الإمكانات غير المستغلة لتنوع الموردين في تركيا

يونيو 2021

Building Markets

تمهيد وشكر

يهدف موجز البحث هذا إلى توفير فهم معين لتنوع الموردين وتطبيقاته العالمية، بما في ذلك إشراك اللائجين، خاصة في زركيا حيث تطبق بيلدنج ماركتس برنامجا لدعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وعلى رأسها تلك المملوكة للسوريين، لتعزيز خلق فرص العمل للائجين والمجتمعات المضيفة.

الكاتبة والباحثة الرئيسية للتقرير هي سيلين أوتشاك، مديرة البرامج في الشرق الأوسط في بيلدنج ماركتس، بدعم من زونجلونج تشين، خبير إحصاءات تحليل البيانات وفريق العمل في بلدنج ماركتس تركيا. اعتمد البحث على البحث المكتبي، والمقابلات مع الشركات المحلية والدولية والجمعيات الصناعية ومنظمات البحث والحقوقية في تركيا والولايات المتحدة، والتي أجريت بين فبراير وأبريل 2021. وقد تحققت بيلدنج ماركتس من البيانات التي تم جمعها من أكثر من 2000 شركة صغيرة ومتوسطة منذ عام 2016. تقدّر منظمة بيلدنج ماركتس جميع أطراف الجهات المعنية التي شاركت بأفكارها وبياناتها في هذا البحث.

تعد لائحة برامج تنوع الموردين التي تم تسليط الضوء عليها في هذا الموجز غير شاملة. وتود مؤسسة بلدنج ماركتس أن تتواصل مع الشركات التي لديها مبادرات لتنوع الموردين في تركيا بالإضافة لبرامج الشراء التي تدمج اللاجئين من كافة أنحاء العالم من اجل إظهار إستراتيجياتهم وتأثيرهم كأفضل التطبيقات للآخرين الذين يتطلعون إلى تنفيذ مثل تلك البرامج بالإضافة إلى دعمهم وربطهم مع الموردين أو مع المؤسسات المملوكة للاجئين أو التي توظف لاجئين. رجاء إرسال أي استفسارات أوتعليقات حول هذا التقرير إلى البريد الإلكتروني: newyork@buildingmarkets.org

توفر بيلدنج ماركتس فرص العمل وتشجع على النمو الاقتصادي عن طريق استكشاف وبناء وربط المشاريع الصغيرة والمتوسطة ببعضها البعض بسلاسل التوريد والاستثمار. وقد قامت المنظمة منذ 2004 بتوسيع نموذجها ليشمل ثمانية أسواق متنوعة لتدعم أكثر من 26,000 مشروعا صغيرا ومتوسطا، وساعدتهم على ربح 1.3 مليار دولار من خلال العقود، و21 مليون دولار من خلال القروض، كما ساعدت على توفير أكثر من 70,700 فرصة عمل موازية بدوام كلي. يقع المقر الرئيسي لبيلدنج ماركتس في مدينة نيويورك.

قامت جيت أوف صن بالتقاط الصور المرفقة في هذا التقرير في 2020، وهي شركة مملوكة لسوريين في تركيا. في حالة عدم توافر فرص عمل لالتقاط الصور، تقوم الشركة بإتاحة الصور لاستخدام بيلدنج ماركتس.

فهرس المحتويات

تمهيد وشكر 2
1. المقدمة 4
2. فوائد تنوع الموردين 5
3. تحديات تنوع الموردين 6
4. وضع تنوع الموردين في تركيا 7
مبادرات تنوع الموردين المختارة في تركيا 8
5. شبكة موردين بيلدنج ماركتس في تركيا 9
إشراك اللاجئين في سلاسل التوريد 12
التوصيات والدعوة للعمل 13

1. المقدمة

يعد تنوع الموردين إستراتيجية عالمية وإضافة قوية إلى مجموعة أدوات التأثير المجتمعي للقطاع الخاص حول العالم. لا يمكن تحقيق المساواة الاقتصادية والنمو الشامل المستدام إلا من خلال خلق فرص العمل، كما أن توفير الوظائف للمجتمعات الأكثر حرمانا يتطلب توفير فرصا أكبر لمجموعة متنوعة من رواد الأعمال.

وفقا للبنك الدولي، تمثل الشركات الصغيرة والمتوسطة 90% من الشركات وأكثر من 50% من العمالة في جميع أنحاء العالم. إن إشراك الشركات الصغيرة المحلية في سلاسل القيمة يطلق العنان لقدرتها على خلق الوظائف الأكثر طلبا والقضاء على الفقر. ولهذا تعمل بيلدنج ماركتس مع الشركات الصغيرة والمتوسطة المحلية وتسهل نموها واندماجها مع سلاسل التوريد منذ عام 2004. أدت استراتيجية "شراء المحلي" لبيلدنج ماركس، والتي تهدف إلى خلق فرص اقتصادية للشركات الصغيرة والمتوسطة المحلية في عشرات الأسواق المتنوعة، إلى الفوز بـ 1.35 مليار دولار من العقود وتوفير أكثر من 70,700 وظيفة. إن السعي وراء تنوع الموردين، أي توسيع مجموعات البائعين المحليين مع الشركات المملوكة للنساء والأقليات واللاجئين وغيرهم من رواد الأعمال الذين لا يحصلون على خدمات كافية أو غير مستغلين، يتيح إمكانية تقسيم مكاسب التنمية الاقتصادية الناتجة بشكل أكثر إنصافا. يتزايد الاهتمام بتوسيع برامج تنوع الموردين المحليين إلى أسواق جديدة. وقد توصلت دارسة أجريت عام 2019 حول برامج تنوع الموردين أن 29% من 450 مشاركا كان لديهم برامج عالمية لتنوع الموردين و44% يخططون لإنشاء برنامج مماثل، مقارنة بـ 23% و 28% في العام السابق، على التوالي[1]. يُظهر بحث آخر حديث أن 40% من الشركات التي لديها برامج تنوع الموردين تخطط لتوسيعها عالميا في السنوات 2-3 القادمة [2].

التنوع والادماج هما نهجان متجذران في الولايات المتحدة، حيث كانا محط تركيز مهم للشركات في السنوات الأخيرة. وقد أصبح هذا الأمر أكثر إلحاحا بسبب الوعي المتزايد والدعوة إلى العمل بخصوص عدم المساواة بين الجنسين والعنصرية. أكثر من ثلث الشركات الخمسمائة الأكثر ثراءا هناك قامت بتخصيص منصب تنفيذي مهتم فقط بالتنوع والادماج[3]. تأخذ ممارسات التنوع والادماج في الاعتبار النساء، والسود، والمثليين ومزدوجي الميل الجنسي ومحولي الهوية الجنسية، وأفراد الأقليات الآخرين في القوى العاملة الذين كانوا تقليديا محرومين من التوظيف ومستبعدين من الأدوار القيادية. وعن طريق تطبيق التنوع والادماج، تتطلع الشركات إلى زيادة جودة التوظيف والاحتفاظ بالوظائف، وفي نفس الوقت تعزيز قيمة العلامة التجارية مع المستهلكين والابتكار والتأثير المجتمعي.

في الواقع، يتجاوز التنوع والادماج قوة العمل ويتضمنا سلاسل التوريد وممارسات الشراء الخاصة بالشركة. تعود برامج تنوع الموردين، أو الشراء الكلي، التي توسع سياسة تكافؤ الفرص للموردين غير المستغلين من مجتمعات متنوعة، إلى حركة الحقوق المدنية في الولايات المتحدة، وأصبحت مؤخرا مطلبا في العقود الفيدرالية[4]. وفقا لمجلس التطوير القومي لموردي الأقليات في الولايات المتحدة، "تولد شركات أعمال الأقليات المعتمدة 400 مليار دولار من الناتج الاقتصادي الذي أدى إلى خلق أو الحفاظ على 2.2 مليون وظيفة" [5].

