



تمكين رائدات الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا
نحو الوصول المتساوي مع الرجال إلى أسواق الأعمال والتجارة

الوصول إلى الأسواق : الوضع الراهن والاتجاهات في لبنان

الملخص التنفيذي

تمكين رائدات الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا
نحو الوصول المتساوي مع الرجال إلى أسواق الأعمال والتجارة

الوصول إلى الأسواق : الوضع الراهن والاتجاهات في لبنان

الملخص التنفيذي

1. المقدمة

انطلاقاً من الجهود الإنمائية التي يبذلها مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث «كوثر»، وفي إطار مشروع «تمكين رائدات الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا نحو الوصول المتساوي مع الرجال إلى أسواق الأعمال والتجارة»، يقدم هذا التقرير تحليلاً للقطاعات التي تنطوي على إمكانات لمشاركة النساء ولإنشاء المؤسسات/ المشاريع، وهي: (1) الصناعات الغذائية و (2) النسيج و (3) تكنولوجيا المعلومات والاتصال. ويتضمن التقرير استعراضاً لواقع القطاعات الثلاثة ضمن المنظومة الاقتصادية للبلاد وتقييماً للفرص المتاحة على صعيد الإنتاج والتجارة. كما يركز التقرير بشكل خاص على تحليل اتجاهات السوق الجديدة والمنتجات التي ظهرت مؤخراً في علاقة بجائحة كورونا، مع إبراز الفرص التجارية المحتملة لسيدات الأعمال.

2. المنهجية

تمّ اعتماد تصميم نوعي يتماشى مع الهدف من الدراسة وهو «تمكين رائدات الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا نحو الوصول المتساوي مع الرجال إلى أسواق الأعمال والتجارة»، وذلك من أجل تضييق الفجوة بين الجنسين في بيئة ريادة الأعمال السائدة في المنطقة. وقد أجريت الدراسة خلال الفترة الممتدة بين أكتوبر وديسمبر 2021، وتمّ الاعتماد فيها على البحث النوعي واستخدام منهجيات موحّدة. وتم إجراء البحث النوعي بواسطة الأدوات التالية:

• الاستعراض الوثائقي

تمّ إجراء دراسة وثائقية شاملة للمصادر الثانوية بهدف صياغة خلفية عامة حول اتجاهات السوق الاقتصادية على الصعيدين الإقليمي والعالمي، مع التركيز على تأثيرات جائحة كورونا. وتشمل الدراسة الوثائقية المعطيات الديمغرافية للبلاد والتطورات الأخيرة في المجال السياسي وعلى مستوى الاقتصاد الكلي، بالإضافة إلى تأثيرات الجائحة على النشاط الاقتصادي، مع التركيز على القطاعات الثلاثة الأنف ذكرها.

تمّ إجراء تحليل شامل لاتجاهات السوق في كلّ من القطاعات الثلاثة، بهدف تقييم الإمكانيات التي ينطوي عليها كل قطاع (من حيث القدرة على توفير فرص العمل والمساهمة في الناتج المحلي الإجمالي...)، وتحديد أهم القطاعات الفرعية، ومعرفة أبرز نقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر التي ينطوي عليها كل قطاع، بالإضافة إلى تقييم تأثيرات جائحة كورونا على القطاعات الثلاثة والفرص المحتملة الناشئة في كل منها.

ويتطلب اكتساب فهم أعمق للفرص التجارية المتاحة معرفةً أفضل بشأن اتجاهات السلوك الاستهلاكي في الفترة الأخيرة. ولهذا الغرض، تم تحديد الاتجاهات الحالية على مستوى الاستهلاك ونوعية التحولات الحاصلة بسبب للجائحة، وما إذا كانت هناك ابتكارات وتطورات تكنولوجية هامة في القطاع ومدى تأثيرها على السوق.

بالإضافة إلى ذلك، تمّ تحديد حجم الطلب والفرص التجارية المحتملة من خلال إجراء تحليل للسوق بالتركيز على الصادرات والواردات بالنسبة لكل قطاع، وعلى إمكانات السوق غير المستغلة في كل قطاع فرعي، وهو ما يساعد على فهم نوعية الطلب على الصعيدين المحلي والعالمي، وبالتالي على تحديد الفرص التجارية المحتملة لرواد/رائدات الأعمال. وقد تم لهذا الغرض استخدام عدد من المصادر ذات الصلة، ومن بينها التصنيف الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية (ISIC)، ومرصد التعقيد الاقتصادي (OEC)، وخريطة التجارة (Trade-Map)، ومؤشرات Trading Economics.

