



الإستراتيجية الوطنية

للتجارة الإلكترونية



إطلاق العنان لإمكانيات التجارة الإلكترونية للمساهمة في التحديث الاقتصادي وبناء مستقبل أفضل

الفهرس	
رقم الصفحة	الموضوع
2	المقدمة
3	الملخص التنفيذي
4	1. تمهيد
4	1.1 الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية ضمن سياق السياسات الوطنية
5	التجارة الإلكترونية ضمن سياق رؤية التحديث الاقتصادي
6	الإستراتيجية الوطنية للتصدير في الاردن
7	السياسات الوطنية الأخرى ذات الصلة
7	1.2 تحليل الواقع الحالي
9	أين الأردن الآن
10	التحليل الرباعي
12	المتطلبات الرئيسية لتنمية التجارة الإلكترونية في الأردن
12	2. الإطار الاستراتيجي
12	الرؤية
12	الهدف العشري للاستراتيجية
13	المبادئ الإستراتيجية
14	النهج الإستراتيجي والجدول الزمني للإستراتيجية
14	المرحلة الأولى: الأهداف الإستراتيجية والإجراءات ذات الأولوية
17	3. خطة العمل 2023
24	4. إدارة التنفيذ وتجهيز الموارد
رقم الصفحة	الأشكال
4	الشكل (1): العوامل الممكنة لتحفيز نمو التجارة الإلكترونية في الأردن
5	الشكل (2): ترتيب الأردن في مجموعة من المؤشرات العالمية
6	الشكل (3): محركات النمو لتنفيذ رؤية التحديث الاقتصادي
8	الشكل (4): سوق البريد الأردني
9	الشكل (5): استخدام الأجهزة الإلكترونية والانترنت
10	الشكل (6): التجارة الإلكترونية
رقم الصفحة	الجدول
11	الجدول (1): تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات المتعلقة بتنمية التجارة الإلكترونية في الاردن
15	الجدول (2): الأهداف الإستراتيجية، النتائج المتوقعة والأهداف (2023-2025)
16	الجدول (3): الإجراءات الإستراتيجية للمرحلة الأولى 2023-2025
18	الجدول (4): خطة عمل التجارة الإلكترونية 2023
رقم الصفحة	الملاحق
26	الملحق (1): المختصرات
28	الملحق (2): تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية في الأردن: النتائج والتوصيات الرئيسية
32	الملحق (3): مؤشرات المخرجات ذات الصلة بالإجراءات ذات الأولوية 2023
34	الملحق (4): الشروط المرجعية المقترحة لفريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية
37	الملحق (5): قائمة باللقاءات والشركاء وأصحاب العلاقة

إن الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية وخطة العمل المنبثقة عنها هي علامة فارقة وخطة مهمة تضاف الى جهود الحكومة الأردنية كونها تأتي في وقت يؤثر فيه الابتكار الرقمي على طرق التواصل والأعمال والتجارة بشكل جذري. يتزامن ذلك في الوقت الذي أصبحت فيه التجارة الإلكترونية محركاً للنمو، والانفتاح على الأسواق العالمية وتوسيع آفاق وفرص العمل للكثيرين، ولا سيما شريحة الشباب. تجسد هذه الإستراتيجية التزام الحكومة ضمن رؤية التحديث الإقتصادي والتي تسلط الضوء على تطلعات مستقبل الأردن والمتمثلة برؤية صاحب الجلالة الملك عبد الله الثاني ابن الحسين "نريده مستقبلاً نستعيد فيه صدارتنا في التعليم، وننهض فيه باقتصادنا، وتزداد فيه قدرات قطاعنا العام وفاعليته، ويزدهر فيه قطاعنا الخاص، فتزداد الفرص على مستوى متكافئ، ونواجه الفقر والبطالة بكل عزم، ونحد من عدم المساواة، وينطلق شبابنا في آفاق الريادة والابتكار".

لقد أكدنا على أهمية بناء استراتيجية حية، مرنة، ومبنية على المعرفة، حيث تم تطوير الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية بناء على النتائج الرئيسة لتقييم جاهزية الأردن للتجارة الإلكترونية والذي تم إعداده في العام 2022، وذلك بهدف إطلاق العنان للإمكانيات الكبيرة للتجارة الإلكترونية لتصبح محركاً للنمو الإقتصادي وأحد المحركات الرئيسية لخلق فرص عمل في الأردن. كما سيتم تنفيذ الإستراتيجية من خلال خطط عمل سنوية تأخذ بعين الاعتبار وبشكل سنوي الإجراءات ذات الأولوية القصوى والتي تؤثر على نمو التجارة الإلكترونية والتأسيس لبناء إقتصاد رقمي شمولي ومستدام.

إننا نعتز ونفخر بأن هذه الإستراتيجية وخطة العمل المنبثقة عنها جاءت نتاجاً للمشاورات والاجتماعات الوطنية الموسعة والتي شملت كافة الشركاء المحليين من مختلف القطاعات والمؤسسات وشركاء التنمية الدوليين. ونتطلع ان تكون هذه الإستراتيجية خارطة الطريق نحو إتساق أكبر للسياسات وتحقيق أعلى درجات التنسيق ما بين كافة الشركاء بما يخدم المضي قدماً في تطوير وتنفيذ أجندة التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية وبما يخدم تنفيذ هذه الإستراتيجية بالتحديد. وفي هذا الإطار ستعمل الوزارة على انشاء الفريق الوطني للتجارة الإلكترونية ليعمل على إدارة ومتابعة تنفيذ الإستراتيجية وتحقيق أهدافها.

وهنا لا يسعنا إلا أن نتقدم بجزيل الشكر والإمتنان لكافة الشركاء من القطاع العام والخاص والأكاديميين وشركاء التنمية على المستوى المحلي والدولي الذين ساهموا في إعداد هذه الاستراتيجية. وفي هذا الإطار نخص بالشكر والإمتنان شركائنا في مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية على دعمهم ووضعهم كافة الإمكانيات والخبرات القيمة لإعداد الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية وخطة العمل المنبثقة عنها وما سبقها في إعداد تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية في الأردن. كما نتقدم بالشكر والإمتنان إلى الوزارة الاتحادية الألمانية للتعاون الإقتصادي والتنمية ومملكة هولندا لدعمهم في تمويل إعداد هذه الإستراتيجية وتقييم الجاهزية من خلال مشروع "التجارة لاجل التشغيل".

وبخطى ثابتة سنسعى للبناء على هذا الزخم وروح التعاون نحو تحقيق التحول الرقمي المنشود ومستقبل أفضل للجميع.

الملخص التنفيذي

يوفر نمو التجارة الإلكترونية في الأردن فرص مهمة لمعالجة بعض التحديات الرئيسية التي يواجهها الاقتصاد الأردني ولبناء مستقبل أفضل وأكثر شمولية للجميع. لقد قامت الحكومة الأردنية مؤخرا بتسريع عملية التحول الرقمي من خلال تطويرها وتبنيها للعديد من السياسات والإستراتيجيات وخاصة رؤية التحديث الاقتصادي والتي تم تبنيها في حزيران 2022. وقبل ذلك دعت "خطة الأردن للنمو الاقتصادي (2018-2022) (JEGP)، و"السياسة العامة لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وقطاع البريد 2018"، والسياسة العامة لريادة الأعمال إلى ضرورة وضع خارطة طريق إستراتيجية لتعزيز التجارة الإلكترونية وخلق بيئة ممكنة لأعمالها، وإلى استخدام التجارة الإلكترونية كأداة فعالة لتنمية الصادرات.

إن الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية وخطة العمل الخاصة بها للعام 2023 تتوافق مع الأهداف والركائز الإستراتيجية لرؤية التحديث الاقتصادي والتي تهدف إلى أن يصبح الأردن أحد أسرع مراكز التجارة الإلكترونية وتجارة التجزئة عبر الإنترنت نموا في اسواق منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وقناة مهمة لتعزيز وتطوير الصادرات الأردنية، وتعزيز تنمية المنشآت الصغيرة والمتوسطة من خلال اعتماد تطبيق التقنيات وتوفير الحوافز، وتحديث البنية التحتية الرقمية وتحسين البيئة الممكنة للتجارة الإلكترونية.

تستند الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية على النتائج والتوصيات الرئيسة لتقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية في الأردن والذي تم إعداده في العام 2022 من خلال سلسلة من المشاورات الوطنية مع الشركاء المحليين من مختلف القطاعات والمؤسسات والتي أدت إلى تطوير خطة العمل الأولى للعام 2023. ستعمل خطة العمل على تفعيل الإجراءات ذات الأولوية القصوى التي حددها الشركاء وأصحاب العلاقة كمتطلبات رئيسية لبناء الأسس نحو تحقيق التنمية الرقمية على المدى الطويل في الأردن.

الإطار الاستراتيجي:

سيتم العمل على تنفيذ الرؤية الإستراتيجية للتجارة الإلكترونية على ثلاث مراحل خلال فترة زمنية مدتها 10 سنوات. حيث تم تحديد ثلاثة أهداف إستراتيجية في المرحلة الأولى (2023-2025) تركز على:

- 1) خلق بيئة ممكنة للتجارة الإلكترونية جاذبة للاستثمار ولممارسة الأعمال في الأردن، وقادرة على خلق فرص مدرة للدخل للمواطنين.
 - 2) تعزيز القدرة التنافسية للمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال من خلال استخدام حلول التجارة الإلكترونية والتقنيات الحديثة للتوسع محلياً وعالمياً.
 - 3) تسهيل التجارة وتعزيز القدرة التنافسية لقطاع الخدمات اللوجستية.
- تشمل خطة العمل للعام 2023 على أحد عشرة إجراء ضمن ستة مجالات إستراتيجية تم تحديدها من قبل الشركاء على أنها "إجراءات ذات أولوية قصوى". سيتم رصد ومراقبة خطة العمل من خلال مؤشرات الأداء الرئيسية المحددة التي تم الاتفاق عليها، كما سيتم مراجعتها على أساس سنوي بعد الاخذ بعين الاعتبار أولويات التجارة الإلكترونية المستجدة في الأردن.

إدارة التنفيذ ورصد الموارد:

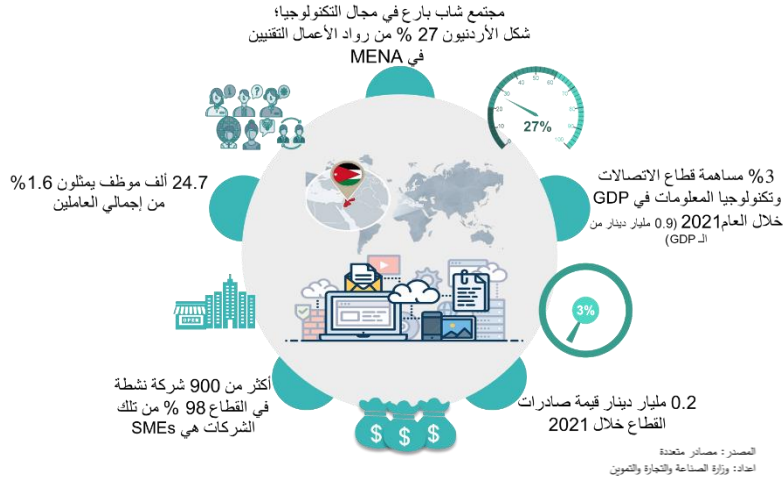
تتضمن الإستراتيجية إنشاء فريق عمل وطني للتجارة الإلكترونية يتشكل من لجنة عليا ومجموعات فنية بالإضافة إلى وحدة متخصصة معنية بالتجارة الإلكترونية في وزارة الصناعة والتجارة والتموين لتشكل السكرتاريا للفريق الوطني للتجارة الإلكترونية. يوفر فريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية إطار مؤسسي وآلية تنسيق قوية لضمان التنفيذ والمتابعة الفاعلة والشمولية للإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية وخطط عملها الحالية والمستقبلية. سيسعى فريق العمل الوطني إلى ضمان تعزيز العمل المشترك ما بين القطاعين العام والخاص وممثلي المجتمع المدني كما سيسهم بشكل كبير في استدامة عملية تطوير وتنفيذ السياسات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وجدول أعمالها على المدى الطويل.

تؤكد الإستراتيجية على أهمية الحفاظ على درجة عالية من التنسيق مع وما بين شركاء التنمية، حيث دعت بالتحديد إلى تطوير خطة لرصد وجمع الموارد والتي ستكون مهمة من أجل تحديد أوجه التآزر وتحسين تدخلات الشركاء، كما تدعو إلى تصميم وإنشاء آلية تنسيق للمنح والمساعدات المحلية بين الأطراف الفاعلة وشركاء التنمية المعنيين في قطاع التجارة الإلكترونية لضمان الترابط والتنسيق في برامج التدخلات.

1. تمهيد

يوفر النمو المتسارع للتجارة الإلكترونية في الأردن فرص مهمة لمعالجة بعض التحديات الرئيسية التي يواجهها الاقتصاد الأردني كما يعتبر محركاً مهماً للنمو الاقتصادي المستدام.

الشكل (1): العوامل الممكنة لتحفيز نمو التجارة الإلكترونية في الأردن



وفي ظلّ عدم اليقين العامّ والعواقب التتمويّة الهائلة، دفعت جائحة كورونا عددا كبيرا من الشركات للجوء الى الانترنت وظهرت الحاجة الملحة إلى تحفيز نمو التجارة الإلكترونية كوسيلة للتعامل مع تدابير التباعد وللحفاظ على استمرارية الشركات والأنشطة التجارية. كما تشير التقديرات الحالية إلى أنّ النمو الرقمي استمر في التصاعد خلال الجائحة. واللافت بحسب البنك المركزي الأردني فان التجارة الإلكترونية كان القطاع الوحيد الذي شهد نموا مستمرا خلال العام 2020.¹

وبالرغم من أنّ امكانيات التجارة الإلكترونية ما زالت غير مستغلّة إلى حدّها الأقصى الا أن الأردن تمتاز باربعة عوامل رئيسية يمكن أن تعمل على تحفيز نمو التجارة الإلكترونية والنمو الرقمي:

(أ) المجتمع الشاب المتمرس والبارع في التكنولوجيا.

(ب) النّقدّم النسبيّ في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وقطاع الابتكار.

(ج) الموقع الاستراتيجيّ للأردن بين الشرق والغرب.

(د) الدعم الحكومي من حيث الالتزام بتحديث الاقتصاد ودفع أجندة التجارة الإلكترونية وذلك بحسب تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية

في الأردن 2022 ([Trade Readiness Assessment of Jordan \(2022\)](#)).

بالإضافة الى ذلك، يستفيد الأردن من وجود بيئة ممكنة لازدهار أعمال الشركات الرقمية والشركات الناشئة، ومؤسسات تمويل، والعديد من المشاريع الخاصة بالتنمية الرقمية المدعومة من قبل الشركاء المحليين والدوليين.

1.1 الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية ضمن سياق السياسات الوطنية:

في عام 2008، قامت الحكومة الاردنية بوضع خطة إستراتيجية للتجارة الإلكترونية الا ان الخطة لم يتم تنفيذها بشكل كامل، ويعود ذلك إلى العديد من الأسباب منها: قلة الوعي بأهمية وفرص التجارة الإلكترونية في الاردن، نقص الموارد البشرية من ذوي الخبرة في قطاع التجارة الإلكترونية، وعدم توفير الإطار المؤسسي المناسب لوضع هذه الإستراتيجية موضع التنفيذ.

أمّا في الوقت الحاضر، فان الأردن يبدو في وضع أفضل لخلق بيئة مواتية لازدهار التجارة الإلكترونية. كما ان الخطط والسياسات الوطنية الحالية تدعو إلى تطوير خارطة طريق إستراتيجية لتعزيز التجارة الإلكترونية في المملكة، وتوظيف الأنشطة التجارية عبر الإنترنت واستخدامها كأداة فاعلة لزيادة حجم الصادرات.

التجارة الإلكترونية ضمن سياق رؤية التحديث الاقتصادي:²

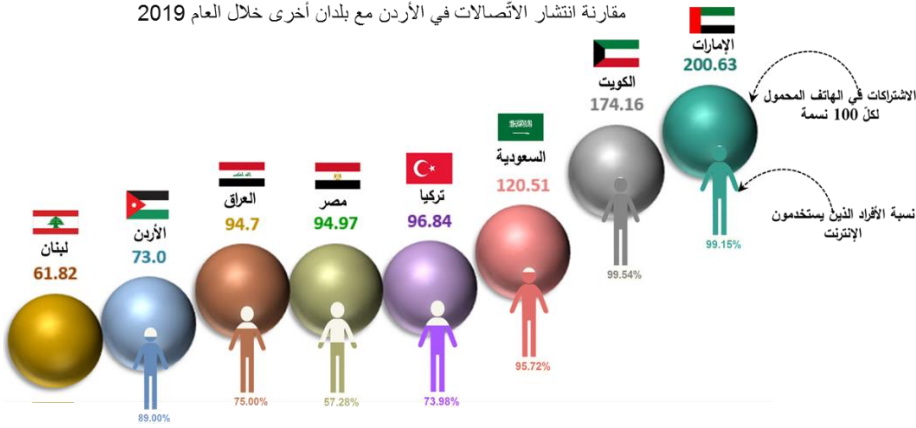
¹ البنك المركزي الأردني، التقرير السنوي الخامس.

² يستند هذا القسم الى وثيقة رؤية التحديث الاقتصادي: <https://www.jordanvision.io/img/vision.pdf>

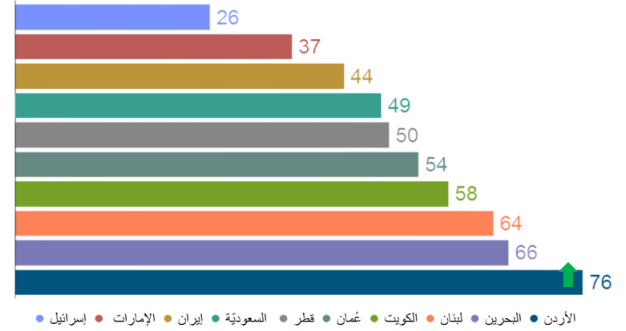
بتوجيهات من جلالة الملك عبد الله الثاني تم اعداد وتبني رؤية التحديث الاقتصادي في عام 2022 لتشكل خارطة طريق للسنوات العشر القادمة حيث تهدف تلك الرؤية الى بناء "مستقبل أفضل" للأردن وتعتبر رؤية التحديث الاقتصادي رؤية اقتصادية وطنية شاملة والتي يجب على جميع الشركاء مواءمة خططهم والعمل بشكل متكامل نحو تحقيق أهدافها. تقوم رؤية التحديث الاقتصادي على ركيزتين وهدفين استراتيجيين:

الشكل (2): ترتيب الأردن في مجموعة من المؤشرات العالمية

مقارنة انتشار الاتصالات في الأردن مع بلدان أخرى خلال العام 2019

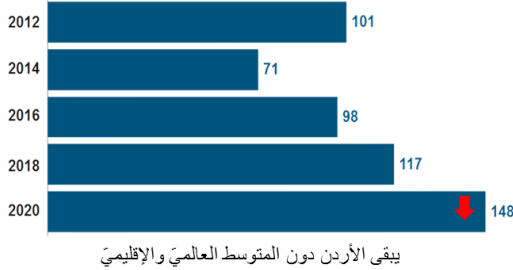


ترتيب الأردن ومجموعة من الدول في مؤشر الأونكتاد للتجارة الإلكترونية من الأعمال إلى المستهلك خلال العام 2020 (يقيس 152 اقتصاد عالمي)



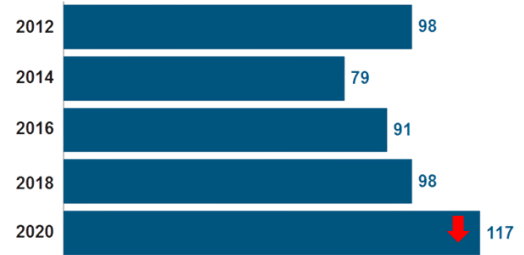
الأردن والبحرين وبنين والكويت وعمان وقطر والسعودية وإيران والإمارات وإسرائيل
ضمن منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، يحتل الأردن المرتبة العاشرة، وسجل تقدماً عن العام 2019 حيث كان في المرتبة 80.

ترتيب الأردن مؤشّر المشاركة الإلكترونية خلال الفترة (2020-2012) - (يقيس 193 اقتصاد عالمي)



يبقى الأردن دون المتوسط العالمي والإقليمي

ترتيب الأردن في مؤشّر الأمم المتحدة لتنمية الحكومة الإلكترونية خلال الفترة (2020-2012) - (يقيس 193 اقتصاد عالمي)



سجل الأردن تراجعاً ملحوظاً ما يضعه دون المتوسط العالمي والإقليمي.

المصدر: وزارة الصناعة والتجارة والتأمين/ تقرير تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية

(1) رفع مستويات النمو المستدام والشامل من خلال إطلاق كامل الامكانيات الاقتصادية للمملكة

(2) النهوض بنوعية الحياة للمواطنين لضمان مستقبل أفضل.

في حين تعتبر الاستدامة عاملاً مهماً لتحقيق الرؤية. وسيتم تنفيذ الرؤية من خلال ثمانية محركات لنمو الاقتصاد تغطي 35 من القطاعات الرئيسية والفرعية وتتضمن أكثر من 360 مبادرة.

