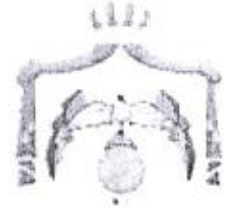


وزارة الصناعة والتجارة والتموين  
المملكة الأردنية الهاشمية



## الاستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية

2023/03

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



## أين الأردن الآن... عوامل ممكنة قوية- قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات تقييم الجاهزية

مجتمع شاب بارع في مجال التكنولوجيا؛

شكل الأردنيون 27% من رواد الأعمال التقنيين في دول الـ MENA<sup>1</sup>

24.7 ألف موظف يمثلون 1.6%  
من إجمالي العاملين<sup>1</sup>

3% مساهمة قطاع الاتصالات وتكنولوجيا  
المعلومات في GDP خلال العام 2021  
(0.9 مليار دينار من الـ GDP)<sup>1</sup>

أكثر من 900 شركة نشطة في القطاع  
98% من تلك الشركات هي SMEs<sup>2</sup>

0.2 مليار دينار قيمة صادرات  
القطاع خلال 2021<sup>1</sup>

اعداد: وزارة الصناعة والتجارة والتموين

المصدر: 1. رؤية التحديث الاقتصادي (تم اعداد الأرقام والنسب المشار إليها في رؤية التحديث الاقتصادي، فيما يتعلق بنسبة مساهمة قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الناتج المحلي الإجمالي حيث أن ما يتم احتسابه في دائرة الإحصاءات العامة في نسبة مساهمة قطاع نقل والتعبير والاتصالات، فيما يتعلق بالعدد العاكس بالعملة هناك اختلاف بسيط بالتقديرات الخاصة بوضع لواء العمل 2021 بعدد من قبل دائرة الإحصاءات العامة (24.5 ألف عامل) والتقديرات الموجودة في وثيقة الرؤية)

## أين الأردن الآن.....سوق البريد الأردني تقييم جاهزية

3 الأسر الأردنية التي تتعامل مع:  
البريد الأردني      البريد الخاص  
2021      2018      2021      2018

متوسط اتفاق الأسر خلال العام 2021 على خدمات:  
✓البريد الأردني 14.3 دأ  
✓البريد الخاص 35.2 دأ



1  
شغلي الخدمات البريدية خلال 2021:  
✓ 1 حكومي.  
✓ 10 خاص-فئة دولي.  
✓ 198 خاص-فئة محلي.



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

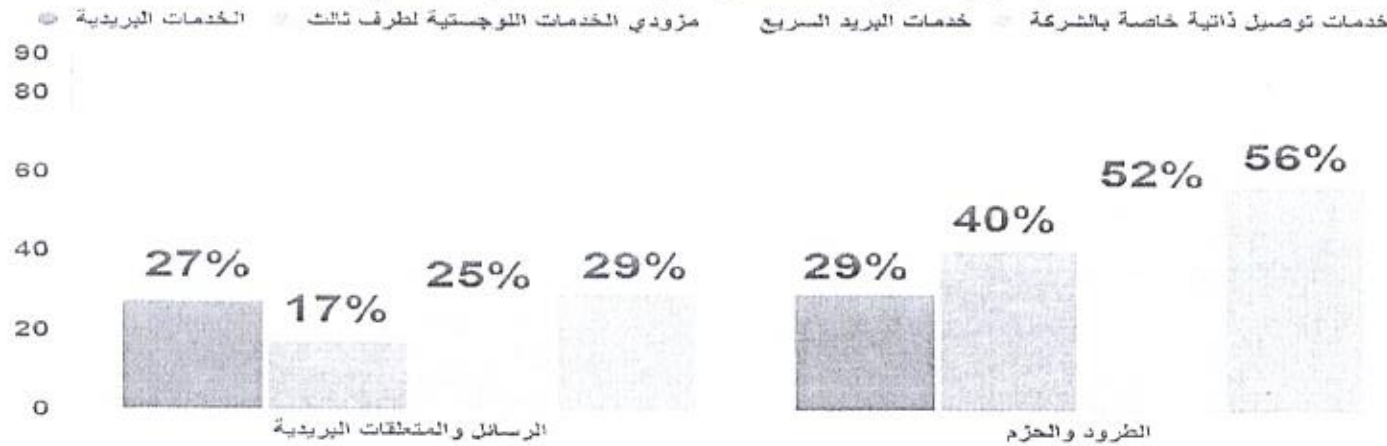


المصدر: 1. هيئة تنظيم قطاع الاتصالات/ التقرير السنوي 2021. 2. وزارة الصناعة والتجارة والتموين/ تقرير تقييم جاهزية الأردن للتجارة الالكترونية. 3. وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة/ مسح استخدام وانتشار الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في المنازل

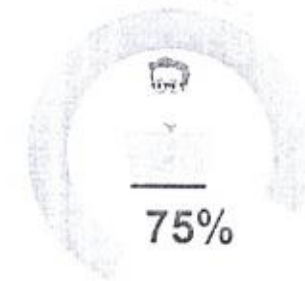
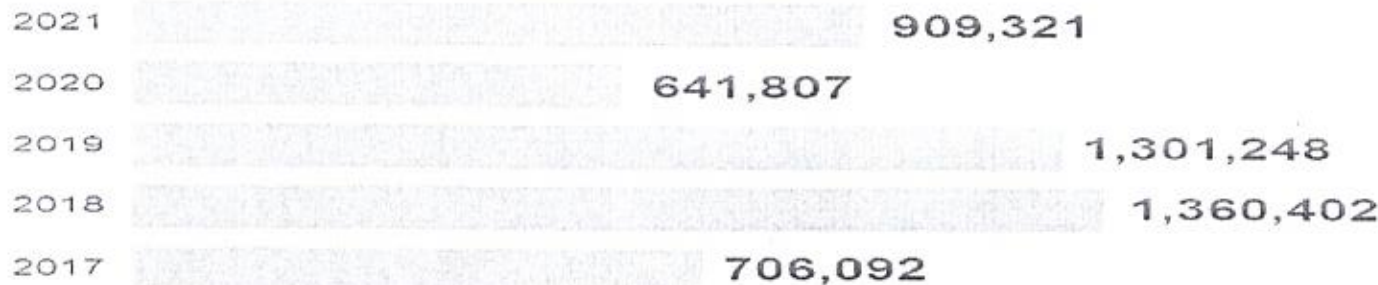
اعداد: وزارة الصناعة والتجارة والتموين

## أين الأردن الآن..... سوق البريد الأردني تقييم جاهزية

### 3 طرق التسليم المفضلة لدى الشركات عند عمليات التسليم



### 4 عدد طرود التجارة الإلكترونية الواردة إلى الأردن عبر المنصات



المصدر: 1. وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة/ مسح استخدام وانتشار الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في المنازل 2. وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة 3. وزارة الصناعة والتجارة والتموين/ تقرير تقييم جاهزية الأردن للتجارة الإلكترونية 4. هيئة تنظيم قطاع الاتصالات/ التقرير السنوي 2021 اعداد: وزارة الصناعة والتجارة والتموين

## أين الأردن الآن..... استخدام الأجهزة الالكترونية والانترنت

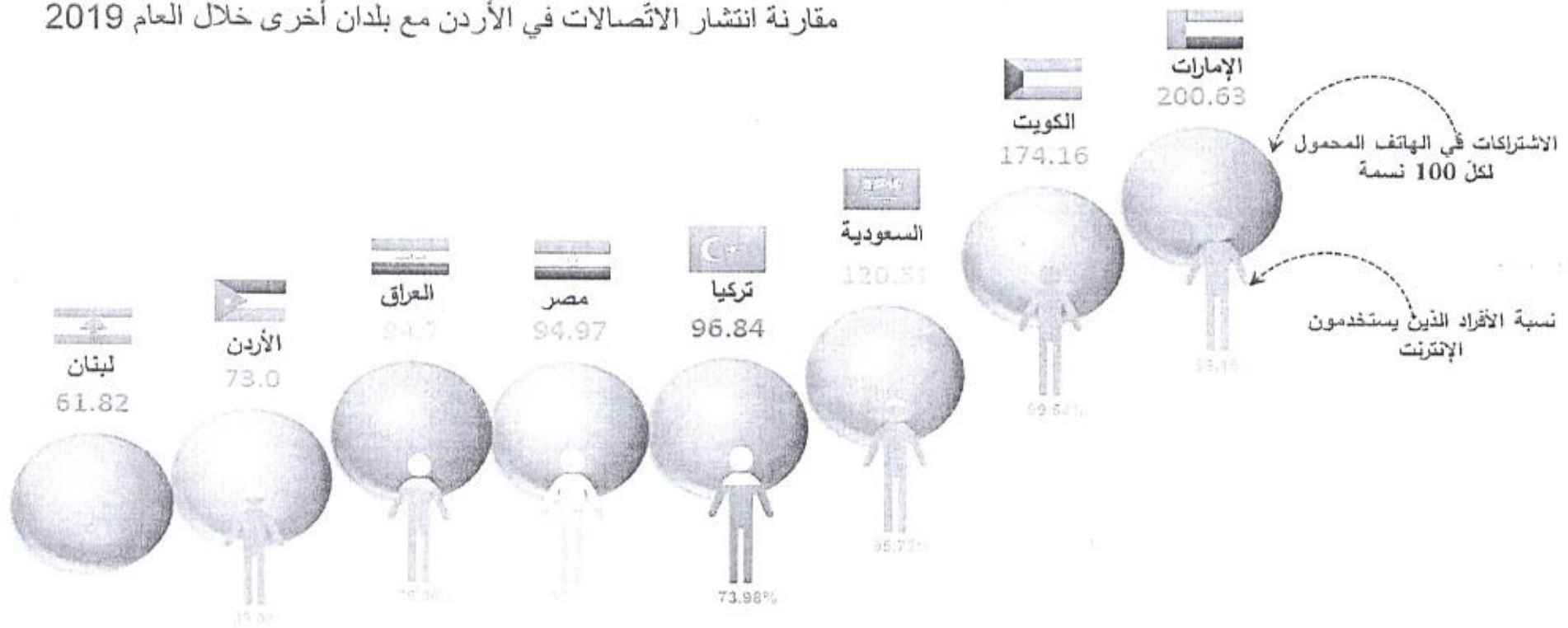


المصدر: وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة/ مسح استخدام وانتشار الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في المنازل

اعداد: وزارة الصناعة والتجارة والتموين

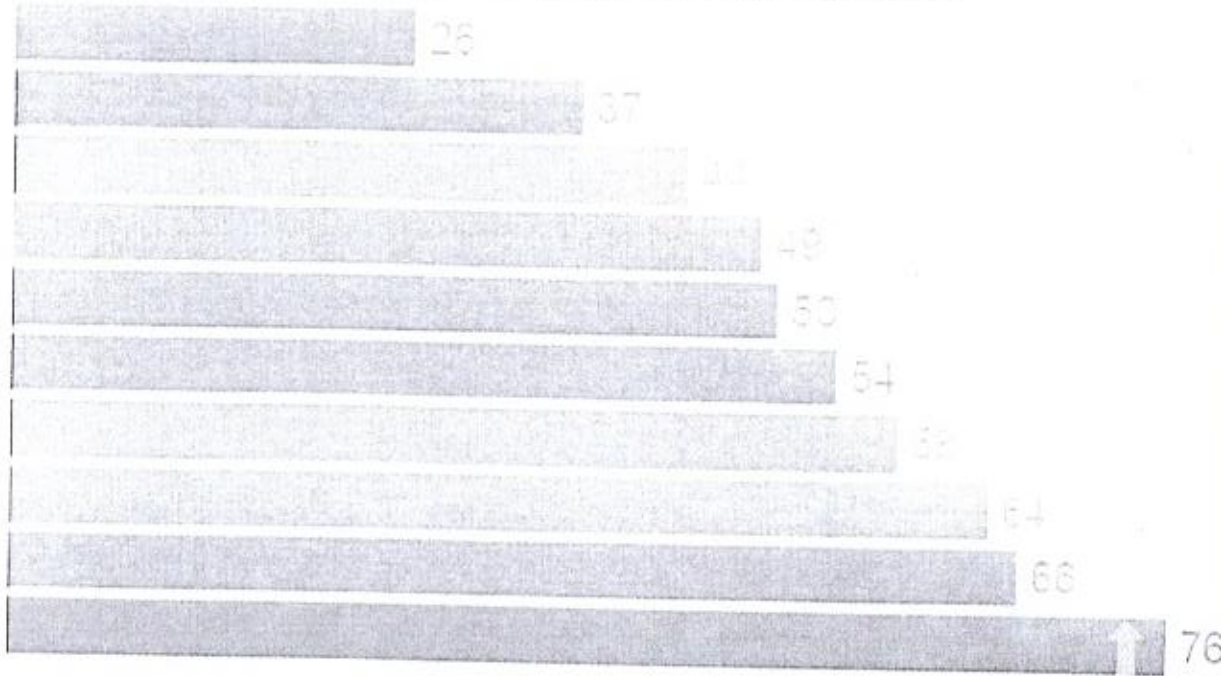
## أين الأردن الآن..... ترتيب الأردن في مجموعة من المؤشرات العالمية تقويم جاهزية

مقارنة انتشار الاتصالات في الأردن مع بلدان أخرى خلال العام 2019



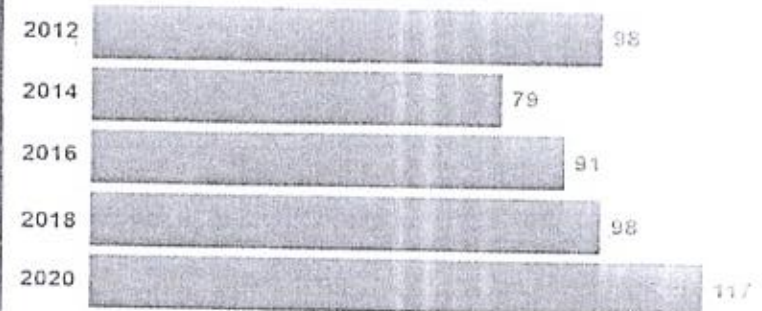
## أين الأردن الآن..... ترتيب الأردن في مجموعة من المؤشرات العالمية تقييم الجاهزية

1 ترتيب الأردن ومجموعة من الدول في مؤشر الأونكتاد للتجارة الإلكترونية من الأعمال إلى المستهلك خلال العام 2020 من أصل 152



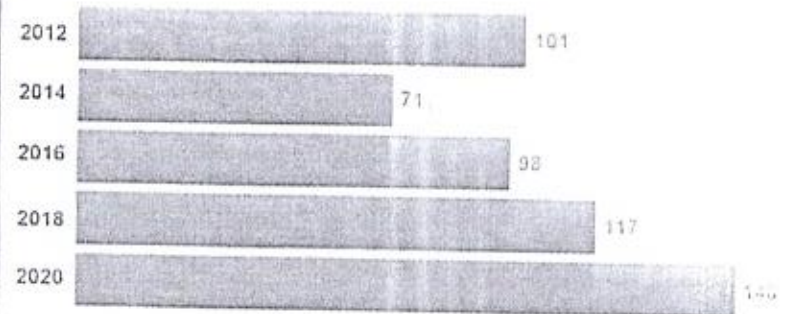
الأردن • البحرين • لبنان • الكويت • عمان • قطر • السعودية • إيران • الإمارات • إسرائيل  
ضمن منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، يحتل الأردن المرتبة العاشرة، وسجل تقدماً عن العام 2019 حيث كان في المرتبة 80.

