



الاستراتيجية الوطنية للتصدير

2025 - 2023



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 تنافسية الاقتصاد الأردني
14	4. التجارة الخارجية
14	4.1 تطورات التجارة الخارجية
16	4.2 التوزيع الجغرافي للصادرات والمستوردات
17	4.3 التركيب السلعي للصادرات والمستوردات
18	4.4 الصادرات السلعية
19	4.5 الصادرات الزراعية
19	4.6 الفرص غير المستغلة للصادرات 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. الامارات المتحدة العربية
28	5. فلسطين
29	6. جمهورية مصر العربية
30	7. الجمهورية العراقية
31	8. الجمهورية السورية
32	9. الجمهورية الجزائرية
33	10. افريقيا (كينيا، جنوب افريقيا)
34	11. الولايات المتحدة الأمريكية وكندا
36	12. الاتحاد الأوروبي (إيطاليا، هولندا، ألمانيا، هنغاريا)
38	13. المملكة المتحدة
39	14. الاتحاد الأوروآسيوي (روسيا، كازخستان، بلاروسيا، ارمينيا، قيرغيزستان)
40	15. الدول الأخرى:
40	أ. الهند
41	ب. سنغافورة

41	ج. اندونيسيا واليابان
42	د. سلطنة عُمان
42	هـ. تنزانيا
43	و. اثيوبيا
43	ز. جيبوتي
44	التحديات/ الفرص
45	تجارب الدول
46	الاستراتيجيات الوظيفية على المستوى الاقليمي
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 المستوردات 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 للمستوردات خلال العام 2021
18	الشكل (10): التركيب السلعي للصادرات الوطنية خلال العام 2021
18	الشكل (11): التركيب السلعي للمستوردات خلال العام 2021
20	الشكل (12): الأسواق ذات الفرص التصديرية للصادرات الأردنية من جميع المنتجات وفقاً للمناطق الجغرافية
21	الشكل (13): قيمة الصادرات والمستوردات وفقاً لأبرز القطاعات الخدمية خلال العامين 2019 و 2020 (المليون دينار)
22	الشكل (14): القطاعات الخدمية ذات القيمة المضافة العالية
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 عُمان خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار
42	الشكل (39): الصادرات الأردنية الى تنزانيا 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 الافقي
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 لتتوافق 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 الاحداث، فكان لها انعكاس سلبي على معدلات النمو الاقتصادي ومعدلات البطالة والناجح المحلي الإجمالي. وفي حين أنه من العسير على أي دولة بمفردها التحكم بشبكات العلاقات الاقتصادية العالمية المعقدة وما ينتج عنها من مخرجات واسعة النطاق، ناهيك عن الكوارث الطبيعية والجوائح الصحية كالتي نشهدها منذ سنة 2020، فإنه بمقدورها القيام بتدابير لتخفيف الأثر والتكيف والتعافي. وهذا ما تفعله الحكومة الأردنية.

ففي 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 الازهات التي تسببت بها هذه الأزمة للمنتجات الأردنية سواء كانت صناعية أو زراعية أو خدماتية، ومن أهم هذه الإرهات التصدير.

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

وزير الصناعة والتجارة والتموين
وزير الأشغال العامة والإسكان
وزير النقل
وزير الزراعة
وزير الاقتصاد الرقمي والريادة
وزير الاستشارة
الأمين العام لوزارة الصناعة والتجارة والتموين
مدير عام مؤسسة المواصفات والمقاييس
مدير عام المؤسسة العامة للغذاء والدواء
المدير التنفيذي للمؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية
مدير عام دائرة ضريبة الدخل والمبيعات
مدير عام دائرة الجمارك الأردنية
رئيس غرفة تجارة الأردن
رئيس غرفة صناعة الأردن
المدير التنفيذي لشركة بيت التصدير
اللجنة التوجيهية للاستراتيجية الوطنية للتصدير

ختاماً فقد جاءت هذه "الاستراتيجية الوطنية للتصدير" ثمره جهود تشاركية ومشاورات بناءة بين كافة الجهات ذات العلاقة من القطاعين العام والخاص. كما أننا 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 الأحداث المؤثرة في مسيرته الاقتصادية، 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 الإفلات من وتجنب تأثيرات هذه الأزمات الكبرى على اقتصاده إلا أنه استطاع بفعل السياسات الاقتصادية الحصيفة التي تبناها تجنب سيناريوهات قاسية كانت آثارها ستمتد لأعوام طويلة قادمة. فقد استطاعت هذه السياسات من تمكين الاقتصاد الأردني من استرداد عافيته 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 المتأتي من عدة قطاعات كالسياحة والصناعة.

تهدف "الاستراتيجية الوطنية للتصدير" إلى الاستفادة من المؤشرات الصاعدة للاقتصاد الأردني وقدرته 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 والحلي والمجوهرات، كما يُقَدِّمها تركيز سلعي في الفوسفات والبوتاس والفواكه وتركز جغرافي متواصل للصادرات الأردنية موجه لأسواق الولايات المتحدة والسعودية والهند والعراق، إضافة إلى محدودية عدد المصدرين وزيادة كلف التصدير. وقد تم إعداد الاستراتيجية بنهج تشاركي مع كافة الأطراف المعنية وباستخدام أحدث البيانات الكمية والنوعية واستشراف الفرص والأسواق الواعدة للمنتجات الأردنية كما تم تسليط الضوء على المعوقات والتحديات التي تعترض استغلال هذه الفرص وتقديم حلول عملية محددة لها.

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

وقد اشتملت الاستراتيجية على عرض مجموعة من التحديات التي قد تعترض تحقيق نفاذ فعال للمنتجات الأردنية إلى الأسواق المستهدفة ومن أبرزها الحاجة لتبسيط إجراءات الشحن وخفض تكاليفه وتبسيط الإجراءات 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 وضعت الاستراتيجية لكل تحدٍ من هذه التحديات أنشطة لتجاوزها، ومن هذه الأنشطة تصميم برامج خاصة بتقييم الجاهزية التصديرية والمطابقة الفنية وعقد ورش عمل وفعاليات لتوعية 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 مواقع البيع الإلكتروني وتعزيز وتفعيل دور مكاتب المستشارين الاقتصاديين الموجودين في بعض الدول المستهدفة.

وأُرفقت الاستراتيجية بخارطة طريق لتنفيذ الأنشطة التي من شأنها تخطي 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 المزمّن 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.

وتعد 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 تُعد الركيزة الأساسية في تقدم الاقتصاد ومصدر للعملة الدولية ناهيك عن إسهامها في بناء متقدم ومستدام ورفاه اجتماعي لما ينشأ عنها من زيادة الانتاج وخلق فرص عمل.

تُعبّر هذه الاستراتيجية عن تطلعات القطاعين العام والخاص خاصة أنها ثمره جهد تشاركي موجّه 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 التصديري المرتفع على الاقتصاد الأردني لزيادة حجم التصدير إليها وتعزيز تنافسيتها. كما وتم تحديد المعوقات التي تعترض عند السعي للنفوذ 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 تنتظر الوزارة لهذه الاستراتيجية وخطة العمل المرفقة بها خارطة 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 اتباع منهجيات تتبنى الرصد والتقييم وصولاً إلى أقصى درجات الفاعلية.

الملاح العامة للاستراتيجية الوطنية للتصدير

الرؤية: اقتصاد ديناميكي تصديري مستدام



الأهداف الرئيسية



المستهدف

%5

المؤشر الرئيسي للاستراتيجية

زيادة الصادرات

مؤشرات الأداء المنبثقة عن تنفيذ خطة العمل

- زيادة عدد الشركات التصديرية
- زيادة وتنوع المنتجات في سلة التصدير الوطنية
- زيادة عدد الأسواق التي نفذت إليها المنتجات

1. الإطار العام للاستراتيجية:

أعدت هذه الوثيقة بنهج تشاركي وتفاعلي 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 بالتغذية الراجعة من الجهات ذات العلاقة.

ولتحقيق الأهداف المرجوة من الاستراتيجية لتكون خارطة طريق وأداة فعالة لتعزيز تنافسية وتنويع 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 الضائعة.
- 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 وتنويع 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 الى تمكين الشركات من زيادة صادراتها من خلال تفعيل أدوات السياسة التجارية وتقديم مختلف أشكال الدعم الفني وبناء القدرات وفقاً للتحديات التي تواجه المصدرين في النفاذ إلى هذه الأسواق وفي تصدير المنتجات.

وتتناول الأقسام تالياً تحليلاً للأسواق المستهدفة من حيث حجم الصادرات الأردنية إليها خلال الخمس سنوات الماضية وآلية اختيار كل سوق والمنتجات المستهدفة والمعيقات التي تواجه المصدرين 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 بتنفيذه خلال المرحلة القادمة.

2. المقدمة:

تتميز المملكة الأردنية الهاشمية بالعديد من الميزات التنافسية 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 للمستثمرين بسبب توفر الموارد

البشرية المؤهلة والقوانين والتشريعات الناظمة للعمل الاقتصادي والاستثماري وعلاقاته 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 متنوعة ومختلفة.

أين الأردن
الآن



مما يدل على أن الاقتصاد الأردني اقتصاد حر وقوي ومتنامي ومنفتح على السياسات الاقتصادية الموجهة نحو الخارج بجهود تشاركية مع القطاع الخاص حيث نما الاقتصاد بمعدل 2.7% عام 2021 بالرغم من تأثره 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 التحديث الاقتصادي (2023-2025)، الذي حدد القطاعات الاقتصادية ذات الأولوية بهدف زيادة حجم الصادرات الوطنية من السلع والخدمات وزيادة تنافسيتها محلياً وإقليمياً 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.

3. الاقتصاد الأردني

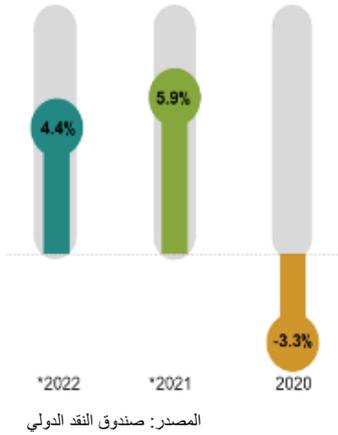
3.1 نظرة عامة على الاقتصاد

بالنظر إلى الأزمة الصحية والاقتصادية العالمية التي تسببت فيها جائحة كورونا لاسيما في ظل استمرار انتشار

الفيروس والسلالات المتحورة منه في العديد من مناطق العالم، يبدو الاقتصاد العالمي وكأنه خارج من واحدة من أشد حالات الركود ليبدأ مرحلة

تعافٍ ضعيف، وعليه فإن واضعي السياسات حول العالم وفي الوقت الذي يسعون فيه لضمان أن يكتسب التعافي العالمي الهش قوة دفع لا بأس بها فإنهم يواجهون تحديات كبيرة على المدى البعيد في الصحة العامة، وإدارة الدين، وسياسات الموازنة، وأنشطة البنوك المركزية والإصلاحات الهيكلية وغيرها من المحاور المرتبطة في النمو والتنمية.

ووفقاً لتوقعات صندوق النقد الدولي وكما هو مبين في الشكل (1) المجاور فإن الاقتصاد العالمي يتجه 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 بعضاً من عافيته 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 والسعي بجد لاعتماد مشهد اقتصادي جديد قائم 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 الصحية لمساندة جهود التعافي وتعزيز القدرة على التحمل بالطريقة التي سيتم فيها مواجهة التحديات الناجمة عن هذه الجائحة سترسم ملامح المستقبل لاقتصاد عالمي متين ومستدام خلال السنوات القادمة.

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

ويبين 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

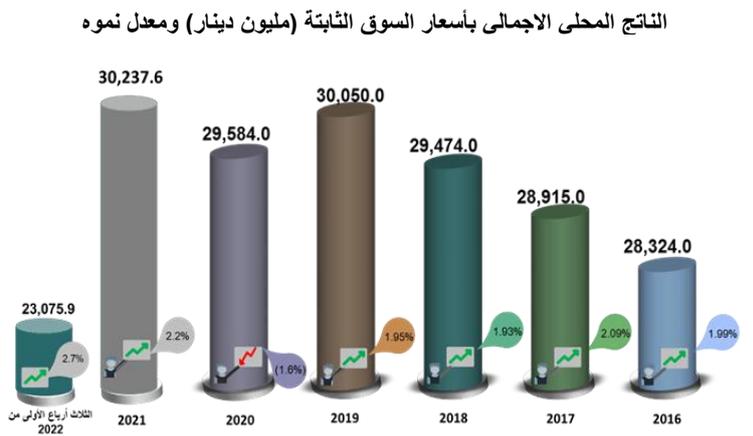
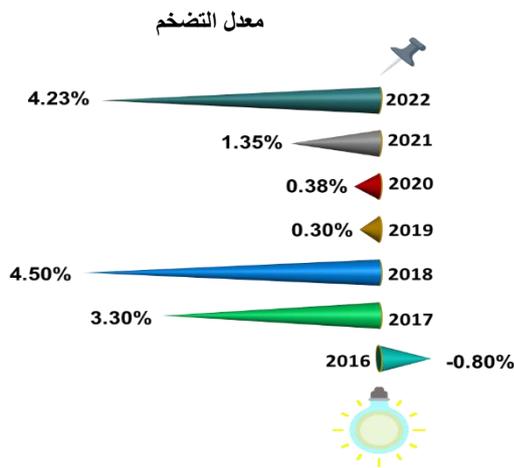
التي وضعتها الحكومة إلى جانب إجراءات التعافي التي قام بها البنك المركزي التي فاق حجمها 2.7 مليار دينار وبما نسبته 8.7% من الناتج المحلي الاجمالي.

