



قطاع المنسوجات والألبسة في الأردن: تمكين الاستثمار وتوليد فرص عمل

آذار 2021



منتدى الاستراتيجيات الأردني
JORDAN STRATEGY FORUM



منتدى الاستراتيجيات الأردني
JORDAN STRATEGY FORUM



منتدى الاستراتيجيات الأردني JORDAN STRATEGY FORUM

جاء تأسيس منتدى الاستراتيجيات الأردني ترسيخاً لإرادة حقيقية من القطاع الخاص بالمشاركة في حوار بناء حول الأمور الاقتصادية والاجتماعية التي يُعنى بها المواطن الأردني، ويجمع المنتدى مؤسسات وشركات رائدة وفاعلة من القطاع الخاص الأردني، إضافة إلى أصحاب الرأي والمعنيين بالشأن الاقتصادي؛ بهدف بناء تحالف يدفع نحو استراتيجيات مستدامة للتنمية، ورفع مستوى الوعي في الشؤون الاقتصادية والتنموية، وتعظيم مساهمة القطاع الخاص في التنمية الشاملة. وقد تمّ تسجيل المنتدى بتاريخ 2012/8/30 بوصفه جمعية غير ربحية تحمل الرقم الوطني 2012031100026، وتقع ضمن اختصاص وزارة الثقافة.

عمان، الأردن

ت: +962 6 566 6476

ف: +962 6 566 6376



جدول المحتويات

4 المقدمة
5 المساهمات والتحديات الاقتصادية
14 توصيات منتدى الاستراتيجيات الأردني

1. مقدمة

لسنوات عديدة، كان العجز في الميزان التجاري من أهم التحديات التي يعاني منها الاقتصاد الأردني. وبسبب نقص الموارد الطبيعية ومحدودية القدرة الصناعية نسبيًا، اعتمد الأردن دائمًا على الواردات. ومنذ عام 1964، لم تحقق الدولة فائضًا في ميزانها التجاري أبدًا.

ومنذ تسعينيات القرن الماضي، كان قطاع المنسوجات من أحد أهم الصناعات المصدرة في الأردن، وموطنًا لأكثر من 32 علامة تجارية عالمية. ولقد اعتمد الناتج الإجمالي على تصنيع وتصدير الملابس بشكل أساسي، وخاصة بعد إنشاء المناطق الصناعية المؤهلة (QIZs) واتفاقية التجارة الحرة بين الأردن والولايات المتحدة.

على ضوء الطلب المتزايد على المصنوعات النسيجية والغزل والألبسة والمحكيات على مدى سنوات عديدة، أصبحت مسألة زيادة عدد موظفي هذا القطاع ضرورية. مع التركيز على انخراط العاملات الأردنيات في سوق العمل. وكما أنشأ هذا القطاع ما يسمى بـ "Satellite Units" (أي مرافق فرعية ومكاتب في مناطق مختلفة) لزيادة الإنتاج، مع ضمان الاندماج الاجتماعي للمجتمعات المحلية في الوقت نفسه، حيث توجد تلك الوحدات.

وبعد سنوات من الجهد والتعاون مع الحكومة وبعض الجهات الخارجية، تمكن قطاع المنسوجات والحيكاة من وضع علامة "صنع في الأردن" على خريطة "المصادر الأخلاقية" المتعلقة بسلامة المنتجين وضمان صحة وأمن مكان العمل، حيث يتأكد المشترون من أن الإنتاج النهائي يتم في بيئة عمل صحية، والامتثال إلى المعايير الدولية التي وضعتها منظمة العمل الدولية.

في عام 2020، فرضت جائحة "كوفيد-19" بعض التحديات غير المسبوقة على الاقتصاد الأردني ككل، شاملاً كذلك قطاع المنسوجات. وقد أجبرت هذه التحديات الصناعة على خفض عدد موظفيها عمومًا، في حين لم يكن أمام القطاعات الأخرى خيار سوى إغلاق أعمالهم.