المورد المتنوع شركة مملوكة ومدارة بنسبة 51% على الأقل من قبل فرد أو مجموعة [5] تشكل جزءا من مجموعة ناقصة التمثيل تقليديا أو تفتقر إلى الخدمات.

لدى بيلدنج ماركتس برنامجا طويل الأجل لدعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة في تركيا، وبشكل رئيسي الشركات المملوكة لسوريين، وذلك لتعزيز توفير فرص العمل للاجئين والمتجمعات المضيفة. يقودنا هذا العمل إلى استنتاج أن تركيا تمثل حالة من من الإمكانات الاجتماعية والاقتصادية غير المستغلة لممارسات تنوع الموردين للشركات المحلية والدولية في البلاد. يلخص موجز البحث هذا مزايا وتحديات تنوع الموردين، خاصة عند ممارسته داخل أسواق جديدة خارج الولايات المتحدة؛ يستكشف إمكانية تنوع الموردين في تركيا، بما في ذلك التأثير على اللاجئين، وكيف يمكن أن تدعم بيلدنج ماركتس الشركات الصغيرة والمتوسطة في البلاد وخدماتها مثل هذه البرامج؛ ويقدم توصيات.

’يعد المنهج الادماجي لسلسلة التوريد ممارسة شرائية جيدة وذلك لأنها توفر الشفافية المطلوبة للعملية، وتقدم خيارات جديدة ومختلفة، وينتج عنها أفكارا إبداعية، ومنتجات وحلول لسلسلة التوريد، وفي معظم الحالات تحفاظ على منافسة سلسلة التوريد الخاصة بك.“

-مايانك شاه، مؤسس والمدير التنفيذي لشركة MSDUK [6]

2. فوائد تنوع الموردين

▪ **مكاسب المحصلة النهائية:** يمكن للشراء محليا وبشكل شامل من موردين متنوعين أن يؤدي إلى زيادة المنافسة وتوفير النفقات، مما يقع بالفائدة على المحصلة النهائية للشركة. أبلغت الشركات التي لديها برامج تنوع الموردين عن زيادة في الأرباح، حيث يصل العائد إلى 133% على استثمارات المشتريات [7]. وكما ناقش مقال في مجلة وارتون، ’’بالنسبة للعديد من الشركات، يمثل إجمالي المشتريات الخارجية ثلث إجمالي الإيرادات. هذا يعني أن كل دولار شراء يتم توفيره يقع مباشرة في المحصلة النهائية؛ بالنسبة لشركة تبلغ قيمتها مليار دولار، يمكن أن تصل لزيادة في الأرباح بنسبة 14%. هذا قبل اعتبار الفوائد الإضافية (السمعة والولاء والابتكار والوصول إلى الأسواق الجديدة وما إلى ذلك) المرتبطة بشبكة أكثر شمولا من الموردين“ [8]. علاوة على ذلك، توصل استطلاع للشركات أجرته مجموعة هاكيت أن 10% من مبيعاتها تأتي مع متطلبات تنوع الموردين، وغيابها يعني خسارة الإيرادات [9].

▪ **الابتكار والمرونة:** ربما يكون الموردون المستقرون، خاصة أولئك الموجودون في سلسلة توريد الشركة لفترة من الزمن، أقل مهارة في الاستجابة لاحتياجات العمل الجديدة. يميل الموردون المتنوعون وغير المستغلين إلى حدٍ كبير إلى أن يكونوا أصغر حجما وأكثر مرونة وقدرة على الاستجابة لطلبات التخصيص. بالإضافة إلى ذلك، من خلال الفهم العميق لمجتمعاتهم، يمكنهم تقديم رؤى فريدة للسوق وابتكارات في المنتجات والخدمات للمشترين. وفقا لجيسون تريميو، رئيس برنامج تنوع الموردين في موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك، فإن العمل مع موردين متنوعين، خاصة الشركات الصغيرة، يضيف قيمة للعمل بسبب القدرة على التعامل مباشرة مع رواد الأعمال وصناع القرار [10].

▪ **تنوع سلسلة التوريد:** أظهرت الاضطرابات التجارية وسلسلة التوريد الناتجة عن فيروس COVID-19 أهمية تنويع سلسلة التوريد. وفقا لدراسة حديثة، عانت 64 % من الشركات الأمريكية والأوروبية من اضطرابات في سلسلة التوريد وخسائر في الإيرادات تقدر بما يصل إلى 4 تريليون دولار [11]. في حين أن تنوع الموردين وتنويع سلسلة التوريد ليسا متماثلين، إلا أن الأول يساهم في تحقيق الأخير من خلال توسيع مجموعة الموردين من نطاق واسع من المناطق الجغرافية والأحجام والخلفيات.

▪ **المسؤولية الاجتماعية للشركة وقيمة العلامة التجارية:** أظهرت الأبحاث أن إظهار الشركة للتنوع والادماج يعزز الولاء للعلامة التجارية وسمعتها، خاصة مع المستهلكين الأصغر سنا بالإضافة إلى توظيف المواهب والاحتفاظ بها. وفقا لشراكة الخيمة للاجئين، ’’سبعة وسبعون بالمائة [من المستهلكين الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 35 عاما في أوروبا] هم أكثر عرضة للشراء من علامة تجارية تدعم اللاجئين بطريقة أو بأخرى“[12]. علاوة على ذلك، فإن زيادة المشتريات المحلية والمساهمة في أهداف التنمية للبلد تضيف إلى قيمة سمعة الشركات الدولية لدى السلطات والمجتمعات المحلية.

▪ **الفوائد التي تعود على الموردين والاقتصاد والمجتمع:** تسمح زيادة الشراء من الموردين المتنوعين لهذه الشركات بالاحتفاظ بالوظائف لديها وتوسيعها، مما يخلق نموا اقتصاديا للمجتمعات المحرومة ويتغلب على عدم المساواة بين الجنسين والعرق. إن القدرة على الاستفادة من سلاسل التوريد للشركات الكبيرة تعرض الشركات الصغيرة والمتنوعة لممارسات تجارية جديدة وتوسع من قدراتها لتكون قادرة على النمو. وهذا أيضا يخلق دائرة إيجابية: رواد الأعمال المتنوعون القادرون على الوصول إلى فرص سلسلة التوريد وتنمية أعمالهم يعملون أيضا كنماذج يحتذى بها للآخرين، ويعززون ريادة الأعمال وتعزيز خلق فرص العمل والقيمة في مجتمعاتهم.

3. تحديات تنوع الموردين

تحديد الموردين المحليين المؤهلين في الفئات المطلوبة: يحتاج المشترون إلى الوصول إلى مجموعة من الموردين الذين يمكنهم تلبية احتياجات الشراء الخاصة بهم بسرعة وبطريقة فعالة من حيث التكلفة. لكي تعمل برامج تنوع الموردين بفعالية، تحتاج الشركات إلى شركاء ووسطاء يمكنهم تعريفهم بمثل هؤلاء الموردين المؤهلين بطريقة فعالة وتقديم الشهادات اللازمة لتلبية متطلبات التنوع. في الولايات المتحدة، حيث برامج تنوع الموردين أكثر انتشارا، هناك فئات محددة جيدا من الموردين المتنوعين[14]، جنبا إلى جنب مع منظمات الاعتماد والحقوقية التي يمكن أن تخدم الشركات التي تتطلع إلى زيادة التنوع في سلاسل التوريد الخاصة بها. قد يكون تحقيق هذا أكثر صعوبة في الأسواق الجديدة لتنوع الموردين. يصعب الحصول على بيانات الموردين المحليين الموثوقة، وقد لا تعكس أدلة الأعمال المتاحة مجموعة متنوعة. قد تشكل الحواجز اللغوية والثقافية أيضًا تحديات إضافية في إقامة علاقات مع مشترين محليين جدد.