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

2017	2016	2015	2014
<p>تراجع في أداء الاقتصاد</p> <ul style="list-style-type: none"> • انخفاض حجم المساعدات والمنح بنسبة 15% • ارتفاع أسعار النفط • بلغت نسب البطالة معدلات غير مسبوقة خلال 25 عاما • وبالرغم من ذلك، تمكن الأردن من استقرار الدين العام كنسبة من GDP 	<p>استمرار اغلاقات الحدود</p> <ul style="list-style-type: none"> • بلغ عدد اللاجئين السوريين 1.3 مليون • انخفضت معدلات النمو للاقتصاد • وارتفعت نسب البطالة • تم تقدير خسارة ما يقارب 6.9 مليون سائح نتيجة الربع العربي 	<p>اغلاقات الحدود</p> <p>تعرض الأردن لما يشبه " الحصار الاقتصادي " بسبب اغلاقات الحدود العراقية والسورية نتيجة موجات الارهاب الإقليمية (داعش) وحروب المنطقة، و اثر تلك الاغلاقات الكبير على الاقتصاد الأردني الذي كان يعتمد كثيرا على هذين السوقين الجارين .</p> <ul style="list-style-type: none"> • اقل مستوى نمو للـ GDP منذ بداية الاضطرابات 2.4% • انخفاض الاستثمار والدخل سياحي • انخفاض نمو قطاعات الإنشاءات والتجارة الخارجية. 	<p>تزايد الاضطرابات الإقليمية</p> <ul style="list-style-type: none"> • مستوى للإيرادات الحكومية اقل من المعدل للفترة 2000-2008 • ارتفع الإنفاق الحكومي نتيجة شبكات الأمان الاجتماعي وزيادة الرواتب الى 38% من GDP • بلغت خسارة شركة الكهرباء 1.07 مليار دينار
2013	2012	2011	2010
<p>تزايد آثار الاضطرابات الإقليمية</p> <ul style="list-style-type: none"> • انخفضت الصادرات الأردنية وتجارة الترانزيت • تدفق حوالي 400 الف 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% سنويا خلال الفترة 2011-2013 	<p>آثار أحداث الربع العربي والأزمة السورية واستمرار انقطاع الغاز المصري</p> <ul style="list-style-type: none"> • التراجع عن قرار زيادة تعرفه الكهرباء • بلغت خسائر شركة الكهرباء 1.02 مليار دينار • دخل السياحة انخفض 7% اضافية 	<p>بدء أحداث الربع العربي وأزمة انقطاع الغاز المصري</p> <ul style="list-style-type: none"> • انخفاض الدخل السياحي 17% • الاعتماد على المشتقات النفطية لإنتاج 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. 	<p>آثار الأزمة المالية العالمية</p> <ul style="list-style-type: none"> • انخفضت الإيرادات المحلية بنسبة 9.4% خلال 2007-2010 • انخفضت تحويلات المغتربين كنسبة من GDP من 19.4% في العام 2007 الى 11.9% في العام 2010 • حزمة من الحوافز الرامية إلى جذب الاستثمارات الأجنبية والإعفاءات الضريبية وإنشاء مناطق حرة جديدة.
2021	2020	2019	2018
<p>الاقتصاد يسترد عافيته</p> <ul style="list-style-type: none"> • نما الناتج المحلي الإجمالي بأسعار السوق الثابتة بما نسبته 2.2% مقارنة بعام 2020 • ارتفع الدخل السياحي بما نسبته 78.5% • بلغ معدل البطالة 23.3% بارتفاع مقداره 0.1 نقطة مئوية عن الربع الثالث من نفس العام وبانخفاض مقداره 1.4 نقطة مئوية عن العام 2020. 	<p>جائحة كورونا</p> <ul style="list-style-type: none"> • الضرر شمل كافة القطاعات الاقتصادية ويعد الانكماش الأول للاقتصاد الأردني منذ ثلاثة عقود. • انخفاض الـ GDP بنسبة 1.6%. • ارتفعت نسب البطالة إلى 24.9% • أداء ضعيف لنمو الصادرات يكاد لا يذكر بالرغم من انخفاض حجم التجارة العالمية بنسبة 9% 	<p>تبعات فتح الحدود مع كل من سوريا والعراق</p> <ul style="list-style-type: none"> • بلغ معدل النمو الحقيقي للناتج المحلي الإجمالي ليصبح 2% • ارتفعت الصادرات الوطنية بنسبة 6.8% • شهدت الصادرات الأردنية الى سوريا ارتفاعا ملحوظا نسبته 60.9% • ارتفع معدل البطالة خلال العام 2019 ليصل الى 19.1% 	<p>آثار الاضطرابات</p> <ul style="list-style-type: none"> • بلغ نمو الـ GDP 1.9% • ارتفاع معدلات التضخم وخصوصا اجازات الشقق بنسبة 200% • و300% في بعض المناطق • توسع رقعة القطاع غير الرسمي • ارتفاع المستوردات نتيجة ارتفاع عدد السكان • زيادة الضغط على البنية التحتية وبلغت 7.61 مليار دينار
2022			
<p>تعزيز النمو</p> <ul style="list-style-type: none"> • نما الناتج المحلي الإجمالي بأسعار السوق الثابتة في الربع الثالث من العام 2022 بما بنسبة 2.6% مقارنة بنفس الربع من عام 2021 • بلغ معدل البطالة خلال الربع الثالث 23.1% بارتفاع مقداره 0.5 نقطة مئوية عن الربع الثاني من نفس العام وبانخفاض مقداره 1.0 نقطة مئوية عن الربع الثالث من العام 2021. • ارتفعت الصادرات الوطنية بشكل ملحوظ وبنسبة بلغت 37.0%، وارتفعت المستوردات بنسبة 30.4% 			

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 والقمص والغابات وصيد السمك بنسبة 4.1% وقطاع الانشاءات 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%، وبالمقابل ارتفعت الصادرات الوطنية خلال الأحد عشر شهراً الأولى من العام 2022 بما نسبته 37.0% مقارنة بالفترة نفسها من العام 2021.

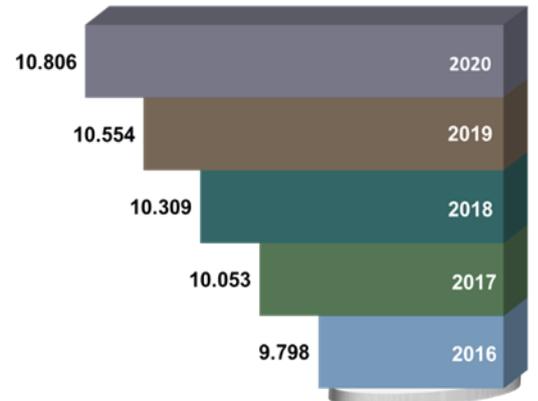
الشكل (3): أهم المؤشرات الاقتصادية خلال الفترة (2016 – 2022)*



معدل البطالة



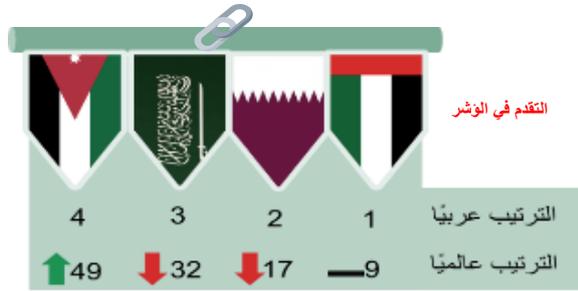
عدد السكان (مليون نسمة)



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 يمرُّ به من صعوبات إلا أنه أظهر انتعاشاً ملحوظاً في مؤشرات التنافسية.



المصدر: تقرير التنافسية العالمي 2021 IMD

وفقاً لمؤشر التنافسية العالمي لعام 2021

وبالنظر الى 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

والسعودية والبحرين متراجعا مرتبة واحده عربياً مقارنة بالعام

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

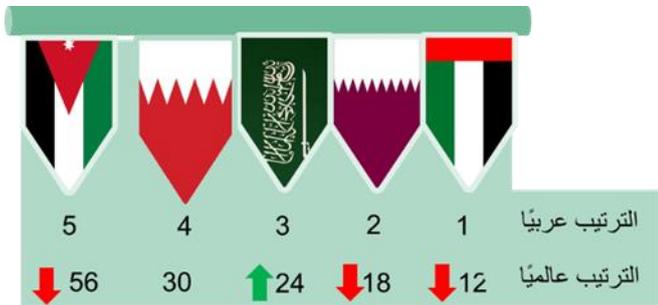
9 مراتب.

وتقدم 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.



*تم ادراج البحرين للمرة الأولى في التقرير

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

الآن بدأ يسجل تقدماً ملحوظاً في هذا المؤشر -وذلك نظراً

لتطوير النظام الضريبي وتعزيز نظام الدفع الإلكتروني

الشكل (5): أداء الأردن في مؤشر التجارة عبر الحدود



المصدر: تقرير ممارسة أنشطة الأعمال

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



وتحسين الوصول إلى المعلومات الائتمانية وإيجاد مشروع النافذة الاستثمارية الواحدة وتبني قانون الإعسار الذي ينظم عملية إنفاذ الشركات التي تتعرض لإعسار مالي قبل وصولها إلى عملية التصفية الإلزامية. وعليه؛ 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 ويبين 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 إمكانياته 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 الافتا 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، وتكثفت 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 2019/11/5 ودخلت حيز النفاذ بتاريخ 2021/05/1 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.

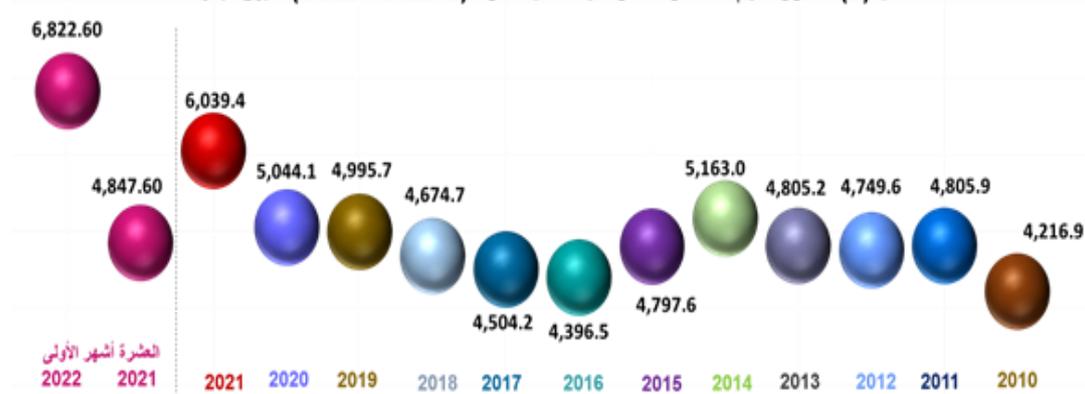
4.1 تطورات التجارة الخارجية:

تطور حجم التجارة الخارجية للأردن خلال الفترة 2010-الأحد عشر شهراً الأولى من العام 2022، حيث شهدت الصادرات الوطنية ارتفاعاً منذ العام 2010 لتسجل أعلى ارتفاع لها خلال العام 2014 لتبلغ 5.1 مليار دينار، لتتخفف 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 مليار دينار. ويعود السبب في هذا الارتفاع في الصادرات الوطنية نتيجة للجهود المشتركة التي بذلها القطاعان العام والخاص خلال السنوات القليلة الماضية بهدف تعزيز نفاذ المنتجات الوطنية الى مختلف الأسواق خاصة في ظل الظروف الصعبة التي واجهتها بسبب اضطرابات المنطقة وخسارتها أسواقا 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 مليار دينار بارتفاع نسبته 19.7% مقارنة مع العام 2020، وذلك نتيجة لآثار 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 الالبسة وتوابعها في المرتبة الأولى بقيمة 1.4 مليار دينار تلتها الاسمدة 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 شهده حجم الصادرات الوطنية إلا أنها تعاني من وجود بعض المحددات الخاصة والمتمثلة ب: التركيز السلعي والجغرافي؛ حيث لا زالت منتجات الألبسة وتوابعها، البوتاس الخام، الخضار والفواكه، الأسمدة، الفوسفات، والمنتجات الكيماوية غير العضوية تشكل الهرم الرئيسي للصادرات الأردنية، كما ان الشركاء الرئيسيين المتمثلين في الولايات المتحدة، السعودية، الهند، والعراق لم يتغيروا. يليه محدودية عدد المصدرين وزيادة الكلف الناجمة عن التصدير.