مؤشر الأمم المتحدة لتنمية الحكومة الإلكترونية خلال الفترة (2020-2012) 193 اقتصاد 1



سجل الأردن تراجعاً ملحوظاً ما يضعه دون المتوسط العالمي والإقليمي.

مؤشر المشاركة الإلكترونية خلال الفترة (2020-2012) - 193 اقتصاد 1



يبقى الأردن دون المتوسط العالمي والإقليمي

المصدر: 1. وزارة الصناعة والتجارة والتموين / تقرير تقييم جاهزية الأردن للتجارة الإلكترونية  
اعداد: وزارة الصناعة والتجارة والتموين

## أين الأردن الآن..... التجارة الإلكترونية تقييم جاهزية

إجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية في الأردن 662 مليون دولار خلال 2017.

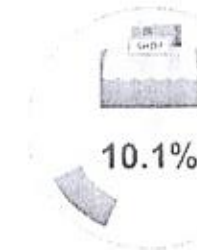
قيمة المشتريات الأردنية عبر التجارة الإلكترونية 150 مليون د.أ خلال 2018.

حجم واردات الأردن خلال العام 2018 من خلال التجارة الإلكترونية 300 مليون د.أ.

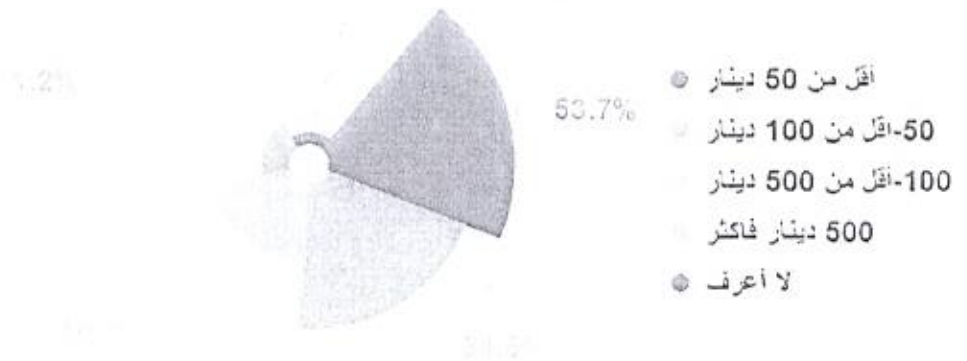
2



خلال العام 2021 ما يقارب 10.1% من الأفراد استخدموا الإنترنت لغايات شراء/بيع البضائع/الخدمات (التجارة الإلكترونية) 1



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 1



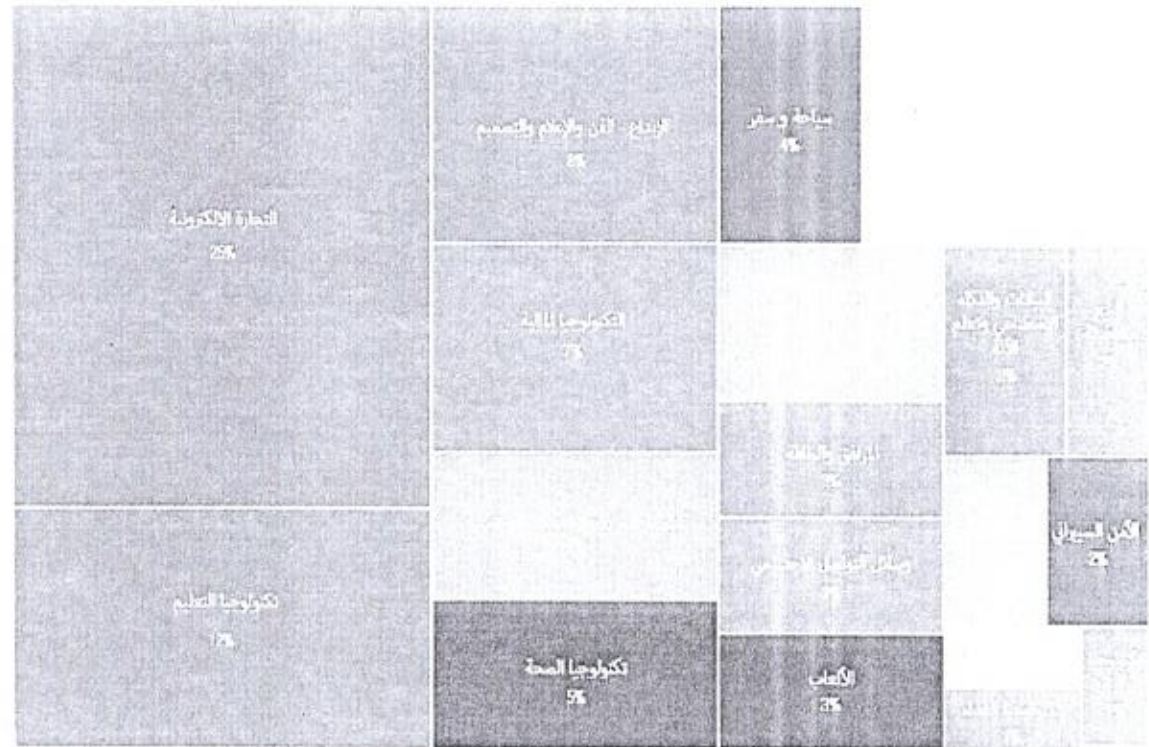
المصدر: 1. وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة/سبح استخدام وانتشار الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في المنازل  
2. وزارة الصناعة والتجارة والتموين/ تقرير تقييم جاهزية الأردن للتجارة الإلكترونية  
اعداد: وزارة الصناعة والتجارة والتموين



## أين الأردن الآن..... الشركات الناشئة تقييم جاهزية

توجهات الشركات الناشئة والتحديات عند المشاركة في أنشطة التجارة الإلكترونية - دراسة المعدة من قبل جمعية انتاج

- 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.
- إحجام 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 الانترنت لأن التفاعل الشخصي ما زال السائد في ثقافة الأعمال.
- ضعف الثقة بعمليات التسليم (اللوجستيات).



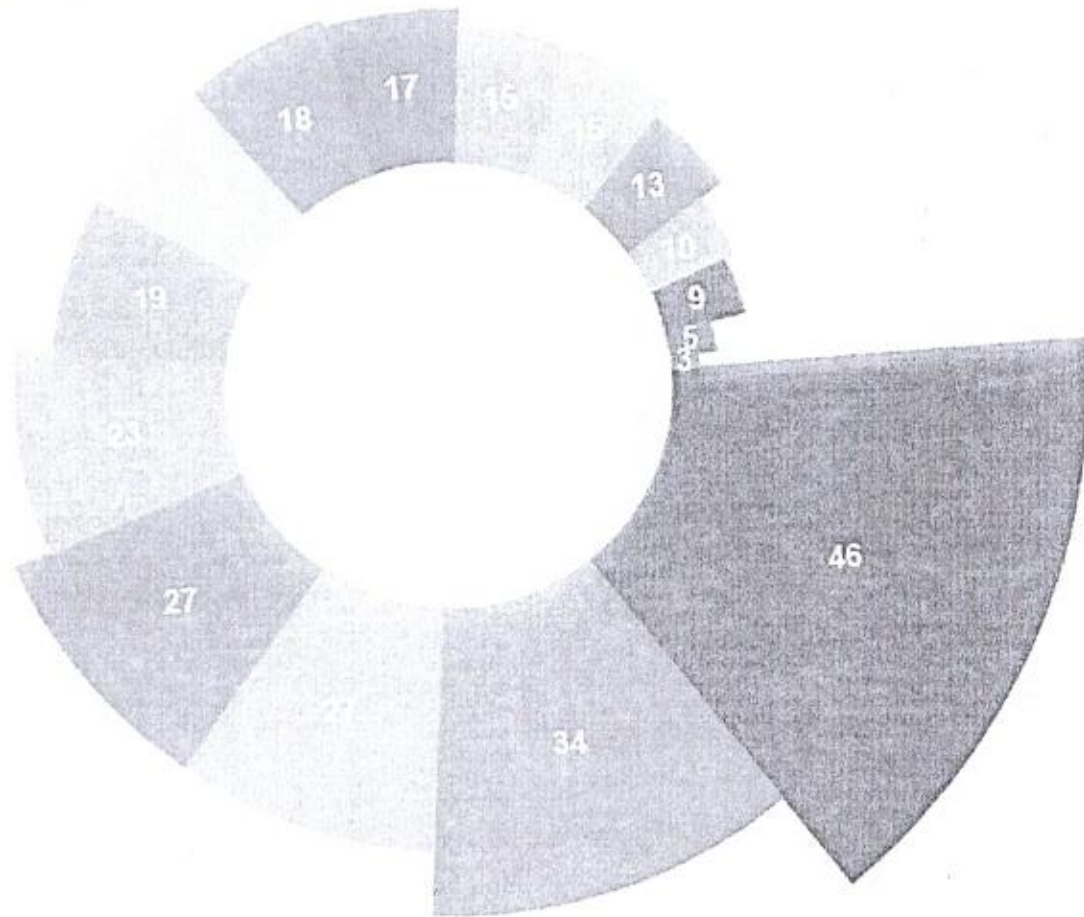
57% من الشركات الأردنية الناشئة تنتظم في 5 قطاعات رئيسية. تشكل الشركات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية 25% من الشركات الناشئة المسوَّحة، وهي الأكبر بين جميع القطاعات الرئيسية. الشركات الناشئة للتجارة الإلكترونية من الأعمال إلى المستهلك هي أكبر قطاع فرعي بواقع 52 شركة ناشئة.

المصدر: دراسة خريطة الشركات الناشئة وتحليل الفجوة (2021) وقد صنفت الدراسة 275 شركة ناشئة ضمن 21 قطاعاً رئيسياً / إنتاج، تقرير تقييم جاهزية الأردن للتجارة الإلكترونية أعداد: وزارة الصناعة والتجارة والتموين

