اشراك النساء ضمن سلاسل القيمة والتوريد كأحد مجالات التمكين الاقتصادي للمرأة
عرض بعض النماذج العالمية الناجحة

Female Involvement in value and supply chains as an area of women's economic empowerment: Presenting some successful global models

رحاب تبوب *

مخبر المقاولاتية واستراتيجيات الابتكار في بيئة المال والأعمال

جامعة جيجل، 18000 جيجل - الجزائر

rihab.tebboub@univ-jijel.dz

تاريخ الاستلام: 2024/08/01 تاريخ القبول للنشر: 2024/09/16 تاريخ النشر: 2024/12/15

ملخص:

تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية اشراك المرأة في سلاسل القيمة والتوريد وانعكاس ذلك على تمكينها اقتصاديا كونه أحد المجالات التي تعتبر فرصة اقتصادية مهمة بالنسبة للمرأة، ولتحقيق هذا الهدف تم الاعتماد على المنهج الوصفي في جميع جوانب الدراسة ابتداء من الجانب النظري الى عرض النماذج العالمية لتواجد النساء ضمن سلاسل القيمة على المستويين الجزئي والكلي، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أنه يمكن للمرأة أن تشارك وبفعالية في سلسلة القيمة والتوريد سواء كان ذلك على مستوى المؤسسات أو الدول وفي أي دور من أدوار السلسلة، الأمر الذي يشجع على تمكينها اقتصاديا.

الكلمات المفتاحية: تمكين المرأة، التمكين الاقتصادي للمرأة، سلسلة القيمة، سلسلة التوريد، القطاع الزراعي.

تصنيفات JEL: I31، J16، O15.

Abstract:

The study aims to highlight the importance of women involvement in value and supply chains and its impact on their economic empowerment, as it is one of the areas that is considered an important economic opportunity for women, To achieve this goal, the descriptive approach was relied upon in all aspects of the study, starting from the theoretical aspect to presenting global models of women's presence within value chains at the micro and macro levels , The study reached a set of results, the most important of which are: Women can participate effectively in the value and supply chain, whether at the level of institutions or countries and in any role in the chain, which encourages their economic empowerment.

Keywords: Women Empowerment, Women Economic Empowerment, Value chain, Supply chain, Agricultural field.

Jel Classification Codes : I31, J16, O15.

* المؤلف المراسل.

1. مقدمة:

ان حصر المرأة في الأدوار التقليدية، من شأنه أن يقلل من الاستفادة الكاملة لما يمكن ان تقدمه للمجتمع، الحياة الاقتصادية والبيئة، فما حددته هيئة الأمم المتحدة كهدف خامس للألفية، ما هو الا نتيجة ما يفرضه الواقع الحالي من تغير، كون كل من المرأة والرجل الأن يجب ان يكون لهما نفس الحظوظ والفرص في مختلف المجالات، لأن لكل منهما وجهات نظر مختلفة حول كيفية سير الأمور، ولذلك فإن التوجه الحالي لمعظم الدول الساعية لتحقيق جميع أهداف التنمية المستدامة الستة عشر، يدمج المرأة في مختلف المجالات، أهمها الساحة الاقتصادية، من خلال استراتيجيات وبرامج تندرج تحت مسمى التمكين الاقتصادي.

ولعل أهم النتائج المرجوة من التمكين الاقتصادي للمرأة، هو تحقيق الازدهار الاقتصادي على المستوى الكلي مثله مثل تحقيقه على المستوى الشخصي للمرأة، فتحسين حياة جودة النساء لا يؤثر عليهن بشكل فردي فحسب، انما على عوائلهن أيضا، فتوفير التعليم والتكوين الجيدين على سبيل المثال من شأنه توفير الفرص الاقتصادية الملائمة للنسوة وبالتالي تحقيق الاستقرار المادي لهن ولأسرهن، وتعتبر سلاسل التوريد وسلاسل القيمة أحد هذه الفرص.

ان المنطق الاقتصادي في بيئة الأعمال هو ما يجعل الشركات الكبرى في العالم تفكر دائما في طرق لخلق قيمة لا بأس بها مقابل التكاليف التي تتحملها جراء ذلك، ولا يمكن الوصول الى هذه المعادلة إلا من خلال البحث الجيد في مختلف مراحل سلسلة قيمتها وتوريدها والتي من الممكن ان تكون المرأة جزءا منها، إذا تم تشجيعها بالشكل الصحيح على الانخراط ضمنها.

1.1 إشكالية الدراسة:

تعددت مجالات تمكين المرأة، وتحديدا تمكينها اقتصاديا فمن الممكن للمرأة أن تتمكن من خلال توظيفها في المؤسسات الحكومية أو الخاصة، كما يمكن تشجيعها على بدء مشروعها الخاص وأخذ مسمى رائدة أعمال، وفتح فرص أخرى أمامها من خلال الدخول الى السوق والمنافسة مع الرجل على بناء الشراكات مع مختلف الشركات، والدخول كعنصر فاعل ضمن سلاسل قيمتها أو توريدها وفي هذا السياق يمكن بلورة إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

كيف يمكن أن يسهم دمج المرأة ضمن سلاسل القيمة والتوريد في تمكينها اقتصاديا؟.

وكمحاولة للإجابة عن السؤال الرئيسي، تم تقسيمه الى الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي سلسلة القيمة والتوريد وما هو الفرق بينهما؟.
- ما هو التمكين الاقتصادي للمرأة؟.
- هل هنالك آثار إيجابية من تواجد المرأة في سلاسل القيمة؟.

2.1 أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية موضوع المساواة بين الجنسين في مجال الفرص الاقتصادية، وتحديدا اشراك المرأة في سلاسل القيمة لما له من عائدات على النساء أنفسهن وعلى الاقتصاديات في العالم، خاصة وأن النساء تنشطن بصفة كبيرة في المجالات الزراعية في تلك الدول التي تكون غنية بالمواد الأولية.

3.1 أهداف الدراسة: تسعى الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف أهمها:

- تحديد وبدقة الفرق بين مصطلحي سلسلة القيمة وسلسلة التوريد؛
- اثراء الجانب النظري للتمكين الاقتصادي للمرأة؛
- تسليط الضوء على دور المرأة الفعال في سلاسل القيمة خاصة العالمية؛
- الاستفادة من برامج النماذج المعروضة ومحاولة اقتراحها في الجزائر.

4.1 منهج الدراسة

تم الاعتماد على المنهج الوصفي كونه المنهج المناسب لموضوع الدراسة، حيث تم جمع البيانات الخاصة بالدراسة وعرضها، وتوضيح مفاهيم سلسلة القيمة، سلسلة التوريد والفرق بينهما، بالإضافة الى التمكين الاقتصادي للمرأة مرورا الى عرض النماذج العالمية.

