



تمكين رائدات الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا
نحو الوصول المتساوي مع الرجال إلى أسواق الأعمال والتجارة

الوصول إلى الأسواق : الوضع الراهن والاتجاهات في الأردن الملخص التنفيذي

تمكين رائدات الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا
نحو الوصول المتساوي مع الرجال إلى أسواق الأعمال والتجارة

الوصول إلى الأسواق : الوضع الراهن والاتجاهات في الأردن

1. المقدمة

انطلاقاً من الجهود الإنمائية التي يبذلها مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث «كوثر»، وفي إطار مشروع «تمكين رائدات الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا نحو الوصول المتساوي مع الرجال إلى أسواق الأعمال والتجارة»، يقدم هذا التقرير تحليلاً للقطاعات التي تنطوي على إمكانات لمشاركة النساء ولإنشاء المؤسسات/ المشاريع، وهي: (1) الصناعات الغذائية و (2) النسيج و (3) تكنولوجيا المعلومات والاتصال. ويتضمن التقرير استعراضاً لواقع القطاعات الثلاثة ضمن المنظومة الاقتصادية للبلاد وتقييماً للفرص المتاحة على صعيد الإنتاج والتجارة. كما يركز التقرير بشكل خاص على تحليل اتجاهات السوق الجديدة والمنتجات التي ظهرت مؤخراً في علاقة بجائحة كورونا، مع إبراز الفرص التجارية المحتملة لسيدات الأعمال.

2. المنهجية

تمّ اعتماد تصميم نوعي يتماشى مع الهدف من الدراسة وهو «تمكين رائدات الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا نحو الوصول المتساوي مع الرجال إلى أسواق الأعمال والتجارة»، وذلك من أجل تضيق الفجوة بين الجنسين في بيئة ريادة الأعمال السائدة في المنطقة. وقد أجريت الدراسة خلال الفترة الممتدة بين أكتوبر وديسمبر 2021، وتمّ الاعتماد فيها على البحث النوعي واستخدام منهجيات موحّدة. وتم إجراء البحث النوعي بواسطة الأدوات التالية:

• الاستعراض الوثائقي

تمّ إجراء دراسة وثائقية شاملة للمصادر الثانوية بهدف صياغة خلفية عامة حول اتجاهات السوق الاقتصادية على الصعيدين الاقليمي والعالمي، مع التركيز على تأثيرات جائحة كورونا. وتشمل الدراسة الوثائقية المعطيات الديمغرافية للبلاد والتطورات الأخيرة في المجال السياسي وعلى مستوى الاقتصاد الكلي، بالإضافة إلى تأثيرات الجائحة على النشاط الاقتصادي، مع التركيز على القطاعات الثلاثة الأنف ذكرها.

تمّ إجراء تحليل شامل لاتجاهات السوق في كلّ من القطاعات الثلاثة، بهدف تقييم الإمكانيات التي ينطوي عليها كل قطاع (من حيث القدرة على توفير فرص العمل والمساهمة في الناتج المحلي الإجمالي...)، وتحديد أهم القطاعات الفرعية، ومعرفة أبرز نقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر التي ينطوي عليها كل قطاع، بالإضافة إلى تقييم تأثيرات جائحة كورونا على القطاعات الثلاثة والفرص المحتملة الناشئة في كل منها.

ويتطلب اكتساب فهم أعمق للفرص التجارية المتاحة معرفةً أفضل بشأن اتجاهات السلوك الاستهلاكي في الفترة الأخيرة. ولهذا الغرض، تم تحديد الاتجاهات الحالية على مستوى الاستهلاك ونوعية التحولات الحاصلة بسبب للجائحة، وما إذا كانت هناك ابتكارات وتطورات تكنولوجية هامة في القطاع ومدى تأثيرها على السوق.

بالإضافة إلى ذلك، تمّ تحديد حجم الطلب والفرص التجارية المحتملة من خلال إجراء تحليل للسوق بالتركيز على الصادرات والواردات بالنسبة لكل قطاع، وعلى إمكانات السوق غير المستغلة في كل قطاع فرعي، وهو ما يساعد على فهم نوعية الطلب على الصعيدين المحلي والعالمي، وبالتالي على تحديد الفرص التجارية المحتملة لرواد/رائدات الأعمال. وقد تم لهذا الغرض استخدام عدد من المصادر ذات الصلة، ومن بينها التصنيف الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية (ISIC)، ومرصد التعقيد الاقتصادي (OEC)، وخريطة التجارة (Trade-Map)، ومؤشرات Trading Economics.