ان تسريع النمو الاقتصادي من خلال إطلاق كامل الإمكانيات للاقتصاد يتوزع على خمسة محركات نمو رئيسية وذلك بسبب الترابط فيما بينها، وهي: الصناعات عالية القيمة، والخدمات المستقبلية، والاردن وجهة عالمية، والريادة والإبداع، والموارد المستدامة.

تعتبر رؤية التحديث الاقتصادي التجارة الإلكترونية عامل ممكن لنمو قطاع التجارة والذي يأتي في صدارة الأولويات الوطنية في ضوء مساهمته العالية في الناتج المحلي الإجمالي وفي التوظيف، كما يمتلك إمكانيات غير مستغلة لتحديث قطاع تجارة التجزئة

الشكل (3): محركات النمو لتنفيذ رؤية التحديث الاقتصادي



التقليدي. لقد دعت الرؤية الى ان تصبح المملكة أحد أسرع مراكز التجارة الإلكترونية وتجارة التجزئة عبر الإنترنت من حيث النمو لتقدم خدماتها إلى سوق منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وخصوصا تعزيز مشاركة المنشآت الصغيرة والمتوسطة من خلال اعتماد تطبيق التقنيات وتوفير الحوافز، تحديث البنية التحتية الرقمية للتجارة الإلكترونية، تحسين البيئة

الممكنة للتجارة الإلكترونية وتحقيق عدالة المنافسة مع التجارة التقليدية.

ان تطوير الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية في الأردن يتوافق بشكل كامل مع الأهداف والركائز الإستراتيجية لرؤية التحديث الاقتصادي.

الإستراتيجية الوطنية للتصدير في الاردن:

يوجد في الأردن حوالي 156000 شركة مسجلة، 98% منها هي شركات صغيرة ومتوسطة وكون عدد كبير من تلك الشركات يرغب بالتوسع والتصدير لأسواق تقليدية وغير تقليدية إلا أن عدد قليل من الشركات فقط تمكنت من الوصول والترويج لتلك الأسواق، وعليه فإن التجارة الإلكترونية مع التقدم الكبير في التكنولوجيا والتجارة الإلكترونية، قد تكون أداة فاعلة للشركات الأردنية الصغيرة والمتوسطة لكي تعزز من إنتاجيتها وقدرتها التنافسية و حضورها وترويج منتجاتها على المستوى العالمي وان تتمكن من الوصول إلى أسواق جديدة و تزيد من حصصها السوقية.

لقد أشار تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية في الأردن الى العديد من السلع الواعدة للتجارة الإلكترونية والتي تتمثل في الملابس الخاصة للأغراض المهنية أو الرياضية أو غيرها، المحبوك أو المشغولة بالكروشيه، وهي ما تشكل 20.3% من الصادرات الأردنية عام 2019، والذي يشكل ما نسبته 19.2% من الصادرات العالمية، بحيث يحتل الأردن المرتبة الثانية في هذا المجال على مستوى العالم. وتتمتع منتجات مثل القمصان وغيرها، المنسوجة من ألياف اصطناعية، والتريكو/ كروشيه، المجوهرات، الساعات، التمور، ومواد العناية الشخصية (منتجات البحر الميت)، بإمكانية تصدير جيدة، وفي استطاعتها تعزيز التجارة الإلكترونية بين الأعمال والمستهلك وما بين الاعمال. أما المنتجات الكيماوية (ومنها كلورايد البوتاسيوم المستخدم كسماد) والأدوية، فتمتع هي الأخرى بإمكانية تصدير قوية، ويمكنها أن تقضي إلى تطوير التجارة الإلكترونية ما بين الأعمال. اما في قطاع الخدمات، تشكل الألعاب،

والدورات التعليمية باللغة العربية، وخدمات الرعاية الصحية عبر الإنترنت، والخدمات المالية، والذكاء الاصطناعي، والتسويق الرقمي، وخدمات الاعمال والاستشارات، وخدمات الطعام عبر الإنترنت قطاعات واعدة للتجارة الإلكترونية في الأردن.³

تشكل اتفاقيات التجارة الحرة (FTAs) التي وقعها الأردن رافعة للتنمية الاقتصادية الوطنية لتحقيق تكامل أكبر في الاقتصاد العالمي.⁴ إلا أن الطاقات الكامنة في هذه الاتفاقيات لم تستغل بالكامل بعد، ويمكن لتطوير التجارة الإلكترونية ان يساهم بشكل كبير في تعظيم الاستفادة من هذه الاتفاقيات.

تقوم الحكومة حاليًا بوضع إستراتيجية وطنية للتصدير بالتعاون مع شركة بيت التصدير، بما يتسق مع أهداف رؤية التحديث الاقتصادي، وفي الوقت الذي تشكل التجارة الإلكترونية جزءا مهما من قطاع التجارة كاحد محركات الخدمات المستقبلية ضمن رؤية التحديث الاقتصادي، فهي أيضًا محرك أساسي للمنتجات الصناعية عالية القيمة، والتي تركز بشكل أساسي على تحقيق قفزات نوعية لتحقيق نمو تقوده الصادرات بنسبة 5%.

السياسات الوطنية الأخرى ذات الصلة:

تنص "خطة الأردن للنمو الاقتصادي 2018-2022" (JEGP) وفيما يختص بالتجارة الإلكترونية على وجه التحديد، على ضرورة إنشاء شراكات ما بين كافة الشركاء ذوي العلاقة بما يشمل القطاع الخاص ومكاتب البريد ومؤسسات حكومية أخرى لتوفير الخدمات المالية والاجتماعية، والتجارة الإلكترونية، وخدمات الحكومة الإلكترونية، والخدمات البريدية. كما نوهت للحاجة إلى تحفيز الاستثمار في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بينما يتم دعم قطاعات البنوك والتجارة الإلكترونية والنقل كعوامل منشطة للاستثمار في تطبيقات الهاتف المحمول والتقنيات الناشئة. كما توصي الخطة وبشدة على تطوير خارطة طريق استراتيجية لتعزيز التجارة الإلكترونية بهدف تمكين بيئة أعمالها، وإلى استخدام التجارة الإلكترونية كأداة فعالة لتنمية الصادرات.

كما نصت "السياسة العامة لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وقطاع البريد 2018" على أهمية قيام وزارة الصناعة والتجارة والتموين إلى صياغة استراتيجية للتجارة الإلكترونية بالتعاون مع وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة. وطبقاً لهذه السياسة، فإن الاقتصاد الرقمي يتطلب وجود وسيلة فعالة لتسليم البريد والطرود في جميع أنحاء المملكة. وعليه يمكن أن يكون النمو السريع للتجارة الإلكترونية وتطورها وسيلة لتقديم خدمات بريدية فاعلة وعالية الجودة وبسعر معقول داخل الأردن، وبين الأردن وسائر العالم، مع تلبية المتطلبات اللوجستية في نفس الوقت.

اما السياسة العامة لريادة الأعمال لعام 2021 فقد اشارت الى أن الإطار التنظيمي والقانوني للتجارة الإلكترونية غير مناسب لمجتمع ريادة الأعمال في الأردن ويؤثر على تطوره.⁵

1.2 تحليل الواقع الحالي:

تقود وزارة الصناعة والتجارة والتموين أجندة التجارة الإلكترونية في الأردن وهي المسؤولة عن خلق وتعزيز بيئة ممكنة للشركات لممارسة الأعمال التجارية عبر الإنترنت وبدعم من مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأنكتاد) والوكالة الألمانية للتعاون الدولي

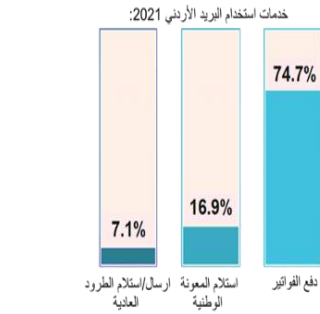
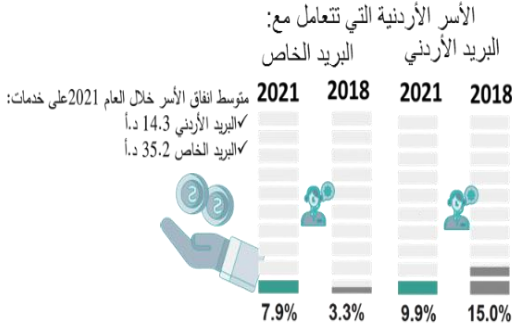
³ تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية في الاردن

⁴ معهد أوكسفورد للأعمال، <https://oxfordbusinessgroup.com/analysis/focus-free-trade-raft-trade-agreements-have-strengthened-global-ties-0>

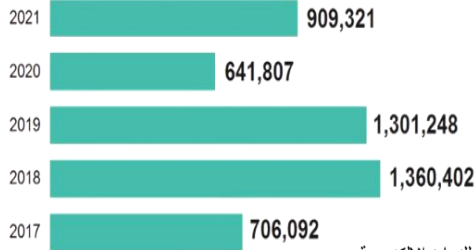
⁵ https://www.moddee.gov.io/ebv4.0/root_storage/en/eb_list_page/entrepreneurship_policy_final_english_version.pdf

(GIZ)، حيث تم اعداد تقييم جاهزية للتجارة الإلكترونية في الفترة 2021-2022 لتقييم النظام البيئي الكلي للتجارة الإلكترونية في الأردن وذلك لتوفير الأساس وخارطة طريق لصياغة استراتيجية وطنية للتجارة الإلكترونية للأردن. وقد سلط تقييم جاهزية التجارة الإلكترونية الضوء على الفرص والتحديات الرئيسية لتطوير التجارة الإلكترونية في الدولة، عبر سبعة

الشكل (4): سوق البريد الأردني



عدد طرود التجارة الإلكترونية الواردة إلى الأردن عبر المنصات



مشغلي الخدمات البريدية خلال 2021:

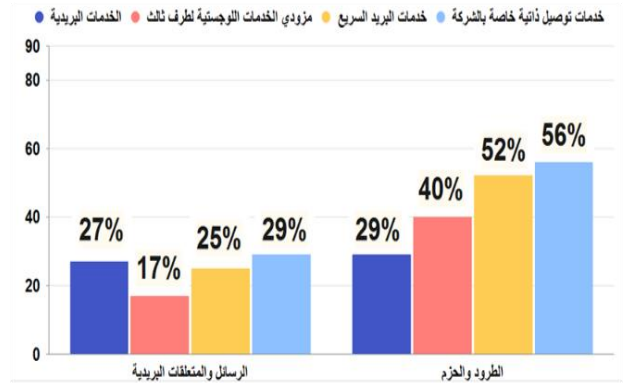
- ✓ 1 حكومي.
- ✓ 10 خاص-فئة دولي.
- ✓ 198 خاص-فئة محلي.



عدد العاملين في القطاع خلال 2021 (17,000) شخص



طرق التسليم المفضلة لدى الشركات عند عمليات التسليم



المصدر: هيئة تنظيم قطاع الاتصالات، وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، وزارة الصناعة والتجارة والتموين/ تقرير تقييم جاهزية الاردن للتجارة الالكترونية

مجالات رئيسية:

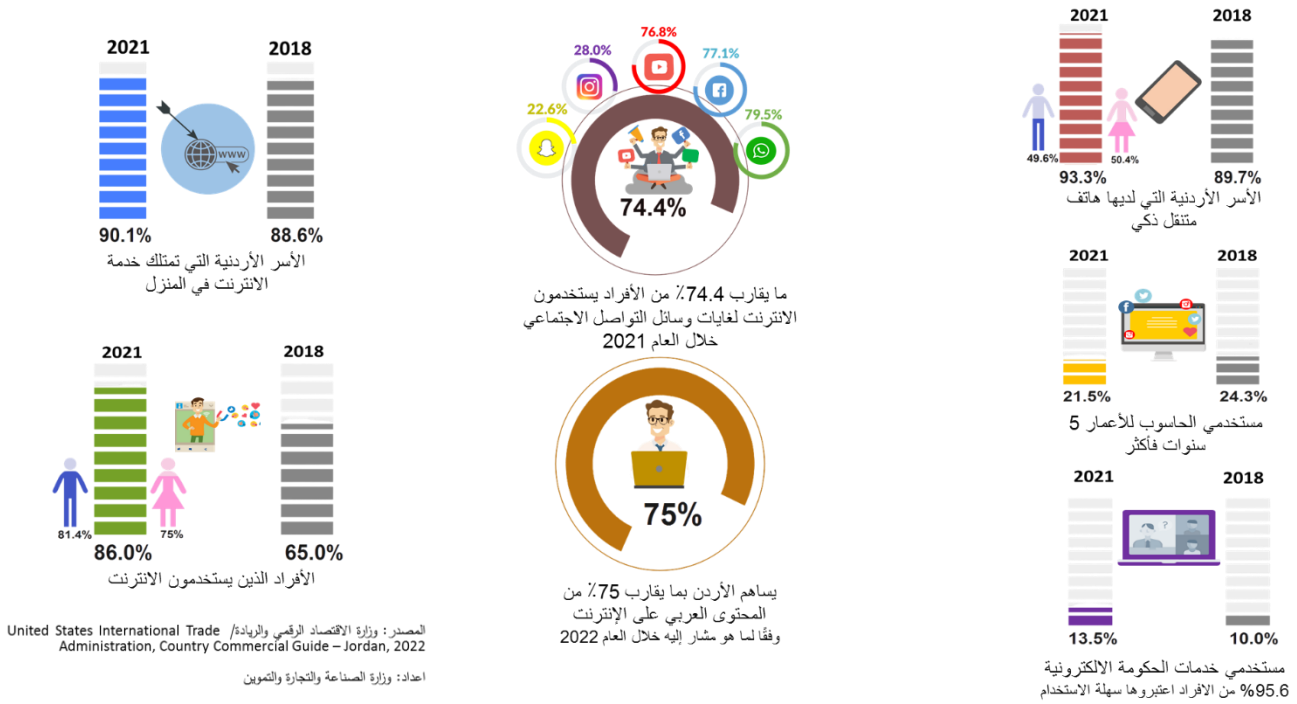
- تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية وصياغة الإستراتيجيات.
- البنية التحتية وخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- لوجستيات التجارة وتسهيل التجارة.
- حلول الدفع.
- الأطر القانونية والتنظيمية.
- تنمية المهارات في التجارة الإلكترونية.
- الحصول على التمويل.

تستند المعلومات الواردة في التقييم إلى بيانات نوعية وكمية جمعت من:

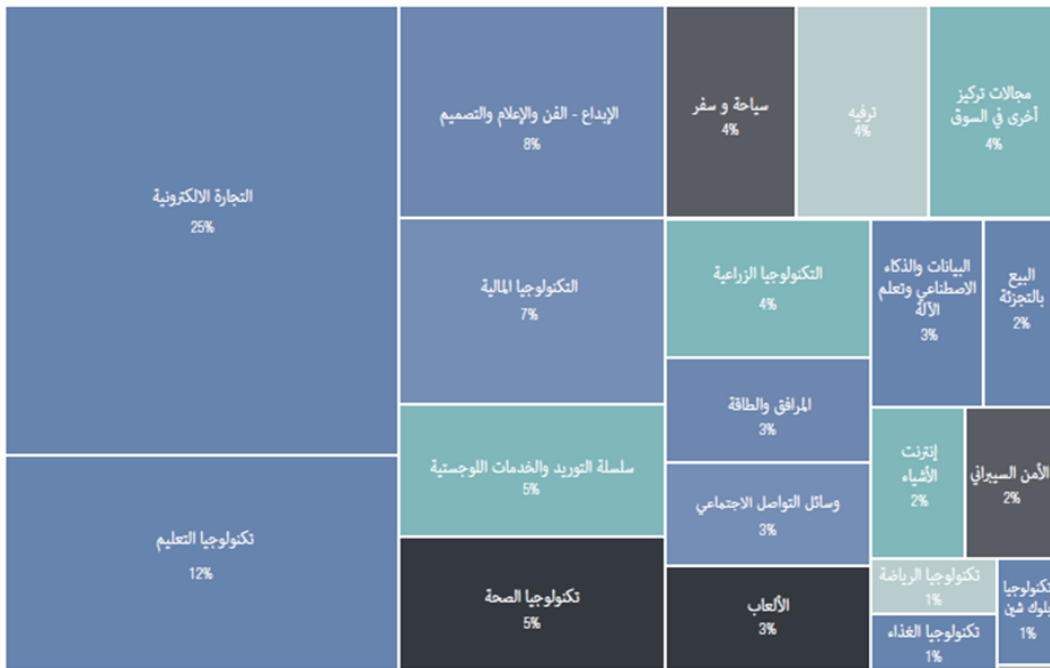
(1) البحث المكتبي.

- (2) الردود على الاستبانات الثلاثة التي تمت عبر الإنترنت (الموجهة إلى القطاعين العام والخاص وإلى المستهلكين).
- (3) نتائج المشاورات الوطنية مع أصحاب العلاقة المتعددين والمشاورات الثنائية.
- (4) إسهامات محددة قدمها فريق "التجارة الإلكترونية للجميع" وشركاء التنمية. يشمل الملحق (2) ملخصاً للنتائج والتوصيات الرئيسية الخاصة بتقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية.
- أين الأردن الآن....

الشكل (5): استخدام الأجهزة الإلكترونية والإنترنت



أهم التحديات التي تواجه الشركات عند المشاركة في أنشطة التجارة الإلكترونية⁶:



57% من الشركات الأردنية الناشئة تنتظم في 5 قطاعات رئيسية. تشكل الشركات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية 25% من الشركات الناشئة الممسوحة، وهي الأكبر بين جميع القطاعات الرئيسية. الشركات الناشئة للتجارة الإلكترونية من الأعمال إلى المستهلك هي

أكبر قطاع فرعي بواقع 52 شركة ناشئة.⁶ وتم تحديد أهم التحديات التي تواجه هذه الشركات:

- ضعف في التخطيط.
- نقص المعرفة.
- وجود حواجز ثقافية تحول دون تبني التكنولوجيا ونشرها في الأعمال التجارية.
- الضعف في حوكمة الشركة.
- محدودية المغامرة.
- غياب الثقة لإجراء الأعمال التجارية عبر الإنترنت.
- إجماع معظم أصحاب الأعمال عن تبني التكنولوجيا في أعمالهم بسبب الخوف أو عدم القدرة التمويلية.
- عدم ادراك أهمية التسويق لمزاولة أنشطة التجارة الإلكترونية.
- عدم وجود تكاملية في ما بين الشركات عبر الإنترنت لأنّ التفاعل الشخصي ما زال السائد في ثقافة الأعمال.
- ضعف الثقة بعمليات التسليم (اللوجستيات).

التحليل الرباعي:

يستند التحليل الرباعي (SWOT) على نتائج المشاورات والاجتماعات الوطنية مع الشركاء المحليين من مختلف القطاعات والمؤسسات والتي أجريت طوال عامي 2021 و2022 بالإضافة إلى تقييم جاهزية للتجارة الإلكترونية في الأردن. يشمل هذا الجزء على تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية لضمان التنمية المستدامة والنمو الاقتصادي في البلاد.