المصادر المطلوبة لتنمية الموردين: ربما يتطلب الالتزام بتنوع الموردين والشراء من الشركات المحلية والصغيرة والغير مستغلة بالكامل استثمارا في تنمية قدرات الموردين، والتي يمكن أن يشكل تنفيذها تحديا في السوق العالمية. وتستطيع المنظمات الحقوقية لمختلف فئات الموردين، والمصادر القومية لتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة، سد الثغرات لتعزيز قدرات الموردين لتلبية احتياجات المشترين الأكبر.

الشراء عبر الشركة: تحتاج مختلف الأقسام بالشركة إلى دعم نهج التنوع والادماج، بما في ذلك تنوع الموردين، كجزء من استراتيجية الشركة، بما يتجاوز الشراء أو الاستدامة. ومما يزيد الأمر تعقيدا عمليات الشراء والتنسيق المطلوبان من القيادة المحلية وفرق المشتريات.

تتبع التأثير الاقتصادي-الاجتماعي لبرامج تنوع الموردين: تحتاج الشركات إلى المزيد من قصص النجاح

> **’النساء مسؤولة عن إنفاق أكثر من 20 تريليون دولار سنويا ويشاركن في أكثر من 80 في المائة من قرارات الشراء الاستهلاكية في جميع أنحاء العالم. ومع ذلك، فإن الشركات المملوكة للنساء على مستوى العالم تكسب أقل من 1 في المائة من الأموال التي تنفقها الشركات الكبيرة والحكومات على البائعين ’.**
>
> *- إليزابيث أ. فاسكويز، الرئيس التنفيذي والشريك المؤسس لشركة ’وي كونكت إنترناشونال”.[13]*

الفردي أو مقاييس المخرجات مثل الدولارات التي يتم إنفاقها مع الموردين المتنوعين لقياس تأثيرها وتواصلها مع المجتمعات التي تعمل فيها. يمكن أن يكون التأثير الاقتصادي المحلي للمشتريات، مثل عدد الشركات الجديدة المقدمة لسلاسل التوريد والوظائف التي تم توفيرها، قويا في بناء الدعم لتنوع الموردين، خاصة في السوق الدولية. على سبيل المثال، في عام 2019، أدى شراء شركة خدمة الطرود المتحدة UPS من 5,400 من الموردين الصغار والمتنوعين إلى خلق 12,000 وظيفة [15]. ومع ذلك، فإن 33% فقط من الشركات تتعقب الأثر الاقتصادي لبرامج تنوع الموردين الخاصة بها بالنظر إلى التحديات في جمع البيانات [16].

تطبيق تنوع الموردين على الأسواق الجديدة: جهود تنوع الموردين ليست جاهزة لتناسب جميع الأسواق على مستوى العالم. ستحدد العادات والممارسات المحلية، فضلا عن التاريخ والسكان والاتجاهات الاجتماعية، فئات التنوع واحتياجات التنمية المحلية وأولويات العدالة الاقتصادية والاجتماعية. قد يكون هذا تحديا للشركات التي تبحث في أسواق جديدة. عادة ما يكون الموردون من النساء خطوة حاسمة أولى لبرامج تنوع الموردين، حيث تعد المساواة بين الجنسين فجوة مشتركة في معظم الأسواق، إلى جانب زيادة حصة الشركات الصغيرة والمتوسطة المحلية في سلاسل التوريد. في حين أنه يمثل تحديا، فإن تجاوز الموردين من النساء والمحتوى المحلي الواسع سيسمح للمشترين بإحداث تأثير اجتماعي واقتصادي إضافي.

4. وضع تنوع الموردين في تركيا

تعد تركيا، والتي يبلغ عدد سكانها 83.4 مليون نسمة ويتخطى دخل الفرد الواحد 8,600 دولار في 2020، دولة ذات دخل أعلى من المتوسط بعد الإصلاحات الاقتصادية وزيادة فرص العمل والدخل منذ أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين [17]. ولكن وفقا للبنك الدولي، فقد تدهور هذا الأداء عبر السنوات الأخيرة مع ارتفاع معدلات التضخم والبطالة، وتقلص حجم الاستثمارات وزيادة نقاط الضعف في الشركات والقطاع المالي، والظروف الخارجية الأكثر صعوبة مثل التوترات الجيوسياسية. أحرزت الدولة تقدما كبيرا نحو أهداف التنمية المستدامة، حيث ركزت على الحد من الفقر، وتحسين الوصول إلى الخدمات الأساسية، والحد من عدم المساواة ورعاية الفئات الضعيفة [18]. على الرغم من التدابير الاقتصادية المبكرة والواسعة النطاق، كشف انتشار فيروس كوفيد 19- عن نقاط الضعف في الاقتصاد للنساء والشباب، مما يهدد بتفاقم مشاكل عدم المساواة والبطالة. تتراوح أعمار أكثر من 15% من إجمالي السكان في تركيا بين 15 و 24 عاما، ويبلغ معدل بطالة الشباب 25%، أي ما يقرب من ضعف معدل البطالة الإجمالي [19]. من الواضح أن هناك حاجة إلى آليات سريعة لدعم خلق فرص العمل في الشركات الصغيرة والمتوسطة.

تعد مشكلة المساواة بين الجنسين فجوة مستمرة التواجد في الاقتصاد التركي. تحتل تركيا المرتبة ال136 من أصل 153في مشاركة المرأة الاقتصادية وحصولها على فرص فيه. تبلغ نسبة المشاركة في سوق العمل 34% للنساء، مقارنة بـ 72% للرجال [20]، وتمثل النساء أقل من 10% فقط من رواد الأعمال في البلاد، وفقا لKAGIDER (جمعية رائدات الأعمال النسائية في تركيا). أظهر بحث أجراه مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية مؤخرا أن الشركات متعددة الجنسيات يمكن أن يكون لها تأثير محلي مهم من خلال نقل سياسات الشركة التي تعزز المساواة بين الجنسين، وأن روابط سلسلة التوريد مع الشركات المحلية هي إحدى آليات النقل الرئيسية خاصة من خلال تعزيز بناء قدرات الموردين [21].

هناك 3.5 مليون شركة صغيرة ومتوسطة الحجم نشطة في تركيا، والتي، وفقا للتعريفات المحلية، تشمل الشركات التي يقل عدد موظفيها عن 250 موظفا. تمثل الشركات الصغيرة والمتوسطة 99.8% من جميع الكيانات المسجلة، و 62% من الناتج المحلي الإجمالي للدولة، و 73.5% من القوة العاملة فيها [22]. من الضروري دعم التدريب والتوسع في الرقمنة والوصول إلى سلاسل التوريد والاستثمار للحفاظ على قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة قويا وتعزيز قدرته على خلق فرص العمل، لا سيما في المناطق التي ترتفع فيها معدلات البطالة واحتياجات التنمية المحلية.

تستضيف تركيا أكبر عدد من اللاجئين في العالم، حيث نزح 3.7 مليون سوري إلى البلاد منذ بدء الحرب السورية قبل عشر سنوات[23]. تعاني معظم المحافظات الجنوبية في تركيا من مستويات عالية من البطالة وتستضيف نسبة كبيرة من اللاجئين بين سكانها. أنشأ السوريون في تركيا منذ ذلك الحين أكثر من 10,000 شركة، مما يوفر فرصة للمشتريات الشاملة وحلا للحد من البطالة من خلال خلق فرص العمل. يمكن معالجة فرصة زيادة المشتريات من الموردين المملوكين للاجئين و / أو الذين يوظفون اللاجئين من خلال التزامات واستراتيجيات القطاعين العام والخاص. يمكن لرواد الأعمال من اللاجئين الاستفادة من ذكاءهم وابتكاراتهم وقدرتهم على الصمود وشبكاتهم الإقليمية وطرق التصنيع وإمكاناتهم لتقديم مساهمة مهمة في تلبية الحاجة الماسة لسبل العيش في تركيا.