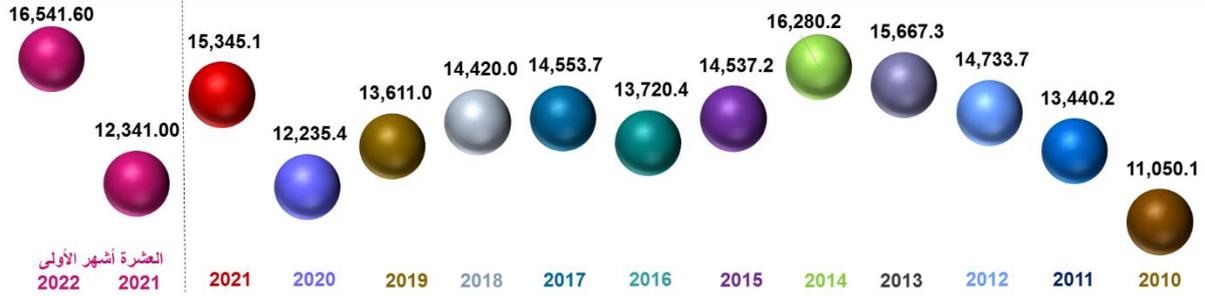
الشكل (6): تطور حجم الصادرات الوطنية خلال الفترة (2010-2022/10) مليون دينار



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 المستوردات خلال الفترة (2010-2022/10) مليون دينار



المصدر: بيانات دائرة الإحصاءات العامة/ بيانات التجارة الخارجية

واستمرت المستوردات في الانخفاض خلال عام 2019، ويعود السبب الرئيسي لانخفاض المستوردات إلى انخفاض المستوردات من النفط ومشتقاته ومنتجات العربات والدراجات وأجزائها وكذلك المنتجات من الحديد ومصنوعاته وغيرها من المنتجات، بعد ذلك استمرت المستوردات في الانخفاض خلال عام 2020 بما نسبته 11% عن العام 2019 نظراً لما شهده العالم من اغلاقات نتيجة لأزمة كورونا. ومن ثم عاودت المستوردات الأردنية ارتفاعها خلال عام 2021 لترتفع بما نسبته 25.4% مقارنة مع العام 2020، واستمرت المستوردات 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.

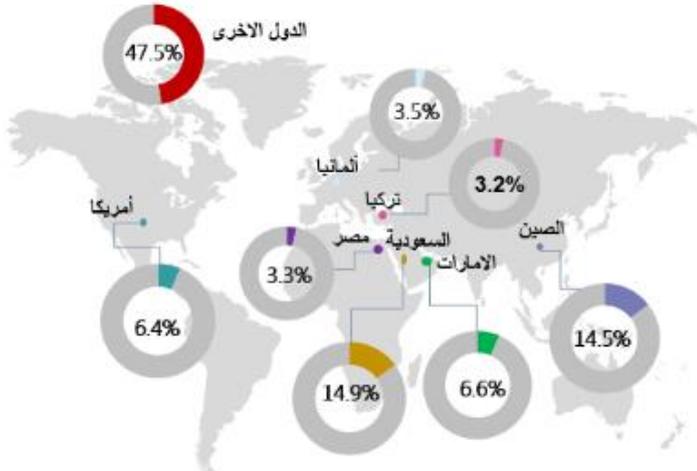
وفيما يتعلق بالعجز في الميزان التجاري والذي يمثل الفرق بين قيمة المستوردات وقيمة الصادرات الكلية خلال العام 2021 قد بلغ 8.7 مليار دينار، وبذلك يكون العجز قد ارتفع خلال العام 2021 بنسبة 31.9% مقارنة بنفس الفترة من العام 2020. وخلال الأحد عشر شهراً من عام 2022، فقد بلغ العجز في الميزان التجاري 9.9 مليار 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 والمستوردات:

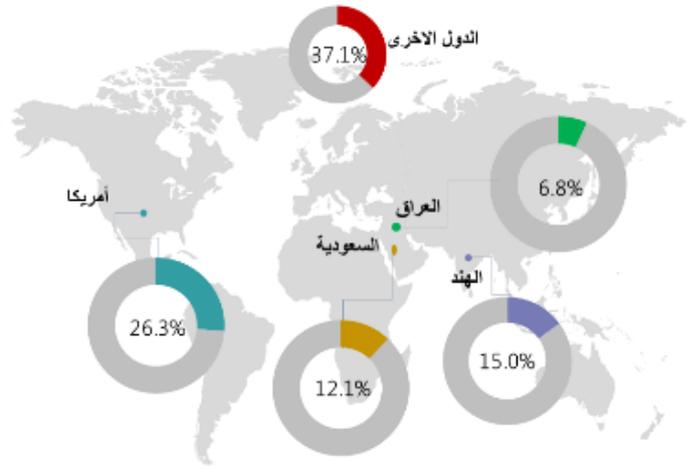
وبالنظر إلى الشركاء الرئيسيين للأردن من ناحية الصادرات فلم يحدث أي تغيير يذكر عليهم حيث استمرت الولايات المتحدة الأمريكية بالصدارة تليها الهند ثم كل من السعودية والعراق خلال العام 2021 حيث يمكن القول بأن ما يقارب 60% من إجمالي الصادرات الوطنية لعام 2021 تركزت في كل من الدول العربية والولايات المتحدة. ويظهر الشكل (8) أدناه 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 المستوردات 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 المستوردات. ووفقاً للبيانات الخاصة بالمستوردات خلال العام 2021، لم يحدث أي تغيير على هيكل الشركاء فقد تصدرت السعودية القائمة بما نسبته 14.9% تلتها كل من الصين 14.5% والامارات 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 المستوردات الأردنية تلتها السعودية 15.0% والامارات 8.3% والولايات المتحدة الأمريكية 5.3%.

الشكل (9): التوزيع الجغرافي للمستوردات خلال العام 2021



الشكل (8): التوزيع الجغرافي للمصادر خلال العام 2021



المصدر: دائرة الإحصاءات العامة/بيانات أولية

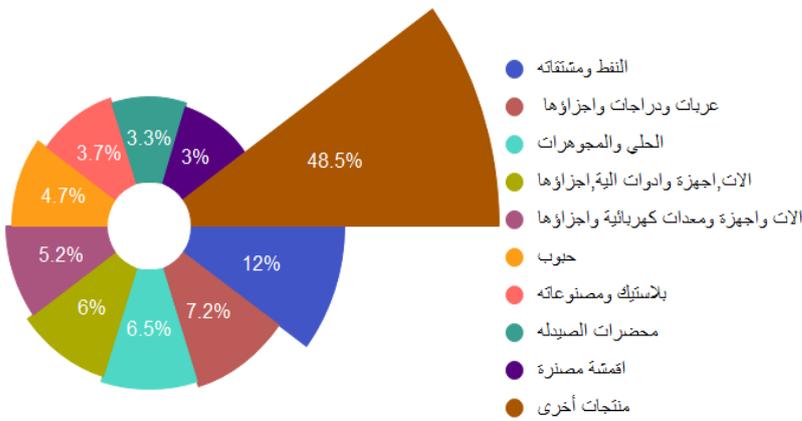
4.3 التركيب السلعي للمصادر والمستوردات:

وفيما يتعلق بالتركيب السلعي للمصادر لازالت منتجات الألبسة وتوابعها، البوتاس الخام، الخضار والفواكه، الأسمدة، الفوسفات، والمنتجات الكيماوية غير العضوية تشكل الهرم الرئيسي للمصادر الأردنية، ويوضح الشكل (10) أدناه التركيب السلعي للمصادر الوطنية خلال العام 2021 حيث شكل منتج الألبسة وتوابعها 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 وتوابعها بالمرتبة الأولى تلتها الأسمدة ثم البوتاس الخام والفوسفات الخام والمنتجات الكيماوية.

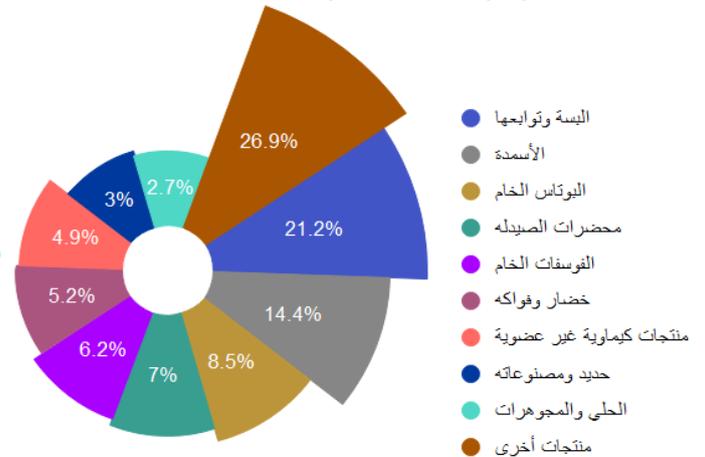
كما لم يتغير التركيب السلعي للمستوردات الأردنية خلال العام 2021، حيث لازالت منتجات النفط الخام ومشتقاته، العربات والدرجات وأجزائها، الآلات والأجهزة الكهربائية، الحبوب تشكل الهرم الرئيسي للمستوردات الأردنية. ويبين الشكل (11) أدناه أن النفط الخام ومشتقاته يشكل ما نسبته 12.0% من إجمالي المستوردات الأردنية يليها العربات والدرجات وأجزائها 7.2%، الحلي والمجوهرات 6.5%، الآلات وأجهزة وأدوات آليّة وأجزائها 6.0%، الآلات والأجهزة الكهربائية 5.2% والحبوب 4.7%. ولم يتغير التركيب السلعي للمستوردات الأردنية خلال الأشهر العشرة الأولى من العام 2022 إلا أن المستوردات 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 صحياً على صادرات المواد الكيماوية والفوسفات. وفيما يلي استعراض لواقع القطاع الصناعي والخدمي في الأردن.

الشكل (11): التركيب السلعي للمستوردات 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 أرباع الأولى من عام 2022، وتشكل الصادرات الصناعية ما يقارب الـ 94% من إجمالي الصادرات السلعية. وتمتلك شركات التصنيع في الأردن القدرة على تنويع 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 ويُعد 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 خلال العام 2021 ما يقارب 5.4% وحوالي 4.7%

خلال الثلاث أرباع الأولى من العام 2022. ووفقاً لبيانات دائرة الإحصاءات العاملة فقد بلغ عدد المشتغلون الأردنيون ممن 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 البندوة، الفليفلة 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 للفواكه والخضراوات 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 والخضراوات 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 ثلاث 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 مازال 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 إمكانات التصدير. أما المنتجات الأردنية ذات الإمكانات التصديرية والتي يمكن ان 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 والحلي 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 الإمكانات الأكبر لنفاذ الصادرات الأردنية من المنتجات وفقاً للمناطق الجغرافية هي الشرق الأوسط وأمريكا الشمالية وجنوب آسيا ويظهر الشرق الأوسط كأكثر مجال لتحقيق فرص تصديرية إضافية بقيمة 1.2 مليار دولار تليها أمريكا الشمالية بـ 697 مليون دولار. ويظهر الشكل (12) أدناه 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 تحقق بعد إمكاناتها الكاملة حيث تبلغ الفرص التصديرية غير المستغلة الى الولايات المتحدة الأمريكية 630 مليون دولار، تليها الهند بـ500 مليون دولار والسعودية 439 مليون دولار والصين 305 مليون دولار والامارات 225 مليون دولار وغيرها من الدول الاخرى.

سيؤدي استغلال هذه الفرص التصديرية إلى ضمان تحقق التنوع السلعي والجغرافي المطلوب للصادرات وخلق العديد من الوظائف، وفقاً للدراسة التي أعدها 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 الاناث على حوالي 23% من هذه الوظائف.

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

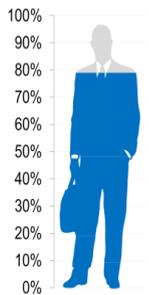


4.7 صادرات قطاع الخدمات:

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%؛ وسبب ذلك هو نمو القطاعات الأخرى (الصناعي والزراعي) بشكل أسرع من الخدمات.

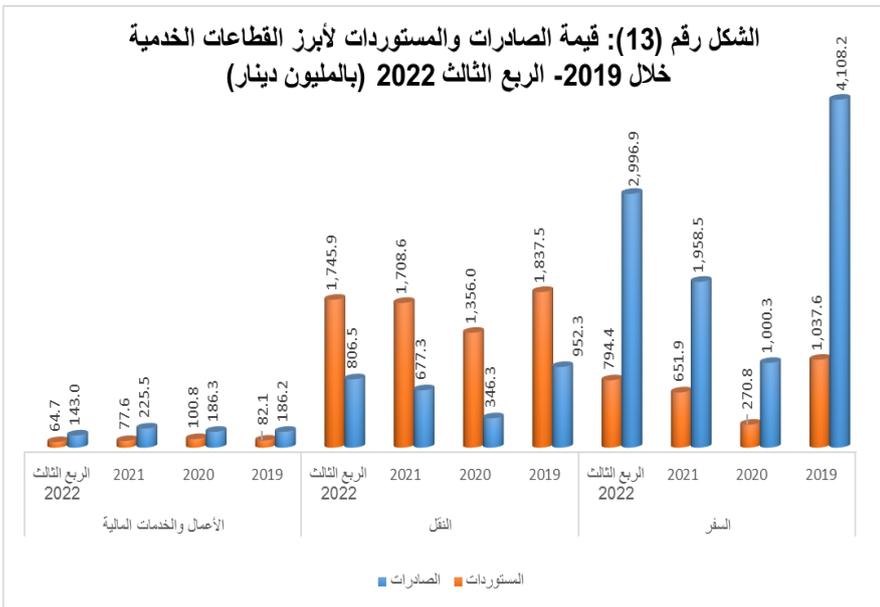


³ دائرة الإحصاءات العامة

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

وتكمن أهمية قطاع الخدمات في قدرتها لتنافسية العالية للتصدير للأسواق الخارجية نظراً لما تتميز 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 ألقت بظلالها وأثرت على القطاعات الخدمية -والتي من أهمها الإيرادات السياحية- ولكنها عاودت للارتفاع تدريجياً في العام 2021 لتصبح 3.2 مليار دينار أردني، واستمرت بالارتفاع خلال الثلاثة أرباع الأولى من العام 2022، حيث بلغت 4.1 مليار دينار. أما عن المستوردات 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، و3.08 مليار دينار أردني خلال الثلاثة أرباع الأولى من العام 2022.

