International Trade Centre

African Union

European Commission

صنعتها إفريقيا

خلق قيمة من خلال التكامل

94 سلسلة قيمة واعدة

تم تحديدها عبر القارة الأفريقية

تخلق منطقة التجارة الحرة الأفريقية فرصا غير مسبوقة للنمو والتحول في جميع أنحاء القارة

تعمل منطقة التجارة الحرة القارية الأفريقية كإطار لتعزيز التجارة بين البلدان الأفريقية وتطوير سلاسل القيمة البينية. يعد بدء التداول بموجب اتفاقية التجارة الحرة القارية الأفريقية اعتبارًا من 1 يناير 2021 علامة فارقة رئيسية لتفعيل سوق واحدة بإجمالي ناتج محلي يقترب من 2.5 تريليون يورو.

وتشير التقديرات أن تحرير التعريفات الجمركية وحدها سيؤدي إلى زيادة فرص التجارة البينية الإقليمية بأكثر من 17 مليار يورو. إن بناء سوق واحدة بإطار تنظيمي واضح وقوي عبر 54 دولة موقعة سيوفر فرصة لتطوير سلاسل قيمة إقليمية جديدة ذات إمكانات إضافية هائلة لزيادة التجارة والتوظيف ذات القيمة المضافة. وسيفتح الباب كذلك أمام قاعدة مستهلكين محتملة تبلغ 1.3 مليار شخص، والتي من المتوقع أن تصل إلى 2.5 مليار بحلول عام 2050، مما يخلق حوافز قوية للاستثمار.

تكامل سلسلة القيمة داخل أفريقيا يمكن أن يعزز النمو الإقليمي

تمثل أفريقيا اليوم 15٪ من سكان العالم، ولكن 2.3٪ فقط من الصادرات العالمية. فقط 14٪ من الصادرات موجهة إلى الأسواق الأفريقية، بشكل هامشي منذ أكثر من عقد من الزمان. ومع ذلك، فإن حصة عالية نسبيا من الصادرات الأفريقية إلى أفريقيا تتكون من منتجات شبه مُجهزة أو مُجهزة، في حين أن الصادرات إلى العالم لا تزال تهيمن عليها السلع الأساسية والموارد الطبيعية. كما أن الصادرات داخل المنطقة أكثر تنوعا وتقدما من الناحية التكنولوجية من الصادرات في الخارج. ولذلك فإن تكامل سلسلة القيمة فيما بين البلدان الأفريقية هو مفتاح للحد من الاعتماد على صادرات السلع والموارد الطبيعية غير المُجهزة وتمهيد الطريق نحو زيادة القيمة المضافة وزيادة تنوع سلة الصادرات. كما تساعد زيادة القدرة التنافسية لسلاسل القيمة الأفريقية على زيادة القدرة على الصمود أمام صدمات سلسلة التوريد، التي أصبحت الحاجة إليها أكثر وضوحا بسبب الأزمات الأخيرة.

أين يجب على الحكومات والشركات توجيه استثماراتها وجهودها؟

نفذ مركز التجارة الدولية، بتكليف من المديرية العامة للشراكات الدولية التابعة للمفوضية الأوروبية ، تشخيصا لسلسلة القيمة لتحديد القطاعات ذات الإمكانات والفرص العالمية لتطوير سلسلة القيمة المستدامة في إفريقيا والاختناقات التي تمنع الشركات من تحقيق هذه الإمكانات بالكامل. يقدم هذا التشخيص الجديد لسلسلة القيمة لمركز التجارة الدولية نهجا مبتكرا لتحديد وتقييم جدوى سلاسل القيمة على المستوى القاري بالإضافة إلى فهم كيفية اتصال الشركات الخاصة بها.

ولضمان التضافر بين عمل مختلف المؤسسات، تم تنفيذ التشخيص بالتشاور مع الاتحاد الأفريقي ، واللجنة الاقتصادية لأفريقيا، ومنظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية، ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، وغيرها من المنظمات الوطنية والإقليمية والدولية. ويستند هذا التشخيص إلى الدراسات الحالية التي بدأتها ونفذتها هذه المنظمات وغيرها، ويكملها بإضافة عنصرين مبتكرين رئيسيين:

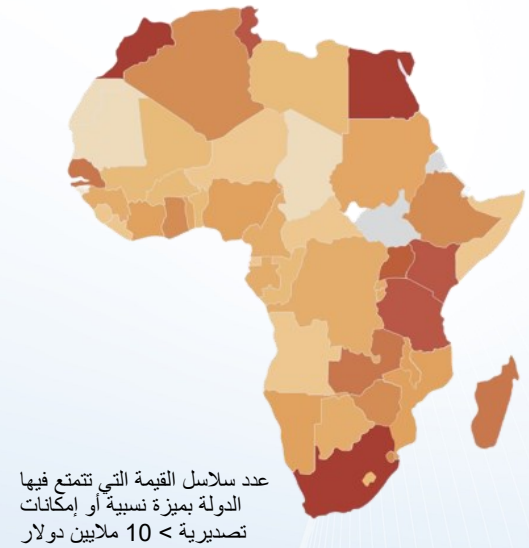
أولا، إجراء تحليل قوي يستند إلى البيانات لمدى توافر المدخلات والمخرجات في القارة الأفريقية، وتقييم جدوى وضع مجموعة فرعية من تلك المدخلات والمخرجات في عدة بلدان أفريقية. وهو يتجاوز النهج التقليدية من خلال الجمع بين المعلومات التجارية وتحليل المدخلات والمخرجات ويأخذ في الاعتبار نسب المدخلات المطلوبة لإنتاج كل ناتج مستهدف.

ثانيا، إجراء مشاورات مكثفة مع مئات الشركات الأفريقية وخبراء القطاع وأصحاب المصلحة الآخرين للحصول على تعليقات مباشرة واستراتيجية حول القيود التجارية والمؤسسية واحتياجات الاستثمار وسبل إطلاق العنان للإمكانات في قطاعات محددة.