لا يزال الاقتصاد التركي، على الرغم من فيروس كورونا المستجد والتحديات الاقتصادية , يجتذب مستويات عالية من الاستثمار الأجنبي المباشر , فهو يحتل المرتبة الخامسة عشرة من بين أكثر الوجهات الجاذبة للاستثمار الأجنبي المباشر في العالم؛ حيث استقبل 160 استثمارا في عام 2020 وحده [24]. إن الوجود طويل الأمد للشركات متعددة الجنسيات في تركيا والعمليات الدولية المتنامية للشركات التركية الكبيرة يبشر بالخير لانتشار الشراء الادماجي، إلى جانب تنوع القوى العاملة والادماج والاستدامة وممارسات مواطنة الشركات الأخرى. في واقع الأمر، هناك عدد من مبادرات تنوع الموردين قيد التنفيذ بالفعل في تركيا من قبل الشركات المحلية والدولية (انظر الجدول أدناه للاطلاع على عدد قليل مختار من الشركات). تُظهر هذه المبادرات، التي تركز في الغالب على الشركات الصغيرة المحلية والموردين من النساء، اهتمام القطاع الخاص التركي المتزايد باستخدام قوة الشراء

المتزايد باستخدام قوة الشراء لدعم التنمية الاقتصادية المحلية. ومع ذلك, هناك إمكانات غير مستغلة لتوسيع مثل هذه البرامج, وزيادة الوعي حول استراتيجيات تنوع الموردين, والدعوة للتشريعات الداعمة, وتوسيع تعريف التنوع ليشمل اللاجئين والمهاجرين, بالإضافة إلى الموردين الآخرين المحرومين والغير بارزين الملائمين لتركيا.

جدول: مبادرات تنوع الموردين المختارة في تركيا

الشركة	الموردين المتنوعين	الوصف والتأثير
مجموعة بوينر	الموردين المملوكين للنساء	بدأت الشراكة مع مؤسسة التمويل الدولية في عام 2015 وتستمر الآن بالتعاون مع KAGIDER (جمعية رائدات الأعمال النسائية في تركيا). تعمل مجموعة بوينر, وهي واحدة من بائعي التجزئة الرائدين في تركيا, على زيادة عدد الموردين المملوكين للنساء في المنظومة البيئية لبيع الملابس بالتجزئة من خلال دعمهم عن طريق توفير التدريب والإرشاد وتقديم فرص للبيع على منصات البيع الإلكتروني للمجموعة.
ليماك بورت في إسكندرون	موردين محليين	لدى ليماك بورت في إسكندرون, إحدى استثمارات شركات مجموعة ليماك, القدرة على الشراء المحلي من بين أولويات استدامتها. وتهدف ليماك بورت, من خلال شراء ثلث البضائع والخدمات التي تحتاجها من موردين المشروعات الصغيرة والمتوسطة المتواجدين في إسكندرون وضواحيها, إلى المساهمة في اقتصاد المنطقة.
باريللا	مزارع محلية	تعد باريللا, شركة الأغذية الإيطالية العائلية والتي تأسست عام 1877, مجموعة دولية متواجدة في أكثر من 100 دولة. لدى باريللا برنامج تنوع عالمي واسع النطاق للموردين, ويذكر أن ''الاستمرار في تعزيز وزيادة مشاركة الأعمال المتنوعة يتيح لباريللا زيادة الحث على الابتكار وتقديم منتجات عالية الجودة وتنمية الاقتصادات المحلية. وتغذي وجهات النظر والمهارات الفريدة هذه قدرتنا على رد الجميل للمجتمع بطرق هادفة''. في تركيا, حيث تعتبر الشركة منتجا رائدا للمعكرونة, تعمل باريللا مع المزارع المحلية للحصول على حاجتها الكاملة من القمح القاسي.
H&M	موردين محليين ذوي عمالة أجنبية	تلتزم مجموعة H&M بالتجارة الشاملة في تركيا عن طريق التعاون مع 40 مصنع نسيج لتوظيف العمالة الأجنبية لتعزيز منهج الادماج والتنوع؛ دعم تصميم المراكز الحرفية في مصنعيّ نسيج للقوى العاملة المستدامة لدمج العمال الأجانب في قطاع النسيج, ودعم الموردين لتوظيف 2000 عامل أجنبي إجمالا ودمجهم في سوق العمل التركي بحلول عام 2025. *[المصدر: دعوة المشروعات للعمل: https://businesscalltoaction.org/member/hm]*

5. شبكة بيلدنج ماركتس لتنوع الموردين في تركيا

تقدم بيلدنج ماركتس، من خلال شبكتها التي تضم أكثر من 2,200 شركة صغيرة ومتوسطة معترف بها في تركيا، موردا مهمًا للمشترين من الشركات الوطنية والدولية الذين يتطلعون إلى تنفيذ استراتيجية تنوع الموردين في البلاد. وبالإضافة إلى تزويد المشترين بإمدادات من الموردين المعتمدين، تدعم خدمات بيلدنج ماركتس التدريبية والاستشارية هذه الشركات الصغيرة والمتوسطة والموردين المتنوعين في تلبية معايير المشترين والوفاء بعقودهم بنجاح. تعمل بيلدنج ماركتس أيضا كشريك للمشترين في قياس تأثير تنميتهم الاقتصادية وخلق فرص العمل للمجتمعات المستهدفة.

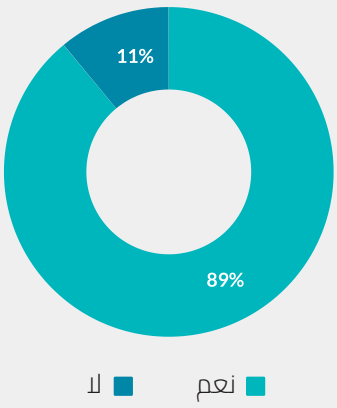
الموردون ذوو التأثير على توظيف اللاجئين

يعد إنشاء مسارات لتوظيف اللاجئين نتيجة اقتصادية واجتماعية مهمة للمجتمعات المضيفة من أجل تقليل الاعتماد على المساعدات وزيادة مساهمات اللاجئين في الاقتصاد المحلي. يصرح تسعة وثمانون بالمائة من أولئك في شبكة الشركات الصغيرة والمتوسطة الخاصة ببيلدنج ماركتس في تركيا أن لديهم موظفين من اللاجئين، بالإضافة إلى توفيرهم فرص عمل للمجتمعات المضيفة.

على الأرجح، يقوم الموردون المملوكون لسوريين في تركيا، والذين يشكلون أكثر من 90% من شبكة بيلدنج ماركتس، بتوظيف اللاجئين، استنادا على الملاءمة الثقافية والشبكات والقدرات المطلوبة مثل مهارات إجادة اللغة العربية. يمكن للشركات المهتمة بالتأثير الاجتماعي والالتزام بزيادة توظيف اللاجئين تحقيق هذا الهدف من خلال دمج الشركات الصغيرة والمتوسطة المملوكة لسوريين وغيرها من تلك التي توظف اللاجئين في سلاسل التوريد. لا يقتصر دور هذه الشركات على وجود لاجئين على كشوف رواتبهم، ولكنهم يحققون أيضا تأثيرا هائلا في توفير فرص عمل جديدة لهم: وفقا لاستطلاع أجرته بيلدنج ماركتس، أن 57 بالمائة من الشركات الصغيرة والمتوسطة المملوكة لسوريين يقولون أن غالبية موظفيهم كانوا يعملون سابقا في في القطاع غير الرسمي، و 21% يقولون أنهم كانوا عاطلين عن العمل في السابق. من المهم إدراج هؤلاء الموردين في سلاسل التوريد ليس فقط كموردين متنوعين في تركيا تعود ملكيتهم للاجئين ومهاجرين سوريين ، ولكن أيضا لأنهم يوفرون فرص عمل لأولئك الذين يكافحون من أجل المشاركة في سوق العمل بخلاف ذلك. بعبارة أخرى، هم مرشحون أساسيون لجهود "مصادر التأثير" للمشتري (انظر مربع النص أدناه).