2. ماهية سلسة القيمة

2. 1. تعريف سلسلة القيمة

يتم تعريف سلسلة القيمة (VC) على أنها نموذج تحليلي وتشغيلي، حيث يأخذ النموذج حقيقة أن المنتجات نادرا ما يتم استهلاكها بشكل مباشر في مكان إنتاجها، فيتم تحويلها ودمجها مع منتجات أخرى ونقلها وتعبئتها وعرضها وما إلى ذلك حتى تصل إلى المستهلك النهائي، وفي هذه العملية، تكون المواد الخام والمنتجات الوسيطة والمنتجات النهائية مملوكة لمختلف الجهات الفاعلة التي ترتبط بالتجارة والخدمات، وكل منها يضيف قيمة إلى المنتج (Agripro Focus , 2014, p. 09)، وتصف سلسلة القيمة كمفهوم النطاق الكامل للأنشطة التي تقوم بها الشركات والمزارع والعمال لجلب المنتج منذ تصوره وحتى استخدامه النهائي وما بعده، ويشمل ذلك أنشطة مثل التصميم والإنتاج والتسويق والتوزيع والدعم للمستهلك النهائي ويمكن احتواء الأنشطة التي تشكل سلسلة القيمة داخل شركة واحدة أو تقسيمها بين شركات مختلفة، ويمكن احتواؤها في موقع جغرافي واحد أو توزيعها على مناطق أوسع (Riisgaard& et al, 2010, p. 06).

2.2. نشأة فكرة سلسة القيمة

كانت فكرة سلسلة القيمة من ابتكار الأكاديمي الأمريكي مايكل بورتر في كتابه الصادر عام 1985 بعنوان "الميزة التنافسية: خلق الأداء المتفوق والحفاظ عليه"، وقد استخدم بورتر الفكرة لإظهار كيف تضيف الشركات قيمة إلى موادها الخام لإنتاج منتجات يتم بيعها في النهاية للزبون، وتتكون عملية سلسلة القيمة من خمس خطواتتمنح الشركة القدرة على خلق قيمة تتجاوز تكلفة تقديم سلعها أو خدماتها للعملاء، ويسمح تعظيم الأنشطة في أي من الخطوات الخمس للشركة بالحصول على ميزة تنافسية على المنافسين في صناعتها،وتتمثل الأنشطة الخمسة في:

- **الخدمات اللوجستية الواردة:** الاستلام والتخزين ومراقبة المخزون؛
- **العمليات:** الأنشطة التي تخلق القيمة والتي تحول المدخلات إلى منتجات، مثل التجميع والتصنيع؛
- **الخدمات اللوجستية الصادرة:** الأنشطة المطلوبة لتوصيل المنتج النهائي إلى العميل. وتشمل هذه التخزين وإدارة المخزون وتنفيذ الطلبات والشحن؛
- **التسويق والمبيعات:** الأنشطة المرتبطة بجعل المشتري يشتري منتجا؛
- **الخدمات:** الأنشطة التي تحافظ على قيمة المنتج وتعززها، مثل دعم العملاء وخدمة الضمان.

وحسب بورترفإن سلسلة القيمة تتطلب أيضا سلسلة من الأنشطة الداعمة، وتشمل هذه الأنشطة المشتريات وتطوير التكنولوجيا وإدارة الموارد البشرية والبنية الأساسية(Traver, 2023).

3.2. سلسلة القيمة العالمية

تشير سلاسل القيمة العالمية إلى تقاسم الإنتاج الدولي، وهي العملية التي يتم فيها تقسيم الإنتاج إلى أنشطة ومهام يتم تنفيذها في بلدان مختلفة، ويمكن اعتبارها امتدادا واسع النطاق لتقسيم العمل، حيث يعود تاريخه إلى زمن آدم سميث وكمثال على ذلك تقسيم إنتاج دبوس إلى عدد من العمليات المتميزة داخل المصنع، يتم تنفيذ كل منها بواسطة عامل مخصص(Seric & Tong, 2019) ، وتتكون سلاسل القيمة العالمية من سلسلة من المراحل المشاركة في إنتاج منتجأو خدمة يتم بيعها للمستهلكين، حيث تضيف كل مرحلة قيمة، ويتم إنتاج مرحلتين على الأقل في بلدان مختلفة، تشارك الشركة في سلسلة القيمة العالمية إذا أنتجت مرحلة واحدة على الأقل في سلسلة القيمة العالمية، وتعرف هذه الأخيرة بأنها عملية إنتاج تجسد القيمة المضافة (مثل خدمات العمالة) من بلدين على الأقل، وعلى هذا النحو، فإن مفهوم سلاسل القيمة العالمية يربط هذه الظاهرة بشكل طبيعي بالاستخدام المتزايد للقيمة المضافة الأجنبية في الإنتاج، وخاصة عندما يكون هذا الإنتاج مخصصا للتصدير، وبصرف النظر عن الشكل المحدد الذي تتخذه سلاسل القيمة العالمية، فإن إمكانية تفتيت الإنتاج عبر الحدود تؤدي إلى تقسيم دولي أدق للعمل ومكاسب أكبر من التخصص، وتسمح سلاسل القيمة العالمية للموارد بالتدفق إلى أكثر استخداماتها إنتاجية، ليس فقط عبر البلدان والقطاعات، بل وأيضا داخل القطاعات عبر مراحل الإنتاج (Antràs, 2020, p. 03).

3. الفرق بين سلسلة القيمة وسلسلة التوريد

1.3. تعريف سلسلة التوريد

تتضمن سلسلة التوريد تدفق جميع المعلومات والمنتجات والمواد والأموال بين المراحل المختلفة لإنشاء منتج وبيعه للمستخدم النهائي، ويأتي مفهوم سلسلة التوريد من منظور الإدارة التشغيلية، حيث كل خطوة في العملية بما في ذلك إنشاء سلعة أو خدمة وتصنيعها ونقلها إلى مكان البيع وبيعها هي جزء من سلسلة توريد الشركة(Traver, 2023)

2.3. وظائف سلسلة التوريد

تتضمن سلسلة التوريد جميع الوظائف المشاركة في تلقي وتلبية طلب الزبون،وتتمثل هذه الوظائف في (Traver, 2023):

- تطوير المنتج؛
- التسويق؛
- العمليات؛
- التوزيع؛
- التمويل؛
- خدمة العملاء.