ما هي فرص سلاسل القيمة الواعدة لأفريقيا؟

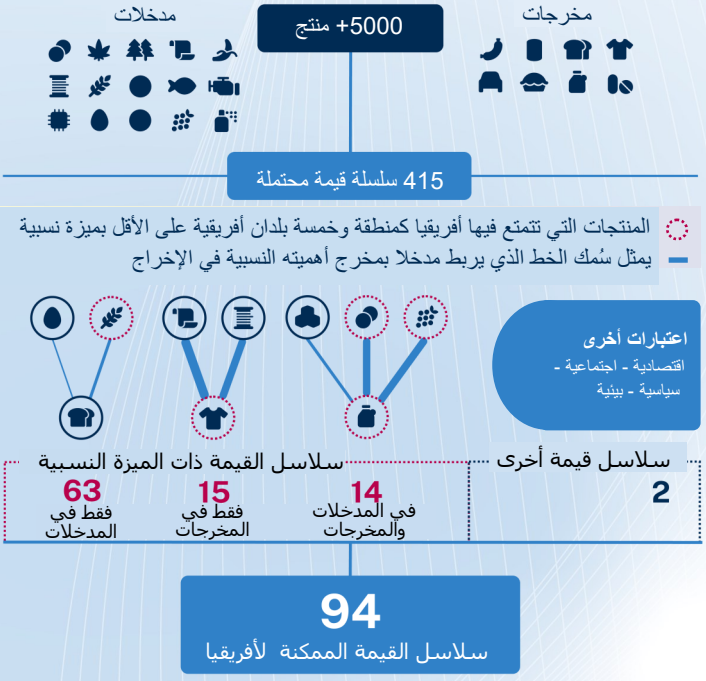
يسمح النهج المتكامل القائم على البيانات الذي يتم فيه تصنيف أكثر من 5300 منتج كمدخلات أو مخرجات، مرتبطة بمعاملات الإنتاج، بتخطيط 415 سلسلة قيمة. بعد ذلك، يتم تقييم جدوى سلاسل القيمة هذه مع مراعاة القدرة التنافسية للبلدان الأفريقية عبر مراحل مختلفة من سلسلة القيمة. ثم يتم استكمال تحليل القدرة التنافسية هذا باعتبارات اقتصادية واستراتيجية أخرى.

في جميع أنحاء القارة، تم تحديد 94 سلسلة قيمة واعدة في 23 قطاعا. وتتمتع خمسة بلدان أفريقية على الأقل بميزة نسبية في مدخلات و / أو مخرجات سلاسل القيمة هذه، مما يضمن إمكانية تطويرها على نطاق قاري. في حين أن نقل الخطوات الوسيطة في بعض هذه القطاعات (مثل المنسوجات والسيارات) يعطل سلسلة القيمة ويؤدي إلى التبعيات، في قطاعات أخرى ، يتم إنتاج الناتج النهائي فقط في مكان آخر. وتستورد أفريقيا حاليا أكثر من 53 مليار دولار من الناتج النهائي من سلاسل القيمة هذه من خارج القارة كل عام. من المتوقع أن ينمو الطلب على الواردات الأفريقية عبر 94 سلسلة قيمة بنسبة 97٪ حتى عام 2026، أي أكثر من متوسط نمو الطلب البالغ 68٪ في جميع القطاعات. ومن خلال ربط المدخلات الفورية من عدة بلدان أفريقية يتم تصديرها حاليا لمزيد من المعالجة في مناطق أخرى من العالم، يمكن تلبية ثلث الطلب الأفريقي في سلاسل القيمة هذه محليا. في 73 من أصل 94 سلسلة قيمة، سيكون لدى أفريقيا مدخلات فورية كافية لتلبية احتياجات المستهلكين الإقليميين والدوليين ، وبالتالي إضافة قيمة وخلق فرص عمل في القارة. وتوفر سلاسل القيمة هذه العديد من الفرص الاستثمارية، لتحسين سلاسل القيمة وتعظيم إمكاناتها من خلال زيادة الربط بين مقدمي المدخلات والمخرجات الأفارقة.



عدد سلاسل القيمة التي تتمتع فيها الدولة بميزة نسبية أو إمكانات تصديرية > 10 ملايين دولار

93 — 1



تعكس سلاسل القيمة المحددة البالغ عددها 94 سلسلة وعدا كبيرا من حيث القيمة المضافة وخلق فرص عمل ذات مهارات عالية في جميع الاقتصادات الأفريقية. وعلاوة على ذلك، فإن تعزيز التجارة داخل المنطقة يدعم النمو الشامل من خلال إفادة المزيد من المشاريع المملوكة للنساء. ويمكن لهذه الجوانب مجتمعة أن تدعم تنمية اقتصادية واجتماعية أكثر استدامة وأن تحد من الاعتماد في العديد من المجالات. ومن خلال اجتذاب الاستثمار إلى القطاعات الواعدة اقتصاديا والاستراتيجية، وبناء نظام بيئي إقليمي ملائم للأعمال التجارية، سيكون واضعو السياسات والشركات في وضع أفضل لتحقيق هذه الفرص.

اختيار سلاسل القيمة التجريبية

تم تقييم سلاسل القيمة الـ 94 بناء على عوامل كمية ونوعية، تم تحديدها من خلال مراجعة الأدبيات والمشاورات الإضافية مع أصحاب المصلحة وخبراء القطاع. تشمل هذه العوامل اعتبارات اقتصادية وسياسية واجتماعية وبيئية مختلفة تتعلق بتطوير سلاسل القيمة المختلفة وكذلك تأثيرها - في السياق الأفريقي، ولكن أيضا على المستوى الإقليمي أو الوطني. وأدت المناقشات مع ممثلي مفوضية الاتحاد الأفريقي إلى ظهور مؤشرات ذات أهمية استراتيجية للتنمية الاقتصادية (مثل الأمن الغذائي والقدرة على مواجهة الصدمات). بعض المعلومات التي تم تحديدها على أنها ذات صلة ذات طبيعة نوعية ، في حين يمكن قياس عوامل أخرى كميا. تشمل المتغيرات الكمية الإضافية التي تم النظر فيها أثناء عملية الاختيار ما يلي:

أنماط التجارة الحالية
- الصادرات إلى العالم وحصتها في التجارة العالمية
- حصة المنتجات من الصادرات الأفريقية
- التجارة القائمة على امتداد سلسلة القيمة داخل أفريقيا
- إمكانات التصدير الأفريقية داخل المنطقة والعالم

العرض
- إنتاج المدخلات والمخرجات المنتجات
- التغطية الجغرافية: عدد المناطق دون الإقليمية والبلدان وأقل البلدان نموا في أفريقيا التي يمكن أن تسهم في سلسلة القيمة

الطلب
- الطلب في أفريقيا والاتحاد الأوروبي
- حجم سلسلة القيمة
- الطلب على الواردات: الحالي والمتوقع (بحلول عام 2026)
- اعتماد الاستيراد

الوصول إلى الأسواق
- التعريفات على المدخلات
- سهولة التجارة
- تأثير منطقة التجارة الحرة

مؤشرات التنمية المستدامة
- حضور الشركات الصغيرة والمتوسطة
- مشاركة المرأة في القوى العاملة
- التكنولوجيا الخضراء

ما هو المطلوب لإطلاق إمكانات سلسلة القيمة في جميع أنحاء أفريقيا؟

توجد فرص تجارية في العديد من سلاسل القيمة الواعدة في جميع أنحاء القارة. ويتطلب تحديد الاستراتيجيات اللازمة لتطوير هذه السلاسل نظرة ثاقبة للعقبات التي تعترض التجارة داخل المنطقة وتطوير سلاسل القيمة.

غطت الدراسات الاستقصائية السابقة لمركز التجارة الدولية ما يقرب من 10000 شركة في 22 دولة في إفريقيا. لتقييم الفرص والتحديات التي تواجهها الشركات، أجرى مركز التجارة الدولية مقابلات معمقة إضافية مع مئات الشركات بالإضافة إلى سلسلة من المقابلات المستهدفة والمشاورات واسعة النطاق مع منظمات دعم الأعمال.المشاورات شملت 101 منظمة لدعم الأعمال التجارية، بما في ذلك غرف التجارة والجمعيات القطاعية ، من أجل تأطير واستكمال الردود الفردية التي تم الحصول عليها من الشركات والحصول على مزيد من المعلومات حول المشاريع والاستراتيجيات القائمة والدروس المستفادة من هذه في قطاعات معينة.