## التحليل الرباعي (SWOT) المتعلق بتنمية التجارة الالكترونية في الاردن

نقاط الضعف	نقاط القوة
<ul style="list-style-type: none"> <li>● الإطار القانوني والتنظيمي الحالي غير كاف لتفويض التجارة الإلكترونية وغير كاف لحماية المستهلكين والبالغين عبر الإنترنت</li> <li>● محدودية الإحصاءات والبيانات الوطنية بشأن التجارة الإلكترونية في الأردن</li> <li>● التنسيق والتكامل المحدود بين الجهات الفاعلة على المستويات العليا فيما يتعلق في التجارة الإلكترونية</li> <li>● محدودية الحوار بين القطاعين العام والخاص بشأن سياسات وأنظمة التجارة الإلكترونية ولا سيما بشأن الأليات الضريبية</li> <li>● عدم كفاية التشريعات النافذة للتجارة الإلكترونية</li> <li>● الفترة والمعرفة المحدودة للشركات الصغيرة والمتوسطة بكيفية توظيف حلول التجارة الإلكترونية وتقييم احتياجاتها التمويلية ووضع خطط أعمال قابلة للتمويل ومقترحات تمويل لتطبيق حلول التجارة الإلكترونية</li> <li>● القدرة المحدودة لمؤسسات دعم التجارة وعدم وجود حاضنات متخصصة أو برامج تسريع لأصحاب المشاريع في مجال التجارة الإلكترونية</li> <li>● محدودية الإمكانيات لدى مؤسسات التمويل الأصغر على توفير منتجات مبتكرة ومصممة خصيصاً لمنظمي المشاريع والريادين في مجال التجارة الإلكترونية</li> <li>● ارتفاع تكاليف التوصيل والتسليم بالأردن</li> <li>● الانخفاض النسبي لتكلفة خدمات الإنترنت في الأردن</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● يمتلك الأردن مستويات ملائمة من الجاهزية الرقمية ومهارات برمجية قوية والتي يمكن اعتبارها كمحفزات لتطوير التجارة الإلكترونية في الأردن.</li> <li>● الموقع الاستراتيجي للأردن بين الشرق والغرب.</li> <li>● تتوهم الجمارك الأردنية بشكل مستمر بتحديث نسختها الوطنية من النظام الآلي للبيانات الجمركيةASYCUDA.</li> <li>● يمتلك الأردن العديد من اتفاقيات التجارة الحرة.</li> <li>● تتوفر في الأردن شبكات الاتصال المتقدمة من الجيل الثالث والجيل الرابع (G3-G4) وبحلول عام 2023 ستوفر خدمة الشبكات للجيل الخامس (G5).</li> <li>● بعض شركات التجارة الإلكترونية العالمية قامت بتأسيس وفتح مكاتب إقليمية وتجارية في الأردن (مثل أمازون).</li> <li>● توفر نظام دفع إلكتروني متطور بالأردن.</li> <li>● يعتبر قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من القطاعات المتطورة في الأردن وفي غضون 3-4 سنوات القادمة سيتم تغطية جميع المدن في الأردن بخدمة الفايبر (Fiber Optic).</li> <li>● هناك تطورات جوهرية على القطاع العالمي في الأردن.</li> <li>● الاستقرار السياسي والأمني بالأردن يعتبر بيئة جاذبة للاستثمار.</li> </ul>
التحديات	الفرص المتاحة
<ul style="list-style-type: none"> <li>● عدم امتلاك خريجي الجامعات إلى المهارات والمواهب التي يحتاجها القطاع الخاص والقطاعات الرقمية ذات الصلة.</li> <li>● التعديلات المستمرة على ضرائب التجارة الإلكترونية أو رسوم الخدمات الجمركية المفروضة تشكل قدراً كبيراً من عدم اليقين للمستثمرين.</li> <li>● محدودية الوصول إلى المواهب الأجنبية. حيث أنها مقيدة بتصاريح خاصة تستدعي إلى اختبار للاحتياجات الاقتصادية.</li> <li>● عدم وجود بدو متعلقة بالتجارة الإلكترونية في مشروع قانون الجودة وحماية المستهلك (الذي يتضمن ويحل محل قانون حماية المستهلك).</li> <li>● وجود فجوة بين الخدمات المقدمة في المدن الرئيسية والمناطق الريفية.</li> <li>● طول الفترة اللازمة لإعداد سنن التشريعات .</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● يشكل الشباب الشريحة الأكبر من سكان الأردن حيث تمتلك هذه الفئة بالخبرة التقنية والقدرة على التعامل واستخدام تكنولوجيا بشكل عام.</li> <li>● هناك تزايد ملحوظ في شراء الإلكتروني من قبل الأفراد.</li> <li>● وجود مبادرات مستمرة لإنشاء مدينة/مركز للتجارة الإلكترونية في العقبة.</li> <li>● تبني رؤية التحديث الاقتصادي للتجارة الإلكترونية كأحدى محركات النمو الاقتصادي.</li> <li>● الزيادة في استخدام المحافظ الإلكترونية وبطاقات الائتمان من قبل الأفراد منذ جائحة كورونا.</li> <li>● تقوم الجامعات الأردنية حالياً بإدخال برامج جديدة للتجارة الإلكترونية والتكنولوجيا.</li> </ul>

## المتطلبات الرئيسية لتنمية التجارة الإلكترونية في الأردن (%)



- دعم حكومي رفيع المستوى
  - انخفاض كلفة الشحن
  - التنسيق بين المؤسسات
  - الاعتمادات التوجيهية وتسهيل التجارة عبر الحدود
  - الاطار القانوني
  - طرق الدفع المستخدمة في التجارة الإلكترونية
  - البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات
  - توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
  - فهم التجارة الإلكترونية
  - توفر الأطر الضرورية لمعاملات الأمانة عبر الإنترنت
  - توفر مزودي خدمات الدعم
  - توفر الشهوية الإلكترونية لتعامل بالتجارة الإلكترونية
  - توفر البيانات والإحصاءات
  - توفر ثقافة الابتكار
  - المساواة بين الجنسين
  - مهارات تكنولوجيا المعلومات لدى رواد الأعمال أو توفر عمالة ماهرة
- اعداد: وزارة الصناعة والتجارة والتموين/ تقرير تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية

## الاستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية

تحديث البنية التحتية الرقمية وتحسين  
إتاحة إمكانية للتجارة الإلكترونية

قناة مهمة لتعزيز وتطوير الصادرات  
الأجنبية، وتعزيز تنمية المنشآت  
الصغيرة والمتوسطة من خلال اعتماد  
تطبيقات التقنيات وتوقير الحوافز

أن يصبح الأردن أحد أسرع مراكز  
التجارة الإلكترونية وتجارة الخدمات  
عبر الإنترنت سواء في أسواق منطقة  
الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

الرؤية

تجارة إلكترونية مزدهرة تحفز الاقتصاد وضمان مساندة التنمية أكثر استدامة وشمولية

السياسة الاستراتيجية للتحول الرقمي للاستراتيجية (ثلاث مراحل خلال فترة زمنية مدتها 10 سنوات)



إضفاء طابع وطني  
للتجارة الإلكترونية

الهيئة العليا

برئاسة  
وزارة الصناعة والتجارة والتعاون

التجارة  
إلكترونية

الهيئة العامة للغذاء والدواء  
إلكترونياً

الهيئة العامة للغذاء والدواء  
إلكترونياً

- إنشاء آلية تنسيق وطنية خاصة بالتجارة الإلكترونية.
- إطلاق مشاريع تجريبية في المجالات ذات الأولوية من أجل تعزيز القدرة التنافسية.
- مراجعة الإطار القانوني والتنظيمي الحالي لخلق بيئة مكنة للتجارة الإلكترونية في الأردن.

ستبني هذه المرحلة على النتائج التي تحققت في المرحلة الأولى وتركز على بناء ميزة تنافسية في التجارة الإلكترونية في المنطقة.

- وضع رؤية جديدة طويلة الأمد للتجارة الإلكترونية.
- التكيف مع تقنيات التجارة الإلكترونية المستجدة وإجراء التغييرات اللازمة في وقت مبكر.
- جعل الأردن من أسرع مراكز التجارة الإلكترونية نمواً في المنطقة.

## الاستراتيجية...

- المحور الأول: البنية التحتية وخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
- المحور الثاني: لوجستيات التجارة وتسهيل التجارة
- المحور الثالث: حلول الدفع
- المحور الرابع: الأطر القانونية والتنظيمية
- المحور الخامس: تنمية المهارات في التجارة الإلكترونية
- المحور السادس: الحصول على التمويل

## الاستراتيجية... المرحلة الأولى (2023-2025)... الأهداف الإستراتيجية، النتائج المتوقعة والأهداف





## الاستراتيجية... الفريق الوطني للتجارة الالكترونية في الأردن

### القطاع الأكاديمي والمجتمع المدني

- مجلس الجامعات الحكومية
- مجلس الجامعات الخاصة
- معلمين عن بيوت المجتمع المدني

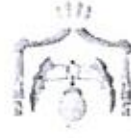
### القطاع الخاص

- غرفة تجارة الأردن
- غرفة صناعة الأردن
- جمعية رجال الأعمال الأردنيين
- جمعية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأردنية
- لجنة الموجهة الأردنية
- شركة بيت التصدير

### القطاع العام

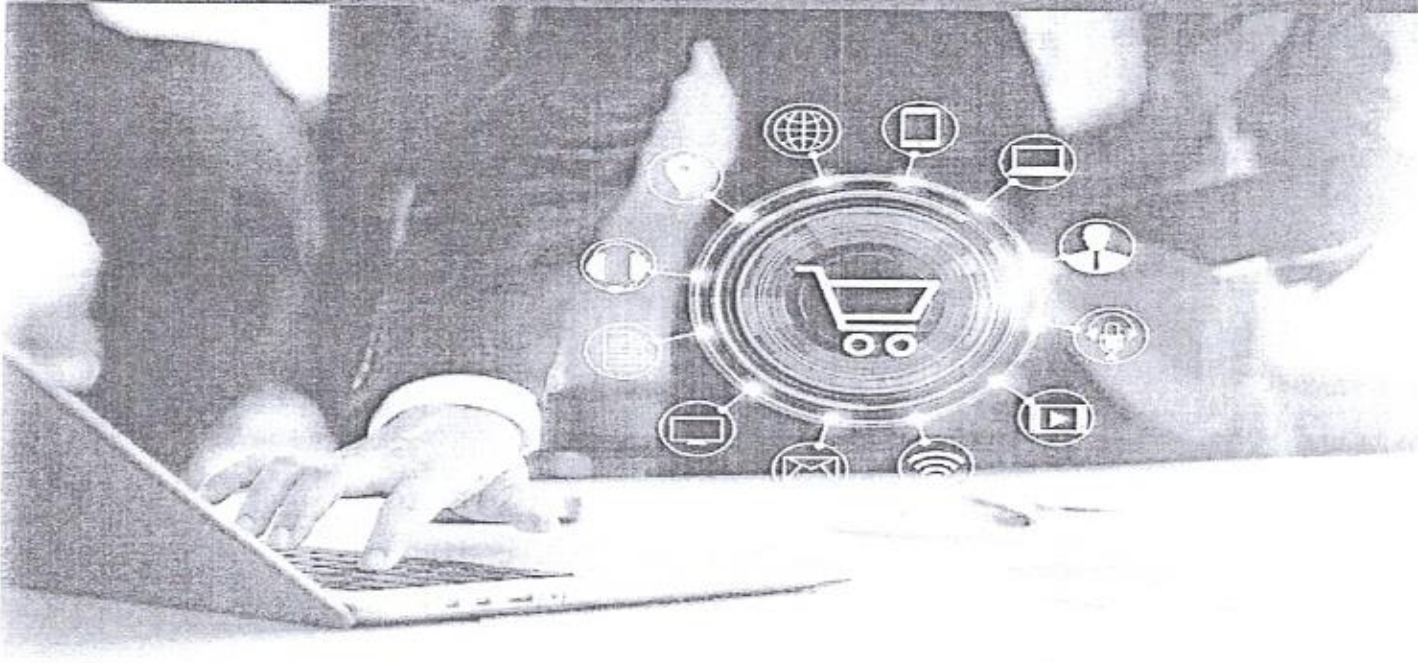
- وزارة الصناعة والتجارة والتموين
- وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة
- وزارة المالية/ دائرة ضريبة الدخل والمبيعات
- وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
- وزارة النقل
- بنك المركزي الأردني
- هيئة تنظيم قطاع الاتصالات
- المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية
- دائرة الاحصاءات العامة
- شركة البريد الأردني
- دائرة الجمارك الأردنية

وزارة الصناعة والتجارة والتموين  
المملكة الأردنية الهاشمية



## الإستراتيجية الوطنية

### للتجارة الإلكترونية



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



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 الأردن
7	السياسات الوطنية الأخرى ذات الصلة
7	1.2 تحليل الواقع الحالي
9	بين الأردن الآن
10	التحليل القطاعي
12	المتطلبات الرئيسية لتعمية التجارة الإلكترونية في الأردن
12	2. الإطار الاستراتيجي
12	الرؤية
12	الهدف العشري للاستراتيجية
13	السياسات الإستراتيجية
14	النهج الإستراتيجي والحدود الزمني للاستراتيجية
14	المرحلة الأولى: الأهداف الإستراتيجية والإجراءات ذات الأولوية
17	3. خطة العمل 2023
24	4. إدارة التنفيذ وتجهيز الموارد
4	الشكل (1): العوامل الممكنة لتحليل 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
11	الجدول (1): تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات المتعلقة بتعمية التجارة الإلكترونية في الأردن
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
26	الملحق (1): الملخصات
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 لتريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية
37	الملحق (5): قائمة باللقاءات والشركاء وأصحاب العلاقة

إن الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية وخطّة العمل المنبثقة عنها هي علامة فارقة وخطوة 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، والإنتتاح على الأسواق العالمية وتوسيع آفاق وفرص العمل للكثيرين، ولا سيما شريحة الشباب. تجسد هذه الإستراتيجية إتزام الحكومة ضمن رؤية التحديث الإقتصادي والتي تسلط الضوء على تطورات مستقبل الأردن والمنتملة برؤية صاحب الجلالة الملك عبد الله الثاني ابن الحسين "تريده 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 الففر 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 نعزّز ونفخر بأن هذه الإستراتيجية وخطّة العمل المنبثقة عنها جاءت نتاجاً للمشاورات والاجتماعات الوطنية الموسعة والتي شملت كافة الشركاء المحليين من مختلف القطاعات والمؤسسات وشركاء التنمية الدوليين. وننتطلع 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 وخطّة العمل المنبثقة عنها وما سبقها في إعداد تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية في الأردن. كما نتقدم بالشكر والإمتنان إلى الوزارة الاتحادية الألمانية للتعاون الإقتصادي والتنمية ومكلة 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 نموًا 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 الرئيسية 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 محليًا وعالميًا.
- 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:

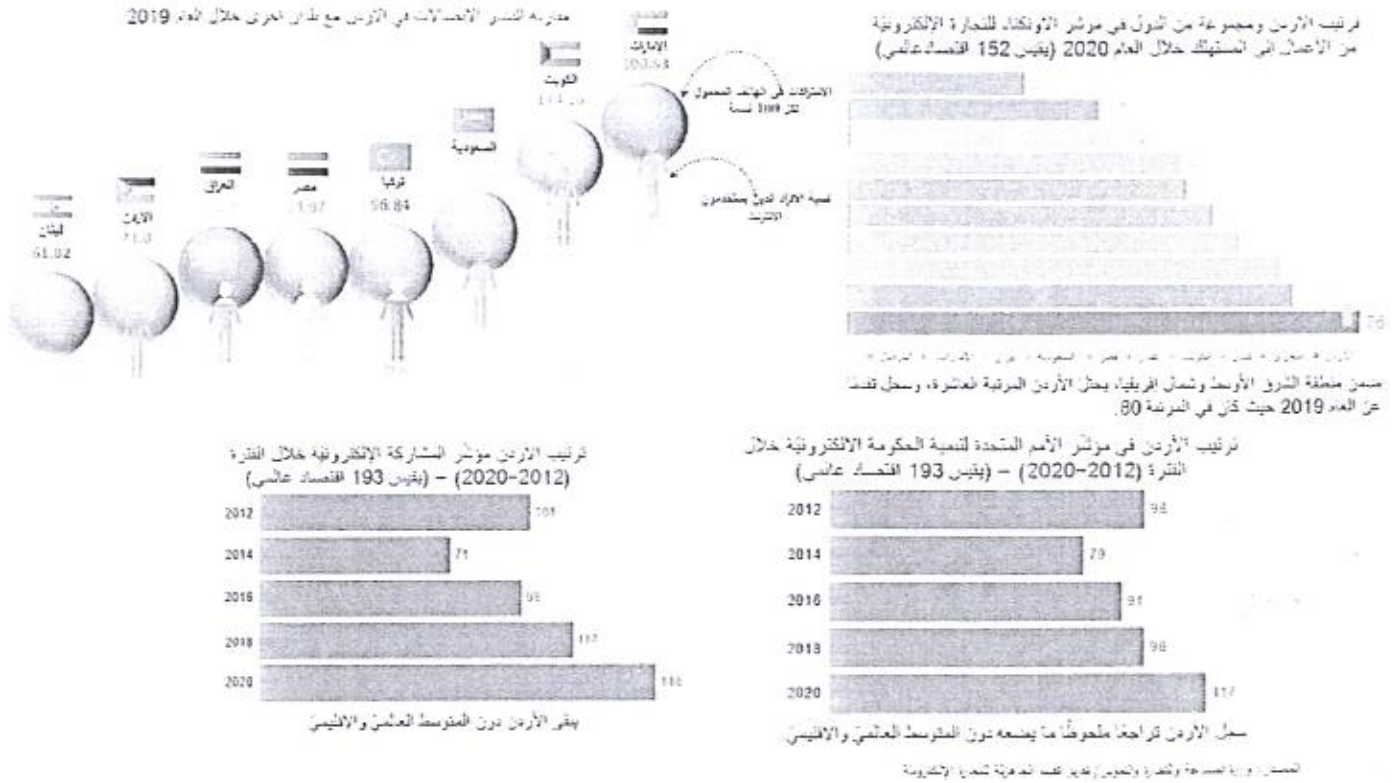
تتضمن الإستراتيجية إنشاء فريق عمل وطني للتجارة الإلكترونية يتشكل من لجنة عليا ومجموعات فنية بالإضافة إلى وحدة متخصصة معنية بالتجارة الإلكترونية في وزارة الصناعة والتجارة والتموين لتشكيل السكرتاريا للفريق الوطني للتجارة الإلكترونية. يوفر فريق العمل الوطني للتجارة الإلكترونية إطار مؤسسي وألية تنسيق قوية لضمان التنفيذ والمتابعة الفاعلة والشمولية للإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية وخطط عملها الحالية والمستقبلية. سيضم 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 للمنتج والمساعدات المحلية بين الأطراف الفاعلة وشركاء التنمية المعنيين في قطاع التجارة الإلكترونية لضمان الترابط والتنسيق في برامج التدخلات.



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 مواعاة خططهم والعمل بشكل متكامل نحو تحقيق أهدافها. تقوم رؤية التحديث الاقتصادي على ركيزتين وهدفين استراتيجيين:

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



(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 عاملا مهما 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 رئيسة 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، وخصوصاً 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:

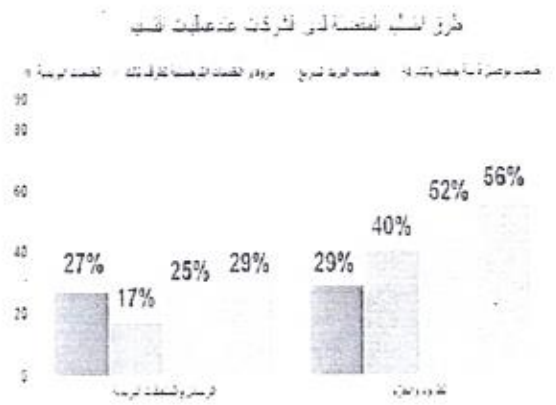
يوجد في الأردن حوالي 156000 شركة مسجلة، 98% منها هي شركات صغيرة ومتوسطة وكون عدد كبير من تلك الشركات يرغب بالتوسع والتصدير لأسواق تقليدية وغير تقليدية إلا أن عدد قليل من الشركات فقط تمكنت من الوصول والترويج لتلك الأسواق، وعليه فإن التجارة الإلكترونية مع التقدم الكبير في التكنولوجيا والتجارة الإلكترونية، 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 الكيميائية (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،



(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



المصدر: هيئة تنظيم قطاع الاتصالات، وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، وزارة الصناعة والتجارة والعمالة والمهارة، تقرير تقييم جاهزية الأردن للتجارة الإلكترونية

#### 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.

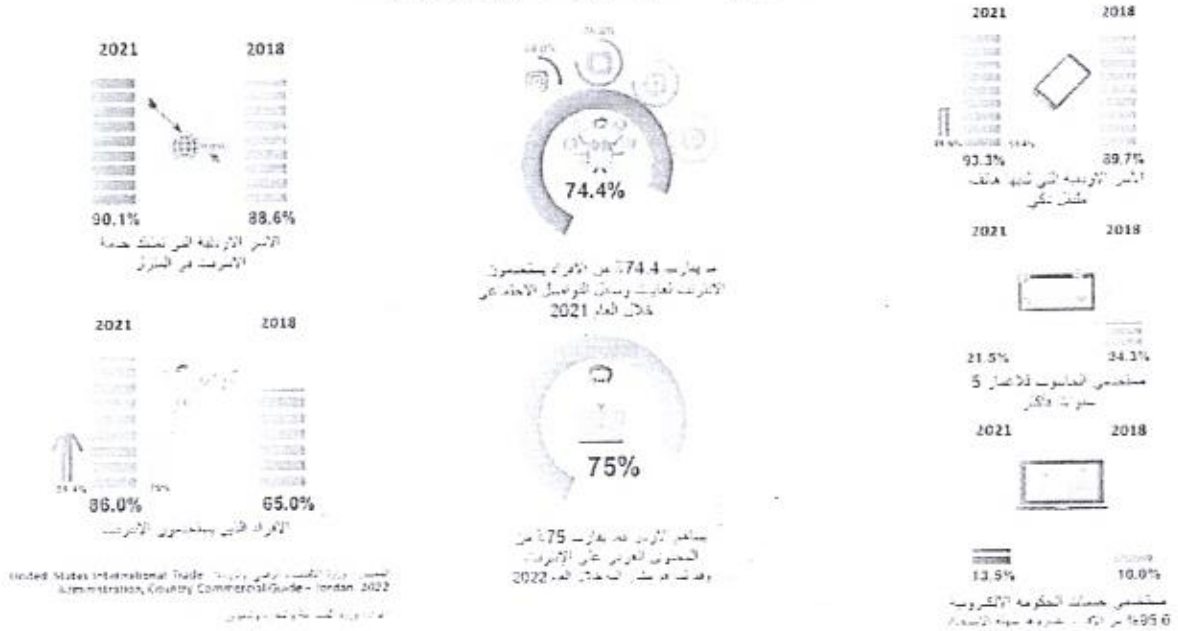
تستند المعلومات الواردة في التقييم إلى بيانات نوعية وكمية جُمعت من:

(1) البحث المكتبي.

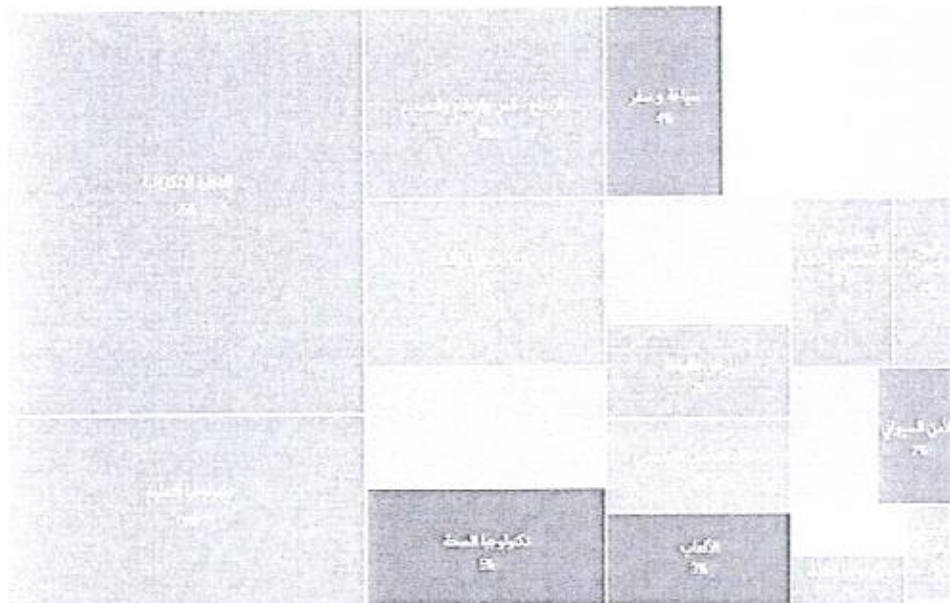


- (2) الردود على الاستبيانات الثلاثة التي تمت عبر الإنترنت (الموجهة إلى القطاعين العام والخاص وإلى المستفيدين).
- (3) نتائج المشاورات الوطنية مع أصحاب العلاقة المتعددين والمشاورات الثنائية.
- (4) إسهامات محددة قدمها فريق "التجارة الإلكترونية للجميع" وشركاء التنمية. يشمل الملحق (2) ملخصاً للنتائج والتوصيات 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 الإلكترونية:<sup>6</sup>



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

أكبر قطاع فرعي بواقع 52 شركة ناشئة.<sup>6</sup> 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.
- إحصاء 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 الانترنت لأن 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 و 2022 بالإضافة إلى تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية في الأردن. يشتمل هذا الجزء على تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية لضمان التنمية المستدامة والنمو الاقتصادي في البلاد.

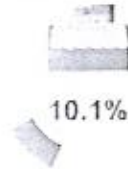
#### الشكل (6): التجارة الإلكترونية

إجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية في الأردن 662 مليون دولار خلال 2017.

قيمة المشتريات الأردنية عبر التجارة الإلكترونية 150 مليون د.أ خلال 2018.

حجم واردات الأردن خلال العام 2018 من خلال التجارة الإلكترونية 300 مليون د.أ.

خلال العام 2021 ما يقارب 10.1% من الإفراد استخدموا الإنترنت لغايات شراء البضائع والخدمات (التجارة الإلكترونية)



التوزيع السنوي للإنفاق عبر الإنترنت في الأردن خلال العام 2021 حسب فئات متوسط الأعمار المحصول عن خدمة أو خدمة من خلال الإنترنت

9.2%



- أقل من 50 دينار
- 50-100 دينار
- 100-500 دينار
- 500 دينار فأكثر
- لا تعرف

النسبة المئوية للأفراد من سن 18 و 24 استخدمت خدمات عبر الإنترنت

77.3%

77.3%

77.3%

77.3%

77.3%

77.3%

77.3%

77.3%

77.3%

77.3%

77.3%

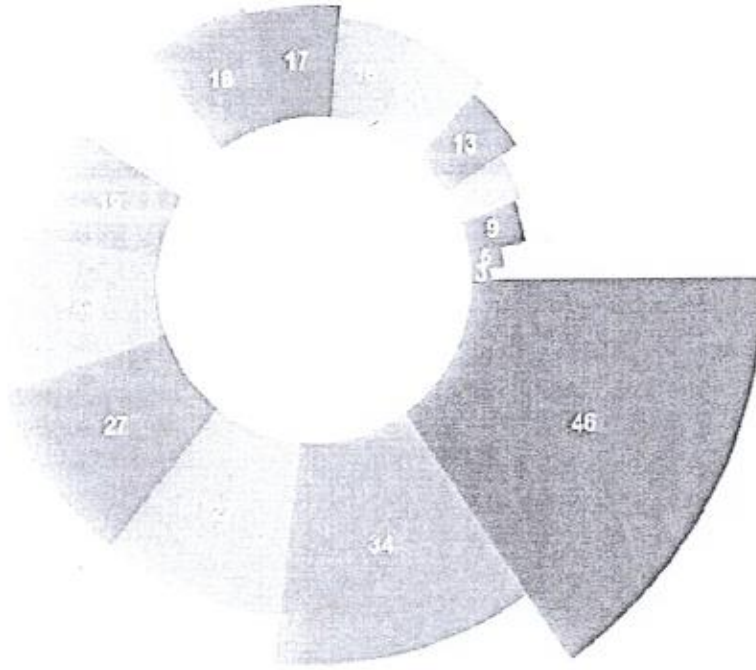
المصدر: وزارة الاقتصاد الرقمي وريادة الأعمال، وزارة الصحة والعمل والشؤون الاجتماعية، تقرير تقييم جاهزية الأردن للتجارة الإلكترونية

<sup>6</sup> ورسالة حيازة شركات الناشئة وأصيل العمود (2021) دولة صليب البحر 375 شركة ناشئة ضمن 21 قطاعاً رئيسياً، تقرير تقييم جاهزية الأردن للتجارة الإلكترونية

الجدول (1): تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات المتعلقة بتنمية التجارة الإلكترونية في الأردن