3.3.مقارنة بين سلاسل القيمة وسلاسل التوريد

يظل أغلب المتخصصين في مجال الأعمال في حيرة من أمرهم بشأن أوجه التشابه والاختلاف بين مصطلحي سلسلة القيمة والتوريد، حيث يرجع الى أن سلسلة التوريد بأكملها تقع داخل سلسلة القيمة، ويمكن القاء الضوء على الفرق الجوهري بينهما في أن الشركة هي المتحكمة في سلسلة التوريد الخاصة بها، والتي تدور حول الحصول على ما هو مطلوب لإنتاج السلع والخدمات وتسليمها للزبون، ولكن بالنسبة للزبون فهو المتحكم في سلسلة القيمة، لأن القيمة لا تحدث إلا عندما تكون السلع أو الخدمات في أيدي الزبائن، ويمكن القول أيضا بأن الفرق بين سلسلة القيمة وسلسلة التوريد هو أن سلسلة التوريد تتعامل مع بناء المنتج وإيصاله إلى المستهلك، في حين تبحث سلسلة القيمة عن طرق لتعزيز قيمة المنتج أثناء تحركه على طول سلسلة التوريد،ويعتمد أداء أي شركة إلى حد كبير على فعالية سلسلة التوريد الخاصة بها من حيث التكلفة والسرعة و الموثوقية لتصنيع منتجات عالية الجودة والحفاظ على تدفقها إلى الزبائن، وتوليد الإيرادات وتحقيق الأرباح، لكن أداء الأعمال يعتمد بنفس القدر على القيمة التي يدركها الزبائن من هذه المنتجات والخدمات. (Jenkins A. , 2022)، ويوضح الشكل أسفله توضيحا لعمليتي سلسلة القيمة وسلسة التوريد من أجل عرض الفرق بينهما بدقة

الشكل رقم(01): الفرق بين سلسلة القيمة وسلسلة التوريد

المصدر:(Jenkins A. , 2022)

4. ماهية التمكين الاقتصادي للمرأة

1.4.تمكين المرأة وركائزه

التمكين هو عملية تغيير يكتسب من خلالها أولئك الذين حرموا من القدرة على اتخاذ خيارات استراتيجية في حياتهم هذه القدرة، إن تمكين المرأة منصوص عليه في الهدف الخامس من أهداف التنمية المستدامة وهو عنصر أساسي في استراتيجية البنك الدولي للمساواة بين الجنسين 2024-2030، ويحدث التمكين من خلال إزالة القيود التي تعيق قدرة النساء والفتيات على تحديد أهدافهن،(World Bank Group, 2023) .

2.4.ركائز تمكين المرأة

ويمكن تصنيف هذه القيود إلى ثلاثة ركائز(World Bank Group, 2023) :

- **الوكالة:** القدرة على تحديد الأهداف ومتابعتها، مما يدل على مستوى كفاءتهن الذاتية واحترامهن لذواتهن؛
- **الموارد:** المدخلات (مثل رأس المال والأصول والأدوات والمعلومات) التي يمكن أن تملكها الفتيات لتمكينهن من اتخاذ القرارات والإجراءات اللازمة لتحقيق أهدافهن؛

- **السياق:** بيئة مواتية لاتخاذ القرارات العادلة، بما في ذلك المؤسسات والترتيبات الاجتماعية.

3.4.تعريف التمكين الاقتصادي للمرأة

يعرف التمكين الاقتصادي للمرأة بأنه القدرة على اختيار ومراقبة أنشطة المرأة الاقتصادية ودخلها، والهدف الرئيسي منه هو خلق مجتمعات عادلة ومنصفة:(Ahmad Zakuan & Hassan, 2016, p. 243)

ويمكن تحديد مجالاته في ثلاثة نطاقات رئيسية وهي(Dezso, 2021) :

- **الوصول إلى الموارد:** مثل رأس المال والتكنولوجيات الرقمية والأسواق والتدريب التجاري؛
- **الوكالة:** مثل السيطرة على الموارد والسلطة لاتخاذ القرارات الاستراتيجية في الأسر أو الشركات أو المجتمعات؛
- **الإنجازات:** مثل التقدم الاقتصادي والتعليم واكتساب المهارات وتبني التكنولوجيا واستخدامها، كما تأخذ يمكن الأخذ بعين الاعتبار كيفية تخصيص النساء للوقت بين المهام الإنتاجية والمنزلية، وتجاربهن مع العنف القائم على النوع الاجتماعي، والمعايير والقواعد الجنسانية المتعلقة بدور المرأة في الأسرة والمجتمع.

5. المرأة وسلسلة القيمة العالمية

1.5.دور المرأة في سلسلة القيمة العالمية

يمكن عرض بعض المجالات التي من الممكن أن تدخل ضمنها المرأة و تساهم بشكل إيجابي في تنمية سلسلة القيمة وتتمثل في(Mujtahid & Darmi, 2020, pp. 1170,1171):

- **سلسلة القيمة وتوظيف المرأة:** خلقت التجارة العديد من فرص العمل في البلدان النامية من خلال تطوير قطاعات التصدير والاستيراد والتغييرات الهيكلية، وأدت بذلك إلى نمو العمال ذوي المهارات المنخفضة، وتحديدا أولئك الذين لا تتاح لهم فرصة إيجاد عمل عادة أو يمنعون من العمل في الاقتصاد غير الرسمي، وقد استفادت المرأة كجزء من هذه الفئة في العديد من البلدان الآسيوية من تحرير التجارة والمشاركة في سلاسل القيمة العالمية، وخاصة في الصناعات التحويلية والخدمات الموجهة للتصدير، ففي بنغلاديش، على سبيل المثال، خلقت صناعة الملابس الموجهة للتصدير حوالي 4 ملايين وظيفة، ومع دخول أكثر من 75% من النساء العاملات لدى الأسر ذات الدخل المنخفض إلى سوق العمل لأول مرة، وفي إندونيسيا، أدى تخفيض التعريفات الجمركية على استيراد المواد الخام المتصلة بالصناعة المحلية إلى زيادة المشاركة في العمالة، وزيادة ساعات عمل النساء، ولا سيما الأقل تعليما، وتظهر البيانات الواردة من بلدان شرق آسيا أن مشاركة المرأة، كصاحبة مشروع أو عاملة في الشركات المصدرة، أعلى منها في الشركات التي تقتصر على السوق المحلية، وفي الواقع، فإن تسهيل عملية الأعمال وريادة الأعمال النسائية لا يجعلها أكثر انخراطا كرائدات أعمال في الأنشطة الاقتصادية فحسب، بل إن الشركات الأجنبية أكثر استعدادا لتوظيف النساء من النماذج المحلية.
- **سلسلة القيمة وأجور النساء:** بالإضافة إلى زيادة فرص العمل وتحسين ظروف العمل، فتسهيل التجارة وتطويرها يساعد أيضا على زيادة أجر المرأة وتميل قطاعات التصدير دائما إلى دفع أجور أفضل من القطاعات غير الرسمية. وعلى الرغم من أن القانون ليس للجميع فقد استفادت النساء دائما في العديد من البلدان النامية من زيادة الدخل وتحسين الاستقرار الوظيفي في المجالات التي ارتبط فيها تجهيز الصادرات، ولا سيما خلق فرص العمل.
- **سلسلة القيمة وإنتاجية المرأة:** تؤدي المشاركة في سلسلة القيمة العالمية إلى تحسين نقل التكنولوجيا والمهارات، مما يضع بدوره ضغوطا على الشركات المحلية لتحسين إبداعها وابتكارها وإنتاجيتها، وتؤدي هذه الدينامية أيضا إلى تحسين