استكشاف استشارات الأعمال

تحديات الأعمال من حيث **مصادر المدخلات** والجوانب الفنية للإنتاج

توقعات الشركات فيما يتعلق باتفاقية التجارة الحرة القارية

العوامل الرئيسية **لإحداث التغيير**

التحديات الرئيسية **لتوسيع الأعمال التجارية** عبر الحدود و**التكامل** بين البلدان الأفريقية

المشاورات مع الشركات الأفريقية وأصحاب المصلحة

استمد التشخيص رؤى من مبادرتين دراسيتين رئيسيتين

مسح تشخيص سلسلة القيمة في أفريقيا

531 *مقابلات بقيادة الخبراء مع الشركات على طول سلاسل القيمة*

1275 مقابلة

101 *مقابلات بقيادة خبراء مع منظمات دعم الأعمال*

643 *الردود على دعوة تقديم التعليقات عبر الإنترنت*

رؤى من **46** دولة

استطلاعات الأعمال المتعلقة بالإجراءات غير الجمركية في أفريقيا: 2011-2020

22 *البلدان في أفريقيا التي نفذت فيها الدراسات الاستقصائية للأعمال التجارية عبر الحدود*

9691 مقابلة

مقابلات مع المصدرين والمستوردين الأفارقة من جميع القطاعات

2011-2020 *المقابلات أجريت خلال*

ما هي التحديات الرئيسية التي أبلغت عنها الشركات على أرض الواقع عبر سلاسل القيمة؟

هناك مشكلة متكررة يتم ذكرها عبر البلدان والقطاعات وهي **نقص الوعي. أكثر من 50٪ من المجيبين ببساطة ليسوا على دراية باتفاقية التجارة الحرة القارية الأفريقية** والفرص التجارية التي قد تخلقها لهم.ويشير هذا إلى أهمية المشاركة الفعالة للقطاع الخاص في إنشاء سوق أفريقية واحدة ومساعدته على الاندماج في سلاسل القيمة الجديدة وكذلك القائمة بالفعل.

بالطبع، يتمتع كل قطاع وبلد بفرص محددة وتحديات يجب تحديدها ومعالجتها. يعد التحدث إلى اللاعبين الرئيسيين بما في ذلك المشاركين في سلسلة القيمة ومؤسسات دعم التجارة وصانعي الترخيص أمرًا ضروريًا لاكتساب فهم عميق لهيكل تجربة الصناعة وديناميكيات القطاع. يتم تعيين عوامل الإنتاج الحالية في كل بلد وإسقاطها على المستوى القاري لتحديد فرص سلسلة القيمة. تم إرسال أمثلة من أربعة قطاعات مختلفة مسبقًا أدناه لتوضيح هذه الحقائق.

تشمل القضايا الشاملة الأخرى

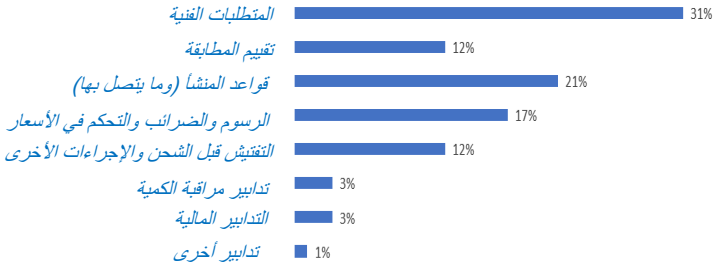
عدم الثقة في جودة المنتجات المصنوعة في القارة

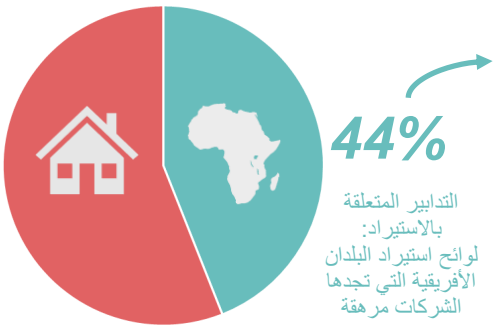
ارتفاع تكاليف التجارة والنقل مما يؤثر على القدرة التنافسية للأسعار

ضعف أنظمة الدفع ونقص الائتمان للمعاملات التجارية عبر الحدود

محدودية فرص الحصول على الموارد المالية لتحسين التكنولوجيا والمهارات

أنواع التدابير غير التعريفية التي يجدها المصدرون الأفارقة عبئا في التجارة بين البلدان الأفريقية





ممارسة الأعمال التجارية في أفريقيا

عدد قليل من الشركات لديها حاليا مصانع إنتاج أو شركات تابعة في بلدان أفريقية أخرى (28٪). السيارات هي القطاع الذي يتمتع بأكبر حصة من الشركات التي لديها مصانع إنتاج أو شركات تابعة في بلدان أفريقية أخرى (46٪) تليها الأدوية (36٪). في قطاع الملابس وأغذية الأطفال، تبلغ هذه الحصة 15٪ و 17٪ على التوالي. هذه الشركات هي إلى حد كبير تلك التي لديها درجة معينة من الملكية الأجنبية.

عدد قليل جدا من الشركات المملوكة محليا بالكامل لديها مصانع أو شركات تابعة في بلدان أخرى. ومع ذلك، فإن حصة كبيرة من الشركات (42٪) تخطط للتوسع في أفريقيا في المستقبل.

تتجه معظم الشركات التي تمت مقابلتها نحو السوق المحلية حيث تبيع 83٪ منتجاتها محليا، و 40٪ إلى دول أفريقية أخرى و50٪ إلى دول غير أفريقية أخرى. ما يقرب من واحد من كل ثلاث شركات تلبي حصرا للسوق المحلية مع عدم وجود صادرات أجنبية.

من حيث المبيعات، تُولد الشركة المتوسطة 63٪ من مبيعاتها محليا. وتولد الشركة المزيد من صادراتها إلى البلدان غير الأفريقية (29٪ من المبيعات) مقارنة بالصادرات داخل إفريقيا (7٪).

كما أن الوعي حول منطقة التجارة الحرة القارية الأفريقية بين الشركات الأفريقية منخفض أيضا حيث أبلغ 46٪ فقط عن معرفتهم بالاتفاقية. وبالمثل، شارك 9٪ فقط من الشركات في المشاورات بين القطاعين العام والخاص التي سبقت اعتماد اتفاقية التجارة الحرة القارية الأفريقية.