نقاط القوة	نقاط الضعف
<ul style="list-style-type: none"> <li>• يمتلك الأردن مستويات ملائمة من الجاهزية الرقمية ومهارات برمجية قوية والتي يمكن اعتبارها كمحفزات لتطوير التجارة الإلكترونية في الأردن.</li> <li>• الموقع الاستراتيجي للأردن بين الشرق والغرب.</li> <li>• تقوم الجمارك الأردنية بشكل مستمر بتحديث نسخها الوطنية من النظام الآلي للبيانات الجمركية ASYCUDA.</li> <li>• يمتلك الأردن العديد من اتفاقيات التجارة الحرة.</li> <li>• تتوفر في الأردن شبكات الاتصال المتقدمة من الجيل الثالث والجيل الرابع (G3,G4) وبحلول عام 2023 ستوفر خدمة الشبكات للجيل الخامس (G5).</li> <li>• بعض شركات التجارة الإلكترونية العالمية قامت بتأسيس وفتح مكاتب إقليمية وتجارية في الأردن (مثل أمازون)</li> <li>• توفر نظام دفع إلكتروني متطور بالأردن</li> <li>• يعتبر قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من القطاعات المتطورة في الأردن وفي غضون 3-4 سنوات القادمة سيتم تغطية جميع المدن في الأردن بخدمة الفايبر (Fiber Optic).</li> <li>• هناك تطورات جوهرية على القطاع المالي في الأردن</li> <li>• الاستقرار السياسي والأمني بالأردن يعتبر بيئة جاذبة للاستثمار.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• الإطار القانوني والتنظيمي الحالي غير كاف لتطوير التجارة الإلكترونية وغير كاف لحماية المستهلكين والبائعين عبر الإنترنت</li> <li>• محدودية الإحصاءات والبيانات الوطنية بشأن التجارة الإلكترونية في الأردن</li> <li>• التنسيق والتكامل المحدود بين الجهات الفاعلة على المستويات العليا فيما يتعلق في التجارة الإلكترونية</li> <li>• محدودية الحوار بين القطاعين العام والخاص بشأن سياسات وأنظمة التجارة الإلكترونية ولا سيما بشأن الآليات الضريبية</li> <li>• عدم كفاية التشريعات النافذة للتجارة الإلكترونية</li> <li>• 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</li> <li>• القدرة المحدودة لمؤسسات دعم التجارة وعدم وجود حاضنات متخصصة أو برامج تسريع لأصحاب المشاريع في مجال التجارة الإلكترونية</li> <li>• محدودية الإمكانيات لدى مؤسسات التمويل الأصغر على توفير منتجات مبتكرة ومصممة خصيصاً لمنظمي المشاريع والريادين في مجال التجارة الإلكترونية</li> <li>• ارتفاع تكاليف التوصيل والتسليم بالأردن</li> <li>• الارتفاع النسبي لتكلفة خدمات الإنترنت في الأردن</li> </ul>
المواطن المتاح	التحديات
<ul style="list-style-type: none"> <li>• يشكل الشباب الشريحة الأكبر من سكان الأردن حيث تمتاز هذه الفئة بالخبرة التقنية والقدرة على التعامل واستخدام التكنولوجيا بشكل عام</li> <li>• هناك تزايد ملحوظ في الشراء الإلكتروني من قبل الافراد</li> <li>• وجود مبادرات مستمرة لإنشاء مدينة/مركز للتجارة الإلكترونية في العقبة</li> <li>• تبني رؤية التحديث الاقتصادي للتجارة الإلكترونية كإحدى محركات النمو الاقتصادي</li> <li>• الزيادة في استخدام المحافظ الإلكترونية وبطاقات الائتمان من قبل الافراد منذ جائحة كورونا</li> <li>• تقوم الجامعات الأردنية حالياً بإدخال برامج جديدة للتجارة الإلكترونية والتكنولوجيا</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• عدم امتلاك خريجي الجامعات إلى المهارات والمواهب التي يحتاجها القطاع الخاص والقطاعات الرقمية ذات الصلة</li> <li>• التعديلات المستمرة على ضرائب التجارة الإلكترونية أو رسوم الخدمات الجمركية المفروضة تشكل قدراً كبيراً من عدم اليقين للمستثمرين.</li> <li>• محدودية الوصول إلى المواهب الأجنبية، حيث انها مقيدة بتصاريح خاصة تستند إلى اختبار للاحتياجات الاقتصادية.</li> <li>• عدم وجود بنود متعلقة بالتجارة الإلكترونية في مشروع قانون الجودة وحماية المستهلك (الذي يتضمن ويحل محل قانون حماية المستهلك).</li> <li>• وجود فجوة بين الخدمات المقدمة في المدن الرئيسية والمناطق الريفية</li> <li>• طول الفترة اللازمة لاعداد وسن التشريعات</li> </ul>

الشكل أدناه أهم يمثل المتطلبات الرئيسية لتنمية التجارة الإلكترونية في الأردن (%):<sup>7</sup>



- 1. دعم حكومي رفيع المستوى
- 2. انخفاض تكلفة الشحن
- 3. التنسيق بين المؤسسات
- 4. المعايير التوجيهية وتسهيل التجارة عبر الحدود
- 5. الإطار التشريعي
- 6. طرق الدفع المستخدمة في التجارة الإلكترونية
- 7. البنية التحتية المناسبة للمعلومات والاتصالات
- 8. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 9. فهم التجارة الإلكترونية
- 10. توفر البنية التحتية المناسبة للمعلومات والاتصالات
- 11. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 12. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 13. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 14. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 15. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 16. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 17. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 18. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 19. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 20. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 21. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 22. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 23. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 24. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 25. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 26. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 27. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 28. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 29. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 30. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 31. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 32. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 33. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 34. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 35. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 36. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 37. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 38. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 39. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 40. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 41. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 42. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 43. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 44. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 45. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 46. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 47. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 48. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 49. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة
- 50. توفر رؤية أو استراتيجية وطنية واضحة

## 2. الإطار الاستراتيجي

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 وتوفير خطة تشغيلية لتنفيذ هذه الإجراءات. ومن خلال نهج استشاري 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.

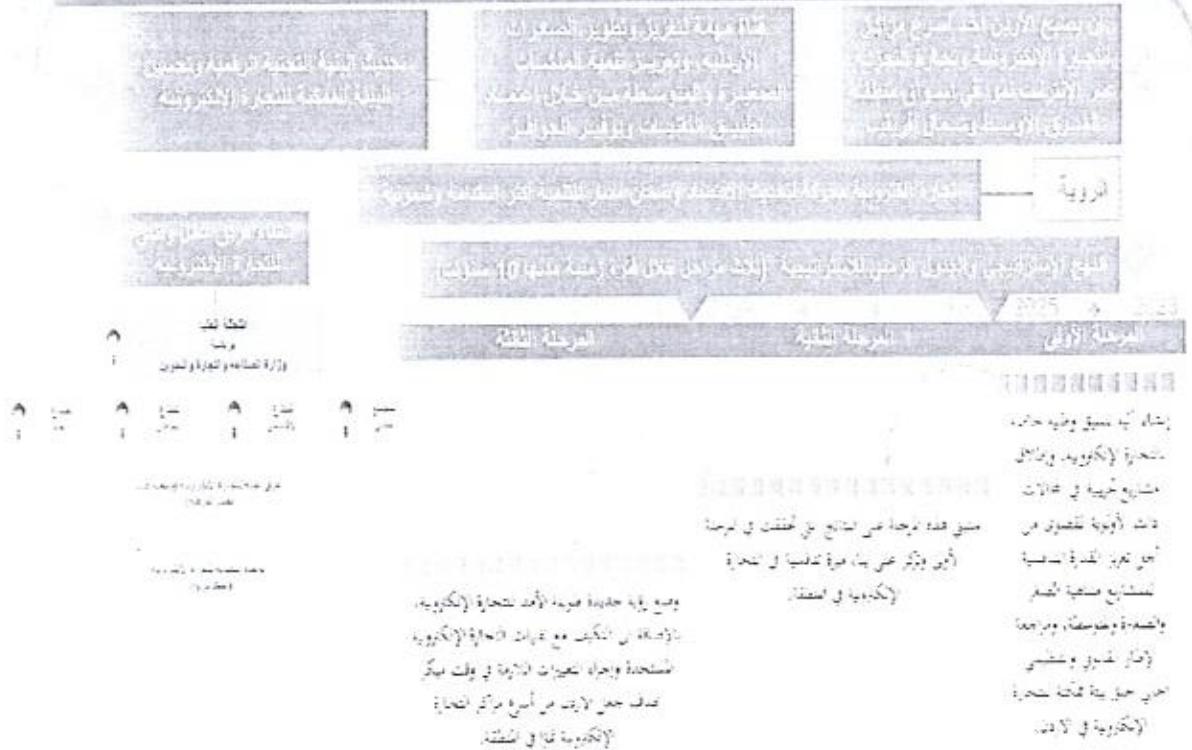
الهدف العشري للاستراتيجية:

أن تصبح الأردن أحد المراكز الأسرع 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 الأردن 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.

<sup>7</sup> العوامل الأكثر مبيدة 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 الاستراتيجية:

- **استراتيجية عملية:** اتبعت صياغة الاستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية نهجاً تصاعدياً 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 وتشرين 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 التصوي والتي تم تحديدها من قبل الشركاء ومن ثم مراجعتها في الاستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية، بما يتماشى مع أهداف رؤية التحديث الاقتصادي والسياسات القطاعية والوطنية الأخرى ذات الصلة.
- **المرونة والقدرة على التكيف:** سيتم تحقيق الاستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية من خلال نهج استراتيجي يعتمد على تطوير ومراجعة خطط العمل والأهداف بشكل سنوي وذلك لتأخذ بعين الاعتبار التغييرات السريعة في الاقتصاد الرقمي بشكل خاص وبيئة الأعمال بشكل عام.
- **استراتيجية مبنية على المعرفة:** تم تطوير الاستراتيجية على أساس الأدلة والمعلومات التي تم جمعها واستخلاصها من نتائج تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية في الأردن.
- **النهج تشاركي:** إن الاستراتيجية هي نتيجة لعملية تشارورية وتشاركية واسعة شملت كافة أصحاب العلاقة على المستوى الوطني وشركاء التنمية الدوليين.

▪ مواءمة واتساق قوي 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 بناء على النتائج التي تحققت في المرحلة (المرحلة 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 المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، ومراجعة الإطار القانوني والتنظيمي الحالي لخلق بيئة ممكنة للتجارة الإلكترونية في الأردن.

➤ 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 إلى التكيف مع تقنيات التجارة الإلكترونية المتسجدة وإجراء التغييرات اللازمة في وقت مبكر بهدف جعل الأردن 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 الإستراتيجي الأول: خلق بيئة ممكنة للتجارة الإلكترونية جاذبة للاستثمار ولممارسة الأعمال في الأردن، وقادرة على خلق فرص مدرة للدخل للمواطنين.

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

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

الجدول (2): الأهداف الإستراتيجية، النتائج المتوقعة والأهداف (2025-2023) <sup>8</sup>

الاهداف الاستراتيجية	مؤشرات الأداء الرئيسية مؤشر النتائج	الاهداف 2025-2023	وسائل التحقق
الهدف الاستراتيجي الأول: خلق بيئة مهيأة للتجارة الإلكترونية جاذبة للاستثمار وللممارسة الأعمال في الأردن، وقادرة على خلق فرص مفرحة للدخل للمواطنين.	عدد الاستثمارات الجديدة التي تم انشائها في قطاع التجارة الإلكترونية (يوجد الآن حوالي 100 شركة بحسب دراسة خريطة الشركات الناشئة الأردنية وتحديثها 2021)	50	سجلات مسجل الشركات لوزارة الصناعة والتجارة والتموين. سجلات وزارة الاستثمار.
	نسبة الشركات الناشئة في قطاع التجارة الإلكترونية من إجمالي الشركات الناشئة المبنية على التكنولوجيا. (26% من إجمالي الشركات بحسب دراسة خريطة الشركات الناشئة الأردنية وتحديثها 2021)	30%	إحصاءات دائرة الإحصاءات العامة. التقارير الخاصة بمسح الشركات بحسب دراسة خريطة الشركات الناشئة الأردنية وتحديثها/ إنتاج.
الهدف الاستراتيجي الثاني: تعزيز القدرة التنافسية للمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال من خلال استخدام حلول التجارة الإلكترونية والتقنيات الحديثة للتوسع محلياً وعالمياً.	نسبة المستهلكين الذين أعربوا عن تقديم في استخدام التجارة الإلكترونية	30%	مسح سنوي حول استخدام المستهلكين للتجارة الإلكترونية.
	نسبة المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة التي تستخدم منصة المعلومات الوطنية/قاعدة البيانات وتشير إلى أن المعلومات المتوفرة على المنصة مفيدة لتطوير أو تحسين حلول التجارة الإلكترونية الخاصة بهم.	40%	مسح سنوي حول استخدام الشركات متناهية الصغر والصغير والمتوسطة لحلول التجارة الإلكترونية.
الهدف الاستراتيجي الثالث: تسهيل التجارة وتعزيز القدرة التنافسية لقطاع الخدمات اللوجستية.	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 د: عدد الشركات التي تم دعمها لتطوير السوق المحلي خ: عدد الشركات التي تم دعمها في أسواق التسمير، ليتم إضافة الأثر غير مباشر	2550 + (5*20) + (220*5) + (90*5) 30% نساء	تقارير المتابعة والتقييم للمشاريع التطويرية الخاصة بالتجارة الإلكترونية تقارير دائرة الإحصاءات العامة.
	نسبة الصادرات عبر التجارة الإلكترونية	6%	إحصاءات التجارة الخارجية لدائرة الإحصاءات العامة. تقارير الجمارك الأردنية. مسح سنوي حول استخدام الشركات متناهية الصغر والصغير والمتوسطة لحلول التجارة الإلكترونية.
	نسبة التجارة الإلكترونية من إجمالي حجم التجارة	12%	إحصاءات التجارة الخارجية لدائرة الإحصاءات العامة. تقارير الجمارك الأردنية. مسح سنوي حول استخدام الشركات متناهية الصغر والصغير والمتوسطة لحلول التجارة الإلكترونية.
	نسبة الشركات التي تستخدم حلول التجارة الإلكترونية من إجمالي الشركات (15% بحسب (go-globe) في منطقة الشرق الأوسط)	30%	تقارير دائرة الإحصاءات العامة.
	نسبة الأفراد (18 عام فما فوق) التي تفيد إلى زيادة في المعرفة الأمر الذي يدفعهم إلى الشراء عبر الإنترنت	60%	مسح سنوي حول استخدام المستهلكين للتجارة الإلكترونية.
	نسبة الأفراد (18 عام فما فوق) الذين اشتركوا عبر الإنترنت مرة واحدة على الأقل في السنة <a href="https://www.go-globe.com/ecommerce-in-jordan-infographic/">https://www.go-globe.com/ecommerce-in-jordan-infographic/</a> حالياً 27.6% (2021) بحسب Statista نسبة انتشار مستخدمي التجارة الإلكترونية في عام 2021 (34% في الأردن، 80.2% في السعودية، 69% في الإمارات بحسب (go-global.ae))	45%	مسح سنوي حول استخدام المستهلكين للتجارة الإلكترونية.
	نسبة رواد الأعمال في قطاع التجارة الإلكترونية الذين حصلوا على تمويل من أي مؤسسة مالية. 46% بحسب دراسة خريطة الشركات الناشئة الأردنية وتحديثها	55% 30% منهن نساء	مسح سنوي حول استخدام الشركات متناهية الصغر والصغير والمتوسطة لحلول التجارة الإلكترونية. التقارير الخاصة بمسح الشركات بحسب دراسة خريطة الشركات الناشئة الأردنية وتحديثها/ إنتاج.
	المرتبة ضمن مؤشر الأداء اللوجستي (LPI) (احتل الأردن المرتبة 84 في إصدار 2018، الإمارات في المرتبة 11)	مرتبة الأردن بين أفضل 50 دولة	تقرير مؤشر الأداء اللوجستي (LPI)
	معامل الأداء بحسب "استبيان الأمم المتحدة الشامل حول تسهيل التجارة الرقمي والاستثمار" الأردن 70.97 عام (2021)، يفوق المعدل الوسطي لدول الإسكوا والبالغ 55.09، البحرين 81.72%، السعودية 84.9%	80	تقرير "استبيان الأمم المتحدة الشامل حول تسهيل التجارة الرقمي والاستثمار"
	المؤشر المتكامل للتنمية البريئة (2IPD) الأردن: في المرتبة الرابعة على مستوى المنور البريئة ضمن المؤشر المتكامل للتنمية البريئة ضمن مؤشرات المنور البريئة (7-8-9-10): إسرائيل في المرتبة 7 ضمن مؤشرات المنور البريئة (5-6): الإمارات ومصر في المرتبة 5، السعودية في المرتبة 6 ضمن مؤشرات المنور البريئة (3-4): الأردن في المرتبة 4، البحرين في المرتبة 3 ضمن المستوى 2: العراق ضمن المستوى 1: الكويت	6	تقرير المؤشر المتكامل للتنمية البريئة (2IPD)

