



الاستراتيجية الوطنية للتصدير

2025 - 2023



الفهرس

الصفحة	الموضوع
4	تمهيد ...
5	 الملخص التنفيذي
8	1. الإطار العام للاستراتيجية
9	أين الأردن الآن؟
9	2. المقدمة
10	3. الاقتصاد الأردني
10	3.1 نظرة عامة على الاقتصاد
13	3.2 تأسيسية الاقتصاد الأردني
14	4. التجارة الخارجية
14	4.1 تطورات التجارة الخارجية
16	4.2 التوزيع الجغرافي لل الصادرات والمستوردات
17	4.3 التركيب السلعي لل الصادرات والمستوردات
18	4.4 الصادرات السلعية
19	4.5 الصادرات الزراعية
19	4.6 الفرص غير المستغلة لل الصادرات الأردنية
20	4.7 صادرات قطاع الخدمات
22	5. التحديات التي تواجه الصادرات الأردنية
25	6. الدول المستهدفة في الاستراتيجية
25	7. آلية تحديد الدول المستهدفة للتصدير
26	1. المملكة العربية السعودية
26	2. قطر
26	3. الكويت
27	4. الإمارات المتحدة العربية
28	5. فلسطين
29	6. جمهورية مصر العربية
30	7. الجمهورية العراقية
31	8. الجمهورية السورية
32	9. الجمهورية الجزائرية
33	10. إفريقيا (كينيا، جنوب إفريقيا)
34	11. الولايات المتحدة الأمريكية وكندا
36	12. الاتحاد الأوروبي (إيطاليا، هولندا، ألمانيا، هنغاريا)
38	13. المملكة المتحدة
39	14. الاتحاد الأوروبي-آسيوي (روسيا، كازاخستان، بلاروسيا، أرمينيا، قيرغيزستان)
40	15. الدول الأخرى:
40	أ. الهند
41	ب. سنغافورة

41	ج.اندونيسيا واليابان
42	د.سلطنة عمان
42	ه.تنزانيا
43	و.اثيوبيا
43	ز.جيبوتي
44	التحديات / الفرص
45	تجارب الدول
46	الاستراتيجيات الوظيفية على المستوى الاقفي
51	الملامح الأولية لخطة العمل التشغيلية
	الأشكال
10	الشكل (1): نمو الاقتصاد العالمي وتوقعاته خلال الفترة (2020-2022)
11	الشكل (2): أبرز الأحداث التي مر بها الاقتصاد الأردني خلال الفترة (2010-2021)
12	الشكل (3): أهم المؤشرات الاقتصادية خلال الفترة (2016 - 2021)
13	الشكل (4): أداء الأردن في المؤشرات الخاصة بتقرير ممارسة الأعمال 2020 ومقدار الارتفاع او الانخفاض مقارنة بعام 2019
13	الشكل (5): أداء الأردن في مؤشر التجارة عبر الحدود
15	الشكل (6): تطور حجم الصادرات الوطنية خلال الفترة (2010-الأحد عشر شهراً الأولى من العام 2022) مليون دينار
16	الشكل (7): تطور حجم المستورادات خلال الفترة (2010-الأحد عشر شهراً الأولى من العام 2022) مليون دينار
17	الشكل (8): التوزيع الجغرافي للصادرات خلال العام 2021
17	الشكل (9): التوزيع الجغرافي للمستورادات خلال العام 2021
18	الشكل (10): التركيب السلعي للصادرات الوطنية خلال العام 2021
18	الشكل (11): التركيب السلعي للمستورادات خلال العام 2021
20	الشكل (12): الأسواق ذات الفرص التصديرية للصادرات الأردنية من جميع المنتجات وفقاً للمناطق الجغرافية
21	الشكل (13): قيمة الصادرات والمستورادات وفقاً لأبرز القطاعات الخدمية خلال العامين 2019 و 2020 (المليون دينار)
22	الشكل (14): القطاعات الخدمية ذات القيمة المضافة العالمية
26	الشكل (15): الصادرات الأردنية الى السعودية خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار
26	الشكل (16): الصادرات الأردنية الى قطر خلال الفترة (2010-2021) بالمليون دينار
26	الشكل (17): الصادرات الأردنية الى الكويت خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار
27	الشكل (18): الصادرات الأردنية الى الامارات خلال الفترة (2010-2021) بالمليون دينار
28	الشكل (19): الصادرات الأردنية الى فلسطين خلال الفترة (2010-2021) بالمليون دينار
29	الشكل (20): الصادرات الأردنية الى مصر خلال الفترة (2010-2021) بالمليون دينار
30	الشكل (21): الصادرات الأردنية الى العراق خلال الفترة (2010-2021) بالمليون دينار
31	الشكل (22): الصادرات الأردنية الى سوريا خلال الفترة (2010-2021) بالمليون دينار
32	الشكل (23): الصادرات الأردنية الى الجزائر خلال الفترة (2010-2021) بالمليون دينار
33	الشكل (24): الصادرات الأردنية الى كينيا خلال الفترة (2010-2021) بالمليون دينار
33	الشكل (25): الصادرات الأردنية الى جنوب افريقيا خلال الفترة (2010-2021) بالمليون دينار
34	الشكل (26): الصادرات الأردنية الى أمريكا خلال الفترة (2010-2021) بالمليون دينار
35	الشكل (27): الصادرات الأردنية الى كندا خلال الفترة (2010-2021) بالمليون دينار
36	الشكل (28): الصادرات الأردنية الى ايطاليا خلال الفترة (2010-2021) بالمليون دينار

36	الشكل (29): الصادرات الأردنية الى هولندا خلال الفترة (2010-2021) بالمليون دينار
37	الشكل (30): الصادرات الأردنية الى ألمانيا خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار
37	الشكل (31): الصادرات الأردنية الى هنغاريا خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار
38	الشكل (32): الصادرات الأردنية الى المملكة المتحدة خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار
39	الشكل (33): الصادرات الأردنية الى الاتحاد الأوروبي خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار
40	الشكل (34): الصادرات الأردنية الى الهند خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار
41	الشكل (35): الصادرات الأردنية الى سنغافورة خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار
41	الشكل (36): الصادرات الأردنية الى اندونيسيا خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار
41	الشكل (37): الصادرات الأردنية الى اليابان خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار
42	الشكل (38): الصادرات الأردنية الى سلطنة عمان خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار
42	الشكل (39): الصادرات الأردنية الى تونسيا خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار
43	الشكل (40): الصادرات الأردنية الى اثيوبيا خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار
43	الشكل (41): الصادرات الأردنية الى جيبوتي خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار
الجداول	
46	الاستراتيجيات الوظيفية للتحديات على المستوى الاقليمي
52	الملامح الأولية لخطة العمل التشغيلية

تمهيد ...

في ظل الظروف الراهنة التي يمر بها العالم وما تشهده المنطقة من تبعات اضطرابات وتقلبات سياسية واقتصادية إقليمية ودولية كبيرة، ومع ما شهدنا من أزمة كورونا وتداعياتها التي لا زلنا نعيش آثارها حتى الآن، فقد نشأ تباطؤ في النمو الاقتصادي العالمي وانخفاض في معدلات التجارة الدولية.

وقد دفع ذلك العديد من الدول إلى مراجعة سياساتها الاقتصادية لتوافق مع التحديات التي طرأت والفرص التي تنشأ عن تلك الظروف. ولا شك أنه كلما زاد انخراط دولة ما في ديناميكيات الاقتصاد العالمي زاد تأثيرها بما يطرأ على هذا الاقتصاد إيجاباً وسلباً. وبالنظر إلى الروابط الاقتصادية الوثيقة بين الأردن والعديد من دول العالم والموقع الاستراتيجي للمملكة، فقد تأثر الاقتصاد الأردني بكل تلك الاحاديث، فكان لها انعكاس سلبي على معدلات النمو الاقتصادي ومعدلات البطالة والناتج المحلي الإجمالي. وفي حين أنه من العسير على أي دولة بمفرداتها التحكم ب شبكات العلاقات الاقتصادية العالمية المعقدة وما ينتج عنها من مخرجات واسعة النطاق، ناهيك عن الكوارث الطبيعية والجوانح الصحية كالتي نشهدتها منذ سنة 2020، فإنه بمقدورها القيام بتدابير لخفيف الأثر والتكيف والتعافي. وهذا ما تفعله الحكومة الأردنية.

وفي هذا السياق وجدت الحكومة ضرورة إجراء مراجعة دقيقة للسياسات التجارية والصناعية في المملكة في ضوء الواقع الجديد الذي فرضته الجائحة والأوضاع السياسية والاقتصادية الدولية، مسترشدة في هذا المجال بمجموعة من التوجيهات من قبل الحكومة ومن ضمنها ضرورة إعادة الاقتصاد الوطني إلى وضعه الطبيعي وتجاوز الارهاصات التي تسببت بها هذه الأزمة للمنتجات الأردنية سواء كانت صناعية أو زراعية أو خدمية، ومن أهم هذه الإرهاصات التصدير.

ومتابعة لتلك التوجيهات وتنفيذها لرؤيه التحديث الاقتصادي 2023-2025 أعدت "الاستراتيجية الوطنية للتصدير" بهدف إقامة مناخ أعمال داعم للسلع الصناعية والزراعية والخدمات الأردنية بما يعكس إيجاباً على الاستقرار والنمو المتوازن لكافة المؤشرات الاقتصادية. وتتضمن الاستراتيجية عدة محاور تمثل في معرفة الفرص الإنتاجية في قطاع الصناعة الأردنية والتحديات التي تواجهه، وتحديد الأسواق الجديدة التي يمكن النفاذ إليها وخططة العمل الاسترشادية التي من شأن اتباعها تحقيق أهداف تلك الاستراتيجية .

وزير الصناعة والتجارة والموارد
وزير الشؤون العامة والاسكان
وزير الملاحة
وزير الزراعة
وزير الاقتصاد الرقمي والريادة
وزير الاستثمار
الأمين العام لوزارة الصناعة والتجارة والموارد
مدير عام مؤسسة المواصلات والمطايع
مدير عام المؤسسة العامة للفضاء والدواء
المدير التنفيذي للمؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية
مدير عام دائرة ضريبة الدخل والمعيلات
مدير عام دائرة الجمارك الأردنية
رئيس هيئة تنمية صناعة الأردن
المدير التنفيذي لشركة بورت التصدير
لجنة التوجيهية الاستراتيجية الوطنية للتصدير

ختاماً فقد جاءت هذه "الاستراتيجية الوطنية للتصدير" ثمرة جهود تشاركية ومشاورات بناءة بين كافة الجهات ذات العلاقة من القطاعين العام والخاص. كما أنها أردنا أن تكون الاستراتيجية تفاعلية بعيدة عن الجمود، إذ سنعمل على رصد تطبيقها على أرض الواقع ونستمر في مناقشة مخرجاتها العملية مع كافة الأطراف المعنية في سبيل تقييمها وتطويرها وبما يضمن تحقيق أهدافها وغاياتها .

الملخص التنفيذي:

شهد الاقتصاد الأردني خلال الفترة (2008-2020) العديد من الاصدارات المؤثرة في مسيرة الاقتصاد، بدءاً من الأزمة المالية العالمية، مروراً بالاضطرابات الاقتصادية والسياسية في بعض دول المنطقة العربية وانتهاءً بجائحة كورونا وتداعياتها في عام 2020.

وبسبب العلاقات الوثيقة التي تربط الأردن بمعظم دول العالم وكافة دول المنطقة ولتبني سياسة اقتصاد السوق الحر، فلم يتمكن الأردن من الافلات من تأثيرات هذه الأزمات الكبرى على اقتصاده إلا أنه استطاع بفعل السياسات الاقتصادية الحصيفة التي تبناها تجنب سيناريوهات قاسية كانت آثارها ستتمتد لأعوام طويلة قادمة. فقد استطاعت هذه السياسات من تمكين الاقتصاد الأردني من استرداد عافيه والنمو من جديد حيث نما الناتج المحلي الإجمالي خلال عام 2021 بما نسبته 2.2% وقد صاحب هذا الارتفاع انخفاض في نسبة البطالة وارتفاع في الدخل المتآثر من عدة قطاعات كالسياحة والصناعة.

تهدف "الاستراتيجية الوطنية للتصدير" إلى الاستفادة من المؤشرات الصاعدة للاقتصاد الأردني وقدرتها على تحقيق تنافسية أعلى بين صادرات الدول الأخرى في الأسواق الإقليمية والعالمية. كذلك تسعى إلى خفض العجز التجاري الذي وصل إلى 31.9% في عام 2021 خاصة في ضوء تقديرات بوجود فرص غير مستغلة للصادرات الأردنية تتجاوز 4.4 مليار دولار، تحديداً في قطاعات الأسمدة والملابس ومستحضرات الصيدلة والحيوانات الحية واللحى والمجوهرات، كما يُقدّرها تركيز سلعي في الفوسفات والبوتاسي والفوواكه وتركيز جغرافي متواصل للصادرات الأردنية موجه لأسوق الولايات المتحدة وال سعودية والهند والعراق، إضافة إلى محدودية عدد المصادر وزيادة كلف التصدير. وقد تم إعداد الاستراتيجية بنهج شاركي مع كافة الأطراف المعنية وباستخدام أحدث البيانات الكمية والنوعية واستشراف الفرص والأسوق الواعدة للمنتجات الأردنية كما تم تسليط الضوء على المعيقات والتحديات التي تعرّض استغلال هذه الفرص وتقديم حلول عملية محددة لها.

تم اختيار مجموعة من الأسواق في دول الجوار ودول الخليج العربي وأمريكا الشمالية والاتحاد الأوروبي ودول إفريقيا ودول شمال آسيا بهدف التوجّه لها بالمنتجات الأردنية لوجود عوامل جاذبة فيها. ويتمثل أهم العوامل التي ساهمت في اختيار هذه الأسواق في وجود اتفاقيات التجارة وقرب المسافة وانخفاض تكاليف الشحن (مع بعضها) وحجم السوق الكبير والقوانين المتّبعة في السوق المستهدفة والقدرة الشرائية العالية وسياسة الأسواق المستهدفة فيما يتعلق بالواردات. ولبعض الأسواق المستهدفة أهمية تتجاوز نطاقها القطري -على أهميتها- إلى مركزها الإقليمي أيضاً كالسوق الهولندي الذي يعتبر مركزاً إقليمياً للتوزيع منتجات الخضار والفوواكه ومنتجات الألبسة والسوق الكيني الذي يشكل بوابة عبور لأسواق دول شرق إفريقيا.

وقد اشتملت الاستراتيجية على عرض مجموعة من التحديات التي قد تعرّض تحقيق نجاح فعال للمنتجات الأردنية إلى الأسواق المستهدفة ومن أبرزها الحاجة لتبسيط إجراءات الشحن وخفض تكاليفه وتيسير إجراءات الفنية وتفعيل الاتفاقيات ومذكرات التفاهم واختلاف المواصفات الفنية الأردنية عن المواصفات المطلوبة للأسواق المستهدفة وصعوبة منافسة منتجات دول أخرى وصعوبة تطبيق قواعد المنشأ وضعف القدرات التسويقية للشركات الأردنية المصدرة. كما وضع الاستراتيجية لكل تحدي من هذه التحديات أنشطة لتجاوزها، ومن هذه الأنشطة تصميم برامج خاصة بتقييم الجاهزية التصديرية والمطابقة الفنية وعقد ورش عمل وفعاليات لتوسيع القطاع الخاص بالإجراءات الجمركية والمتطلبات الفنية والإجرائية والتزامات الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية والفرص التصديرية ذات العلاقة، وزيادة تمثيل القطاع الخاص في اللجان المشتركة

وبناء قدرات المنشآت الأردنية على التسجيل على موقع البيع الإلكتروني وتعزيز وتفعيل دور مكاتب المستشارين الاقتصاديين الموجودين في بعض الدول المستهدفة.

وأرفقت الاستراتيجية بخارطة طريق لتنفيذ الأنشطة التي من شأنها تحطيم المعوقات التي تحول دون الاستغلال الأمثل للفرص التصديرية في الأسواق المستهدفة وغيرها من الأسواق الممكن استهدافها مستقبلاً.

وتسعى حكومة المملكة الأردنية الهاشمية من خلال وزارة الصناعة والتجارة والتموين لزيادة تنافسية المنتجات الأردنية من سلع وخدمات، وتعظيم الصادرات للمساهمة في خفض العجز المزمن بالميزان التجاري، وتعزيز موقع المنتج الأردني في الأسواق العالمية وفتح أسواق جديدة.

جاء إعداد هذه الاستراتيجية استجابةً لتنفيذ خطة عملية للنهوض الاقتصادي لإعادة الاقتصاد الوطني إلى مسار التعافي الاقتصادي بعد ما طرأ عليه من تباطؤ بفعل جائحة كوفيد-19 وانعكاساتها فوضع لهذه الغاية "البرنامج التنفيذي لرؤية التحديث الاقتصادي (2023-2025)"، والذي استهدف الصناعة من ضمن القطاعات الاقتصادية ذات الأولوية وذلك بهدف زيادة حجم الصادرات الوطنية وتعزيز تنافسيتها محلياً وفي أسواق التصدير العالمية من خلال وضع وتنفيذ استراتيجية وطنية للتصدير.

وتعتبر استراتيجية التصدير أداة هامة لوزارة الصناعة والتجارة والتموين / وشركائها من القطاعين العام والخاص، لتعزيز أداء الصادرات الوطنية وتمكينها وزيادة فرصها للوصول إلى مجموعة من الأسواق الخارجية التقليدية وغير التقليدية، انطلاقاً من أن الصادرات تعد الركيزة الأساسية في تقدم الاقتصاد ومصدر للعملات الدولية ناهيك عن إسهامها في بناء متقدم ومستدام ورفاه اجتماعي لما ينشأ عنها من زيادة الانتاج وخلق فرص عمل.

تُعبر هذه الاستراتيجية عن تطلعات القطاعين العام والخاص خاصة أنها ثمرة جهد تشاركي موجه لتحقيق الرؤية المشتركة والمتمثلة في رفع قيمة ونوعية الصادرات وتعزيز تنافسيتها بما يحقق التنمية الاقتصادية للأردن من خلال تنفيذ خارطة الطريق لنمو الصادرات بما لا يقل عن 5%.

وبهدف جعل هذه الاستراتيجية أداة فعالة قابلة للتنفيذ، فقد تم اختيار مجموعة من الأسواق المستهدفة المنوي الوصول لها وبأوسع نطاق ممكن من المنتجات ذات المردود التصديرى المرتفع على الاقتصاد الأردني لزيادة حجم التصدير إليها وتعزيز تنافسيتها. كما وتم تحديد المعوقات التي تعرّض عند السعي للنفاذ إلى هذه الأسواق. فوضعت خطة طريق تتكون من مجموعة من المحاور تتضمن عدة مشاريع / أنشطة تهدف إلى تمكين الشركات من زيادة صادراتها على المديين القصير والمتوسط.

في حين تنظر الوزارة لهذه الاستراتيجية وخطة العمل المرفقة بها كخارطة طريق لتعزيز الصادرات الأردنية إلى الأسواق العالمية كماً ونوعاً وكيفاً فإنها ستراقب مخرجات التطبيق العملي لها على أرض الواقع وتعمل على تعزيز جوانب القوة فيها وما قد يحتاج إلى مراجعة وتقويم وذلك في إطار حرص الوزارة على اثبات منهجيات تبني الرصد والتقييم وصولاً إلى أقصى درجات الفاعلية.

الملامح العامة للاستراتيجية الوطنية للتصدير

الرؤية: اقتصاد ديناميكي تصديرى مستدام



الأهداف الرئيسية

النمو ... زيادة الصادرات من سلع وخدمات

1

التنوع ... تعزيز سلة الصادرات من منتجات وأسواق جديدة

2

الجودة ... زيادة تنافسية الصادرات في الأسواق

3

الاستدامة ... رفع العمر التصديرى للشركات

4

المستهدف

المؤشر الرئيسي للاستراتيجية

%5

زيادة الصادرات

مؤشرات الأداء المنبثقة عن تطبيق خطة العمل

➤ زيادة عدد الشركات التصديرية

➤ زيادة وتنويع المنتجات في سلة التصدير الوطنية

➤ زيادة عدد الأسواق التي نفذت إليها المنتجات

1. الإطار العام للاستراتيجية:

أعدت هذه الوثيقة بنهج شاركي وتفاعل مع كافة الجهات ذات العلاقة من القطاعين العام والخاص، من خلال عدد من الحلقات النقاشية والتشاورية، واستناداً إلى الدراسات والسياسات والخطط الاستراتيجية السابقة التي أعدتها الوزارة في مجال تعزيز نفاذ الصادرات إلى الأسواق الإقليمية والعالمية وبما ينسجم مع مخرجات تجارب الدول والممارسات العالمية الفضلى، والأخذ بالتجذرية الراجعة من الجهات ذات العلاقة.

ولتحقيق الأهداف المرجوة من الاستراتيجية لتكون خارطة طريق وأداة فعالة لتعزيز تنافسية وتتوسيع الصادرات، عُقدت عدد من ورشات العمل لمختلف القطاعات الصناعية والخدمية والزراعية حيث تم اتباع المنهجية التالية في العمل:

- تحليل أداء الصادرات الأردنية من سلع وخدمات وتحديد الفرص التصديرية والفرص الصناعية.
- تحليل التحديات التي تواجه الصادرات الأردنية من سلع وخدمات على المستوى الأفقي.
- تحديد معايير اختيار الأسواق المستهدفة.
- اختيار مجموعة من الأسواق ذات الفرص التصديرية للمنتجات الأردنية من سلع وخدمات، والمنوي الوصول إليها وتحليل أداء التبادل التجاري معها، إلى جانب أسواق أخرى ضمن مرحلة لاحقة.
- تحديد المنتجات (سلع وخدمات) لزيادة وتتوسيع الصادرات إلى الأسواق المستهدفة وتعزيز تنافسيتها.
- تحديد المحاور التي تُسهم في معالجة التحديات على المستوى الأفقي وعلى مستوى الأسواق.
- إعداد الإطار العام لخطة العمل استناداً للمحاور التي تم استهدافها وتحديد الأولويات.
- إعداد الخطة التشغيلية للأولويات والتي تتضمن عدد من المشاريع/ الأنشطة تهدف بشكل أساسي إلى تمكين الشركات من زيادة صادراتها من خلال تعديل أدوات السياسة التجارية وتقديم مختلف أشكال الدعم الفني وبناء القدرات وفقاً للتحديات التي تواجه المصدرین في النفاذ إلى هذه الأسواق وفي تصدير المنتجات.

وتتناول الأقسام تاليًا تحليلًا للأسوق المستهدفة من حيث حجم الصادرات الاردنية إليها خلال الخمس سنوات الماضية وآلية اختيار كل سوق والمنتجات المستهدفة والمعيقات التي تواجه المصدرین عند النفاذ إليها، كما يتناول القسم الأخير الأداة التي ستعمل على نقل هذه الاستراتيجية إلى أرض الواقع والمتمثلة بخطة عمل تفصيلية للفترة 2023-2025 شملت الأنشطة التي ستحد من المعيقات المشار إليها وتحدد الجهة المسؤولة عن تنفيذ كل نشاط للبدء بتنفيذها خلال المرحلة القادمة.