الفرص المتاحة للمرأة لتطوير مهاراتها وزيادة شمولية تعليمها، وكلما زادت فعالية الشركات المحلية في سلسلة القيمة العالمية، زاد طلبها على التكنولوجيا المحسنة، وزاد امتثالها لمعايير الجودة العالمية، بما في ذلك البروتوكولات البيئية وآليات تعزيز الإنتاجية. إنها قوة عاملة ماهرة وتوفر تدريبا مستداما في الشركات. وتشير الدلائل إلى أن بيئة الشركات المصدرة لا يمكن مقارنتها بالشركات المقتصرة على الأسواق المحلية. في المجموعة الأولى، يرتبط ابتكار المؤسسة بزيادة فرص العمل، وتحسين إنتاجية العمل، وتنمية المهارات إنهم يوظفون العاملات، وأدى تسويق الخدمات في المناطق الريفية في الهند إلى زيادة عمالة الشابات، وتبين الإحصاءات أن مستوى تعليم الفتيات في المدارس في هذه القرى أعلى منه في القرى التي لا توجد بها مثل هذه الروابط التجارية.

- **سلسلة القيمة العالمية ونوعية حياة المرأة**بالإضافة إلى القدرة على لعب دور هام في توظيف المرأة وأجورها وإنتاجيتها فإن للتجارة أيضا تأثيرا أعمق على نوعية حياتها، وكلما انخفض مستوى عدم المساواة الاقتصادية بين النساء، قل عدم المساواة بين الجنسين في القضايا الحيوية الأخرى، وتشير الدراسات إلى أنه في أوائل ثمانينيات القرن العشرين، مع تحسن الحوافز الاقتصادية في المناطق الريفية في الصين، حيث كان للمرأة ميزة تنافسية في إنتاج الشاي، لم يقتصر الأمر على زيادة دخلها فحسب، بل زاد متوسط العمر المتوقع للفتيات، وفي بنغلاديش، أدى تطور صناعة الملابس الموجهة نحو التصدير إلى زيادة مستوى تعليم الفتيات اللائي تتراوح أعمارهن بين 5 و9 سنوات وانخفاض عدد زيجات المراهقات.

2.5.عائدات دمج المرأة في سلسة القيمة

تتمتع النساء العاملات في سلاسل القيمة العالمية بالأمن الوظيفي، مع وجود احتمالية بنسبة 10% لشغلهن وظائف مقارنة بالنساء العاملات في قطاعات غير مدمجة في سلاسل القيمة العالمية، وتخلق التجارة حوافز للبلدان من أجل تحسين قدرة المرأة على الوصول إلى الموارد الحيوية مثل التكنولوجيا والتعليم، وتساهم النساء بنسبة 43 % من القوى العاملة الزراعية العالمية، حيث أن اتاحة نفس إمكانية الوصول إلى مرافق الإنتاج مثل الرجال، تمكنهن من المساهمة في زيادة الإنتاج الزراعي، حيث تشير الدراسات الى أنه في 34 بلدا ناميا يمكن أن تزيد نسبة الإنتاج في حالة مشاركة النساء بنسبة تقدر بـ 4% في المتوسط، وهذا من شأنه أن يقلل عدد الأشخاص الذين يعانون من سوء التغذية بنسبة 17%، وهذا ما يؤدي إلى انخفاض الجياع بما يصل إلى 150 مليون شخص، وقد أثبت البنك الدولي ذلك من خلال دراسات أجريت في أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي، أن دخل سوق عمل الإناث قد ساهم في خفض الفقر المدقع بنسبة 30% على مدى 10 سنوات، وبالتالي، فإن المجتمعات التي تتمتع بقدر أكبر من المساواة لا توفر فرصا اجتماعية واقتصادية أفضل فحسب بل وتميل أيضا إلى النمو بشكل أسرع(ORF, 2022) .

6. نماذج عالمية ناجحةعن دمج المرأة في سلاسل القيمة وسلاسل التوريد

1.6.المشاركة في سلاسل القيمة

- **المرأة في سلسة قيمة الاعمال الزراعية: البرنامج التابع لمؤسسة التمويل الدوليةتعد** النساء من أصحاب المصلحة الأساسيين في سلاسل قيمة الأعمال التجارية الزراعية في جميع أنحاء العالم وتشكل النساء 40 في المائة من القوى العاملة الزراعية العالمية، وما يصل إلى 50 في المائة في العديد من المناطق، ويلعبن دورا أساسيا في الزراعة والزراعة والحصاد، فضلا عن المعالجة والخدمات اللوجستية والمبيعات، التحدي على الرغم من مساهماتهن، تواجه النساء