لقد حدد تغيير الحاجة لتجارة إلكترونية نذرة البيانات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية في الأردن على أنه تحد رئيسي والذي حد من القدرة على تحديد خطوط الأساس للمؤشرات ووسائل التحقق في الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية. الأمر الذي يستدعي إنشاء قاعدة بيانات مبنية على أسس ومرجعيات عملية من أجل جمع المعلومات ذات الصلة وضمان التنفيذ الفعال ورسد 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 الأخذ بعين الاعتبار أولويات التجارة الإلكترونية المستجدة في الأردن. 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 ممتعة للتجارة الإلكترونية جاذبة للاستثمار والممارسة الأعمال في الأردن وقادرة على خلق فرص مدرة للدخل للمواطنين	
2025-2024	2023
<b>مجال السياسة (1.1): لوائح وقوانين قادرة على خلق بيئة أعمال منافسة</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>متابعة واستكمال العمل على تحديث وتطوير على التشريعات ذات الأولوية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية</li> <li>تقديم خدمات الحكومة الإلكترونية بنسبة 100%</li> <li>تصميم وتوفير برنامج بناء قدرات للعاملين في القطاع العام، بما في ذلك القضاة وصانعي السياسات.</li> <li>إطلاق حوافز مالية لرواد الأعمال والمشتريين الذين يعتمدون على خدمات الدفع الإلكتروني.</li> <li>دراسة الحاجة إلى اعتماد تشريعات خاصة تدعم خلق بيئة مؤاتية للشركات الناشئة</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>تحديث وتطوير واستكمال العمل على التشريعات ذات الأولوية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية</li> </ul>
<b>مجال السياسة (1.2): الإحصاءات الوطنية وصياغة السياسات المبنية على المعرفة</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>تطوير نظام جمع ونشر الإحصاءات الوطنية لتشمل بيانات دقيقة عن قطاع التجارة الإلكترونية وقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومواءمتها بما يتماشى مع المعايير الدولية.</li> <li>إنشاء منصة وطنية عبر الإنترنت/ قاعدة بيانات تشمل توفر محطة واحدة حول المعلومات والإحصاءات والمشاريع المتعلقة بالتجارة الإلكترونية</li> </ul>
الهدف الاستراتيجي (2): تعزيز القدرة التنافسية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال من خلال استخدام حلول التجارة الإلكترونية والتكاملات الحديثة للتوسع محلياً وعالمياً	
2025-2024	2023
<b>مجال السياسة (2.1): تطوير السوق؛ بناء قدرة الشركات الأردنية متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة على استخدام حلول التجارة الإلكترونية</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>تطوير السياسات والمتطلبات اللازمة للتحفيز على تأسيس صناديق رأسمال استثماري وشركات لتوفير تمويل قائم على أساس الأسهم.</li> <li>تطوير برامج دعم للشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، ولرواد الأعمال، بغية حصولهم على قروض بدون فائدة، وعلى تمويل لصادراتهم ودعم لتكاليفهم التشغيلية.</li> <li>مراجعة المتطلبات والاجراءات للمبتدئين الاجانب ذوي المهارات الأساسية في التجارة الإلكترونية بغية توفير خدماتهم للشركات الأردنية والجامعات والحاضنات وغيرها، والتوصية بشروط أكثر فاعلية ونجاحة.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>تصميم وتنفيذ مشاريع خاصة بزيادة استخدام الشركات المصنعة الأردنية لحلول التجارة الإلكترونية للتوسع محلياً واختراق الأسواق الدولية</li> </ul>
<b>مجال السياسة (2.2): تسريع نمو الاستثمارات الجديدة ورواد الاعمال في مجال التجارة الإلكترونية</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>إرساء معايير فنية ومهنية للحاضنات والمسرعات ومقدمي خدمات استشارات الأعمال ومؤسسات دعم التجارة التي تقدم خدمات للشركات الناشئة في قطاع التجارة الإلكترونية. تصميم برامج لبناء قدراتها وفقاً للمعايير الموضوعية.</li> <li>تحسين عملية تسجيل الأعمال التجارية لشركات التجارة الإلكترونية، ولا سيما للشركات الناشئة ورائدات الأعمال. وتوفير حوافز للتسجيل.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>إنشاء مسرعة أعمال مكرسة للشركات الناشئة في التجارة الإلكترونية.</li> <li>تصميم وتنفيذ تدريب متخصص لرواد الأعمال</li> <li>تصميم وتنفيذ برنامج بناء قدرات لدعم مؤسسات التمويل الأصغر في تصميم منتجات خاصة ومبتكرة لرواد الأعمال في التجارة الإلكترونية.</li> </ul>
<b>مجال السياسة (2.3): رفع مستوى الوعي بفوائد التجارة الإلكترونية من أجل التنمية</b>	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• إطلاق برنامج توعية حول التجارة الإلكترونية للمستهلكين والشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة</li> <li>• تنظيم معارض التوظيف والمؤتمرات الخاصة بالتجارة الإلكترونية</li> </ul>
الهدف الإستراتيجي (5): تسهيل التجارة وتعزيز القدرة التنافسية لقطاع الخدمات اللوجستية	
2024-2025	2023
<b>مجال السياسة (3.1): تنافسية لوجستيات التجارة</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• إنشاء مدينة (مركز) للتجارة الإلكترونية</li> <li>• دراسة جدوى نماذج العمل المعتمدة في شركة "البريد الأردني" بناء على تقييم لاستراتيجية شركة "البريد الأردني" والاهداف والنتائج المتحققة.</li> <li>• اجراء تقييم شامل لمؤشرات "تسهيل التجارة الرقمي والمستدام"</li> <li>• 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• تطوير استراتيجية لتطوير وتعزيز القدرة التنافسية لقطاع الخدمات اللوجستية في مجال التجارة الإلكترونية.</li> <li>• تصميم وتنفيذ مبادرات عمودية في قطاع اللوجستيات التجارية، بما في ذلك إنشاء مراكز متخصصة لمصادر التجارة الإلكترونية الأردنية في اسواق استراتيجية ذات أولوية.</li> </ul>

### 3. خطة العمل 2023

تهدف خطة العمل إلى توفير أداة تشغيلية لتتسيق وتنفيذ الإجراءات ذات الأولوية القصوى المحددة لعام 2023 والتي تم اختيارها بناءً على نتائج وتوصيات تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية في الأردن (مصفوفة 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 واتساقها 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

رقم الميزانية (2023)

الرقم	الهدف	المسؤول	العملية	الوقت	النتيجة	مؤشرات الأداء
خلق بيئة مواتية للتجارة الإلكترونية جاذبة للاستثمار، وقادرة على خلق فرص مدرة للدخل للمواطنين وللممارسة الأعمال في الأردن.						SO 1 PA 1.1
لوائح وفوائد قادرة على خلق بيئة أعمال منافسة						
40000	وزارة المالية/الجمارك/الضريبية، 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 الليبقات والخصوصية ومقترح لاهداف وبنود تشريعات خاصة بالتجارة الإلكترونية بنهاى على الدراسة. مصفوفة التغييرات والمقترحات تهدف لتسكين التجارة الإلكترونية وتعكس وتقارن المقترحات مع أفضل الممارسات الدولية	الربيع الثاني 2023	إجراء دراسة تقييم شامله لتشريعات التجارة الإلكترونية والبيئة التنظيمية الحالية ودراسة تأثيرها على تسكين التجارة الإلكترونية على المستوى الوطني	
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 تسكين وجود بيئة محفزة للتجارة الإلكترونية.	الربيع الرابع 2023	تصميم التبة ضريبية على التجارة الإلكترونية وتنفيذها، وتضمينها رسوما جمركية وإجراءات قائمة على هدف وطني محدد للتجارة الإلكترونية، وإجراء "تقييم الأثر قانوني".	تحديث وتطوير واستكمال العمل على التشريعات ذات الأولوية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية
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.	الربيع الأول 2024	اصدار التشريعات الخاصة للتجارة الإلكترونية تعمل على تشجيع الابتكار ونمو قطاع التجارة الإلكترونية.	A 1.1.1
	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 والتفويض JoPACC	البنك المركزي الأردني	وثيقة استراتيجية الدفع الإلكتروني، تسهيل الاستراتيجيات على أدوات الدفع الرقمية الأكثر فاعلية لأجل الترويج للتجارة الإلكترونية. حلول لتأثير تكاليف التشغيل على ديناميكية سوق المدفوعات الرقمية. مقترحات لإجراءات 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	الربيع الأول 2023	اطلاق استراتيجية الدفع الإلكتروني التي تم العمل عليها من قبل البنك المركزي ليصل الى متابعة تنفيذ ما يتعلق بموضوع التجارة الإلكترونية من قبل وزارة الصناعة والتجارة والتموين خلال مرحلة تنفيذها.	

الرقم	الوصف	الجهة	البيانات	التاريخ	النتائج	الملاحظات
			المستهلكين عبر الإنترنت. حوافز مالية لرواد الأعمال والمستثمرين الذين يعتمدون عمليات الدفع الإلكتروني. حوافز لزيادة المدفوعات الإلكترونية في جميع المحافظات.			
الإحصاءات الوطنية وصياغة السياسات المتبينة 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 والعبارة للحدود للسلع والخدمات) وبطاقة تعريفية لكل مؤشر تشمل تعريف واضح لكل مؤشر وأهدافه والجهات المسؤولة عن جمع البيانات والسياسات الحالية والمستقبلية التي ستخضعها هذه البيانات. وجود مذكرات تقاهم مع كافة الجهات ذات العلاقة والمحددة في الاجراء الخاص بالإحصاءات المطلوبة والبطاقات التعريفية. توفر بيانات شاملة وأكثر دقة عن التجارة الإلكترونية يردد 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 ومصنفاها والهدف منها	تطوير نظام جمع ونشر الإحصاءات الوطنية لتتصل ببيانات دقيقة عن قطاع التجارة الإلكترونية وتطبيقات المعلومات والاتصالات ومواءمتها بما يتماشى مع المعايير الدولية.
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	وفيرة 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	
25000			وجود منصة تحتوي على المعلومات المطلوبة، التنفيذية 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	إنشاء منصة وطنية عبر الإنترنت/ قاعدة بيانات تشمل توفر محطة واحدة حول المعلومات والإحصاءات والمشاريع المتعلقة بالتجارة الإلكترونية
10000			وجود روابط مفعلة ما بين المنصة والمنصات وقواعد البيانات الأخرى، تحقيق تكامل اعلى في توفير المعلومات للشركات والرياديين	الربع الرابع/ 2023	الربط البيئي ما بين المنصة والمنصات والمواقع الإلكترونية الوطنية الأخرى	
			خطة الترويج والتفويض النهائي للحملة الترويجية بما يشمل تقرير وطني للشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة كما رواد الأعمال، ولا سيما	الربع الأول/ 2024	وضع وتنفيذ خطة لاطلاق وترويج المنصة	

خطة العمل (2023)