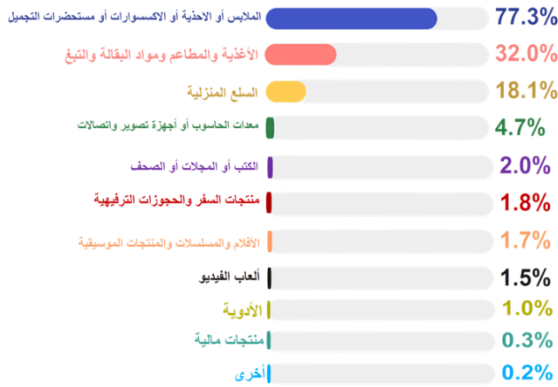
الشكل (6): التجارة الإلكترونية



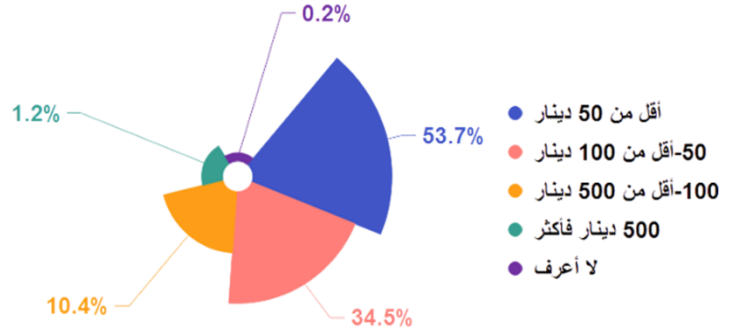
خلال العام 2021 ما يقارب 10.1% من الأفراد استخدموا الإنترنت لغايات شراء/بيع البضائع/الخدمات (التجارة الإلكترونية)



النسب المئوية للأفراد ممن اشترروا سلع وخدمات عبر الإنترنت



التوزيع النسبي للأفراد ممن أعمارهم 5 سنوات فأكثر ممن استخدموا الإنترنت خلال العام 2021 حسب فئات متوسط الانفاق للحصول على خدمة أو بضاعة من خلال الإنترنت



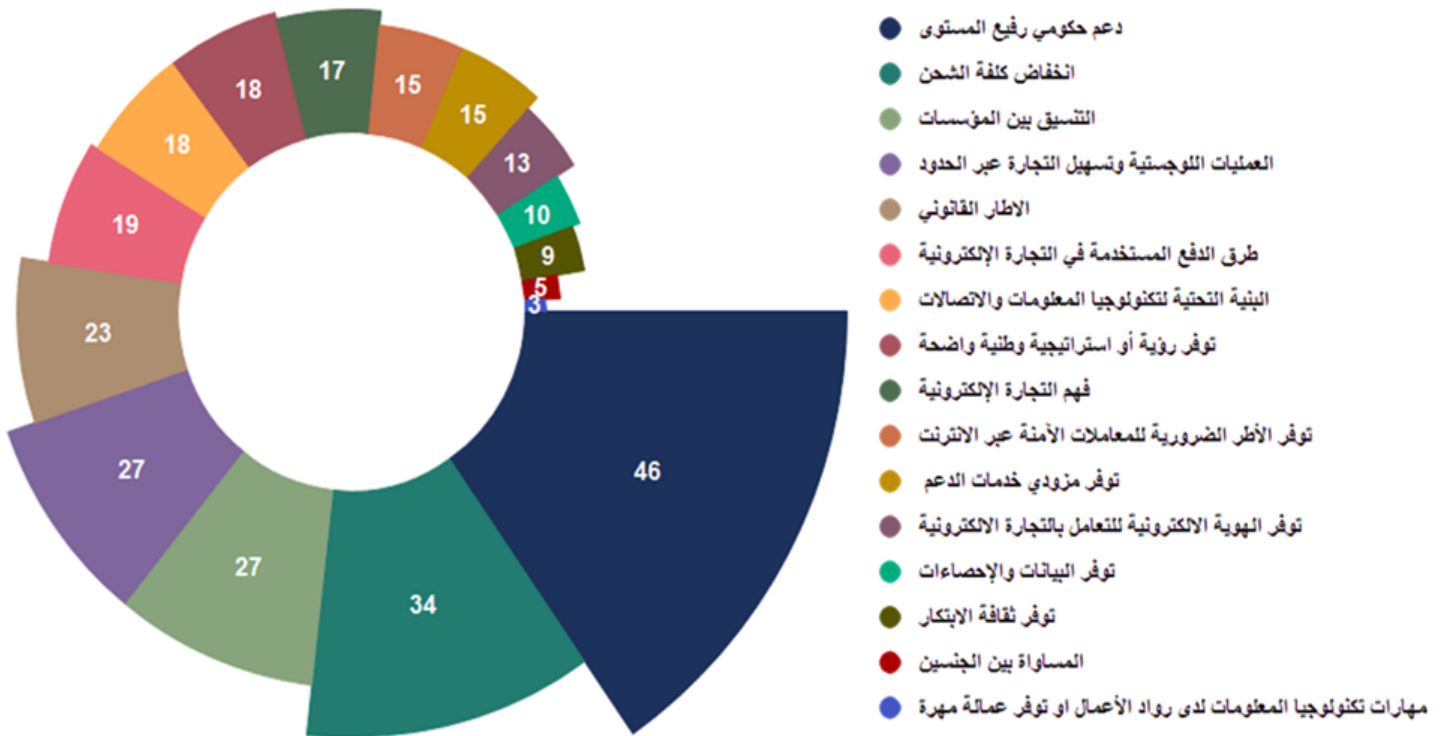
المصدر: وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، وزارة الصناعة والتجارة والتموين/ تقرير تقييم جاهزية الاردن للتجارة الإلكترونية

⁶ دراسة خريطة الشركات الناشئة وتحليل الفجوة (2021) وقد صنفت الدراسة 275 شركة ناشئة ضمن 21 قطاعاً رئيسياً/إنتاج، تقرير تقييم جاهزية الاردن للتجارة الإلكترونية

الجدول (1): تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات المتعلقة بتنمية التجارة الإلكترونية في الاردن

نقاط الضعف	نقاط القوة
<ul style="list-style-type: none"> ● الإطار القانوني والتنظيمي الحالي غير كاف لتطوير التجارة الإلكترونية وغير كاف لحماية المستهلكين والبائعين عبر الإنترنت ● محدودية الإحصاءات والبيانات الوطنية بشأن التجارة الإلكترونية في الأردن ● التنسيق والتكامل المحدود بين الجهات الفاعلة على المستويات العليا فيما يتعلق في التجارة الإلكترونية ● محدودية الحوار بين القطاعين العام والخاص بشأن سياسات وأنظمة التجارة الإلكترونية ولا سيما بشأن الآليات الضريبية ● عدم كفاية التشريعات الناظمة للتجارة الإلكترونية ● القدرة والمعرفة المحدودة للشركات الصغيرة والمتوسطة بكيفية توظيف حلول التجارة الإلكترونية وتقييم احتياجاتها التمويلية ووضع خطط أعمال قابلة للتمويل ومقترحات تمويل لتطبيق حلول التجارة الإلكترونية ● القدرة المحدودة لمؤسسات دعم التجارة وعدم وجود حاضنات متخصصة أو برامج تسريع لأصحاب المشاريع في مجال التجارة الإلكترونية ● محدودية الإمكانيات لدى مؤسسات التمويل الأصغر على توفير منتجات مبتكرة ومصممة خصيصاً لمنظمي المشاريع والرياديين في مجال التجارة الإلكترونية ● ارتفاع تكاليف التوصيل والتسليم بالأردن ● الارتفاع النسبي لتكلفة خدمات الإنترنت في الاردن 	<ul style="list-style-type: none"> ● يمتلك الأردن مستويات ملائمة من الجاهزية الرقمية ومهارات برمجية قوية والتي يمكن اعتبارها كمحفزات لتطوير التجارة الإلكترونية في الأردن. ● الموقع الاستراتيجي للأردن بين الشرق والغرب. ● تقوم الجمارك الأردنية بشكل مستمر بتحديث نسختها الوطنية من النظام الآلي للبيانات الجمركية ASYCUDA . ● يمتلك الأردن العديد من اتفاقيات التجارة الحرة. ● تتوفر في الأردن شبكات الاتصال المتقدمة من الجيل الثالث والجيل الرابع (G3,G4) وبحلول عام2023 ستتوفر خدمة الشبكات للجيل الخامس (G5). ● بعض شركات التجارة الإلكترونية العالمية قامت بتأسيس وفتح مكاتب إقليمية وتجارية في الأردن (مثل أمازون) ● توفر نظام دفع إلكتروني متطور بالأردن ● يعتبر قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من القطاعات المتطورة في الاردن وفي غضون 3-4 سنوات القادمة سيتم تغطية جميع المدن في الأردن بخدمة الفايبر (Fiber Optic). ● هناك تطورات جوهرية على القطاع المالي في الأردن ● الاستقرار السياسي والأمني بالأردن يعتبر بيئة جاذبة للاستثمار.
التهديدات	الفرص المتاحة
<ul style="list-style-type: none"> ● عدم امتلاك خريجي الجامعات إلى المهارات والمواهب التي يحتاجها القطاع الخاص والقطاعات الرقمية ذات الصلة ● التعديلات المستمرة على ضرائب التجارة الإلكترونية أو رسوم الخدمات الجمركية المفروضة تشكل قدراً كبيراً من عدم اليقين للمستثمرين. ● محدودية الوصول إلى المواهب الأجنبية، حيث انها مقيدة بتصاريح خاصة تستند إلى اختبار للاحتياجات الاقتصادية. ● عدم وجود بنود متعلقة بالتجارة الإلكترونية في مشروع قانون الجودة وحماية المستهلك (الذي يتضمن ويحل محل قانون حماية المستهلك). ● وجود فجوة بين الخدمات المقدمة في المدن الرئيسية والمناطق الريفية ● طول الفتره اللازمة لاعداد و سن التشريعات 	<ul style="list-style-type: none"> ● يشكل الشباب الشريحة الأكبر من سكان الأردن حيث تمتاز هذه الفئة بالخبرة التقنية والقدرة على التعامل واستخدام التكنولوجيا بشكل عام ● هناك تزايد ملحوظ في الشراء الإلكتروني من قبل الافراد ● وجود مبادرات مستمرة لإنشاء مدينة/مركز للتجارة الإلكترونية في العقبة ● تبني رؤية التحديث الاقتصادي للتجارة الإلكترونية كإحدى محركات النمو الاقتصادي ● الزيادة في استخدام المحافظ الإلكترونية وبطاقات الائتمان من قبل الافراد منذ جائحة كورونا ● تقوم الجامعات الأردنية حالياً بإدخال برامج جديدة للتجارة الإلكترونية والتكنولوجيا

الشكل أدناه أهم يُمثل المتطلبات الرئيسية لتنمية التجارة الإلكترونية في الأردن (%):⁷



2. الإطار الإستراتيجي

توفر الاستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية توجهاً استراتيجياً وخارطة طريق لتطوير التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي في الأردن. كما تحدد اجراءات ملموسة لتعزيز البيئة الممكنة للتجارة الإلكترونية وتوفر خطة تشغيلية لتنفيذ هذه الإجراءات. ومن خلال نهج استشرافي يأخذ بعين الاعتبار الرؤية المستقبلية والفرص والتحديات الحالية، توفر الاستراتيجية إطاراً لتسريع تطوير التجارة الإلكترونية وزيادة الجاهزية الكلية للاقتصاد الرقمي ودعم التحول الاقتصادي في الأردن.

الرؤية:

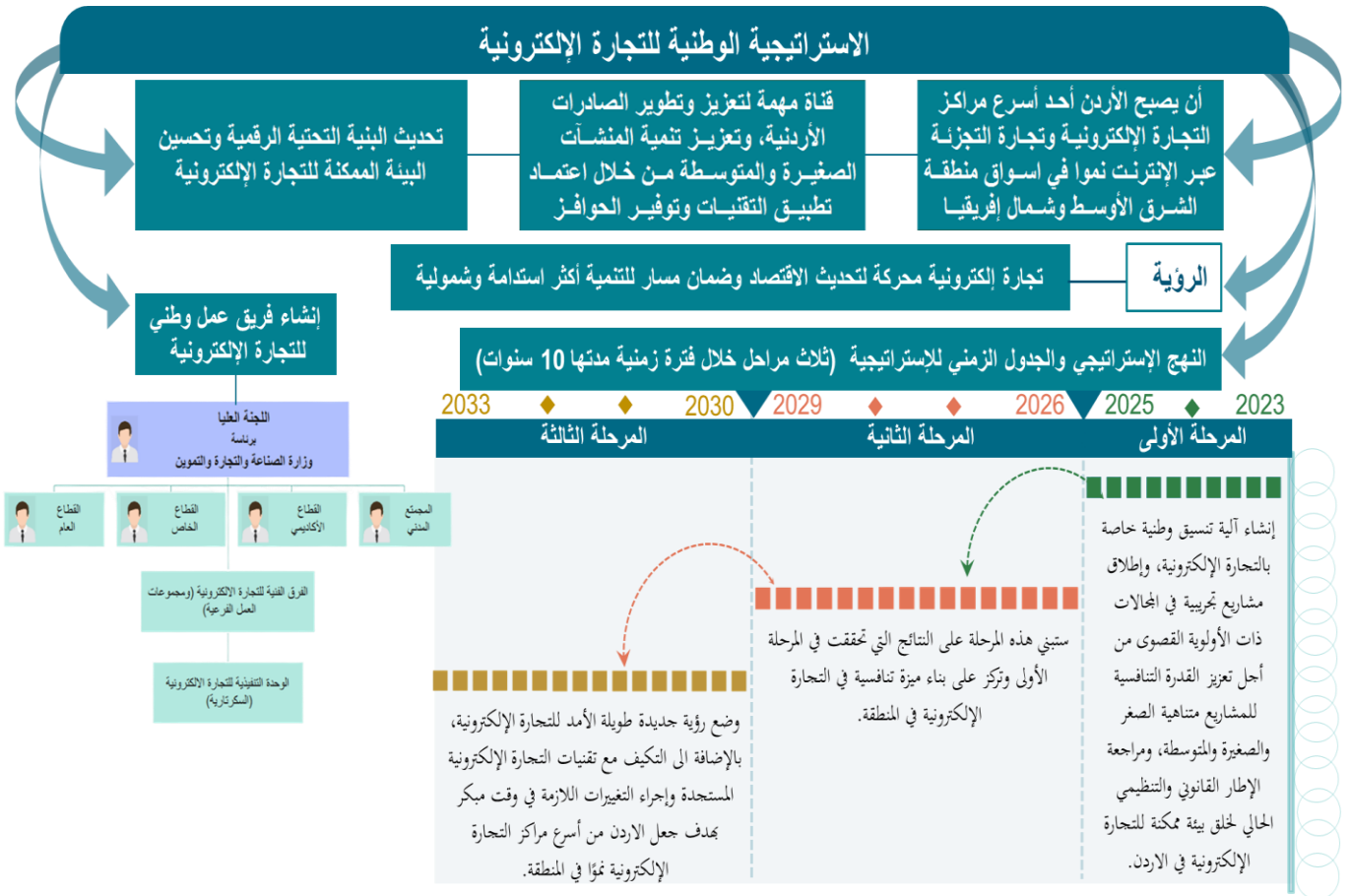
تشكل التجارة الإلكترونية محركاً لتحديث الاقتصاد وضمان مساراً للتنمية أكثر استدامة وشمولية.

الهدف العشري للإستراتيجية:

أن تصبح الاردن أحد المراكز الاسرع نمواً في قطاع التجارة الإلكترونية وتجارة التجزئة عبر الإنترنت تخدم اسواق الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ومحركاً رئيسياً لتعزيز الصادرات الأردنية وتطويرها. تضع الرؤية الاستراتيجية التجارة الإلكترونية كمحرك للنمو الاقتصادي المستدام وتنمية الصادرات وأحد المحركات الرئيسة لخلق فرص عمل. يتسق الهدف للعشر سنوات القادمة أيضاً مع أولويات رؤية التحديث الاقتصادي لتصبح الاردن مركزاً إقليمياً للتجارة التقليدية والرقمية، توفر حوافز وظروف ملائمة لجذب الشركات والمستثمرين الدوليين من خلال تطوير البنية التحتية الرقمية للتجارة الإلكترونية، وتعزيز بيئة تمكينية للتجارة الإلكترونية.

⁷ العوامل الأكثر صلة من أجل خلق بيئة مواتية للتجارة الإلكترونية في الأردن (استبيانات في القطاعين العام والخاص) تقرير تقييم جاهزية الأردن للتجارة الإلكترونية

الاستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية



المبادئ الإستراتيجية:

- **استراتيجية عملية:** اتبعت صياغة الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية نهجًا تصاعديًا يأخذ بعين الاعتبار الإمكانيات الحالية والتدخلات العملية المطلوبة للبناء باتجاه الرؤية. حيث جاءت نتيجة سلسلة من المشاورات الوطنية شملت العديد من الشركاء وأصحاب العلاقة التي أجريت ما بين آذار وتشيرين اول من العام 2022 (انظر القائمة في الملحق 5)، والتي أدت إلى وضع خطة عمل للتجارة الإلكترونية انبثقت عن سلسلة من مجالات السياسات والإجراءات ذات الأولوية القصوى والتي تم تحديدها من قبل الشركاء ومن ثم ادراجها في الاستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية، بما يتماشى مع أهداف رؤية التحديث الاقتصادي والسياسات القطاعية والوطنية الأخرى ذات الصلة.
- **المرونة والقدرة على التكيف:** سيتم تحقيق الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية من خلال نهج استراتيجي يعتمد على تطوير ومراجعة خطط العمل والأهداف بشكل سنوي وذلك لتأخذ بعين الاعتبار التغيرات السريعة في الاقتصاد الرقمي بشكل خاص وبيئة الأعمال بشكل عام.
- **إستراتيجية مبنية على المعرفة:** تم تطوير الإستراتيجية على أساس الأدلة والمعلومات التي تم جمعها واستخلاصها من نتائج تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية في الأردن.
- **النهج تشاركي:** إن الإستراتيجية هي نتيجة لعملية تشاورية وتشاركية واسعة شملت كافة أصحاب العلاقة على المستوى الوطني وشركاء التنمية الدوليين.

▪ مواءمة واتساق قوى للسياسات: تتوافق الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية مع أهداف السياسات والاستراتيجيات الوطنية والقطاعية الرئيسية الأخرى (مثل رؤية التحديث الاقتصادي، واستراتيجية التصدير الوطنية في الأردن، والسياسة العامة لريادة الأعمال، وسياسات أخرى).

▪ الحوكمة الشمولية: ستتضمن الاستراتيجية انشاء فريق عمل وطني للتجارة الإلكترونية، والذي سيوفر إطار مؤسسي وآلية تنسيق قوية لضمان التنفيذ والمتابعة الفاعلة للإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية وخطة العمل. سيسعى فريق العمل الوطني إلى ضمان تعزيز العمل المشترك ما بين القطاعين العام والخاص وممثلي المجتمع المدني وسيساهم في ضمان شمولية عملية التنفيذ للإستراتيجية وخطة العمل.

▪ تمكين المرأة والشباب: ان تصميم وتنفيذ الإستراتيجية وخطة العمل يجب أن تعزز المساواة والعدالة والتمكين من خلال الحوافز الذكية التي يمكن أن تجعل التجارة الإلكترونية تعمل لدعم النساء والشباب.

النهج الإستراتيجي والجدول الزمني للإستراتيجية:

سيتم العمل على تنفيذ الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية على ثلاث مراحل خلال فترة زمنية مدتها 10 سنوات بما يتسق مع الجدول الزمني لرؤية التحديث الاقتصادي. ستضع المرحلة الأولى الأساس لبيئة تمكينية قوية للتجارة الإلكترونية في الأردن. وفي نهاية كل مرحلة، سيتم إجراء تحليل شامل لتقييم التقدم المحرز، ومراجعة وتحديث الإجراءات ذات الأولوية، وتحديد أهداف ومخرجات وسياسات استراتيجية جديدة بناءً على النتائج التي تحققت في المرحلة (المراحل) السابقة.

➤ المرحلة الأولى؛ إطلاق العنان لإمكانيات التجارة الإلكترونية غير المستغلة (2023-2025): ستضع المرحلة الأولى الأساس لتحقيق رؤية التجارة الإلكترونية وأهدافها الاستراتيجية. ستركز هذه المرحلة بشكل خاص على إنشاء آلية تنسيق وطنية خاصة بالتجارة الإلكترونية، وإطلاق مشاريع تجريبية في المجالات ذات الأولوية القصوى من أجل تعزيز القدرة التنافسية للمشاريع متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، ومراجعة الإطار القانوني والتنظيمي الحالي لخلق بيئة ممكنة للتجارة الإلكترونية في الاردن.

➤ المرحلة الثانية؛ بناء ميزة تنافسية (2026-2029): ستبني هذه المرحلة على النتائج التي تحققت في المرحلة الأولى وتركز على بناء ميزة تنافسية في التجارة الإلكترونية في المنطقة.

➤ المرحلة الثالثة؛ تطوير ميزة تنافسية رائدة (2030-2033): ستساهم المرحلة الثالثة والأخيرة في وضع رؤية جديدة طويلة الأمد للتجارة الإلكترونية، بالإضافة الى التكيف مع تقنيات التجارة الإلكترونية المستجدة وإجراء التغييرات اللازمة في وقت مبكر بهدف جعل الاردن من أسرع مراكز التجارة الإلكترونية نموًا في المنطقة.

المرحلة الأولى: الأهداف الإستراتيجية والإجراءات ذات الأولوية

لتحقيق الهدف العشري للإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية تم تحديد ثلاثة أهداف إستراتيجية في المرحلة الأولى (2023-2025):

▪ الهدف الاستراتيجي الاول: خلق بيئة ممكنة للتجارة الإلكترونية جاذبة للاستثمار ولممارسة الأعمال في الاردن، وقادرة على خلق فرص مدرة للدخل للمواطنين.

▪ الهدف الاستراتيجي الثاني: تعزيز القدرة التنافسية للمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال من خلال استخدام حلول التجارة الإلكترونية والتقنيات الحديثة للتوسع محليًا وعالميًا.

▪ الهدف الاستراتيجي الثالث: تسهيل التجارة وتعزيز القدرة التنافسية لقطاع الخدمات اللوجستية.