2. المقدمة:

تتميز المملكة الأردنية الهاشمية بالعديد من الميزات التفاضلية أهمها الموقع الاستراتيجي الذي يشكل حلقة وصل بين العديد من الدول منها دول مجلس التعاون الخليجي والعراق وسوريا، بالإضافة إلى استقرار المناخ السياسي في المملكة والعلاقات المتينة مع دول الجوار والعالم والذي جعله نموذجاً يحتذى به ووجهة مثالية لمستثمرين بسبب توفر الموارد

بلغ عدد المستثمرين الأردنيين من عمرهم 15 سنة فأكثر في القطاع الزراعي 26,271 عامل خلال العام 2021

حوالي 4.7% مساهمة الزراعة في GDP خلال الثلاث أرباع الأولى من العام 2022

حوالي 224.6 مليون دينار قيمة الصادرات الوطنية من الخضار والفواكه خلال الأشهر الأولى من العام 2022

حوالي 500 ألف عامل في القطاع التجاري والخدمي

حوالي 70.3% مساهمة القطاع التجاري والخدمي في GDP خلال الثلاث أرباع الأولى من العام 2022



ما يقارب 7.5 مليار دينار قيمة الصادرات الوطنية خلال الأحد عشر شهراً الأولى من العام 2022

تصل الصادرات إلى ما يقارب 140 دولة

23.1 مليار دينار قيمة GDP خلال الثلاث أرباع الأولى من العام 2022

ما يقارب 17 ألف منشأة تعمل في القطاع الصناعي

حوالي 24% مساهمة القطاع الصناعي في GDP خلال الثلاث أرباع الأولى من العام 2022



حوالي 118 ألف منشأة تجارية وخدمة

حوالي 250 ألف عامل في القطاع الصناعي

%44.7

%67.8

%24

البشرية المؤهلة والقوانين والتشريعات الناظمة للعمل الاقتصادي والاستثماري وعلاقته مع دول العالم من خلال توقيع العديد من اتفاقيات التجارة الحرة حيث يتيح المركز الافتراضي للأردن الوصول المجاني إلى الأسواق ولأكثر من مليار مستهلك من خلال اتفاقيات التجارة والاستثمار. وقد وصلت الصادرات الوطنية لأكثر من 140 دولة حول العالم وهذا مؤشر مهم على أن المنتجات الأردنية من سلع وخدمات لديها القدرة على الوصول إلى أسواق متعددة ومختلفة.

ما يدل على أن الاقتصاد الأردني اقتصاد حر وقوى ومتقدم ومنفتح على السياسات الاقتصادية الموجهة نحو الخارج بجهود تشاركية مع القطاع الخاص حيث نما الاقتصاد بمعدل 2.7% عام 2021 بالرغم من تأثيره بجائحة كورونا التي بدأت عام 2020 ولا زالت اثارها ظاهرة حتى الآن وما تبعها من إغلاقات بالإضافة إلى الاضطرابات السياسية والاقتصادية الموجودة في المنطقة. كما نما الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 2.7% خلال الثلاث أرباع الأولى من العام 2022 مقارنة بالفترة نفسها من العام 2021. وعليه واستجابةً للظروف التي فرضتها أزمة الوباء العالمية، واستكمالاً للجهود حول وضع خطة عملية للتعافي الاقتصادي وبهدف إعادة الاقتصاد الوطني إلى مساره الصحي، بعدما حدث بسبب هذه الجائحة وانعكاساتها، تم وضع البرنامج التنفيذي لرؤية التحدي الاقتصادي (2023-2025)، الذي حدد القطاعات الاقتصادية ذات الأولوية بهدف زيادة حجم الصادرات الوطنية من السلع والخدمات وزيادة تنافسيتها محلياً واقليمياً ودولياً في أسواق التصدير من خلال تحفيز الصادرات الوطنية وتطوير خدمات ترويج الصادرات وذلك بوضع واعداد استراتيجية وطنية للتصدير (2023-2025)، تتضمن خطة عمل مفصلة تساهم في تنمية الصادرات الوطنية الأمر الذي من شأنه أن يؤدي إلى تشجيع وزيادة الناتج المحلي الإجمالي وارتفاع معدلات النمو الاقتصادي فيه.

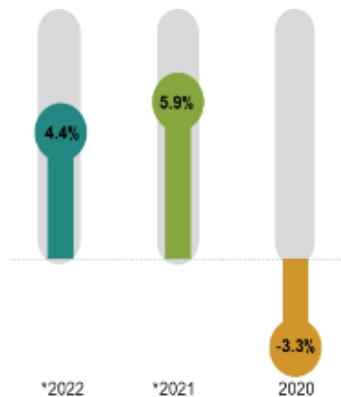
**أين الأردن
الآن**

3. الاقتصاد الأردني

3.1 نظرة عامة على الاقتصاد

بالنظر إلى الأزمة الصحية والاقتصادية العالمية التي سببت فيها جائحة كورونا لاسيما في ظل استمرار انتشار الفيروس والسلالات المتحورة منه في العديد من مناطق العالم، يبدو

الشكل (1): نمو الاقتصاد العالمي وتوقعاته خلال الفترة (2020-2022)



المصدر: صندوق النقد الدولي

الاقتصاد العالمي وكأنه خارج من واحدة من أشد حالات الركود ليبدأ مرحلة تعافي ضعيف، وعليه فإن وضع السياسات حول العالم وفي الوقت الذي يسعون فيه لضمان أن يكتسب التعافي العالمي الهاش قوة دفع لا بأس بها فإنهم يواجهون تحديات كبيرة على المدى البعيد في الصحة العامة، وإدارة الدين، وسياسات الموازنة، وأنشطة البنوك المركزية والإصلاحات الهيكيلية وغيرها من المحاور المرتبطة في النمو والتنمية.

ووفقاً لتوقعات صندوق النقد الدولي وكما هو مبين في الشكل (1) المجاور فإن الاقتصاد العالمي يتوجه لتحقيق نسبة نمو تصل إلى 4.4% خلال

عام 2022، مقارنة بنسبة نمو قدرها الصندوق بـ 5.9% عام 2021. ومع أن هذه النسبة متراجعة عن العام 2021 فإنها تبدو طبيعية نتيجة استعادة الاقتصاد العالمي بعضًا من عافيه خلال العام الماضي مقارنة مع عام 2020. وعليه، تبقى فرص التعافي غير مؤكدة مع تولد متحورات جديدة سريعة العدوى، خصوصاً مع استمرار ارتفاع نسب التضخم في العديد من الاقتصادات الكبرى والتي تهدد قدرتها على النمو، الأمر الذي من شأنه دفع البنوك المركزية لدى هذه الدول إلى رفع سعر الفائدة. وأصبح على الدول مضاعفة الجهود والسعى بجد لاعتماد مشهد اقتصادي جديد قائماً على اعتماد سياسات اقتصادية واجتماعية ناجحة تسمح بتحركات رؤوس الأموال، والأيدي العاملة، والمهارات والكفاءات نحو أغراض جديدة لبناء اقتصاد قوي ومستدام في أعقاب جائحة كورونا بالإضافة إلى حماية الفئات الأكثر تأثراً من مثل تلك الأزمات. ولذلك فمن الضروري البدء فوراً في تنفيذ الاستثمارات الصحيحة لمساندة جهود التعافي وتعزيز القدرة على التحمل فالطريقة التي سيتم فيها مواجهة التحديات الناجمة عن هذه الجائحة سترسم ملامح المستقبل لاقتصاد عالمي متين ومستدام خلال السنوات القادمة.

وبالرغم من تتمتع الأردن باقتصاد سليم ومنيع قادر على التكيف مع كافة الظروف والصدمات المحلية والخارجية وتحقيق النمو بمعدلات مستقرة وقابلة للديمومة، إلا أنه وب مختلف قطاعاته ليس بمنأى عن الصعوبات التي فرضتها جائحة كورونا وما رافقها من إغلاقات غير مسبوقة محلياً وعالمياً وهو الذي ما زال يعني من التقلبات الناتجة عن التطورات الإقليمية والعالمية والظروف الجيوسياسية المحيطة به. وعلى الرغم من ذلك إلا أنه تمكّن من تجاوز جانب مهم من تداعيات هذه الأزمة بمرونة.

ويبيّن الشكل (2) أدناه أبرز الأحداث التي مر بها الاقتصاد الأردني خلال الفترة (2010-2021). فقد استطاع الاقتصاد الأردني أن يخفف من حدة الانكماش الذي كان متوقعاً خلال عام 2020 وذلك بفضل الإجراءات الاستباقية

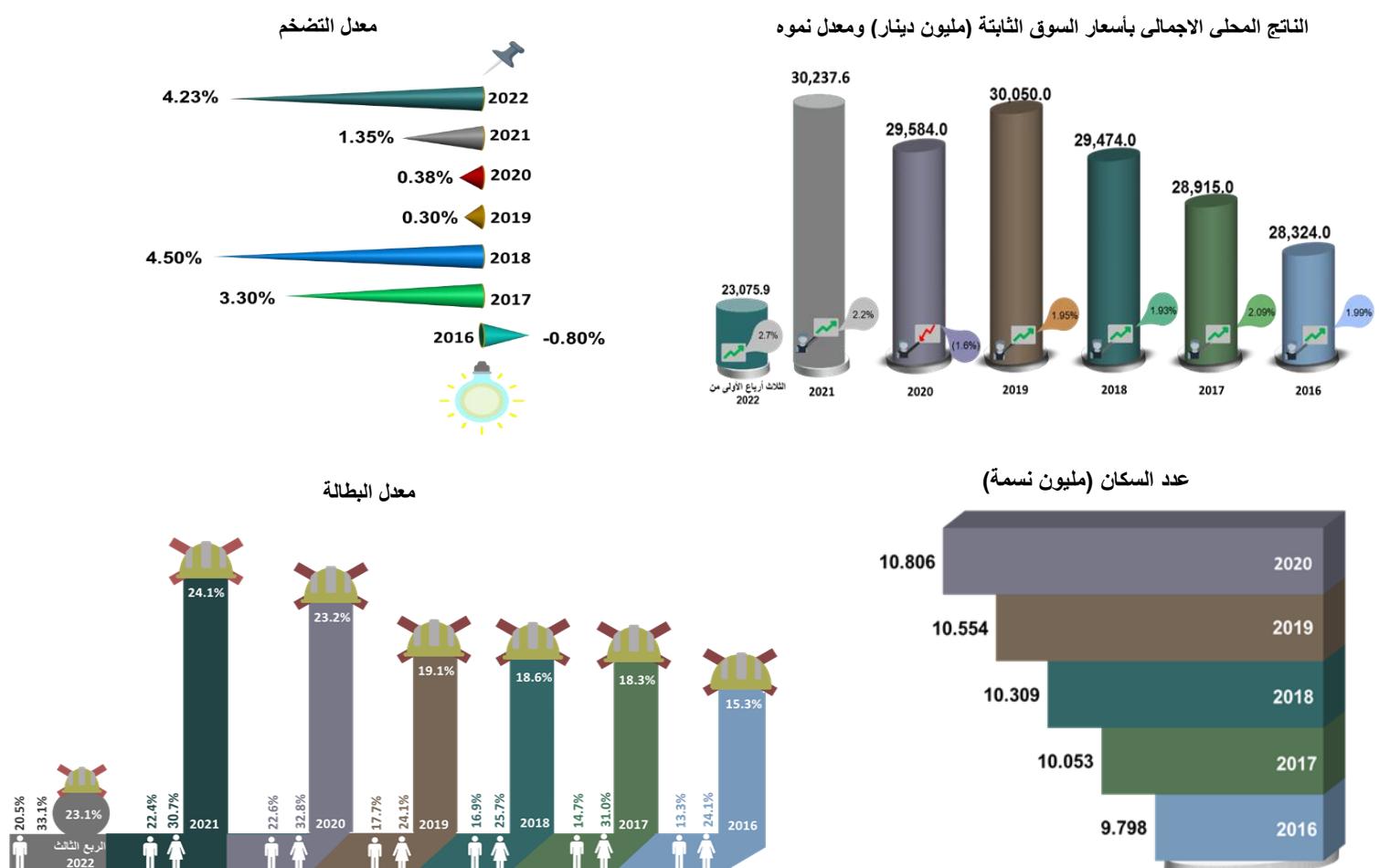
التي وضعتها الحكومة إلى جانب إجراءات التعافي التي قام بها البنك المركزي التي فاق حجمها 2.7 مليار دينار وبما نسبته 8.7% من الناتج المحلي الإجمالي.

الشكل (2): أبرز الأحداث التي مر بها الاقتصاد الأردني خلال الفترة (2022-2010)

2017	2016	2015	2014
تراجع في أداء الاقتصاد	استمرار اغلاقات الحدود	اغلاقات الحدود	تزايد الاضطرابات الإقليمية
<ul style="list-style-type: none"> انخفاض حجم المساعدات والمنح بنسبة 15% ارتفاع أسعار النفط بلغت نسب البطالة معدلات غير مسبوقة خلال 25 عاماً ويارغم من ذلك، تمكنالأردن من استقرار الدين العام كنسبة من GDP 	<ul style="list-style-type: none"> بلغ عدد اللاجئين السوريين 1.3 مليون الانخفاض معدلات النمو للاقتصاد وارتفاع نسب البطالة تم تغير خسارة ما يقارب 6.9 مليون سائح نتيجة الربيع العربي 	<ul style="list-style-type: none"> - تعرضالأردن لما يشهده "الحصار الاقتصادي" بسبب اغلاقات الحدود العراقية والسورية نتيجة موجات الإرهاب القاتلية (داعش) وحروب المنطقة، وأثر تلك الاغلاقات الكبير على الاقتصاد الأردني الذي كان يعتمد كثيراً على هذين السوقين الجاريين . أقل مستوى نمو للـGDP منذ بداية %2.4 انخفاض الاستثمار والدخل السياحي الانخفاض نمو قطاعات الاشغال والتجارة الخارجية. 	<ul style="list-style-type: none"> مستوى للإيرادات الحكومية أقل من المعدل للفترة 2000-2008 ارتفاع الإنفاق الحكومي نتيجة شبكات الأمان الاجتماعي وزيادة الرواتب إلى 38% من GDP بلغت خسارة شركة الكهرباء 1.07 مليار دينار
2013	2012	2011	2010
تزايد أثار الاضطرابات الإقليمية	آثار أحداث الربيع العربي والأزمة السورية واستمرار انقطاع الغاز المصري	بدء أحداث الربيع العربي وأزمة انقطاع الغاز المصري	آثار الأزمة المالية العالمية
<ul style="list-style-type: none"> انخفاض الصادرات الأردنية وتجارة الترانزيت تدفق حوالي 400 ألف لاجئ خسارة لشركة الكهرباء بحوالي 1 مليار دينار بلغ مجموع الدعم الحكومي 2008-2013 نتيجة ارتفاع الأسعار العالمية بلغ 475 مليون دينار زيادة الرواتب بمعدل 5% سنوياً خلال الفترة 2011-2013 	<ul style="list-style-type: none"> التراجع عن قرار زيادة تعرفة الكهرباء بلغت خسائر شركة الكهرباء 1.02 مليار دينار دخل الساحة انخفض %7 اضافية 	<ul style="list-style-type: none"> انخفاض الدخل السياحي %17 الاعتماد على المشتقات النفطية لارتفاع الكهرباء بلغت خسائر شركة الكهرباء 1.01 مليار دينار مما أدى إلى ارتفاع حجم المديونية. لم يتم تخفيض أي نوع من الدعم الحكومي أو الإعفاءات. 	<ul style="list-style-type: none"> انخفضت الإيرادات المحلية بنسبة 9.4% خلال 2007-نهاية 2010 انخفضت تحويلات المغتربين %19.4 من GDP من العام 2007 إلى 11.9% في العام 2010 جزء من الحوافز الرامية إلى جذب الاستثمارات الأجنبية والإعفاءات الضريبية وإنشاء مناطق حرة جديدة.
2021	2020	2019	2018
الاقتصاد يسترد عافيته	جائحة كورونا	بعض فتح الحدود مع كل من سوريا والعراق	آثار الاضطرابات
<ul style="list-style-type: none"> نما الناتج المحلي الإجمالي بأسعار السوق الثابتة بما نسبته 2.2% مقارنة بعام 2020 ارتفاع الدخل السياحي بما نسبته 78.5% بلغ معدل البطالة 23.3% بارتفاع مقداره 0.1 نقطة مئوية عن الرابع الثالث من نفس العام وانخفاض مقداره 1.4 نقطة مئوية عن العام 2020. 	<ul style="list-style-type: none"> الضرر شمل كافة القطاعات الاقتصادية ويعيد الانكماش الأول للاقتصاد الأردني منذ ثلاثة عقود. انخفاض الـGDP بنسبة 1.6% ارتفاعت نسب البطالة إلى 24.9% أداء ضعيف لنحو الصادرات يكاد لا يذكر بالرغم من انخفاض حجم التجارة العالمية بنسبة 9% 	<ul style="list-style-type: none"> بلغ معدل النمو الحقيقي للناتج المحلي الإجمالي ليصبح %2 ارتفاع الصادرات الوطنية بنسبة 6.8% شهدت الصادرات الأردنية إلى سوريا ارتفاعاً ملحوظاً ملحوظاً نسبته 60.9% ارتفع معدل البطالة خلال العام 2019 ليصل إلى 19.1% 	<ul style="list-style-type: none"> بلغ نمو الـGDP %1.9 ارتفاع معدلات التضخم وخصوصاً ايجارات الشقق بنسبة 200% توسيع رقعة القطاع غير الرسمي ارتفاع المستورادات نتيجة ارتفاع عدد السكان زيادة الضغط على البنية التحتية بلغت 7.61 مليار دينار
		تعزيز النمو	
		<ul style="list-style-type: none"> نما الناتج المحلي الإجمالي بأسعار السوق الثابتة في الرابع الثالث من العام 2022 بما نسبته 2.6% مقارنة بنفس الرابع من عام 2021 بلغ معدل البطالة خلال الرابع الثالث 23.1% بارتفاع مقداره 0.5 نقطة مئوية عن الرابع الثاني من نفس العام وبانخفاض مقداره 1.0 نقطة مئوية عن الرابع الثالث من العام 2021. ارتفاعت الصادرات الوطنية بشكل ملحوظ وبنسبة بلغت 37.0% وارتفعت المستورادات بنسبة 30.4% 	
		2022	

وقد اظهر الاقتصاد الأردني خلال عام 2022 تحسناً في بعض المؤشرات حيث نما الناتج المحلي الإجمالي بأسعار السوق الثابتة خلال الربع الثالث من العام 2022 بما نسبته 2.6% مقارنة بالربع الثالث من العام 2021، حيث حقق قطاع الصناعات الاستخراجية أعلى معدل نمو بما نسبته 5.3% تلاه قطاع الزراعة والقنص والغابات وصيد السمك بنسبة 4.1% وقطاع البناء والتشييد بنسبة 3.6% ثم الصناعات التحويلية بنسبة 3.5%. كما ارتفع الدخل السياحي في الأردن خلال عام 2022 بما نسبته 125.4% مقارنة مع العام 2021، وانخفض معدل البطالة خلال الربع الثالث من العام 2022 بما نسبته 23.1% بارتفاع مقداره 0.5 نقطة مئوية عن الربع الثاني من نفس العام وبانخفاض مقداره 0.1 نقطة مئوية عن الربع الثالث من العام 2021. وقد رافق ذلك ارتفاع معدل التضخم بما نسبته 4.23%， وبال مقابل ارتفعت الصادرات الوطنية خلال الأحد عشر شهراً الأولى من العام 2022 بما نسبته 37.0% مقارنة بالفترة نفسها من العام 2021.

الشكل (3): أهم المؤشرات الاقتصادية خلال الفترة (2016 – 2022*)



المصدر: دائرة الإحصاءات العامة/ 2022 * البيانات متوفرة لغاية الربع الثالث للناتج المحلي الإجمالي والبطالة

3.2 تنافسية الاقتصاد الأردني:

بالرغم مما مرّ به الاقتصاد الأردني وما زال يمرّ به من صعوبات إلا أنه أظهر انتعاشاً ملحوظاً في مؤشرات التنافسية.

وفقاً لمؤشر التنافسية العالمي¹ لعام 2021

وبالنظر إلى ترتيب الأردن ضمن مؤشر التنافسية العالمي للعام 2022 والذي يضم 63 دولة عربية وعالمية فقد تراجع 7 درجات عن العام 2021 ليحتل المرتبة 56 عالمياً، في حين احتل المرتبة 5 عربياً بعد كل من الإمارات وقطر وال السعودية والبحرين متراجعاً مرتبة واحدة عربياً مقارنة بالعام

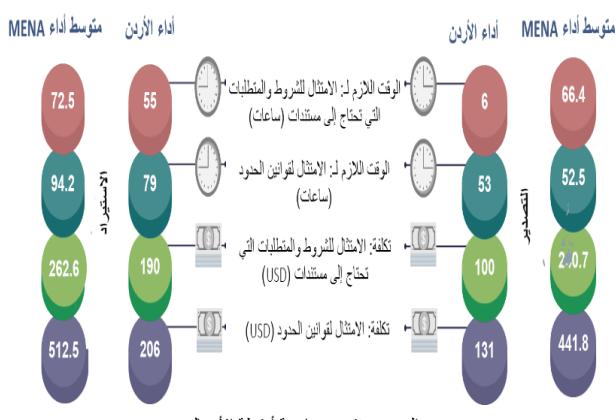
2021. وتتجدر الاشارة هنا إلى أن الأردن احتل المرتبة 49 عالمياً ضمن مؤشر التنافسية العالمي لعام 2021 متقدماً 9 مراتب.

وتقديم الأردن درجة واحدة ضمن محور الأداء الاقتصادي ليحل في المرتبة 62 عالمياً. لكنه تراجع في محورين رئيسيين حيث تراجع ضمن مؤشر الكفاءة الحكومية بمقدار 9 درجات ليسجل الترتيب 44 عالمياً، فيما تراجع في مؤشر كفاءة الأعمال 12 درجة ليسجل المرتبة 45 عالمياً، فيما حافظ على ترتيبه ضمن محور البنية التحتية عند المرتبة 55 عالمياً.



وأيضاً وفيما يتعلق ببيئة الأعمال الأردنية فقد أشار البنك الدولي في تقرير ممارسة أنشطة الأعمال 2020 إلى أن الأردن من أكثر 20 دولة أظهرت تحسناً في مؤشر تسهيل الأعمال. حيث نلاحظ بأن الأردن ومنذ عام 2017 وحتى الان بدأ يسجل تقدماً ملحوظاً في هذا المؤشر - وذلك نظراً لتطوير النظام الضريبي وتعزيز نظام الدفع الإلكتروني

الشكل (4): أداء الأردن في المؤشرات الخاصة بتقرير 2020 ومقدار الارتفاع أو الانخفاض مقارنة بتقرير 2019



وتحسين الوصول إلى المعلومات الاستثمارية وإيجاد مشروع النافذة الاستثمارية الواحدة وتبني قانون الإعسار الذي ينظم عملية إنقاذ الشركات التي تتعرض لإعسار مالي قبل وصولها إلى عملية التصفية الإلزامية. عليه؛ تقدم الأردن 29 مركزاً في تقرير ممارسة أنشطة الأعمال 2020، حيث حاز على المرتبة 75 عام 2020 مقارنة بالمرتبة 104 عام 2019 من بين 190 دولة شملها التقريرين ويبيّن الشكل (4) أدناه أداء الأردن في المؤشرات الخاصة بالتقرير كما ويوضح الشكل (5) أداء الأردن في مؤشر التجارة عبر الحدود.