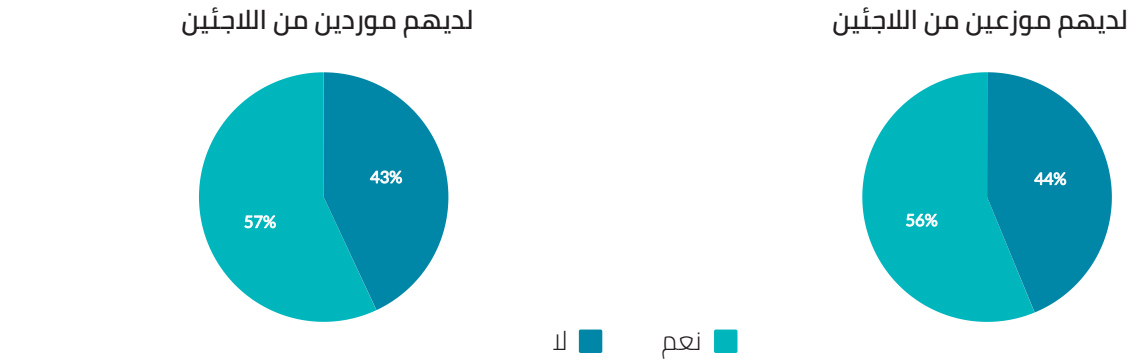
مصادر التأثير: هي ممارسة تجارية حيث يمكن للشركة أن تضع أولوية للموردين الذين يتعمدون توظيف وتوفير فرص التنمية الوظيفية لأولئك الذين لديهم احتمالات محدودة للتوظيف الرسمي. لقد ثبت أن الاستعانة بمصادر التأثير يوفر العديد من الفوائد التجارية للموردين، بما في ذلك الوصول إلى مصادر جديدة للمواهب، ومستويات أعلى من مشاركة الموظفين، ومعدلات تناقص أقل، بينما تضع الموظفين على أولى درجات السلم الوظيفي والذي يؤدي إلى الاكتفاء الذاتي الاقتصادي من خلال نمو الدخل وتنمية المهارات والتقدم المهني.

موردون يوظفون لاجئين



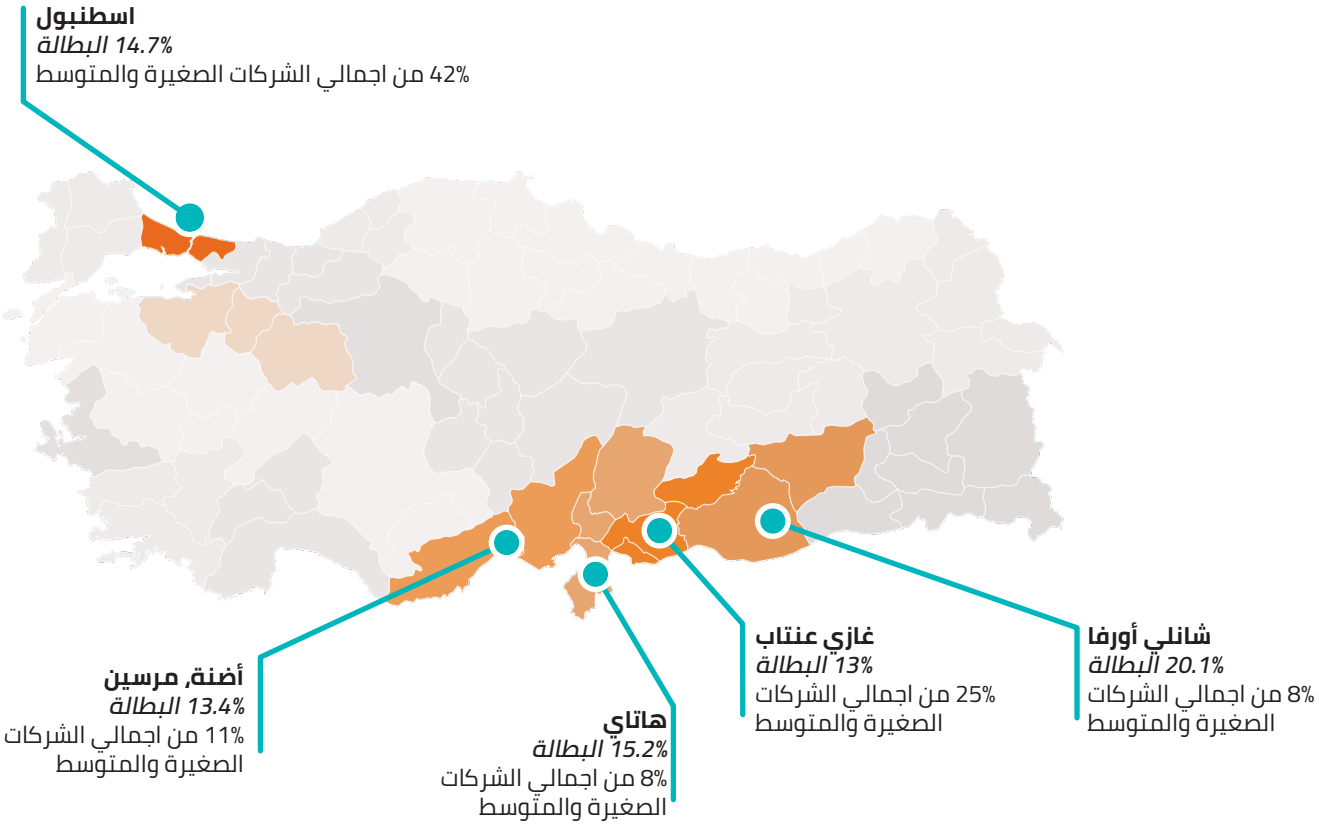
الموردون ذوو التأثير على فرص ريادة الأعمال للاجئين

بالإضافة إلى توظيف اللاجئين، فإن المشروعات الصغيرة والمتوسطة في تركيا لديها تأثيرا بارزا على خلق فرص ريادة الأعمال للاجئين، وذلك من خلال علاقات الموردين والموزعين الخاصة بهم. يمثل موردو المستوى 2 مصدرا آخر للتنوع والتأثير للمشترين من الشركات في سلاسل التوريد الخاصة بهم. يصرح أكثر من نصف الشركات الصغيرة والمتوسطة المملوكة لسوريين في شبكة بيلدنج ماركتس في تركيا أن لديهم موردين وموزعين من اللاجئين.[25]



الموردون الموجودون في المحافظات ذات معدلات بطالة مرتفعة

تقع معظم شبكات الشركات الصغيرة والمتوسطة لبيلدنج ماركتس في تركيا في المناطق ذات معدل بطالة أعلى من المتوسط الوطني[34]. تتواجد أكثر من 1,130 شركة صغيرة ومتوسطة في شبكات بيلدنج ماركتس في المقاطعات الجنوبية، وهذه تعد فرصة للتأثير على التوظيف الشامل لأفراد المجتمع المضيف واللاجئين، مع المساهمة في الحد من البطالة والفقر.