ويبين الشكل (13) المجاور قيمة الصادرات والمستوردات وفقاً لأبرز القطاعات الخدمية خلال الأعوام 2019 - الربع الثالث من العام 2022 بالمليون دينار حيث استحوذ قطاع السياحة على الحصة الأكبر من الصادرات. وتعدّ 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 تبين أن أداء الأردن أعلى مما هو متوقع بالنسبة لمستوى تطوره، وتركز الصادرات والواردات في قطاعي النقل والسياحة حيث تبين أن الأردن لديه مشكلة في تنوع 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.

وتطور القطاع الخدمي في الأردن يتطلب بالضرورة تنوع الصادرات وبخاصة من الخدمات الحديثة غير التقليدية لأنها ذات قيمة مضافة أعلى وتمنح مزيداً من التحرير فيه: خدمات تكنولوجيا الأعمال، خدمات الحاسوب، الخدمات المالية، خدمات حقوق الملكية الفكرية. ويبين 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 وزارة الصناعة والتجارة حول التجارة في الخدمات

5. التحديات التي تواجه الصادرات الأردنية:⁵

يواجه القطاع الصناعي والتجاري والخدمي في المملكة العديد من التحديات التي توالى 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 والمعوقات 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 الإنتاج المحلية بسبب ارتفاع كلفها مقارنة بالمدخلات المستوردة. كما يواجه القطاع الصناعي والزراعي ضعف إقبال العمالة الأردنية الماهرة نظراً لانخفاض 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 الفرص 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 المرسله 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 الجهات المستهدفة.
 - ضعف بيئة تمكين الأعمال المتمثلة في مؤسسات القطاع، ومعامل البحث والتطوير.
 - عدم بذل الجهود الكافية 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 اللازمة والموقف الصحيح للزراعة والكثير من المهندسين الزراعيين لا يجدون الوظائف الملائمة.
 - محدودية الشركات التي تقي بمتطلبات الوصول للأسواق المتطورة من حيث جودة المنتج والتعبئة والشهادات (GMP,GAP) وضعف الاقبال على العلامات التجارية على المستوى الكلي ومستوى الشركات.

التحديات والمعوقات 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 .
- المعوقات الإدارية غير الجمركية والسياسات الحمائية التي تفرضها بعض الدول والتي تعرقل حركة انسياب 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 اسواق تصديرية عالمية جديدة ضمن الامكانيات المتوفرة، و/أو التوسع في الأسواق التصديرية التي سبق وأن تم دخولها.
- ضعف البرامج التسويقية والترويجية، والمشاركة في المعارض الاقليمية والدولية، والقدرة المحدودة للتسويق للمنتجات والخدمات على المستوى الدولي.
- عدم وجود إطار تنظيمي لدعم تصدير الخضراوات والفواكه واستراتيجية وطنية للتسويق والترويج في مجال الصادرات الزراعية.
- ارتفاع كلف الإنتاج للقطاع الزراعي بالدول المنافسة للمنتج الأردني من حيث العمالة، الطاقة، المياه وأسعار مدخلات الإنتاج.

تحديات إضافية مرتبطة بصادرات 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 للأسواق المستهدفة.

■ **القيود التشريعية:** فمثلاً، تقوم بعض الدول بقرض قيود على تقديم الخدمات المهنية (كالمحاسبة والتدقيق 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 تُزال من خلال الاتفاقات والتفاهات المتبادلة ترضي الطرفين، من شأنه فتح الأسواق أمام الخدمات الأردنية وحصولها على تسهيلات أو 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، وحصص تأشيرات الدخول، واختبارات 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 مثلاً 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 افريقيا وفي منطقة الخليج العربي وشمال آسيا ودول الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

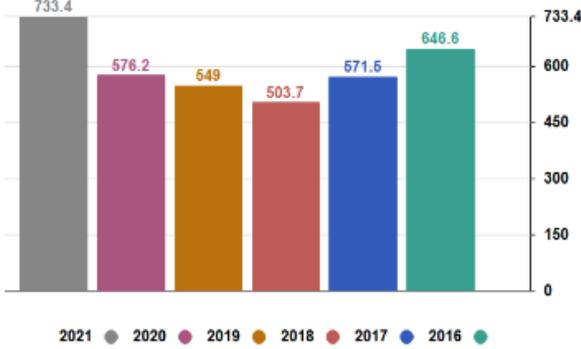
7. آلية تحديد الدول المستهدفة للتصدير:

مزايا أخرى	نسب النمو 7	حجم الطلب الفرص 6	الاستقرار السياسي والاقتصادي 5	العوامل الثقافية 4	حجم السوق 3	الموقع الجغرافي 2	الإطار التشريعي والتنظيمي 1	المعايير الدولية
- الاستفادة من الفعاليات الدولية مثل اكسبو الدوحة. - الشراكة الصناعية التكاملية على المستوى الرباعي.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دول الخليج العربي
- التعاون الثلاثي بين الاردن ومصر والعراق. - الشراكة الصناعية التكاملية على المستوى الرباعي.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	مصر
- الغاء القائمة السلبية للمنتجات الواردة الى الجزائر ما يشكل آفاق تجارية جديدة للصادرات	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الجزائر
- بوابة للدخول الى أسواق شرق افريقيا	✓	✓	✓	✓	✓			كينيا
- بوابة للدخول الى سوق جنوب افريقيا	✓	✓	✓	✓	✓			جنوب افريقيا
- يرتبط مجتمع الاعمال بعلاقات تجارية واجتماعية تاريخية - فرص واعدة في مشاريع اعادة الاعمار		✓		✓	✓	✓	✓	سوريا
- يرتبط مجتمع الاعمال بعلاقات تجارية واجتماعية تاريخية - فرص كبيرة لتنوع الصادرات	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	فلسطين الولايات المتحدة
- الاستفادة من خبرة القطاع الخاص في السوق الأمريكي	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	كندا
- يرتبط مجتمع الاعمال بعلاقات تجارية واجتماعية تاريخية - التعاون الثلاثي بين الاردن ومصر والعراق - فرص واعدة في مشاريع اعادة الاعمار		✓		✓	✓	✓	✓	العراق
- توفر عدد كبير من برامج الدعم لدخول تلك الأسواق الى جانب قوافل منشأ منشأ مبسطة. - تعتبر هولندا مركز لتوزيع منتجات الخضار والفاكهة - وجود مبادرات تسهيل المستوردات. تعتبر هولندا مركز للتوزيع للدول المحيطة لمنتجات الألبسة	✓	✓	✓	✓	✓		✓	الاتحاد الأوروبي: إيطاليا، ألمانيا، هولندا، هنغاريا
- التوجه نحو توقيع اتفاقية مع الاتحاد الأوروبي	✓	✓	✓	✓	✓			روسيا

1. توفر الإطار التشريعي والتنظيمي يزيد من تنافسية المنتجات الاردنية في الأسواق المستهدفة ومن العوامل الرئيسية لتسهيل التجارة ومعالجة الصعوبات التي تواجه النفاذ 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 ستضمن للمصدرين في المراحل المبكرة بسهولة لكبر حجم تلك الأسواق وتنوع الأنماط الاستهلاكية فيها.
4. معرفة وتقارب الثقافة تُساهم في تسهيل التفاهات بين مجتمع الأعمال في مرحلة مبكرة.
5. إن عومل الاستقرار لها انعكاسات مهمة على الأعمال التجارية مما يخفف المخاطر للمصدرين ومنها المالية وتخفيف 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.

1. السعودية:

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



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%. ويبين الشكل (15) المجاور أن الصادرات الوطنية إلى السعودية عاودت الارتفاع في العام 2021 بعد ما شهدت انخفاضاً خلال عامي 2018 و2019 عن العام 2017 لترتفع بما نسبته 27.3% مقارنة مع العام 2020. وبالنظر

إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الإحصاءات 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



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 ما نسبته 1.5%. ويبين الشكل (16) المجاور بأن الصادرات إلى قطر شهدت تذبذباً ملحوظاً خلال الفترة 2016-2021 نتيجة للأحداث التي مرت بها خلال الأعوام الماضية، إلا أنها ارتفعت عن الفترة 2019-2020

لتسجل ما نسبته 16% مقارنة مع العام 2020. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الإحصاءات 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



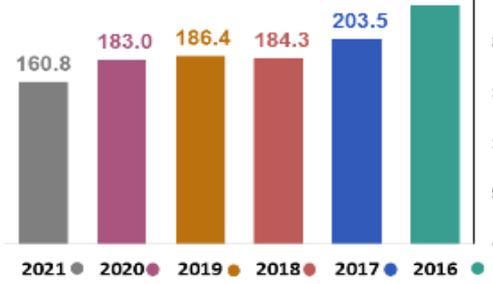
جاءت الكويت في المرتبة الرابعة بعد كل من السعودية والعراق والإمارات من بين دول منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى التي توجهت إليها الصادرات الوطنية الأردنية، حيث بلغت حصة الكويت من إجمالي الصادرات الوطنية حوالي 2.6% خلال العام 2021. ويبين الشكل (17) المجاور بأنه وبالرغم من ارتفاع الصادرات الأردنية خلال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

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

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

4. الإمارات المتحدة العربية:

الشكل (18): قيمة الصادرات الوطنية إلى الإمارات خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار



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) وبأن الصادرات الى الامارات واصلت الانخفاض منذ العام 2017، وبلغت نسبة الانخفاض في العام 2021 ما يقارب (12%). وبالنظر الى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية الى الامارات 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:

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

➤ 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 او الفنية أو اغلاق المنفذ البري لتجارة الترانزيت.
- المتطلبات الاجرائية والفنية لدخول المنتجات.
- اختلاف المواصفة 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

المجال/ المحور	النشاط
الإطار القانوني والتنظيمي	- التنسيق المستمر بين القطاعات والغرف الصناعية والتجارية حول المعوقات الإجرائية لتكون على جدول أعمال اللجان المشتركة. - تسريع اعتماد المؤسسة العامة للغذاء والدواء الاردنية كجهة لاصدار الشهادات الصحية للصادرات من المنتجات الغذائية والدوائية. - تشجيع القطاع الخاص بتوقيع مذكرات تفاهم في مجال الانشاءات والعطاءات.
إدارة الجودة والمطابقة الفنية	- تحديث وتطوير برامج الاعتراف بشهادات المطابقة وعلامة الجودة للمنتجات الموقعة - تنفيذ برامج لتقييم الجاهزية التصديرية لإدارة الجودة للشركات الأردنية على مستوى قطاعي

5. فلسطين:

الشكل (19): قيمة الصادرات الوطنية إلى فلسطين خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار



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%. ويبين الشكل (19) المجاور وضع الصادرات الأردنية إلى فلسطين خلال الفترة (2016-2021) حيث شهدت الصادرات الوطنية إلى فلسطين تذبذباً خلال هذه الفترة لتشهد خلال العام 2021 ارتفاعاً ملحوظاً بما يقارب 22%

مقارنة مع العام 2020. وبالنظر الى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية الى 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:

- 1.الصناعات الغذائية.
- 2.الصناعات الكيماوية ومستحضرات التجميل.
3. صناعات التعبئة والتغليف.
- 4.السجاد.
5. محضرات الغسيل.
6. كربونات الكالسيوم.
7. الخدمات اللوجستية المتعلقة بالشحن والنقل.
8. الملابس.
9. الصناعات الانشائية (الحديد والاسمنت).
10. المواشي وبشكل خاص الخراف.
11. الخدمات الاستشارية الإدارية والهندسية.
12. خدمات تكنولوجيا المعلومات.
13. بلاستيك.

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

المعوقات/ التحديات

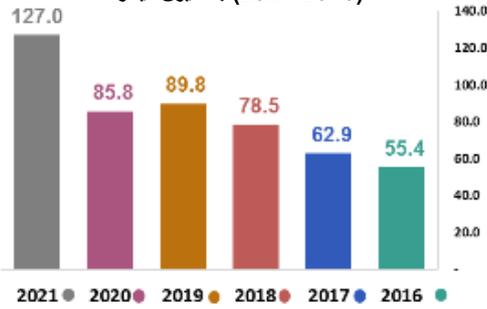
- ازدواجية الإجراءات الجمركية والرسوم الخاصة بها.
- قيود على حصص الاستيراد (الكوتا)
- الإجراءات التعقيدية على المعابر/ الفحص الأمني.
- ارتفاع الكلف التصديرية بسبب: تأخر بعض الرديات الجمركية من الجانب الفلسطيني، المعوقات على المعابر الحدودية.

الإجراءات التي تساهم في معالجة التحديات

المجال/ المحور	النشاط
الإطار القانوني والتنظيمي	- استكمال العمل ضمن الترتيبات والتفاهات-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	- تفعيل وتنفيذ خطة العمل الخاصة بالاعتراف المتبادل بشهادات المطابقة وعلامات الجودة بين مؤسسة المواصفات والمقاييس الاردنية ومؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية. - تحديد السلع ذات الأولوية الواردة في الترتيبات الجديدة ليمت العمل على مطابقتها مع المواصفات والمتطلبات النافذة في السوق الفلسطيني.
معلومات الأسواق	- توفير قاعدة بيانات للموردين والمنتجين الاردنيين الفلسطينيين. - توعية القطاع الخاص بالمتطلبات الخاصة بالتصدير الى السوق الفلسطيني بما فيها الترتيبات والتفاهات الجديدة. - توعية القطاع الخاص بالمعوقات المفروضة على حركة التبادل التجاري بين البلدين.
تعزيز التنافسية والتمويل	- تحديث وتطوير جسر الملك حسين بما يضمن فصل جسر الركاب عن جسر البضائع لضمان انسياب البضائع.