4. التجارة الخارجية:

أصبح الأردن اليوم في طليعة دول المنطقة الرائدة في تجربة الانفتاح الاقتصادي التي حظيت باحترام الجميع، وجسد نموذجاً رفيعاً في السياسة الاقتصادية والتجارية متجاوزاً محدودية إمكاناته وموارده المادية والطبيعية حيث تبنت الحكومة

الأردنية نهجاً اقتصادياً قائماً على حرية التجارة والانفتاح العالمي بدء عام 2000 وتمثل بانضمامه إلى منظمة التجارة العالمية. حيث استطاع الأردن وبوقت قياسي أن يعزز من علاقاته الاقتصادية والتجارية مع الدول الشقيقة والصديقة من خلال إبرام اتفاقية منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى وعدد من



اتفاقيات التجارة الحرة مع الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة الأمريكية، ومع دول رابطة الاقتا وسنغافورة. وبموجب تلك الاتفاقيات تم إعفاء العديد من المنتجات الصناعية الأردنية المصدرة إلى أسواق تلك الدول من الرسوم الجمركية والرسوم والضرائب مما منحها ميزة تنافسية كبيرة في تلك الأسواق. واستمرت المساعي نحو تعظيم استفادة القطاع الخاص الأردني من الاتفاقيات التجارية مع الشركاء التجاريين للمملكة وتعزيز فرص قيام استثمارات جديدة في الأردن، وتتكللت الجهود بالموافقة على تبسيط قواعد المنشأ للصناعات الأردنية مع دول الاتحاد الأوروبي عام 2016، بالإضافة إلى الحصول على المزيد من التسهيلات والاستثناءات لتسهيل دخول البضائع الأردنية إلى دول الاتحاد الأوروبي. ونتيجة لمغادرة بريطانيا الاتحاد الأوروبي ولضمان استمرار التجارة التفضيلية بين الأردن وبريطانيا فقد تم توقيع اتفاقية مباشرة مع بريطانيا بتاريخ 15/11/2019 ودخلت حيز التنفيذ بتاريخ 01/05/2021 وذلك بعد الانتهاء من جميع الإجراءات المتعلقة بالاتفاقية والتي يتم من خلالها منح معاملة تفضيلية تشمل الإعفاء من الرسوم الجمركية للبضائع المتبادلة بين البلدين على غرار الاتفاقية الموقعة مع الاتحاد الأوروبي.

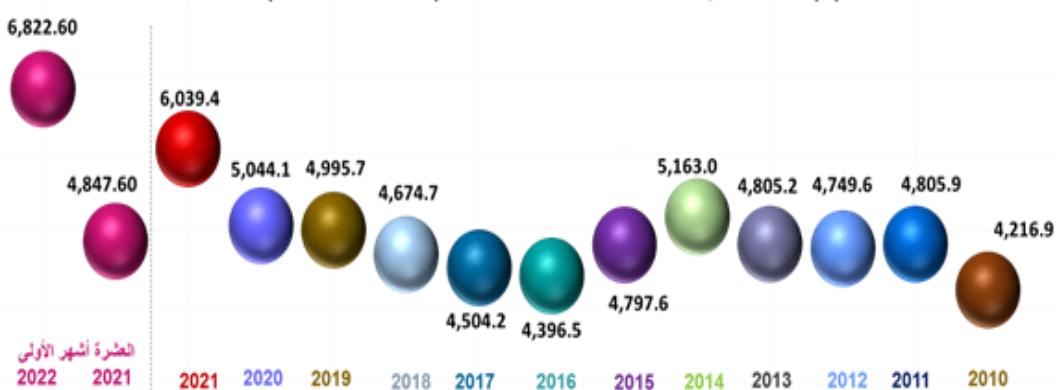
4.1 تطورات التجارة الخارجية:

تطور حجم التجارة الخارجية للأردن خلال الفترة 2010-الأحد عشر شهراً الأولى من العام 2022، حيث شهدت الصادرات الوطنية ارتفاعاً منذ العام 2010 تسجل أعلى ارتفاع لها خلال العام 2014 لتبلغ 5.1 مليار دينار، لتتخفض بعدها خلال العامين 2015 و2016 لتصل إلى 4.8 مليار دينار و4.4 مليار دينار على التوالي، لتعاود

في الارتفاع بعد ذلك خلال العامين 2017 و2018 لتصل إلى 4.5 مليار دينار و4.6 مليار دينار على التوالي، كما استمرت الصادرات الوطنية بالارتفاع خلال العام 2019 بما نسبة 6.8% مقارنة مع العام 2018 لتسجل ما يقارب 5 مليارات دينار. ويعد السبب في هذا الارتفاع في الصادرات الوطنية نتيجة للجهود المشتركة التي بذلها القطاعان العام والخاص خلال السنوات القليلة الماضية بهدف تعزيز نفاذ المنتجات الوطنية إلى مختلف الأسواق خاصة في ظل الظروف الصعبة التي واجهتها بسبب اضطرابات المنطقة وخسارتها أسواقاً تقليدية مهمة كالسوق العراقي. كما وحافظت الصادرات الوطنية على ارتفاعها خلال العام 2020 على الرغم من تداعيات أزمة كورونا، كما واستمرت الصادرات بالارتفاع خلال العام 2021 لتبلغ قيمة الصادرات الوطنية ما مقداره 6 مليارات دينار بارتفاع نسبته 19.7% مقارنة مع العام 2020، وذلك نتيجة لأثار مجموعة الإجراءات التي اتخذتها الحكومة لمواجهة تداعيات أزمة كورونا. وأشارت أحدث البيانات الصادرة عن دائرة الإحصاءات العامة أن قيمة الصادرات الوطنية خلال الأحد عشر شهراً الأولى من العام 2022 بلغت ما مقداره 7.5 مليار دينار مقارنة بـ 5.4 مليار دينار خلال الفترة نفسها من العام 2021 مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 37% مقارنة بذات الفترة من العام 2021، حيث جاءت منتجات الألبسة وتواضعها في المرتبة الأولى بقيمة 1.4 مليار دينار تلتها الأسمدة بقيمة 1 مليار دينار ثم البوتاس الخام 971.6 مليون دينار والفوسفات الخام بقيمة 728.4 مليون دينار والمنتجات الكيماوية بقيمة 389.6 مليون دينار.

وبالرغم من التطور الملحوظ الذي شهدته حجم الصادرات الوطنية إلا أنها تعاني من وجود بعض المحددات الخاصة والمتمثلة بـ التركيز السلعي والجغرافي؛ حيث لا زالت منتجات الألبسة وتواضعها، البوتاس الخام، الخضار والفواكه، الأسمدة، الفوسفات، والمنتجات الكيماوية غير العضوية تشكل الهرم الرئيسي للصادرات الأردنية، كما ان الشركات الرئيسين الممثلين في الولايات المتحدة، السعودية، الهند، والعراق لم يتغيروا. يليه محدودية عدد المصدرین وزيادة الكلف الناجمة عن التصدير.

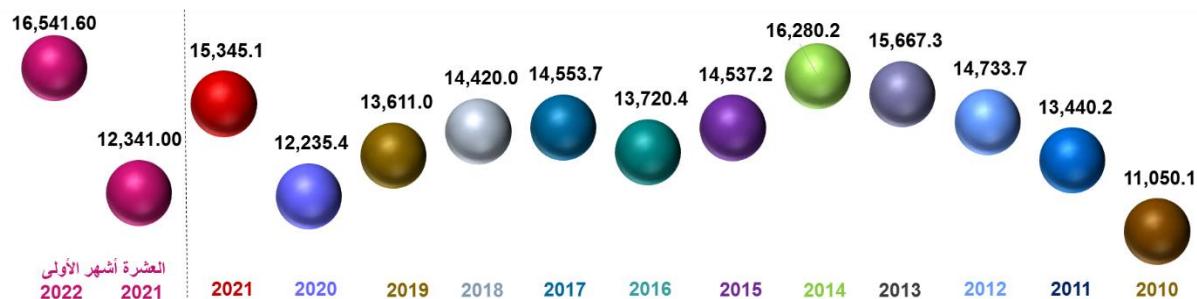
الشكل (6): تطور حجم الصادرات الوطنية خلال الفترة (2010-2022/10-2022) مليون دينار



المصدر: بيانات دائرة الإحصاءات العامة/بيانات التجارة الخارجية

وفيما يتعلق بمستوردات الأردن الخارجية فقد شهدت المستوردات ارتفاعاً منذ العام 2010 ولغاية العام 2014 لتسجل أعلى ارتفاع لها خلال عام 2014 وتبلغ 16.2 مليار دينار كما هو مبين في الشكل (7) أدناه لتبدء بعد ذلك بالانخفاض خلال عامي 2015 و2016 لتصل إلى 14.5 مليار دينار و13.7 مليار دينار على التوالي، ثم ارتفعت بعد ذلك خلال العام 2017 لتصل إلى 14.6 مليار دينار، ومن ثم انخفضت في عام 2018 حيث بلغت 14.4 مليار دينار.

الشكل (7): تطور حجم المستورادات خلال الفترة (2010-2022/10-2022) مليون دينار



المصدر: بيانات دائرة الإحصاءات العامة/بيانات التجارة الخارجية

واستمرت المستورادات في الانخفاض خلال عام 2019، ويعد السبب الرئيسي لانخفاض المستورادات إلى انخفاض المستورادات من النفط ومشتقاته ومنتجات العربات والدراجات وأجزائها وكذلك المنتجات من الحديد ومصنوعاته وغيرها من المنتجات، بعد ذلك استمرت المستورادات في الانخفاض خلال عام 2020 بما نسبته 11% عن العام 2019 نظراً لما شهده العالم من اغلاقات نتيجة لازمة كورونا. ومن ثم عاودت المستورادات الأردنية ارتفاعها خلال عام 2021 لترتفع بما نسبته 25.4% مقارنة مع العام 2020، واستمرت المستورادات في الارتفاع خلال الأحد عشر شهراً الأولى من العام 2022 حيث بلغت ما مقداره 17.96 مليار دينار مقارنة بـ 13.8 مليار دينار خلال الفترة نفسها من العام 2021 مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 30.4% مقارنة بذات الفترة من العام 2021.

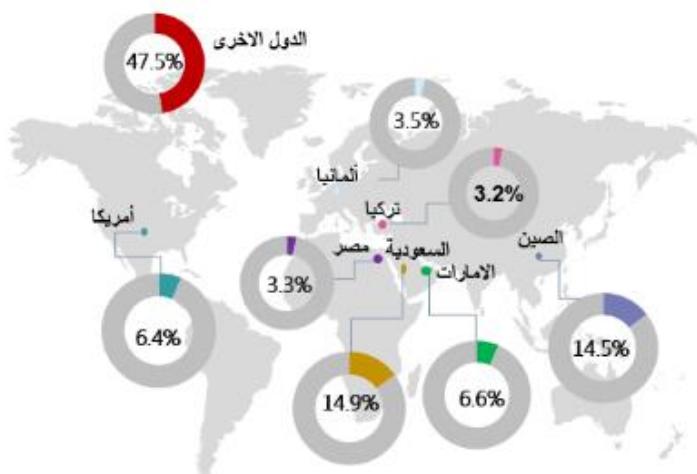
وفيما يتعلق بالعجز في الميزان التجاري والذي يمثل الفرق بين قيمة المستورادات وقيمة الصادرات الكلية خلال العام 2021 قد بلغ 8.7 مليار دينار، وبذلك يكون العجز قد ارتفع خلال العام 2021 بنسبة 31.9% مقارنة بنفس الفترة من العام 2020. وخلال الأحد عشر شهراً من عام 2022، فقد بلغ العجز في الميزان التجاري 9.9 مليار دينار بارتفاع نسبته 26.8% مقارنة بنفس الفترة من العام 2021 التي وصل فيها العجز إلى 7.7 مليار دينار.

4.2 التوزيع الجغرافي للصادرات والمستورادات:

وبالنظر إلى الشركاء الرئيسيين للأردن من ناحية الصادرات فلم يحدث أي تغير يذكر عليهم حيث استمرت الولايات المتحدة الأمريكية بالصدارة تليها الهند ثم كل من السعودية والعراق خلال العام 2021 حيث يمكن القول بأن ما يقارب من 60% من إجمالي الصادرات الوطنية لعام 2021 تركزت في كل من الدول العربية والولايات المتحدة. ويُظهر الشكل (8) أدنى أن أكبر نسبة من الصادرات الوطنية خلال العام 2021 كانت متوجهة إلى الولايات المتحدة الأمريكية بما نسبته 26.3% تلتها كل من الهند 15.0% والسعودية 12.1% والعراق 6.8%. وبالنظر إلى البيانات الخاصة بالشركاء الرئيسيين خلال الأحد عشر شهراً الأولى من العام 2022 استمرت الولايات المتحدة الأمريكية بالصدارة بما نسبته 20.9% من إجمالي الصادرات الوطنية تلتها الهند 16.5% ومن ثم السعودية والعراق بما نسبته 10.2% و6.9% على التوالي.

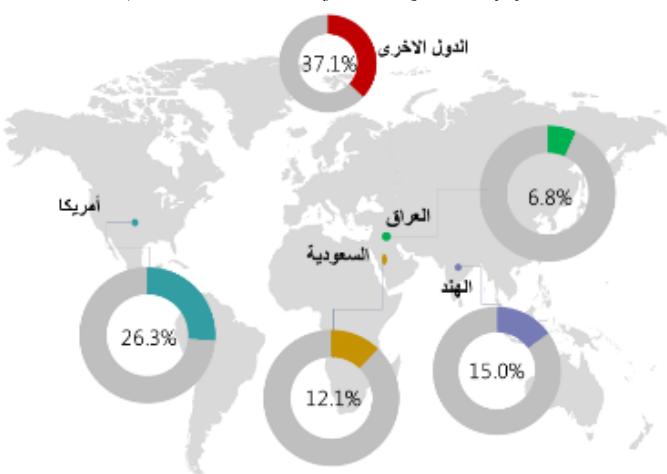
ويبين الشكل (9) أدناه أن الدول الشريكة للأردن من حيث المستورادات خلال العام 2021 تمثلت بـ: الدول العربية والدول الأوروبية والولايات المتحدة وتركيا ودول شرق آسيا وخصوصاً الصين والتي تعد من أهم الشركاء التجاريين للأردن في جانب المستورادات. ووفقاً للبيانات الخاصة بالمستورادات خلال العام 2021، لم يحدث أي تغير على هيكل الشركاء فقد تصدرت السعودية القائمة بما نسبته 14.9% تلتها كل من الصين 14.5% والإمارات 6.6% والولايات المتحدة الأمريكية 6.4% وألمانيا 3.5% ومصر 3.3% وتركيا 3.2%. وبالنظر إلى البيانات الأولية الخاصة بالشركاء الرئيسيين خلال الأحد عشر شهراً الأولى من العام 2022 تصدرت الصين القائمة بما نسبته 15.2% من إجمالي المستورادات الأردنية تلتها السعودية 15.0% والإمارات 8.3% والولايات المتحدة الأمريكية 5.3%.

الشكل (9): التوزيع الجغرافي لل الصادرات خلال العام 2021



المصدر: دائرة الإحصاءات العامة/بيانات أولية

الشكل (8): التوزيع الجغرافي لل الصادرات خلال العام 2021



4.3 التركيب السلعي للصادرات والمستورادات:

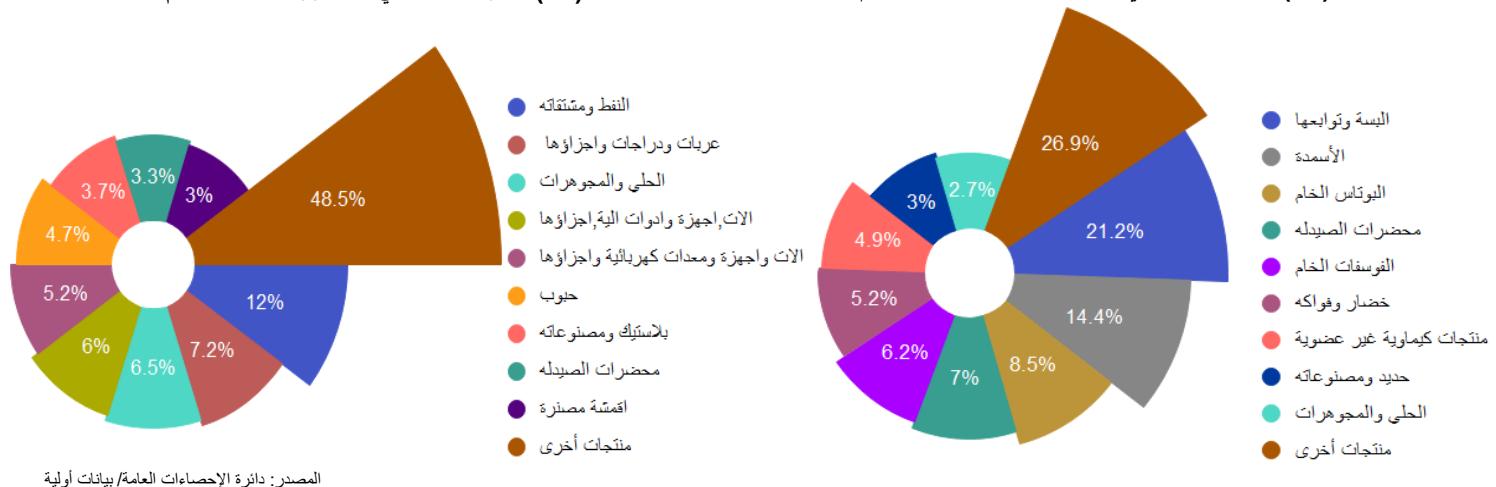
وفيما يتعلق بالتركيب السلعي للصادرات لازالت منتجات الألبسة وتوباعها، البوたس الخام، الخضار والفواكه، الأسمدة، الفوسفات، والمنتجات الكيماوية غير العضوية تشكل الهرم الرئيسي للصادرات الأردنية، ويوضح الشكل (10) أدناه التركيب السلعي للصادرات الوطنية خلال العام 2021 حيث شكل منتج الألبسة وتوباعها ما نسبته 21.2% من إجمالي الصادرات الوطنية وبما قيمته 1.28 مليار دينار، يليه الأسمدة 14.4% والبوتاس الخام 8.5%. وحول طبيعة أبرز السلع المصدرة خلال الأشهر العشرة الأولى من العام 2022 لم يتغير هيكل الصادرات حيث جاءت الألبسة وتوباعها بالمرتبة الأولى تلتها الأسمدة ثم البوتاس الخام والفوسفات الخام والمنتجات الكيماوية.

كما لم يتغير التركيب السلعي للمستورادات الأردنية خلال العام 2021، حيث لا زالت منتجات النفط الخام ومشتقاته، العربات والدرجات وأجزائها، الآلات والأجهزة الكهربائية، الحبوب تشكل الهرم الرئيسي للمستورادات الأردنية. ويبين الشكل (11) أدناه أن النفط الخام ومشتقاته يشكل ما نسبته 12.0% من إجمالي المستورادات الأردنية يليها العربات والدراجات وأجزاؤها 7.2%，الحلي والمجوهرات 6.5%，الآلات وأجهزة وأدوات آلية وأجزاؤها 6.0%，الآلات والأجهزة الكهربائية 5.2% والحبوب 4.7%. ولم يتغير التركيب السلعي للمستورادات الأردنية خلال الأشهر العشرة الأولى من العام 2022 إلا أن المستورادات من منتجات الحلي والمجوهرات ارتفعت بشكل ملحوظ وبما نسبته 101.4% مقارنة بنفس الفترة من العام 2021.

ساهمت الصناعة وبعض القطاعات الخدمية في تعافي النمو الاقتصادي للأردن خلال النصف الأول من عام 2021، في حين أن العديد من القطاعات الفرعية لم تصل إلى أداءها المعهود قبل وقوع الجائحة. فالنمو في قطاع الخدمات يعتمد على التمويل والتأمين فضلاً عن القطاعات الفرعية للخدمات الحكومية حيث ساهم كل منها بما نسبته 60% و25% من نمو الخدمات على التوالي إلا أن الركود الطويل في قطاع السياحة الداخلية والخارجية أدى إلى إعاقة انتعاش قطاع الخدمات. أما القطاع الصناعي والذي يعتمد على التعدين والمحاجر والصناعة فقد نما نمواً حقيقياً، الأمر الذي عكس انتعاشاً صحيحاً على صادرات المواد الكيميائية والفوسفات. وفيما يلي استعراض لواقع القطاع الصناعي والخدمي في الأردن.

الشكل (11): التركيب السلعي لل المستوردة خلال العام 2021

الشكل (10): التركيب السلعي للصادرات الوطنية خلال العام 2021



المصدر: دائرة الإحصاءات العامة/بيانات أولية

4.4 الصادرات السلعية:

يعتبر القطاع الصناعي في الأردن من ضمن القطاعات الأكثر أهمية من الناحية الاقتصادية من حيث القيمة المضافة للاقتصاد والارتباطات مع القطاعات الأخرى مثل: النقل والتأمين والزراعة والتجارة، وتوفير الأيدي العاملة حيث يشغل القطاع حوالي 250 ألف عامل ضمن ما يزيد عن 17 ألف منشأة. كما يساهم القطاع بما يقارب 23.5% وحوالي 20% خلال الثلاثة أربعاء الأولى من عام 2022، وتشكل الصادرات الصناعية ما يقارب 94% من إجمالي الصادرات السلعية. وتحتل شركات التصنيع في الأردن القدرة على توسيع الصادرات ورفع مستواها والمشاركة في سلاسل القيمة العالمية، والارتقاء في سلم الجودة من خلال ابتكار وإنتاج وتصدير منتجات أكثر تقدماً من الناحية التكنولوجية، أو جودة أفضل للمنتجات المتنوعة، والتسويق من خلال العلامات التجارية والجغرافية.

ونظراً للأزمة التي خلفتها جائحة كورونا على العالم وتداعياتها اللاحقة فمن المتوقع أن تصبح الصناعة المحرك الرئيسي للانتعاش الاقتصادي في مرحلة التعافي من تداعيات هذه الأزمة، الأمر الذي سيؤدي بالضرورة إلى المزيد من الابتكار وزيادة الإنتاجية وتشغيل الأيدي الماهرة والذي بدوره سيعمل على زيادة الصادرات ورفع مستوى المعيشة.

4.5 الصادرات الزراعية:

يعتبر قطاع الزراعي من أهم القطاعات الاستراتيجية والتي تحافظ على الأمن الغذائي في المملكة كما ويعد أحد القطاعات الأكثر تنافسية في الأردن بالرغم من تدني نسبة مشاركته في الناتج المحلي الإجمالي مقارنة مع القطاعات الأخرى. حيث بلغت نسبة مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي حوالي 4.7% ما يقارب 5.4% وحوالي

خلال الثلاث أرباع الأولى من العام 2022. ووفقاً لبيانات دائرة الإحصاءات العاملة فقد بلغ عدد المشتغلون الأردنيون من أعمارهم 15 سنة فأكثر في القطاع الزراعي 26,271 عامل خلال العام 2021، كما يُعد القطاع الزراعي من أكثر القطاعات التي تتركز فيها العمالة الوافدة -غير الأردنية- ووصل عدد العمالة الحاصلة على تصاريح عمل 79,609 خلال العام 2021 وفقاً لبيانات وزارة العمل.

وبلغت الصادرات من الخضار والفواكه خلال العام 2021 حوالي 313.5 مليون دينار لترتفع بما يقارب 34% عن العام 2020، وتعد البندورة، الفلفلة أو الفلفل، الكوسا، الدراق، المشمش والتمر من أهم المنتجات الزراعية المصدرة وتعتبر دول الخليج والعراق من أهم الوجهات التصديرية للمنتجات الزراعية الأردنية، كما وبلغت قيمة الصادرات الوطنية من الخضار والفواكه خلال الأشهر العشرة الأولى من العام 2022 حوالي 224.6 مليون دينار مسجلة انخفاضاً بما نسبته (20.4%) مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021. ووفقاً لتقديرات البنك الدولي في العام 2018 فإن الأردن يستغل ما نسبته من 50-60% فقط من إمكاناته التصديرية لفواكه والخضروات ولديه إمكانات تصديرية غير مستغلة تزيد على مليار دولار سنوياً². ويحتاج القطاع الزراعي الأردني إلى البناء على ميزته التنافسية في القطاع الزراعي وتحقيق إمكاناته غير المستغلة في تصدير الفواكه والخضروات ذات القيمة العالية، وبالتالي تعزيز الوظائف والاستثمارات وعائدات التصدير.