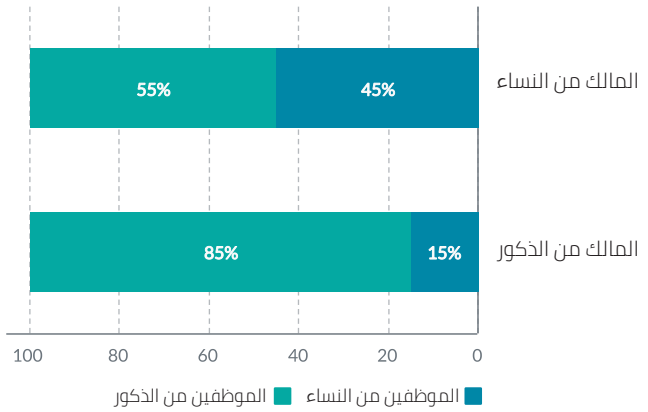


توفير الموردين لفرص ريادة الأعمال والتوظيف للنساء

تضم شبكة بيلدنج ماركتس للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في تركيا أكثر من 60 شركة تعود غالبية ملكيتها للنساء. في حين أن حصة الموردين المملوكين للنساء في إجمالي الشبكة صغيرة - مما يعكس معدلات منخفضة من ريادة الأعمال للنساء السوريات والأتراك – فإن هؤلاء الموردين لهم تأثير كبير على خلق فرص عمل للنساء: تشكل النساء 45% من القوى العاملة للموردين المملوكين للنساء, مقابل 15% في الشركات التي يكون مالكها الأساسي من الذكور. من خلال العمل مع هؤلاء المورّدين المملوكين للنساء في شبكة الشركات الصغيرة والمتوسطة لبيلدنج ماركتس في تركيا, تكون لدى المشترين الفرصة لزيادة تأثيرهم على التمكين الاقتصادي للنساء وإدماجهم.

سعد شويحنية, لاجئ سوري ورائد أعمال وصاحب شركة سعد بلاست؛ يعتزم أن يكون أفضل مبتكر في صناعة البلاستيك في الشرق الأوسط. يقع مقر الشركة في غازي عنتاب, وتقوم بتطوير حلول إغلاق للأنابيب والزجاجات بالإضافة إلى قطع التغليف وأجزاء فنية أخرى لقطاع الأدوية. توظف الشركة 40 شخصا بدوام كلي, من بينهم 10 نساء, وتوفر فرص عمل للاجئين[35].

موردون يوفرون فرص عمل للنساء



أمل شماع, لاجئة سورية ورائدة أعمال؛ صاحبة شركة تات جلوبال, وهي شركة رائدة في صناعة راحة الحلقوم التركية وغيرها من الحلويات التقليدية في غازي عنتاب. تعمل الشركة في توزيع البقوليات والفستق بالجملة والتجزئة. لدى شركة تات جلوبال ستة من الموظفين يعملون بدوام كلي وستة آخرين يعملون بدوام جزئي, نصف إجمالي الموظفين من النساء[36].

أسس عبد الغني بكور شركة طيبة لماكينات التغليف منذ 20 عاما, قبل أن ينتقل إلى تركيا مع اندلاع الحرب في سوريا ويؤسس شركته في أضنة. تقدم شركة طيبة أفضل حلول الإنتاج لآلات وخطوط التعبئة والتغليف المصممة خصيصا للصناعات الغذائية والكيميائية والبلاستيكية. تقدم الشركة فرص عمل بدوام كلي لـ 24 شخصا, بما في ذلك اللاجئين, وتقوم بتصدير المنتجات إلى دول مثل ألمانيا والعراق والكويت[37].

إشراك اللاجئين في سلاسل التوريد

كيف يمكن تطبيق ممارسات تنوع الموردين والادماج لزيادة الفرص الاقتصادية للنازحين، في واحدة من أكثر القضايا طويلة الأمد في عصرنا؟ التوظيف المباشر للاجئين هو التزام تطبقه الشركات متعددة الجنسيات بشكل متزايد. توصلت الدراسات إلى أن المستهلكين في أوروبا والولايات المتحدة يظهرون دعما قويا للطرق المتعددة والتي يمكن للعلامات التجارية من خلالها أن تدعم بها اللاجئين، بما في ذلك التوظيف ودعم الأعمال التجارية للاجئين وخدمة اللاجئين [26]. ينطبق هذا بشكل خاص على العلامات التجارية التي تحتوي على نسبة كبيرة من المستهلكين من جيل الألفية أو المستهلكين من الإناث أو من غير ذوي البشرة البيضاء [27].

> "إن توصيل الشركات الصغيرة والمتوسطة المملوكة للاجئين أو تلك التي توظف اللاجئين بسلاسل التوريد العالمية من شأنه أن ينمي أعمالهم ويزيد من تأثيرهم الاجتماعي. وهذا ينطبق بشكل خاص على أصحاب الأعمال التجارية من اللاجئين الذين يميلون إلى توظيف لاجئين آخرين ويمكنهم المساعدة في ضم اللاجئين إلى القطاع الرسمي".
>
> *شراكة تنت للاجئين وستر للتنمية الدولية [28].*

تعد استراتيجيات سلسلة التوريد التي تزيد من فرص اللاجئين في جميع أنحاء سلاسل القيمة العالمية نادرة. توصي شراكة الخيمة للاجئين، وهي شبكة أعمال عالمية تضم أكثر من 140 شركة كبرى ملتزمة بدمج اللاجئين، ب"على الشركات تشجيع مورديها وبائعيها على توظيف اللاجئين، أو الالتزام بالاستعانة بمصادر من الشركات التي توظف اللاجئين"[29]. هناك مثال جيد على هذه الممارسة في الأردن؛ توفر أيكيا فرص عمل لكل من النساء المحليات واللاجئات اللواتي يمكنهن صناعة المنسوجات اليدوية التقليدية وغيرها من المنتجات. تضم شراكة الخيمة عددا أكبر من الشركات التي التزمت بتوظيف اللاجئين وتدريبهم أكثر من إدراجها في سلسلة التوريد، مما يشير إلى وجود مجال للنمو المحتمل لهذه الاستراتيجية الأخيرة في حالة إتاحة موارد إضافية ودعم لكل من المشترين والموردين.

ما الذي يحول دون تحقيق هذا؟

يصعُب تحديد الموردين المملوكين للاجئين، ويمكن أن يمثل إضافة فئة جديدة من الموردين إلى برنامج تنوع الموردين تحديا بدون عقد شراكة مع المنظمات الوسيطة التي يمكنها توفير مجموعة من الموردين المؤهلين. تلعب التصورات المحلية للاجئين والاتجاهات السياسية دورا أيضا، لا سيما في ظل الضغوط الاقتصادية ومعدلات البطالة المرتفعة في معظم البلدان المضيفة. قد تحجم الشركات عن الشراء من الموردين المملوكين للاجئين أو المهاجرين لتجنب التصور الخاطئ بأنهم يستبدلونهم بموردي المجتمع المضيف، مما قد يؤدي إلى رد فعل عنيف من المستهلكين والسلطات المحلية. إضافة إلى ذلك، تتطلب الشركات سياسات داخلية وإجراءات تدقيق وعلاقات وثيقة مع مورديها المحليين للتأكد من أن توظيف اللاجئين في جميع سلاسل التوريد الخاصة بهم يفي بمعايير العمل الدولية العادلة، وهو ما قد يشكل عائقا كما شهدت العلامات التجارية للملابس الدولية المنتجة في تركيا وأماكن أخرى [30].