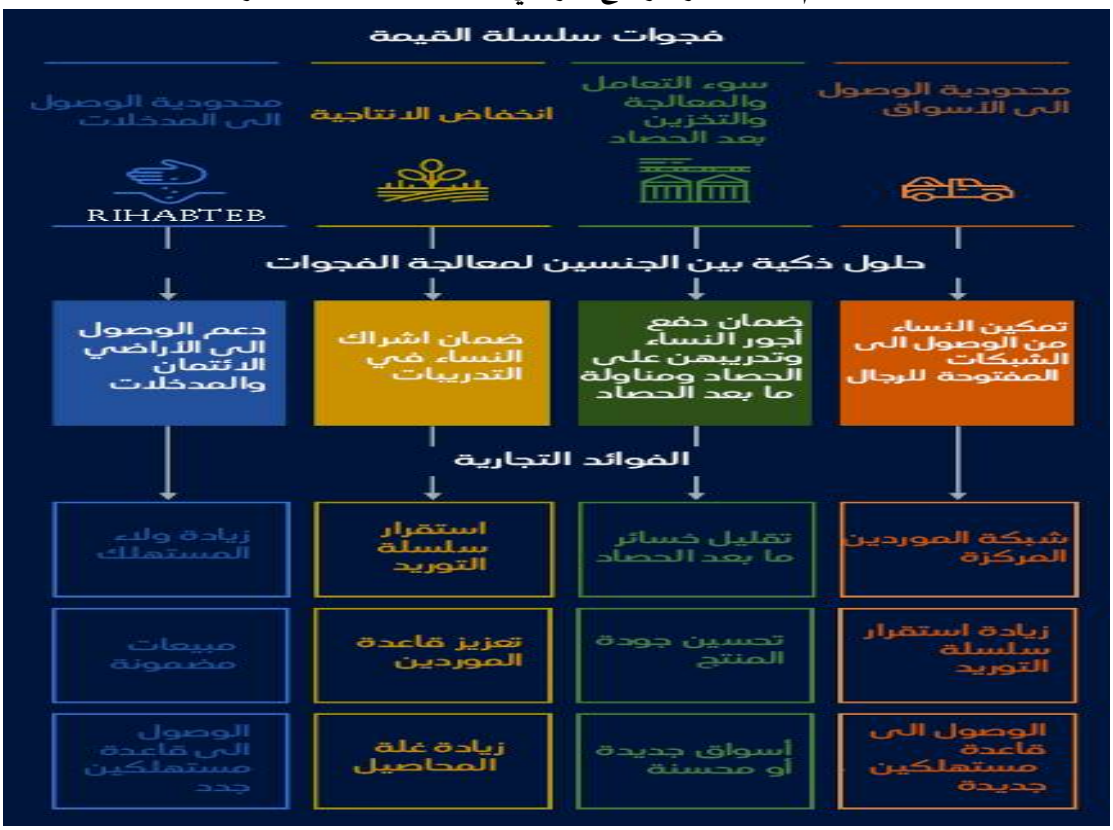
تحديات فريدة من نوعها تعيق إنتاجيتهن ونموهن، مما يؤدي بدوره إلى إضعاف الاقتصادات الريفية والشركات التي تعتمد عليهن والسلسلة الغذائية العالمية. وتشمل بعض هذه التحديات ما يلي(IFC, Non Mentioned year):

- محدودية الوصول إلى الأراضي الزراعية أو عدم الوصول إليها. فرص أقل للتعليم والحصول على التدريب الزراعي والخدمات الإرشادية مقارنة بالرجال؛
- محدودية الوصول والدراية فيما يتعلق بالمدخلات الزراعية والمعدات الميكانيكية؛
- عدم الوصول إلى الائتمان والخدمات المالية الأخرى؛
- أجور أقل بكثير لنفس العمل الذي يقوم به الرجال؛
- أعباء عمل أكبر تشمل المسؤوليات المنزلية مثل التنظيف والطهي ورعاية الأطفال وكبار السن والمنزل.

حيث أن منح المرأة المعرفة المناسبة وإمكانية الوصول إلى الموارد الزراعية يمكن أن يولد فوائد تجارية في جميع أنحاء سلسلة القيمة، يعمل برنامج المرأة في سلاسل القيمة في مجال الأعمال الزراعية التابع لمؤسسة التمويل الدولية على مساعدة البلدان المتعاملة معها في جميع أنحاء العالم على سد الفجوات بين الجنسين وجني فوائد إدراج المساواة بين الجنسين في سلاسل القيمة الخاصة بهم، وكمثال على فكرة البرنامج، فإن زيادة حصول المزارعات على التدريب والائتمان يمكن أن تمكنهن من شراء واستخدام المدخلات الزراعية، مما يؤدي إلى زيادة إنتاجيتهن وعائداتهن بشكل كبير. بالنسبة للشركات، يؤدي هذا إلى تعزيز المعروض من المنتجات(IFC, Non Mentioned year).

ويوضح الشكل أسفله فكرة البرنامج التابع لمؤسسة التمويل الدولية

الشكل رقم (02): فكرة برنامج المرأة في سلسة قيمة الاعمال الزراعية



المصدر:(IFC, Non Mentioned year)

❖ **مبادرة 5By20منشركة كوكاكولا**

تم الإعلان عن هذه المبادرة في عام 2010 من قبل شركة كوكولا والتي اعتبرته هدفا عالميا(Coca Cola، Non mentioned year)، وهي التزام تعهدت به الشركة تجاه مبادرة كلينتون العالمية، والتي تمثل بدورها منتدى يسعى إلى "تحويل الأفكار إلى أفعال"، وتعمل هذه المبادرة على تحسين حياة الناس، خاصة فئة النساء ومساعدتهن على معالجة العوائق التي يوجهنها، بما في ذلك انخفاض مستويات مهارات العمل، وعدم القدرة على الوصول إلى التمويل، ومحدودية الشبكات من الأقران والموجهين(Jenkins, Valikai, & Baptista, 2013, p. 11)،كما يعتبر التمكين الاقتصادي للمرأة أحد أهم الدوافع التي تأسست لها هذه المبادرة، من خلال استهداف 5 ملايين من رائدات الأعمال عبر سلسلة القيمة بحلول عام 2020،سواء من مزارعي الفاكهة والحرفيين إلى القائمين بإعادة التدوير وتجار التجزئة، وفي الواقعتمكنت الشركة من تمكين أكثر من 6 ملايين امرأة في 100 دولة من خلال توفير التدريب على مهارات الأعمال وشبكات التوجيه والخدمات المالية وغيرها من الأصول لمساعدة حياة النساء أعمالهن(Coca Cola, Non mentioned year) ، كما تقوم شركة كوكاكولا بالعمل داخليا لتعزيز التطوير المهني للمرأة والتقدم الوظيفي بين الموظفين، الأمر الذي لا يظهر في نتائج المبادرة، لكنه يبقى أحد المظاهر الإيجابية لتركيز كوكاكولا على اشراك المرأة في الإدارة، من خلال مجلس القيادة النسائية(WLC) ، حيث تم تأسيسه في عام 2007، و يقدم تقاريره مباشرة إلى لجنة التشغيل، ويتكون من 17 مديرة تنفيذية مؤثرة تقدم المشورة للإدارة العليا بشأن الاستراتيجية والمبادرات والمقاييس العالمية في مجالات مهمة مثل الاحتفاظ، التوظيف ،التطوير وثقافة الشركة (Jenkins, Valikai, & Baptista, 2013, p. 11).