• البحث الأولي

انطلاقاً من الأهداف المحددة للمشروع، تمّ تحديد المقاييس الخاصة بالمقابلات المعمّقة (IDIs) الثلاث التي سيتم إجراؤها في البلد المعني. وكان الهدف من هذه المقابلات، التي أُجريت افتراضياً مع خبراء في القطاعات المختارة، اكتساب فهم أفضل لاتجاهات السوق في كل قطاع، من خلال رصد التجارب المباشرة للخبراء في السوق. وكان الخبراء الذين تمت مقابلتهم في الغالب من رواد/رائدات الأعمال أو المستشارين في القطاعات المختارة. (ترد قائمة المستجيبين/ات في الجدول أدناه).

| المنهجية | القطاع | جهة الاتصال | الغطاة |
|----------|------------------------------|---------------|---|
| لبنان | النسيج | فؤاد حنا | صاحب مصنع ومصنّ |
| | الصناعات الغذائية | سهى عطاء الله | خبيرة في تغليف المواد الغذائية / المنظمة العالمية للتغليف |
| | تكنولوجيا المعلومات والاتصال | حسان حجازي | خبير مستقل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال |

3. النتائج الرئيسية

أظهر تحليل اتجاهات السوق الخاص بلبنان أنّ جائحة كورونا أدت إلى تغييرات في السلوك الاستهلاكي تتلاءم مع القيود والظروف والمعايير المستجدة التي فرضتها الجائحة، وهو ما أفضى إلى ظهور اتجاهات جديدة في السوق. فعلى سبيل المثال، تميل اتجاهات السوق في قطاع الصناعات الغذائية بشكل ملحوظ نحو الأطعمة ذات القيمة الغذائية العالية، وخاصة نحو البدائل الغذائية النباتية والعضوية والصحية. وفيما يتعلق بقطاع النسيج، أدى تراجع دخل الأسر بسبب تداعيات الجائحة إلى توسع سوق الأكسسوارات التي تمكن المستهلكين من تصميم نفس الملابس بشكل مختلف. أما بالنسبة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وفي ظل الاتجاه المتزايد نحو رقمنة الاقتصاد العالمي الذي تأثر بشكل خاص بالجائحة، فقد أتيحت لهذا القطاع في لبنان فرص هامة لإنشاء تطبيقات الأجهزة المحمولة والاستثمار فيها من أجل تلبية الطلب المتزايد على أنشطة التجارة الإلكترونية. ويوضح القسم التالي نتائج التحليل بمزيد من التفصيل.

القطاعات المختارة

1. الصناعات الغذائية

لا يُلبّي الإنتاج الغذائي المحلي في لبنان سوى حوالي 20 في المائة من الطلب المحلي، وبالتالي فإن الجزء الأكبر من الإمدادات الغذائية في لبنان يتمّ استيراده، وهو ما يعنى وجود ثغرة في السوق يمكن لرواد/رائدات الأعمال العمل على ملئها. وتمثل الصادرات الغذائية نسبة 11.7 في المائة من إجمالي الصادرات، في حين تمثل الواردات الغذائية نسبة 18 في المائة من إجمالي الواردات. وتُعدّ الحبوب ومنتجات الألبان والبيض من المنتجات الرئيسية التي يستوردها لبنان. هذه الاتجاهات على مستوى الواردات يُمكن أن توجّه الإنتاج المحلي نحو العمل على تلبية الطلب المحلي. وقد أظهر تحليل التجارة أنّ خمسة منتجات لبنانية رئيسية تنطوي على إمكانات تصديرية عالية وهي البن والمشروبات (غير الكحولية) والخضروات وحبوب ومنتجات الكاكاو واللحوم المصنعة.

من ناحية أخرى، تشهد بعض المنتجات، مثل زيت الزيتون والمكسرات والفواكه الطازجة ومنتجات الألبان، إقبالا متزايدا في السوق العالمية، وهو ما يشير إلى وجود فرص تجارية غير مستغلة يمكن لرائدات الأعمال الاستفادة منها. غير أن عدداً قليلاً نسبياً من الشركات اللبنانية استطاعت إلى حدّ الآن أن يكون لها حضور فاعل في هذه السوق، ويعود ذلك إلى

جملة من العوامل من بينها التحديات المرتبطة بالإطار التنظيمي وحدة المنافسة ونقص المعلومات المتعلقة بالسوق وغياب التواصل والتشبيك.

ومع انتشار جائحة كورونا، تنامي الاتجاه العالمي بشكل ملحوظ نحو الأطعمة المغذية وأنماط الحياة الصحيّة. وفي ظل هذا الاتجاه، أظهر اللبنانيون مستويات عالية من الوعي الصحي، حيث صاروا يفضلون تناول الأطعمة ذات القيمة الغذائية العالية والخالية من الدسم واتباع أنماط سلوك صحيّة. ومن بين المنتجات الغذائية التي زاد الإقبال عليها نجد خبز الموز ورقائق التفاح وألواح البروتين. وبلا شك، فإن الاستثمار في البدائل النباتية والعضوية والصحية سيزيد من الطلب على الصعيد المحلي.