الرقم	الهدف	النتائج المتوقعة	المؤشرات	الفترة الزمنية	المسؤول	الملاحظات	
		النساء والشباب ومستخدمي المنصة بشكل عام عن المحتوى وجودة البيانات، زيادة الوعي حول مشاريع الدعم التقني المتوفرة لأصحاب العلاقة في التجارة الإلكترونية. وسرعة الوصول إلى معلومات محدثة حول مبادرات تخفصن بالتجارة الإلكترونية في الأردن.					
		يُحسن 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 محليا وعالميا.				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 بالاسواق ذات الأولوية لكل منتج وبطاقة تعريفية لكل سوق، قائمة بأولويات بناء القدرات لدى المصدرين للمنتجات ذات الأولوية. تصبح السياسات محدثة أكثر. وجود قائمة للإمكانيات غير المستغلة التي توفرها اتفاقيات التجارة الحرة الموقعة. تصميم برامج موجهة لاسواق محدده، زيادة فاعلية البرامج المصممة	الربع الثاني/ 2023		إجراء دراسة تحليلية لاسواق التجارة الإلكترونية ذات الأولوية بناء على القطاعات/المنتجات ذات الإمكانيات التصديرية وفقا 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. ان تستخدم 15 شركة حلول التجارة الإلكترونية ضمن خطط مشاريعها.	الربع الثاني/ 2023		تصميم وتنفيذ مشاريع خاصة بزيادة استخدام المنشآت الاقتصادية الأردنية لحلول التجارة الإلكترونية تقلية 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 تصميم برامج الدعم التي تقدمها لمؤسسة "استخدام حلول التجارة الإلكترونية كخدمة من الخدمات الممولة للدعم".	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 لاختراق الأسواق ذات الأولوية للمنتجات ذات الإمكانيات التصديرية في مجال التجارة الإلكترونية.	
						تسريع نمو الاستثمارات الجديدة ورواد الأعمال في مجال التجارة الإلكترونية	PA 2.2

رقم المشروع	الجهة الممولة	الغرض	المخرجات المتوقعة	الوقت	ملاحظات	الرقم	التعليق
20000	المستحق 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 أو الطلب على أكثر من مسرّع واحد وعرض القيمة والجدوى والتشكل 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 الاعمال	A 2.2.1	إنشاء مسرعة أعمال مكرّسة للشركات الناشئة في التجارة الإلكترونية.
يتم تحديده بناءً على نتائج الدراسة	عمان، غرفة تجارة عمان، injaz، جامعة البلقاء، مركز الملكة رانيا للريادة، OASIS 500، جامعة الحسين التقنية. int@j	وجود مسرعة أعمال وطاقت وخدمات مخصصة للشركات الناشئة في التجارة الإلكترونية، ووجود 20 شركة ناشئة على الأقل بنات بالاستفادة من خدمات مسرعة الاعمال، يتعزز وجود خدمات متخصصة للشركات الناشئة في التجارة الإلكترونية. تركيز 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 الإلكترونية أو بحسب نموذج الاعمال المقترح	وجود منصة وطنية تقدم خدمات متكاملة للتجارة الإلكترونية، وجود 50 شركة صغيرة ومتناهية الصغر على الأقل مسجلة وتستخدم المنصة	الربع الأول/ 2024	تطوير منصة للتجارة الإلكترونية لمساعدة الشركات الصغيرة والمتناهية الصغر على تطوير مبيعاتها من خلال التجارة الإلكترونية		
5000	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، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي	INJAZ	تقرير الدراسة حول المواد التدريبية المناسبة للاستخدام الفوري أو يمكن استخدامها بتعديلات مناسبة أو المواد التدريبية المطلوب تطويرها	الربع الثاني/ 2023	دراسة المواد التدريبية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية المتوفرة لدى الجهات والشركاء	A 2.2.2	تصميم وتنفيذ تدريب متخصص لرواد الأعمال
15000-20000			المواد التدريبية المخصصة لبناء قدرات رواد الاعمال الإدارية في مجالات التجارة الإلكترونية بما يشمل، تطوير نماذج اعمال ذات جدوى، وبناء القدرات الإدارية، والعلامات التجارية، والتسويق، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وتطوير المراجع الإلكترونية.	الربع الثاني/ 2023	تطوير مواد تدريب على التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت لرواد الاعمال والشركات الناشئة		
3000			وثيقة النليل يشمل إجراءات تفصيلية للتصدير باستخدام حلول التجارة الإلكترونية.	الربع الرابع/ 2023	تطوير دليل للتصدير الإلكتروني		
10000			التقرير النهائي للتدريب. توفير ما لا يقل عن 30 فرصة تدريبية. أيضا 10-15 من رواد الاعمال	الربع الثالث/ 2023	تنفيذ برنامج لتوفير فرص تدريب لرواد الاعمال في مشاريع أو شركات ذات صلة بمشاريعهم المستقبلية لبناء قدراتهم		

خطة العمل (2023)

رقم المشروع	الجهة الممولة	الجهة المستفيدة	المنتجات المتوقعة	الوقت	التحديات	النتائج المتوقعة
			استفاد من توفير الخبرات الوطنية والدولية اللازمة في المراحل الأولى لإنشاء الأعمال.		كخطوة أولية تمهد لتأسيس أعمالهم الخاصة.	
10000	وزارة الصناعة والتجارة والتمويل، وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية، غرفة صناعة عمان، غرفة	تنمية (شبكة مؤسسات التمويل الأصغر)	وثيقة مقترحات المنتجات الجديدة.	الربع الثالث، 2023	تصميم منتجات تمويل جديدة ثلاث احتياجات الشركات والرياديين في قطاع التجارة الإلكترونية	A 2.2.3
6000	صناعة الأردن، جمعية المصنّعين الأردنيين، غرفة تجارة الأردن، غرفة تجارة عمان		المادة التدريبية وتقرير الترتيب النهائي. مشاركة 9 مؤسسات للتمويل الأصغر في التدريب	الربع الرابع، 2023	تصميم وتنفيذ تدريب لمؤسسات التمويل الأصغر حول المنتجات الجديدة	
رفع مستوى الوعي بفرص التجارة الإلكترونية من أجل التنمية						
PA 2.3						
25000			وثيقة الاستراتيجية. وجود قائمة بكافة الجهات ذات العلاقة بتقديم التوعية حول التجارة الإلكترونية. توفر رسائل ومعلومات تناسب مع فئات مستهدفة محددة بما يخدم إطلاق حملات توعية موجهة. وجود أنوار 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	
15000	البنك المركزي الأردني، INJAZ، وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، غرفة تجارة الأردن، غرفة تجارة عمان، غرفة صناعة الأردن، غرفة صناعة عمان، مؤسسات الدفع الإلكتروني، INT@J	وزارة الصناعة والتجارة والتصميم/مديرية حماية المستهلك	توفر مواد تعليمية حول التجارة الإلكترونية مع وسائل تفسيرية واضحة	الربع الرابع، 2023	تصميم واعداد المواد التعليمية	A 2.3.1
15000			التقرير الخاص بالحملة الترويجية. الوصول الى 70% من الفئات المستهدفة وبحسب ما تحدده الاستراتيجية من اهداف. التغذية الراجعة من المستهلكين والشركات واصحاب المصلحة تنفيذ بارتفاع مستوى الوعي والمعرفة لدى المستهلكين والتطاع 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 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 التثقيف ما بين الأعمال التجارية والباحثين عن فرصة عمل في مجال التجارة الإلكترونية	الربع الثالث، 2024	دراسة متطلبات والمواصفات اللازمة لوظائف التجارة الإلكترونية في سوق العمل وتحديد معايير واضحة للمشاركة	A 2.3.2

خطة العمل (2023)

رقم المشروع	الاسم	الجهة الممولة	القيمة المالية	الفترة الزمنية	الوصف	النتائج المتوقعة
340000	وزارة الصناعة والتجارة والتموين/وحدة التجارة الإلكترونية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي		الربع الرابع 2023	التقرير الخاص بالسعر عرض. توفير ما لا يقل عن 50 فرصة عمل. توفير سل لا يقل عن 70 فرصة تدريبية داخل الشركات المشاركة. يزداد الوعي حول فرص العمل المتاحة في مختلف القطاعات ذات الأهمية في التجارة الإلكترونية.	تنظيم معرض التوظيف في مجال التجارة الإلكترونية	
تسهيل التجارة وتعزيز القدرة التنافسية لقطاع الخدمات اللوجستية للتجارة الإلكترونية						
						SO 3
						PA 3.1
تنافسية لوجستيات التجارة						
60000-80000	سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، هيئة تنظيم قطاع الاتصالات/البريد الأردني، النقابة اللوجستية 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 الأردن، غرفة صناعة الأردن، شركات محلية واجنبية تعمل في القطاع نقابة ملاحه	شركة تطوير العقبة	الربع الثاني 2023	وثيقة الدراسة، وثيقة دراسة الجدوى لإقامة مراكز لوجستية للتجارة الإلكترونية في العقبة او في اماكن اخرى من أجل جذب الاستثمارات المحلية والاجنبية. وجود إطار سياسات تتضمن زيادة جانبية القطاع للمستثمرين المحليين والدوليين، وتعزيز من تنافسية شركة البريد الأردني وشركات الخدمات اللوجستية والتسليم الخاصة الأخرى.	اجراء دراسة لتحديد عوامل التنافسية لقطاع اللوجستيات التجارية بما في ذلك جدوى انشاء المراكز اللوجستية في العقبة او في محافظات اخرى	تطوير استراتيجيات لتطوير وتعزيز القدرة التنافسية لقطاع الخدمات اللوجستية في مجال التجارة الإلكترونية.
			الربع الرابع 2023	وثيقة إطار السياسات. وثيقة خطة العمل بما يشمل الإطار الزمني، الموازنات المطلوبة وبيان فرص التمويل الممكنة من قبل الحكومة او شركاء التنمية	وضع خطة عمل وإبشار للسياسات الخاصة بتعزيز القدرة التنافسية لقطاع الخدمات اللوجستية.	
30000-40000	سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، هيئة تنظيم قطاع الاتصالات/البريد الأردني، 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 الأردن، غرفة صناعة الأردن، نقابة ملاحه الأردن	النقابة اللوجستية الأردنية	الربع الثالث 2023	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	تنظيم لقاءات اعمال B2B ما بين شركات الخدمات اللوجستية، والشركات اللوجستية والشركات المصدرة او تلك التي تستهدف السوق المحلي ودعم / تسجيل خلق مبادرات مشتركة في قطاع الخدمات اللوجستية التجارية لخدمة أسواق التصدير الحالية او المستهدفة والأسواق المحلية	تصميم وتنفيذ مبادرات عتقدية في قطاع اللوجستيات التجارية، بما في ذلك انشاء مراكز متخصصة لصادرات التجارة الإلكترونية الأردنية في أسواق استراتيجيه ذات أولوية.
			الربع الرابع 2023	وثيقة نماذج الاعمال ذات الجدوى. توفر قائمة بالأسواق المستهدفة وذات الأولوية.	تطوير نموذج الاعمال لمبادرة عتقدية لانشاء مركز لصادرات التجارة الإلكترونية الأردنية في أحد الأسواق الاستراتيجية ذات الأولوية.	
			الربع الأول 2024	توفر مركز لوجستي للتجارة الإلكترونية في السوق المستهدف، تقارير الشركات المشاركة بما يعكس الخفاض تكاليف المعاملات ومبيعات أفضل.	انشاء 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 هيكلية وحوكمة متين بشأن التجارة الإلكترونية سيسهم بشكل كبير في استدامة عملية تطوير وتنفيذ السياسات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وجدول أعمالها على المدى الطويل. وبناء 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 والتحديثات والتغيرات حيثما دعت الحاجة إلى ذلك وبالتالي المساعدة على إستدامة 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 وتقتراح توصيات وتقدم برامج تهدف إلى تحقيق أهداف الإستراتيجية بالإضافة الى موازنة 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 وتقريب 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 لتشكل 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 ووفقاً 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 أجل 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 ضروريا أيضا 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 Coopération and Development	(الوزارة الاتحادية الألمانية للتعاون الاقتصادي والتنمية)
BPWA	Business and Professional Women Association-Amman	(جمعية نادي صاحبات الأعمال والمهين، عمان)
CBJ	Central Bank of Jordan	(البنك المركزي الأردني)
CCD	Companies Control Department	(دائرة مراقبة الشركات)
Dos	Department of Statistics	(دائرة الإحصاءات 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	(لجنة 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 Entreprenurship & Innovation Association	

الأردن		
JEGP	Jordan Economic Growth Plan	(خطة الأردن للنمو الاقتصادي)
Moi	Ministry of Investment	(وزارة الاستثمار)
JLA	Jordanian Logistics Association	(الجمعية اللوجستية الأردنية)
JP	Jordan Post	(البريد الأردني)
MFIs	Microfinance institutions	(مؤسسات التمويل المتناهي الصغر)
MITIS	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	
		(الدركات 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 الأميركي)
WB	The World Bank	(البنك الدولي)

الملحق (2)  
تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية في الأردن: النتائج والتوصيات الرئيسية