ولقد أثبت قطاع المنسوجات قدرته على الصمود والمرونة في وجه الصدمات الاقتصادية الخارجية التي تعرض لها الأردن بمرور الوقت. فمن حرب العراق إلى الأزمة الاقتصادية للعام 2008 إلى أزمة اللاجئين وانقطاع خطوط الغاز المصرية. وخلال هذه الصدمات، حافظت الصادرات الوطنية من قطاع المنسوجات على مسار تصاعدي إلى حد كبير. ويعد هذا القطاع من بين أكبر الصناعات التي استفادت من مجموعة واسعة من اتفاقيات التجارة الحرة.

وفي سياق التحديات التي نشأت، وبسبب وباء "كوفيد-19"، ينبغي لقطاع المنسوجات أن يقيم شراكة جديدة مع الحكومة لزيادة سهولة ممارسة الأعمال التجارية، وزيادة ثقة المستثمرين، وتسهيل إمكانية التنبؤ بأطر السياسات العامة المرتبطة بالقطاع، وذلك أجل تعزيز النمو الاقتصادي الشامل والمستدام.

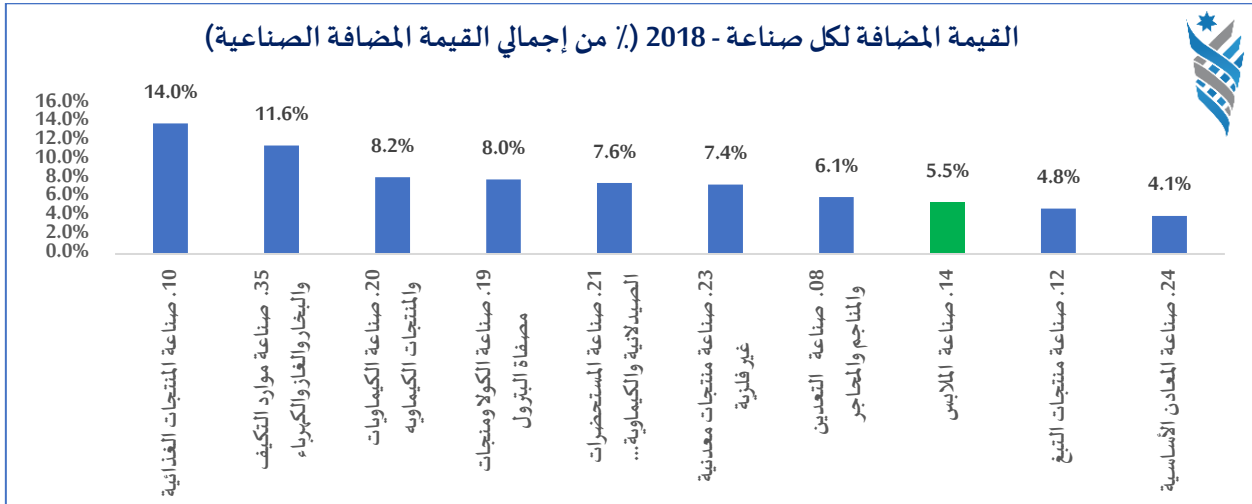
تهدف ورقة السياسات الصادر عن منتدى الاستراتيجيات الأردني إلى تحديد مساهمات قطاع المنسوجات في الاقتصاد الوطني وسوق العمل في الأردن، والتحديات التي يواجهها هذا القطاع، والفرص المحتملة لتعزيزه من خلال جذب مستثمرين جدد أو السماح للمستثمرين الحاليين توسيع عملياتهم.

2. المساهمات والتحديات الاقتصادية

فيما يلي بيانا للمساهمات التي تنبثق عن قطاع المنسوجات، يتلوها بعد ذلك التحديات التي تواجه هذا القطاع وسبل التوسع فيه.