4.6 الفرص غير المستغلة للصادرات الأردنية:

إن الاستقرار السياسي في الأردن إلى جانب موقعه الاستراتيجي عند ثلات قارات يمنحه فرصاً ممتازة لجني الفوائد الاقتصادية. وبفضل هذه المزايا التنافسية، فإنه مؤهل للاستفادة من عقد العديد من الاتفاقيات واستكشاف خيارات جديدة من الأسواق الخارجية في أفريقيا وآسيا وغيرها. وبالرغم من ذلك ما زال هناك إمكانات وفرص تصديرية غير مستغلة للمنتجات الأردنية إلى مختلف دول العالم ووفقاً للمؤشرات الصادرة عن مركز التجارة الدولية تصل هذه الفرص التصديرية إلى ما يزيد عن 4.4 مليار دولار، وتشير نتائج دراسة أعدها مركز التجارة الدولية إلى أن الأردن في حال استغل هذه الفرص فمن الممكن أن تصل صادراته إلى ما يقارب 10.5 مليار دولار، ووفقاً لخريطة إمكانيات التصدير. أما المنتجات الأردنية ذات الإمكانيات التصديرية والتي يمكن أن يستفيد منها الأردن فهي الأسمدة بقيمة 735 مليون دولار، تليها المنتجات الكيماوية 733 مليون دولار، وكذلك منتجات الملابس بقيمة 569 مليون دولار ومحضرات الصيدلة بقيمة 467 مليون دولار والحيوانات الحية بقيمة 463 مليون دولار واللحى والمجوهرات بقيمة 131 مليون دولار والمنتجات الغذائية (المصنعة أو المحفوظة) بقيمة 85 مليون دولار وغيرها من المنتجات. ومن ناحية الأسواق ووفقاً لنتائج مركز التجارة الدولية فإن الأسواق ذات الإمكانيات الأكبر لنفاذ الصادرات الأردنية من المنتجات وفقاً للمناطق الجغرافية هي الشرق الأوسط وأمريكا الشمالية وجنوب آسيا ويظهر الشرق الأوسط كأكبر مجال لتحقيق فرص تصديرية إضافية بقيمة 1.2 مليار دولار تليها أمريكا الشمالية بـ 697 مليون دولار. ويظهر الشكل (12) أدنى الأسواق ذات الفرص التصديرية للصادرات الأردنية. وعلى مستوى الدول فإن الأسواق ذات الفرص التصديرية أمام الصادرات الأردنية من جميع المنتجات هي الولايات المتحدة على الرغم من أن الصادرات الأردنية إلى الولايات المتحدة الأمريكية تمثل

24.2% من إجمالي الصادرات المحلية خلال عام 2020 إلا أن هناك عدداً من المنتجات التي يصدرها الأردن إلى الولايات المتحدة الأمريكية ولكنها لم تتحقق بعد إمكاناتها الكاملة حيث تبلغ الفرص التصديرية غير المستغلة إلى الولايات المتحدة الأمريكية 630 مليون دولار، تليها الهند بـ 500 مليون دولار وال سعودية 439 مليون دولار والصين 305 مليون دولار والإمارات 225 مليون دولار وغيرها من الدول الأخرى.

سيؤدي استغلال هذه الفرص التصديرية إلى ضمان تحقق التنوع السمعي والجغرافي المطلوب للصادرات وخلق العديد من الوظائف، وفقاً للدراسة التي أعدتها مركز التجارة الدولية فإن تحقيق الأردن لهذه الفرص التصديرية سيخلق أكثر من 117 ألف وظيفة منها 37% وظائف مباشرة و63% وظائف غير مباشرة كما ستحصل الإناث على حوالي 23% من هذه الوظائف.

الشكل (12): الأسواق ذات الفرص التصديرية للصادرات الأردنية من جميع المنتجات وفقاً للمناطق الجغرافية



4.7 صادرات قطاع الخدمات:

قطاع الخدمات الأردني كان وما زال من أهم القطاعات المشتركة بين الحكومة والقطاع الخاص فمعظم الخدمات الرئيسية يتم تقديمها من الجانبين. ويتميز هذا القطاع بمساهمته العالية في الناتج المحلي الإجمالي حيث بلغت نسبة مساهمته 70.3% خلال الثلاثة أرباع الأولى من عام 2022³، وفي مايلي الناتج المحلي الإجمالي لأبرز القطاعات الخدمية:

- خدمات المال والتأمين والعقارات وخدمات الأعمال والتي بلغت قيمتها من الناتج المحلي الإجمالي 4.4 مليار.
- خدمات التجارة والمطاعم والفنادق والتي تبلغ قيمتها من الناتج المحلي الإجمالي 2.3 مليار دينار.
- النقل والاتصالات والتي بلغت قيمتها من الناتج المحلي الإجمالي 2.0 مليار دينار.
- الخدمات الاجتماعية والشخصية بلغت 1.9 مليار دينار.

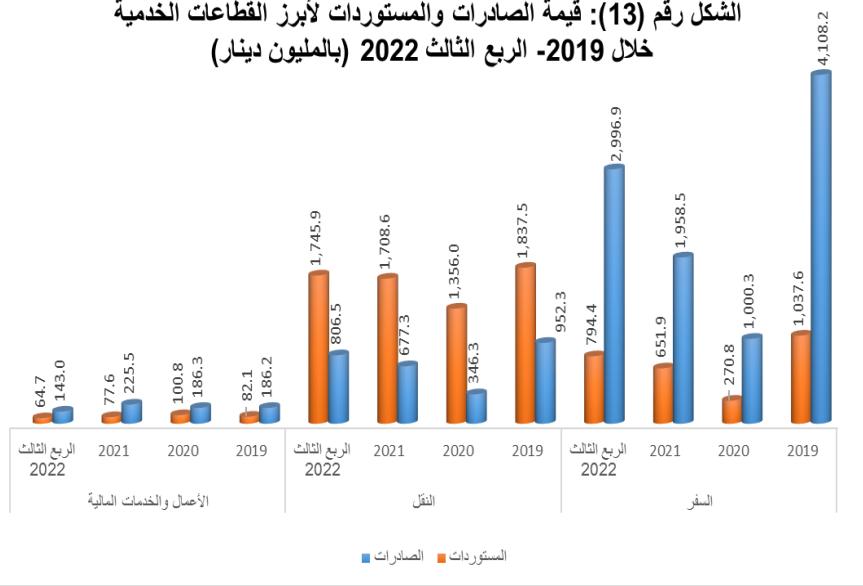
ووفقاً لدراسة أعدت سابقاً من قبل وزارة الصناعة والتجارة حول التجارة في الخدمات، فإن هذا القطاع يساهم في توظيف أكثر من 80% من القوى العاملة المحلية⁴، وتُعد نسبة مساهمة الخدمات (كقيمة مضافة) في الناتج المحلي الإجمالي أعلى من المتوقع بنسبة لمستوى تطور الأردن (مستوى الدخل)، لكن هذه النسبة انخفضت خلال الفترة 2000 - 2016 من 71.5% إلى 66.5%， على الرغم من نمو قطاع الخدمات بمعدل سنوي مقداره 4.47%， وبسبب ذلك هو نمو القطاعات الأخرى (الصناعي والزراعي) بشكل أسرع من الخدمات.

³ دائرة الإحصاءات العامة

⁴ Jordan: services trade performance and competitiveness diagnostics / البنك الدولي

وتكمّن أهمية قطاع الخدمات في قدرتها لتنافسية العالية للتصدير للأسوق العالمية نظراً لما تميّز بها الموارد البشرية الأردنية من مهارات وقدرات فنية وسمعة طيبة على المستوى الإقليمي والعالمي، حيث بلغت قيمة الصادرات الأردنية من الخدمات حوالي 5.6 مليار دينار في العام 2019، إلا أنه في العام 2020 انخفضت بشكل حاد لتصبح 1.8 مليار دينار نتيجة الأزمة التي ألمت بظلّالها وأثرت على القطاعات الخدمية -والتي من أهمها الإيرادات السياحية- ولكنها عاودت لارتفاع تدريجياً في العام 2021 ليصل إلى 3.2 مليار دينار أردني، واستمرت بالارتفاع خلال الثلاثة أرباع الأولى من العام 2022، حيث بلغت 4.1 مليار دينار. أما عن المستورّدات من القطاعات الخدمية فقد بلغت 2.19 مليار دينار خلال العام 2020 مقارنة بـ 3.4 مليار دينار في عام 2019 وقد أظهرت ارتفاعاً طفيفاً في العام 2021 حيث بلغت 2.92 مليار دينار أردني، و 3.08 مليار دينار أردني خلال الثلاثة أرباع الأولى من العام 2022.

الشكل رقم (13): قيمة الصادرات والمستورّدات لأبرز القطاعات الخدمية خلال 2019- الرابع الثالث 2022 (بالمليون دينار)

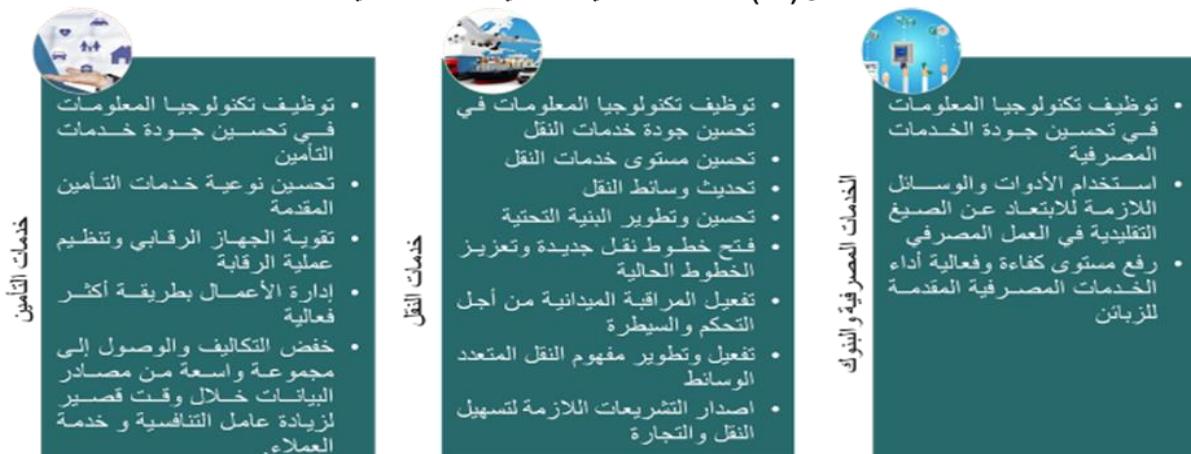


ويبيّن الشكل (13) المجاور قيمة الصادرات والمستورّدات وفقاً لأبرز القطاعات الخدمية خلال الأعوام 2019 - الرابع الثالث من العام 2022 بالمليون دينار حيث استحوذ قطاع السياحة على الحصة الأكبر من الصادرات. وتعدُّ الخدمات التقليدية (النقل، التخزين، التوزيع ...) من أعلى مساهمة في الناتج المحلي الإجمالي للفرد في الأردن وأعلى في صادراتها من الخدمات الحديثة (الاتصالات،

تكنولوجيا المعلومات، البحث والتطوير، حقوق الملكية ...) على الرغم من ازدياد أهمية الخدمات الحديثة بشكل أكبر كونها تتضمن قيم مضافة أعلى من التقليدية. وبالتالي فإن ارتفاع نسبة القيمة المضافة من الخدمات في الناتج المحلي الإجمالي للأردن سببه يعود للصادرات من الخدمات التقليدية، وانخفاض الصادرات من الخدمات الحديثة. ومن خلال الأداء التجاري لقطاع الخدمات في الأردن تبيّن أن أداء الأردن أعلى مما هو متوقع بالنسبة لمستوى تطوره، وتركز الصادرات والواردات في قطاعي النقل والسياحة حيث تبيّن أن الأردن لديه مشكلة في توسيع الخدمات، وقلة كثافة العامل التكنولوجي والبشري (المهارات) في القطاعات التي تحتاج إلى تلك العوامل، وقلة الواردات من الخدمات الحديثة والتي تمثل عنصرها من القطاعات الإنتاجية الأخرى.

وتتطور القطاع الخدمي في الأردن يتطلب بالضرورة توسيع الصادرات وبخاصة من الخدمات الحديثة غير التقليدية لأنها ذات قيمة مضافة أعلى وتمتّح مزيداً من التحرير فيه: خدمات تكنولوجيا الأعمال، خدمات الحاسوب، الخدمات المالية، خدمات حقوق الملكية الفكرية. ويبيّن الشكل (14) القطاعات الخدمية ذات القيمة المضافة العالية والتي من الممكن العمل حالياً على تطويرها لزيادة تنافسيتها.

الشكل (14): القطاعات الخدمية ذات القيمة المضافة العالية



المصدر: للدراسة التي وزراة الصناعة والتجارة حول التجارة في الخدمات

5. التحديات التي تواجه الصادرات الأردنية:⁵

يواجه القطاع الصناعي والتجاري والخدمي في المملكة العديد من التحديات التي تالت على الاقتصاد الوطني والتي شكلت محددات أمام إطلاق المزيد من الطاقات التصديرية وتعزيز القدرة التنافسية للأردن بما انعكس على التجارة الخارجية بصورة سلبية، وفيما يلي أهم التحديات التي تواجه الصادرات من الخدمات.

التحديات والمعيقات الداخلية:

▪ عدم القدرة على المنافسة مع المنتجات العالمية من حيث السعر:

بسبب ارتفاع الكلف الإنتاجية نظراً لارتفاع أسعار الطاقة في المملكة، التي تعتبر مكون رئيسي في عدد من الصناعات وتمثل النسبة الأكبر من التكاليف. كما أن ارتفاع أسعار المواد الأولية ومدخلات الإنتاج وصعوبة الحصول عليها في بعض الأحيان وتقلب أسعارها حسب شروط العرض والطلب، يحد من منافسة المنتج المحلي إلى جانب تحديات متعلقة بتوفر مدخلات الناتج المحلي بسبب ارتفاع كلفها مقارنة بالمدخلات المستوردة. كما يواجه القطاع الصناعي والزراعي ضعف إقبال العمالة الأردنية الماهرة نظراً لأنخفاض الأجور مقارنة بمستوى المعيشة، مما يؤثر على مدى التزام واستقرار العمالة، وفي حال توفر العمالة المطلوبة والتي تكون أجورها مرتفعة، فإن تكاليف الإنتاج ترتفع.

▪ انخفاض القدرة الإنتاجية وضعف استخدام التكنولوجيا:

يوجد اعتماد كبير على الأساليب التقليدية في عمليات التصنيع والإنتاج لبعض المنتجات نظراً لعدم القدرة في كثير من الأحيان على ادخال التكنولوجيا الحديثة في عمليات الإنتاج والتي تُسهم في رفع القدرة والكفاءة الإنتاجية الخاصة بها، إلى جانب تخفيض كلف الإنتاج مثل أغلب المنتجات الزراعية. كما تحتاج المنتجات الأردنية إلى الاستمرار في مواكبة التكنولوجيا وبالتالي إلى تعديل وتطوير مطابقة بعض المواصفات والمقاييس للمعايير المطبقة في الأسواق المستهدفة. ومن العوامل الرئيسية المهمة في رفع القدرة الإنتاجية هو الاهتمام بالبحث والتطوير وتدريب وتأهيل العمالة مما يخلق فرص للتطور والتوسع في الإنتاج على مستوى الشركات والمصانع.

⁵ مصادر مختلفة: تقارير غرفة صناعة الأردن، البنك الدولي -Opportunities in GCC markets for Jordanian horticulture 2017-، الملاحظات المرسلة من قبل جمعية رجال الأعمال الأردنيين، دراسات صادرة عن GIZ

- تحديات خاصة بتنظيم سلاسل القيمة والبنية التحتية ومرتبطة بقطاع الخضروات والفواكه:
 - ضعف البنية التحتية والتقنيات بعد الحصاد: قدرات التخزين، مرافق الفرز، النقل، سلسلة التبريد؛ يؤدي هذا الضعف إلى انخفاض مستوى الجودة وضعف وصول المنتجات للمستوى المطلوب من الوجهات المستهدفة.
 - ضعف بيئة تمكين الأعمال المتمثلة في مؤسسات القطاع، ومعامل البحث والتطوير.
 - عدم بذل الجهد الكافي لتطوير الموارد البشرية في القطاع حيث أن تعظيم القوة التصديرية لهذا القطاع تتطلب وجود قوة عاملة مؤهلة جاهزة للتكنولوجيات الجديدة والتسويق العالمي: فالتعليم العملي ضعيف حيث يفتقر الخريجون إلى المهارات العملية الازمة والموقف الصحيح للزراعة والكثير من المهندسين الزراعيين لا يجدون الوظائف الملائمة.
 - محدودية الشركات التي تقي بمتطلبات الوصول للأسواق المتغيرة من حيث جودة المنتج والتعبئة والشهادات (GMP,GAP). وضعف الاقبال على العلامات التجارية على المستوى الكلي ومستوى الشركات.

التحديات والمعيقات الخارجية:

- ارتفاع تكاليف الشحن عالمياً، الذي جاء مؤخراً كنتيجة لما حدث بعد انتشار فيروس كورونا الأمر الذي تبعه ارتفاع مفاجئ وغير متوازن للطلب العالمي، مما ينعكس على أسعار المنتجات بالارتفاع .
- المعيقات الإدارية غير الجمركية والسياسات الحمائية التي تفرضها بعض الدول والتي تعرقل حركة انتساب المنتجات الأردنية إلى أسواق تلك الدول .
- الأوضاع التي تمر بها دول المنطقة العربية من أزمات سياسية واقتصادية التي تواجه المنتجات الأردنية الأمر الذي خلق صعوبة في دخول المنتجات الأردنية إلى أسواق الدول العربية.
- انخفاض مستوى الأمن والحماية الشخصية والمالية للمصدرين الأردنيين في بعض الأسواق، نظراً لعدم الاستقرار السياسي في بعض الدول خصوصاً بعض الدول العربية والإفريقية.
- المنافسة القوية التي تتعرض لها المنتجات الوطنية من قبل المنتجات المنافسة والبديلة مما يخلق صعوبة في دخول أسواق تصديرية عالمية جديدة ضمن الامكانيات المتوفرة، و/أو التوسع في الأسواق التصديرية التي سبق وأن تم دخولها.
- ضعف البرامج التسويقية والترويجية، والمشاركة في المعارض الإقليمية والدولية، والقدرة المحدودة للتسويق للمنتجات والخدمات على المستوى الدولي.
- عدم وجود إطار تنظيمي لدعم تصدير الخضروات والفواكه واستراتيجية وطنية للتسويق والترويج في مجال الصادرات الزراعية.
- ارتفاع كلف الإنتاج لقطاع الزراعي بالدول المنافسة المنتج الأردني من حيث العمالة، الطاقة، المياه وأسعار مدخلات الإنتاج.

تحديات إضافية مرتبطة ب الصادرات الخدمات:

يتم تداول الخدمات من خلال أربعة أنماط محددة: عبر الحدود، الاستهلاك في الخارج، التواجد التجاري وتواجد الأشخاص الطبيعيين. وتضع الدول، وبخاصة الدول النامية، قيود مختلفة ضمن كل نمط من أنماط التوريد لكافة القطاعات، وذلك لأهمية هذا القطاع ولحماية الشركات المحلية.

ومن أكبر التحديات التي يواجهها القطاع الخدمي في عملية التصدير بشكل رئيسي حجم القيود المفروضة على تلك الأسواق والحصول على المعلومات حول الدخول للأسوق المستهدفة.

- **القيود التشريعية:** فمثلاً، تقوم بعض الدول بفرض قيود على تقديم الخدمات المهنية (المحاسبة والتدقير والخدمات الاستشارية القانونية للقانون المحلي والتمثيل في المحاكم والخدمات الاستشارية القانونية للقانون الدولي...) بحيث يسمح فقط بتقديم تلك الخدمات عبر الحدود ولكن لا يسمح بالتواجد التجاري داخل حدود تلك الدولة أو يمكن أن يتم السماح بالتواجد للأشخاص الطبيعيين لكن بقيود معينة، مثل الحصول على موافقة من الوكالات المعنية. مثل هذه القيود يمكن أن تزال من خلال الاتفاques والتفاهمات المتبادلة ترضي الطرفين، من شأنه فتح الأسواق أمام الخدمات الأردنية وحصولها على تسهيلات او امتيازات، دون ان يؤثر ذلك على السوق المحلي للخدمات.

- **نقص المعلومات:** نقص المعلومات حول تشريعات الناظمة لقطاع التجارة في الخدمات يعد سبباً رئيسياً في عزوف قطاع الخدمات الاردني نحو التوجه إلى الاسواق الدولية، ومن الأمثلة على المعلومات التي يحتاجها موردو الخدمة القيود المفروضة على حركة الأشخاص، وتشمل معلومات عن ترخيص المهن، وحصل تأشيرات الدخول، واحتياجات الاحتياجات الاقتصادية ومدة الإقامة للأشخاص الطبيعيين الأجانب (من غير جنسية الدولة المراد الدخول إليها) الذين يقدمون خدمات مثل المنقولين داخل الشركة، أو موردي الخدمات التعاقدية، أو مقدمي الخدمات المستقلين، إلى جانب معلومات حول الوجود التجاري مثل إجراءات التشريع والإجراءات الإدارية المتعلقة بتأسيس الشركة وشروط الحصول على تأشيرات العمل.

6. الدول المستهدفة في الاستراتيجية:⁶

تم اختيار عدد من الأسواق في كل من شمال أمريكا وجنوب وشرق إفريقيا وفي منطقة الخليج العربي وشمال آسيا ودول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

7. آلية تحديد الدول المستهدفة للتصدير:

الدولة	المعايير	الإطار التشريعي والتنظيمي ¹	الموقع الجغرافي ²	حجم السوق ³	العامل التقافية ⁴	الاستقرار السياسي والاقتصادي ⁵	حجم الطلب ⁶	نسبة النمو ⁷	مزايا أخرى
دول الخليج العربي	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	- الاستقادة من الفعاليات الدولية مثل اكسبو الدوحة. - الشراكة الصناعية التكاملية على المستوى الرباعي.
مصر	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	- التعاون الثلاثي بين الأردن ومصر والعراق. - الشراكة الصناعية التكاملية على المستوى الرباعي.
الجزائر	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	- الغاء القائمة السلبية للمنتجات الواردة إلى الجزائر ما يشكل آفاق تجارية جديدة لل الصادرات
كينيا	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	- بوابة الدخول إلى أسواق شرق إفريقيا
جنوب إفريقيا	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	- بوابة الدخول إلى سوق جنوب إفريقيا
سوريا	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	- يرتبط مجتمع الاعمال بعلاقات تجارية واجتماعية تاريخية - فرص واعدة في مشاريع اعادة الاعمار
فلسطين	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	- يرتبط مجتمع الاعمال بعلاقات تجارية واجتماعية تاريخية
الولايات المتحدة	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	- فرص كبيرة لتتنوع الصادرات
كندا	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	- الاستقادة من خبرة القطاع الخاص في السوق الأمريكي
العراق	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	- يرتبط مجتمع الاعمال بعلاقات تجارية واجتماعية تاريخية - التعاون الثلاثي بين الأردن ومصر والعراق - فرص واعدة في مشاريع اعادة الاعمار
الاتحاد الأوروبي: إيطاليا، ألمانيا، هولندا، هنغاريا	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	- توفر عدد كبير من برامج الدعم لدخول تلك الأسواق إلى جانب قواعد منشأة مبسطة. - تعتبر هولندا مركز لتوزيع منتجات الخضار والفواكه - وجود مبادرات تسهيل المستوردة. تعتبر هولندا مركز للتوزيع للدول المحيطة لمنتجاتها الأساسية
روسيا	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	- التوجه نحو توقيع اتفاقية مع الاتحاد الأوروبي متوسطي

1. توفر الإطار التشريعي والتنظيمي يزيد من تنافسية المنتجات الأردنية في الأسواق المستهدفة ومن العوامل الرئيسية لتسهيل التجارة ومعالجة الصعوبات التي تواجه النفذ إلى تلك الأسواق.

2. القرب الجغرافي يُساهم في التخفيف من تكاليف النقل والشحن وبالتالي زيادة التنافسية في الأسواق المستهدفة.

3. حجم السوق يزيد من الامكانيات التصديرية لاستيعابه لعدد أكبر من المنتجات المستوردة بما يزيد من الفرص للمنتجات الأردنية وتصريفها في تلك الأسواق، فعلى سبيل المثال الأسواق التقليدية الكبيرة المتقدمة مثل الولايات المتحدة وأوروبا وعلى الرغم من بعدها لكن الحجم الهائل وإمكانات تلك الأسواق ستتضمن للمصدرين في المراحل المبكرة بسهولة لكبر حجم تلك الأسواق وتتنوع الأنماط الاستهلاكية فيها.