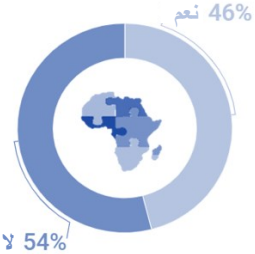
> *لا أعرف أي شركة أفريقية توفر المدخلات التي نحتاجها.*

> *مصادر المدخلات من أفريقيا؟ بالنسبة لنا ، هذا هو المستقبل. لكن حتى الآن ، ليس لدينا معرفة بالأفضلية التي يوفرها الموردون الأفارقة.*

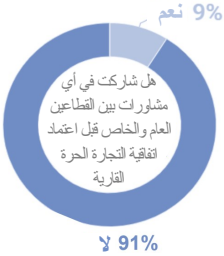
> *نحن بحاجة إلى معلومات حول العرض المتاح في البلدان الأفريقية. يجب أن يكون هناك المزيد من الموردين الأفارقة المشاركين في معارضنا التجارية الوطنية ، ولكن أيضا في أوروبا.*

> *مدخلات الشحن من أفريقيا باهظة الثمن مثل مدخلات الشحن من الصين. ومع ذلك ، فإن سعر المدخلات أقل في آسيا.*

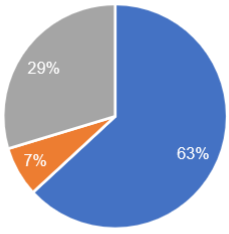
الوعي بمنطقة التجارة الحرة القارية الأفريقية



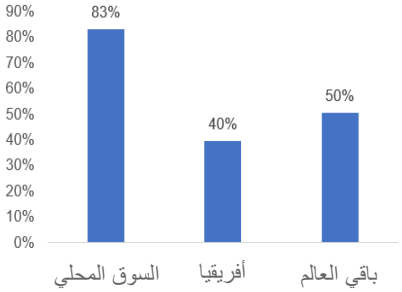
المشاركة في المشاورات



حصة مبيعات الشركة

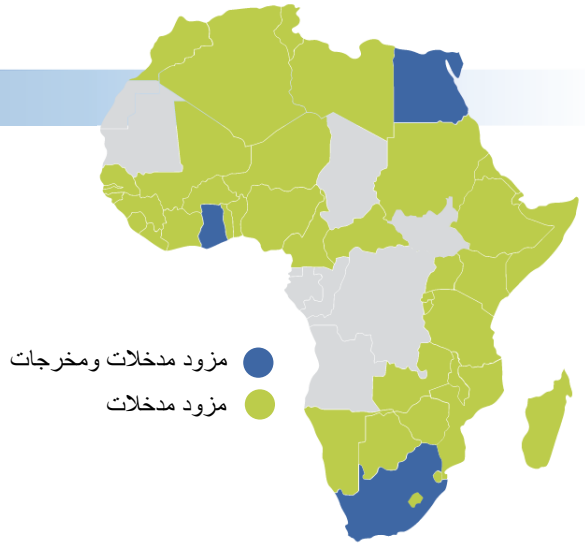


حصة الشركات التي تبيع للأسواق المحلية والدولية



الفرص والتحديات في أربعة قطاعات

أغذية الرضع



39 مقدمو المدخلات الذين يتمتعون بميزة نسبية أو إمكانات تصدير> 10 ملايين دولار ، من بينهم 23 من أقل البلدان نمواً

3 مزودو المخرجات بميزة نسبية أو إمكانية تصدير> 10 مليون دولار

5 المناطق الفرعية ذات الإمكانات

تبلغ قيمة الواردات الأفريقية من أغذية الرضع حاليا 570 مليون دولار، ومن المتوقع أن تتجاوز 1.1 مليار دولار بحلول عام 2026. ويوفر هذا النمو المتوقع في الطلب فرصا استثمارية هامة في سلسلة القيمة الغذائية للرضع في أفريقيا.ولا يزال الاعتماد على الواردات في هذا القطاع مرتفعا حاليا، لكن القارة لديها وفرة من الفواكه والخضروات، والمكونات الأخرى المستخدمة في مستحضرات أغذية الرضع، والتي غالبا ما يتم نقلها دون تحول. الشركات القليلة التي تنتج بالفعل أغذية الرضع في أفريقيا حاليا مصدر 16٪ فقط من مدخلاتها من المنتجين الأفارقة. ومع وجود 39 مزودا محتملا للمدخلات وقيمة تصدير تبلغ 14 مليار دولار، يبدو تطوير سلسلة القيمة هذه واعدا للمستثمرين والمنتجين والمستهلكين على حد سواء.

ما هي التحديات الرئيسية التي تواجهها الشركات في هذا القطاع؟

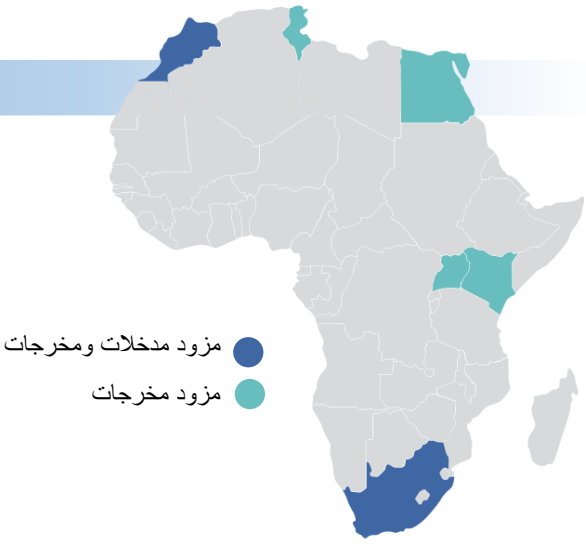
تعيق القيود المفروضة على الوصول إلى الآلات والتكنولوجيا ذات الصلة القدرة التنافسية. إن محدودية الوصول إلى تكنولوجيا الإنتاج والآلات ذات الصلة، بما في ذلك تجفيف الأغذية وتجهيزها، والقدرات الإنتاجية المحدودة تعوق كفاءة التكلفة ووفورات الحجم اللازمة لخدمة السوق الإقليمية.

تقييم الجودة والمطابقة، وهو أمر بالغ الأهمية لضمان سلامة الأغذية، محدود. وتعيق القدرات التصديرية بسبب محدودية فرص الوصول إلى المختبرات ومرافق الاختبار من أجل تقييم المطابقة والجودة، وهي أمور بالغة الأهمية للوفاء بمعايير سلامة الأغذية ذات الصلة.

> يفتقر المختبر إلى معايير ضمان الجودة الرئيسية لاختبار السلع الخام والوسيطة والنهائية بما يتماشى مع متطلبات السوق.

> تتطلب فرقا الفنية تدريبًا مكثفًا على المهارات الفنية المختلفة مثل ممارسات التصنيع الجيدة وتكنولوجيا تجهيز الأغذية.