• البحث الأولي

انطلاقاً من الأهداف المحددة للمشروع، تمّ تحديد المقاييس الخاصة بالمقابلات المعمّقة (IDIs) الثلاث التي سيتم إجراؤها في البلد المعني. وكان الهدف من هذه المقابلات، التي أُجريت افتراضياً مع خبراء في القطاعات المختارة، اكتساب فهم أفضل لاتجاهات السوق في كل قطاع، من خلال رصد التجارب المباشرة للخبراء في السوق. وكان الخبراء الذين تمت مقابلتهم في الغالب من رواد/رائدات الأعمال أو المستشارين في القطاعات المختارة. (ترد قائمة المستجيبين/ات في الجدول أدناه).

المنهجية	القطاع	جهة الاتصال	الغطاة
الأردن	الصناعات الغذائية	سجود البلاونه	خبيرة في تغليف المواد الغذائية
	النسيج	سانديب (Sandeep)	مزود في قطاع تغليف المنسوجات
		عبيدات	خبير في قطاع النسيج
	تكنولوجيا المعلومات والاتصال	محمد عبيدات	مدير / Shamal Start Incubator

3. النتائج الرئيسية

أظهر تحليل اتجاهات السوق الخاص بالأردن أن جائحة كورونا أدت إلى حدوث تغييرات في السلوك الاستهلاكي تتلاءم مع المعايير والقيود والظروف المستجدة التي فرضتها الجائحة، وهو ما أفضى إلى ظهور اتجاهات جديدة في السوق. ففي قطاع الصناعات الغذائية على سبيل المثال، لوحظ اتجاه متزايد نحو الأطعمة ذات القيمة الغذائية العالية، مع تركيز أكبر على التعبئة والتغليف السليم للمواد الغذائية واحترام شروط النظافة الصحية. أما بالنسبة لقطاع النسيج، فقد تنامت أسواق بيع الملابس المستعملة نتيجة تراجع دخل الأسر والقيود المرتبطة بإجراءات الإغلاق. كما زاد الطلب على الملابس المتواضعة والملابس الرياضية والملابس المنزلية والبدايات الرسمية. وفيما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وفي ظل الاتجاه المتزايد نحو رقمنة الاقتصاد العالمي الذي تأثر بشكل خاص بالجائحة، فقد أتاحت لهذا القطاع في الأردن فرص هامة لإنشاء تطبيقات الأجهزة المحمولة والاستثمار فيها من أجل تلبية الطلب المتزايد عليها في مختلف مجالات الحياة، بما في ذلك لأغراض العمل والتعليم والصحة والتسوق. ويوضح القسم التالي نتائج التحليل بمزيد من التفصيل.

القطاعات المختارة

1. الصناعات الغذائية

يُلبّي الإنتاج المحلي في قطاع تجهيز الأغذية حوالي 47.2 في المائة من الاستهلاك المحلي، وهو ما يعكس وجود فجوة بين الإنتاج والطلب، وبالتالي وجود فرص يُمكن للمنتجين المحليين الاستفادة منها. ومن أهم المنتجات المستوردة في الأردن نذكر الحبوب واللحوم ومخلفاتها الصالحة للأكل ومنتجات الألبان والبيض. ويُمكن للعاملين في قطاع الصناعات الغذائية على الصعيد المحلي الاستفادة من الفرص المتاحة في السوق المحلية من خلال ضبط الإنتاج والأسعار بما يتلاءم مع حاجيات المستهلكين المحليين.

من ناحية أخرى، تُمثّل الصادرات الغذائية الأردنية نسبة 14 في المائة من إجمالي صادرات السلع. وقد أظهر تحليل التجارة أن خمسة منتجات أردنية رئيسية تنطوي على إمكانات تصديرية عالية وهي الشاي والتمتة، ومنتجات الألبان، والبيض والعسل، والزيوت والدهون النباتية، واللحوم المصنعة. وهو ما يعنى وجود فرص تجارية غير مستغلة يُمكن لرواد رائدات الأعمال الاستفادة منها.

ومع ذلك، لا يزال قطاع الصناعات الغذائية يواجه عدداً من التحديات التي أعاقَت تطوُّر أداءه، ومنها على سبيل المثال استخدام الأساليب الزراعية التقليدية وضعف الاستثمار في رأس المال البشري ونقص العمالة الماهرة.