4. معرفة وتقارب الثقافة تُساهم في تسهيل التفاهمات بين مجتمع الأعمال في مرحلة مبكرة.

5. إن عوامل الاستقرار لها انعكاسات مهمة على الأعمال التجارية مما يخفف المخاطر للمصدرين ومنها المالية وتخفيض الأعباء.

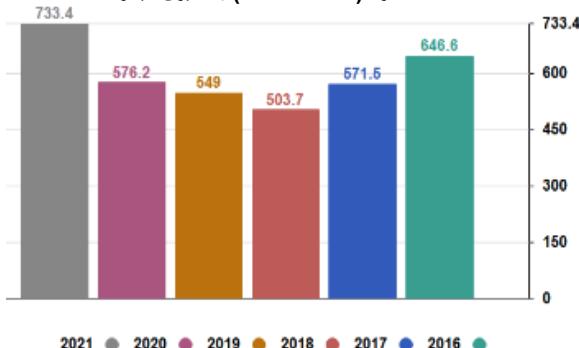
6. حجم الطلب للمنتجات ذات الفرص التصديرية يُساعد في استمرارية التصدير وخصوصاً في ظل عدم كفاية المنتج المحلي في الأسواق المستهدفة للطلب المتزايد.

7. تتضمن نسب النمو التي تشهدتها الأسواق التصديرية استمرارية الطلب نظراً لقوة القدرة الشرائية للمستهلك في تلك الأسواق.

⁶بيانات الخاصة بال الصادرات الوطنية إلى الدول مصدرها دائرة الإحصاءات العامة (بيانات العام 2021)

1. السعودية:

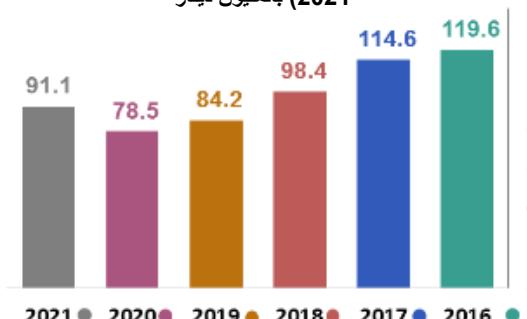
الشكل (15): قيمة الصادرات الوطنية إلى السعودية خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار



إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى السعودية ما قيمته 698.8 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 12.4% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

2. قطر:

الشكل (16): قيمة الصادرات الوطنية إلى قطر خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار



لتسجل ما نسبته 16% مقارنة مع العام 2020. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى قطر ما قيمته 95.3 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 25.3% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

3. الكويت:

الشكل (17): قيمة الصادرات الوطنية إلى الكويت خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار



الكويت انخفضت وخصوصاً عند المقارنة مع العام 2020 الذي شهد أحداثاً استثنائية أثرت على حركة التجارة العالمية.

حلت السعودية في المرتبة الأولى من بين دول منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى خلال العام 2021، والثالثة عالمياً من بين أهم الشركاء التجاريين للأردن، حيث بلغت حصة السعودية من إجمالي الصادرات الوطنية الأردنية ما نسبته 12.1%. ويبيّن الشكل (15) المجاور أن الصادرات الوطنية إلى السعودية عاودت الارتفاع في العام 2021 بعد ما شهدت انخفاضاً خال عامي 2018 و2019 عن العام 2017 لترتفع بما نسبته 27.3% مقارنة مع العام 2020. وبالنظر

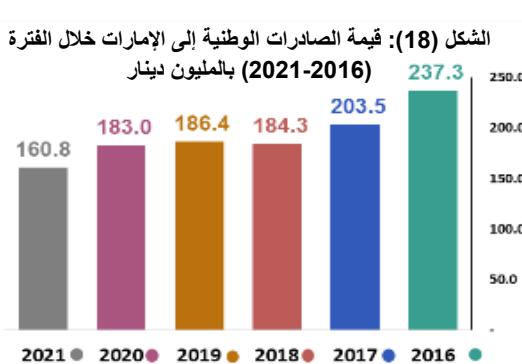
جاءت قطر في المرتبة السابعة من بين دول منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى التي توجهت إليها الصادرات الوطنية الأردنية خلال عام 2021، وبلغت حصة قطر من إجمالي الصادرات الوطنية مانسبته 1.5%. ويبيّن الشكل (16) المجاور بأن الصادرات إلى قطر شهدت تذبذباً ملحوظاً خلال الفترة 2021-2016 نتيجة للأحداث التي مرت بها خلال الأعوام الماضية، إلا أنها ارتفعت عن الفترة 2020-2019

لتسجل ما نسبته 16% مقارنة مع العام 2020. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى قطر ما قيمته 95.3 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 25.3% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

جاءت الكويت في المرتبة الرابعة بعد كل من السعودية والعراق والامارات من بين دول منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى التي توجهت إليها الصادرات الوطنية الأردنية، حيث بلغت حصة الكويت من إجمالي الصادرات الوطنية حوالي 2.6% خلال العام 2021. ويبيّن الشكل (17) المجاور بأنه وبالرغم من ارتفاع الصادرات الأردنية خلال العام 2021، إلا أن الصادرات إلى

وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى الكويت ما قيمته 103.2 مليون دينار مسجلة انخفاضاً بما نسبته (21.5%) مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

4. الإمارات المتحدة العربية:



احتلت الإمارات العربية المرتبة الثالثة من بين أهم الشركاء التجاريين للأردن في منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى خلال العام 2021، والخامسة على مستوى الشركاء الرئيسيين للأردن من ناحية حجم الصادرات حيث بلغت حصة الإمارات العربية من إجمالي الصادرات الوطنية للأردن حوالي 2.7% عام 2021. ويبين الشكل (18) وضع الصادرات الأردنية إلى الإمارات خلال الفترة 2016-2021.

(2021) وبأن الصادرات إلى الإمارات واصلت الانخفاض منذ العام 2017، وبلغت نسبة الانخفاض في العام ما يقارب (12%). وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى الإمارات ما قيمته 148.8 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 12.5% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

► المنتجات المستهدفة تصديرها إلى دول الخليج:

- | | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| 16. منتجات البحر الميت. | 8. البندورة الطازجة. | 1. حلوي ومجوهرات. |
| 17. منتجات الأعشاب الطبية والعطرية. | 9. سلع من منتجات الفوسفات والبوتاسي. | 2. البلاستيك. |
| 18. زيت الزيتون. | 10. منتجات كيميائية غير عضوية. | 3. الورق والورق المقوى وصناعات التعبئة والتغليف. |
| 19. كربونات الكالسيوم. | 11. الحيوانات الحية. | 4. الأدوية ومنتجات العناية الشخصية. |
| 20. الصناعات الغذائية. | 12. المكمملات الغذائية. | 5. خدمات تكنولوجيا المعلومات. |
| 21. فواكه. | 13. الملابس. | 6. الخدمات الاستشارية الإدارية والهندسية. |
| 22. الفلفل الحلو. | 14. التمور (المجهول). | 7. المنظفات والمعقمات. |
| 23. البرتقال والليمون. | 15. الأدوية البيطرية. | |

► أهم التحديات التي تواجه زيادة التصدير إلى دول الخليج والأنشطة التي من الممكن أن تساهم في الحد منها:

المعيقات / التحديات

- محدودية الاستفادة من الاتفاقيات ومذكرات التفاهم.
- المعيقات عبر الحدود الجمركية أو الفنية أو إغلاق المنفذ البري لتجارة الترانزيت.
- المتطلبات الإجرائية والفنية لدخول المنتجات.
- اختلاف المعايير الأردنية مع مواصفات بعض المنتجات في السعودية.
- الرسوم المفروضة من الجانب السعودي على شهادات المطابقة لإرساليات الخضار والفواكه لتبلغ 500 دولار / براد.
- الحصول على التأشيرات والاقامات للعاملين في قطاع الاستشارات بشكل عام.

الإجراءات التي تساهم في معالجة التحديات

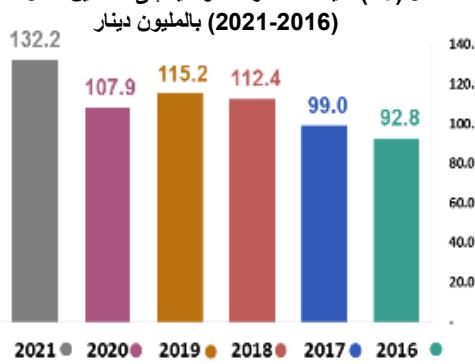
النشاط

المجال/ المحور

- | | | |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - التنسيق المستمر بين القطاعات والغرف الصناعية والتجارية حول المعيقات الإجرائية لتكون على جدول أعمال اللجان المشتركة. - تسريع اعتماد المؤسسة العامة للغذاء والدواء الأردنية كجهة لاصدار الشهادات الصحية للصادرات من المنتجات الغذائية والدوائية. - تشجيع القطاع الخاص بتوقيع مذكرات تفاهم في مجال الانشاءات والعطاءات. | <p>الإطار القانوني والتنظيمي</p> <ul style="list-style-type: none"> - تحديث وتطوير برامج الاعتراف بشهادات المطابقة وعلامة الجودة للمنتجات الموقعة تنفيذ برامج لتقدير الجاهزية التصديرية لإدارة الجودة للشركات الأردنية على مستوى قطاعي | <p>إدارة الجودة والمطابقة الفنية</p> |
|--|--|---|

5. فلسطين:

الشكل (19): قيمة الصادرات الوطنية إلى فلسطين خلال الفترة



بالرغم من أن السوق الفلسطيني يمثل المرتبة الخامسة ضمن أعلى الشركاء التجاريين للأردن في منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى خلال العام 2021، إلا أن الحصة من إجمالي الصادرات الوطنية للأردن بلغت حوالي 2.2%. وبين الشكل (19) المجاور وضع الصادرات الأردنية إلى فلسطين خلال الفترة (2021-2016) حيث شهدت الصادرات الوطنية إلى فلسطين تذبذباً خلال هذه الفترة لتشهد خلال العام 2021 ارتفاعاً ملحوظاً بما يقارب 22%

مقارنة مع العام 2020. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى فلسطين ما قيمته 164.7 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 57.4% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

► المنتجات المستهدفة تصديرها إلى فلسطين:

- | | |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 9. الصناعات الانشائية (الحديد والاسمنت). 10. المواشي وبشكل خاص الخراف. 11. الخدمات الاستشارية الإدارية والهندسية. 12. خدمات تكنولوجيا المعلومات. 13. بلاستيك. | <ol style="list-style-type: none"> 1. الصناعات الغذائية. 2. الصناعات الكيميائية ومستحضرات التجميل. 3. صناعات التعبئة والتغليف. 4. السجاد. 5. محضرات الغسيل. 6. كربونات الكالسيوم. 7. الخدمات اللوجستية المتعلقة بالشحن والنقل. 8. الملابس. |
|---|--|

► أهم التحديات التي تواجه زيادة التصدير إلى فلسطين والأنشطة التي من الممكن أن تساهم في الحد منها:

المعيقات/ التحديات

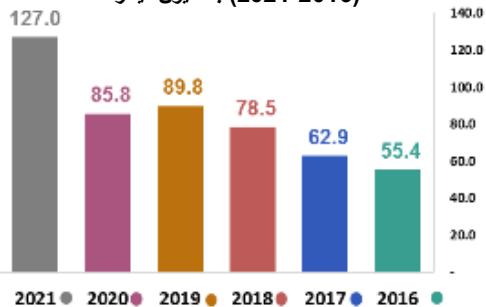
- ازدواجية الإجراءات الجمركية والرسوم الخاصة بها.
- قيود على حجم الاستيراد (الكوتا)
- الإجراءات التعقيدية على المعابر/ الفحص الأمني.
- ارتفاع الكلف التصديرية بسبب: تأخر بعض الردود الجمركية من الجانب الفلسطيني، المعيقات على المعابر الحدودية.

الإجراءات التي تساهم في معالجة التحديات

المجال / المحور	النشاط
الإطار القانوني والتنظيمي	<ul style="list-style-type: none"> - استكمال العمل ضمن الترتيبات والتفاهمات-الخاصة بزيادة حصة الصادرات الاردنية الى السوق الفلسطيني. - متابعة تنفيذ الاتفاقيات ومذكرات التفاهم الموقعة بين الجانبين ومراجعتها بشكل دوري ووضع خطة عمل للتنفيذ.
إدارة الجودة والمطابقة الفنية	<ul style="list-style-type: none"> - تعديل وتنفيذ خطة العمل الخاصة بالاعتراف المتبادل بشهادات المطابقة وعلامات الجودة بين مؤسسة الموصفات والمقاييس الاردنية ومؤسسة الموصفات والمقاييس الفلسطينية. - تحديد السلع ذات الأولوية الواردة في الترتيبات الجديدة ليتم العمل على مطابقتها مع الموصفات والمتطلبات النافذة في السوق الفلسطيني.
معلومات الأسواق	<ul style="list-style-type: none"> - توفير قاعدة بيانات للموردين والمنتجين الاردنيين الفلسطينيين. - توعية القطاع الخاص بالمتطلبات الخاصة بالتصدير الى السوق الفلسطيني بما فيها الترتيبات والتفاهمات الجديدة. - توعية القطاع الخاص بالمعايير المفروضة على حركة التبادل التجاري بين البلدين.
تعزيز التنافسية والتمويل	<ul style="list-style-type: none"> - تحديث وتطوير جسر الملك حسين بما يضمن فصل جسر الركاب عن جسر البصائر لضمان انساب البصائر.

6. مصر:

الشكل (20): قيمة الصادرات الوطنية إلى مصر خلال الفترة 2016-2021 (بالمليون دينار)



احتلت مصر المرتبة السادسة من بين من أهم الشركاء التجاريين للأردن في منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى خلال العام 2021، حيث بلغت حصتها من إجمالي الصادرات الوطنية للأردن حوالي 1.2%. يبين الشكل (20) المجاور وضع الصادرات الأردنية إلى مصر خلال الفترة (2016-2021) حيث شهدت الصادرات الوطنية إلى مصر خلال العام 2021 ارتفاعاً ملحوظاً بما يقارب

48% مقارنة مع العام 2020. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى مصر ما قيمته 140.9 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 47.7% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

► المنتجات المستهدفة تصديرها إلى مصر:

- 1. مستحضرات التجميل.
- 2. خدمات تكنولوجيا المعلومات.
- 3. الكيماويات.
- 4. الأدوية منها الأدوية البيطرية.
- 5. التمور
- 6. منتجات البحر الميت.
- 7. المبيدات الزراعية.
- 8. الاجهزه الكهربائيه.
- 9. كربونات الكالسيوم.
- 10. الملابس والمنسوجات.
- 11. الأعشاب العطرية والطبية.
- 12. التوابل.
- 13. الشاي.

► أهم التحديات التي تواجه زيادة التصدير إلى مصر والأنشطة التي من الممكن أن تساهم في الحد منها:

المعيقات / التحديات

- التطبيق الفعال لاتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجاري.
- معيقات فنية وإجرائية وإدارية حول نفاذ إلى السوق المصري.
- معيقات فنية وإجرائية للنفاذ إلى الأسواق عبر مصر (الترانزيت).
- معيقات إجراءات التسجيل لبعض المنتجات كالأدوية والاسمدة والمبيدات.
- معيقات النقل وارتفاع كلفه وبخاصة المنتجات الزراعية.
- ضعف التسويق للمنتجات التصديرية ذات الميزة التنافسية.

الإجراءات التي تساهم في معالجة التحديات

النشاط

المجال / المحور

- | | |
|--|----------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - استكمال العمل ضمن الترتيبات والتفاهمات الخاصة بزيادة حصة الصادرات الأردنية إلى السوق المصري. - متابعة تغيف الاتفاقيات ومذكرات التفاهم الموقعة بين الجانبين ومراجعتها بشكل دوري ووضع خطة عمل لتنفيذها. | الإطار القانوني والتنظيمي |
|--|----------------------------------|

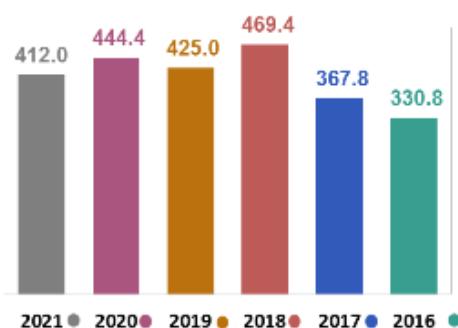
- | | |
|---|--------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - مراجعة البرنامج التنفيذي الخاص بمذكرة التفاهم حول الاعتراف المتبادل بشهادات المطابقة" والموقعة عام 2008 - تصميم برامج دعم في مجال المطابقة الفنية. | إدارة الجودة والمطابقة الفنية |
|---|--------------------------------------|

- | | |
|---|------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - خطة التوعية بالمعيقات الإجرائية والفنية المفروضة. | معلومات الأسواق |
|---|------------------------|

- | | |
|---|-------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - تنظيم وعقد المعارض التجارية المشتركة مع اتحاد البحرين المباشر | التسويق والترويج |
|---|-------------------------|

7. العراق:

الشكل (21): قيمة الصادرات الوطنية إلى العراق خلال الفترة 2016-2021 (بالمليون دينار)



احتلت العراق المرتبة الثانية من بين من أهم الشركاء التجاريين للأردن في منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى خلال العام 2021، والرابعة على مستوى الشركاء الرئيسيين للأردن من ناحية الصادرات، حيث بلغت حصة العراق من إجمالي الصادرات الوطنية للأردن حوالي 6.8% عام 2021. ويبيّن الشكل (21) المجاور وضع الصادرات الأردنية إلى العراق خلال الفترة (2021-2016) حيث شهدت تقريباً منذ العام 2018 إلا أنه من اللافت الانخفاض في العام 2021 بما يقارب (7%) مقارنة

مع العام 2020 والتي اعتبرت سنة استثنائية أثرت على حركة التجارة العالمية. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى العراق ما قيمته 471.8 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 40.8% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

► المنتجات المستهدفة تصديرها إلى العراق:

- | | |
|---|---|
| 1. الأسمدة. | 7. الأجهزة الكهربائية المنزلية. |
| 2. قطاع المقاولات | 8. الخدمات الاستشارية الإدارية والهندسية. |
| 3. الأدوية. | 9. الأشغال والنيلات والبذور. |
| 4. المواد الكيماوية. | 10. الطاقة النظيفة (معدات وخدمات). |
| 5. البلاستيك والورق وصناعات التعبئة والتغليف. | 11. خدمات تكنولوجيا المعلومات. |
| 6. مستحضرات التجميل. | 12. منتجات البحر الميت |
| 13. الأجهزة الكهربائية المنزلية. | 14. الفوسفات. |
| 15. خضار وفواكه. | 16. حيوانات حية. |
| 17. كربونات الكالسيوم. | 1. الصناعات الغذائية. |

► أهم التحديات التي تواجه زيادة التصدير إلى العراق والأنشطة التي من الممكن أن تساهم في الحد منها:

المعيقات / التحديات

- الإجراءات الجمركية والرسوم الخاصة بها.
- التحديات المتعلقة بإجراءات الشحن والنقل.
- التطبيق الفعال للتفاهمات الخاصة بالمتطلبات الإجرائية والفنية كعملية التسجيل المسبق للمنتجات للدخول إلى السوق العراقي.
- منع تصدير الأسمدة من خلال معبر طريبيل.
- التوسع في السياسة الحماية المنتجات العراقية.
- الحصول على التأشيرات والاقامات لشركات والعاملين وخبراء المشاريع وارتفاع كلفتها وطول إجراءاتها.
- معيقات متعلقة بالمطابقة الفنية.

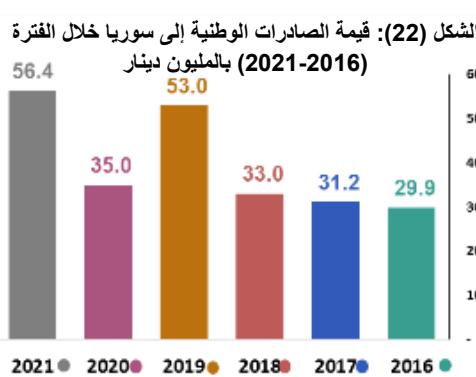
الإجراءات التي تساهم في معالجة التحديات

النشاط

المجال / المحور

- | | |
|--|--------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - وضع ومتابعة خطة عمل لتنفيذ الاتفاques والتفاهمات ومراجعتها بشكل دوري. - متابعة تنفيذ الاتفاques ومذكرات التفاهم الموقعة بين الجانبين ووضع خطة عمل للتنفيذ. | الإطار القانوني والتشريعي |
| <ul style="list-style-type: none"> - مراجعة مذكرة التفاهم الموقعة في العام 2010 بين مؤسسة المواصفات والمقييس الأردنية والجهاز المركزي للتقييس وإدارة الجودة والمطابقة الفنية - والسيطرة النوعية التابع للحكومة العراقية. | إدارة الجودة والمطابقة الفنية |
| <ul style="list-style-type: none"> - تصميم برامج دعم في مجال المطابقة الفنية. - خطة التوعية بالمعيقات الإجرائية والفنية والتحديث بخصوص الاتفاques والتفاهمات بين البلدين. | معلومات الأسواق |

8. سوريا:



بلغت حصة سوريا من إجمالي الصادرات الوطنية للأردن حوالي 9.0% خلال العام 2021. ويبيّن الشكل (22) المحاور وضع الصادرات الأردنية إلى سوريا خلال الفترة (2016-2021) حيث شهدت الصادرات الوطنية إلى سوريا تذبذباً خلال هذه الفترة لتسجل خلال العام 2021 ارتفاعاً ملحوظاً بما يقارب 61% مقارنة مع العام 2020. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى سوريا ما قيمته 60.2 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 33.2% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

► المنتجات المستهدفة تصديرها إلى سوريا:

► أهم التحديات التي تواجه زيادة التصدير إلى سوريا والأنشطة التي من الممكن أن تساهم في الحد منها:

- | | | |
|---|---|--|
| 1. كربونات الكالسيوم. | 8. الفوسفات والبوتاسي. | 1. مصنوعات بلاستيكية. |
| 2. الطاقة النظيفة (معدات وخدمات). | 9. مستحضرات التجميل. | 2. المواد الكيماوية. |
| 3. الخدمات اللوجستية المتعلقة بالشحن والنقل. | 10. الأسمدة. | 3. منتجات مطاحن الحبوب. |
| 4. إعادة الإعمار والتأهيل الاجتماعي والاقتصادي. | 11. الخدمات الاستشارية الإدارية والهندسية المطلوبة بالشحن والنقل. | 4. قطاع المقاولات والصناعات الانشائية. |
| 5. الصناعات الغذائية. | 12. الخضراءات والفواكه. | 5. الأدوية. |
| 6. خدمات الطبية. | 13. الكهرباء. | 6. المستلزمات والمنتجات الطبية والعناية الشخصية. |
| 7. منتجات البحر الميت. | | |

المعيقات / التحديات

- استدامة حركة المنتجات عبر الحدود بسبب الاضطرابات الجيوسياسية.
- المنافسة الدولية لمشاريع إعادة الإعمار.
- قيود على الأنشطة الاستثمارية والتصديرية بسبب الاضطرابات.
- منع منح رخص استيراد للحديد والإسمنت من قبل الجانب السوري.
- قيود على التحويلات المالية.
- المعيقات الأمنية التي تحد من الاستقرار لقطاع نقل البضائع برأ.