المستحضرات الصيدلانية



7 مقدمو المدخلات الذين يتمتعون بميزة نسبية أو إمكانات تصدير> 10 ملايين دولار ، من بينهم 1 من أقل البلدان نمواً

2 مزودو المخرجات بميزة نسبية أو إمكانية تصدير> 10 مليون دولار

3 المناطق الفرعية ذات الإمكانات

إن الاعتماد على الواردات مرتفع أيضا في المستحضرات الصيدلانية. مع الواردات الحالية البالغة 13 مليار دولار – من المتوقع أن تزيد بنسبة 79 ٪ بحلول عام 2026 – وعجز تجاري كبير قدره 12.6 مليار دولار، فإن سلسلة القيمة هذه مهمة لبناء القدرة على الصمود أمام صدمات سلسلة التوريد، مثل تلك الناجمة عن جائحة كوفيد-19. وفي الوقت ذاته، فإن الارتفاع المتوقع القوي في الطلب يفتح فرصا استثمارية جذابة. إن تطوير سلاسل القيمة داخل المنطقة في مجال المستحضرات الصيدلانية يتطلب بالفعل استثمارات ضخمة في إنتاج كل من المخرجات والمدخلات. فالصادرات الحالية من الأدوية، بقيمة 833 مليون دولار، غير كافية لتلبية الطلب الإقليمي ومصدر فقط 2٪ من مدخلاتها محليا.

ما هي التحديات الرئيسية التي تواجهها الشركات في هذا القطاع؟

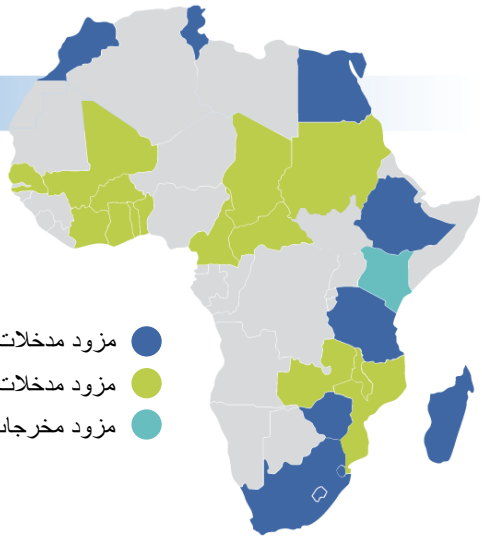
المنافسة الرسمية القوية من الموردين الآسيويين والمنافسة غير الرسمية القوية من أسواق الأدوية المزيفة والمنتهية الصلاحية. كما أن تكلفة الإنتاج الصغير النطاق، الذي يركز أساسا على السوق المحلية، تجعل القطاع غير قادر على المنافسة مقابل الإنتاج الضخم القادم من بلدان مثل الهند والصين. كذلك الاستثمار في البحث والتطوير يعوقه عدم كفاية حماية الملكية الفكرية ومحدودية الاستثمارات العامة والخاصة في الرعاية الصحية والبحث والابتكار.

التوفيق بين تكلفة الإنتاج والقوة الشرائية في القارة. وتتمثل الدوافع الرئيسية للتكلفة التي ذكرتها الشركات في نقص العمالة الماهرة المتخصصة في التخصصات ذات الصلة بقطاع الأدوية والإنتاج المجزأ عبر البلدان، مع التركيز على الأسواق الوطنية التي تفتقر إلى النطاق اللازم لإنتاج أكثر فعالية من حيث التكلفة.

> بالنسبة للأدوية المصنعة محليا، يتم تطبيق ضريبة القيمة المضافة على المواد غير النشطة ومواد التعبئة والتغليف ولكن ليس على واجهات برمجة التطبيقات. بالنسبة للأدوية المستوردة ، لا يتم تطبيق ضريبة القيمة المضافة. هذا يؤدي إلى منافسة غير عادلة.

> ويتمثل التحدي الرئيسي في أفريقيا في تسلل المنتجات المقلدة والمنتجات المتدنية النوعية. وإذا لم تتم معالجة هذا الأمر ومواءمته في جميع أنحاء القارة، فسيكون من الصعب تحقيق الاعتماد على الذات في إنتاج المواد الخام.

ملابس من القطن



أفريقيا لديها القدرة على تصدير 5.8 مليار دولار من الملابس القطنية بحلول عام 2026. القارة هي منتج ومصدر كبير للقطن الخام وتشارك في التجميع النهائي لبعض المنسوجات. ومع ذلك، تصدر أفريقيا 90٪ من القطن الخام إلى آسيا وهي مستورد صاف للغزل والأقمشة. ويمكن أن تزداد إمكانات التصدير في الملابس القطنية زيادة كبيرة إذا تم أيضا تنفيذ خطوات وسيطة في سلسلة القيمة في القارة. وهذا يوفر فرصا استثمارية استراتيجية بهدف تنويع مواقع الإنتاج الاستعانة بمصادر خارجية قريبة جغرافياً من الأسواق الرئيسية في الاتحاد الأوروبي للحد من مخاطر تعطل سلسلة التوريد. يمكن أن يؤدي تطوير القطاع أيضا إلى خلق عدد كبير من الوظائف في القارة. في مصر وحدها، يمكن أن يؤدي تحقيق الإمكانات التصديرية للقطاع إلى توليد أكثر من 200000 وظيفة جديدة، العديد منها للنساء. وبالمثل، يمكن للقطاع أن يسهم في إيجاد فرص العمل في 27 بلدا أفريقيا آخر، على مراحل مختلفة على طول سلسلة القيمة.

26
مقدمو المدخلات الذين يتمتعون بميزة نسبية أو إمكانات تصدير> 10 ملايين دولار ، من بينهم 16 من أقل البلدان نمواً

13
مزودو المخرجات بميزة نسبية أو إمكانية تصدير> 10 مليون دولار ، من بينهم 4 من أقل البلدان نمواً

5
المناطق الفرعية ذات الإمكانات

ما هي التحديات الرئيسية التي تواجهها الشركات في هذا القطاع؟

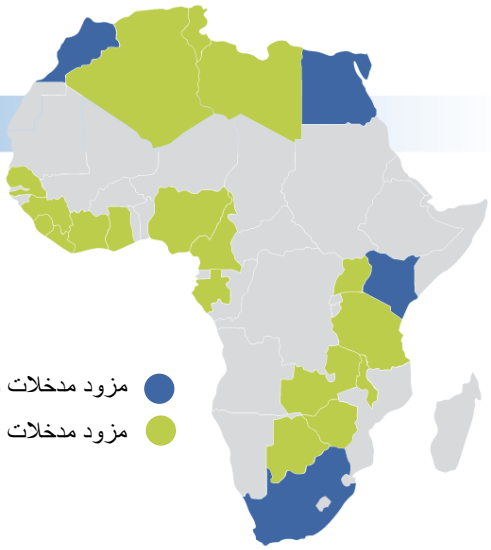
صعوبات الامتثال والتصديق على معايير الاستدامة والتحديات البيئية. وترتبط هذه العوامل، في جملة أمور، بعدم كفاية نظم إدارة النفايات ومعالجتها وإعادة تدويرها، بما في ذلك النفايات الخطرة والنفايات المائية، وبكثافة المياه في إنتاج المنسوجات والملابس.