الجدول (2): الأهداف الاستراتيجية، النتائج المتوقعة والأهداف (2025-2023) ⁸

وسائل التحقق	الأهداف 2025-2023	مؤشرات الأداء الرئيسية مؤشر النتائج	الأهداف الاستراتيجية	
سجلات مسجل الشركات/وزارة الصناعة والتجارة والتموين. سجلات وزارة الاستثمار.	50	عدد الاستثمارات الجديدة التي تم إنشائها في قطاع التجارة الإلكترونية (يوجد الآن حوالي 100 شركة) بحسب دراسة خريطة الشركات الناشئة الأردنية وتحديثاتها (2021)	الهدف الاستراتيجي الأول: خلق بيئة ممكنة للتجارة الإلكترونية جاذبة للاستثمار وللممارسة الأعمال في الأردن، وقادرة على خلق فرص مدرة للدخل للمواطنين.	
إحصاءات دائرة الإحصاءات العامة. التقارير الخاصة بمرح الشركات بحسب دراسة خريطة الشركات الناشئة الأردنية وتحديثاتها/ "إنتاج".	%30	نسبة الشركات الناشئة في قطاع التجارة الإلكترونية من إجمالي الشركات الناشئة المبنية على التكنولوجيا. (26% من إجمالي الشركات بحسب دراسة خريطة الشركات الناشئة الأردنية وتحديثاتها (2021)		
مسح سنوي حول استخدام المستهلكين للتجارة الإلكترونية.	%30	نسبة المستهلكين الذين أعربوا عن ثقتهم في استخدام التجارة الإلكترونية		
مسح سنوي حول استخدام الشركات متناهية الصغر والصغير والمتوسطة لحلول التجارة الإلكترونية.	%40	نسبة المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة التي تستخدم منصة المعلومات الوطنية/قاعدة البيانات وتشير الى ان المعلومات المتوفرة على المنصة مفيدة لتطوير أو تحسين حلول التجارة الإلكترونية الخاصة بهم.		
تقارير المتابعة والتقييم للمشاريع التطويرية الخاصة بالتجارة الإلكترونية تقارير دائرة الإحصاءات العامة.	2550 + (ج5*20) + (220*5) (90*5) %30 نساء	عدد فرص العمل التي تم توفيرها: (المباشرة من خلال التدخلات والمشاريع المقدمة) ليتم تحديد فرص العمل التي سيتم توفيرها من خلال التدخلات بشكل غير مباشر ج: استثمارات جديدة م: عدد الشركات التي تم دعمها لتطوير السوق المحلي خ: عدد الشركات التي تم دعمها في أسواق التصدير، ليتم إضافة الأثر غير مباشر	الهدف الاستراتيجي الثاني: تعزيز القدرة التنافسية للمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال من خلال استخدام حلول التجارة الإلكترونية والتقنيات الحديثة للتوسع محلياً وعالمياً.	
إحصاءات التجارة الخارجية لدائرة الإحصاءات العامة. تقارير الجمارك الأردنية. مسح سنوي حول استخدام الشركات متناهية الصغر والصغير والمتوسطة لحلول التجارة الإلكترونية.	%6	نسبة الصادرات عبر التجارة الإلكترونية		
إحصاءات التجارة الخارجية لدائرة الإحصاءات العامة. تقارير الجمارك الأردنية. مسح سنوي حول استخدام الشركات متناهية الصغر والصغير والمتوسطة لحلول التجارة الإلكترونية.	%12	نسبة التجارة الإلكترونية من إجمالي حجم التجارة (2% في منطقة الشرق الأوسط بحسب (go-globe) لتجارة التجزئة 10% في الإمارات العربية المتحدة (بحسب بوابة التجارة الأمريكية (US trade portal)		
تقارير دائرة الإحصاءات العامة.	%30	نسبة الشركات التي تستخدم حلول التجارة الإلكترونية من إجمالي الشركات (15% بحسب (go-globe) في منطقة الشرق الأوسط)		
مسح سنوي حول استخدام المستهلكين للتجارة الإلكترونية.	%60	نسبة الأفراد (18 عام فما فوق) التي تفيد الى زيادة في المعرفة الأمر الذي يدفعهم الى الشراء عبر الإنترنت		
مسح سنوي حول استخدام المستهلكين للتجارة الإلكترونية.	%45	نسبة الأفراد (18 عام فما فوق) الذين اشترروا عبر الإنترنت مرة واحدة على الأقل في السنة https://www.go-globe.com/ecommerce-in-jordan-infographic/ Statista بحسب (2021) عالمياً 27.6% نسبة انتشار مستخدمي التجارة الإلكترونية في عام 2021 (34% في الأردن، 80.2% في السعودية، 69% في الإمارات بحسب (go-global.ae))		
مسح سنوي حول استخدام الشركات متناهية الصغر والصغير والمتوسطة لحلول التجارة الإلكترونية. التقارير الخاصة بمرح الشركات بحسب دراسة خريطة الشركات الناشئة الأردنية وتحديثاتها/ "إنتاج".	%55 %30 منهم نساء	نسبة رواد الأعمال في قطاع التجارة الإلكترونية الذين حصلوا على تمويل من أي مؤسسة مالية. 46% بحسب دراسة خريطة الشركات الناشئة الأردنية وتحديثاتها		
تقرير مؤشر الأداء اللوجستي (LPI)	مرتبة الأردن بين أفضل 50 دولة	المرتبة ضمن مؤشر الأداء اللوجستي (LPI) (احتل الأردن المرتبة 84 في إصدار 2018، الإمارات في المرتبة 11)		الهدف الاستراتيجي الثالث: تسهيل التجارة وتعزيز القدرة التنافسية لقطاع الخدمات اللوجستية.
تقرير "استبيان الأمم المتحدة الشامل حول تسهيل التجارة الرقمي والمستدام"	80	معدل الأداء بحسب "استبيان الأمم المتحدة الشامل حول تسهيل التجارة الرقمي والمستدام" الأردن 70.97 عام (2021)، يفوق المعدل الوسطي لدول الإسكوا والبالغ 55.09%، البحرين 81.72%، السعودية 84.9% النمو على المؤشر المتكامل للتنمية البريديّة (2IPD) الأردن: في المرتبة الرابعة على مستوى التطور البريدي ضمن المؤشر المتكامل للتنمية البريديّة ضمن مستويات التطور البريدي (7:8:9:10): إسرائيل في المرتبة 7 ضمن مستويات التطور البريدي (5:6): الإمارات ومصر في المرتبة 5، السعودية في المرتبة 6 ضمن مستويات التطور البريدي (3:4): الأردن في المرتبة 4، البحرين في المرتبة 3 ضمن المستوى 2: العراق ضمن المستوى 1: الكويت		
تقرير المؤشر المتكامل للتنمية البريديّة (2IPD)	6			

⁸ لقد حدد تقييم جاهزية للتجارة الإلكترونية ندرة البيانات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية في الأردن على انه تحدٍ رئيسي والذي حد من القدرة على تحديد خطوط الأساس للمؤشرات ووسائل التحقق في الاستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية. الأمر الذي يستدعي إنشاء قاعدة بيانات مبنية على أسس ومرجعيات عملية من أجل جمع المعلومات ذات الصلة وضمان التنفيذ الفعال ورصد ومتابعة الإجراءات ذات الأولوية.

في هذه المرحلة، يجب تحقيق الأهداف الاستراتيجية من خلال سلسلة من الإجراءات المحددة على أساس التوصيات الخاصة بتقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية في الأردن (الجدول 3). لقد تم اختيار قائمة الإجراءات المدرجة في العمود الأول لعام 2023 على أنها "إجراءات ذات أولوية قصوى" من قبل الشركاء وأصحاب العلاقة ذوي الصلة خلال المشاورات الوطنية متعددة الأطراف. كما تشكل هذه الإجراءات ذات الأولوية القصوى المحددة جوهر خطة العمل لعام 2023 (الفصل 3) والتي يجب رصدها ومراقبتها من خلال مؤشرات الأداء الرئيسية المحددة (الملحق 3) ومراجعتها على أساس سنوي بعد الاخذ بعين الاعتبار أولويات التجارة الإلكترونية المستجدة في الاردن. ستساهم الإجراءات المدرجة في العمود الثاني للفترة 2024-2025 في تعزيز الاستفادة من البناء على النتائج المحققة في عام 2023 وتوفير الأساس للتحديثات المستقبلية لخطة العمل.

الجدول (3): الإجراءات الاستراتيجية للمرحلة الأولى 2023-2025

الهدف الاستراتيجي (1): خلق بيئة ممكنة للتجارة الإلكترونية جاذبة للاستثمار ولممارسة الأعمال في الاردن وقادرة على خلق فرص مدرة للدخل للمواطنين	
2025-2024	2023
مجال السياسة (1.1): لوائح وقوانين قادرة على خلق بيئة اعمال منافسة	
<ul style="list-style-type: none"> ● متابعة واستكمال العمل على تحديث وتطوير على التشريعات ذات الأولوية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية ● تقديم خدمات الحكومة الإلكترونية بنسبة 100٪ ● تصميم وتوفير برنامج بناء قدرات للعاملين في القطاع العام، بما في ذلك القضاة وصانعي السياسات. ● إطلاق حوافز مالية لرواد الأعمال والمشتريين الذين يعتمدون عمليات الدفع الإلكتروني. ● دراسة الحاجة إلى اعتماد تشريعات خاصة تدعم خلق بيئة مؤاتية للشركات الناشئة 	<ul style="list-style-type: none"> ● تحديث وتطوير واستكمال العمل على التشريعات ذات الأولوية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية
مجال السياسة (1.2): الإحصاءات الوطنية وصياغة السياسات المبنية على المعرفة	
	<ul style="list-style-type: none"> ● تطوير نظام جمع ونشر الإحصاءات الوطنية لتشمل بيانات دقيقة عن قطاع التجارة الإلكترونية وقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومواءمتها بما يتماشى مع المعايير الدولية. ● إنشاء منصة وطنية عبر الإنترنت/ قاعدة بيانات تشمل توفر محطة واحدة حول المعلومات والإحصاءات والمشاريع المتعلقة بالتجارة الإلكترونية
الهدف الاستراتيجي (2): تعزيز القدرة التنافسية للمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال من خلال استخدام حلول التجارة الإلكترونية والتقنيات الحديثة للتوسع محلياً وعالمياً	
2025-2024	2023
مجال السياسة (2.1): تطوير السوق: بناء قدرة الشركات الأردنية متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة على استخدام حلول التجارة الإلكترونية	
<ul style="list-style-type: none"> ● تطوير السياسات والمتطلبات اللازمة للتحفيز على تأسيس صناديق رأسمال استثماري وشركات لتوفير تمويل قائم على أساس الأسهم. ● تطوير برامج دعم للشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، ولرواد الأعمال، بغية حصولهم على قروض بدون فائدة، وعلى تمويل لصادراتهم ودعم لتكاليفهم التشغيلية. ● مراجعة المتطلبات والإجراءات للمهنيين الأجانب ذوي المهارات الأساسية في التجارة الإلكترونية بغية توفير خدماتهم للشركات الأردنية والجامعات والحاضنات وغيرها، والتوصية بشروط أكثر فعالية ونجاعة. 	<ul style="list-style-type: none"> ● تصميم وتنفيذ مشاريع خاصة بزيادة استخدام الشركات المصنعة الأردنية لحلول التجارة الإلكترونية للتوسع محلياً واختراق الأسواق الدولية
مجال السياسة (2.2): تسريع نمو الاستثمارات الجديدة ورواد الاعمال في مجال التجارة الإلكترونية	
<ul style="list-style-type: none"> ● إرساء معايير فنية ومهنية للحاضنات والمسرعات ومقدمي خدمات استشارات الاعمال ومؤسسات دعم التجارة التي تقدم خدمات للشركات الناشئة في قطاع التجارة الإلكترونية. تصميم برامج لبناء قدراتها وفقاً للمعايير الموضوعية. ● تحسين عملية تسجيل الأعمال التجارية لشركات التجارة الإلكترونية، ولا سيما للشركات الناشئة ورائدات الأعمال. وتوفير حوافز للتسجيل. 	<ul style="list-style-type: none"> ● إنشاء مسرعة أعمال مكرسة للشركات الناشئة في التجارة الإلكترونية. ● تصميم وتنفيذ تدريب متخصص لرواد الأعمال ● تصميم وتنفيذ برنامج بناء قدرات لدعم مؤسسات التمويل الأصغر في تصميم منتجات خاصة ومبتكرة لرواد الاعمال في التجارة الإلكترونية.
مجال السياسة (2.3): رفع مستوى الوعي بفوائد التجارة الإلكترونية من أجل التنمية	

- إطلاق برنامج توعية حول التجارة الإلكترونية للمستهلكين وللشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة
- تنظيم معارض التوظيف والمؤتمرات الخاصة بالتجارة الإلكترونية

الهدف الاستراتيجي (3): تسهيل التجارة وتعزيز القدرة التنافسية لقطاع الخدمات اللوجستية

2024 - 2025

2023

مجال السياسة (3.1): تنافسية لوجستيات التجارة

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • إنشاء مدينة (مركز) للتجارة الإلكترونية • دراسة جدوى نماذج العمل المعتمدة في شركة "البريد الأردني" بناء على تقييم لإستراتيجية شركة "البريد الأردني" والاهداف والنتائج المتحققة. • إجراء تقييم شامل لمؤشرات "تسهيل التجارة الرقمي والمستدام" • ضمان توفير المعالجة التلقائية وتحليل المخاطر لشحنات التجارة الإلكترونية وتحليل مخاطرها، ورموز المصدر ASYCUDAWorld، والتصميم الموجه للأشياء المتداولة، عند تحديث النسخة الأخيرة من برنامج ASYCUDAWorld. استكمال نظام العنونة ووضع خطة عمل مفصلة مع ميزانية وأدوار ومسؤوليات واضحة | <ul style="list-style-type: none"> • تطوير استراتيجية لتطوير وتعزيز القدرة التنافسية لقطاع الخدمات اللوجستية في مجال التجارة الإلكترونية. • تصميم وتنفيذ مبادرات عنقودية في قطاع اللوجستيات التجارية، بما في ذلك إنشاء مراكز متخصصة لصادرات التجارة الإلكترونية الأردنية في أسواق استراتيجية ذات أولوية. |
|--|--|

3. خطة العمل 2023

تهدف خطة العمل إلى توفير أداة تشغيلية لتنسيق وتنفيذ الإجراءات ذات الأولوية القصوى المحددة لعام 2023 والتي تم اختيارها بناءً على نتائج وتوصيات تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية في الأردن (مصنوفة العمل للتقييم) وما تبعها من سلسلة من المشاورات الوطنية متعددة الأطراف مع الشركاء وأصحاب العلاقة الرئيسيين والفاعلين في التجارة الإلكترونية في الأردن (انظر الملحق 5). حيث تم اعتماد ثلاثة معايير رئيسية لاختيار الإجراءات ذات الأولوية القصوى:

- (1) قابلية تنفيذها ضمن المدد المتاحة.
 - (2) مدى التأثير، أي الإجراءات ذات التأثير الكبير والملموس على النظام البيئي للتجارة الإلكترونية للأردن.
 - (3) توافقها وإتساقها مع الرؤية الاستراتيجية الوطنية "رؤية التحديث الاقتصادي".
- سيتم مراجعة وتحديث الخطة بشكل سنوي بناءً على الأولويات المستجدة للشركاء في قطاع التجارة الإلكترونية.

الجدول (4): خطة عمل التجارة الإلكترونية 2023

خطة العمل (2023)

الميزانية التقديرية (دولار أمريكي)	الجهات الداعمة	الجهة الرئيسية المسؤولة عن تنفيذ الإجراء/النشاط	المخرجات المتوقعة	فترة البدء	النشاطات	الإجراءات ذات الأولوية القصوى	الأهداف/مجال السياسات
خلق بيئة ممكنة للتجارة الإلكترونية جاذبة للاستثمار، وقادرة على خلق فرص مدرة للدخل للمواطنين ولممارسة الأعمال في الأردن.							
لوائح وقوانين قادرة على خلق بيئة أعمال منافسة							SO 1 PA 1.1
40000	وزارة المالية/الجمارك/الضريبة، وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، غرفة تجارة الأردن، غرفة صناعة الأردن، غرفة تجارة عمان، غرفة صناعة عمان، وزارة الاستثمار، int@j	وزارة الصناعة والتجارة والتموين/مديرية التجارة	وثيقة دراسة تقييم التشريعات الخاصة بالتجارة الإلكترونية، خمسة أوراق سياسات توضح التغييرات المطلوبة على مستوى قانون المعاملات الإلكترونية، قانون الجرائم الإلكترونية، مشروع قانون حماية المستهلك ومشروع قانون حماية البيانات والخصوصية ومقترح لاهداف وبنود تشريعات خاصة بالتجارة الإلكترونية بناءً على الدراسة. مصفوفة التغييرات والمقترحات تهدف لتمكين التجارة الإلكترونية وتعكس وتوازن المقترحات مع أفضل الممارسات الدولية	الربع الثاني/2023	إجراء دراسة تقييم شامله لتشريعات التجارة الإلكترونية والبيئة التنظيمية الحالية ودراسة تأثيرها على تمكين التجارة الإلكترونية على المستوى الوطني	تحديث وتطوير واستكمال العمل على التشريعات ذات الأولوية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية	A 1.1.1
20000			وثيقة تقييم الأثر القانوني للتشريعات الضريبية الحالية، وثيقة الآلية الضريبية المقترحة وتقييم الأثر القانوني لها. وجود توافق ما بين مؤسسات القطاع الخاص على ان النظام الضريبي المعتمد يعمل على تمكين وجود بيئة محفزة للتجارة الإلكترونية.	الربع الرابع/2023	تصميم آلية ضريبية على التجارة الإلكترونية وتنفيذها، وتضمينها رسوماً جمركية وإجراءات قائمة على هدف وطني محدد للتجارة الإلكترونية، وإجراء "تقييم الأثر قانوني".		
35000			وثيقة التشريعات المعتمدة، وجود توافق ما بين مؤسسات القطاع الخاص بان التشريعات ستعزز القدرة التنافسية لدى شركات التجارة الإلكترونية. زيادة الاستثمارات لدى قطاع التجارة الإلكترونية.	الربع الأول/2024	اصدار التشريعات الخاصة للتجارة الإلكترونية تعمل على تشجيع الابتكار ونمو قطاع التجارة الإلكترونية.		
	وزارة الصناعة والتجارة والتموين، هيئة تنظيم قطاع الاتصالات، وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، جمعية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأردنية، جمعية البنوك في الأردن، الشركة الأردنية لأنظمة الدفع والتقاص JoPACC	البنك المركزي الاردني	وثيقة استراتيجية الدفع الإلكتروني، شمول الاستراتيجية على أدوات الدفع الرقمية الأكثر فاعلية لأجل الترويج للتجارة الإلكترونية. حلول لتأثير تكاليف التشغيل على ديناميكية سوق المدفوعات الرقمية. مقترحات لاجراءات تسجيل وتطبيقات سهلة الاستخدام للمدفوعات الإلكترونية. حزمة من المبادرات اللازمة لتعزيز وتسهيل وترويج المدفوعات الإلكترونية في ما بين المؤسسات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة بما في ذلك تلك التي تعمل من المنازل. سياسات واضحة حول إرجاع المدفوعات، الأمر الذي سيكون من شأنه تعزيز ثقة	الربع الأول/2023	اطلاق استراتيجية الدفع الإلكتروني التي تم العمل عليها من قبل البنك المركزي ليصار الى متابعة تنفيذ ما يتعلق بموضوع التجارة الإلكترونية من قبل وزارة الصناعة والتجارة والتموين خلال مرحلة تنفيذها .		

خطة العمل (2023)

الميزانية التقديرية (دولار أمريكي)	الجهات الداعمة	الجهة الرئيسية المسؤولة عن تنفيذ الإجراء /النشاط	المخرجات المتوقعة	فترة البدء	النشاطات	الإجراءات ذات الأولوية القصوى	الأهداف/مجال السياسات
			المستهلكين عبر الإنترنت. حوافز مالية لرواد الأعمال والمشتريين الذين يعتمدون عمليات الدفع الإلكتروني. حوافز لزيادة المدفوعات الإلكترونية في جميع المحافظات.				
الإحصاءات الوطنية وصياغة السياسات المبنية على المعرفة							PA 1.2
80000	وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، وزارة الصناعة والتجارة والتموين، هيئة تنظيم قطاع الاتصالات، غرفة صناعة الأردن، غرفة تجارة الأردن، جمعية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأردنية، الجمارك الأردنية، البريد الأردني، البنك المركزي الأردني	دائرة الإحصاء العامة	وجود قائمة بكافة الإحصاءات والمؤشرات المطلوبة (تشمل التجارة الإلكترونية المحلية والعابرة للحدود للسلع والخدمات) وبطاقة تعريفية لكل مؤشر تشمل تعريف واضح لكل مؤشر واهدافه والجهات المسؤولة عن جمع البيانات والسياسات الحالية والمستقبلية التي ستستخدمها هذه البيانات. وجود مذكرات تفاهم مع كافة الجهات ذات العلاقة والمحددة في الاجراء الخاص بالاحصاءات المطلوبة والبطاقات التعريفية. توفر بيانات شاملة وأكثر دقة عن التجارة الإلكترونية يرشد ويوجه رسم السياسات. تتاح بيانات أفضل عن قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغية توجيه قرارات رسم السياسات ذات الصلة.	الربع الثاني/2023	دراسة وتحديد المعلومات المطلوبة ومصدرها والهدف منها	تطوير نظام جمع ونشر الإحصاءات الوطنية لتشمل بيانات دقيقة عن قطاع التجارة الإلكترونية وقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومواءمتها بما يتماشى مع المعايير الدولية.	A 1.2.1
5000	وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، غرفة صناعة الأردن، دائرة الإحصاء العامة، غرفة تجارة الأردن، جمعية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأردنية، المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية، الجمارك الأردنية، البريد الأردني، البنك المركزي الأردني، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، الجامعات	وزارة الصناعة والتجارة والتموين/وحدة التجارة الإلكترونية	وثيقة قائمة المنصات المتوفرة في الأردن، والبيانات المتوفرة لديها لتجنب أي تضارب في الجهود، قائمة بالمحتوى المطلوب توفيره على المنصة ولا يتوفر لدى المنصات الأخرى	الربع الثاني/2023	دراسة وتحديد المنصات المتوفرة في الأردن	إنشاء منصة وطنية عبر الإنترنت/ قاعدة بيانات تشمل توفر محطة واحدة حول المعلومات والإحصاءات والمشاريع المتعلقة بالتجارة الإلكترونية	A 1.2.2
25000			وجود منصة تحتوي على المعلومات المطلوبة، التغذية الراجعة من المستخدمين تشير الى سهولة استخدام المنصة من قبل كافة الفئات المستهدفة، استخدام اعلى للمنصة وزيادة الوعي حول التجارة الإلكترونية والمشاريع المتعلقة بها	الربع الثاني/2023	اعداد المحتوى وتصميم المنصة واجهة المستخدم بما يضمن سهولة الاستخدام والوصول للمعلومات لكافة الفئات المستهدفة		
10000			وجود روابط مفعلة ما بين المنصة والمنصات وقواعد البيانات الأخرى، تحقيق تكامل اعلى في توفير المعلومات للشركات والرياديين	الربع الرابع/2023	الربط البيني ما بين المنصة والمنصات والمواقع الإلكترونية الوطنية الأخرى		
			خطة الترويج والتقرير النهائي للحملة الترويجية بما يشمل تقرير رضى الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة كما رواد الأعمال، ولا سيما	الربع الأول/2024	وضع وتنفيذ خطة لاطلاق وترويج المنصة		