الإجراءات التي تساهم في معالجة التحديات

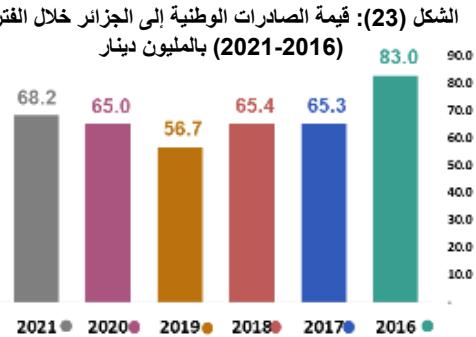
النشاط

المجال / المحور

- | | | |
|---|---|----------------------------------|
| <p>- إيلاء المفاوضات التجارية وتسريعها الأولوية للتوصل إلى تفاهمنا.</p> <p>- الترويج للدخول بشراكات في مشاريع إعادة الاعمار.</p> <p>- دراسة امكانية وضع برنامج تأمين البضائع المصدرة إلى الجانب اللبناني.</p> <p>- تقدير برامج دعم كلف الشحن.</p> | <p>الإطار القانوني والتنظيمي</p> | <p>التنافسية والتمويل</p> |
|---|---|----------------------------------|

9. الجزائر:

بالرغم من أن حصة الجزائر من إجمالي الصادرات الوطنية للأردن لا تتجاوز ما نسبته 1%， ولم تتجاوز في أحسن حالاتها خلال الأعوام الستة الماضية حاجز 83 مليون دينار، إلا أن السوق الجزائري يعتبر من الأسواق الواعد للصادرات الأردنية خلال العام 2021. ويبين الشكل (23) المجاور أداء الصادرات الأردنية إلى الجزائر خلال الفترة (2016-2021). وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى الجزائر ما قيمته 59.8 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 7.5% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.



► المنتجات المستهدفة تصديرها إلى الجزائر:

1. قطاع الصناعات الجلدية والمحيكات وقطاع الملابس.
2. الصناعات العلاجية والوازمن الطبية.
3. الصناعات التموينية والغذائية والزراعية والثروة الحيوانية.
4. خدمات تكنولوجيا المعلومات.
5. منتجات الصيدلة والأدوية.
6. الخدمات الاستشارية الإدارية والهندسية.
7. المنظفات والمعقمات.
8. الأدوية البيطرية.
9. كربونات الكالسيوم.
10. الاسمدة.
11. منتجات البحر الميت.

► أهم التحديات التي تواجه زيادة التصدير إلى الجزائر والأنشطة التي من الممكن أن تساهم في الحد منها:

المعيقات / التحديات

- التطبيق الفعال لاتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجاري.
- تحديات متعلقة بمستحقات الموردين.
- تحديات متعلقة بإجراءات الشحن وكلفتها.
- وجود معيقات تتعلق بالتحويلات المالية وصعوبتها.

الإجراءات التي تسهم في معالجة التحديات

النشاط

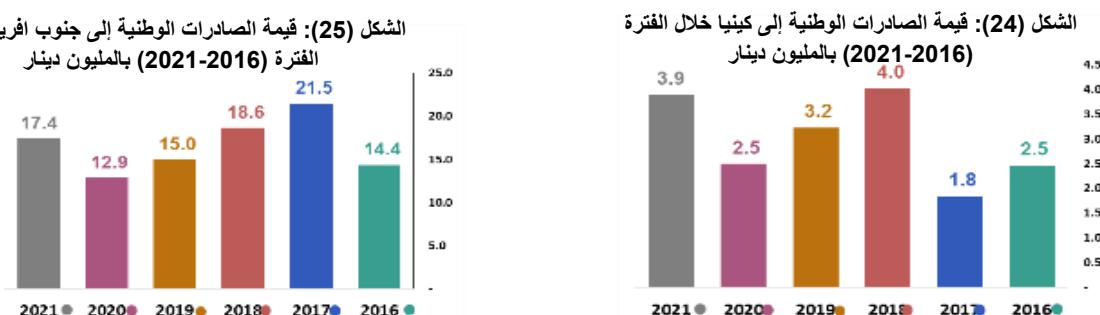
المجال/ المحور

<ul style="list-style-type: none"> - التنسيق المستمر بين القطاعات والغرف الصناعية والتجارية حول المعيقات الإجرائية والتحديات لتكون على جدول أعمال اللجان المشتركة. 	<p>الإطار القانوني والتنظيمي</p> <ul style="list-style-type: none"> - دراسة امكانية وضع برنامج تمويلي وضمان وانتeman الصادرات. - اعطاء السوق الجزائري ضمن الاسواق ذات الاولوية في برامج دعم الصادرات والشحن. 	<p>التنافسية والتمويل</p> <ul style="list-style-type: none"> - تنظيم وعقد المعارض التجارية المشتركة مع اتحاد البيع المباشر 	<p>التسويق والترويج</p>
---	---	--	--------------------------------

10. افريقيا (كينيا وجنوب افريقيا):

ما زالت الصادرات الاردنية الى كينيا ضعيفة، حيث بلغت حصة كينيا وجنوب افريقيا من إجمالي الصادرات الوطنية ما نسبته 0.1% و0.3% على التوالي خلال العام 2021. وتبيّن الاشكال (24) و (25) المجاورة أداء الصادرات إلى السوقين -كينيا وجنوب افريقيا- خلال الفترة (2016-2021). وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية الى كينيا ما قيمته 4 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 59.4% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021. كما سجلت الصادرات الوطنية الى جنوب افريقيا ما قيمته 23 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 65.9% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

الشكل (25): قيمة الصادرات الوطنية إلى كينيا وجنوب افريقيا خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار



الشكل (24): قيمة الصادرات الوطنية إلى كينيا خلال الفترة 2021-2016 (بالمليون دينار)

► المنتجات المستهدفة تصديرها إلى كينيا وجنوب افريقيا:

1. منتجات تكنولوجيا المعلومات (سلع وخدمات).
2. الأسمدة.
3. الكيماويات (فترات البوتاسيوم والقوسفات - هdroجين الفوسفات).
4. الأدوية.
5. مستحضرات التجميل.
6. منتجات البحر الميت.
7. الصناعات الغذائية.
8. الأجهزة الكهربائي.
9. زيت الزيتون والزيتون.
10. الأعشاب التي موطنها الأردن (خضراء ومجففة ومستخلصات).
11. الخدمات الاستشارية الإدارية والهندسية.

► أهم التحديات التي تواجه زيادة التصدير إلى كينيا وجنوب افريقيا والأنشطة التي من الممكن أن تساهم في الحد منها:

المعوقات / التحديات

- صعوبة المنافسة الدولية نظراً لارتفاع الرسوم الجمركية.
- عدم وضوح هيكل التعرفة والرسوم المستوفاة من الجهات في الجانب الكيني.
- مخاطر في النظام المالي.
- كلف الشحن المرتفعة وبخاصة جنوب افريقيا.

الإجراءات التي تساهم في معالجة التحديات

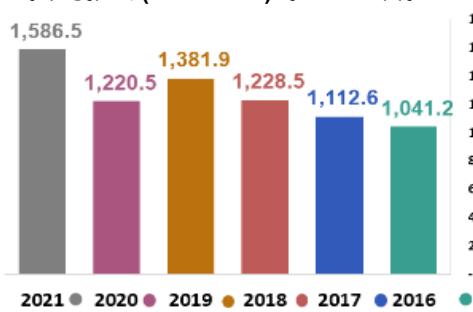
النشاط

المجال/ المحور

<ul style="list-style-type: none"> - حشد الدعم للتوفيق نحو بدء مفاوضات تجارة حرة مع اتحاد الكوميسا. - توقيع مذكرات تفاهم في مجال مطابقة المنتجات للاشتراطات الفنية. - توفير معلومات حول شهادات المطابقة ومتطلبات اعتماد المنتجات للسوق الكيني وسوق جنوب إفريقيا وكذلك حول هيئات المعايير الرئيسية لدى تلك الدول. - توفير معلومات حول أهم الموانئ البحرية والجوية وبعدها عن المدن الرئيسية، متضمنة الخدمات المقدمة في تلك الموانئ. - توفير معلومات حول وجود مناطق في كينيا معفاة من الرسوم الجمركية والضرائب مثل المناطق الاقتصادية الخاصة وما يعرف بمناطق تجهيز الصادرات. - دراسات سوق دورية حول المنتجات ذات الاهتمام. - تكثيف التسويق بين القطاع الخاص ومكتب المستشار الاقتصادي في كينيا حول تزويدهم بالنشرات الدورية لمختلف المجالات. - تضمين السوق الإفريقي ضمن برامج دعم تكاليف الشحن. - تشبيك الشركات التصديرية في برامج ضمان الصادرات. 	<p>الإطار القانوني والتنظيمي</p> <p>إدارة الجودة والمطابقة الفنية</p> <p>توفير المعلومات</p> <p>التنافسية والتمويل</p>
--	--

11. الولايات المتحدة الأمريكية وكندا:

الشكل (26): قيمة الصادرات الوطنية إلى الولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة (2016-2021) (بالمليون دينار



احتلت الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الأولى من حيث حصتها من إجمالي الصادرات الأردنية خلال عام 2020، حيث بلغت حصتها من إجمالي الصادرات الوطنية الأردنية حوالي 24.2%. ويبين الشكل (26) المجاور أداء الصادرات الأمريكية إلى الولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة (2016-2021) حيث أن شهدت ارتفاعاً حتى عام 2019 لتتلاطم بعدها خلال العام 2020 بما نسبته 11.7% مقارنة مع عام 2019، نتيجة لتأثيرات جائحة كورونا. وعادت

ال الصادرات ارتفاعها خلال العام 2021 بما يقارب 30% مقارنة مع العام 2020. وتعتبر كل من منتجات الألبسة وتواكبها أهم المنتجات التي يتم صادرها الأردن إلى الولايات المتحدة إلى جانب حصة من منتجات الصيدلة، الأسمدة، والمجوهرات واللحظي. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى الولايات المتحدة الأمريكية ما قيمته 1,426.8 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 12.3% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

وبالنظر إلى أرقام الصادرات الأردنية إلى كندا، نجد أنها ما تزال دون مستوى الطموح وخصوصاً بوجود اتفاقية تجارة حرة، حيث بلغت حصة كندا من الصادرات الأمريكية حوالي 0.8% خلال العام 2021. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى كندا ما قيمته 59.7 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 42.0% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

الشكل (27): قيمة الصادرات الوطنية إلى كندا خلال الفترة (2016-2021)



► المنتجات المستهدفة تصديرها إلى الولايات المتحدة وكندا:

1. الملابس وخصوصا إلى كندا.
2. الأدوية ومنتجات الصيدلة.
3. المجوهرات.
4. الفوسفات.
5. منتجات البحر الميت.
6. التمور بأنواعها.
7. المستلزمات والمنتجات الطبية. وادوات الحماية الشخصية.
8. الأغذية المصنعة.
9. الأغذية ذات المرجعية العرقية او الدينية Ethnic Food (الأغذية الحلال، الأغذية العربية).
10. كريونات الكالسيوم.
11. المشغولات اليدوية (مطرزات ومشغولات ذات طابع ثقافي).
12. المنتجات الفنية والثقافية (كتب وقصص مترجمة، لوحات فنية، أفلام قصيرة).

► أهم التحديات التي تواجه زيادة التصدير إلى الولايات المتحدة وكندا والأنشطة التي من الممكن أن تساهم في الحد منها:

المعيقات / التحديات

- محدودية معرفة الشركات الأردنية بأهمية ومتطلبات التصدير والدخول إلى تلك الأسواق.
- ارتفاع كلف الشحن.
- متطلبات التصدير وتكاليف رسوم الفحوصات للمنتجات المستهدفة إلى تلك الأسواق.
- متطلبات المواصفات والجودة العالمية بما فيها التعبئة والتغليف.
- محدودية المعلومات دراسات السوق ومتطلبات التصدير للمنتج أو الخدمة والربط مع الموزعين وال وكلاء والممثلين المحتملين للشركات.
- اختلاف الجهات الناظمة للاستيراد وشروط ومتطلبات التصدير بين الجزء الفرنسي والجزء الانجليزي / السوق الكندي.
- تحديات مرتبطة بالتأشيرات والاقامات.

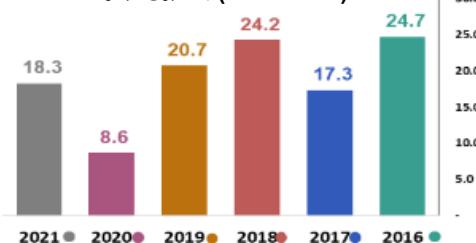
الإجراءات التي تساهم في معالجة التحديات

المجال / المحور	النشاط
توفير المعلومات	<ul style="list-style-type: none"> - توفير معلومات حول اهم الموانئ البحرية والجوية وبعدها عن المدن الرئيسية، متضمنة الخدمات اللوجستية المقدمة. - تعزيز معلومات الأسواق من خلال الدراسات التسويقية التحليلية على مع مستوى القطاع والقطاع الفرعى والمنتج مع التركيز على مستوى تنافسية الأسواق ومدى مطابقة المنتجات للاشتراطات الفنية.
التسويق والترويج	<ul style="list-style-type: none"> - ورش العمل التوعوية حول: <ul style="list-style-type: none"> ❖ اسوق الولايات الرئيسية وبعدها عن اقرب ميناء والمطارات وتكاليف مسار نقل الشحنات. ❖ متطلبات الدخول الى كندا ونقاط الاستعلام.
التنافسية والتمويل	<ul style="list-style-type: none"> - دعم المشاركة في المعارض وتنظيم المعارض التجارية وقاءات بين القطاع الخاص مع مجموعة محددة من اصحاب الاعمال الامريكيين لرفع الوعي حول المنتجات والخدمات الأردنية. - إنشاء تحالفات تصدير. - دراسة اقامة مشروع تخزين وتوزيع في 3 ولايات، للتشبيك مع الشركات الكبرى. - تعزيز عمل مكاتب الخدمات اللوجستية. - دعم الشركات في برامج دعم تكاليف الشحن.

12. دول الاتحاد الأوروبي:

❖ ايطاليا:

الشكل (28): قيمة الصادرات الوطنية إلى ايطاليا خلال الفترة 2016-2021(بالمليون دينار)



جاءت ايطاليا في المرتبة الرابعة من بين دول الاتحاد الأوروبي كمستورد للصادرات الوطنية الأردنية خلال العام 2021، بالرغم من أن حصتها من إجمالي الصادرات الأردنية حوالي 0.3% خلال العام 2021، ويبين الشكل (28) المجاور أداء الصادرات الأردنية إلى ايطاليا خلال الفترة (2016-2021). وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى ايطاليا ما قيمته 29.8 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 117.5% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

➤ المنتجات المستهدفة تصديرها إلى ايطاليا:

- 5. المشغولات اليدوية.
- 6. الصناعات الغذائية.
- 7. خدمات التعاقد (BBO/ITO).
- 8. خدمات تكنولوجيا المعلومات.
- 9. الملابس والمنسوجات.
- 10. منتجات البحر الميت.

الشكل (29): قيمة الصادرات الوطنية إلى هولندا خلال الفترة 2016-2021(بالمليون دينار)



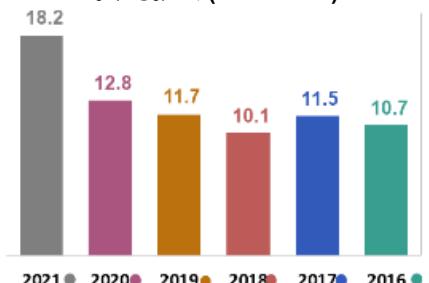
بلغت حصة هولندا من إجمالي الصادرات الوطنية مانسبة 0.7%. ويبين الشكل (29) المجاور أداء الصادرات الأردنية إلى هولندا خلال الفترة (2016-2021) حيث شهدت الصادرات الوطنية إلى هولندا ارتفاعاً متالياً خلال تلك الفترة. تتركز النسبة الأكبر من الصادرات الأردنية إلى هولندا في منتجات الألبسة وتوابعها، بالإضافة إلى الخضار والفاكه. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى هولندا ما قيمته 112.3 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 249.0% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

➤ المنتجات المستهدفة تصديرها إلى هولندا:

- 1. الأدوية ومنتجات الصيدلة.
- 2. الخضار والفاكه.
- 3. الصناعات الغذائية.
- 4. خدمات تكنولوجيا المعلومات.
- 5. الأسمدة.
- 6. الملابس وتوابعها.
- 7. منتجات الأعشاب الطازجة.
- 8. زيت الزيتون.
- 9. منتجات البحر الميت.
- 10. المشغولات اليدوية والفنية والتحف الشرقية.
- 11. البهارات.
- 12. خدمات التعاقد (outsource services).
- 13. التمور.

❖ المانيا:

الشكل (30): قيمة الصادرات الوطنية إلى ألمانيا خلال الفترة 2016-2021(بالمليون دينار)



الوطنية إلى المانيا ما قيمته 19.4 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 36.7 % مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

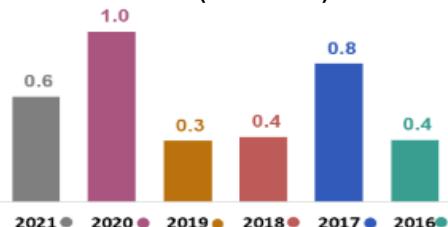
شهدت الصادرات الوطنية إلى ألمانيا ارتفاعاً متتالياً منذ عام 2018 وبنسبة نمو متقاربة ليشهد عام 2021 ارتفاعاً بما نسبته 940% مقارنة مع العام 2020. تتركز الصادرات الأردنية إلى ألمانيا في محضرات غذائية متعددة وتبلغ وأداله. وبين الشكل (30) المجاور وضع الصادرات الأردنية إلى المانيا المتواضع خلال الفترة 2016-2021. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات

13. كابلات.
14. الأغذية ذات الارتباط العرقي والديني (الأغذية الحلال، والأطعمة العربية).
15. خدمات التعاقد (BBO/ITO).
16. الخضار والفواكه.
17. البهارات.
18. فلفل حلو.

7. زيت الزيتون.
8. التمور.
9. بن محمص متزوع منه الكافيين.
10. مستحضرات تجميل أو زينة (تحتوي على منتجات البحر الميت).
11. مصنوعات من لدائن.
12. مصنوعات من الومنيوم.

➤ المنتجات المستهدفة تصديرها إلى ألمانيا:

الشكل (31): قيمة الصادرات الوطنية إلى هنغاريا خلال الفترة 2016-2021(بالمليون دينار)



إلى هنغاريا ما قيمته 0.6 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 71.5 % مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

بلغت حصة هنغاريا من إجمالي الصادرات الوطنية حوالي 0.01% خلال العام 2021. وبين الشكل (31) المجاور وضع الصادرات الأردنية إلى هنغاريا المتواضع خلال الفترة 2016-2021. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية

6. زيت الزيتون.
7. التمور.
8. الصناعات الغذائية.
9. الخضار والفواكه (من ضمنها الفلفل الحلو).

1. الأدوية ومستلزمات طبية.
2. الملابس وتوابعها.
3. الأسمدة.
3. منتجات البحر الميت.
5. منتجات الأعشاب الطازجة.

➤ المنتجات المستهدفة تصديرها إلى هنغاريا:

13. المملكة المتحدة:



يبين الشكل (32) المجاور أداء الصادرات الأردنية المتواضع إلى المملكة المتحدة خلال الفترة (2016-2021)، هذا ومن الجدير ذكره بأن الأردن قد وقع اتفاقية تجارة حرة مع المملكة المتحدة عند خروجها من الاتحاد الأوروبي ليحافظ على التفاصيل المتماثلة بالأفضليات الممنوحة من حيث الرسوم الجمركية. تركزت الصادرات الأردنية إلى المملكة المتحدة في منتجات الألبسة وتواوها، الخضار والفواكه، منتجات كيماوية. وبالنظر

إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى المملكة المتحدة ما قيمته 39.5 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 149.4% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

► المنتجات المستهدفة تصديرها إلى المملكة المتحدة:

1. صناعات الألبسة: الألبسة آخر، من مصادر أو كروشيه.
2. الصناعات الغذائية.
3. المنتجات الزراعية: تمور، الخضار والفواكه وفواكه مجففة.
4. صناعات المعادن: خزانات وبراميل ودنان وصناديق وعلب من حديد.
5. الصناعات الكيماوية: منظفات ومبيدات.
6. صناعات التعبئة والتغليف والورق: ورق صحى. بما فيه ورق "تواليت" وما يماثله.
7. منتجات البحر الميت.
8. منتجات الأسمدة.
9. المنتجات البلاستيكية.

► أهم التحديات التي تواجه زيادة التصدير إلى (إيطاليا وهولندا وألمانيا وвенغاريا وبريطانيا) والأنشطة التي من الممكن أن تساهم في الحد منها:

المعيقات / التحديات

- منافسة المنتجات الأردنية مع غيرها من حيث المطابقة الفنية.
- ضعف الترويج للمنتج الأردني أمام التاجر الأوروبي.
- ضعف القرارات التسويقية للشركات الأردنية المصدرة.
- ارتفاع كلف الشحن.
- المتطلبات المتعلقة بتطبيق قواعد المنشأ.
- ارتفاع حجم التجارة البينية بين دول الإتحاد الأوروبي، وأثرها على حجم المنافسة للمنتجات الأردنية.
- محدودية معرفة المصربين الأردنيين بالقوانين والتشريعات الأوروبية النافذة.

الإجراءات التي تسهم في معالجة التحديات

النشاط

المجال / المحور

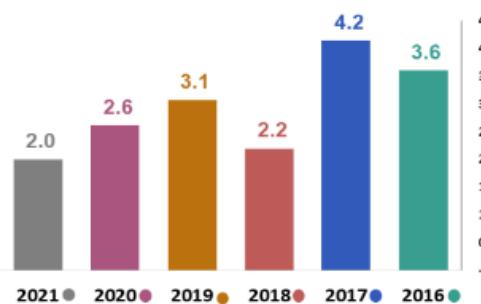
- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - برامج تقييم الجاهزية التصديرية من حيث المطابقة الفنية على مستوى قطاعي لتقييم مدى المطابقة الفنية للمنتجات المستهدفة لاختراق السوق المستهدف وتصميم برنامج دعم للتأهيل. - تأهيل المصانع الراغبة بالتصدير من قبل المؤسسة العامة للغذاء والدواء لتحقيق المتطلبات الفنية المتعلقة بالادوية والاغذية. - تعزيز معلومات الأسواق من خلال الدراسات التسويقية التحليلية على مع مستوى القطاع والقطاع الفرعى والمنتج مع التركيز على مستوى تفاصيل السوق ومدى مطابقة المنتجات للاشتراطات الفنية. - ورش العمل التوعوية حول المتطلبات الفنية والإجرائية للنفاذ إلى الأسواق المستهدفة. - دعم المشاركة في المعارض وتنظيم البعثات التجارية وقاءات بين القطاع الخاص مع مجموعة محددة من أصحاب الاعمال الأوروبيين لرفع الوعي حول المنتجات والخدمات الأردنية. | إدارة الجودة والمطابقة الفنية
توفير المعلومات
التسويق والترويج |
|---|---|

- دعم البحث والتطوير والإبتكار للمنتجات المستهدفة.
- إنشاء تحالفات تصدير.
- دعم الشركات في برامج دعم تكاليف الشحن.
- استقطاب الاستثمار في صناعة إحدى الماركات العالمية الأوروبية والبريطانية من الأليسة.

التنافسية والتمويل

14. الاتحاد الأوروبي (روسيا، كازخستان، بلاروسيا، أرمينيا، قيرغيزستان):

الشكل (33): قيمة الصادرات الوطنية إلى الاتحاد الأوروبي خلال الفترة (2016-2021) (بالمليون دينار)



تعتبر حصة الاتحاد الأوروبي من إجمالي الصادرات الوطنية متواضعة جداً وتتركز الصادرات الأردنية إلى دول الاتحاد في السوق الروسي الذي استحوذ على 80% من إجمالي الصادرات إلى الاتحاد. وإذا تم المضي قدماً في تعزيز الإطار التنظيمي مع دولة ما، روسيا مثلاً، تطلب الأمر توقيع اتفاق مع دول الاتحاد جماعاً. يبين الشكل (33) المجاور أداء الصادرات الأردنية إلى الاتحاد خلال الفترة (2016-2021). وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى الاتحاد الأوروبي ما قيمته 3.1 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 105.4% مقارنة مع الفترة نفسها من

العام 2021.