يتم تصنيع أكثر من 500 علامة تجارية للمشروبات من شركة كوكا كولا،ويتم تسويقها واستهلاكها في أكثر من 200 دولة بمعدل أكثر من 1.8 مليار حصة يوميا من خلال سلسلة قيمة عالمية معقدة ولا مركزية تشمل منتجي المواد الخام؛موردي المكونات والتغليف والمعدات والسلع والخدمات الأخرى؛ شركات التعبئة التي تقوم بتصنيع المشروبات وتعبئتها وتوزيعها (أو التعاقد مع أطراف ثالثة لتوزيعها)؛ تجار التجزئة الذين يشترون تلك المشروبات لإعادة بيعها للمستهلكين النهائيين؛ والقائمين بإعادة التدوير والحرفيين الذين يعيدون استخدام عبوات المنتجات، ويتمثل دور الشركة في سلسة القيمةفي إجراء تسويق العلامة التجارية الاستهلاكية، وبناء الطلبلمنتجات كوكا كولا وتصنيع وبيع المركزات،العصائر، وقواعد المشروبات لتعبئة الزجاجات،ولدى شركة كوكا كولا ما يقرب من 250 شريكا في مجال التعبئة، 50 منهم فقط تقريباًمملوكة جزئيا أو كليا للشركة، وهذا يعني أن تأثير شركة كوكا كولا في سلسلة القيمة، على الرغم من كونه كبير، إلا أنه غير مباشر، حيث يتم توجيهه من خلال شركائها في مجال التعبئة، والذين ينتجون منتجاتها ويجعلونها في متناول السوق (Jenkins, Valikai, & Baptista, 2013, p. 09).

❖ **مكونات برنامج المبادرة:** تضمنت المبادرة برنامجا يتكون من العناصر التالية:

❖ التدريب وبناء القدرات في مهارات إدارة الأعمال: والتي تم تخصيصها لمتاجر ساري ساري التي تتضمن توعية بكيفية تأثير قضايا النوع الاجتماعي على نجاح أعمالهم (مثل الواجبات المنزلية)؛

❖ تحسين وصول خريجي التدريب إلى التمويل والتسويق: حيث تم تدريب الخريجين الذين لم يشاركوا بالفعل في برامج التمويل الأصغر لمساعدتهم على التأهل؛ يمكن للخريجين الاستفادة من تمويل المنتجات من خلال قرض STAR، وهو عبارة عن منصة إلكترونية جديدة يمكن الوصول إليها على الهواتف المحمولة لشراء منتجات Coca Cola علىائتمان؛ والخريجون مؤهلون أيضا لبرنامج التجارة الخاص بFEMSA ؛

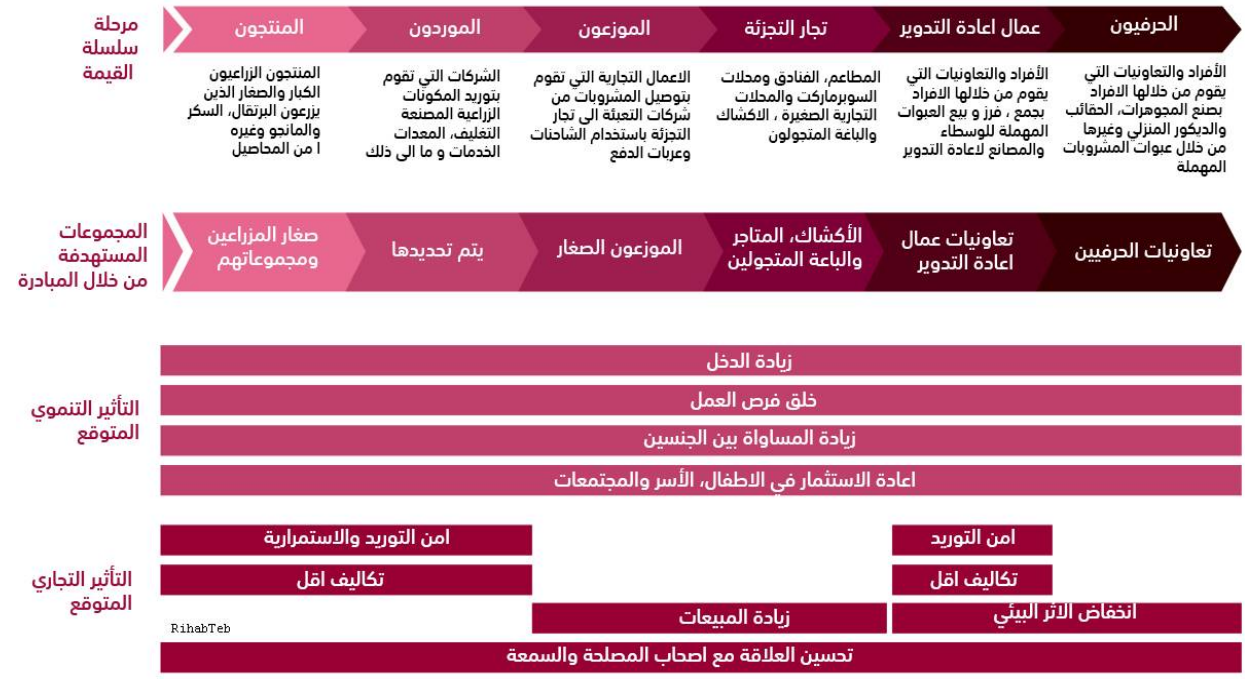
❖ الوصول إلى توجيه الأقران: بعد التخرج من التدريب، يمكن للنساء الاستمرار في اكتساب المهارات وبناء الثقة وتلقي المشورة من خلال المنظمات غير الحكومية الشريكة المحلية لـ STAR أو مؤسسات التمويل الأصغر،وقد خضعت 30,000 امرأة للتدريب، كما حصلت 10,000 امرأة مشاركة على مجموعة الأدوات الأساسية للتسويق (مثل صناديق الثلج والملصقات وما إلى ذلك) من FEMSA في جوان 2013(CSR Asia, 2015, p. 13).