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 2.1%. (يبيّن 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 الى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية الى 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. الادوية منها الادوية البيطرية.
5. التمور
6. منتجات البحر الميت.
7. المبيدات الزراعية.
8. الاجهزة الكهربائية.
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 الى السوق المصري.
- معيقات فنية وإجرائية للنفاذ الى الاسواق عبر مصر (الترانزيت).
- معيقات إجراءات التسجيل لبعض المنتجات كالادوية والاسمدة والمبيدات.
- معيقات النقل وارتفاع كلفه وبخاصة للمنتجات الزراعية.
- ضعف التسويق للمنتجات التصديرية ذات الميزة التنافسية.

الإجراءات التي تساهم في معالجة التحديات

المجال/ المحور	النشاط
الإطار القانوني والتنظيمي	- استكمال العمل ضمن الترتيبات والتفاهات الخاصة بزيادة حصة الصادرات الاردنية الى السوق المصري. - متابعة تنفيذ الاتفاقيات ومذكرات التفاهم الموقعة بين الجانبين ومراجعتها بشكل دوري ووضع خطة عمل للتنفيذ.
إدارة الجودة والمطابقة الفنية	- مراجعة البرنامج التنفيذي الخاص بمذكرة التفاهم حول الاعتراف المتبادل بشهادات المطابقة" والموقعة عام 2008 - تصميم برامج دعم في مجال المطابقة الفنية.
معلومات الأسواق	- خطة التوعية بالمعيقات الإجرائية والفنية المفروضة.
التسويق والترويج	- تنظيم وعقد المعارض التجارية المشتركة مع اتاحة البيع المباشر

7. العراق:

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



احتلت العراق المرتبة الثانية من بين 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. ويبين الشكل (21) المجاور وضع الصادرات الأردنية إلى العراق خلال الفترة (2016-2021) حيث شهدت تقارباً 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 الى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية الى 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.الصناعات الغذائية. | 7.الأجهزة الكهربائية المنزلية. | 13.الاسمدة. |
| 2. قطاع المقاولات | 8.الخدمات الاستشارية الإدارية والهندسية. | 14.الفوسفات. |
| 3. الأدوية. | 9.الأشتال والنباتات والبذور. | 15.خضار وفواكه. |
| 4. المواد الكيماوية. | 10. الطاقة النظيفة (معدات وخدمات). | 16.حيوانات حية. |
| 5. البلاستيك والورق وصناعات التعبئة والتغليف. | 11.خدمات تكنولوجيا المعلومات. | 17.كربونات الكالسيوم. |
| 6. مستحضرات التجميل. | 12. منتجات البحر الميت | |

➤ 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 للتقاهمات الخاصة بالمتطلبات الاجرائية والفنية كعملية التسجيل المسبق للمنتجات للدخول إلى السوق العراقي.
- منع تصدير الأسمدة من خلال معبر طريبيل.
- التوسع في السياسة الحمائية للمنتجات العراقية.
- الحصول على التأشيرات والاقامات للشركات والعاملين وخبراء المشاريع وارتفاع كلفتها وطول إجراءاتها.
- معيقات متعلقة بالمطابقة الفنية.

الإجراءات التي تساهم في معالجة التحديات

المجال/ المحور	النشاط
الإطار القانوني والتشريعي	- وضع ومتابعة خطة عمل لتنفيذ الاتفاقات والتقاهمات ومراجعتها بشكل دوري. - متابعة تنفيذ الاتفاقيات ومذكرات التفاهم الموقعة بين الجانبين ووضع خطة عمل للتنفيذ.
إدارة الجودة والمطابقة الفنية	- مراجعة مذكرة التفاهم الموقعة في العام 2010 بين مؤسسة المواصفات والمقاييس الأردنية والجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية التابع للحكومة العراقية. - تصميم برامج دعم في مجال المطابقة الفنية.
معلومات الأسواق	- خطة التوعية بالمعيقات الاجرائية والفنية والتحديث بخصوص الاتفاقات والتقاهمات بين البلدين.

8. سوريا:

الشكل (22): قيمة الصادرات الوطنية إلى سوريا خلال الفترة (2021-2016) بالمليون دينار



بلغت حصة سوريا من إجمالي الصادرات الوطنية للأردن حوالي 0.9% خلال العام 2021. ويبين الشكل (22) المجاور وضع الصادرات الأردنية إلى سوريا خلال الفترة (2021-2016) حيث شهدت الصادرات الوطنية إلى سوريا تذبذباً خلال هذه الفترة لتسجل خلال العام 2021 ارتفاعاً ملحوظاً بما يقارب 61% مقارنة مع العام 2020. وبالنظر الى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية الى 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. مصنوعات بلاستيكية.
2. المواد الكيماوية.
3. منتجات مطاحن الحبوب.
4. قطاع المقاولات والصناعات الانشائية.
5. الأدوية.
6. الخدمات الطبية.
7. المستلزمات والمنتجات الطبية والعناية الشخصية.
8. الفوسفات والبوتاس.
9. مستحضرات التجميل.
10. الاسمدة.
11. الخدمات الاستشارية الإدارية والهندسية المطلوبة لإعادة الإعمار والتأهيل الاجتماعي والاقتصادي.
12. الخضراوات والفواكه.
13. الكهرباء.
14. كربونات الكالسيوم.
15. الطاقة النظيفة (معدات وخدمات).
16. الخدمات اللوجستية المتعلقة بالشحن والنقل.
17. الصناعات الغذائية.
18. الاسمنت بنوعيه الأسود والأبيض.
19. منتجات البحر الميت.

المعيقات/ التحديات

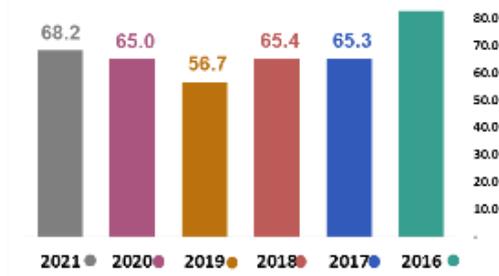
- استدامة حركة المنتجات عبر الحدود بسبب الاضطرابات الجيوسياسية.
- المنافسة الدولية لمشاريع إعادة الإعمار.
- قيود على الأنشطة الاستثمارية والتصديرية بسبب الاضطرابات.
- منع منح رخص استيراد للحديد والإسمنت من قبل الجانب السوري.
- قيود على التحويلات المالية.
- المعوقات الأمنية التي تحد من الاستقرار لقطاع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

الإجراءات التي تساهم في معالجة التحديات

المجال/ المحور	النشاط
الإطار القانوني والتنظيمي	- إيلاء المفاوضات التجارية وتسريعها الأولوية للتوصل الى تفاهات.
التنافسية والتمويل	- الترويج للدخول بشراكات في مشاريع اعادة الاعمار. - دراسة امكانية وضع برنامج تأمين البضائع المصدرة الى الجانب اللبناني. - تقديم برامج دعم كلف الشحن.

9. الجزائر:

الشكل (23): قيمة الصادرات الوطنية إلى الجزائر خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار



بالرغم من أن حصة الجزائر من إجمالي الصادرات الوطنية للأردن لا تتجاوز ما نسبته 1%، ولم تتجاوز في أحسن حالاتها خلال الاعوام 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 الى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت

الصادرات الوطنية الى 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 واللوازم الطبية.
3. الصناعات الترمينية 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 وكلفها.
- وجود معيقات تتعلق بالتحويلات المالية وصعوبتها.

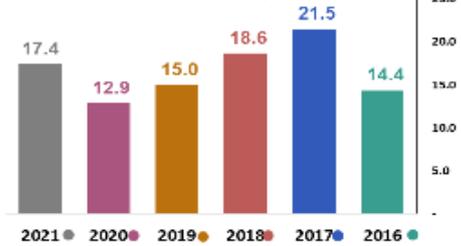
الإجراءات التي تساهم في معالجة التحديات

المجال/ المحور	النشاط
الإطار القانوني والتنظيمي	- التنسيق المستمر بين القطاعات والغرف الصناعية والتجارية حول المعوقات الإجرائية والتحديات لتكون على جدول أعمال اللجان المشتركة.
التنافسية والتمويل	- دراسة امكانية وضع برنامج تمويلي وضمان واثمان الصادرات. - اعطاء السوق الجزائري ضمن الاسواق ذات الاولوية في برامج دعم الصادرات والشحن.
التسويق والترويج	- تنظيم وعقد المعارض التجارية المشتركة مع اتاحة البيع المباشر

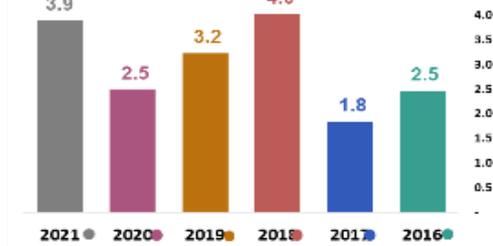
10. افريقيا (كينيا وجنوب افريقيا):

ما زالت الصادرات الاردنية الى كينيا ضعيفة، حيث بلغت حصة كينيا وجنوب إفريقيا من إجمالي الصادرات الوطنية ما نسبته 0.1% و 0.3% على التوالي خلال العام 2021. وتبين الاشكال (24) و (25) المجاورة أداء الصادرات إلى السوقين -كينيا وجنوب افريقيا- خلال الفترة (2016-2021). وبالنظر الى 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 جنوب افريقيا خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار



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



➤ المنتجات المستهدفة تصديرها إلى كينيا وجنوب افريقيا:

1. منتجات تكنولوجيا المعلومات (سلع وخدمات).
2. الأسمدة.
3. الكيماويات (نترات البوتاسيوم والفوسفات - هيدروجين 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:

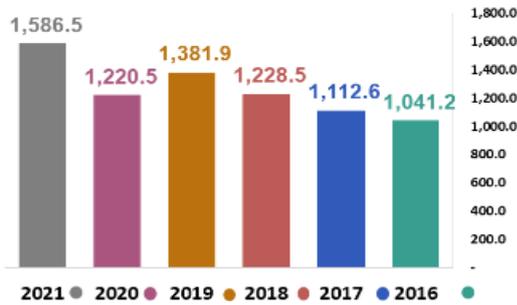
المعوقات/ التحديات

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

المجال/ المحور	النشاط
الإطار القانوني والتنظيمي	- حشد الدعم للتوافق نحو بدء مفاوضات تجارة حرة مع اتحاد الكوميسا.
إدارة الجودة والمطابقة الفنية	- توقيع مذكرات تفاهم في مجال مطابقة المنتجات للاشتراطات الفنية. - توفير معلومات حول شهادات المطابقة ومتطلبات اعتماد المنتجات للسوق الكيني وسوق جنوب افريقيا وكذلك حول هيئات المعايير الرئيسية لدى تلك الدول.
توفير المعلومات	- توفير معلومات حول اهم 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 التنسيق بين القطاع الخاص ومكتب المستشار الاقتصادي في كينيا حول تزويدهم بال نشرات الدورية لمختلف المجالات.
التنافسية والتمويل	- تضمين السوق الافريقي ضمن برامج دعم تكاليف الشحن. - تشبيك الشركات التصديرية في برامج ضمان الصادرات.

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 الأردنية إلى الولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة (2016-2021) حيث أن شهدت ارتفاعاً حتى عام 2019 لتتخفص بعدها خلال العام 2020 بما نسبته (11.7%) مقارنة مع عام 2019، نتيجة لتبعات جائحة كورونا. وعاودت

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

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



وبالنظر الى أرقام الصادرات الاردنية إلى كندا، نجد أنها ما تزال دون مستوى الطموح وخصوصاً بوجود اتفاقية تجارة حرة، حيث بلغت حصة كندا من الصادرات الاردنية حوالي 0.8% خلال العام 2021. وبالنظر الى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية الى كندا ما قيمته 59.7 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 42.0% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 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. كربونات الكالسيوم.
11. المشغولات اليدوية (مطرزات ومشغولات ذات طابع ثقافي).
12. المنتجات الفنية والثقافية (كتب وقصص مترجمة، لوحات فنية، أفلام قصيرة).
13. الزيوت والخلاصات النباتية التي موطنها الأردن (الوفيرا، أعشاب طبية وعطرية).
14. الأعشاب التي موطنها الأردن (خضراء ومجففة ومستخلصات).
15. زيت الزيتون والزيتون.
16. الخدمات الاستشارية الإدارية والهندسية.
17. خدمات الترجمة.
18. المنتجات البلاستيكية.
19. المشغولات اليدوية (مطرزات ومشغولات ذات طابع ثقافي).
20. الأغذية (المعلبات).
21. المفروشات.
22. المنتجات الكيماوية وخصوصا المنظفات والاسمدة.
23. الاحجار

➤ 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 الى تلك الأسواق.
- متطلبات المواصفات والجودة العالية بما فيها التعبئة والتغليف.
- محدودية المعلومات دراسات السوق ومتطلبات التصدير للمنتج أو الخدمة والربط مع الموزعين والوكلاء والممثلين المحتملين للشركات.
- اختلاف الجهات النازمة للاستيراد وشروط ومتطلبات التصدير بين الجزء الفرنسي والجزء الانجليزي/ السوق الكندي.
- تحديات مرتبطة بالتأشيرات والاقامات.