خطة العمل (2023)

الميزانية التقديرية (دولار أمريكي)	الجهات الداعمة	الجهة الرئيسية المسؤولة عن تنفيذ الإجراءات /النشاط	المخرجات المتوقعة	فترة البدء	النشاطات	الإجراءات ذات الأولوية القصوى	الأهداف/مجال السياسات
			النساء والشباب ومستخدمي المنصة بشكل عام عن المحتوى وجوده البيانات، زيادة الوعي حول مشاريع الدعم التقني المتوقعة لأصحاب العلاقة في التجارة الإلكترونية. وسرعة الوصول إلى معلومات محدثة حول مبادرات تختص بالتجارة الإلكترونية في الأردن. يتحسن تصميم مشاريع التنمية وبرامجها. تصبح السياسات أكثر ملاءمة لاحتياجات القطاع الخاص.				
تعزيز القدرة التنافسية للمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال من خلال استخدام حلول التجارة الإلكترونية والتقنيات الحديثة للتوسع محلياً وعالمياً.							SO 2
تطوير السوق: بناء قدرة الشركات الأردنية متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة على استخدام حلول التجارة الإلكترونية							PA 2.1
40000-50000	وحدة التجارة الإلكترونية/ وزارة الصناعة والتجارة والتموين، المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية، غرفة صناعة عمان، غرفة صناعة الأردن، جمعية المصدرين الأردنيين، غرفة تجارة الأردن، غرفة تجارة عمان	شركة بيت التصدير	وثيقة الدراسة، قائمة بالمنتجات ذات الأولوية وبطاقة تعريفية حول كل منتج، قائمة بالأسواق ذات الأولوية لكل منتج وبطاقة تعريفية لكل سوق، قائمة بألويات بناء القدرات لدى المصدرين للمنتجات ذات الأولوية. تصبح السياسات محددة أكثر. وجود قائمة للإمكانيات غير المستغلة التي توفرها اتفاقيات التجارة الحرة الموقعة. تصميم برامج موجهة لاسواق محددة، زيادة فاعلية البرامج المصممة	الربع الثاني/2023	إجراء دراسة تحليلية لأسواق التجارة الإلكترونية ذات الأولوية بناء على القطاعات/المنتجات ذات الإمكانيات التصديرية وفقاً للقطاعات المحدد في "رؤية التحديث الاقتصادي 2033"، وتقييم جاهزية التجارة الإلكترونية للمصدرين ذوي الإمكانيات التصديرية العالية في القطاعات ذات الأولوية.		
150000-200000	وحدة التجارة الإلكترونية/ وزارة الصناعة والتجارة والتموين، غرفة صناعة عمان، غرفة صناعة الأردن، بيت التصدير	المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع	تمكين 10 شركات من استخدام حلول التجارة الإلكترونية للتوسع في السوق المحلي. أن تستخدم 15 شركة حلول التجارة الإلكترونية ضمن خطط مشاريعها.	الربع الثاني/2023	تنفيذ مشروع تجريبي لبناء قدرة المنشآت الاقتصادية الأردنية لزيادة الحصة السوقية للمنتجات والصناعات الأردنية في السوق المحلي من خلال استخدام حلول التجارة الإلكترونية والاستفادة من معرفة ومهارات الخبراء المحليين تضمين برامج الدعم التي تقدمها لمؤسسة "استخدام حلول التجارة الإلكترونية كخدمة من الخدمات المؤهلة للدعم".	تصميم وتنفيذ مشاريع خاصة بزيادة استخدام المنشآت الاقتصادية الأردنية لحلول التجارة الإلكترونية	A 2.1.1
250000-300000	وحدة التجارة الإلكترونية/ وزارة الصناعة والتجارة والتموين، غرفة صناعة عمان، غرفة صناعة الأردن، جمعية المصدرين الأردنيين، المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع	شركة بيت التصدير	20-25 شركة تم استهدافها من قبل المشروع. زيادة صادرات 10-15 شركة على الأقل عبر التجارة الإلكترونية في الأسواق الاستراتيجية ذات الأولوية بحسب تقرير المشروع.	الربع الثاني/2023	تنفيذ مشروع تجريبي لاخترق الأسواق ذات الأولوية للمنتجات ذات الإمكانيات التصديرية في مجال التجارة الإلكترونية.		
تسريع نمو الاستثمارات الجديدة ورواد الأعمال في مجال التجارة الإلكترونية							PA 2.2

خطة العمل (2023)

الميزانية التقديرية (دولار أمريكي)	الجهات الداعمة	الجهة الرئيسية المسؤولة عن تنفيذ الإجراء /النشاط	المخرجات المتوقعة	فترة البدء	النشاطات	الإجراءات ذات الأولوية القصوى	الأهداف/مجال السياسات
20000	الصندوق الأردني للريادة، وزارة الصناعة والتجارة والتموين، وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية	غرفة تجارة الأردن	وثيقة نموذج الاعمال، توفر نماذج اعمال متخصصة للمجموعات المستهدفة المختلفة. تحديد الحاجة او الطلب على أكثر من مسرّع واحد وعرض القيمة والجدوى والشكل القانوني. تحديد الموارد المالية ومصدرها. تحديد الإطار الزمني للتنفيذ. تحديد الروابط مع الجامعات وأصحاب المصلحة الآخرين.	الربع الثاني/2023	دراسة وتطوير نموذج وخطة عمل مسرعة الأعمال	إنشاء مسرعة أعمال مكرّسة للشركات الناشئة في التجارة الإلكترونية.	A 2.2.1
يتم تحديده بناءً على نتائج الدراسة	غرفة صناعة الأردن، غرفة صناعة عمان، غرفة تجارة عمان، injaz، جامعة البتراء، مركز الملكة رانيا للريادة، OASIS 500، جامعة الحسين التقنية. int@j		وجود مسرعة اعمال وطاقت وخدمات مخصصة للشركات الناشئة في التجارة الالكترونية، وجود 20 شركة ناشئة على الأقل بدأت بالاستفادة من خدمات مسرعة الاعمال، يتعزز وجود خدمات متخصصة للشركات الناشئة في التجارة الإلكترونية. تركز الأبحاث التي تقوم بها الجامعات بشكل أكبر على التجارة الإلكترونية	الربع الرابع/2023	إنشاء مسرعة اعمال التجارة الإلكترونية بشكل قانوني وتوظيف الموارد المالية والبشرية اللازمة.		
150000	غرفة صناعة الأردن وغرفة تجارة الأردن	مسرعة الاعمال من خلال شركة مختصة بالتجارة الالكترونية او بحسب نموذج الاعمال المقترح	وجود منصة وطنية تقدم خدمات متكاملة للتجارة الالكترونية، وجود 50 شركة صغيرة ومتناهية الصغر على الأقل مسجلة وتستخدم المنصة	الربع الأول/2024	تطوير منصة للتجارة الالكترونية لمساعدة الشركات الصغيرة والمتناهية الصغر على تطوير مبيعاتها من خلال التجارة الالكترونية		
5000	وزارة الصناعة والتجارة والتموين، وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية، غرفة صناعة عمان، غرفة صناعية الأردن، جمعية المصدرين الأردنيين، غرفة تجارة عمان، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي	INJAZ	تقرير الدراسة حول المواد التدريبية المناسبة للاستخدام الفوري او يمكن استخدامها بتعديلات مناسبة او المواد التدريبية المطلوب تطويرها	الربع الثاني/2023	دراسة المواد التدريبية المتعلقة بالتجارة الالكترونية المتوفرة لدى انجاز والجهات المختلفة	تصميم وتنفيذ تدريب متخصص لرواد الأعمال	A 2.2.2
15000-20000			المواد التدريبية المخصصة لبناء قدرات رواد الأعمال الإدارية في مجالات التجارة الالكترونية بما يشمل، تطوير نماذج أعمال ذات جدوى، وبناء القدرات الإدارية، والعلامات التجارية، والتسويق، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وتطوير المواقع الإلكترونية.	الربع الثاني/2023	تطوير مواد تدريب على التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت لرواد الأعمال والشركات الناشئة		
3000			وثيقة الدليل يشمل إجراءات تفصيلية للتصدير باستخدام حلول التجارة الإلكترونية.	الربع الرابع/2023	تطوير دليل للتصدير الالكتروني		
10000			التقرير النهائي للتدريب. توفير ما لا يقل عن 30 فرصة تدريبية. أيضًا 10-15 من رواد الاعمال	الربع الثالث/2023	تنفيذ برنامج لتوفير فرص تدريب لرواد الأعمال في مشاريع أو شركات ذات صلة بمشاريعهم المستقبلية لبناء قدراتهم		

خطة العمل (2023)

الميزانية التقديرية (دولار أمريكي)	الجهات الداعمة	الجهة الرئيسية المسؤولة عن تنفيذ الإجراء /النشاط	المخرجات المتوقعة	فترة البدء	النشاطات	الإجراءات ذات الأولوية القصوى	الأهداف/مجال السياسات
			استفاد من توفير الخبرات الوطنية والدولية اللازمة في المراحل الأولى لإنشاء الأعمال.		كخطوة أولية تُمهّد لتأسيس أعمالهم الخاصة.		
10000	وزارة الصناعة والتجارة والتموين، وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية، غرفة صناعة عمان، غرفة صناعة الأردن، جمعية المصدرين الأردنيين، غرفة تجارة عمان	تنمية (شبكة مؤسسات التمويل الأصغر)	وثيقة مقترحات المنتجات الجديدة.	الربع الثالث/2023	تصميم منتجات تمويل جديدة تلائم احتياجات الشركات والرياديين في قطاع التجارة الإلكترونية	تصميم وتنفيذ برنامج بناء قدرات لدعم مؤسسات التمويل الأصغر في تصميم منتجات خاصة ومبتكرة لرواد الأعمال في التجارة الإلكترونية.	A 2.2.3
6000	غرفة صناعة الأردن، جمعية المصدرين الأردنيين، غرفة تجارة عمان		المادة التدريبية وتقرير التدريب النهائي. مشاركة 9 مؤسسات للتمويل الأصغر في التدريب	الربع الرابع/2023	تصميم وتنفيذ تدريب لمؤسسات التمويل الأصغر حول المنتجات الجديدة		
رفع مستوى الوعي بفوائد التجارة الإلكترونية من أجل التنمية							
PA 2.3							
25000	البنك المركزي الأردني، INJAZ، وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، غرفة تجارة الأردن، غرفة صناعة عمان، مؤسسات الدفع الإلكتروني، INT@J	وزارة الصناعة والتجارة والتموين/مديرية حماية المستهلك	وثيقة الاستراتيجية. وجود قائمة بكافة الجهات ذات العلاقة بتقديم التوعية حول التجارة الإلكترونية. توفر رسائل ومعلومات تتناسب مع فئات مستهدفة محددة بما يخدم إطلاق حملات توعية موجهة. وجود أدوار ومسؤوليات محددة لضمان تضافر الجهود في تقديم التوعية	الربع الثالث/2023	وضع استراتيجية وخطة لحملة التوعية تشمل: 1. تحديد الفئات المستهدفة وخصائص كل فئة 2. تحديد أساليب وقنوات التوعية	إطلاق برنامج توعية حول التجارة الإلكترونية للمستهلكين وللشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة	A 2.3.1
15000			توفر مواد تعليمية حول التجارة الإلكترونية مع وسائل تفسيرية واضحة	الربع الرابع/2023	تصميم واعداد المواد التعليمية		
15000			التقرير الخاص بالحملة الترويجية. الوصول الى 70% من الفئات المستهدفة وبحسب ما تحدده الاستراتيجية من اهداف. التغذية الراجعة من المستهلكين والشركات واصحاب المصلحة تفيد بارتفاع مستوى الوعي والمعرفة لدى المستهلكين والقطاع الخاص حول التجارة الإلكترونية واستخدام المدفوعات الرقمية والقوانين واللوائح الحالية وبرامج التنمية القائمة، المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.	الربع الأول/2024	إطلاق الحملة الترويجية		
7000	غرفة صناعة الأردن، غرفة تجارة عمان، غرفة صناعة عمان	INJAZ	وثيقة الدراسة. وجود قائمة باحتياجات العمل في مختلف القطاعات ذات الأهمية في التجارة الإلكترونية. زيادة فاعلية عملية التشبيك ما بين الأعمال التجارية والباحثين عن فرصة عمل في مجال التجارة الإلكترونية	الربع الثالث/2024	دراسة متطلبات ومواصفات اللازمة لوظائف التجارة الإلكترونية في سوق العمل وتحديد معايير واضحة للمشاركة	تنظيم معارض التوظيف والمؤتمرات الخاصة بالتجارة الإلكترونية	A 2.3.2

خطة العمل (2023)

الميزانية التقديرية (دولار أمريكي)	الجهات الداعمة	الجهة الرئيسية المسؤولة عن تنفيذ الإجراءات /النشاط	المخرجات المتوقعة	فترة البدء	النشاطات	الإجراءات ذات الأولوية القصوى	الأهداف/مجال السياسات
30000	وزارة الصناعة والتجارة والتموين/وحدة التجارة الالكترونية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي		التقرير الخاص بالمعرض. توفير ما لا يقل عن 50 فرصة عمل. توفير مال لا يقل عن 70 فرصة تدريبية داخل الشركات المشاركة. يزداد الوعي حول فرص العمل المتاحة في مختلف القطاعات ذات الأهمية في التجارة الإلكترونية.	الربع الرابع/2023	تنظيم معرض التوظيف في مجال التجارة الالكترونية		
تسهيل التجارة وتعزيز القدرة التنافسية لقطاع الخدمات اللوجستية للتجارة الإلكترونية							SO 3
تنافسية لوجستيات التجارة							PA 3.1
60000-80000	سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، هيئة تنظيم قطاع الاتصالات/البريد الاردني، النقابة للوجستية الأردنية، فريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية، المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية، وزارة الصناعة والتجارة والتموين، وزارة الاستثمار، وزارة النقل، شركة بيت التصدير، غرفة تجارة عمان، غرفة صناعة عمان، غرفة تجارة الاردن، غرفة صناعة الاردن، شركات محلية واجنبية تعمل في القطاع نقابة ملاحه	شركة تطوير العقبة	وثيقة الدراسة، وثيقة دراسة الجدوى لإقامة مراكز لوجستية للتجارة الإلكترونية في العقبة او في اماكن اخرى من أجل جذب الاستثمارات المحليّة والأجنبيّة. وجود إطار سياسات تتضمن زيادة جاذبيّة القطاع للمستثمرين المحليين والدوليين، وتعزيز من تنافسية شركة البريد الأردني وشركات الخدمات اللوجستية والتسليم الخاصّة الأخرى.	الربع الثاني/2023	اجراء دراسة لتحديد عوامل التنافسية لقطاع اللوجستيات التجارية بما في ذلك جدوى انشاء المراكز اللوجستية في العقبة او في محافظات اخرى	تطوير استراتيجية لتطوير وتعزيز القدرة التنافسية لقطاع الخدمات اللوجستية في مجال التجارة الالكترونية.	A 3.1.1
			وثيقة إطار السياسات. وثيقة خطة العمل بما يشمل الإطار الزمني، الموازنات المطلوبة وبيان فرص التمويل الممكنة من قبل الحكومة او شركاء التنمية	الربع الرابع/2023	وضع خطة عمل وإطار للسياسات الخاصة بتعزيز القدرة التنافسية لقطاع الخدمات اللوجستية.		
30000-40000	سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، هيئة تنظيم قطاع الاتصالات/البريد الاردني، فريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية، المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية، وزارة الصناعة والتجارة والتموين، وزارة الاستثمار، وزارة النقل، شركة بيت التصدير، غرفة تجارة عمان، غرفة صناعة عمان، غرفة تجارة الاردن، غرفة صناعة الاردن نقابة ملاحه الاردن	النقابة للوجستية الأردنية	ثلاثة لقاءات اعمال تم تنظيمها. توقيع 10 اتفاقيات شراكة على الأقل ما بين شركات الخدمات اللوجستية او ما بين الشركات اللوجستية والشركات المصدرة او التي تستهدف السوق المحلي	الربع الثالث/2023	تنظيم لقاءات اعمال B2B ما بين شركات الخدمات اللوجستية، والشركات المصدرة او تلك التي تستهدف السوق المحلي ودعم / تسهيل خلق مبادرات مشتركة في قطاع الخدمات اللوجستية التجارية لخدمة أسواق التصدير الحالية أو المستهدفة والأسواق المحلية	تصميم وتنفيذ مبادرات عنقودية في قطاع اللوجستيات التجارية، بما في ذلك إنشاء مراكز متخصصة لصادرات التجارة الإلكترونية الأردنية في أسواق استراتيجية ذات أولوية.	A 3.1.2
لبيم تحديده بناء على نموذج العمل			وثيقة نماذج الاعمال ذات الجدوى. توفر قائمة بالأسواق المستهدفة وذات الأولوية.	الربع الرابع/2023	تطوير نموذج الأعمال لمبادرة عنقودية لإنشاء مركز لصادرات التجارة الإلكترونية الأردنية في أحد الأسواق الاستراتيجية ذات الأولوية.		
			توفر مركز لوجستي للتجارة الإلكترونية في السوق المستهدف، تقارير الشركات المشاركة بما يعكس انخفاض تكاليف المعاملات ومبيعات أفضل.	الربع الأول/2024	إنشاء مركز لوجستي في أحد الأسواق ذات الأولوية		

4. إدارة التنفيذ وتجهيز الموارد

إن بناء إطار مؤسسي متين للتجارة الإلكترونية يعد أمراً أساسياً لضمان التنسيق والتنفيذ الفاعلين للإستراتيجية وخطة العمل الخاصة بالتجارة الإلكترونية. وعليه سيكون تأسيس فريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية (ENTF) من الأهمية في ضمان تنسيق وتنفيذ ومتابعة ورصد خطة العمل واستدامة صياغة الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية. بالإضافة الى ذلك فإن وجود نظام هيكلي وحوكمة متين بشأن التجارة الإلكترونية سيسهم بشكل كبير في استدامة عملية تطوير وتنفيذ السياسات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وجدول أعمالها على المدى الطويل. وبناءً عليه يشكل فريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية ويكلف بعقد اجتماعات دورية من أجل مناقشة وتنسيق إجراءات السياسة العامة على أساس سنوي واستناداً إلى الأولويات المتجددة للحكومة في مجال التجارة الإلكترونية بالإضافة الى متابعة مؤشرات الأداء الرئيسية المدرجة في خطة العمل لضمان التنفيذ الفعال للإجراءات والتحديات والتغيرات حيثما دعت الحاجة إلى ذلك وبالتالي المساعدة على استدامة العملية الشاملة وضمان التنفيذ الفعال للإستراتيجية.

يتشكل فريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية من ثلاثة مستويات:

1- اللجنة العليا

تقوم اللجنة العليا، والتي تضم اعضاء من المستويات الإدارية العليا وأصحاب القرار في مؤسساتهم، بتقديم التوجيه الاستراتيجي والسياسي بشأن الإصلاحات الهيكلية وتقدم توصيات وتقدم برامج تهدف إلى تحقيق أهداف الإستراتيجية بالإضافة الى موائمة الأهداف والإجراءات الاستراتيجية من أجل الاستفادة من الفرص الجديدة للتجارة الإلكترونية والتي تتطور بشكل متسارع سواء على الصعيد الاستراتيجي او السياسي.

2- اللجنة الفنية

وهي اللجنة الفنية او لجنة العمليات والتابعة لفريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية بما في ذلك الخبراء الفنيون والممثلون من مختلف الوزارات التنفيذية وهيئات القطاع العام والخاص والمكلفون بجمع البيانات ومتابعة وتقييم مستوى الإنجاز لخطة العمل وفقاً لمؤشرات الأداء وكذلك الإشراف على تنفيذ الإجراءات والتوصيات المعتمدة ومتابعتها.

3- وحدة التجارة الإلكترونية

يتم إنشاء وحدة معنية بالتجارة الإلكترونية في وزارة الصناعة والتجارة والتموين لتشكيل السكرتاريا لفريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية وذلك لضمان التنسيق الفعال مع جميع مؤسسات القطاعين العام والخاص ومنظمات المجتمع المدني.

تم صياغة التفاصيل المتعلقة بالإطار المرجعي لفريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية من قبل وزارة الصناعة والتجارة والتموين كما هو موضح في الملحق (4).