وقد كان لجائحة كورونا تأثيراً مزدوجاً على سوق الصناعات الغذائية. فقد خفَّض الأردنيون من استهلاك المواد الغذائية، وفي نفس الوقت، صار المستهلكون يميلون نحو الأطعمة المعبأة ذات القيمة الغذائية العالية، مع إيلاء اهتمام أكبر لعمليات التغليف والتوصيل وذلك تقييداً بإجراءات الوقاية المرتبطة بجائحة كورونا.

2. النسيج

تطوّرت صناعة النسيج في الأردن بشكل ملحوظ خلال العقد الماضي. وتشير الأرقام إلى أن الأردن يصدر ما قيمته 2 مليار دولار في المتوسط سنوياً من المنسوجات إلى الأسواق العالمية. ومع ذلك لا تزال توجد تحديات رئيسية تؤثر على مناخ الأعمال في قطاع النسيج، ومنها نقص الموارد المالية المخصصة للاستثمار في تحسين خط الإنتاج، ومحدودية الوصول إلى المساعدة الفنية، ونقص العمالة الماهرة.

وقد أظهر تحليل التجارة أن الأقمشة المحاكاة أو «الكروشييه» تُعدُّ من المنتجات الأكثر طلباً من السوق العالمية. كما كشف التحليل أن قطاع ملابس الأطفال من بين القطاعات الفرعية التي لها حصة سوقية صغيرة، مع وجود ثغرة كبيرة في السوق. وبالتالي يُمكن الاستفادة من هذه الاتجاهات لتوجيه الإنتاج المحلي نحو تلبية الطلب المحلي. أما على مستوى الطلب العالمي، فتُعدُّ الملابس والأقمشة الصناعية والسجاد من أكثر السلع ذات الإمكانيات التصديرية غير المستغلة. وهو ما يشير إلى وجود فرص تجارية غير مستغلة يمكن لرواد/رائدات الأعمال الاستفادة منها.

من ناحية أخرى، أدى انتشار الجائحة إلى توقف الإنتاج في قطاع النسيج، حيث لم يتمكن المستوردون من الحصول على المواد الخام اللازمة نتيجة لاضطراب سلاسل القيمة بسبب قيود الإغلاق، وهو ما أدى بدوره إلى تراجع الصادرات. وكانت صناعة الأحذية والسجاد من أكثر القطاعات الفرعية تضرراً. وفيما يتعلق بالاستهلاك، أدت حالة عدم اليقين المتعلق بالدخل والناجمة عن أزمة الجائحة إلى تراجع مشتريات الملابس، مع ميل متزايد نحو اقتناء السلع المستعملة. كما لوحظ اتجاه واضح نحو الملابس المتواضعة والملابس الرياضية والملابس المنزلية والبدايات الرسمية.

3. تكنولوجيا المعلومات والاتصال

ارتفعت الإيرادات الإجمالية من قطاع تكنولوجيا المعلومات والخدمات المرتبطة بها بنسبة 10.71 في المائة، وتجاوزت عائدات المبيعات 749.1 مليون دولار. وتشمل أهم القطاعات الفرعية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الأردن المعدات والبرمجيات والاتصالات ومقدمي المحتوى وتجارة الجملة والتجزئة.

وتجدر الإشارة إلى أنّ قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الأردن يواجه العديد من التحديات التي تحدّ من إمكانية مزيد الاستثمار فيه، ومنها على سبيل المثال غياب بيئة تنظيمية فعالة لقطاع الأعمال والارتفاع المشط للتكاليف ونقص المهارات وضعف البنية التحتية الداعمة، وهي كلها عوامل من شأنها أن تعيق إنشاء قطاع خاص قادر على المنافسة. وفي ظلّ اجراءات التباعد الاجتماعي المفروضة في ظلّ الجائحة، تنامي استخدام شبكة الإنترنت ومختلف المنصات الالكترونية لأغراض العمل والتعليم والصحة وللخدمات الخاصة. فعلى سبيل المثال، دفعت اجراءات الإغلاق العديد من الطلاب إلى التحوّل نحو التعلّم الإلكتروني، ودفعت العديد من المستهلكين إلى اللجوء لخدمات التوصيل عبر الإنترنت. كما تمت أتمتة (رقمنة) خدمات الرعاية الصحية للتكيّف مع مقتضيات التحوّل الإلكتروني. وهو ما يُشير إلى وجود فرص لرواد/رائدات الأعمال للعمل على تطوير منصات وخدمات الكترونية تلبي احتياجات المستهلكين ما بعد الجائحة، بالنظر إلى التغييرات الحاصلة في أسلوب حياتهم.