بالإضافة إلى موارد شراكة تنت، هناك جهود عالمية أخرى لتوفير التوجيه وأفضل الممارسات للقطاع الخاص بشأن الاندماج الاقتصادي للاجئين، بما في ذلك سلاسل التوريد، ومنهم مبادرة "القطاع الخاص للاجئين (PS4R)"، بقيادة غرفة التجارة الدولية، ومجموعة البنك الدولي، وجهات أخرى من التمويل التنموي والإنساني والقطاع الخاص منذ عام 2019. يوصي ميثاق الممارسات الجيدة "القطاع الخاص للاجئين" مبادئ لتعزيز ريادة الأعمال والاستثمار وزيادة فرص العمل وتقديم الخدمات والمنتجات للاجئين التي يمكن للقطاع الخاص وصانعي السياسات تطبيقها [31]. كمصدر آخر، يعمل المجلس العالمي للاجئين والهجرة ومعهد المواطنة الكندية على تطوير مجموعة من مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات بالتعاون مع الشركات الملتزمة بإشراك اللاجئين [32]. يعد تنوع سلسلة التوريد وشهادة الموردين من بين المبادئ التي تمت الدعوة إليها لضمان الالتزام بالمعايير العالية في توظيف اللاجئين والتوريد المسؤول عند الشراكة مع الموردين الذين يقودهم أو يمتلكهم أو يشغلهم اللاجئين [33].

التوصيات والدعوة للعمل

كي يفيد الاستثمار الأجنبي المباشر ونشاط الشركات المجتمعات المحلية على أوسع نطاق بالإضافة إلى أرباح وعوائد التنمية الاقتصادية والوظائف التي تشتد الحاجة إليها، بما في ذلك الأقسام الأقل حظا من السكان، يعد الشراء وسلاسل التوريد الكلية أداة قوية في تركيا مثلها في أي مكان، حيث أيدت بيلدنج ماركتس وبيّنت في ما يقرب من اثني عشر سوقا منذ عام 2004. لدى تركيا، ومع كبر حجم سوقها وقدرتها التصنيعية وسكانها الشباب والمتفوقين علميا، اقتصادا قادرا على تحقيق أهداف التنمية المستدامة بالشراكة مع القطاع الخاص المحلي والدولي. ومن بين هذه الأهداف، تعتمد المساواة بين الجنسين والعمل المتقن والنمو الاقتصادي وتقليل أوجه عدم المساواة على المشاركة لمجموعة أكثر تنوعا من الموردين الذين يمنحون الفرصة لرواد الأعمال وأصحاب المشاريع الذين لا يزالون بعيدين عن نظر واستخدام كبار المشترين في حين أن لديهم الكثير ليساهموا به. بصفتها أكبر مضيف للاجئين في العالم، فإن خلق فرص عمل للاجئين أمر ضروري لتحقيق الاستقرار الاقتصادي والتماسك الاجتماعي للاجئين والمجتمعات المضيفة في تركيا. ستحقق برامج تنوع الموردين ومبادرات سلسلة التوريد الأخرى التي تشمل اللاجئين مساهمة عالية التأثير في القطاع الخاص. ومع ذلك، هناك حاجة إلى مزيد من البحث والتعاون عبر القطاعات من أجل تسهيل التقدم.

توصي بيلدنج ماركتس بتطبيق الإجراءات التالية لزيادة انتشار وتأثير برامج تنوع الموردين في تركيا:

مشترو الشركات:

- إشراك اللاجئين والنساء ورواد الأعمال من الشباب، والمجتمعات الأخرى التي لم تحصل على تمثيل لائق، شاملا تلك التي تعمل في مناطق التأخر التنموي والبطالة المرتفعة، في مجمعات الموردين.
- إعطاء الأولوية للمشتريات المحلية، خاصة عند الاستثمار في المناطق التي تحتاج إلى دعم التنمية الاقتصادية.
- التشارك مع المنظمات الغير حكومية والمنظمات الحقوقية والغرف المحلية، والمنظمات الأخرى ذات العلاقات الوثيقة مع هؤلاء الموردين. يمكن لهذه الجهات الفاعلة، كجزء من انتدابها لتعزيز التنمية المحلية وروح المبادرة، دعم المشترين في تطوير الموردين والتوافق.
- تبني نظرة أبعد لتطوير الموردين تتجاوز الاحتياجات قصيرة الأجل والأخذ في الاعتبار الاستدامة ومرونة سلسلة التوريد والابتكار.
- ترسيخ عملية الشراء في أدوات استدامة شركتك، والمسؤولية الاجتماعية للشركات، والتأثير الاجتماعي: إلى جانب العمل الخيري، فإن إحدى أقوى الطرق التي يمكن أن تؤثر بها الشركة بشكل إيجابي على المجتمع المحلي هي الدخول في علاقات تجارية والمساعدة على نمو رواد الأعمال الذين يوفرون فرص عمل في تلك المجتمعات.
- اتخاذ قرارات تستند إلى البيانات بالشراكة مع المؤسسات التي تتعقب الأعمال التجارية وتتحقق منها وتصدق عليها.
- التأكد من أن مقاييس التنوع وتأثيرها التجاري موثقة جيدا. مشاركة منظمات الموردين الحقوقية في تتبع التأثير لتقييم الأثر الاقتصادي وخلق فرص العمل لمبادرات تنوع الموردين الخاصة بك.
- توسيع سياسات التنوع والمساواة والادماج لموردي المستوى 2 وما بعده.

المجتمع المدني والمنظمات الحقوقية:

- الدفاع عن تنوع الموردين، بما في ذلك تحفيز الشركات للعمل مع الموردين المتنوعين والمحدودين والغير مستغلين والأقل حظا من خلال جعله جزءا من متطلبات المشتريات العامة.
- تيسير الوصول إلى بيانات الموردين وتضمين مقاييس التنوع والتأثير الاجتماعي في أدلة الأعمال وسجلات العضوية للتمكن من الاستجابة لطلب المشتري.
- تسليط الضوء على الشركات ذات برامج تنوع الموردين كمواطنين صالحين وذلك من أجل زيادة الوعي بفوائدها وتشجيع الشركات الأخرى.
- إقامة شراكات مع المشترين لمساعدتهم في تحديد الموردين وتنميتهم وامتثالهم من أجل دعم إشراك موردين جدد في سلاسل التوريد الخاصة بهم.
- دعم المشترين في قياس تأثير برامج تنوع التوريد الخاصة بهم من خلال توفير الخبرة لقياس البيانات الاقتصادية المحلية وتوسيع المصداقية للتأثير على النتائج.

المشاريع الصغيرة والمتوسطة:

- كن على علم بتعريفات ومتطلبات التنوع، والمشاركة في دعوات لاستدراج العروض من قبل الشركات التي لديها برامج تنوع للموردين والتسجيل لدى المنظمات الوسيطة لتحسين ظهورك.

القطاع العام:

- مواءمة متطلبات المشتريات العامة مع استراتيجيات التنمية وأهداف التنمية المستدامة، من خلال طرح سياسات من شأنها تشجيع المشتريات من رواد الأعمال غير الممثلين بشكل لائق وتوفير الموارد اللازمة للتدريب.

الملحق: المصادر

(1) CVM , 2019 تقارير وضع تنوع الموردين. https://info.cvmsolutions.com/download-the-2019-state-of-supplier-diversity-reports

(2) مجموعة هاكيت. ''برامج تنوع الموردين الأعلى تقوم بتوسيع عرض القيمة لدفع حصة السوق المتزايدة , وفرص الإيرادات الأخرى.''. https://www.thehackettgroup.com/news/top-supplier-diversity-programs-broad-en-value-proposition/

(3) زووم إنفو. ''هل وصلت الشركات الأمريكية إلى نقطة تحول في التنوع؟'' 2020 https://zoominfo.medium.com/has-corporate-america-reached-a-diversity-tipping-point-fabe8ff6f07c. 2020.

(4) كانت شركة جينرال موتورز واحدة من أولى الشركات التي أسست ممارسة تنوع الموردين وذلك عقب المظاهرات العنصرية في ديترويت في 1968. في السبعينيات , بدأت عقود الحكومة الفيدرالية تتطلب مشاركة موردين متنوعين. مراجعة أعمال هارفارد. ''لماذا تحتاج إلى برنامج تنوع الموردين.'' 2020 https://hbr.org/2020/08/why-you-need-a-supplier-diversity-program

(5) ibid (مثلما سبق).