ستكون وزارة الصناعة والتجارة والتموين مسؤولة عن الاتصال والتنسيق مع الشركاء المعنيين لضمان الدعم الفعال لتطبيق الإستراتيجية وخطة العمل وسيتم متابعة تنفيذ خطة العمل الخاصة بالإستراتيجية من خلال مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لخطة العمل والتي تم تعريفها وتحديدها على مستوى المخرجات ومستوى النتائج. هذا وستقوم سكرتاريا فريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية بمتابعة النتائج المتحققة من تنفيذ خطة العمل وجمع المعلومات ذات الصلة من المؤسسات المسؤولة عن تنفيذ النشاطات ذات الأولوية بخطة العمل. بالإضافة الى ذلك، سيكلف أعضاء اللجنة الفنية التابعة لفريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية بتقديم معلومات إضافية لتقييم التقدم المنجز في مجالات تدخلاتهم وسيكون أعضاء اللجنة العليا مسؤولون عن توفير التوجيه العام في مجال السياسات واستعراض الإجراءات ذات الأولوية العالية كل ثلاث سنوات وفقاً إلى الاحتياجات المتغيرة للنظام البيئي للتجارة الإلكترونية في

الأردن. كذلك الحث على التنسيق والمتابعة المستمرين بين جميع الأطراف الفاعلة والمعنية من أجل الحفاظ على الزخم الذي تولد خلال تصميم الإستراتيجية وخطة العمل.

ومن المرجح أن تكون المنح والمساعدات الخاصة بالتنمية بمثابة آلية الدعم الرئيسية لضمان تنفيذ الإستراتيجية وخطة العمل، لذا ستكون خطة رصد وجمع الموارد مهمة جدا من أجل تحديد أوجه التآزر وتحسين تدخلات الشركاء. وهنا فإن وزارة الصناعة والتجارة والتموين ستكون الجهة المسؤولة عن التواصل مع كافة الشركاء من اجل ضمان رصد الدعم.

ستكون خطة رصد وجمع الموارد مهمة جدا من أجل تحديد أوجه التآزر وتحسين تدخلات الشركاء الفاعل لتنفيذ الإستراتيجية وخطة العمل. بالإضافة الى ذلك ستوفر الإستراتيجية وخطة العمل خارطة طريق واضحة لشركاء التنمية للمساهمة بفعالية في تحقيق أهداف تنمية التجارة الإلكترونية الوطنية في الأردن وسيكون التنسيق القوي بين المانحين وشركاء التنمية ضرورياً أيضاً لزيادة فعالية وكفاءة برامج تطوير المساعدات الخاصة بهم. كذلك فإن التزام الحكومة بوضع التمويل الأولي لتنفيذ الإستراتيجية وخطة العمل سيعزز التزام وثقة الجهات المانحة وشركاء التنمية. كذلك يوصى بأن تشرف وزارة الصناعة والتجارة والتموين على تصميم وإنشاء آلية تنسيق للمنح والمساعدات المحلية بين الأطراف الفاعلة وشركاء التنمية المعنيين في قطاع التجارة الإلكترونية لضمان الترابط والتنسيق في برامج التدخلات.

الملحق (1)

المختصرات

ABJ	Association of Banks in Jordan	(جمعية البنوك في الأردن)
ADC	Aqaba Development Corporation	(شركة تطوير العقبة)
AI	Artificial intelligence	(الذكاء الاصطناعي)
ASYCUDA	Automate System for Customs Data	(النظام الآلي للبيانات الجمركية)
B2B	Business-to-business	(ما بين الأعمال)
B2C	Business-to-consumer	(من الأعمال إلى المستهلك)
BDC	Business development Center	(مركز تطوير الأعمال)
BMZ	German Federal Ministry for Economic Cooperation and Development	(الوزارة الاتحادية الألمانية للتعاون الاقتصادي والتنمية)
BPWA	Business and Professional Women Association-Amman	(جمعية نادي صاحبات الأعمال والمهن، عمان)
CBJ	Central Bank of Jordan	(البنك المركزي الأردني)
CCD	Companies Control Department	(دائرة مراقبة الشركات)
Dos	Department of Statistics	(دائرة الإحصاء العامة)
DP	development partner	(شركاء التنمية)
EIF	Enhanced Integrated Framework	(الإطار المتكامل المعزز)
ENTF	E-commerce National Task Force	(فريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية)
ESCWA	United Nations Economico and Social Commission for Western Asia	(الجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا)
FSP	Financial service providers	(مقدمو الخدمات المالية)
GIZ	Deutsche Gesellschaft furs Internationale Zusammenarbeit	(الوكالة الألمانية للتعاون الدولي)
ICT	Information and Communications Technologies	(تكنولوجيا المعلومات والاتصالات)
Int	Information and Communications Technologie Association of Jordan	(جمعية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأردنية)
ISSF	Innovative Startups and SMEs Fund	(صندوق الشركات الابتكارية الناشئة والصغيرة والمتوسطة)
ITC	International Trade Center	(مركز التجارة الدولية)
ITU	International Telecommunication Union	(الاتحاد الدولي للاتصالات)
JCC	Jordan Chamber of Commerce	(غرفة تجارة الأردن)
JCI	Jordan Chamber of Industry	(غرفة صناعة الأردن)
JE	Jordan Export	(بيت التصدير)
JEA	Jordan Export Association	(جمعية المصدرين الأردنيين)JEDCO
	Jordan Enterprise Development Corporation	(المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية)
JEIA	Jordan Entrepreneurship & Innovation Association	

(الأردن)		
JEGP	Jordan Economic Growth Plan	(خطة الأردن للنمو الاقتصادي)
Moi	Ministry of Investment	(وزارة الاستثمار)
JLA	Jordanian Logistics Association	(ال نقابة اللوجستية الأردنية)
JP	Jordan Post	(البريد الأردني)
MFIs	Microfinance institutions	(مؤسسات التمويل المتناهي الصغر)
MITS	Ministry of Industry, Trade and Supply	(وزارة الصناعة والتجارة والتموين)
Mode	Ministry of Digital Economy and Entrepreneurship	(وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة)
MoF	Ministry of Finance	(وزارة المالية)
Mole	Ministry of Labor	(وزارة العمل)
Mops	Ministry of Planning & International Cooperation	وزارة التخطيط والتعاون الدولي
Mott	Ministry of Transport	(وزارة النقل)
MSMEs	Micro, small, and medium-sized enterprises	(الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة)
NCSC	National Cybersecurity Council	(المجلس الوطني للأمن السيبراني)
NCTTF	National Committee for Trade and Transport Facilitation	(اللجنة الوطنية لتسهيل التجارة والنقل)
RIA	Regulatory impact assessment	(تقييم الأثر القانوني)
TRC	Telecommunications Regulatory Commission	(هيئة تنظيم قطاع الاتصالات)
TSIs	Trade support institutions	(مؤسسات دعم التجارة)
TVET	Technical and Vocational Education and Training	(التعليم والتدريب المهني والتقني)
TVSDC	Technical and Vocational Skills Development Commission	(هيئة تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية)
UNCITRAL	United Nations Commission on International Trade Law	(لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي - أونسيترال)
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development	(مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية - أونكتاد)
UOP	University of Petra	(جامعة البترا)
UPU	Universal Postal Union	(الاتحاد البريدي العالمي)
USD	United States dollar	(الدولار الأمريكي)
WB	The World Bank	(البنك الدولي)

الملحق (2)

تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية في الأردن: النتائج والتوصيات الرئيسية

التوصيات الرئيسية	النتائج الرئيسية
تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية وصياغة الإستراتيجيات	
<p>وضع خطة عمل تكون بمثابة أداة عملية وتشغيلية لتخطيط وتنفيذ الإجراءات ذات الأولوية على النحو المحدد في مصفوفة الإجراءات لتقييم الجاهزية هذا وضمان مشاركة عالية من القطاعين العام والخاص والأوساط الأكاديمية ومنظمات المجتمع المدني. إنشاء آلية تنسيق متينة، ومسؤولة، وفعالة (من ضمنها لجنة توجيهية للتجارة الإلكترونية، ووحدة متخصصة تعمل كأمين سرّ تُنشأ ضمن وزارة الصناعة والتجارة والتموين)، مبنية على فريق العمل الوطني الحالي للتجارة الإلكترونية، بغية الإشراف على تطوير القطاع والتأكد من أن النظر في وقع المخاطر والفرص على التنمية المستدامة يتمّ باكراً أثناء عملية تنمية التجارة الإلكترونية.</p> <p>تسريع رقمنة الخدمات الحكومية، مع تحديد أطر زمنية لها وميزانية، وتعزيز الابتكار في القطاع العام.</p> <p>تحديد الأسواق والمنتجات ذات الأولوية والقدرة على التصدير في التجارة الإلكترونية، واعتماد فكرة التخصص الذكي في القطاعات الرائدة والواعدة بإمكانات تصدير عالية ضمن التجارة الإلكترونية، واستثمار الإمكانيات غير المستغلة لاتفاقيات التجارة الحرة الموقعة. تطوير قدرات وطنية في مجال جمع ونشر المعلومات البيانات الموثوقة حول التجارة الإلكترونية.</p>	<p>مع أن مؤسسات دعم التجارة في القطاعين العام والخاص واثقة من أن أهمية التجارة الإلكترونية وقيمتها أخذت في الازدياد، لا تزال طاقاتها الكاملة غير مستغلة. ثمة اهتمام كبير توليه وزارة الصناعة والتجارة والتموين لمواصلة تنمية أجندة التجارة الإلكترونية. وفي حين أن استراتيجية وطنية للتجارة الإلكترونية قد تمّ إعدادها عام 2008، فإنها لم تتقدّم بالكامل. أما اليوم فالأردن في وضع أفضل للاستفادة من التجارة الإلكترونية. إن "خطة النمو الاقتصادي الأردني 2018-2022"، ومعها "السياسة العامة لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وقطاع البريد 2018"، تدعو إلى وضع خارطة طريق استراتيجية لتعزيز التجارة الإلكترونية بهدف تقوية بيئة الأعمال الحاضنة للتجارة الإلكترونية واستخدام هذه التجارة كأداة فعالة لزيادة حجم الصادرات. لكنّ التقييم أظهر أن التنسيق في شأن التجارة الإلكترونية بين القطاعين العام والخاص والوسط الأكاديمي ما زال محدوداً. ثمة تقدّم في تطوير الخدمات الحكومية الإلكترونية، لكنّه تقدّم بطيء، فيما المشاركة الإلكترونية أقلّ من المتوسط الإقليمي. كما أن جودة مصادر البيانات المفتوحة لا تلبي حاجات المستخدمين.</p> <p>الاتفاقيات العديدة للتجارة الحرة (FTAs) التي وقّعها الأردن وفرت له وسيلة لتنمية اقتصاده على الصعيد المحلي كما لزيادة تكامله مع الاقتصاد العالمي. رغم ذلك، لم تستغلّ الإمكانيات الكاملة لهذه الاتفاقيات، بعد، على النحو الأمثل.</p>
البنية التحتية وخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	
<p>إجراء دراسة تحليلية مفصلة لتحديد الأسباب الرئيسية لارتفاع تكلفة استخدام الإنترنت والتحديات المترافقة. جذب استثمارات لنشر النطاق العريض.</p> <p>سدّ الفجوة بين المدن والريف من خلال توفير تغطية إنترنت عالية الجودة في المناطق الريفية أيضاً.</p> <p>متابعة العمل من أجل الحصول على خدمة 5G في الإنترنت بحلول عام 2023 من خلال تطوير خطة عمل واضحة لهذا الأمر مع تقييم الوقت والميزانية اللازمين.</p> <p>الانتهاء من مراجعة "السياسة الحكومية العامة للخدمة الشاملة في قطاع الاتصالات" لتوفير جودة وقدرة ولوج أعلى إلى خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.</p> <p>موائمة البيانات مع المعايير الدولية وإبلاغها للهيئات الدولية ذات الصلة، فتعكس البيانات المحدثّة حال بيئة الأعمال في الأردن، وهو أمر مهمّ بشكل خاصّ للمستثمرين الباحثين عن فرص استثمار في المنطقة.</p> <p>تطوير سياسات وبرامج لتعزيز الاستثمار في تكنولوجيات البيانات الكبرى، والخوسبة السحابية، والذكاء الاصطناعي، وإنترنت الأشياء، والبلوكتشين "سلسلة الكتل" (blockchain).</p>	<p>يستفيد قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أعلى مستويات الدعم السياسي في البلاد بصفته محرّكاً للنمو. هناك أكثر من 600 شركة نشطة تستخدم بشكل مباشر حوالي 16000 موظف وتوفّر 84000 فرصة عمل في الاقتصاد الأوسع.⁹ المساهمان الرئيسيان في الدخل المتأتي من هذا القطاع وقطاع الخدمات الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات (ITES) هما الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.</p> <p>في قطاع تكنولوجيا المعلومات، يحقّق نشاط تطوير البرمجيات أعلى الإيرادات بالإضافة إلى أعلى مساهمة في صادرات القطاع. هناك العديد من مقدّمي الخدمات في هذا القطاع. شبكة 3G و 4G متوفرة، وستتوفّر شبكة 5G عام 2023. تتحسنّ مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، باستثناء اشتراكات الهاتف المحمول. ثمة انخفاض ملحوظ في هذه الاشتراكات، تقابلها زيادة كبيرة في نسبة مستخدمي الإنترنت. وفيما ازدادت اشتراكات النطاق العريض الثابت واشتراكات الهاتف الثابت، بقيت أقلّ من متوسط الدول العربية. تشير التقديرات إلى أنه سيتمّ توصيل جميع المدن بكابلات الألياف في السنين الثلاث أو الأربع القادمة، ومع ذلك ما زالت الفجوة كبيرة بين الخدمات المقدّمة في المدن الكبرى ومثيلاتها في المناطق الريفية، وما زال مستخدمو الإنترنت يواجهون مشاكل لولوج الإنترنت (على صعيدي جودة الاتصال وعرض النطاق الترددي).</p> <p>ربّما قلّلت الإحصائيات الدولية من شأن بيانات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأردن بسبب غياب تنسيق المعايير وبطء الإبلاغ عن التطورات الجديدة.</p> <p>حاليّاً تخضع "السياسة الحكومية العامة للخدمة الشاملة في قطاع الاتصالات" للمراجعة بهدف ضمان اشتمالية الخدمات وجودتها. وتأتي</p>

⁹ راجع:

	<p>تكلفة استخدام الإنترنت على رأس قائمة العقبات الأكثر إلحاحًا وفقًا لأصحاب العلاقة من القطاعين العام والخاص، تليها الاستثمارات الهادفة إلى بسط النطاق العريض، وتوفير تغطية الإنترنت للمناطق الريفية.</p>
لوجستيات التجارة وتسهيل التجارة	
<p>تحسين القدرة التنافسية لقطاع الخدمة اللوجستية لدى الشركات المحلية والأجنبية بغية تزويد البائعين عبر الإنترنت بحلول تسليم ناجحة وفعالة ومجدية، ومن ضمنها حلول مبنية على التكنولوجيا. تحليل العوامل المؤدية إلى ارتفاع تكاليف التسليم الوطنية والدولية، وتحديد التدابير والسياسات اللازمة لخفضها. تعزيز الشراكات والمبادرات العنقودية لدعم خدمة تسليم الميل الأخير.</p> <p>تعزيز تجميع البيانات، ودرجة دقتها، ومنظوريتها، فيما يخص طرود التجارة الإلكترونية. تحسين أداء الخدمات البريدية وتحويلها الرقمي، ودراسة جدوى نماذج العمل في شركة "البريد الأردني".</p> <p>تحسين التجارة العابرة للحدود اللوجستية. تحسين تدابير تسهيل التجارة للنساء، والشركات الصغيرة والمتوسطة، والزراعة. الحرص، عند تحديث الصيغة الأخيرة من برنامج ASYCUDAWorld، على بسط المعالجة التلقائية وتحليل المخاطر لشحنات التجارة الإلكترونية، ورموز المصدر ASYCUDA، والتصميم الموجّه للأشياء المتداولة. استكمال نظام العنونة.</p>	<p>نظرًا إلى موقع الأردن الاستراتيجي، يعتبر النقل أحد القطاعات الحيوية في الاقتصاد الأردني.</p> <p>احتل الأردن المرتبة 84 في إصدار 2018 لمؤشر الأداء اللوجستي (LPI) الذي يصدره البنك الدولي، أي بأداء ومرتبة أقل مما كان عليه عام 2010، ودون معدل منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.</p> <p>فيما يتعلّق بالنظام البريدي، طرأ تحسن كبير في مؤشر الأردن المتكامل للتنمية البريدية (ZIP2). لدى شركة "البريد الأردني" خطة عمل مدتها ثلاث سنوات لتطوير قدراتها على دعم التجارة الإلكترونية، وهي تخطط للتحوّل إلى مكتب لخدمات البريد-إلكترونيًا بحلول أوائل العام 2022. رغم كل ذلك، تبقى طاقة مقدّمي خدمات التسليم المحليين غير كافية. فغالبًا ما يتجاوز الوقت اللازم لتسليم الطرود في الميل الأخير وقت التسليم الدولي.</p> <p>تشكّل تكاليف التسليم الباهظة عقبات رئيسية أمام التجارة الإلكترونية. يطالب المستهلكون بتكلفة منخفضة وبسرعة في التسليم. لا تتوفر بيانات دقيقة عن طرود التجارة الإلكترونية.</p> <p>الإجراءات الجمركية فعالة، لكن ما زال ثمة مجال لتحسين معاملات التجارة الإلكترونية عبر الحدود. في العام 2021، قرّرت الجمارك الأردنية تحديث النسخة الحالية التي تمتلكها من برنامج "النظام الآلي للإجراءات الجمركية" ASYCUDA، وهي أصلًا نسخة معدّلة ومخصّصة للغاية، إلى النسخة الأحدث لهذا البرنامج، ASYCUDAWorld.</p> <p>لم ينفذ نظام العنونة إلا جزئيًا، وهذا ما يشكل تحدّيًا كبيرًا. بدأت المشاورات لإنشاء "مدينة تجارة إلكترونية" في العقبة.</p>
حلول الدفع	
<p>تطوير وتنفيذ إستراتيجية توعية وطنية، مع التركيز على المحافظات والمناطق الريفية خارج عمان، لزيادة عدد المحافظ الإلكترونية النشطة من خلال تعزيز الوعي والدراية حول استخدام المحافظ الإلكترونية وفائدتها للمستهلكين والشركات.</p> <p>تسهيل إجراءات التسجيل عبر تطبيقات سداد إلكتروني سهلة الاستخدام، وتقديم الدعم الفني أثناء التسجيل. إنشاء مبادرات لتعزيز وتسهيل المدفوعات الإلكترونية ما بين الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة التي تعمل من المنازل، وما بين النساء والشبان. تقديم حوافز مالية لرواد الأعمال والمشتريين الذين يعتمدون الدفع الإلكتروني، وتخفيض التكاليف التشغيلية لتنفيذ معاملات الدفع، وتطوير سياسات لردّ المدفوعات.</p> <p>وضع معايير وإجراءات موحّدة في عملية المصادقة على شركات التجارة الإلكترونية التي تتداول المدفوعات عبر الهاتف المحمول. تقييم إمكانيات تكنولوجيا سلسلة الكتل (blockchain) على تحسين المدفوعات الرقمية.</p>	<p>شهد القطاع المالي في الأردن تطورًا ملحوظًا خلال السنين الأخيرة. ثمة قوانين ولوائح رئيسية تدعم تطور القطاع المالي الأردني والمدفوعات الإلكترونية. منذ عام 2019، قام الأردن بإصلاحات بنوية مهمة، فاعتمد تنظيمات جديدة لضبط جوانب عدّة من العمليات المالية.</p> <p>خلال جائحة كورونا COVID-19 اتخذ البنك المركزي الأردني تدابير أدت إلى زيادة كبيرة في المعاملات الإلكترونية. كما أنّ عدد المحافظ الإلكترونية والبطاقات المدفوعة مسبقًا هو في تزايد مستمر. ومع ذلك فإنّ العديد من الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة لا يقدّم للزبائن خدمة الدفع عبر الإنترنت (المدفوعات الإلكترونية). والواقع أنّ العديد من الزبائن ما زال يفضل الدفع نقدًا.</p> <p>لقد سرّعت سياسات الحجر لمكافحة الكورونا COVID-19 عملية الاعتماد على المدفوعات الإلكترونية. ولم ينعكس الاتجاه مع رفع تدابير الحجر في الأردن، الأمر الذي يدلّ على ما تحمله هذه العملية من إمكانيات في المدى الطويل. لقد شهدت معاملات التجارة الإلكترونية ازديادًا مستمرًا في استخدام بطاقات الدفع طوال العام 2020، إلا أنّ معظم أجهزة الصراف الآلي، ونقاط البيع، وفروع البنوك التجارية، ووكلاء خدمات الدفع، تتموضع في عمان.</p> <p>إنّ توفير الحوافز لرواد الأعمال والمشتريين على حدٍ سواء، وخفض الكلفة التشغيلية، وتوحيد المعايير والإجراءات، في السوق المحلي، لعملية المصادقة على المدفوعات عبر الهاتف المحمول هي عوامل حاسمة لتعزيز المدفوعات الإلكترونية.</p> <p>هناك إمكانيّة لاستخدام تكنولوجيا سلسلة الكتل (blockchain) من أجل تحسين المدفوعات الرقمية وتطوير التجارة الإلكترونية، خصوصًا ما بين الأعمال.</p>

الأطر القانونية والتنظيمية

إرساء قوانين ولوائح تستند إلى أهداف وطنية محدّدة وإجراء "تقييم أثر قانوني" (RIA)، الأمر الذي يؤدي إلى رؤية موحّدة لتنظيم التجارة الإلكترونية.