التوصيات الرئيسية	النتائج الرئيسية
<b>تقييم الجاهزية للتجارة الإلكترونية وصياغة الإستراتيجيات</b>	
<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 توجيحية للتجارة الإلكترونية، ووحدة متخصصة تعمل كإمانة سر 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 يتم 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 واقفة 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 تم إعدادها عام 2008، فإنها لم تتخذ 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"، تدعوان إلى وضع خارطة طريق استراتيجية لتعزيز التجارة الإلكترونية بهدف تقوية بيئة الأعمال الحاضنة للتجارة الإلكترونية واستخدام هذه التجارة كأداة فعالة لزيادة حجم الصادرات.</p> <p>لكن التقييم أظهر أن التنسيق في شأن التجارة الإلكترونية بين القطاعين العام والخاص والوسط الأكاديمي ما زال محدوداً. ثمة تقدم في تطوير الخدمات الحكومية الإلكترونية، لكنه يتقدم ببطء، فيما المشاركة الإلكترونية أقل 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 تستغل الإمكانيات الكاملة لهذه الاتفاقيات، بعد، على النحو الأمثل.</p>
<b>البنية التحتية وخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات</b>	
<p>إجراء دراسة تحليلية مفصلة لتحديد الأسباب الرئيسية لارتفاع تكلفة استخدام الإنترنت والتحديات المترافقة. جذب استثمارات لنشر النطاق العريض.</p> <p>سد 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>مرونة البيانات مع المعايير الدولية وإبلاغها للهيئات الدولية ذات الصلة، فتعكس البيانات المخدنة حال بيئة الأعمال في الأردن، وهو أمر مهم بشكل خاص للمستثمرين الباحثين عن فرص استثمار في المنطقة.</p> <p>تطوير سياسات وبرامج لتعزيز الاستثمار في تكنولوجيات البيانات الكبرى، والحوسبة السحابية، والذكاء الاصطناعي، وإنترنت الأشياء، والبلوكتشين "سلسلة الكتل" (blockchain).</p>	<p>يستفيد قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أعلى مستويات الدعم السياسي في البلاد بصفته محركاً للنمو. هناك أكثر من 600 شركة نشطة تستخدم بشكل مباشر حوالي 16000 موظف وتوفر 84000 فرصة عمل في الاقتصاد الأوسع. المصاهمان الرئيسيان في الدخل المتأتي من هذا القطاع وقطاع الخدمات الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات (ITES) هما الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.</p> <p>في قطاع تكنولوجيا المعلومات، يحقق نشاط تطوير البرمجيات أعلى الإيرادات بالإضافة إلى أعلى مساهمة في صادرات القطاع. هناك العديد من مقدمي الخدمات في هذا القطاع. شبكة 3G و4G متوفرة، ومستوفى شبكة 5G عام 2023. تتحسن 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 أقل من متوسط الدول العربية.</p> <p>تشير التديرات إلى أنه سيتم توصيل جميع المدن بكابلات الألياف في السنين الثلاث أو الأربع القادمة، ومع ذلك ما زالت الفجوة كبيرة بين الخدمات المقدمة في المدن الكبرى ومثيلاتها في المناطق الريفية، وما زال مستخدم الإنترنت يواجهون مشاكل لولوج الإنترنت (على صعيدي جودة الاتصال وعرض النطاق الترددي).</p> <p>رغمًا قلت الإحصائيات الدولية من شأن بيانات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأردن بسبب غياب تنسيق المعايير وبطء الإبلاغ عن التطورات الجديدة.</p> <p>حاليًا تخضع "السياسة الحكومية العامة للخدمة الشاملة في قطاع الاتصالات" للمراجعة بهدف ضمان اشمالية الخدمات وجودتها. وتأتي</p>

	<p>تكلفة استخدام الإنترنت على رأس قائمة العقبات الأكثر إلحاحاً وفقاً لأصحاب العلاقة من القطاعين العام والخاص، تليها الاستثمارات الهادفة إلى بسط النطاق العريض، وتوفير تغطية الإنترنت للمناطق الريفية.</p>
<p><b>لوجستيات التجارة وتسهيل التجارة</b></p> <p>تحسين القدرة التنافسية لقطاع الخدمة اللوجستية لدى الشركات المحلية والأجنبية بغية تزويد البائعين عبر الإنترنت بحلول تسليم ناجعة 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 المنزل الأخير.</p> <p>تعزيز تجميع البيانات، ودرجة نقتها، ومنظوريتها، فيما يخص طرود التجارة الإلكترونية. تحسين أداء الخدمات البريدية وتحويلها الرقمي، ودراية جدوى نماذج العمل في شركة "البريد الأردني". تحسين التجارة العابرة للحدود اللاورقية. 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 الموجه للأشياء المتداولة. استكمال نظام العنونة.</p>	<p>نظراً إلى موقع الأردن الاستراتيجي، يعتبر النقل أحد القطاعات الحيوية في الاقتصاد الأردني.</p> <p>احتل الأردن المرتبة 84 في إصدار LPI الذي يصدره البنك الدولي، أي بداء ومرتبة أقل مما كان عليه عام 2010، ودون معدل منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.</p> <p>فيما يتعلق بالنظام البريدي، طرأ تحسن كبير في مؤشر الأردن المتكامل للتنمية البريدية (ZIPD). لدى شركة "البريد الأردني" خطة عمل متبنا ثلاث سنوات لتطوير قدراتها على دعم التجارة الإلكترونية، وهي تخطط لتحويل إلى مكتب لخدمات البريد إلكترونياً بحلول أوائل العام 2022. رغم كل ذلك، تبقى طاقة مقدسي خدمات التسليم المحليين غير كافية. فعالباً ما يتجاوز الوقت اللازم لتسليم الطرود في المنزل الأخير وقت التسليم الدولي.</p> <p>تشكل تكاليف التسليم الباهظة عبئاً 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، قررت الجمارك الأردنية تحديث النسخة الحالية التي تمتلكها من برنامج "النظام الآلي للإجراءات الجمركية" ASYCUDA، وهي أصلاً نسخة معدلة ومخصصة للغاية، إلى النسخة الأحدث لهذا البرنامج، ASYCUDAWorld.</p> <p>لم يفتُ نظام العنونة إلا جزئياً، وهذا ما يشغل تحدياً كبيراً. بدأت المشاورات لإنشاء "مدينة تجارة إلكترونية" في العقبة.</p>
<p><b>حلول الدفع</b></p> <p>تطوير وتنفيذ إستراتيجية توعوية وطنية، مع التركيز على المحافظات والمناطق الريفية خارج عمان، لزيادة عدد المحافظ الإلكترونية النشطة من خلال تعزيز الوعي والادراية 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 المقاهية الصغر والصغيرة والمتوسطة التي تعمل من المنازل، وما بين النساء والشباب. تقديم حوافز مالية لرواد الأعمال والمشتريين الذين يعتمدون الدفع الإلكتروني، وتخفيض التكاليف التشغيلية لتنفيذ معاملات الدفع، وتطوير سياسات لرد المدفوعات.</p> <p>وضع معايير وإجراءات موحدة 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 تطوراً ملحوظاً خلال السنين الأخيرة. ثمة قوانين ولوائح رئيسية تدعم تطور القطاع المالي الأردني والمدفوعات الإلكترونية. منذ عام 2019، قام الأردن بإصلاحات بنوية مهمة، فاعتمدت تنظيمات جديدة لضبط جوانب عدة من العمليات المالية.</p> <p>خلال جائحة كورونا COVID-19 اتخذ البنك المركزي الأردني تدابير أدت إلى زيادة كبيرة في المعاملات الإلكترونية. كما أن عند المحافظ الإلكترونية والبطاقات المدفوعة مسبقاً هو في تزايد مستمر. ومع ذلك فإن العديد من الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة لا يقدم للزبائن خدمة الدفع عبر الإنترنت (المدفوعات الإلكترونية). والواقع أن العديد من الزبائن ما زال يفضل الدفع نقداً.</p> <p>لقد سزعت سياسات الحجر لمكافحة الكورونا COVID-19 عملية الاعتماد على المدفوعات الإلكترونية. ولم يعكس الأجداد مع رفع تدابير الحجر في الأردن، الأمر الذي يدل على ما تحمله هذه العملية من إمكانيات في المدى الطويل. لقد شجبت معاملات التجارة الإلكترونية ازدياداً مستمراً في استخدام بطاقات الدفع طوال العام 2020، إلا أن معظم أجهزة الصراف الآلي، ونقاط البيع، وفروع البنوك التجارية، وكلاء خدمات الدفع، تتوضع في عمان.</p> <p>إن توفير الحوافز لرواد الأعمال والمشتريين على حد سواء، وخفض التكلفة التشغيلية، وتوحيد المعايير والإجراءات، في السوق المحلي، لعملية المصادقة على المدفوعات عبر الهاتف المحمول هي عوامل حاسمة لتعزيز المدفوعات الإلكترونية.</p> <p>هناك إمكانيات لاستخدام تكنولوجيا سلسلة الكتل (blockchain) من أجل تحسين المدفوعات الرقمية وتطوير التجارة الإلكترونية، خصوصاً ما بين الأعمال.</p>

## الاطر القانونية والتنظيمية

إرساء قوانين ولوائح تستند إلى أهداف وطنية محددة وإجراء "تقييم أثر قانوني" (RIA)، الأمر الذي يؤدي إلى رؤية موحدة 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 للتضامن 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 مكرس للتجارة الإلكترونية في ظل العمل الحالي على اعداد نظام للبيع الإلكتروني، إلى جانب قانون خاص يتناول الشركات الناشئة بهدف 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 والبنانيين 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" ويحل محله)، لكنه لم يتطرق إلى التجارة الإلكترونية في هذا الإطار.

ما من قانون حتى الآن حول حماية خصوصية البيانات، وثقة قانون متقترح في هذا الشأن وبخضع للمراجعة. لا يتطرق قانون الجرائم السيبرانية لتضحية 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 مبادئ 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، سلطت شركات التجارة الإلكترونية الضوء على محدودية الوصول إلى الخبرات الأجنبية، المعقدة بأدوات خاصة مرهنة 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 توعوية 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، والمسزعات، ومؤسسات دعم التجارة، وشركاء التنمية. توفير انسياب حيز للخبرات ذات المستوى العالمي، وتطوير برامج تدريب عملية كخبرة أجنبية 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 استراتيجيات التصدير وإستراتيجيات تطوير السوق المحلي (أخذ المقاربات العقودية بعين الاعتبار).

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

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

شكل الأردن، إقليمياً، مثلاً يحتذى في تحديث نظامه التعليمي وتطويره، لكن خزيجي الجامعات ما زالوا يفتقرون إلى المهارات والمواهب التي يفتقرونها 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 القطاع العام والخاص، وشركاء التنمية الدوليين، لبناء قدرات كل من الخريجين والشركات الصغيرة والمتوسطة. مع ذلك، جاءت النتائج دون المستوى الأمثل بسبب غياب التنسيق والتكامل العالي بين مختلف الأطراف في النظام.

عصوماً، كان تبني الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة لخيار التجارة الإلكترونية بطيئاً، ولا يزال نظامها البيئي في بداياته. مره 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 بالمسزعات. أضف إلى ذلك أن القطاع العام الأردني يمتلك المهارة والمعرفة اللازمين لتمكين التجارة الإلكترونية، إذ تقوم وزارات رئيسية بتنفيذ مشاريع إستراتيجية. لكن ثمة عدد محدود، لا غير، من موظفي القطاع العام لديهم المهارة

والمعرفة اللازمتين لتطوير بيئة ممكنة لتطوير التجارة الإلكترونية. كما أن كلاً من وزارة الصناعة والتجارة والتموين، ووزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، غير ممثل في "هيئة تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية".

يمكن أن يصبح مشروع "الشباب والتكنولوجيا والوظائف" (YTJ) ركناً أساسياً في تطوير التجارة الإلكترونية. الشركاء الاستراتيجيون، مثل وزارة الصناعة والتجارة والتموين، والمؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية (JEDCO)، وجمعية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأردنية (Int@)، ليسوا جزءاً من لجنة توجيه مشروع YTJ. هناك حاجة إلى خلق التوعية لدى أفراد القطاع العام، ولا سيما لدى صنّاعي السياسات والمشرّعين والقضاة والمحامين.

**الحصول على التمويل**

توفير سلة حوافز جذابة لزيادة الأعمال، من ضمنها إعفاءات ضريبية، ورسوم تسجيل منخفضة، ومتطلبات ميسرة، وإمكانية الحصول على منح، ومعذلات فائدة منخفضة.

تحسين التنسيق بين المشاريع التنموية، ومؤسسات دعم التجارة، والحاضنات، بصفتها مصادر تمويل ودعم فني للشركات الناشئة. إنشاء مسرع خاص للشركات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية. تخفيض معدل الفائدة بشكل أكبر، خصوصاً للشباب والنساء. تطوير برامج تقديم الدعم للشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة بغية حصولها على قروض بمعذلات صفرية الفائدة عبر دعم البنك المركزي الأردني أو شركاء التنمية.

إنشاء منصة وطنية شاملة للتوعية عبر الإنترنت تشكل نافذة واحدة للتوعية على التجارة الإلكترونية.

وضع السياسات اللازمة للتحفيز على تأسيس صناديق رأسمال استثماري وشركات لتوفير تمويل قائم على أساس الأسهم بهدف تمكين رواد الأعمال من إطلاق شركات ناشئة في مجال التجارة الإلكترونية.

اندخل البنك المركزي الأردني إصلاحات وسياسات من أجل تحسين الحصول على الائتمان والخدمات المالية. ثمة مبادرات عدة لتطوير النظام البنكي للشركات الناشئة، لكنها في حاجة إلى التنسيق المتبادل على نحو أفضل.

معذلات الفائدة التي تستوفها البنوك المخصصة مرتفعة بالمقارنة مع سعر الفائدة الذي يعتمد عليه البنك المركزي الأردني. كما أن ما تشترطه البنوك من ضمانات يصعب على رواد الأعمال الحصول على التمويل (فقد نسبة توقف الأعمال التجارية في الأردن من الأعلى في العالم). إن عدم وجود ما يناسب السوق من رأسمال استثماري، وانخفاض إمكانية الحصول على التمويل، والنقص في التوعية حول كيفية الحصول على فرص تمويل، هي تحديات رئيسية أمام ازدهار أعمال التجارة الإلكترونية. كما أن محدودية القدرة والمعرفة لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة في تقدير احتياجاتها التمويلية، ووضع خطط أعمال أو مقترحات قابلة للتمويل، غالباً ما تثبط عزيمة رواد الأعمال بسبب فرص النجاح المنخفضة. صحيح أن ثمة تدابير تزيد من الاشتغال المالي (مثلاً عن طريق "الحساب البنكي الأساسي")، لكن ما زال هناك مجال للتحسين.

إن محدودية التمويل وتجنيب الأموال، واللوائح والأنظمة الضريبية، وتفسير القوانين، والصعوبات في التسجيل، ومحدودية الوصول إلى الخبرات الأجنبية، كلها كانت من الأسباب الرئيسية التي دفعت بالعديد من رواد الأعمال الأردنيين إلى أن يؤسّسوا أعمالهم في الخارج.

ينبغي تعزيز قدرات "مؤسسات التمويل الأصغر" لتمكّن من توفير منتجات تمويلية مبتكرة تلبي حاجات المقترضين، ولا سيما النساء والشباب والفئات الهشة الأخرى. ثمة حاجة إلى قدرة تقنية أعلى داخل الحاضنات والمسرعات لدعم نمو الشركات الناشئة وللتنوع خارج العاصمة عمان.