأنها أن تجلب أسعاراً أفضل في السوق.

١١- وقد قطعت البلدان خطوات واسعة في مجال تحسين البيئة الإجمالية من أجل مشاريع الأعمال. فالضرائب التي كانت تثبط الصادرات قد جرى تخفيضها، أو إلغاؤها كلياً. وقد أمكن التحكم في التضخم، وأسعار الصرف

المضخمة قد زالت في معظمها. ومن ثم ازدادت إمكانية التنبؤ بعائدات الاستثمار وأصبحت الصادرات ميسورة أكثر من ذي قبل. وقد أصبحت مؤسسات الاستثمار أكثر تفهماً بكثير لاحتياجات أصحاب الأعمال والمصدرين. ولكن الأمر ما زال يتطلب الكثير، بما في ذلك في غالب الأحوال المسائل القانونية والحكم السديد. وما زال مجال تطبيق القانون، بما في ذلك تنفيذ شروط التعاقد ومكافحة الفساد، من مواطن التعثر بالنسبة لأصحاب الأعمال.

١٢- وقد لا يؤدي نجاح الصادرات على مستوى الشركات دائماً إلى تخفيف وطأة الفقر. فتحقيق ذلك يقتضي من البلد أن يحسن التوفيق بين السياسة التجارية والتنمية المتسقة وتخفيف وطأة الفقر.

١٣- ومن الجهود المبذولة على الصعيد الدولي لتحقيق ذلك الإطار المتكامل للمساعدة المتصلة بالتجارة. فهذا البرنامج يتيح إدماج السياسات التجارية في صلب استراتيجيات تخفيف وطأة الفقر. إلا أنه إذا أريد لهذه السياسات أن تكون فعالة فلا بد من النظر إلى التجارة بالقياس إلى أولويات أخرى مثل التعليم والصحة والحكم السديد. ولا ينبغي المبالغة في أهمية التجارة كما لا ينبغي تجاهلها.

١٤- وإذا أريد أن يكون للتجارة أبلغ الأثر في تخفيف وطأة الفقر فلا بد من إدماج استراتيجيات التنمية التجارية في صلب البرامج الإنمائية الوطنية، ولا سيما الورقات الاستراتيجية لتخفيف وطأة الفقر. وينبغي لاستراتيجيات تخفيف وطأة الفقر أن تشمل التجارة، كما ينبغي لاستراتيجيات تنمية التجارة أن ترتب القطاعات التي تؤثر في الفقر بحسب أولويتها. ومن الأمثلة الناجحة زامبيا حيث يعمل ٣٠ ٠٠٠ مزارع متعاقد في إنتاج الفلفل الحلو، وهابتي حيث تعمل ٢٧ ٠٠٠ أسرة في زراعة النجيل (مركب يدخل في صناعة الزيوت العطرية)، ونيبال حيث يعمل مئات النساجين المحليين في صنع السجاد والباشمينا.

١٥- وينبغي أن تركز البيئة التمكينية أيضاً على المبادرات الموجودة على مستوى الشركات التي تتسم بأهمية حيوية لنجاح الصادرات. وناقش اجتماع المائدة المستديرة ثلاثاً من هذه القضايا: إدارة نوعية الصادرات، وتمويل التجارة، وإيجاد الشركاء التجاريين. ففيما يخص نوعية المنتجات، يجب أن يسعى المصدرون في أقل البلدان نمواً إلى الوفاء بالشروط التي تملئها الأسواق على منتجاتهم وكذلك بالشروط التقنية للوصول إلى تلك الأسواق. ولكن حتى إذا استهدفت الأسواق المناسبة ووضعت خطة لتطوير المنتجات فإن العديد من المصدرين في أقل البلدان نمواً يعانون صعوبة في الحصول على التمويل التجاري لضمان دخول منتجاتهم إلى الأسواق في نهاية الأمر. وتثور مشكلة أخرى هي أن المصدرين في أقل البلدان نمواً يلزمهم في كثير من الأحيان شريك تجاري في البلد المستورد. ولكن نظراً إلى صغر حجمهم يصعب عليهم تكبد النفقات المترتبة على إيجاد الشريك المناسب.

١٦- وكان الموضوع الطاعني على اجتماع المائدة المستديرة هو قدرة المصدرين على أداء دور هام في تخفيف وطأة الفقر. إلا أن تحويل هذا الدور إلى استراتيجية فعالة يقتضي وجود روابط قوية بين القطاعين الخاص والعام.