► المنتجات المستهدفة تصديرها إلى روسيا:

8. خلاصات للباغة والصباغة.
9. زيوت عطرية، صابون ومنظفات.
10. خدمات تكنولوجيا المعلومات.
11. التمور.
12. الصناعات الغذائية.
13. الخدمات الهندسية.
1. الخضار والفواكه (من ضمنها الفلفل الحلو، الخيار).
2. السكر والمصنوعات السكرية.
3. محضرات غذائية متعددة.
4. بيج وأبدال تنغ مصنعة.
5. منتجات كيماوية غير عضوية.
6. محضرات الصيدلة والأدوية.
7. الأسمدة.

► أهم التحديات التي تواجه زيادة التصدير إلى روسيا ودول أخرى من الاتحاد والأنشطة التي من الممكن أن تساهم في الحد منها:

المعيقات/ التحديات

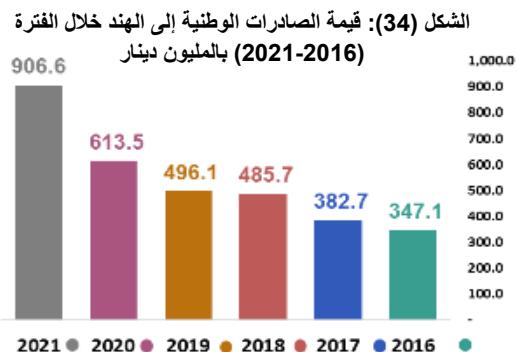
- محدودية المعلومات حول الأسواق.
- ارتفاع كلف الشحن.
- مخاطر في الجوانب المالية.

الإجراءات التي تسهم في معالجة التحديات

المجال/ المحور	النشاط	الإجراءات التي تسهم في معالجة التحديات
الإطار القانوني والتنظيمي	-	حد الدعم لبدء المفاوضات لتوقيع اتفاقية تجارة حرة مع دول الاتحاد.
توفير المعلومات	-	تعزيز معلومات الأسواق من خلال الدراسات التسويقية التحليلية على مستوى القطاع والقطاع الفرعى والمنتج مع التركيز على مستوى تنافسية الأسواق.
-	-	توفير معلومات حول مسارات الشحن المتوفرة والمطلوبة والتكاليف.
-	-	توفير معلومات حول المتطلبات الفنية والإجرائية للنفاذ إلى تلك الأسواق.
التنافسية والتمويل	-	تقديم برامج دعم للمخاطر المالية عند التصدير/ برامج ضمان الصادرات.
	-	دعم الشركات في برامج دعم تكاليف الشحن.

15. أسواق أخرى:

أ. الهند:



احتلت الهند المرتبة الثانية من حيث حصتها من الصادرات الوطنية الأردنية خلال العام 2021، فقد بلغت حصتها من الصادرات الأردنية ما نسبته 15% ويبين الشكل (34) المجاور وضع الصادرات الأردنية إلى الهند خلال الفترة (2021-2016) حيث شهدت الصادرات ارتفاعاً على مدار هذه الفترة لتسجل أعلى ارتفاع لها خلال العام 2021 بما نسبته 47.8% مقارنة مع العام 2020. ومن أهم ما يتم تصديره حالياً للهند الفوسفات والبوتاسيوم. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من

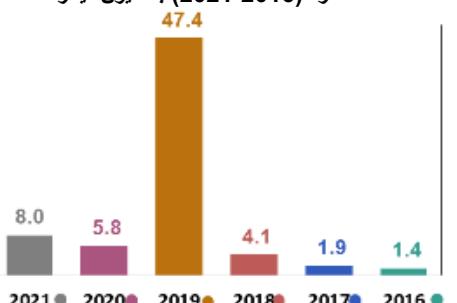
دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى الهند ما قيمته 1,128.8 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 68.3% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

► المنتجات المستهدفة تصديرها إلى الهند:

- 1. البوتاسيوم والفوسفات.
- 2. التمور.
- 3. منتجات البحر الميت.
- 4. الصناعات الغذائية.
- 5. الأسمدة.
- 6. سيليكا.

ب. سنغافورة

الشكل (35): قيمة الصادرات الوطنية إلى سنغافورة خلال الفترة 2016-2021 (بالمليون دينار)



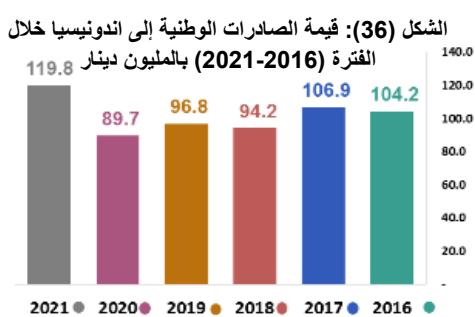
بالرغم من وجود اتفاقية تجارة حرة بين الأردن وسنغافورة والعلاقات الجيدة بين البلدين، إلا أن حصة سنغافورة من إجمالي الصادرات الوطنية للأردن لم تتعدى بأحسن أحوالها 0.1% باستثناء العام 2019 لتسجل ما قيمته 47.4 مليون دينار نظراً لارتفاع قيمة الصادرات من منتج زيوت وزيوت تحصل عليها من مواد معدنية. ويبين الشكل (35) المجاور وضع الصادرات الأردنية إلى سنغافورة خلال الفترة (2021-2016). وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة

من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى سنغافورة ما قيمته 10.2 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 43.9% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

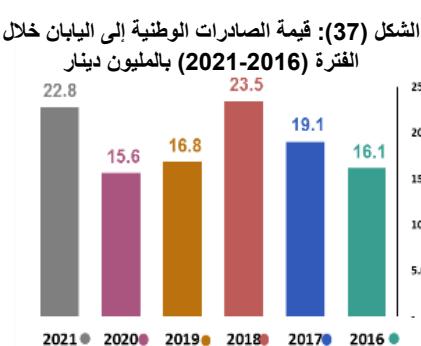
► المنتجات المستهدفة تصديرها إلى سنغافورة:

- 1. المواد الكيماوية.
- 2. الملابس.
- 3. الأدوية ومنتجات الصيدلة.
- 4. مستحضرات التجميل.
- 5. المجوهرات.
- 6. منتجات البحر الميت.
- 7. الأغذية المصنعة.
- 8. التمور.

ج. اندونيسيا واليابان:



يمكن النظر إلى تلك الدول كفرصة لتوزيع الصادرات الأردنية من بعض المنتجات التي يمتلك فيها ميزة تنافسية فيها. وعلى صعيد التبادل التجاري لتلك الدول، بلغت حصة اندونيسيا من إجمالي الصادرات الوطنية للأردن حوالي 2.0% خلال العام 2021. ويبين الشكل (36) وضع الصادرات الأردنية إلى اندونيسيا خلال الفترة (2016-2021). وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى اندونيسيا ما قيمته 203 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 88% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021. أما اليابان وحسب ما هو مبين في الشكل المجاور فتكاد تكون القيمة لا تذكر. ويبين الشكل (37)



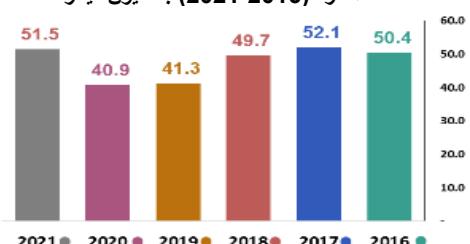
وضع الصادرات الأردنية إلى اليابان خلال الفترة (2016-2021). وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى اليابان ما قيمته 50.7 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 238.2% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

► المنتجات المستهدفة توزيعها إلى اندونيسيا واليابان:

- 1. الأسمدة
- 2. الكيماويات
- 3. الأدوية
- 4. التمور
- 5. كربونات الكالسيوم
- 6. منتجات البحر الميت
- 7. الأغذية المصنعة

د. سلطنة عمان:

بلغت حصة سلطنة عمان من إجمالي الصادرات الوطنية ما نسبته 0.9% خلال العام 2021. ويبين الشكل (38) أداء الصادرات الأردنية إلى سلطنة عمان خلال الفترة (2016-2021) (بالمليون دينار) حيث شهدت الصادرات الوطنية إليها تذبذباً ملحوظاً خلال الفترة 2016-2020 لتشهد خلال العام 2021 ارتفاعاً بما يقارب 26% مقارنة مع العام 2020. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى سلطنة عمان ما قيمته 42.3 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته (2.4%) مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

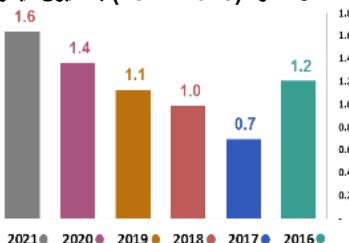


► المنتجات المستهدفة تصديرها إلى سلطنة عمان:

- 1. الملابس.
- 2. منتجات الصيدلة والأدوية.
- 3. الأسمدة.
- 4. الخضار والفواكه.
- 5. الحيوانات الحية.
- 6. الصناعات الغذائية.
- 7. ورق وورق مقوى ومصنوعاته.
- 8. بلاستيك ومصنوعاته.
- 9. منتجات البحر الميت.
- 10. منتجات كيماوية غير عضوية.

هـ. تزانيا:

الشكل (39): قيمة الصادرات الوطنية إلى تزانيا خلال الفترة (2016-2021) بـ(المليون دينار)



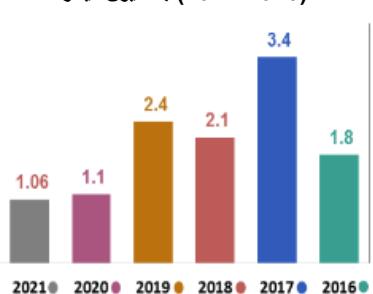
بلغت حصة تزانيا من إجمالي الصادرات الوطنية ما نسبته 0.03% خلال العام 2021. ويبين الشكل (39) وضع الصادرات الأردنية إلى تزانيا خلال الفترة (2016-2021) حيث شهدت الصادرات الوطنية إليها ارتفاعاً خلال الفترة 2018-2021 لتشهد خلال العام 2021 ارتفاعاً بما يقارب 20% مقارنة مع العام 2020. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى تزانيا ما قيمته 1.9 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 43.8% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

➢ المنتجات المستهدف تصديرها إلى تزانيا:

1. أسمدة.
2. منتجات الصيدلة والأدوية.
3. الملابس.
4. ورق وورق مقوى ومصنوعاته.
5. منتجات كيماوية غير عضوية.

و.أثيوبيا:

الشكل (40): قيمة الصادرات الوطنية إلى أثيوبيا خلال الفترة (2016-2021) بـ(المليون دينار)



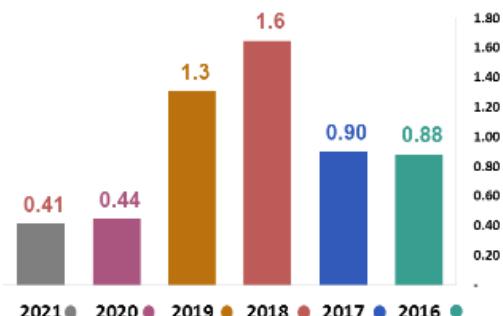
بلغت حصة أثيوبيا من إجمالي الصادرات الوطنية ما نسبته 0.02% خلال العام 2021. ويبين الشكل (40) المجاور وضع الصادرات الأردنية إلى أثيوبيا خلال الفترة (2016-2021) حيث شهدت الصادرات الوطنية إليها تذبذباً خلال هذه الفترة لتشهد أعلى قيمة لها خلال العام 2017 وتعاود بعدها الانخفاض خلال العام 2021 بما يقارب 7% مقارنة مع العام 2020. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى أثيوبيا ما قيمته 0.8 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 22.5% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

➢ المنتجات المستهدف تصديرها إلى أثيوبيا:

1. الملابس.
2. نترات البوتاسيوم.
3. كربونات الكالسيوم.
4. الأسمدة.
5. منتجات الصيدلة والأدوية.
6. الأدوية.
7. منتجات البحر الميت.
8. حمض الفوسفوريك.

ز. جيبوتي:

الشكل (41): قيمة الصادرات الوطنية إلى جيبوتي خلال الفترة 2016-2021 (بالمليون دينار)



بلغت حصة جيبوتي من إجمالي الصادرات الوطنية ما نسبته 0.01% خلال العام 2021. ويبين الشكل (41) المجاور وضع الصادرات الأردنية إلى جيبوتي خلال الفترة (2016-2021) حيث شهدت الصادرات الوطنية إليها تذبذباً خلال هذه الفترة لتشهد أعلى قيمة لها خلال العام 2018 وتعود بعدها الانخفاض ليشهد العام 2021 انخفاضاً بما يقارب 6% مقارنة مع العام 2020. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى جيبوتي ما قيمته 1.0 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 174.1%

➤ المنتجات المستهدفة تصديرها إلى جيبوتي:

1. تبغ وابداله.
2. كربونات الكالسيوم.
3. محضرات أساسها الحبوب، او الدقيق او النشاء (فطائر ذات ترابيع مجوفة، ورقائق منضدة هشة ويفر أو جوفريت).
4. المبيدات الحشرية.
5. منتجات البحر الميت.

التحديات / الفرص على

المستوى الاقفي

يستهدف هذا الجزء الاستراتيجيات الافقية

لمعالجة التحديات والتي استندت على تجارب

عدد من الدول وتم تضمين تجارب الدول في

السياسات المتعلقة بال الصادرات

أثبتت الدراسات بأن تأثير الاستراتيجيات والتدخلات التي تطبقها الدول فيما يخص الصادرات تختلف درجة تأثيرها وحسب النتائج المستهدفة للسياسات الموضوعة، وبين الجدول أدناه تحليلاً لعدد من الدراسات التي أجريت على سياسات عدد من الدول بهذا الخصوص وتتوعد لتشمل كافة المحاور المطلوبة لتعزيز تنافسية وزيادة الصادرات.

الدولة	التدخلات	الاثر	المصدر
ايرلندا	- منح للاستثمار في التكنولوجيا أو التدريب أو رأس المال المادي ، - ودراسات الجدوى ، واقتراض التكنولوجيا	- تأثير إيجابي للمنحة على كثافة الصادرات (بين المصادر بالفعل) عندما كانت المنحة كبيرة بما يكفي.	Görg, Henry, and Strobl (2008)
	- المنحة 45-60٪ من تكلفة رأس المال	- لا يوجد تأثير كبير للمصادر لأول مرة	
	- تدفع على أساس تفضيل مراجعات دورية		
التشيك	- ضمانت انتظام الصادرات ضد المخاطر السياسية والتجارية دون قيود على السقوف أو حجم ونوع الشركة	- تأثير على زيادة تدفق الصادرات على المديرين القصير والطويل	Janda, Michalikova, and Skuhrovec (2013)
تونس	- منح لتنمية الصادرات: منتج جديد ، أسواق جديدة ، أو مهارات تصدير للمصادر لأول مرة	- تأثير على زيادة قيمة الصادرات تأثير إيجابي على تنوع الصادرات	Cadot et al. (2011)
	- تقديم أنشطة للتأهيل فيما يخص نقص المعلومات لأسواق التصدير	- تأثير إيجابي على المصادر لأول مرة بعد ٣ سنوات، كان أداء المصادر الحاصلين على المنحة شبّهه لأداء غير الحاصلين عليها	
كوريا	- شبكة من مكاتب ترويج الصادرات في الخارج 74 مكتباً بهدف: توفير المعلومات التشبيك بين الأعمال تعزيز المشاركة في المعارض الدولية تسويق تكنولوجيا المعلومات والصناعات الثقافية	- تأثير إيجابي على قيم الصادرات على المستوى الكلي	Kang (2011)
كندا	تمويل البعثات التجارية على المستوى الكلي	لاتأثير يذكر	Head and Ries (2010)
تشيلي	1. البعثات التجارية 2. المعارض التجارية	لاتأثير على حجم الصادرات من البعثات التجارية والمشاركة في المعارض	Chile Alvarez (2004)
كولومبيا	3. مجالس تصديرية	أثر إيجابي من المشاركة في المجالس التصديرية	Volpe and Carballo (2008)
	1. تقديم الاستشارات والمساعدة الفنية: التدريب على عملية التصدير، التأثير الإيجابي للجمع بين جميع التدخلات مقارنة بالمشاركة في واحد معلومات عن الفرص والأسواق المستهدفة	يزداد التأثير بشكل أساسي على على تنوع الأسواق.	
	2. المشاركة في المعارض التجارية الدولية		
	3. دعم المشاركة في الاجتماعات للجان التصديرية		
مصر	تقديم فرص تصديرية على أحد القطاعات (السجاد اليدوي)	أثر كبير على زيادة الانتاجية، الارباح، الجودة، التعليم من خلال التصدير (التحالفات)	Atkin, Khandelwal, and Osman (2016)

الاستراتيجيات الوظيفية لمعالجة التحديات على المستوى الأفقي

تستهدف هذه الاستراتيجيات عدداً من التحديات الأفقية والفرص المكتسبة لرفع القدرة التنافسية للصادرات الأردنية في الأسواق المستهدفة ضمن محاور تخدم الأهداف الموضوعة ضمن الاستراتيجية وصولاً للتوعي والاستدامة في الصادرات إذا تم وضع برامج متدرجة لتنفيذها على المدىين القصير والطويل وذلك ضمن المحاور التالية:

- دعم كفاءة عوامل الإنتاج والبنية التحتية: من خلال الاستثمار بشكل مستدام في المهارات والتمويل والبنية التحتية والجودة المؤسسية.

- التنوع في أسواق المنتجات (سلع وخدمات): سواء من خلال السياسات على مستوى الاقتصاد التي تعزز الانفتاح التجاري ومناخ الاستثمار؛ او التدخلات التي تعزز التنظيم الذكي و/أو التمويل لدعم الابتكار وريادة الأعمال؛ بهدف التنوع في الصادرات لرفد الاقتصاد وضمان المرونة في التعامل مع المتغيرات في المحيط الإقليمي والدولي.

محور دعم كفاءة عوامل الإنتاج والبنية التحتية

الأهداف الرئيسية

التحديات/
الفرص

1. الوصول للتمويل

تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة تحدياً محدودية للحصول على التمويل، ويرجع ذلك بسبب نقص المعلومات عن تلك الشركات والتي تحتاجها المؤسسات المالية لتقدير ومراقبة مشاريع الشركات الصغيرة والمتوسطة، كما لا توجد منتجات او خدمات مالية مخصصة بالشركات صغيرة الحجم، وبالتالي فإنه من الصعب على تلك الشركات تحقيق متطلبات الاقتراض بسبب الحجم. بالإضافة إلى ذلك، لا تمتلك الشركات الصغيرة والمتوسطة عموماً ضمادات (كافية)، في حين أن وصولها إلى الائتمان يعتمد بشكل كبير على الضمادات وليس على العوائد المتوقعة كما هو الحال في حالة الشركات الكبيرة.

1- تحسين الوصول إلى التمويل من خلال إدخال أدوات بديلة للوصول على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم كصناديق ابتكار متخصصة للشركات الناشئة والشركات الصغيرة والمتوسطة.

2- تعزيز أداء مؤسسات دعم التجارة والتصدير الحالية مثل شركة بيت التصدير والمؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية وشركة ضمان القروض المؤسسات والبنوك التجارية التي تقدم خدمات التمويل التجاري واثتمان الصادرات والتأمين عليها وبرامج دعم المخاطر المالية عند التصدير.

3- زيادة الترويج للمؤسسات الداعمة للتصدير وبرامج الدعم التي تقدمها للشركات التصديرية

2. إدارة الجودة والمطابقة الفنية

الجودة شرط مسبق للنجاح في الوصول إلى الأسواق ولتحسين القدرة التنافسية لدى الشركات المصدر، لكن تلبية المتطلبات الفنية تشكل تحدي للعديد من الشركات المصدرة لا سيما في ظل زيادة تبني المواصفات القياسية، التي تفرض من الدول من أجل حماية صحة وسلامة مواطنيها، وتلبية مطالب المشترين وحاجاتهم المحددة. وقد أكدت الأبحاث والدراسات الصادرة عن المؤسسات والمنظمات الدولية أن أغلب المشاكل التي تواجه الشركات المصدرة تنتج عن إجراءات غير متعلقة بالتعرفة الجمركية بل ناتجة عن لوائح فنية، وإجراءات لتقدير المطابقة، وإجراءات للصحة النباتية البنية التحتية للجودة وكذلك أمور أخرى مرتبطة بإدارة الجودة تعد من أهم العوامل التي تساعد على تعزيز تنافسية الصادرات.

البناء على البنية التحتية الحالية من أجل "ضمان الجودة" للتطوير والتوعي:

1- الاستثمار بشكل أكبر في قاعدة المعايير والمطابقة والمقياس والمقاييس والاختبار والشهادات والاعتماد الموجودة حالياً لتشمل مجموعة أوسع من الشركات وتساعدها على تحسين جودة منتجاتها وتمكنها من اختراق الأسواق الغنية، مثل منتجي الأغذية المستعدين لتصدير منتجات جديدة إلى الاتحاد الأوروبي.

2- توفير معلومات حديثة للشركات حول المتطلبات الفنية المطبقة، الاختيارية منها والإلزامية، في الأسواق المستهدفة. وتوفير دليل لتزويد الشركات وبخاصة SMEs بكافة المسائل المتعلقة بالجودة والتي ترتبط بالبنية التحتية للجودة. بحيث يشمل الدليل أسئلة وأجوبة متعلقة بضبط الجودة، والمتطلبات الفنية (المواصفات القياسية)، واللوائح الفنية، وإجراءات الصحة والصحة النباتية، وأنظمة الإدارة،

محور دعم كفاءة عوامل الإنتاج والبنية التحتية

الأهداف الرئيسية

التحديات/
الفرص

- وتقييم المطابقة الاختبار، والتقيش، ومنح الشهادات، والاعتماد، واتفاقية العائق الفنية أمام التجارة، وإجراءات الصحة والصحة البيئية الصادرتين عن منظمة التجارة العالمية.
- 3- توفير روابط إلكترونية ذات صلة من خلال منصة معلومات الأسواق المنوي انشاؤها.
 - 4- التعاون والمتابعة مع جهات تقييم المطابقة في الدول المستهدفة حول المشاكل المتعلقة بالاعتراف بشهادات المطابقة. الصادرة عن الهيئات الاردنية في سوق التصدير حتى نقل من اعتماد تلك الشركات على جهات منح شهادات أجنبية معترف بها في سوق التصدير مما يؤدي إلى زيادة التكاليف التي تتبدela.
 - 5- تنفيذ برامج تقييم الجاهزية التصديرية من حيث المطابقة الفنية على مستوى قطاعي لتقييم مدى المطابقة الفنية للمنتجات المستهدفة لاختراق السوق المستهدف وتصميم برامج دعم للتأهيل لمساعدة الشركات على تكيف منتجاتها وعملياتها للإيفاء بمتطلبات سوق التصدير وإثبات المطابقة.

تواجه الشركات بشكل عام العديد من العقبات عندما تحاول دخول الأسواق الخارجية. إذ يجب عليهم الاتصال بالعملاء في الخارج، وتحديد الفرص التجارية، والتعرف على قنوات التوزيع والإجراءات الإدارية، من بين جوانب أخرى عديدة كالمعرفة المحددة بالمنتجات القابلة للتصدير والعوامل الأساسية التي تحدد القدرة التنافسية الدولية (مثل التعينة والتغليف وأنظمة الجودة والمعايير) وحواجز أخرى محددة تتعلق بأنشطة التصدير مثل اللغة والأوراق والفوترة وإدارة المبيعات. كل هذه الأنشطة تولد ثروة من المعلومات التي يمكن أن تستخدمها الشركات الأخرى بدون تكلفة إضافية (أو بتكلفة أقل).