(الوسط مفقود) لمدخلات سلسلة القيمة. والمدخلات الرئيسية مثل الغزل والنسيج ليست متاحة بسهولة من الموردين في القارة، وعندما تكون كذلك، فإنها غالبا ما تكون في عدم تطابق السعر إلى الجودة بالنسبة للموردين الآخرين. تقوم الشركات الأفريقية بتصدير القطن الخام وغالبا ما تقوم بتجميع الملابس وتحويلها من خيوط أو أقمشة، لكن القليل من التحول بينهما يحدث في القارة.

> إن الامتثال للمعايير الاجتماعية والصحية والسلامة والبيئية والأخلاقية لم يؤثر سلبا على قدرتنا التنافسية ، بل يجلب ممارسات جيدة تمكن من الاستدامة على المدى الطويل. ومع ذلك، فإن تكلفة التصديق والتجديد الدوري عالية جدا ولها تأثير كبير علينا. يمكن أن تكلف شهادة واحدة 6800 دولار. وطلب منا عملاؤنا الحصول على أربعة.

> نحن بحاجة إلى معلومات حول العرض المتاح في البلدان الأفريقية. يجب أن يكون هناك المزيد من الموردين الأفارقة المشاركين في معارضنا التجارية الوطنية، ولكن أيضا في أوروبا. نحن لا نرى الموردين الأفارقة هناك. علاوة على ذلك، هناك عدد قليل من المعارض التجارية القارية التي نحن مدعوون إليها. هناك مشكلة حقيقية في الرؤية ، ونقص في التواصل حول ما هو موجود في قطاع المنسوجات في أفريقيا.

السيارات



يتمتع قطاع السيارات بإمكانيات تصديرية تبلغ 9 مليارات دولار بحلول عام 2026، ما يقرب من 10٪ منها في القارة الأفريقية. السيارات هي رابع أهم منتج للتصدير في أفريقيا. ومع ذلك، فإن القطاع حاليا لا يستمد سوى 3٪ من مدخلاته من إفريقيا. إن ربط 23 دولة تنتج مدخلات لسلسلة القيمة مع 4 دول تنتج المخرجات يمكن أن يعزز إمكانات القطاع ويخلق وظائف تصنيع لائقة في جميع أنحاء القارة.

23
مقدمو المدخلات الذين يتمتعون بميزة نسبية أو إمكانات تصدير> 10 ملايين دولار ، من بينهم 8 من أقل البلدان نمواً

4
مزودو المخرجات بميزة نسبية أو إمكانية تصدير> 10 مليون دولار

5
المناطق الفرعية ذات الإمكانات

ما هي التحديات الرئيسية التي تواجهها الشركات في هذا القطاع؟

معايير مختلفة عبر البلدان والبنية التحتية المؤسسية المحدودة لإصدار الشهادات. في هذا السياق، من الصعب على الشركات الامتثال لقواعد المنشأ المعقدة ومعايير الجودة، على سبيل المثال لانبعاثات المحرك أو سلامة أحزمة الأمان.

إنتاج مجزأ وعلى نطاق صغير من المنتجات النهائية. ونتيجة لذلك، فإن إنتاج مكونات تقنية عالية الجودة ليس مجديا اقتصاديا، مما يدفع الشركات إلى الحصول على مدخلات من قارات أخرى في المقام الأول.

> يفضل المستهلكون شراء سيارة مستوردة أرخص تكلفة من السيارات شبه المقلوبة المجمعة التي تكون أغلى ثمنا بسبب الواجبات الحكومية.

> هناك طلب قليل جدا. لقد حاولنا سابقا بدء عمل تجاري مع بعض الشركات المصنعة للمعدات الأصلية في إفريقيا ، لكن الكميات المطلوبة منها صغيرة جدا ولم تملأ حمولة حاوية كاملة. نظرا لطبيعة منتجاتنا (الخطرة)، لا يمكننا أن نفعل أقل من حمولة حاوية.

النساء في الأعمال التجارية الأفريقية

تظهر نتائج الدراسات الاستقصائية للأعمال التجارية التي أجريت في 22 بلدا أفريقيا، والتي تغطي ما يقرب من 10000 شركة وممثلة لكل قطاع تصدير، مشاركة منخفضة بشكل عام للنساء في الأعمال التجارية العاملة في التجارة عبر الحدود. ففي المتوسط، تشكل النساء 28٪ من القوى العاملة في الشركات التجارية. ومع ذلك، هناك اختلافات كبيرة بين البلدان والمناطق.على سبيل المثال، في شمال أفريقيا، 23٪ من الشركات توظف النساء أكثر من الرجال، مقارنة مع 33٪ في شرق أفريقيا و 57٪ في الجنوب الأفريقي. وهناك أيضا تفاوتات قوية بين القطاعات، مع ارتفاع معدلات عمالة الإناث في الشركات التي تتاجر بالملابس والمنسوجات مقابل معدلات أقل بكثير في المواد الكيميائية أو معدات النقل.

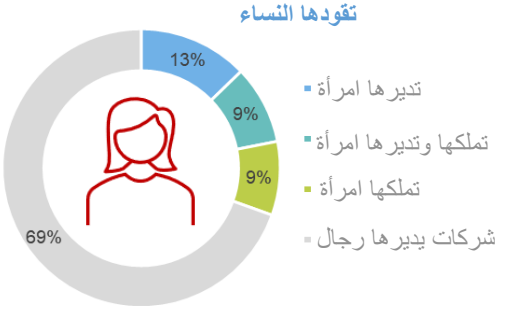
في جميع أنحاء القارة، 16٪ من المصدرين والمستوردين لا يوظفون امرأة واحدة وفي 30٪ من الشركات أقل من 1 من كل 10 موظفين هم من النساء. على الطرف الآخر، 4٪ من الشركات لديها قوة عاملة نسائية تقريبا (مع أكثر من 90٪ من القوى العاملة من الإناث).

وتتفاوت أيضا مباشرة المرأة للأعمال الحرة تفاوتا كبيرا داخل المناطق وفيما بينها. وعلى الصعيد القاري، لا تترأس المرأة سوى 18٪ من الشركات التجارية -أي الشركات التي تملكها أو تديرها امرأة. وريادة الأعمال النسائية هي الأعلى في بلدان الجنوب الأفريقي (36٪)، تليها شرق أفريقيا (23٪) وشمال أفريقيا (18٪). ونادرا ما تصادف الشركات التجارية التي تملكها وتديرها النساء في غرب أفريقيا (15٪)، حيث تصل حصة الشركات التي تقودها النساء في بعض البلدان إلى 6٪ أو حتى 3٪ .