مراجعة وتحديث القوانين الحالية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية بناءً على الممارسات والنماذج الإقليمية والدولية الفضلى من خلال حوار بين القطاعين العام والخاص. يشمل هذا الأمر مراجعة قانون المعاملات الإلكترونية الحالي بما يتماشى مع الممارسات الدولية الفضلى.

مراجعة وإنجاز "مشروع قانون الجودة وحماية المستهلك"، بما في ذلك الأحكام المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، بغية زيادة الحماية والثقة بين المستهلكين. الحرص على الانتهاء من "مشروع قانون خصوصية/حماية البيانات" ومراجعة "قانون الجرائم السيبرانية".

تزويد القطاع العام بالمهارات اللازمة لتطوير بيئة مؤاتية للتجارة الإلكترونية، بما في ذلك القضاة وصانعي السياسات.

تعميق الوعي لدى الشركات والمستهلكين حول القوانين القائمة.

الحرص على إقرار قوانين محايدة تكنولوجياً تخدم الشركات الصغيرة والمتوسطة. ضمان الشفافية ووجود قواعد ولوائح واضحة حول كيفية إطلاق عمل شركات التجارة الإلكترونية، وتخفيض الوقت والكلفة والعوائق أمام بروز شركات جديدة.

دراسة الحاجة إلى قانون مكرّس للتجارة الإلكترونية في ظل العمل الحالي على اعداد نظام للبيع الإلكتروني، إلى جانب قانون خاص يتناول الشركات الناشئة بهدف الى تعزيز الابتكار وتطوير وتوسيع قطاع التجارة الإلكترونية. مراجعة شروط دخول المهنيين والخبراء الأجانب إلى البلاد لضمان استفادة رواد الأعمال من الخبرات الدولية.

القوانين الحالية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية هي قيد المراجعة أو في طور الإصدار. الإطار القانوني والتنظيمي الحالي غير ملائم لتطوير التجارة الإلكترونية، وغير كاف لحماية المستهلكين والبائعين عبر الإنترنت.

معظم الشركات ليست على دراية بالقوانين واللوائح الحالية. التعديلات المستمرة على ضرائب التجارة الإلكترونية، أو رسوم الخدمة الجمركية المفروضة، توقع المستثمرين في حالة من عدم اليقين. التكاليف التي تفرضها الحكومة لإدارة وتحصيل الرسوم الجمركية على طرود التجارة الإلكترونية تتجاوز الإيرادات المحصلة. "قانون المعاملات الإلكترونية"، الذي يتيح التوقيع الإلكتروني، هو في طور المراجعة كي تؤخذ في الاعتبار الممارسات الإقليمية والدولية الفضلى.

يقوم البرلمان حالياً بمراجعة "مشروع قانون الجودة وحماية المستهلك" (الذي يتضمن "قانون حماية المستهلك" ويحلّ محلّه)، لكنّه لم يتطرّق إلى التجارة الإلكترونية في هذا الإطار.

ما من قانون حتى الآن حول حماية خصوصية البيانات، وثمة قانون مقترح في هذا الشأن ويخضع للمراجعة. لا يتطرّق قانون الجرائم السيبرانية لقضية التجارة الإلكترونية.

بشكل عام، لا يتم إجراء أي تقييم للأثر القانوني عند تطوير القوانين أو مراجعتها. في حالة التجارة الإلكترونية هناك نقص في رسم سياسة قائمة على المعرفة (بسبب نقص البيانات الموثوقة أيضاً).

يوصى، وبشدة، باعتماد صناديق الحماية التنظيمية والحياد التكنولوجي لدى تطوير القوانين. ثمة بيانات متناقضة حول الشركات الناشئة التي تتعاطى التجارة الإلكترونية، ولكن هناك صعوبات في عملية تسجيل شركة تجارة إلكترونية.

فوق ذلك، وخلال المشاورات، سلّطت شركات التجارة الإلكترونية الضوء على محدودية الوصول إلى الخبرات الأجنبية، المقيدة بأذونات خاصة مرهونة بالحاجة الاقتصادية.

تنمية المهارات في التجارة الإلكترونية

رفع مستوى الوعي لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة حول مشاريع تنمية المهارات الحالية ذات الصلة بالتجارة الإلكترونية، ومساعدتها على المشاركة فيها.

الترويج لمشاركة الشركات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الإلكترونية من خلال الأسواق الإلكترونية التابعة لطرف ثالث.

الاستثمار في إنشاء سوق إلكتروني وطني يكون بمثابة حاضنة لأنشطة الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة المحلية على صعيد التجارة الإلكترونية. تنفيذ برامج توعية وبرامج بناء قدرات لزيادة المهارات في تطوير نماذج أعمال تؤدي إلى تجارة إلكترونية مربحة.

تصميم وتنفيذ تدريب ريادي، وتطوير نموذج أعمال ذي صلة، وتوفير الخبرة اللازمة للشركة الناشئة، في مراحل الإنشاء الأولى، على يد الحاضنات، والمسرات، ومؤسسات دعم التجارة، وشركاء التنمية. توفير انسياب حر للخبرات ذات المستوى العالمي، وتطوير برامج تدريب عملية كخطوة أولية لبناء قدرات رواد الأعمال قبل إنشاء أعمالهم التجارية الخاصة.

بناء مجموعة عمل لتنسيق الدعم المحلي بين شركاء التنمية وأصحاب العلاقة المحليين في قطاع التجارة الإلكترونية.

وضع برامج لتقديم المساعدة إلى الشركات الصغيرة والمتوسطة، العاملة في قطاعات صناعية ذات أولوية لدعم رسوم الشحن عند التصدير. دمج التجارة الإلكترونية في إستراتيجيات التصدير وإستراتيجيات تطوير السوق المحلي (أخذ المقاربات العنقودية بعين الاعتبار).

توفير مستوى عالٍ من التنسيق والتكامل بين DigiSkills والجامعات والحاضنات وبرامج التنمية.

يمتاز الأردن، بشكل عام، بمجتمع شاب وبارع في التكنولوجيا، وتحتضن البلاد العديد من شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الإقليمية والدولية، التي تبحث عن عمالة ماهرة في السوق.

شكّل الأردن، إقليمياً، مثلاً يحتذى في تحديث نظامه التعليمي وتطويره، لكنّ خزيجي الجامعات ما زالوا يفتقرون إلى المهارات والمواهب التي يتنهداها القطاع الخاص، والاقتصاد الرقمي، والتجارة الإلكترونية. هناك طلب مرتفع ومتزايد على برامج تدريبية مختصة بالتجارة الإلكترونية.

وتطلق الجامعات الأردنية، اليوم، برامج تدريب جديدة في التجارة الإلكترونية وأخرى قائمة على التكنولوجيا، بما في ذلك الأمن السيبراني، والذكاء الاصطناعي، وإنترنت الأشياء، وتطوير التطبيقات، والتكنولوجيا المالية، والتسويق الرقمي.

ثمة مبادرات وبرامج عدة ينفذها أصحاب العلاقة المحليون من القطاعين العام والخاص، وشركاء التنمية الدوليين، لبناء قدرات كلّ من الخريجين والشركات الصغيرة والمتوسطة. مع ذلك، جاءت النتائج دون المستوى الأمثل بسبب غياب التنسيق والتكامل العالي بين مختلف الأطراف في النظام.

عموماً، كان تبني الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة لخيار التجارة الإلكترونية بطيئاً، ولا يزال نظامها البيئي في بداياته. مرّد ذلك، جزئياً، إلى عدم فهم الفوائد التي يمكن جنيها من التجارة الإلكترونية، فضلاً عن النقص في التنسيق. هناك حاجة إلى قدرات تقنية أعلى في جميع مجالات التجارة الإلكترونية، من مؤسسات دعم التجارة إلى الحاضنات مروراً بالمسرات. أضف إلى ذلك أنّ القطاع العام الأردني يمتلك المهارة والمعرفة اللازمتين لتمكين التجارة الإلكترونية، إذ تقوم وزارات رئيسية بتنفيذ مشاريع إستراتيجية. لكنّ ثمة عدد محدود، لا غير، من موظفي القطاع العام لديهم المهارة

<p>تعزيز دور "هيئة تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية" لتطوير القدرات في التجارة الإلكترونية، وضّم الوزارات ذات الصلة (كوزارة الصناعة والتجارة والتموين، ووزارة الاقتصاد الرقمي والريادة) إلى مجلسها.</p>	<p>والمعرفة اللازمين لتطوير بيئة مكمّنة لتطوير التجارة الإلكترونية. كما أنّ كلّاً من وزارة الصناعة والتجارة والتموين، ووزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، غير ممثّل في "هيئة تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية".</p> <p>يمكن أن يصبح مشروع "الشباب والتكنولوجيا والوظائف" (YTJ) ركناً أساسياً في تطوير التجارة الإلكترونية. الشركاء الإستراتيجيون، مثل وزارة الصناعة والتجارة والتموين، والمؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية (JEDCO)، وجمعية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأردنية (Int@j)، ليسوا جزءاً من لجنة توجيه مشروع YTJ. هناك حاجة إلى خلق التوعية لدى أفراد القطاع العام، ولا سيّما لدى صانعي السياسات والمشّرعين والقضاة والمحامين.</p>
<p>الحصول على التمويل</p>	
<p>توفير سلّة حوافز جذّابة لرؤاد الأعمال، من ضمنها إعفاءات ضريبية، ورسوم تسجيل منخفضة، ومتطلبات ميسّرة، وإمكانية الحصول على منح، ومعدّلات فائدة منخفضة.</p> <p>تحسين التنسيق بين المشاريع التنموية، ومؤسسات دعم التجارة، والحاضنات، بصفتها مصادر تمويل ودعم فنيّ للشركات الناشئة. إنشاء مسرّع خاصّ للشركات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية. تخفيض معدّل الفائدة بشكل أكبر، خصوصاً للشباب والنساء. تطوير برامج تقديم الدعم للشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة بغية حصولها على قروض بمعدّلات صفرية الفائدة عبر دعم البنك المركزي الأردنيّ أو شركاء التنمية.</p> <p>إنشاء منصّة وطنية شاملة للتوعية عبر الإنترنت تشكّل نافذة واحدة للتوعية على التجارة الإلكترونية.</p> <p>وضع السياسات اللازمة للتحفيز على تأسيس صناديق رأسمال استثماري وشركات لتوفير تمويل قائم على أساس الأسهم بهدف تمكين رؤاد الأعمال من إطلاق شركات ناشئة في مجال التجارة الإلكترونية.</p>	<p>أدخل البنك المركزي الأردنيّ إصلاحات وسياسات من أجل تحسين الحصول على الائتمان والخدمات المالية. ثمة مبادرات عدّة لتطوير النظام البيئيّ للشركات الناشئة، لكنّها في حاجة إلى التنسيق المتبادل على نحو أفضل.</p> <p>معدّلات الفائدة التي تستوفها البنوك المرخّصة مرتفعة بالمقارنة مع سعر الفائدة الذي يعتمده البنك المركزيّ الأردنيّ. كما أنّ ما تشترطه البنوك من ضمانات يصعب على رواد الأعمال الحصول على التمويل (تعدّ نسبة توقّف الأعمال التجارية في الأردن من الأعلى في العالم). إنّ عدم وجود ما يناسب السوق من رأسمال استثماري، وانخفاض إمكانية الحصول على التمويل، والنقص في التوعية حول كيفية الحصول على فرص تمويل، هي تحدّيات رئيسية أمام ازدهار أعمال التجارة الإلكترونية. كما أنّ محدودية القدرة والمعرفة لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة في تقدير احتياجاتها التمويلية، ووضع خطط أعمال أو مقترحات قابلة للتمويل، غالباً ما تُثبّط عزيمة رؤاد الأعمال بسبب فرص النجاح المنخفضة. صحيح أنّ ثمة تدابير تزيد من الاشتغال الماليّ (مثلاً عن طريق "الحساب البنكيّ الأساسي")، لكن ما زال هناك مجالاً للتحسين.</p> <p>إنّ محدودية التمويل وتجنيب الأموال، واللوائح والأنظمة الضريبية، وتفسير القوانين، والصعوبات في التسجيل، ومحدودية الوصول إلى الخبرات الأجنبية، كلّها كانت من الأسباب الرئيسية التي دفعت بالعديد من رؤاد الأعمال الأردنيين إلى أن يؤسّسوا أعمالهم في الخارج.</p> <p>ينبغي تعزيز قدرات "مؤسسات التمويل الأصغر" لتتمكّن من توفير منتجات تمويلية مبنكرة تلبي حاجات المقترضين، ولا سيّما النساء والشباب والفئات الهشة الأخرى. ثمة حاجة إلى قدرة تقنية أعلى داخل الحاضنات والمسرّعات لدعم نموّ الشركات الناشئة وللتوسّع خارج العاصمة عمّان.</p>

الملحق (3)

مؤشرات المخرجات ذات الصلة بالإجراءات ذات الأولوية 2023

وسائل التحقق	الأهداف 2023	مؤشرات الأداء الرئيسية	السياسات ذات الأولوية	الأهداف الاستراتيجية
تقارير وزارة الصناعة والتجارة والتموين، نسخة من التشريعات المعتمدة	2	عدد التشريعات التي تم تحديثها وإصدارها	لوائح وقوانين قادرة على خلق بيئة أعمال منافسة	الهدف الاستراتيجي (1): خلق بيئة ممكنة للتجارة الإلكترونية جاذبة للاستثمار، وقادرة على خلق فرص مدرة للدخل للمواطنين ولممارسة الأعمال في الأردن.
تقارير وزارة الصناعة والتجارة والتموين، نسخة من الإجراءات المعتمد من وزير الصناعة والتجارة والتموين	1	عدد الإجراءات التي تم تحديثها والخدمات الإلكترونية المقدم		
تقرير دائرة الإحصاءات العامة عن التقدم المحرز في جمع البيانات بناءً على قائمة مؤشرات التجارة الإلكترونية التي تم تحديدها، وثيقة بطاقة التعريف لكل مؤشر.	70%	نسبة البيانات التي تم جمعها وتحديثها من إجمالي قائمة البيانات التي تم تحديدها كمؤشرات للتجارة الإلكترونية	الإحصاءات الوطنية وصياغة السياسات المبنية على المعرفة	
عداد الزوار الخاص بالمنصة الوطنية	ليتم تحديده	نسبة الزيادة في عدد الزوار على المنصة الوطنية للمعلومات الخاصة بالتجارة الإلكترونية		
وسائل التحقق	الأهداف 2023	مؤشرات الأداء الرئيسية	السياسات ذات الأولوية	الأهداف الاستراتيجية
تقارير شركة بيت التصدير ووثائق الدراسات	2	عدد الأسواق ذات الأولوية التي تم دراستها		الهدف الاستراتيجي (2): تعزيز القدرة التنافسية للمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال من خلال استخدام حلول التجارة الإلكترونية والتقنيات الحديثة للتوسع محليًا وعالميًا.
تقارير شركة بيت التصدير	1	عدد المشاريع التي تم وضعها لتنمية صادرات التجارة الإلكترونية		
تقارير المتابعة والتقييم للمشروع، والتقارير الشهرية او السنوية لشركة بيت التصدير	20 20% على الأقل مملوكة من قبل نساء	عدد الشركات التي تم بناء قدراتها لاستخدام حلول التجارة الإلكترونية لاختراق الأسواق ذات الأولوية	تطوير السوق: بناء قدرة الشركات الأردنية متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة على استخدام حلول التجارة الإلكترونية	
التقارير الشهرية او السنوية للمؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع	1	عدد المشاريع التي تم وضعها لتطوير السوق المحلي		
تقارير المتابعة والتقييم للمشروع، والتقارير الشهرية او السنوية للمؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع	20 20% على الأقل مملوكة من قبل نساء	عدد الشركات التي تم بناء قدراتها لاستخدام حلول التجارة الإلكترونية لتطوير السوق المحلي		
التقارير السنوية لغرفة تجارة الأردن ووزارة الصناعة والتجارة والتموين. وثائق النظام الداخلي لمسرعة الاعمال ومحاضر الاجتماعات الشهرية	1	عدد المسرعات التي تم انشاؤها لرواد الاعمال في قطاع التجارة الإلكترونية	تسريع نمو الاستثمارات الجديدة ورواد الاعمال في	

تقارير وزارة الصناعة والتجارة والتموين/وحدة التجارة الإلكترونية، تقارير مسرعة الاعمال الخاصة بالتجارة الإلكترونية الشهرية والسنوية، موقع منصة التجارة الإلكترونية	1	عدد منصات التجارة الإلكترونية الوطنية التي تم انشاؤها	مجال التجارة الإلكترونية	
تقارير INJAZ والتقارير النهائية للبرنامج التدريبي، وثيقة دليل التصدير للتجارة الإلكترونية	100 %30 منهم نساء	عدد رواد الأعمال والخريجين الجدد وموظفي الشركات الذين تم تدريبهم		
تقارير شبكة مؤسسات التمويل الأصغر "تنمية" الشهرية والسنوية، وتقرير المشروع بما في ذلك وثائق تصميم المنتج والمواد التدريبية وتقرير التدريب	1	عدد مؤسسات التمويل الأصغر التي توفر منتجات تمويل جديدة خاصة بالتجارة الإلكترونية.		
تقارير وزارة الصناعة والتجارة والتموين الشهرية والسنوية، وثيقة إستراتيجية حملة التوعية، ووثائق المواد التعليمية حول التجارة الإلكترونية، التقارير المرحلية لبرنامج التوعية.	1	عدد برامج التوعية التي تم إطلاقها	رفع مستوى الوعي بفوائد التجارة الإلكترونية من أجل التنمية	
وثيقة الدراسة حول متطلبات العمل في التجارة الإلكترونية، تقارير INJAZ الشهرية والسنوية، التقرير النهائي لمعرض التوظيف.	1	عدد معارض التوظيف والمؤتمرات الخاصة بالتجارة الإلكترونية التي تم تنظيمها		
وسائل التحقق	الأهداف 2023	مؤشرات الأداء الرئيسية	السياسات ذات الأولوية	الأهداف الاستراتيجية
	0	عدد مراكز (مدن) التجارة الإلكترونية التي تم انشاؤها محليا	تنافسية لوجستيات التجارة: تصميم وتنفيذ مبادرات عقودية وإنشاء مراكز متخصصة لصادرات التجارة الإلكترونية في الأسواق الاستراتيجية	الهدف الاستراتيجي (3): تسهيل التجارة وتعزيز القدرة التنافسية لقطاع الخدمات اللوجستية.
تقارير النقابة للوجستية الأردنية، تقارير شركة بيت التصدير، تقارير لقاءات الاعمال	1	عدد المراكز اللوجستية التي تم انشاؤها في الأسواق المستهدفة		
تقارير النقابة للوجستية الأردنية، وثائق الاتفاقيات المبرمة ما بين الشركات	2	عدد المبادرات المشتركة التي تم إنشاؤها.		
تقارير شركة تطوير العقبة، وثيقة دراسة الجدوى	1	عدد دراسات الجدوى بخصوص مراكز التجارة الإلكترونية	تنافسية لوجستيات التجارة: تطوير استراتيجية لتطوير وتعزيز القدرة التنافسية لقطاع الخدمات اللوجستية في مجال التجارة الإلكترونية.	
التقرير السنوي للجنة الوطنية لتسهيل التجارة والنقل	2 على الأقل	عدد تدابير تيسير التجارة التي تم تنفيذها		

الملحق 4:

الشروط المرجعية المقترحة لفريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية

تقود وزارة الصناعة والتجارة والتموين وبالتعاون مع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الاونكتاد) عملية وضع الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية وخطة العمل وذلك بناء على النتائج والتوصيات لتقييم جاهزية التجارة الإلكترونية في الأردن والذي تم الانتهاء من اعداده ونشره في شباط 2022. حيث يأتي تنفيذ هذا العمل بدعم من مشروع "التجارة لاجل التشغيل" Trade for Employment، والمنفذ من قبل الوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ) Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit، بالنيابة عن الوزارة الاتحادية الألمانية للتعاون الاقتصادي والتنمية (BMZ) وحكومة مملكة هولندا.