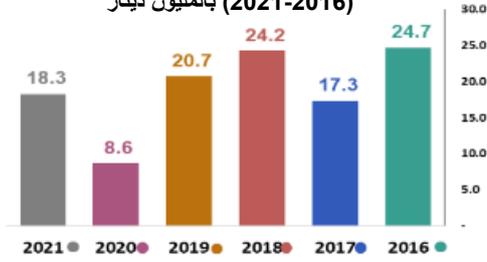
الإجراءات التي تساهم في معالجة التحديات

المجال/ المحور	النشاط
توفير المعلومات	- توفير معلومات حول اهم الموانئ البحرية والجوية وبعدها عن المدن الرئيسية، متضمنة الخدمات اللجستية المقدمة. - تعزيز معلومات الأسواق من خلال الدراسات التسويقية التحليلية على مع مستوى القطاع والقطاع الفرعي والمنتج مع التركيز على مستوى تنافسية الأسواق ومدى مطابقة المنتجات للاشتراطات الفنية.
التسويق والترويج	- ورش العمل التوعوية حول: ❖ اسواق الولايات الرئيسية وبعدها عن أقرب ميناء والمطارات وتكاليف مسار نقل الشحنات. ❖ متطلبات الدخول الى كندا ونقاط الاستعلام.
التنافسية والتمويل	- دعم المشاركة في المعارض وتنظيم البعثات 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 اللوجيستية. - دعم الشركات في برامج دعم تكاليف الشحن.

12. دول الاتحاد الأوروبي:

❖ إيطاليا:

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



جاءت إيطاليا 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 إيطاليا خلال الفترة (2016-2021). وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الإحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام

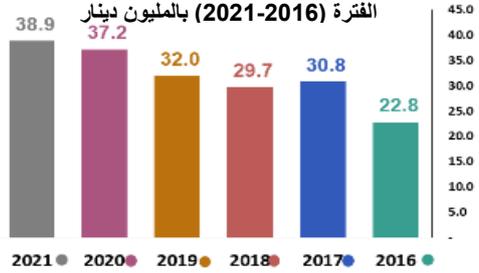
2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى إيطاليا ما قيمته 29.8 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 117.5% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

➤ المنتجات المستهدفة تصديرها إلى إيطاليا:

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

❖ هولندا:

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



بلغت حصة هولندا من إجمالي الصادرات الوطنية مانسبته 0.7%. ويبين الشكل (29) المجاور أداء الصادرات الأردنية إلى هولندا خلال الفترة (2016-2021) حيث شهدت الصادرات الوطنية إلى هولندا ارتفاعاً متتالياً خلال تلك الفترة. تتركز النسبة الأكبر من الصادرات الأردنية إلى هولندا في منتجات الألبسة وتوابعها، بالإضافة إلى الخضار والفواكه. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الإحصاءات

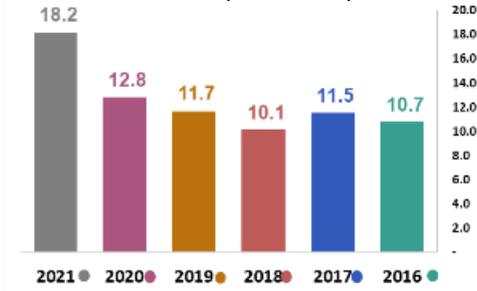
العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية إلى هولندا ما قيمته 112.3 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 249.0% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

➤ المنتجات المستهدفة تصديرها إلى هولندا:

1. الأدوية ومنتجات الصيدلة.
2. الخضار والفواكه.
3. الصناعات الغذائية.
4. خدمات تكنولوجيا المعلومات.
5. الاسمدة.
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 (BBO/ITO). (outsource services)
13. التمور.

❖ المانيا:

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



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

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

➤ المنتجات المستهدفة تصديرها إلى ألمانيا:

1. الأدوية والمستلزمات طبية.
2. الملابس وتوابعها.
3. الاسمدة.
4. الخدمات الاستشارية الإدارية والهندسية.
5. منتجات كيمياوية من البنود الجمركية (33 و34).
6. منتجات الأعشاب الطازجة.
7. زيت الزيتون.
8. التمور.
9. بن محمص منزوع منه الكافيين.
10. مستحضرات تجميل أو زينة (تحتوي على منتجات البحر الميت).
11. مصنوعات من لدائن.
12. مصنوعات من الومنيوم.
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.

❖ هنغاريا:

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



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

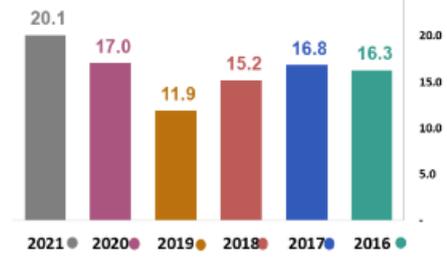
الى هنغاريا ما قيمته 0.6 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 71.5% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

➤ المنتجات المستهدفة تصديرها إلى هنغاريا:

1. الأدوية ومستلزمات طبية.
2. الملابس وتوابعها.
3. الاسمدة.
3. منتجات البحر الميت.
5. منتجات الأعشاب الطازجة.
6. زيت الزيتون.
7. التمور.
8. الصناعات الغذائية.
9. الخضار والفواكه (من ضمنها الفلفل الحلو).

13. المملكة المتحدة:

الشكل (32): قيمة الصادرات الوطنية إلى المملكة المتحدة خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار



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 التنافسية المتمثلة بالأفضليات الممنوحة من حيث الرسوم الجمركية. تركزت الصادرات الأردنية إلى المملكة المتحدة في منتجات الألبسة وتوابعها، الخضار والفواكه، منتجات كيميائية. وبالنظر

الى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية الى 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: ألبسة أخر، من مصنرات 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 صحي.
7. منتجات البحر الميت.
8. منتجات الأسمدة.
9. المنتجات البلاستيكية.

➤ أهم التحديات التي تواجه زيادة التصدير إلى (إيطاليا وهولندا والمانيا وهنغاريا 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 القدرات 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 المصدرين الأردنيين بالقوانين والتشريعات الأوروبية النافذة.

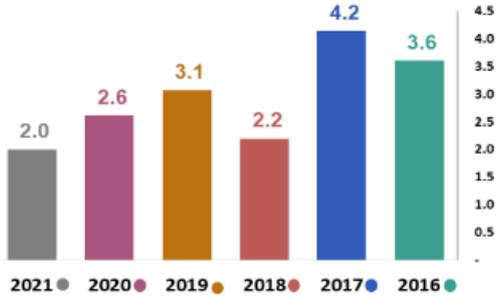
الإجراءات التي تساهم في معالجة التحديات

المجال / المحور	النشاط
إدارة الجودة والمطابقة الفنية	- برامج تقييم الجاهزية التصديرية من حيث المطابقة الفنية على مستوى قطاعي لتقييم مدى المطابقة الفنية للمنتجات المستهدفة لاخترق السوق المستهدف وتصميم برامج دعم للتأهيل. - تأهيل المصانع الراغبة بالتصدير من قبل المؤسسة العامة للغذاء والدواء لتحقيق المتطلبات الفنية المتعلقة بالادوية والاعذية.
توفير المعلومات	- تعزيز معلومات الأسواق من خلال الدراسات التسويقية التحليلية على مع مستوى القطاع والقطاع الفرعي والمنتج مع التركيز على مستوى تنافسية الأسواق ومدى مطابقة المنتجات للاشتراطات الفنية.
التسويق والترويج	- ورش العمل التوعوية حول المتطلبات الفنية والإجرائية للنفاز الى الاسواق المستهدفة. - دعم المشاركة في المعارض وتنظيم البعثات التجارية وقاءات بين القطاع الخاص مع مجموعة محددة من اصحاب الاعمال الأوروبيين لرفع الوعي حول المنتجات والخدمات الأردنية.

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

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

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



تعتبر حصة الاتحاد الأوروبي من إجمالي الصادرات الوطنية متواضعة جدا وتتركز الصادرات الاردنية الى دول الاتحاد في السوق الروسي الذي استحوذ على 80% من إجمالي الصادرات الى الاتحاد. وإذا تم المضي قدماً في تعزيز الإطار التنظيمي مع دولة ما، روسيا مثلاً، تطلب الأمر توقيع اتفاق مع دول الاتحاد جميعاً. يبين الشكل (33) المجاور أداء الصادرات الأردنية إلى الاتحاد خلال الفترة (2016-2021). وبالنظر الى البيانات

الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية الى الاتحاد الاورواسيوي ما قيمته 3.1 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 105.4% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

➤ المنتجات المستهدفة تصديرها إلى روسيا:

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

➤ 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.

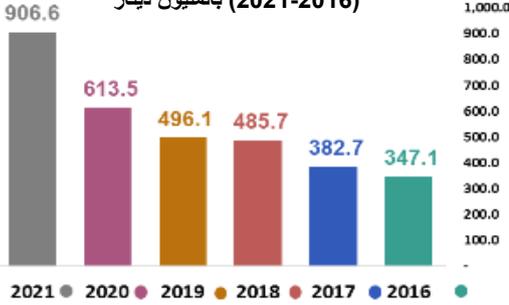
الإجراءات التي تساهم في معالجة التحديات

النشاط	المجال / المحور
حشد الدعم لبدء المفاوضات لتوقيع اتفاقية تجارة حرة مع دول الاتحاد.	الإطار القانوني والتنظيمي
تعزيز معلومات الأسواق من خلال الدراسات التسويقية التحليلية على مع مستوى القطاع والقطاع الفرعي والمنتج مع التركيز على مستوى تنافسية الأسواق.	توفير المعلومات
توفير معلومات حول مسارات الشحن المتوفرة والمتطلبة والتكاليف.	
توفير معلومات حول المتطلبات الفنية والإجرائية للنفاز الى تلك الأسواق.	
تقديم برامج دعم للمخاطر المالية عند التصدير/ برامج ضمان الصادرات.	التنافسية والتمويل
دعم الشركات في برامج دعم تكاليف الشحن.	

15. أسواق أخرى:

أ. الهند:

الشكل (34): قيمة الصادرات الوطنية إلى الهند خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار



احتلت الهند المرتبة الثانية من حيث حصتها من الصادرات الوطنية الأردنية خلال العام 2021، فقد بلغت حصتها من الصادرات الأردنية ما نسبته 15% وبين الشكل (34) المجاور وضع الصادرات الأردنية إلى الهند خلال الفترة (2016-2021) 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 والبوتاس. وبالنظر الى البيانات الأخيرة الصادرة من

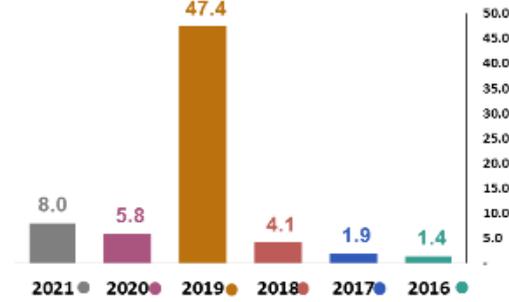
دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية الى الهند ما قيمته 1,128.8 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 68.3% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

➤ المنتجات المستهدفة تصديرها إلى الهند:

1. البوتاس والفوسفات.
2. التمر.
3. منتجات البحر الميت.
4. الصناعات الغذائية.
5. الأسمدة.
6. سيليكات.

ب. سنغافورة

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



بالرغم من وجود اتفاقية تجارة حرة بين الاردن 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 وزيتون تحصل عليها من مواد معدنية. وبين الشكل (35) المجاور وضع الصادرات الأردنية إلى سنغافورة خلال الفترة (2016-2021). وبالنظر الى البيانات الأخيرة الصادرة

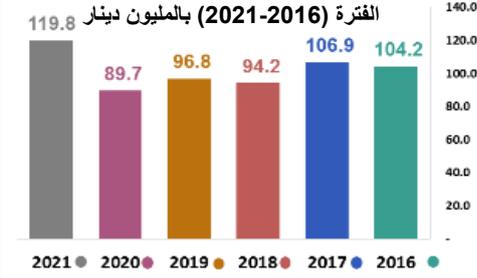
من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية الى سنغافورة ما قيمته 10.2 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 43.9% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

➤ 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. التمر.

ج. اندونيسيا واليابان:

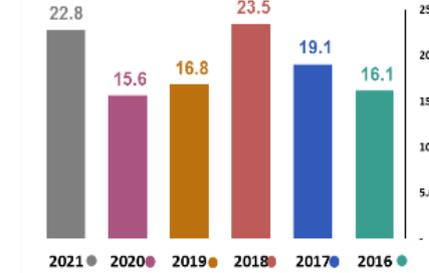
الشكل (36): قيمة الصادرات الوطنية إلى اندونيسيا خلال



يمكن النظر إلى تلك الدول كفرصة لتنويع 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 (2021-2016). وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة

الإحصاءات 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

الشكل (37): قيمة الصادرات الوطنية إلى اليابان خلال



في الشكل المجاور فتكاد تكون القيمة لا تذكر. ويبين الشكل (37) المجاور وضع الصادرات الأردنية إلى اليابان خلال الفترة (2016-2021). وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الإحصاءات 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.