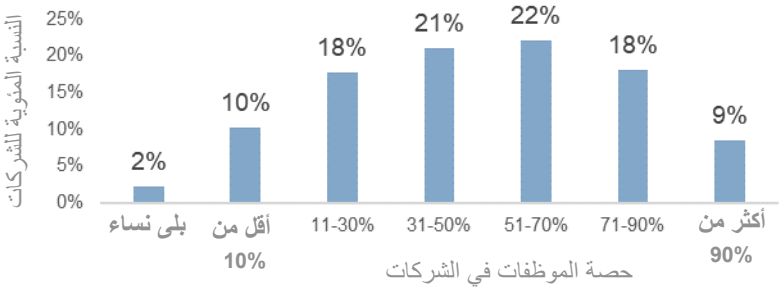
عمالة المرأة منخفضة بشكل خاص في سلسلة القيمة للسيارات. وفي حين أن الشركات في هذا القطاع معروفة بأنها من كبار أرباب العمل، فإن عدد العاملات أقل بكثير مما هو عليه في القطاعات الأخرى. بالنسبة لثلث الشركات التي تمت مقابلتها على طول سلسلة قيمة السيارات، أقل من 10٪ من الموظفين هم من الإناث – مع 7٪ منهم لا يوظفون أي امرأة على الإطلاق.

في المقابل، تحتوي ملابس سلسلة القيمة القطنية على قوة عاملة نسائية كبيرة. أكثر من 73٪ من الشركات في هذا القطاع توظف النساء أكثر من الرجال. في المتوسط 63 ٪ من القوى العاملة في قطاع الملابس من الإناث. وبالمثل، تمثل النساء حوالي نصف القوى العاملة في سلاسل القيمة الغذائية والمستحضرات الصيدلانية على التوالي.

النساء في سلاسل القيمة الأربع: حصة الشركات التي تقودها النساء



المرأة في سلاسل القيمة: عمالة النساء (دراسة استقصائية لأربع سلاسل قيمة أفريقية)



لتصبح أكثر شمولا— زيادة مشاركة المرأة في سلاسل القيمة

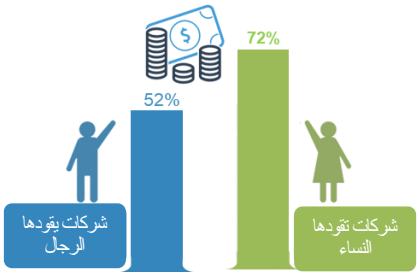
من المهم جعل منطقة التجارة الحرة القارية الأفريقية تعمل لصالح المرأة وإعطاء اهتمام خاص للشمولية عندما يتعلق الأمر بتطوير سلاسل القيمة القارية. إن إبرام اتفاقية التجارة الحرة القارية الأفريقية والتصميم الحالي لاستراتيجيات التنفيذ يوفران فرصة من خلال إعطاء زخم جديد لمواجهة التحديات القديمة.

ويتطلب ذلك، في البداية، جمع البيانات ورصد المؤشرات الأساسية المتعلقة بعمالة المرأة، وحصة الأعمال التجارية التي تقودها المرأة في سلاسل القيمة المستهدفة ومشاركتها في بناء القدرات وبرامج الدعم الأخرى. ومن ثم ينبغي لأي استراتيجية بشأن تطوير سلسلة القيمة وإدماجها في جميع البلدان أن تتوخى جمع البيانات وتصميم المؤشرات والأهداف المتصلة بمشاركة المرأة في سلاسل القيمة.

عندما سُئلت الشركات، منظمات دعم الأعمال، خبراء الصناعة وأصحاب المصلحة الآخرون عن العوامل الرئيسية التي من شأنها أن تساعد على زيادة مشاركة المرأة في سلاسل القيمة في أفريقيا أجابوا:

- القضاء على القيود القانونية التي تعوق الفرص الاقتصادية للمرأة.
- تحسين الوصول إلى التمويل لبدء الأعمال التجارية وإدارتها بنجاح.
- معالجة التحيزات الثقافية التي تعيق مشاركة المرأة في الاقتصاد بشكل عام وفي المناصب القيادية.
- زيادة مشاركة المرأة في شبكات الأعمال التجارية، بما في ذلك من خلال الرابطات النسائية المتخصصة للأعمال التجارية وتحسين إدماج الأعمال التجارية التي تقودها النساء في الرابطات القطاعية والغرف التجارية.
- تنفيذ برامج التعليم والتدريب المهني المستهدفة. كما أن بناء القدرات المستهدفة لرائدات الأعمال أمر ضروري أيضا لتعزيز فطنتهن التجارية وتوسيع نطاق أعمالهن والترويج لها والاستفادة من الفوائد الناشئة عن منطقة التجارة الحرة القارية الأفريقية والتكنولوجيا الحديثة والتجارة الإلكترونية.
- الحصول على المزيد من البائعات من خلال المشتريات العامة على المستويين الوطني والإقليمي. ويمكن أن يسهم تحسين الشفافية، وتبني المشتريات عبر الإنترنت، وبناء القدرات المستهدفة، والأحكام المتعلقة بامتياز الاستعانة بالمصادر من الشركات الصغرى والصغيرة والمتوسطة الحجم، في زيادة مشاركة المرأة في عمليات الشراء.

الحصول على التمويل والاستثمار: حصة الشركات عبر سلاسل القيمة الأربعة التي تواجه تحديات



التحول الأخضر - تطوير سلسلة القيمة والاستدامة البيئية

ارتفاع درجات الحرارة والفيضانات وندرة المياه هي من بين المخاطر البيئية الأكثر شيوعا التي تواجهها الأعمال التجارية الأفريقية. أكثر من 60٪ من الشركات الأفريقية التي تمت استشارتها على طول سلاسل القيمة التجريبية الأربعة تقر بأن المخاطر البيئية هي عامل رئيسي يؤثر على عملياتها. في الواقع، تعد إفريقيا من بين المناطق الأكثر تضررا من تغير المناخ على الرغم من مساهمتها الأقل في ذلك. تعتبر درجات الحرارة القصوى والتغيرات غير المتوقعة في درجات الحرارة مشكلة خاصة في المدن. ويمكن لهذه الآثار البيئية أن تعرقل جهود تطوير سلاسل القيمة على المستوى القاري.

وفي حين أن الشركات الأفريقية معرضة للمخاطر البيئية ، فإن عمليات إنتاجها الحالية تشكل أيضا خطرا على البيئة. إن البصمة الكربونية العالية لإنتاج السيارات موثقة جيدا، والشركات على طول سلسلة القيمة تدرك تلوث الهواء الناجم عن المركبات التي (تساعد) إنتاجها. تم التشاور مع العديد من الشركات وأصحاب المصلحة الآخرين مما يؤكد الحاجة إلى اتخاذ الخيارات الصحيحة عند مواصلة تطوير الصناعة في أفريقيا.

في حين أن العديد من الشركات ترى الحاجة - وهي مستعدة - لتبني ممارسات أكثر اخضرارا، إلا أن هناك ضغطا ضئيلا عليها للقيام بذلك. أما من جانب القطاع العام، فغالبا ما تكون اللوائح البيئية ضعيفة ، وحيثما وجدت، فإنها كثيرا ما لا تنفذ على نحو فعال، مما يترك الشركات الممتثلة في وضع غير مؤات (من حيث التكلفة) إزاء المنافسين غير الممتثلين. كما تمثل شفافية اللوائح القائمة مشكلة، حيث أفادت العديد من الشركات بأنها غير مدركة للأنظمة التي يتعين عليها الامتثال لها على المستوى الوطني.