❖ **سيرورة عمل المبادرة على طول سلسلة القيمة**

ويوضح التقسيم أسفله تطبيق برنامج المبادرة من خلال 5 مراحل مختلفة من سلسلة القيمة، مع تحديد عوامل النجاح الرئيسية للاستدامة وحجم التأثير طوال مدة البرنامج وما بعدها، وتشمل مايلي (Jenkins, Valikai, & Baptista, 2013, pp. 12,13):

- **المنتجون:** من خلال مشروع Nurture في كينيا وأوغندا، والذي يهدف إلى جلب أكثر من 50000 من مزارعي المانجو وفاكهة الباشن فروت من أصحاب الحيازات الصغيرة إلى سلسلة قيمة شركة كوكاكولا؛
- **الموزعون:** نموذج مركز التوزيع الصغير التابع لشركة Coca-Cola Kwanza في تنزانيا، والذي يهدف إلى بناء قدرات 170 موزعا مستقلا صغير الحجم لتوزيع المنتج على منافذ البيع بالتجزئة صغيرة الحجم في البيئات الحضرية المزدحمة؛
- **تجار التجزئة:** برنامج STAR في الفلبين، والذي يهدف إلى التمكين الاقتصادي لـ 100.000 امرأة من تجار التجزئة على نطاق صغير لمساعدتهن على تنمية أعمالهن وزيادة دخلهن؛
- **القائمون بإعادة التدوير:** شركة Coletivo Recyclingفي البرازيل، والتي تهدف إلى بناء احترام الذات وقدرة 500 جمعية تعاونية لجامعي النفايات، وتنويع أسواقها ومصادر توريدها، وزيادة مبيعاتها ودخلها؛
- **الحرفيون:**شركةColetivoArtesفي البرازيل، والتي تهدف إلى بناء احترام الذات وقدرات 100 تعاونية من الحرفيين، تعمل على تعزيزجاذبية تصاميمهم، وزيادة مبيعاتهم ودخلهم.

الشكل رقم(03): سيرورة عمل مبادرة 5By20 على طول سلسلة القيمة



المصدر: (CSR Asia, 2015, p. 11).

2.6. المشاركة في سلاسل التوريد

❖ **دعم التمكين الاقتصادي للمرأة في صناعة الكاكاو:نموذجشركة Cargill**

تدرك شركةCargill أن أفضل طريقة لتوفير إمدادات مستدامة من منتجات الكاكاو والشوكولاتة هي تمكين المزارعين ومجتمعاتهم من تحقيق دخول ومستويات معيشية أفضل، وحيث أن تمكين المرأة اقتصاديا يبني قدرات المزارعين والأسر سواء في زراعة الكاكاو أو المحاصيل النقدية البديلة،فإن اتاحة الفرص للنساء من أجل توليد الدخل، من شأنه ان يعود بالكثير من الفوائد والمتمثلة في مزارع أكثر إنتاجية، زيادة دخل الأسرة، أطفال أفضل تعليما، وتحسين الصحة والتغذية ونظرا لمساهماتهن العديدة، تلعب النساء في مجتمعات زرا عة الكاكاو دورا حاسما ولكن غالبا ما يكون غير معترف به فيتطوير سلسلة توريد الكاكاو المستدامة، حيث تهدف المبادرة الى أن تصبح النساء مولدات للدخل في حد ذاتهن كمزارعات وصاحبات أعمال صغيرة، ورائدات أعمال، وقائدات أعمال، تدعمهم الشركة من خلال زيادة الوعي بقضايا النوع الاجتماعي في مجتمعات زراعة الكاكاو ومن خلال تقديم التدريب والأدوات والموارد التي يحتاجون إليها لتحقيق إمكاناتهم الكاملة(cargill، Non Mentioned year).

وقامت الشركة بإطلاق خمسة أهداف تؤكد التزامها بتحقيق أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة وتحسين سبل عيش المزارعين والمجتمعات بشكل أكبر، وتتمثل هذه الأهداف في(cargill, Non Mentioned year) :

- **الهدف 1: سبل عيش المزارعين:** من خلال العمل على تعزيز ممارسات زراعة الكاكاو الاحترافية، لتعزيز المرونة الاجتماعية والاقتصادية لمزارعي الكاكاو ومجتمعاتهم؛
- **الهدف 2: رفاهية المجتمع:** من خلال العمل على تعزيز سلامة ورفاهية الأطفال والأسر في مناطق زراعة الكاكاو؛
- **الهدف 3: حماية الكوكب:** من خلال العمل على تعزيز أفضل الممارسات البيئية في أعمالنا والقضاء على إزالة الغابات من سلسلة التوريد الخاصة بالشركة؛
- **الهدف 4: ثقة المستهلك:** من خلال مساعدة المستهلكين في جميع أنحاء العالم على اختيار منتجات الكاكاو والشوكولاتة المستدامة بثقة؛
- **الهدف 5:التحول مع الشركاء:** من خلال استخدام قوة الشراكات لتسريع وتعزيز الجهود لتحقيق مستوى من التحول في القطاع لا يمكن لشركة تحقيقه بمفردها.

❖ **حالة شركة AARHUS KARLSHAMN: (AAK) توفير مستدام لجوز الشيا من خلال تمكين النساء صاحبات الحيازات الصغيرة**

يقطف جوز الشيا، وهو مادة خام قيمة لصناعات الأغذية ومستحضرات التجميل، بشكل أساسي من قبل النساء في غرب إفريقيا، والبلدان التي تنمو فيها من بين أفقر بلدان العالم، وتعمل AAK، وهي شركة سويدية لتصنيع الدهون النباتية على تمكين آلاف النساء اللواتي يقطفن جوز الشيا في المزارع الصغيرة في غرب إفريقيا لصالح الشركة، ولضمان إمدادات المكونات الخام عالية الجودة على المدى الطويل، تستثمر AAK في المجتمعات المحلية.

على سبيل المثال في بوركينا فاسو، من خلال برنامج KoloNafoso، الذي يتبع مبادئ التجارة العادلة، وتقدم AAK التمويل المسبق والدعم اللوجستي والتدريب على معالجة جوز الشيا، كما تدفع مكافآت عالية الجودة، وبفضل التجارة المباشرة مع النساء، دون وسطاء، يزداد دخلهن على المدى الطويل، وتستفيد AAK نفسها من خلال الحصول على جوز

الشيا عالي الجودة والقابل للتتبع، في عام 2016، وصل برنامج KoloNafoso إلى أكثر من 115000 امرأة، بزيادة قدرها 27٪ عن عام 2015(Global Compact Network Germany, 2018, p. 13)

7. خاتمة:

يعتبر انخراط المرأة ضمن سلاسل القيمة والتوريد أحد الفرص الاقتصادية التي من شأنها تحسين حياة المرأة حتى لو كان ذلك الانخراط بسيطا، في أي مرحلة من المراحل، حيث يساهم في منحها مصدر دخل يمكنها من اعالة نفسها وعائلاتها، كون المرأة هي مركز الأسرة، وعادة من تكون المدبرة للمنزل.