ومن الضروري توجيه الشركات في المراحل الأولية لمنع تعرضهم للاستغلال أو الخسارة أو تكبدهم لتكاليف إضافية بسبب عدم المعرفة بالإجراءات المتتبعة.

3. بناء
القدرات
الخاصة
بالتصدير
للشركات
ونقل
المعرفة

- 1- **التعلم من خلال التصدير (Learning-by-Exporting)** من خلال المؤسسات المعنية بالتصدير وبرامج دعم الصادرات الموجودة حالياً واستهداف الشركات بما فيها تلك التي لم يسبق لها التصدير (الصادرات السلعية/التصدير لأول مرة) ومساعدتها على الدخول بنجاح إلى أسواق التصدير من خلال تقديم الخدمات التصديرية:
- أولاً: تقييم إمكانات الشركة التصديرية:** وتحليل مهاراتها وكفاءتها للعمل في الأسواق الدولية. كأن يتم الاستعانة بمنسق خاص بالبرنامج/مستشار بحيث يقوم بزيارة الشركة وجمع المعلومات حول تنظيمها وعملياتها ومنتجاتها، وعقد اجتماعات مع المديرين لتقييم أنشطة التصدير مع إمكانية دمج متدرب (في حالة عدم وجود مؤهل) والقيام بالاستثمارات اللازمة لتطوير ملفها الخاص بالتصدير.
 - ثانياً: وضع خطة للتصدير:** تقوم الشركة بمساعدة فنية من أحد المستشارين بإجراء بحث واختيار الأسواق والعملاء المحتملين، وتقرر ما هو الأنسب لها. كما يقوم بمساعدتها على تحديد الأهداف، وتطوير الميزانية، ويخطط لكيفية إدارة الصادرات، ويحلل المتطلبات المالية واللوجستية والمتطلبات من الموظفين، فضلاً عن الجوانب الأخرى لعملية التصدير.
 - ثالثاً: تنفيذ الخطة:** تقوم الشركة بتنفيذ الأعمال المخطط لها في الأسواق الخارجية. في هذه المرحلة، يتم تنفيذ أنشطة التدريب والمساعدة الفنية حول مواضيع محددة تنشأ أثناء عملية اختراق السوق مثل الشحنات والتأمين ومعايير الجودة والمطابقة والبيئة والتصميم والتعينة وقنوات التسويق والتشريعات الضريبية وغيرها.

2- تشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر والذي يلعب دوراً مهماً في نقل المهارات وأساليب الإدارة الحديثة وغيرها من الممارسات والخبرات التشغيلية للشركات والعاملين فيها ونقل المعرفة للشركات وبخاصة SMEs إلى قنوات التوزيع الدولية.

من أسباب عدم استفادة الشركات بشكل كامل من الوصول القضيلي إلى الأسواق (الاتفاقيات الثنائية) يرجع جزئياً إلى نقص المعلومات حول طلب السوق والمعرفة بشأن معايير وإجراءات التصدير المطلوبة للاستفادة من هذه الأسواق، هذا إلى جانب نقص المعرفة لدى الشركات التصديرية بمضامين الاتفاقيات الموقعة بين الأردن وشركائها التجاريين.

محور دعم كفاءة عوامل الإنتاج والبنية التحتية

الأهداف الرئيسية	التحديات/ الفرص
<p>1- توفير منصة معلومات الأسواق لتقديم معلومات تجارية دقيقة وفي الوقت المناسب حول:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ متطلبات التصدير دخول السوق إلى البلدان المستهدفة ومن الممكن تطويرها فيما بعد لتشمل أغلب البلدان. ▪ معلومات حول المعارض التقليدية والافتراضية التي ستتضمن على مدار العام في البلدان المستهدفة ومتطلبات الانضمام إليها. ▪ اعداد نشرة اخبارية دورية حول أبرز التطورات في البيئة التجارية واعداد تقارير دورية حول الآفاق التصديرية. ▪ البرامج التي تقدمها المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية (JEDCO) والتي توفر مساعدات مالية وفنية وبناء قدرات في مختلف المجالات المرتبطة بعملية التصدير. ▪ قائمة بأسماء التجار والمصانع وعنوانين التواصل معهم في الدول المستهدفة لتسهيل التواصل. ▪ قائمة بالرسوم الجمركية للمنتجات المنوي تصديرها للدول المستهدفة. ▪ وضع الرابط الخاص بشركة ضمان القروض لسهولة الحصول على المعلومات المتعلقة ببرنامج ضمان ائتمان الصادرات. ▪ نشر المعلومات والروابط ذات العلاقة بالتأشيرات والإقامة للمصدريين بخصوص الدول المستهدفة. <p>2- اعداد دراسات تسويقية للأسوق المستهدفة على مستوى القطاع الفرعى.</p>	4.توفر المعلومات التجارية
<p>تلعب الخدمات اللوجستية المتقدمة والحديثة دوراً مهماً في دعم الصادرات وتسهيل التجارة من خلال تقليل تكلفة النقل والعمليات على الشحنة، وتلخيصها في وقت قياسي وبخاصة للصناعات أو المنتجات التي يشكل الوقت فيها عامل حاسم في سلاسل التوريد. ومن تلك الخدمات نقل البضائع النهائية من موقع الإنتاج إلى المستهلكين عبر الحدود، خدمات النقل البحري (الشحن وخدمات الموانئ) والنقل البري والنقل الجوي (الشحن والمطارات) والخدمات اللوجستية (وكالء الشحن وسماسرة الجمارك والتخزين) وخدمات التوصيل السريع وخدمات التوزيع (البيع بالجملة والتجزئة) وخدمات الاتصالات. فكلما كان أداء هذه الخدمات أفضل، زادت التجارة.</p> <p>ومن جانب آخر، تساهم تجارة الترانزيت برف خزينة الدولة إضافة إلى تعزيز تنمية التمويل المحلي والنقل والاتصالات وغيرها بالإضافة إلى الأرباح والعائدات الكبيرة من التخزين والنقل والمناولة والضرائب، إضافة إلى دورها الكبير في تحقيق التنمية المستدامة للبلدان النامية بحسب تقارير المنظمات الدولية.</p>	5.تيسير التجارة والخدمات اللوجستية
<p>1- الترويج للاردن كوجهة عبور دولية نظراً لموقعها المتميز (توسيط قارات العالم الثلاث) الذي يشكل حلقة وصل بين العديد من الدول، واستغلال كافة الأدوات المتاحة لتهيئة البيئة المناسبة ل القيام بهذا الدور وإذالة أي عراقيل تواجه حركة تجارة الترانزيت المارة عبر أراضي المملكة، وبخاصة إعادة النظر في الرسوم المستوفاه لتحفيز المبادرات على المعابر، وتيسير اجراءات المعاينة والتفتيش، ومراجعة اداء منظومة النقل والخدمات، وإنشاء مناطق خدمة للشاحنات عند المعابر الحدودية.</p> <p>2- تعزيز دور اللجنة الوطنية لتسهيل النقل والتجارة لرفع مستويات التنسيق بين الوزارات والجهات المعنية لتبسيط السياسات والإجراءات الحكومية المتعلقة بالتصدير ووضع سياسات لتوفير خدمات نقل مباشرة أو بأسعار منافسة للدول المستهدفة عبر مسارات الشحن الرئيسية للتقليل ما أمكن من الوقت اللازم لوصول البضائع لبلد المقصود وبالتالي تحقيق العوائد المرجوة للشركات مقابل تكاليف الشحن المرتفعة التي تتبعها، والمتابعة مع الشركات الأردنية وبشكل دوري حول المعوقات التي تتعرض لها عمليات الشحن وحول إجراءات التصدير.</p> <p>3- تطوير البنية التحتية لقطاع النقل البري للبضائع والنقل السككي من خلال إنشاء وتشغيل الشبكة الوطنية للسكك الحديدية وربطها بشبكات النقل الأخرى.</p> <p>4- تعظيم الاستفادة من الاتفاقيات التجارية مع الدول المستهدفة واستكمال المفاوضات للحصول على المزيد من التسهيلات في التعاملات التجارية.</p> <p>5- توفير نظام/ معلومات لتسهيل التجارة عبر الحدود.</p> <p>6- استكمال العمل على تنفيذ متطلبات اتفاقية تسهيل التجارة في إطار منظمة التجارة العالمية.</p>	

محور التنويع في أسواق المنتجات (سلع وخدمات)

الأهداف الرئيسية

التحديات/الفرص

- 1 الدخول في شراكات جديدة مع الأسواق غير التقليدية ضمن اتفاقيات تجارية تعزز تنافسية المنتج الوطني في الأسواق المستهدفة.
- 2 تعزيز برامج إدارة الجودة والمطابقة الفنية.

1. تعزيز الإطار التنظيمي والتشريعي

بات من المهم الاهتمام بالسلع ذات قيمة المضافة العالية، إلى جانب المنتجات التقليدية، التي تزيد من مستوى التعقيد لسلة الصادرات وتُسهم في التغلغل في سلاسل القيمة العالمية.

2. دعم السلع ذات القيمة المضافة العالية

- 1 إعداد سياسة صناعية مبنية على التكنولوجيا والإبتكار للتركيز على:
- 2 التركيز في التصدير على الصناعات المتخصصة عالية القيمة مثل المستحضرات الصيدلانية العامة ومستحضرات التجميل والملابس عالية الجودة والتصنيع الخفيف، وكذلك المعالجة عالية القيمة للفواكه والخضروات الطازجة من خلال الاستثمار في سلاسل التبريد اللوجستية.
- 3 تشجيع الإبتكار في التصنيع في القطاعات المختلفة مع التركيز على الصناعات الدوائية والكيماوية والغذائية، ودعم براءات الاختراع المحلية وتوفير الحماية الازمة لها.
- 4 وضع برامج داعمة لانتاج السلع ذات القيمة المضافة العالية.

3. دعم صادرات الخدمات

للخدمات دور كبير في احداث تحولات هيكلية في الاقتصاد كما تعمل كمدخلات وسيطة لجميع الأنشطة الاقتصادية، إضافة الى مساهمتها بشكل كبير في الناتج المحلي الإجمالي والناتج القومي الإجمالي (من خلال تحويلات العاملين في الخارج).

يعتمد قطاع الخدمات على المورد البشري إضافة إلى وجود بنية تحتية حديثة ومتقدمة. ويمتلك الأردن رأس المال البشري المؤهل في مختلف المجالات الخدمية، اذ تمتاز الكوادر البشرية في الأردن بمهنيتها العالية والمصداقية والالتزام في نطاق كبير من الخدمات وبخاصة في مجالات الهندسة والاتصالات وتقنيات المعلومات والصحة، والتي يمكن ان تنافس وبشكل كبير في الأسواق العالمية، كما يمتلك الأردن بنية تحتية متقدمة وبخاصة في مجالات الطرق والاتصالات والشبكات، والتي تساهم في دعم التجارة بشكل عام والتجارة في الخدمات الحديثة والرقمية بشكل خاص.

ولكن نظراً لطبيعة الخدمات (غير الملموسة) وطرق تداولها والتي تختلف بشكل كلي عن تجارة وتداول السلع، فإنه يستلزم برامج خاصة تتناسب مع طبيعة هذا القطاع لتعظيم الفائدة للصادرات الخدمية.

يمكن اتباع مجموعة من السياسات لدعم التوجه نحو تعظيم صادرات الخدمات ومنها:

- 1 توفير قاعدة بيانات خاصة لتصدير الخدمات، حول معلومات دخول سوق الخدمات في السوق المستهدف لقطاعات الهندسة وخدمات الاعمال وتقنيات المعلومات ضمن أنماط التوريد الأربع.
- 2 تطوير قاعدة بيانات لحصر الخبرات والإمكانيات في كافة القطاعات الخدمية بالتعاون مع النقابات والغرف التجارية والجهات المعنية بالمهن الخدمية، بحيث تكون كافة المعلومات حول حجم الإمكانيات في القطاعات الخدمية جاهزة عند التسويق لتلك الخدمات او عند المنافسة في المشاريع الإقليمية والدولية كمشاريع إعادة الاعمار والانشاءات والمشاريع الكبرى لدى الشركات خارج الأردن.
- 3 تشجيع صادرات الخدمات الرقمية (الخدمات الحديثة) ذات الطلب المرتفع من خلال التمكين الرقمي والذي يتطلب العمل مع الشركاء ل توفير البنية التحتية التمكينية الازمة بما في ذلك الشبكات المتقدمة وخدمات نقل البيانات، وتزويد

محور التنويع في أسواق المنتجات (سلع وخدمات)

الأهداف الرئيسية

التحديات/الفرص

- قدرة النقل والتي تسمح بتزويد مجموعة من الخدمات رقمياً والحوسبة السحابية، إضافة إلى تعزيز خدمات المحتوى الرقمي وريادة الأعمال الرقمية والتي بدورها تأسس للبني التحتية للاتصال الإقليمي.
- تنظيم برامج تشبيك بين القطاعات الخدمية لتطوير سلسل القيمة بهدف تقديم خدمات متكاملة ومبتكرة تعزز من تنافسيتها للتصدير إلى الخارج.
 - تحسين وتوفير بيئة قانونية وتنظيمية لتدفق البيانات عبر الحدود، للخدمات التي يتم تداولها عبر نمط التوريد الأول.
 - كما في المقترن المتعلق بالسلع، التعلم من خلال التصدير "Learning-by-Exporting" ، من خلال تصميم برامج دعم لتحفيز إنشاء تحالفات التصدير .
 - الترويج لقطاع الخدمات من خلال بعثات تجارية للأسوق المستهدفة ترکز على قطاع الخدمات وظهور مؤهلاته وتنافسيته.
 - الاستمرار في المساعي الحكومية والمفاوضات للحصول على مزيد من التحرير والتسهيلات تمكن قطاع الخدمات الأردني من تقديم خدماته في الأسواق المستهدفة.

يمكن للتجارة الإلكترونية ان تعزز من تنوع الصادرات من السلع والخدمات بشكل كبير ، إضافة الى أهميتها فيربط منتجي السلع وأيضا تسهيل تداول وتقديم الخدمات وبخاصة للشركات الصغيرة والمتوسطة بالاقتصاد العالمي والإقليمي.

4. تعزيز التجارة الإلكترونية

- توفير بيئة قانونية وتنظيمية مناسبة وبخاصة فيما يتعلق بحماية البيانات والأمن السيبراني
- تعزيز حلول الدفع الإلكتروني.
- تطوير الخدمات اللوجستية والبريدية وخدمات التوصيل
- تنمية مهارات تكنولوجيا المعلومات والتجارة عبر الانترنت وكتابة المحتوى .
- الدفع نحو خلق بنية تحتية حديثة ومنافسة للاتصالات بالتعاون مع الشركاء

الحصول على التمويل

ادارة الابودة والتراضية

التمويل والتزويد

امانة

خطة العمل

تم اعداد الملامح الأولية لخطة العمل التشغيلية (المكاسب السريعة) للسنة الاولى من الاستراتيجية، وتشتمل ملامح الخطة على مجموعة من الأنشطة والتي ظهرت في عملية تصميم الاستراتيجية وعبر النظر فيحلول الممكنة للمعوقات التي تواجه الصادرات الوطنية وتحد من وصولها إلى مختلف أنحاء العالم على المدى القصير.

تمثل السنة الأولى من الاستراتيجية سنة تحديد المعوقات

التي تواجه الصادرات الوطنية وتحد من وصولها إلى

مختلف أنحاء العالم من خلال مجموعة أنشطة تحقق

مكاسب سريعة للاستراتيجية.

الملامح الأولية للخطة التشغيلية (للمكاسب السريعة) السنة الاولى

خطة تمهدية 1

الجهات المعنية بالتنفيذ	المدة الزمنية	الأولوية	النشاط/الأهداف التشغيلية	
وزارة الصناعة والتجارة والتموين / بيت التصدير <u>الجهات المساعدة</u> الفريق الوطني	الشهر الأول 2023 /	1 عالية: متوسطة: منخفضة: 2 3	تشكيل فريق وطني لمتابعة تنفيذ الاستراتيجية الوطنية للتصدير.	1.1
وزارة الصناعة والتجارة والتموين / بيت التصدير <u>الجهات المساعدة</u> الفريق الوطني	الشهر الثاني 2023 /	1	إعداد الخطة التنفيذية للاستراتيجية الوطنية للتصدير.	1.2
وزارة الصناعة والتجارة والتموين / بيت التصدير <u>الجهات المساعدة</u> وزارة التخطيط والتعاون الدولي	الشهر الثالث 2023 /	1	حشد الدعم والتمويل لتنفيذ برامج الخطة التنفيذية للاستراتيجية الوطنية للتصدير.	1.3

الجهات المعنية بالتنفيذ	المدة الزمنية	الأولوية	النشاط/الأهداف التشغيلية
الجهات المساعدة	النصف 2023	عالية: 1 متوسطة: 2 منخفضة: 3	
وزارة الصناعة والتجارة والتموين/ بيت التصدير <u>الجهات المساعدة</u> الفريق الوطني	النصف الأول/2023	1	<p>توفير منصة معلومات الأسواق تتضمن:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ متطلبات التصدير إلى البلدان المستهدفة ومن الممكن تطويرها فيما بعد لتشمل أغلب البلدان. ▪ المعارض التقليدية والافتراضية التي ستتضمن على مدار العام في البلدان المستهدفة ومتطلبات الانضمام إليها. ▪ إعداد نشرة إخبارية دورية حول أبرز التطورات في البيئة التجارية واعداد تقارير دورية حول الآفاق التصديرية. ▪ البرامج التي تقدمها جيدكو وبيت التصدير (وغيرها من المؤسسات المعنية بدعم الشركات)، والتي توفر مساعدات مالية وفنية وبناء قدرات في مختلف المجالات المرتبطة بعملية التصدير. ▪ قائمة بأسماء التجار والمصانع وعناوين التواصل معهم في الدول المستهدفة لتسهيل التواصل. ▪ قائمة بالرسوم الجمركية للمنتجات المنوي تصديرها للدول المستهدفة. ▪ وضع الرابط الخاص بشركة ضمان القروض لسهولة الحصول على المعلومات المتعلقة ببرنامج ضمان ائتمان الصادرات. ▪ نشر المعلومات والروابط ذات العلاقة بالتأشيرات والإقامة للمصدرين بخصوص الدول المستهدفة.
وزارة الصناعة والتجارة والتموين <u>الجهات المساعدة</u> دائرة الجمارك الأردنية	النصف الثاني/2023	1	الانتهاء من إعداد لوحة معلومات التجارة والأداء اللوجستي (Trade and Logistics Facilitation Dashboard).

<p>وزارة الصناعة والتجارة والتموين الجهات المساعدة المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية.</p> <p>النصف الثاني/2023</p> <p>2</p> <p>إعداد دليل لتزويد الشركات وبخاصة المنشآت الصغيرة والمتوسطة (SMEs) لتوفير معلومات حديثة حول المتطلبات الفنية المطبقة الاختيارية منها والإلزامية في الأسواق المستهدفة بكافة المسائل المتعلقة بالجودة والتي ترتبط بالبنية التحتية للجودة بحيث يشمل الدليل: أسئلة وأجوبة متعلقة بضبط الجودة، والمتطلبات الفنية (المواصفات القياسية)، واللوائح الفنية، وإجراءات الصحة والصحة النباتية، وأنظمة الإدارة، وتقييم المطابقة، والتقيش، ومنح الشهادات والاعتماد، واتفاقات العوائق الفنية أمام التجارة، وإجراءات الصحة والصحة النباتية الصادرة عن منظمة التجارة العالمية.</p>	2.3
<p>وزارة الصناعة والتجارة والتموين/شركة بيت التصدير الجهات المساعدة المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية، شركة ضمان القروض، دائرة الجمارك الأردنية، التعاون مع الجهات المانحة والمنظمات الدولية</p> <p>النصف الأول/2023</p> <p>1</p> <p>تحديث بيانات خاصة لتصدير الخدمات ضمن قاعدة البيانات (Jordan Export Portal) ، لتقديم معلومات دقيقة مفعّلة ومستخدمة من قبل الشركات التصديرية بالتنسيق مع قاعدة بيانات (int@j) وتشتمل على:</p> <ul style="list-style-type: none"> -معلومات حول سوق الخدمات في السوق المستهدف لقطاعات الهندسة وخدمات الأعمال وتكنولوجيا المعلومات ضمن أنماط التوريد الأربع. -إعداد معلومات حول متطلبات التصدير لدخول السوق في البلدان المستهدفة والعمل على توافرها على منصة معلومات الأسواق لتصدير الخدمات. -نشر جميع المعلومات التصديرية والنشرات والدراسات والروابط على منصة معلومات الأسواق لقطاع الخدمات. -الخبرات والإمكانيات في كافة القطاعات الخدمية بحيث تكون كافة المعلومات حول حجم الإمكانيات في القطاعات الخدمية جاهزة عند التسويق لتلك الخدمات أو عند المنافسة في المشاريع الإقليمية والدولية كمشاريع إعادة الإعمار والإنشاءات والمشاريع الكبرى لدى الشركات خارج الأردن. 	2.4
<p>شركة بيت التصدير الجهات المساعدة الفريق الوطني.</p> <p>النصف الأول/2023</p> <p>1</p> <p>إعداد خطة لورش العمل التعريفية بالأسوق المستهدفة والاتفاقيات التجارية.</p>	2.5

الجهة المعنية بالتنفيذ	المدة الزمنية	الأولوية	النشاط/الأهداف التشغيلية
وزارة الصناعة والتجارة والتمويل/ المستشارون الاقتصاديون الجهات المساعدة شركة بيت التصدير	النصف الأول 2023	عالية: متوسطة: منخفضة: 1 2 3	إعداد خطة عمل للمشاركة في المعارض الدولية
وزارة الصناعة والتجارة والتمويل/ المستشارون الاقتصاديون الجهات المساعدة الفريق الوطني	النصف الأول 2023	2	إعداد خطة عمل للبعثات التجارية لقطاع الأعمال في الأسواق المستهدفة.
إعداد منهجية للتسيير والتشبيك مع مكاتب المستشارين الاقتصاديين الموجودين في الدول ذات الأسواق المستهدفة لترويج المنتجات ذات الأولوية فيها (كينيا، الإمارات العربية المتحدة، سويسرا، مصر، السعودية، العراق) بالإضافة إلى تايوان الصينية من أجل الترويج والتسويق للمنتجات والصناعات الأردنية: 1. تحديد مكاتب المستشارين الاقتصاديين الموجودين في الدول المستهدفة. 2. تحديد طرق وآلية التسيير والتشبيك مع هذه المكاتب. 3. تنفيذ الآلية.	النصف الأول 2023	2	3.3

الجهة المعنية بالتنفيذ	المدة الزمنية	الأولوية: عالية: متوسطة: منخفضة: 1 2 3	النشاط/الأهداف التشغيلية
وزارة الصناعة والتجارة والتموين <u>الجهات المساعدة:</u> الفريق الوطني	النصف الثاني / 2023	1	ترتيب الأولويات لعقد اللجان التجارية المشتركة بين الاردن وشركائها التجاريين لمنح الدول المستهدفة الأولوية.
وزارة الصناعة والتجارة والتموين <u>الجهات المساعدة:</u> الفريق الوطني	النصف الثاني / 2023	1	إعداد خطة للدراسات الازمة لتعزيز نفاذ المنتجات الوطنية للاسوق الدولية واعطاء الاولوية للاسوق المستهدفة في الاستراتيجية.
وزارة الصناعة والتجارة والتموين. <u>الجهات المساعدة:</u> الفريق الوطني	الربع الثاني / 2022	1	التسريع في اعداد استراتيجية لتحسين بيئة العمل في التجارة الإلكترونية.
وزارة الصناعة والتجارة والتموين <u>الجهات المساعدة:</u> الفريق الوطني	الربع الثاني / 2022	1	إعداد تقييم لاتفاقيات التجارة الحرة الموقعة مع الشركاء التجاريين وترتيب الأولويات للتفاوض على اتفاقيات تجارة حرة مع الأسواق المستهدفة.