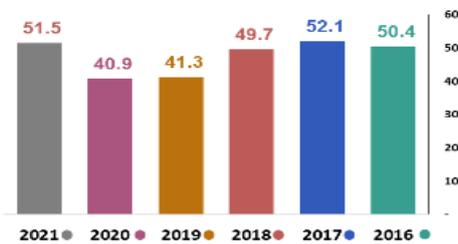
➤ المنتجات المستهدفة تنويعها إلى اندونيسيا واليابان:

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

د. سلطنة عُمان:

بلغت حصة سلطنة عُمان من إجمالي الصادرات الوطنية ما نسبته 0.9% خلال العام 2021. ويبين الشكل (38)

الشكل (38): قيمة الصادرات الوطنية إلى سلطنة عُمان خلال



المجاور أداء الصادرات الأردنية إلى سلطنة عُمان خلال الفترة (2021-2016) 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 الإحصاءات 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.

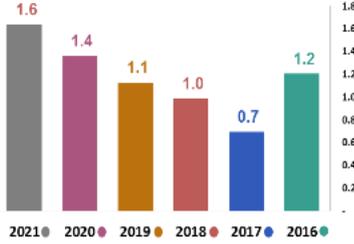
➤ المنتجات المستهدفة تصديرها إلى سلطنة عُمان:

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

هـ. تنزانيا:

بلغت حصة تنزانيا من إجمالي الصادرات الوطنية ما نسبته 0.03% خلال العام 2021. ويبين الشكل (39) وضع الصادرات الأردنية إلى تنزانيا 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 الى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية الى تنزانيا ما قيمته 1.9 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 43.8% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

الشكل (39): قيمة الصادرات الوطنية إلى تنزانيا خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار



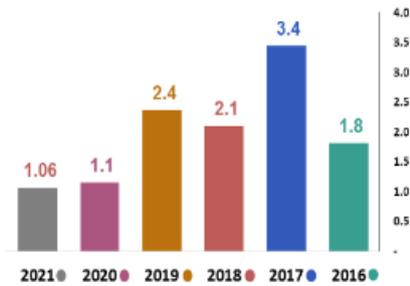
➤ المنتجات المستهدف تصديرها إلى تنزانيا:

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

و. اثيوبيا:

بلغت حصة اثيوبيا من إجمالي الصادرات الوطنية ما نسبته 0.02% خلال العام 2021. ويبين الشكل (40) المجاور وضع الصادرات الأردنية إلى اثيوبيا 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 الى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الاحصاءات العامة للأشهر العشرة الأولى من العام 2022 فقد سجلت الصادرات الوطنية الى اثيوبيا ما قيمته 0.8 مليون دينار مسجلة ارتفاعاً بما نسبته 22.5% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

الشكل (40): قيمة الصادرات الوطنية إلى اثيوبيا خلال الفترة (2016-2021) بالمليون دينار

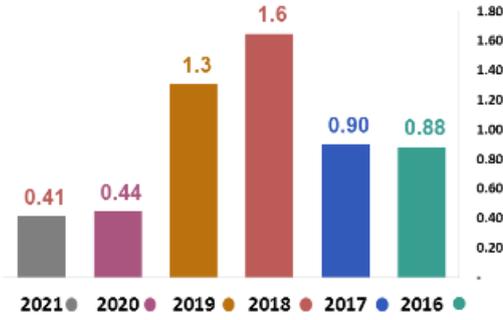


➤ المنتجات المستهدف تصديرها إلى اثيوبيا:

1. الملابس.
2. نترات البوتاسيوم.
3. كربونات الكالسيوم.
4. الاسمدة.
5. منتجات الصيدلة والأدوية.
6. الادوية.
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 وتعاود بعدها الانخفاض ليشهد العام 2021 انخفاضاً بما يقارب (6%) مقارنة مع العام 2020. وبالنظر إلى البيانات الأخيرة الصادرة من دائرة الإحصاءات 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% مقارنة مع الفترة نفسها من العام 2021.

➤ المنتجات المستهدفة تصديرها إلى جيبوتي:

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

التحديات / الفرص على المستوى الأفقي

يستهدف هذا الجزء الاستراتيجيات الأفقية
لمعالجة التحديات والتي استندت على تجارب
عدد من الدول وتم تضمين تجارب الدول في
السياسات المتعلقة بالصادرات

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

الدولة	التدخلات	الأثر	المصدر
إيرلندا	- منح للاستثمار في التكنولوجيا أو التدريب أو رأس المال المادي ، ودراسات الجدوى ، واكتساب التكنولوجيا	- تأثير إيجابي للمنح على كثافة الصادرات (بين المصدرين بالفعل) عندما كانت المنح كبيرة بما يكفي.	Görg, Henry, and Strobl (2008)
	- المنحة 45-60٪ من تكلفة رأس المال	- لا يوجد تأثير كبير المصدرين لأول مرة	
	- تدفع على أقساط تخضع لمراجعات دورية		
التشيك	- ضمانات انتمان الصادرات ضد المخاطر السياسية والتجارية	تأثير على زيادة تدفق الصادرات على المدينين القصير والطويل	Janda, Michalikova, and Skuhrovec (2013)
	- دون قيود على السقوف أو حجم ونوع الشركة		
تونس	منح لتنمية الصادرات: منتج جديد ، أسواق جديدة، أو مهارات تصدير للمصدرين لأول مرة)	تأثير على زيادة قيمة الصادرات	Cadot et al. (2011)
	- تقديم أنشطة للتأهيل فيما يخص نقص المعلومات لأسواق التصدير	تأثير إيجابي على تنوع الصادرات	
		تأثير إيجابي على المصدرين لأول مرة	
		بعد ثلاث سنوات، كان أداء المصدرين الحاصلين على المنحة شبيه لأداء غير الحاصلين عليها	
كوريا	شبكة من مكاتب ترويج الصادرات في الخارج 74 مكتباً بهدف: توفير المعلومات	تأثير إيجابي على قيم الصادرات على المستوى الكلي	Kang (2011)
	- التشبيك بين الأعمال		
	- تعزيز المشاركة في المعارض الدولية		
	- تسويق تكنولوجيا المعلومات والصناعات الثقافية)		
كندا	تمويل البعثات التجارية على المستوى الكلي	لا تأثير يذكر	Head and Ries (2010)
تشيلي	1. البعثات التجارية 2. المعارض التجارية 3. مجالس تصديرية	لا تأثير على حجم الصادرات من البعثات التجارية والمشاركة في المعارض	Chile Álvarez (2004)
		أثر إيجابي من المشاركة في المجالس التصديرية	
كولومبيا	1. تقديم الاستشارات والمساعدة الفنية: التدريب على عملية التصدير، معلومات عن الفرص والأسواق المستهدفة	التأثير الإيجابي للجمع بين جميع التدخلات مقارنة بالمشاركة في واحد منها فقط	Volpe and Carballo (2008)
	2. المشاركة في المعارض التجارية الدولية	يزداد التأثير بشكل أساسي على تنوع الأسواق.	
	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 (التحالقات)	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 الموضوعية ضمن الاستراتيجية وصولاً للتويع والاستدامة في الصادرات إذا تم وضع برامج متدرجة لتنفيذها على المديين القصير والطويل وذلك ضمن المحاور التالية:

- 1- دعم كفاءة عوامل الإنتاج والبنية التحتية: من خلال الاستثمار بشكل مستدام في المهارات والتمويل والبنية التحتية والجودة المؤسسية.
- 2- التنوع في أسواق المنتجات (سلع وخدمات): سواء من خلال السياسات على مستوى الاقتصاد التي تعزز الانفتاح التجاري ومناخ الاستثمار؛ أو التداخلات التي تعزز التنظيم الذكي و/أو التمويل لدعم الابتكار وريادة الأعمال؛ بهدف التنوع في الصادرات لرفع الاقتصاد وضمان المرونة في التعامل مع المتغيرات في المحيط الإقليمي والدولي.

محور دعم كفاءة عوامل الإنتاج والبنية التحتية

الأهداف الرئيسية	التحديات/ الفرص
<p>تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة تحدياً محدودية للحصول على التمويل، ويرجع ذلك بسبب نقص المعلومات عن تلك الشركات والتي تحتاجها المؤسسات المالية لتقييم ومراقبة مشاريع الشركات الصغيرة والمتوسطة، كما لا توجد منتجات أو خدمات مالية مخصصة بالشركات صغيرة الحجم، وبالتالي فإنه من الصعوبة على تلك الشركات تحقيق متطلبات الاقتراض بسبب الحجم. بالإضافة إلى ذلك، لا تمتلك الشركات الصغيرة والمتوسطة عموماً ضمانات (كافية)، في حين أن وصولها إلى الائتمان يعتمد بشكل كبير على الضمانات وليس على العوائد المتوقعة كما هو الحال في حالة الشركات الكبيرة.</p> <p>1- تحسين الوصول إلى التمويل من خلال إدخال أدوات بديلة للوصول على التمويل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم كصناديق ابتكار متخصصة للشركات الناشئة والشركات الصغيرة والمتوسطة.</p> <p>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 وائتمان الصادرات والتأمين عليها وبرامج دعم المخاطر المالية عند التصدير.</p> <p>3- زيادة الترويج للمؤسسات الداعمة للتصدير وبرامج الدعم التي تقدمها للشركات التصديرية</p>	<p>1. الوصول للتمويل</p>
<p>الجودة شرط مسبق للنجاح في الوصول إلى الأسواق ولتحسين القدرة التنافسية لدى الشركات المصدر، لكن تلبية المتطلبات الفنية تشكل تحد للعديد من الشركات المصدرة لا سيما في ظل زيادة تبني المواصفات القياسية، التي تُفرض 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 متصلة بالتعرفة الجمركية بل ناتجة عن لوائح فنية، وإجراءات المطابقة، وإجراءات للصحة النباتية البنية التحتية للجودة وكذلك أمور أخرى مرتبطة بإدارة الجودة تعد من أهم العوامل التي تساعد على تعزيز تنافسية الصادرات.</p>	<p>2. إدارة الجودة والمطابقة الفنية</p>
<p>البناء على البنية التحتية الحالية من أجل "ضمان الجودة" للتطوير والتنوع:</p> <p>1- الاستثمار بشكل أكبر في قاعدة المعايير والمطابقة والمقاييس والاختبار والشهادات والاعتماد الموجودة حالياً لتشمل مجموعة أوسع من الشركات وتساعد على تحسين جودة منتجاتها وتمكينها من اختراق الأسواق الغنية، مثل منتجي الأغذية المستعدين لتصدير منتجات جديدة إلى الاتحاد الأوروبي.</p> <p>2- توفير معلومات حديثة للشركات حول المتطلبات الفنية المطبقة، الاختيارية منها والإلزامية، في الأسواق المستهدفة. وتوفير دليل لتزويد الشركات وبخاصة الـ 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،</p>	

محور دعم كفاءة عوامل الإنتاج والبنية التحتية

الأهداف الرئيسية

التحديات/ الفرص

وتقييم المطابقة الاختبار، والتفتيش، ومنح الشهادات، والاعتماد، واتفاقيتي العوائق الفنية أمام التجارة، وإجراءات الصحة والصحة النباتية 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 تتكبدها.

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 تكييف 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 المحدودة بالمنتجات القابلة للتصدير والعوامل الأساسية التي تحدد القدرة التنافسية الدولية (مثل التعبئة والتغليف وأنظمة الجودة والمعايير) وحواجز أخرى محددة تتعلق بأنشطة التصدير مثل اللغة والأوراق والفواتير 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 المتبعة.

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 (للصادرات 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 والتعبئة 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 والعمالين فيها ونقل المعرفة للشركات وبخاصة SMES الى قنوات التوزيع الدولية.