(6)MSDUK وCIPS. ''تنوع الموردين: إطلاق الإبداع من خلال التنوع، التشجيع على المنافسة، وتعزيز سمعة العلامة التجارية.'' 2019. https://www.msduk.org.uk/wp-content/uploads/2019/04/CIPS-Supplier_Diversity_16pp_A4_0319_WEB.pdf

(7) ConnXus. ''وضع الأعمال لاستدامة سلسلة التوريد من خلال الادماج الاستراتيجي للموردين.'' 2017. https://www.supcatservices.com/wp-content/uploads/2019/12/ConnXusBooklet_FINAL_Lo__2017_05_12_18_35_15_UTC_.pdf

(8) روبنسون رود. مجلة وارتون. ''قوة الشراء الكلي'' (22 فبراير 2017) https://magazine.wharton.upenn.edu/digital/the-power-of-inclusive-procurement/

(9) Spend Mtters."يثبت بحث هاكيت جدوى تنوع الموردين.." (21 فبراير 2017) https://spendmatters.com/2017/02/21/hackett-research-proves-supplier-diversity-just-getting-warm-fuzzies/

(10) CVM. ''الفيسبوك يقود التأثير مع تنوع الموردين'' https://info.cvmsolutions.com/download-the-facebook-case-study

(11) GEP. ''تكلفة اضطرابات سلسلة التوريد''. تقرير صحفي (24 مارس 2021). https://www.prnewswire.com/news-releases/up-to-4-trillion-in-revenue-may-have-evaporated-in-supply-chain-disruptions-new-gep-commissioned-survey-of-us--european-biz-chiefs-reports-301254-808.html

(12) مؤسسة الخيمة للاجئين و كلية ستيرن للأعمال بجامعة نيويورك. ''كيف يعزز مساعدة اللاجئين الماركات التجارية: أوروبا'' 2019. https://www.tent.org/resources/helping-refugees-helps-brands-europe/

(13) فاسكويز, إليزابيث أ. و فرانكيل, باربرا. وي كونكت إنترناشونال. ''جدوى تنوع وادماج الموردين الدولي: المساهمات الحاسمة للمرأة والموردين الآخرين غير المستغلين في سلاسل قيمة الشركات''. 2017. https://media-weconnectinternational-org.s3.amazonaws.com/2020/08/Business-Case.pdf

(14) هذه مشاريع مملوكة للنساء (WBEs), وشركات مملوكة للمثليين ومزدوجي الميل الجنسي ومحولي الهوية الجنسية, والشركات المملوكة للنساء متحدي الإعاقة, والشركات المملوكة للمحاربين القدامى؛ والشركات المملوكة للمحاربين القدامى متحدي الإعاقة من الخدمة؛ وشركات الأعمال الصغيرة, وشركات HUBZone.

(15) رويترز. ''لماذا يعد تنوع الموردين المفتاح الرئيسي لمرونة المشروع'' (6 أكتوبر 2020). https://www.reutersevents.com/sustainability/why-diverse-suppliers-hold-key-business-resilience

(16) 2019 تقارير وضع تنوع الموردين. CVM. https://info.cvmsolutions.com/download-the-2019-state-of-supplier-diversity-reports/

(17) الموقع الإلكتروني لمجموعة البنك الدولي: https://www.worldbank.org/en/country/turkey/overview

(18) الأهداف التركية للتنمية المستدامة – 2nd VNR. 2019 https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/23862Turkey_VNR_110719.pdf

(19) معهد الإحصاء التركي. إحصاءات قوة العمل. مارس 2021. اقرير صحفي (10 مايو 2021) https://turkstatweb.tuik.gov.tr/HbPrint.do?id=3748

(20)بيانات البنك الدولي. 2019. (أحدث إطلاع 30 مايو 2021) https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.CACT.MA.NE.ZS?locations=TR

(21) مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية. '' الشركات المتعددة الجنسيات والانتقال الدولي للسياسات والممارسات الجنسانية: 2021. https://unctad.org/webflyer/multinational-enterprises-and-international-transmission-gender-policies-and-practices

(22) الموقع الالكتروني لاتحاد الغرف وتبادل السلع في تركيا. (أحدث إطلاع 30 مايو 2021). https://www.tobb.org.tr/KobiArastirma/Sayfalar/Eng/SMEsinTurkey.php

(23) مفوض الأمم المتحدة السامي لشؤون اللاجئين, بوابة البيانات التشغيلية. (أحدث إطلاع 30 مايو 2021). https://data2.unhcr.org/en/situations/syria/location/113

(24) مكتب استثمار رئاسة الجمهورية التركية(أحدث إطلاع 30 مايو 2021). الموقع الإلكتروني: https://www.invest.gov.tr/en/whyturkey/pages/fdi-in-turkey.aspx

(25) البائعون الذين تم التعاقد معهم من قبل موردي المستوى الأول.

(26) شراكة مؤسسة Tent للاجئين و كلية ستيرن للأعمال بجامعة نيويورك. ''كيف يعزز مساعدة اللاجئين الماركات التجارية: أوروبا'' 2019. https://www.tent.org/resources/helping-refugees-helps-brands-europe/

(27) شراكة مؤسسة Tent للاجئين و كلية ستيرن للأعمال بجامعة نيويورك. ''كيف يعزز مساعدة اللاجئين الماركات التجارية: الولايات المتحدة'' 2018. https://www.tent.org/resources/helping-ref ugees-helps-brands/

(28) Center & Tentللتنمية الدولية. ''أزمة الأعمال واللاجئين الدولية''. 2017. https://www.tent.org/wp-content/uploads/2017/09/TENT_Global-Business_9.21.2017.pdf

(29) الموقع الإلكتروني لشراكة Tent للاجئين: https://www.tent.org/our-work/leveraging-supply-chains/

(30) مركز مصادر الاعمال وحقوق الإنسان. 2016. https://www.business-humanrights.org/en/blog/plight-of-syrian-refugees-in-turkish-factories-sending-shock-waves-through-garment-industry/

(31) الموقع الإلكتروني للقطاع الخاص لمبادرات اللاجئين: : https://iccwbo.org/global-issues-trends/responsible-business/private-sector-for-refugees-ps4r/how-can-business-work-with-refugees/

(32) الموقع الإلكتروني للمجلس العالمي للاجئين والمهاجرين: https://wrm-council.org/projects/corporate-citizenship-and-refugee-inclusion/

(33) هيرمان, لورانس ل. ''ادماج اللاجئين و مواطنة الشركة: تسخير اللوائح الخاصة العالمية والمسؤولية الاجتماعية للشركات''. 2021. https://wrm-council.org/publications/discussion-paper/corporate-citizenship-refugee-inclusion-harnessing-global-private-regulation-and-corporate-social-responsibility/

(34) تُظهر خريطة تركيا معدلات البطالة لعام 2020 (للسكان الذين تزيد أعمارهم عن 15 عامًا) للمناطق الإدارية وفقًا لتصنيفات NUTS-2 المستخدمة من قبل TURKSTAT. يتم عرض معدلات البطالة في المناطق الإدارية التابعة للولايات التي تعمل فيها Building Markets مع الشركات الصغيرة والمتوسطة. تعكس النسب المئوية للشركات الصغيرة والمتوسطة حصة هذه الولايات في إجمالي عدد الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تخدمها مؤسسة Building Markets في تركيا.

(35) https://entrepreneurs.buildingmarkets.org/listings/saadplast

(36) https://entrepreneurs.buildingmarkets.org/listings/tat-global

(37) https://entrepreneurs.buildingmarkets.org/listings/taiba-packagingmachinery

الإمكانات غير المستغلة لتنوع الموردين في تركيا

يونيو 2021

Building Markets

buildingmarkets.org
entrepreneurs.buildingmarkets.org