بشكل عام، تواجه 30٪ من الشركات على طول سلاسل القيمة الأربع عقبات في إنتاجها الحالي أو المخطط بسبب اللوائح البيئية أو عدم وجودها. يعد الافتقار إلى أنظمة كافية للتخلص من النفايات وإعادة تدويرها أحد أكثر التحديات التي تواجهها الشركات، بما في ذلك تلك الموجودة في مناطق معالجة الصادرات.

الطلب على المنتجات الصديقة للبيئة ليس واضحا بعد في الأسواق المحلية، وفقا للشركات وأصحاب المصلحة الذين تمت مقابلتهم. في حالة أغذية الرضع هناك استثناء ملحوظ، فعملاء الأعمال والمستهلكين النهائيين ليسوا على استعداد أو ببساطة غير قادر على دفع علاوة سعر لمنتجات أكثر استدامة. هذا واضح بشكل خاص في سوق السيارات حيث تواجه السيارات الرخيصة دون المستوى طلبا مرتفعا بسبب القوة الشرائية المنخفضة للعديد من العملاء. وعلى النقيض من ذلك، تواجه الشركات الموجهة نحو التصدير، ولا سيما تلك التي تركز على الأسواق خارج القارة، مزيدا من الضغط من عملائها لتوريد منتجات صديقة للبيئة أو إثبات عمليات إنتاج مستدامة.

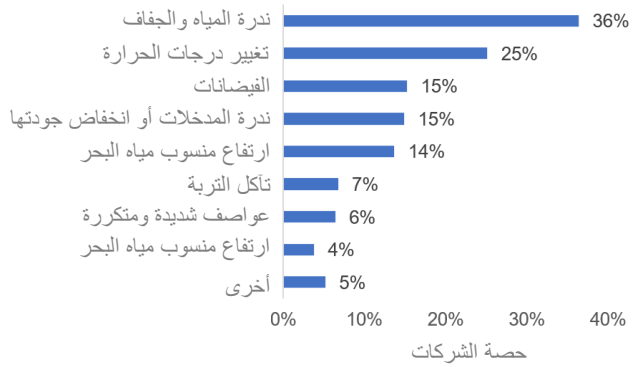
وأعربت العديد من الشركات التي أجريت معها مقابلات عن رغبتها في الانتقال إلى إنتاج أكثر مراعاة للبيئة، لأسباب منها لأسباب اقتصادية، على سبيل المثال كوسيلة لخفض التكاليف المتعلقة باستخدام الطاقة والمياه في الإنتاج، أو كاستثمار تحسبا لزيادة الضغط الحكومي أو طلب العملاء أو عند النظر في التصدير إلى أسواق خارج القارة. ومع ذلك، غالبا ما تفتقر الشركات الصغرى والصغيرة والمتوسطة الحجم إلى الدراية الفنية والتكنولوجيا والقدرة المالية على التحرك نحو إنتاج أكثر ملاءمة للبيئة. وتأسف جميع الشركات الصغرى والصغيرة والمتوسطة الحجم التي أجريت معها مقابلات تقريبا لعدم وجود دعم حكومي لعملية التحول الأخضر، مثل الحوافز الضريبية، والدعم المالي، والحصول على قروض منخفضة الفائدة أو برامج بناء القدرات. كثيرون قلقون من أنهم لن يكونوا قادرين على البقاء في العمل إذا أصبحت متطلبات السوق واللوائح المحلية أكثر صرامة.

والمثير للدهشة أنه على الرغم من التحديات ونقص الحوافز، فإن معظم الشركات التي تمت مقابلتها (77٪)، بما في ذلك الشركات من جميع الأحجام عبر البلدان وسلاسل القيمة التجريبية الأربعة، قد بدأت بالفعل في تنفيذ مبادرات وحلول داخلية لجعل إنتاجها أكثر استدامة، في حدود قدراتها المالية والتقنية.

الطريق إلى الأمام: أفريقيا مستعدة (للتحول الأخضر) - كل ما تحتاجه هو الحوافز الصحيحة والدعم المستهدف

وتبين الأدلة المستمدة من الأرض أن التركيز القوي على الاستدامة البيئية في مواصلة تطوير سلاسل القيمة لعموم أفريقيا ليس ضروريا في ضوء تغير المناخ فحسب، بل إنه ممكن أيضا بالنظر إلى وعي الشركات على نطاق واسع بالتحديات البيئية عموما وبآثارها الخاصة على وجه الخصوص، فضلا عن استعدادها للمساهمة في التخفيف من حدتها. وعند صياغة استراتيجيات تنمية سلاسل القيمة القارية والإقليمية والوطنية، ينبغي بالتالي إيلاء الاعتبار الواجب للشواغل والمخاطر البيئية، ووضع مؤشرات رصد محددة، مثل معدلات إعادة تدوير النفايات أو الاستخدام الكفء للمياه والطاقة.

المخاطر البيئية الأكثر شيوعا بين الشركات الأفريقية

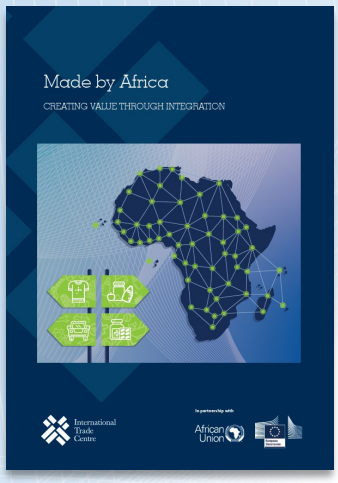


الشركات الأفريقية على طول سلاسل القيمة الأربعة التي اتخذت بعض المبادرات لجعل عمليات الإنتاج أكثر ملاءمة للبيئة

المضي قدما....

يشكل تشخيص سلسلة القيمة وما يتصل بها من تحليل للتحديات والتوصيات نقطة انطلاق، تهدف إلى تيسير المناقشات المتعلقة بالسياسات ودعم الاستراتيجيات وتصميم المشاريع فضلا عن قرارات الاستثمار على المستويات القارية ودون الإقليمية والوطنية. على هذا النحو، أُخبرت النتائج المبكرة للتشخيص قطاع التركيز في منتدى الأعمال 7 بين الاتحاد الأوروبي وأفريقيا في فبراير 2022 والتوصيات التي تم إدخالها في إعلان الأعمال المرتبط. تم تقديم النتائج النهائية للتشخيص في يوليو 2022 في لوساكا، على هامش اللجنة الفنية المتخصصة للإتحاد الأفريقي المعنية بالمسائل النقدية والتمويل والتكامل، وتم إطلاق النتائج رسميا في نوفمبر 2022 في قمة الإتحاد الأفريقي الاستثنائية حول التصنيع والتنويع الاقتصادي في نيامي. كما يستخدم مركز التجارة الدولية والشركاء النتائج والتوصيات في تصميم مشاريع المساعدة التقنية وإدخالها في اللجنة التوجيهية المشتركة بين الوكالات المعنية بسلاسل القيمة التي تقودها مفوضية الاتحاد الأفريقي.

تحميل

التقرير الكامل

www.ntmsurvey.org/MadeByAfrica