من أسباب عدم استفادة الشركات بشكل كامل من الوصول التفضيلي 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

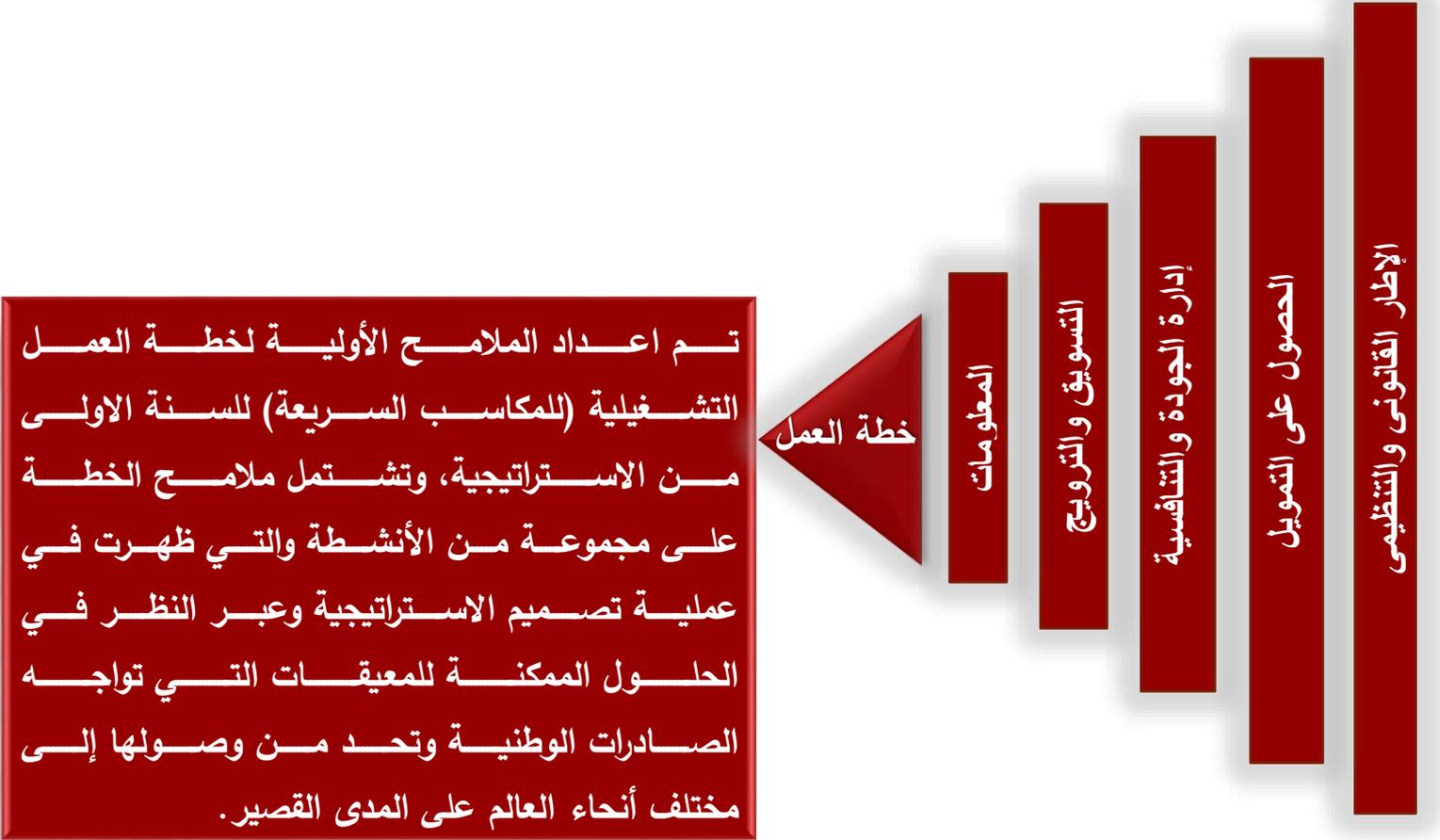
<p>1- توفير منصة معلومات الأسواق لتقديم معلومات تجارية دقيقة وفي الوقت المناسب حول:</p> <ul style="list-style-type: none"> متطلبات التصدير دخول السوق الى البلدان المستهدفة ومن الممكن تطويرها فيما بعد لتشمل أغلب البلدان. معلومات حول المعارض التقليدية والافتراضية التي ستضم على مدار العام في البلدان المستهدفة ومتطلبات الانضمام اليها. 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 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. <p>2- اعداد دراسات تسويقية للأسواق المستهدفة على مستوى القطاع والقطاع الفرعي.</p>	<p>4. توفر المعلومات التجارية</p>
<p>تلعب الخدمات اللوجستية المتطورة والحديثة دور مهم في دعم الصادرات وتسهيل التجارة من خلال تقليل تكلفة النقل والعمليات على الشحنة، وتخليصها في وقت قياسي وبخاصة للصناعات او المنتجات التي يشكل الوقت فيها عامل حاسم في سلاسل التوريد. ومن تلك الخدمات نقل البضائع النهائية من موقع الإنتاج إلى المستهلكين عبر الحدود، كخدمات النقل البحري (الشحن وخدمات الموانئ) والنقل البري والنقل الجوي (الشحن والمطارات) والخدمات اللوجستية (وكلاء الشحن وسماسة 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 برفد خزينة الدولة اضافة الى 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>	<p>5. تيسير التجارة والخدمات اللوجستية</p>
<p>1- الترويج للاردن كوجهة عبور دولية نظراً لموقعها المتميز (تتوسط قارات العالم الثلاث) الذي يشكل حلقة وصل بين العديد من الدول، واستغلال كافة الادوات المتاحة لتهيئة البيئة المناسبة للقيام بهذا الدور وإزالة أي عراقيل تواجه حركة تجارة الترانزيت المارة عبر أراضي المملكة، وبخاصة اعادة النظر في الرسوم المستوفاه لتحفيز المبادلات على المعابر، وتبسيط 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 المقصد وبالتالي تحقيق العوائد المرجوة للشركات مقابل تكاليف الشحن المرتفعة التي تتكبدها، والمتابعة مع الشركات الاردنية 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 التنوع في أسواق المنتجات (سلع وخدمات)

الأهداف الرئيسية	التحديات/الفرص
<p>1- الدخول في شراكات جديدة مع الأسواق غير التقليدية ضمن اتفاقيات تجارية تعزز تنافسية المنتج الوطني في الأسواق المستهدفة.</p> <p>2- تعزيز برامج إدارة الجودة والمطابقة الفنية.</p>	<p>1. تعزيز الإطار التنظيمي والتشريعي</p>
<p>بات من المهم الاهتمام بالسلع ذات قيمة المضافة العالية، الى جانب المنتجات التقليدية، التي تزيد من مستوى التعقيد لسلة الصادرات وتُسهم في التغلغل في سلاسل القيمة العالمية.</p>	<p>2. دعم السلع ذات القيمة المضافة العالية</p>
<p>1- إعداد سياسة صناعية مبنية على التكنولوجيا والابتكار للتركيز على:</p> <p>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.</p> <p>3- تشجيع الابتكار في التصنيع في القطاعات المختلفة مع التركيز على الصناعات الدوائية والكيميائية والغذائية، ودعم براءات الاختراع المحلية وتوفير الحماية اللازمة لها.</p> <p>4- وضع برامج داعمة لانتاج السلع ذات القيمة المضافة العالية.</p>	
<p>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).</p> <p>يعتمد قطاع الخدمات على المورد البشري إضافة الى وجود بنية تحتية حديثة ومتطورة. ويمتلك الأردن راس المال البشري المؤهل في مختلف المجالات الخدمية، اذ تمتاز الكوادر البشرية في الأردن بمهنتها العالية والمصداقية والالتزام في نطاق كبير من الخدمات وبخاصة في مجالات الهندسة والاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والصحة، والتي يمكن ان تتنافس ويشكل كبير في الأسواق العالمية، كما يمتلك الاردن بنية تحتية متطورة وبخاصة في مجالات الطرق والاتصالات والشبكات، والتي تساهم في دعم التجارة بشكل عام والتجارة في الخدمات الحديثة والرقمية بشكل خاص.</p> <p>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.</p> <p>يمكن اتباع مجموعة من السياسات لدعم التوجه نحو تعظيم صادرات الخدمات ومنها:</p> <p>1- توفير قاعدة بيانات خاصة لتصدير الخدمات، حول معلومات دخول سوق الخدمات في السوق المستهدف لقطاعات الهندسة وخدمات الاعمال وتكنولوجيا المعلومات ضمن أنماط التوريد الأربعة.</p> <p>2- تطوير قاعدة بيانات لحصر الخبرات والإمكانيات في كافة القطاعات الخدمية بالتعاون مع النقابات والغرف التجارية والجهات المعنية بالمهنة الخدمية، بحيث تكون كافة المعلومات حول حجم الامكانيات 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.</p> <p>3- تشجيع صادرات الخدمات الرقمية (الخدمات الحديثة) ذات الطلب المرتفع من خلال التمكين الرقمي والذي يتطلب العمل مع الشركاء لتوفير البنية التحتية التمكينية اللازمة بما في ذلك الشبكات المتطورة وخدمات نقل البيانات، وتزويد</p>	<p>3. دعم صادرات الخدمات</p>

محور التنوع في أسواق المنتجات (سلع وخدمات)

الأهداف الرئيسية	التحديات/الفرص
<p>قدرة النقل والتي تسمح بتزويد مجموعة من الخدمات رقمياً والحوسبة السحابية، إضافة الى تعزيز خدمات المحتوى الرقمي وريادة الأعمال الرقمية والتي بدورها تأسس للبنى التحتية للاتصال الإقليمي.</p> <p>4- تنظيم برامج تشبيك بين القطاعات الخدمية لتطوير سلاسل القيمة بهدف تقديم خدمات متكاملة ومبتكرة تعزز من تنافسيتها للتصدير إلى الخارج.</p> <p>5- تحسين وتوفير بيئة قانونية وتنظيمية لتدفق البيانات عبر الحدود، للخدمات التي يتم تداولها عبر نمط التوريد الأول.</p> <p>6- كما في المقترح المتعلق بالسلع، التعلم من خلال التصدير "Learning-by-Exporting"، من خلال تصميم برامج دعم لتحفيز إنشاء تحالفات التصدير.</p> <p>7- الترويج لقطاع الخدمات من خلال بعثات تجارية للأسواق المستهدفة تركز على قطاع الخدمات وتظهر مؤهلاته وتنافسيته.</p> <p>8- الاستمرار في المساعي الحكومية والمفاوضات للحصول على مزيد من التحرير والتسهيلات تمكن قطاع الخدمات الأردني من تقديم خدماته في الأسواق المستهدفة.</p>	
<p>يمكن للتجارة الإلكترونية ان تعزز من تنوع الصادرات من السلع والخدمات بشكل كبير، إضافة الى أهميتها في ربط منتجي السلع وأيضاً تسهيل تداول وتقديم الخدمات وبخاصة للشركات الصغيرة والمتوسطة بالاقتصاد العالمي والإقليمي.</p>	<p>4. تعزيز التجارة الإلكترونية</p>
<p>1- توفير بيئة قانونية وتنظيمية مناسبة وبخاصة فيما يتعلق بحماية البيانات والأمن السيبراني</p> <p>2- تعزيز حلول الدفع الالكتروني.</p> <p>3- تطوير الخدمات اللوجيستية والبريدية وخدمات التوصيل</p> <p>4- تنمية مهارات تكنولوجيا المعلومات والتجارة عبر الانترنت وكتابة المحتوى.</p> <p>5- الدفع نحو خلق بنية تحتية حديثة ومنافسة للاتصالات بالتعاون مع الشركاء</p>	



تمثل السنة الأولى من الاستراتيجية سنة تحييد المعوقات التي تواجه الصادرات الوطنية وتحد من وصولها إلى مختلف أنحاء العالم من خلال مجموعة أنشطة تحقق مكاسب سريعة للاستراتيجية.

الملاحق الأوليّة للخطة التشغيلية (للكاسب السريعة) السنة الأولى

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

		2		معلومات الأسواق
الجهات المعنية بالتنفيذ	المدة الزمنية	الأولوية		النشاط/الأهداف التشغيلية
		1	عالية: متوسطة: منخفضة:	
وزارة الصناعة والتجارة والتموين/ بيت التصدير <u>الجهات المساندة</u> الفريق الوطني	النصف الأول/2023	1		<p>2.1 توفير منصة معلومات الأسواق تتضمن:</p> <ul style="list-style-type: none"> متطلبات التصدير الى البلدان المستهدفة ومن الممكن تطويرها فيما بعد لتشمل أغلب البلدان. المعارض التقليدية والافتراضية التي ستتضم على مدار العام في البلدان المستهدفة ومتطلبات الانضمام اليها. اعداد 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 بالتأثيرات والإقامة للمصدرين بخصوص الدول المستهدفة.
وزارة الصناعة والتجارة والتموين <u>الجهات المساندة</u> دائرة الجمارك الأردنية	النصف الثاني/2023	1		<p>2.2 الانتهاء من إعداد لوحة معلومات التجارة والأداء اللوجستي (Trade and Logistics Facilitation) (Dashboard).</p>

<p>وزارة الصناعة والتجارة والتموين الجهات المساندة 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، والتفتيش، ومنح الشهادات والاعتماد، واتفاقات العوائق الفنية أمام التجارة، وإجراءات الصحة والصحة النباتية الصادرة عن منظمة التجارة العالمية.</p>	<p>2.3</p>
<p>وزارة الصناعة والتجارة والتموين/شركة بيت التصدير الجهات المساندة 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 مفعلة ومستخدمة من قبل الشركات التصديرية بالتنسيق مع قاعدة بيانات (int@j) وتشتمل على: -معلومات حول سوق الخدمات في السوق المستهدف لقطاعات الهندسة وخدمات الأعمال وتكنولوجيا المعلومات ضمن أنماط التوريد الأربعة. -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.</p>	<p>2.4</p>
<p>شركة بيت التصدير الجهات المساندة الفريق الوطني.</p>	<p>النصف الأول/2023</p>	<p>1</p>	<p>إعداد خطة لورش العمل التعريفية بالأسواق المستهدفة والاتفاقيات التجارية.</p>	<p>2.5</p>

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

4				الممكنات
الجهة المعنية بالتنفيذ	المدة الزمنية	الأولوية		النشاط/الأهداف التشغيلية
		1 عالية:	2 متوسطة:	
		3 منخفضة:		
وزارة الصناعة والتجارة والتموين الجهات المساندة: الفريق الوطني	النصف الثاني/ 2023	1	ترتيب الأولويات لعقد اللجان التجارية المشتركة بين الاردن وشركائها التجاريين لمنح الدول المستهدفة الأولوية.	4.1
وزارة الصناعة والتجارة والتموين الجهات المساندة: الفريق الوطني	النصف الثاني/ 2023	1	اعداد خطة للدراسات اللازمة لتعزيز نفاذ المنتجات الوطنية للأسواق الدولية واعطاء الأولوية للأسواق المستهدفة في الاستراتيجية.	4.2
وزارة الصناعة والتجارة والتموين. الجهات المساندة: الفريق الوطني	الربع الثاني/ 2022	1	التسريع في اعداد استراتيجية لتحسين بيئة العمل في التجارة الإلكترونية.	4.3
وزارة الصناعة والتجارة والتموين الجهات المساندة: 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.	4.4