ان الهدف من الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية وخطة العمل هو تزويد وزارة الصناعة والتجارة والتموين برؤية وأهداف استراتيجية وخطة تنفيذية تعمل على توجيه الإجراءات والتدخلات ذات الاولوية لتطوير التجارة الإلكترونية وحشد الدعم من أجل التنفيذ الفاعل لها. ومن أجل توفير التنسيق ما بين المؤسسات لهذه العملية، سيتم إنشاء فريق عمل وطني للتجارة الإلكترونية يضم في عضويته المؤسسات ذات العلاقة الرئيسية من القطاعين العام والخاص. حيث تم التأكيد من قبل العديد من مؤسسات القطاعين العام والخاص في الأردن على الحاجة إلى آلية تنسيق ما بين المؤسسات وتم تسليط الضوء عليها كواحدة من اهم النتائج والتوصيات الرئيسية لتقييم جاهزية التجارة الإلكترونية في الأردن وذلك لضمان اتساق وتكامل السياسات بشأن القضايا المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

الهيكلية

يعمل فريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية كهيئة استشارية وتقنية، يُعهد إليها بسلطة اتخاذ القرار. ونظرًا لتقاطع التجارة الإلكترونية مع الكثير من القطاعات، فمن الامثل أن يتم إنشاء الفريق بموجب مرسوم من مجلس الوزراء ليكون ضمن وزارة الصناعة والتجارة والتموين، ويدعم من خلال وحدة متخصصة للتجارة الإلكترونية تعمل كسكرتارية للفريق. يهدف الفريق إلى توفير التوجيه والإرشاد وتقديم التوصيات بما يخص السياسات اللازمة لخلق بيئة ممكنة للتجارة الإلكترونية. وعليه فان الأهداف العليا للفريق يجب ان تكون:

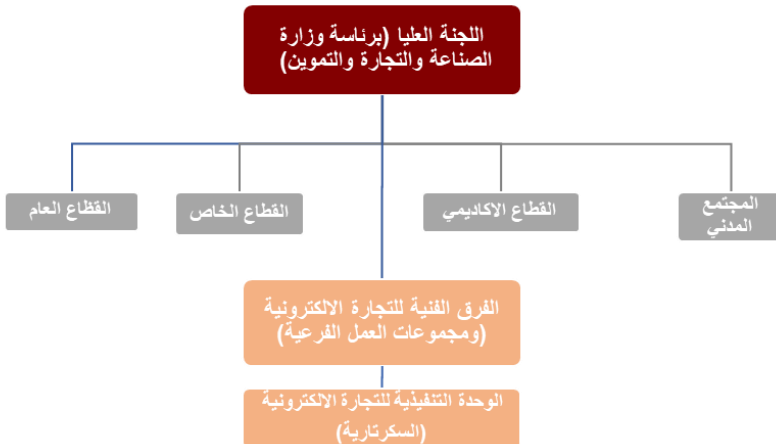
- 1) ضمان التنفيذ الفعال وضمن الأطر الزمنية المحددة للإجراءات الاستراتيجية المدرجة في الخطة.
- 2) تعزيز التنسيق المؤسسي واتساق وتكامل السياسات بشأن المبادرات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.
- 3) الحفاظ على مستوى عالٍ من الحوار ما بين القطاعين العام والخاص بشأن التجارة الإلكترونية.
- 4) توفير هيئة/جسم حوكمة منظم وموحد للتجارة الإلكترونية في الأردن.

يتألف فريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية من ثلاث مستويات:

(1) اللجنة العليا

(2) المجموعات الفنية

(3) وحدة تنفيذية



المهام والمسؤوليات ونطاق العمل

1- اللجنة العليا، والتي تضم أعضاء رفيعي المستوى او من المستويات الإدارية العليا ستعمل على توفير التوجيه الاستراتيجي والسياسي بشأن الإصلاحات الهيكلية، وتقتراح التوصيات والبرامج الهادفة إلى تحقيق أهداف الإستراتيجية، وتكييف وتعديل الأهداف والإجراءات الاستراتيجية من أجل الاستفادة من الفرص التي يتيحها التطور السريع للتجارة الإلكترونية (المستوى الاستراتيجي / السياسي).

يجب ان ترأس وزارة الصناعة والتجارة والتموين اللجنة العليا، وذلك تماشيًا مع "السياسة العامة لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وقطاع البريد 2018" التي دعت الوزارة إلى صياغة سياسة للتجارة الإلكترونية في الأردن بالتعاون مع وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة. يجب أن يتم تعيين الأعضاء من قبل مجلس الوزراء بناءً على توصية/تسيب من وزير الصناعة والتجارة والتموين، حيث يجب أن يكونوا ممثلين للقطاعين العام والخاص والأوساط الأكاديمية ومؤسسات المجتمع المدني. كما يجب أن يكون 50% من أعضاء اللجنة على الأقل من القطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدني.

ستعمل اللجنة على تنظيم مشاورات منتظمة مع جميع أصحاب العلاقة العاملين في مجال التجارة الإلكترونية. كما ان أي تشريع أو لائحة يتم صياغتها من قبل الحكومة في مجال التجارة الإلكترونية ستتم مناقشتها مبدئيًا مع اللجنة. سيتم تكليف اللجنة بإنشاء مجموعات فنية حسب الحاجة. حيث سيتم ترشيح أعضاء المجموعة الفنية من قبل اللجنة وسيتم تشكيلها من قبل وزير الصناعة والتجارة والتموين. كما ستقود اللجنة و/ أو تدعم نقل وتبادل والنشر الواسع للمعلومات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، بما في ذلك مشاركة الإنجازات والمشاريع لتعزيز وترويج التجارة الإلكترونية.

كما يجب أن يجتمع أعضاء اللجنة أيضًا مع شركاء التنمية ذوي الصلة لتوجيه وتسخير الموارد الفنية والمالية اللازمة من أجل التنفيذ الفعال للسياسات. بالإضافة الى ذلك يمكنهم الحصول على تفويض للمشاركة في المناقشات حول التجارة الإلكترونية التي تجري في مختلف المنتديات الدولية، بما في ذلك المنصات والمنتديات الإقليمية.

2- المجموعات الفنية (مستوى العمليات التشغيلية والتنفيذية) للفريق الوطني للتجارة الإلكترونية، والذي يضم خبراء فنيين وممثلون من مختلف الوزارات المختصة ومؤسسات القطاع الخاص، والذين سيكلفون برصد التقدم المحرز في مؤشرات الاداء لخطة العمل، والإشراف والمتابعة على تنفيذ الإجراءات والتوصيات المعتمدة.

يجوز للجنة العليا إنشاء مجموعات فنية متخصصة لتقديم الدعم والخبرة في صياغة وتنفيذ السياسات والقوانين واللوائح ذات الأولوية للتجارة الإلكترونية، ودعم جهود تشغيل الأموال، وتنسيق المساعدات المحلية التي يقدمها شركاء التنمية، وخلق الوعي والروابط ما بين مؤسسات القطاعين العام والخاص.

سيتم التوصية بأعضاء المجموعات الفنية من قبل اللجنة العليا وسيتم تشكيلها من قبل وزير الصناعة والتجارة والتموين سواء كانوا من المؤسسات الاعضاء في اللجنة العليا أو من أي مؤسسة أخرى ذات صلة بمهام ومسؤوليات المجموعة الفنية.

3- وحدة تنفيذية مكرّسة للتجارة الإلكترونية يتم انشاؤها ضمن وزارة الصناعة والتجارة والتموين، تكون بمثابة أمانة سرّ فريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية وتحافظ على تنسيق عالٍ مع جميع مؤسسات القطاعين العام والخاص، فضلاً عن منظمات المجتمع المدني.

الهيكلية والتشكيل:

تكون هيكلية اللجنة العليا على النحو التالي:

- الرئيس: أمين عام وزارة الصناعة والتجارة والتموين

- السكرتارية: رئيس قسم التجارة الداخلية (وحدة التجارة الالكترونية) في وزارة الصناعة والتجارة والتموين.

العضوية

تتكون اللجنة العليا من ممثلين عن المؤسسات التالية:

➤ القطاع العام:

- وزارة الصناعة والتجارة والتموين
- وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة
- البنك المركزي الأردني
- وزارة المالية/دائرة ضريبة الدخل والمبيعات
- دائرة الإحصاءات العامة
- وزارة النقل
- الجمارك الأردنية
- البريد الأردني
- المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية
- شركة تطوير العقبة
- هيئة تنظيم قطاع الاتصالات

➤ القطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدني والاكاديميا

➤ هيئات داعمة أخرى أو خبراء من القطاع العام والخاص والأكاديمي بحسب ما تقتضيه الحاجة من اجل التنفيذ الفاعل والشمولي لتطوير التجارة الالكترونية.

يتم تعيين ممثل كل مؤسسة من قبل وزارتها أو رئيس مجلس الإدارة أو من قبل أعلى مستوى إداري، والذي يقوم باخطار رئيس اللجنة العليا للفريق الوطني للتجارة الالكترونية. كما يجوز للجنة دعوة أي مؤسسة أخرى في حالات خاصة وبحسب الحاجة بناءً على طلب أحد أعضاء اللجنة.

الجدول الزمني للاجتماعات

تجتمع اللجنة العليا مرتين في السنة (أو بناءً على طلب من الرئيس)، كما تجتمع المجموعات الفنية كل ثلاثة أشهر (قبل الاجتماع نصف السنوي للجنة العليا)، وذلك لمتابعة وتقديم تقرير حول مؤشرات الأداء الرئيسة لخطة العمل. تكلف سكرتارية اللجنة بمسؤولية إرسال الدعوات وجداول الأعمال والوثائق ذات الصلة ومحاضر الاجتماعات السابقة، والتي تتم صياغتها في غضون يومين من الاجتماع.

الملحق 5

قائمة باللقاءات والشركاء وأصحاب العلاقة

إن المؤسسات والشركاء وأصحاب العلاقة المذكورين أدناه كان لهم دور كبير في تطوير الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية وخطة العمل والتي تم تنظيمها عبر الانترنت إما على المستوى الثنائي أو متعدد الأطراف. وهنا يعرب فريق العمل عن تقديره العميق لجميع الأفراد الذين وفرو الوقت الكافي لتقديم ملاحظاتهم وآرائهم ودعمهم خلال تطوير الاستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية وخطة العمل.

قائمة الشركاء		
القطاع العام	الاسم	البريد الإلكتروني
وزارة الصناعة والتجارة	السيد وسام عكروش	wesam.a@mit.gov.jo
	السيدة ديانا الاطش	diana.alagtash@mit.gov.jo
	السيد سامر الشريدة	samer.al-shraideh@mit.gov.jo
	السيد معاوية الحيارى	moaweya.al-hyari@mit.gov.jo
	السيد عماد البزور	emad.al-bzour@mit.gov.jo
	السيدة رغد الفرحات	raghad.frahat@mit.gov.jo
	السيد زهير الزعبي	zuck7270@gmail.com
	السيد عامر المجالي	amer.majali@mit.gov.jo
	السيد اياد أبو سيف	Eyad.AbuSaif@MIT.GOV.JO
	السيد توفيق أبو بكر	Tawfiq.abu-baker@modee.gov.jo
وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة	السيدة رزان الخليلي	razan.al-khalili@modee.gov.jo
	السيد عودة حدادين	odeh.haddadeen@modee.gov.jo
	السيد سهم الطراونة	Sahem.tarawneh@trc.gov.jo
هيئة تنظيم الاتصالات	السيدة راية الرواشدة	Raya.Al-Rawashdeh@TRC.GOV.JO
	السيد لؤي هاكوز	loai.hakouz@trc.gov.jo
البريد الأردني	السيد محمد الهندي	mhuneidi@jpc.com.jo
	السيد عاطف عبد اللطيف	atef@jpc.com.jo
	السيدة ايمان أبو زيد	eabuzaid@jpc.com.jo
	السيدة نهى عطية	natih@jpc.com.jo
	السيدة الاء المحيسن	amohaisen@jpc.com.jo
دائرة ضريبة الدخل	السيد ايمن الخوالدة	Ayman.khawaldeh@istd.gov.jo
الجمارك الأردنية	السيد مفلح أبو عليم	Drabuoliemmifleh@gmail.com
	السيد احمد القاسم	Ahmqsm_99@yahoo.com
وزارة التخطيط والتعاون الدولي	السيد احمد المغاريز	ao_maqar@yahoo.com
	السيد محمد الديابات	Mohammad.Diabat@mop.gov.jo
	السيد رافقت الروابدة	Rafat_rawabdeh@reformjo.org
دائرة الإحصاءات العامة	السيدة فاتن الرميثي	fatin@dos.gov.jo
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي	السيدة هالة المصري	Hala.alsree@moe.gov.jo
	السيد فارس أبو دياب	Fares.abudayyeh@mot.gov.jo
وزارة النقل	السيدة هيلين حدادين	Helen.Haddadin@MOT.GOV.JO
	السيد وائل العجالين	Wael.AlaJaleen@MOT.GOV.JO
البنك المركزي	السيد عيسى حجازين	Issa.AlHijazeen@cbj.gov.jo
	السيدة نادية اللوح	nadia.alloh@cbj.gov.jo
	ايمان بني عطية	issa21892@gmail.com
وزارة الاستثمار	الدكتورة اريج الزغيلات	Areej.Zgailat@JIC.GOV.JO
	السيدة سلام اليواب	Salam.AlBawab@JIC.GOV.JO
منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة	السيد عبد السلام عبيدات	Aobeidat@adc.jo
	السيد احمد الخطاب	alkhattab@asesa.jo
القطاع الخاص	الاسم	البريد الإلكتروني
غرفة تجارة الأردن	السيد بزن القواسمي	Info@jocc.org.jo
	السيد عبيد أبو عيد	obaida@jci.org.jo
غرفة صناعة الأردن	السيد ليث الدحلة	laith@jci.org.jo
	المهندسة لينا الهوشكي	Lina.hushki@aci.org.jo
غرفة صناعة عمان	السيدة اية الزعبي	aya.alzubi@aci.org.jo
	السيد محمود الباشا	mahmoud@mymakeupjordan.com
	السيد هشام دويك	hisham.dweik@ammanchamber.org.jo
غرفة تجارة عمان	السيد فراس دراغمة	fares@daraghme.com

rami.alqasem@ammanchamber.org.jo	السيد رامي القاسم	
a.hindawi@jordanexports.jo	السيد احمد الهنداوي	شركة بيت التصدير
w.qudah@jordanexports.jo	السيدة ولاء القضاء	
M.Maragha@jordanexports.jo	السيدة مجد المغاربة	
mamoun.shawar@jedco.gov.jo	السيد مأمون أبو شاور	جديكو
Samira.Alsabbah@JEDCO.GOV.JO	السيدة سميرة الصباح	
mhabahbeh@adc.jo	السيد معاذ الهباهبة	شركة تطوير العقبة
البريد الإلكتروني	الاسم	الأكاديمية
m.nawiseh@ji.edu.jo	الدكتور محمد النوايسة	الجامعة الأردنية
a.alsoud@ammanu.edu.jo	الدكتور انس السعود	جامعة عمان الاهلية
Anas.kanaan@uop.edu.jo	الدكتور انس كنعان	جامعة البتراء
yaser.saleh@uop.edu.jo	الدكتور ياسر صالح	جامعة البتراء جامعة فيلادلفيا
aqhoor@philadelphia.edu.jo	الدكتور احمد الغول	جامعة البتراء جامعة فيلادلفيا
A_Hnandeh@ASU.edu.jo	الدكتور احمد الهنادة	جامعة العلوم التطبيقية
ammar.gharaibeh@giu.edu.jo	الدكتور عمار الغرابية	الجامعة الألمانية الأردنية
m.alrousan@pust.edu.jo	الدكتور محمد الروسان	جامعة الاميرة سمية للتكنولوجيا
alsheyab@just.edu.jo	السيد عاصم الشيايب	جامعة العلوم والتكنولوجيا
asalsha@hu.edu.jo	الدكتور عاصم الشيشاني	الجامعة الهاشمية
البريد الإلكتروني	الاسم	المنظمات والمؤسسات المحلية والدولية
fzeina@cpf.jo	السيد فؤاد أبو زينة	مؤسسة ولي العهد
yfanous@jsf.org	السيد يزن فانوس	منتدى الاستراتيجيات الأردني
m.almuhtaseb@issfjo.com	السيد محمد المحتسب	شركة الصندوق الأردني للريادة
dzasha@issfjo.com	السيدة دانا ساشا	الجمعية الأردنية للريادة والابداع
Ms@arabiaweather.com	السيد محمد الشاكر	الجمعية الأردنية للريادة والابداع
Ayatamr94@gmail.com	السيد اياد عمرو	جمعية البنوك الأردنية
sultan@abj.org.jo	السيد سلطان عماري	جمعية صاحبات الاعمال والمهن
bpwadirector@bpwa-amman.org	السيدة ثناء الخصاونة	جمعية رجال الاعمال الأردنية
ProjectOfficer@bpwa-amman.org	السيد طارق حجازي	جمعية رجال الاعمال الأردنية
rawan.sh@jba.com.jo	السيدة روان فوزي	جمعية رجال الاعمال الأردنية
samer.zaza@minagate.com	المهندسة سمر ظاظا	الجمعية الأردنية للوجستية
nidal.bitar@intaj.net	السيد نضال البيطار	جمعية شركات تقنية المعلومات الأردنية (إنتاج)
ayad.ashram@intaj.net	السيد اياد الأشرم	مؤسسة انجاز
ltannous@injaz.org.jo	السيدة لوسي طنوس	غرفة التجارة الامريكية الاردنية
lane.nimri@amcham.jo	السيدة لانا النمري	مجلس المرأة الصناعية الأردنية
Raghad.al-hadeed@aci.org.jo	السيدة رغد الحديد	تنمية شبكة مؤسسات التمويل الأصغر
n.alkhasawneh@tanmeyahjo.com	السيدة نسرين الخصاونة	جمعية المصدرين الأردنيين
suzan@jordanexporters.org	السيدة سوزان حدادين	
mohammad.mansour@giz.de	السيد محمد منصور	الوكالة الألمانية للتعاون الدولي The Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH
britta.vanerckelens@giz.de	Ms. Britta Vanerckelens	
lama.sabri@giz.de	السيدة بريتا فانركلينز	
mais.zaghmoori@giz.de	السيدة لمى صبري	
may.bakleh@giz.de	السيدة ميس زغموري	
telkour@jordanera.org	السيدة مي بقله	
snabulsi@jordanERA.com	السيد طارق الكور	الوكالة الامريكية للتنمية USAID ERA
luma.batarseh@jordanbqa.org	السيدة سماح النابلسي	الوكالة الامريكية للتنمية USAID BGA
luma.batarseh@jordanbqa.org	السيدة لمى بطارسة	
naas@intracen.org	السيدة ليلى نعاس	مركز التجارة الدولي - International Center Trade
lalzubi@intracen.org	السيدة لبنى الزعيبي	
altalli@intracen.org	السيدة رغد التالي	
beseiso@intracen.org	السيدة ايمان بسيسو	
s.mdanat@unido.org	السيدة سولافة المدانات	منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية

قائمة الاجتماعات/المشاورات التي تم تنظيمها أثناء صياغة الاستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية وخطة العمل:

اليوم		العنوان
من	الى	
خطة العمل - المشاورات الوطنية بين الشركاء وأصحاب العلاقة المعنيين		
الاثنين 16 أيار 2022		الاجتماع التحضيري مع جميع الشركاء وأصحاب العلاقة المعنيين
28 حزيران 2022	27 حزيران 2022	الاستشارات الوطنية لأصحاب العلاقة المتعددين والشركاء (فندق حياة عمان)
29 حزيران 2022	26 حزيران 2022	الاجتماعات ثنائية مع الجهات الفاعلة الوطنية في مجال التجارة الإلكترونية (البنك المركزي الأردني، صندوق الشركات الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الابتكارية غرفة تجارة عمان، غرفة تجارة الاردن.)
30 حزيران 2022	26 حزيران 2022	الاجتماعات ثنائية مع شركاء التنمية (الوكالة الامريكية مشروع التعزيز الاقتصادي ومشروع التنمية، مفوضية الاتحاد الأوروبي، مكتب الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، إلخ.)
الجولة الثانية من المناقشات الجماعية المركزة		
الثلاثاء 2 آب 2022		مجموعة النقاش 1: القدرة التنافسية للخدمات اللوجستية التجارية
الثلاثاء 2 آب 2022		مجموعة النقاش 2: إحصاءات التجارة الإلكترونية الوطنية
الثلاثاء 2 آب 2022		مجموعة النقاش 3: برامج تطوير السوق للتجارة الإلكترونية
الأربعاء 3 آب 2022		مجموعة النقاش 4: مسرعات التجارة الإلكترونية
الأربعاء 3 آب 2022		مناقشة جماعية 5: بناء الوعي بالتجارة الإلكترونية
الأربعاء 3 آب 2022		مجموعة النقاش 6: تمكين بيئة الأعمال
خطة العمل - الاجتماعات الثنائية (الجولة الاولى)		
الاحد 11 أيلول 2022		تطوير سوق التجارة الإلكترونية - اجتماعات ثنائية
الاثنين 12 أيلول 2022		إحصاءات التجارة الإلكترونية الوطنية - اجتماعات ثنائية
الثلاثاء 13 أيلول 2022		القدرة التنافسية للخدمات اللوجستية التجارية - اجتماعات ثنائية
الثلاثاء 13 أيلول 2022		نشر الوعي بالتجارة الإلكترونية - اجتماعات ثنائية
الأربعاء 14 أيلول 2022		خلق بيئة تمكين الأعمال في التجارة الإلكترونية - اجتماعات ثنائية
الأربعاء 14 أيلول 2022		إحصاءات التجارة الإلكترونية الوطنية - اجتماعات ثنائية
خطة العمل - الاجتماعات الثنائية (الجولة الثانية)		
الاثنين 3 تشرين اول 2022		نشر الوعي بالتجارة الإلكترونية - اجتماعات ثنائية
الثلاثاء 4 تشرين اول 2022		تطوير سوق التجارة الإلكترونية - اجتماعات ثنائية
الأربعاء 4 تشرين اول 2022		القدرة التنافسية للخدمات اللوجستية التجارية - اجتماعات ثنائية
الاثنين 10 تشرين اول 2022		إحصاءات التجارة الإلكترونية الوطنية - اجتماعات ثنائية
الأربعاء 12 تشرين اول 2022		تطوير سوق التجارة الإلكترونية - اجتماعات ثنائية
اللقاءات الثنائية مع شركاء التنمية الرئيسيين		
تشرين ثاني/كانون اول 2022		لقاءات ثنائية مع شركاء التنمية المهتمين في التجارة الإلكترونية من اجل حشد الموارد (الوكالة الأمريكية للتنمية، الوكالة الألمانية للتعاون الدولي، مركز التجارة الدولي، إلخ)
إقرار الاستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية		
الخميس 9 شباط 2023		ورشة عمل لمراجعة وإقرار الاستراتيجية وخطة العمل