2. النسيج

تمثّل صناعة النسيج في لبنان حوالي 14 في المائة من إجمالي القطاع الصناعي. وقد تمّ تسجيل تراجع في الإنتاج والصادرات والواردات وفي حجم السوق، مع انخفاض الإنتاج المحلي إلى النصف بين عامي 2019 و2020. كما يواجه قطاع النسيج عدداً من التحديات الأساسية التي تؤثر على مناخ الأعمال فيه، ومن بينها تدني مستوى الإنتاجية والاستخدام غير الفعال للآلات وارتفاع تكاليف الإنتاج والاعتماد على المواد المستوردة وغياب الاستراتيجيات الموجهة للتصدير.

وقد أظهر تحليل التجارة أنّ البدلات النسائية غير المحاكاة والسترات المحاكاة هي من المنتجات الأكثر طلباً من السوق العالمية. وبالتالي يُمكن العمل على تلبية هذا الطلب باستخدام الإنتاج المحلي. أما فيما يتعلق بالطلب العالمي، فتمثّل الفساتين والأحذية النسائية حوالي 70 في المائة من إمكانات التصدير غير المستغلة للمنسوجات، خصوصاً للأسواق الإسبانية والأمريكية، وهو ما يعني وجود فرص تجارية غير مستغلة يمكن لرواد/رائدات الأعمال الاستفادة منها.

وإلى جانب خفض الإنفاق، دفعت الاتجاهات المستجدة التي فرضتها الجائحة المستهلكين إلى الاعتماد على الأكسسوارات كطريقة لإعادة تصميم ملابسهم حتى يتمكنوا من ارتدائها عدة مرات. وفي ظل هذا الاتجاه، أظهر المستهلكون اللبنانيون إقبالا متزايداً على الأكسسوارات والملابس العمليّة/متعددة الاستعمالات. كما يُعطي اللبنانيون أهمية خاصة للطابع الفريد للمنتجات، وبذلك يمثّل إنتاج منتجات فريدة ذات جودة أعلى فرصة لزيادة الطلب المحلي بدلاً من إنتاج كميات ضخمة، بالإضافة إلى إعطاء قيمة مضافة لمواجهة المنافسة الشرسة مع الكيانات المهيمنة على السوق مثل الصين وتركيا. وهو ما يشكّل فرصة إضافية يمكن الاستفادة منها خصوصاً وأن العلامات التجارية للملابس لها حضور محدود في لبنان، مما يعني وجود ثغرة يمكن ملئها بالإنتاج المحلي.

3. تكنولوجيا المعلومات والاتصال

في عام 2018، ساهم قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في لبنان بنحو 2.1 في المائة من الناتج المحلي الإجمالي للبلاد. ويضمّ القطاع حوالي 800 شركة صغيرة ومتوسطة. ويتمّ التركيز في هذا القطاع بشكل المتزايد على الابتكار وإنشاء المحتوى، غير أن معظم هذه الشركات تعمل في مجالي البيع والتوزيع. وعلى الرغم من الصعوبات الاقتصادية التي يشهدها لبنان حالياً، توجد فرص هائلة في هذا القطاع يُمكن للمستثمرين من الخارج الاستفادة منها.

بالإضافة إلى ذلك، فإن الانخفاض الفعلي لقيمة الليرة اللبنانية يتيح فرصة فريدة للشركات العالمية والشركات متعددة الجنسيات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي ترغب في تعهيد والاستعانة بمصادر خارجية (outsourcing) جزء من عملياتها إلى لبنان، مع الاستمرار في استخدام واحدة من أكثر القوى العاملة كفاءةً في المنطقة وأقلها كلفةً. وتجدر الإشارة إلى أن قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال يواجه عدداً من التحديات التي تؤثر على سهولة ممارسة الأعمال فيه، ومنها على سبيل المثال تدني البنية الأساسية وضعف الإطار القانوني وغياب الاستقرار السياسي.

من ناحية أخرى، أظهر قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في لبنان قدرة على الصمود في ظل أزمة كورونا. وتماشياً مع الاتجاه العالمي للاعتماد على خدمات وتطبيقات الأجهزة المحمولة، حدّد الخبراء الذين تمت مقابلتهم بعض الاتجاهات السائدة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مشيرين إلى الزيادة في إنشاء تطبيقات الأجهزة المحمولة وفي استخدام المنصات الإلكترونية لأغراض التسوق عبر الإنترنت. ومع ذلك، فقد لوحظ وجود ضعف في النشاط التجاري على مواقع التجارة الإلكترونية، ويعود ذلك إلى شدة الضغوط الاقتصادية والسياسية التي يعاني منها لبنان مقارنة بالدول الأخرى.