1.7.نتائج الدراسة

تم التوصل من خلال الدراسة الى جملة من النتائج تتمثل فيما يلي:

- ان سلاسل التوريد هي جزء من سلاسل القيمة، لأن البحث عن قيمة جديدة على طول السلسلة يكون أيضا في أحد مراحل سلسلة التوريد حيث تعتبر هذه الأخيرة نتاج تحكم الشركة، أما سلسلة القيمة فهي نتاج رغبات الزبائن؛
- ان الفكرة من سلسلة القيمة وتحليلها، هو إيجاد القيمة المرجوة في كل مرحلة من السلسلة والتي من شأنها خلق التميز بالنسبة للشركة، وقد تم تطبيق هذه الفكرة على مستوى أشمل يخص الدول بنفس المبدأ ولكن بتوزيع جغرافي أوسع، حيث تتم كل مرحلة من السلسة في منطقة جغرافية مختلفة مما يترتب عنه تنشيط التجارة الخارجية؛
- يتم تمكين المرأة أولا من خلال توفير التحكم الذاتي في حياتها، ثم توفير الموارد اللازمة لذلك وأخيرا البيئة الداعمة، وهذه النقاط هي أساس التمكين الاقتصادي لها أيضا، حيث يتم الانطلاق من التمكين الذاتي، نحو التحكم الاقتصادي في الأصول والموارد بجميع أنواعها؛
- ان من أهم ما يمكن ادراجه ضمن برامج التمكين الاقتصادي للمرأة هو نقطة التحكم في الأراضي، وإتاحة هذه الفرصة للمرأة لتكون صاحبة الأرض التي تعمل بها، خاصة في المناطق النائية والتي تكسب النساء فيها قوتهن من خلال القيام بالأنشطة الفلاحية والحرف التقليدية واليدوية في الكثير من المناطق في العالم؛
- يمكن أن تلعب المرأة أي دور في سلسلة القيمة، من مسؤولة على إيجاد القيمة الى خالقة لها، أو مساهمة في ابتكارها كما تمت الإشارة اليه في مثال شركة كوكاكولا؛
- تشارك المرأة ضمن سلسلة القيمة كموردات دون وساطة لكبرى الشركات كما هو المثال مع شركةAAK ، كونهن يملكن المادة الأولية كما أن لهن القدرة على توفيرها بالكميات المطلوبة والجودة المناسبة، الأمر الذي يذر عليهن أرباح أكبر و يساهم في تمكينهن اقتصاديا؛
- ان أهم ما ركزت عليه النماذج المعروضة، هو جزئية التعليم وتحسين المهارات للنساء، كونها المفتاح لتحسين حياتهن على كافة الأصعدة، خاصة الاقتصادية منها لأنهن يكتسبن بذلك الميزة التي تسمح لهن بتحقيق الاستقرار المادي لأنفسهن في أي وقت وتحت أي ظرف.

2.7. مقترحات الدراسة

من خلال النتائج التي توصلت اليها الدراسة، يمكن اقتراح ما يلي:

- يمكن الاستفادة من برامج التمكين الاقتصادي للمرأة على المستوى العالمي في الجزائر، من خلال مضاعفة الجهود على مستوى هيئات الدعم، المجتمع المدني، والجمعيات والتي يكون دورها تشجيعيا من خلال توفير التوعية والتمكين اللازمين لكل الفئات في المجتمع والنساء بصفة خاصة، لأن التمكين الاقتصادي للمرأة لا يتعلق بوعي المرأة حول ضرورة تقويتها اقتصاديا فقط وانما حتى بوعي الرجل ايضا اتجاه هذه النقطة؛
- قد لا تتعامل بعض المؤسسات الصناعية مع فئة النساء كموردات مثلا، خاصة فئة الفلاحات بسبب التخوف من كونهن غير قادرات على التعامل مع السوق بسبب ضعف المهارات، لذلك وجب توفير المزيد من التكوينات لهذه الفئة ومساعدتها على الوصول الى مختلف الفرص الممكنة لهن حيث يمكن أن تتعامل مؤسسات الصناعة الغذائية، أو الصناعات التجميلية والتي تحتاج الى مواد أولية طبيعية على سبيل المثال مع الفلاحات لتوفير المادة الأولية؛

8. قائمة المراجع

1) Ahmad Zakuan, U., & Hassan, K. (2016). Women's Economic Empowerment in the Developing Countries :Reengineering Patriarchy? Usa: research on impacts of international business and political affairs on the global economy.
2) Jenkins, B., Valikai, K., & Baptista, P. (2013). The Coca-Cola Company's 5by20 Initiative Empowering Women Entrepreneurs across the Value Chain. Cambridge, USA: Havrad kennedy school.
3) Mujtahid, I. M., & Darmi, T. (2020). Women Role in Sustainable Supply Chain Strategy in Small and Medium-Sized Enterprises of Small Cities. International Journal of Supply Chain Management, 1168-1174.
4) Seric , A., & Tong, Y. S. (2019, August 1). What are global value chains and why do they matter? Retrieved from UNIDO: https://iap.unido.org/
5) Agripro Focus . (2014). Gender in value chains. Arnhem: Agri pro focus learing network. Retrieved from http://exchange.growasia.org/
6) Antràs, P. (2020). Conceptual Aspects of Global Value Chains. The World Bank Economic Review Oxford, 1-24.
7) cargill. (Non Mentioned year, Non Mentioned Month Non Mentioned day). women in cocoa. Récupéré sur cargill: https://www.cargill.com/sustainability/cocoa/women-in-cocoa
8) Coca Cola. (Non mentioned year, Non mentioned month Non mentioned day). What is 5by20? Récupéré sur Cocacola: www.coca-cola.com
9) CSR Asia. (2015). The Role of the Private Sector in Women's Economic Empowerment in Asia. Tokyo, Japan: CSR Asia. Retrieved from On website: https://s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/elevatelimited-com/wp-content/uploads/publication/Womens-Economical-Empowerment.pdf
10) Dezso, D. (2021, January 28). Measuring Women's Economic Empowerment in Financial Inclusion. Retrieved from cgap: https://www.cgap.org/
11) Global Compact Network Germany. (2018). Seizing Opportunities, Minimising Risks: Empowering Women in the Supply Chain. Germany: Global Compact Network Germany.
12) IFC. (Non Mentioned year, Non Mentioned month Non Mentioned day). Women in Agribusiness Value Chains. Retrieved from International Finance corporation: https://www.ifc.org/
13) Jenkins, A. (2022, Decemeber 15). What's the Difference Between Value Chain and Supply Chain? Retrieved from Netsuite: https://www.netsuite.com/

14) ORF. (2022, July 16). The gender dimensions of global value chains. Retrieved from Observer reaserch foundation: https://www.orfonline.org/expert-speak/the-gender-dimensions-of-global-value-chains
15) Traver, E. (2023, May 28). Value Chain vs. Supply Chain: What's the Difference? Retrieved from investopedia: https://www.investopedia.com/
16) World Bank Group. (2023, December 12). Women's & Girls' Empowerment. Retrieved from World Bank Group: https://www.worldbank.org/