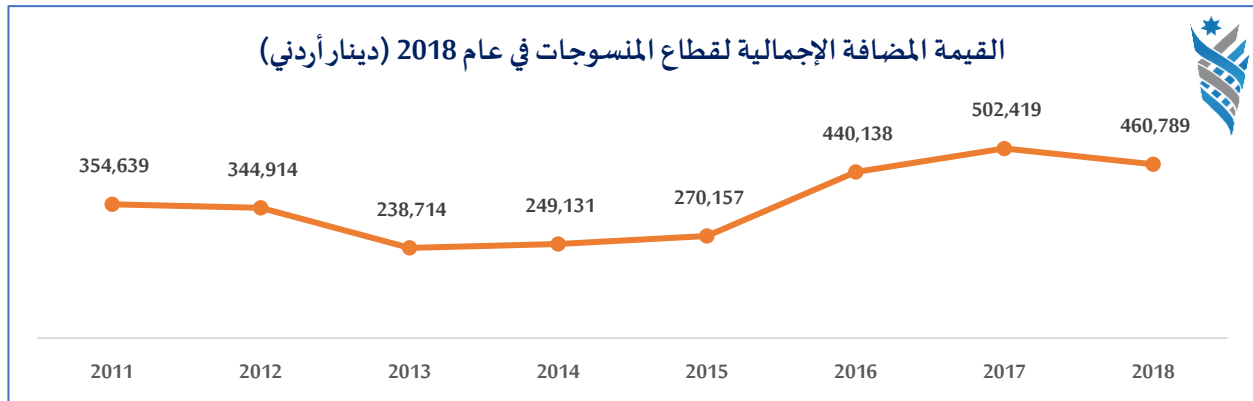
القيمة المضافة الإجمالية

في عام 2018، ساهمت صناعة المنسوجات بنسبة ما يقارب 7.74٪ من إجمالي القيمة المضافة (GVA) للقطاع الصناعي بحسب نشرة (البنك الدولي، 2020). ومع ذلك، في حين أن تصنيع الملابس في حد ذاته يشكل 5.5٪ من القيمة المضافة الإجمالية الصناعية، ولقد شكلت صناعة المنسوجات والمنتجات الجلدية 0.6٪ و 0.1٪ من القيمة المضافة الإجمالية الصناعية على التوالي بحسب نشرة دائرة الإحصاءات (2019, DOS).

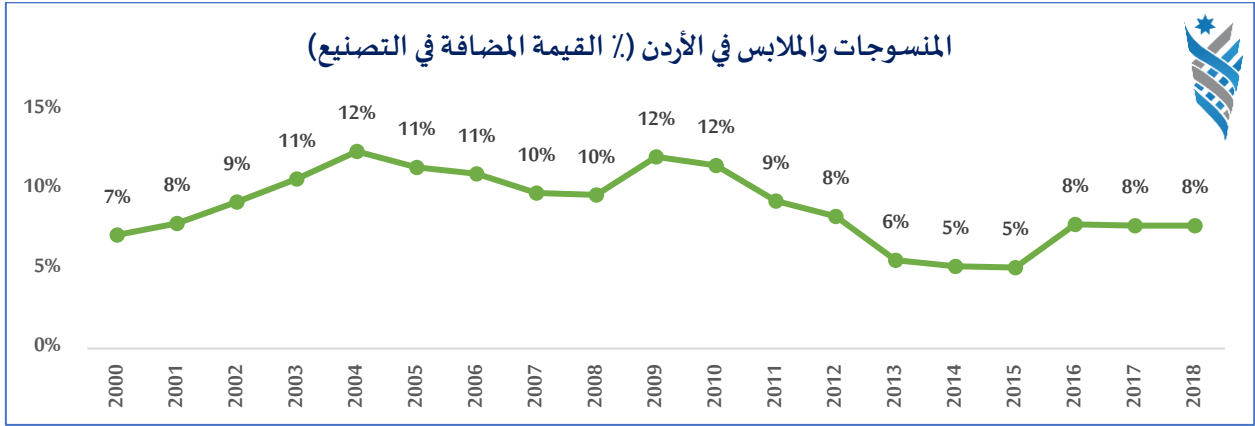


المصدر: الدراسات الاقتصادية الإحصائية، دائرة الإحصاءات، 2018

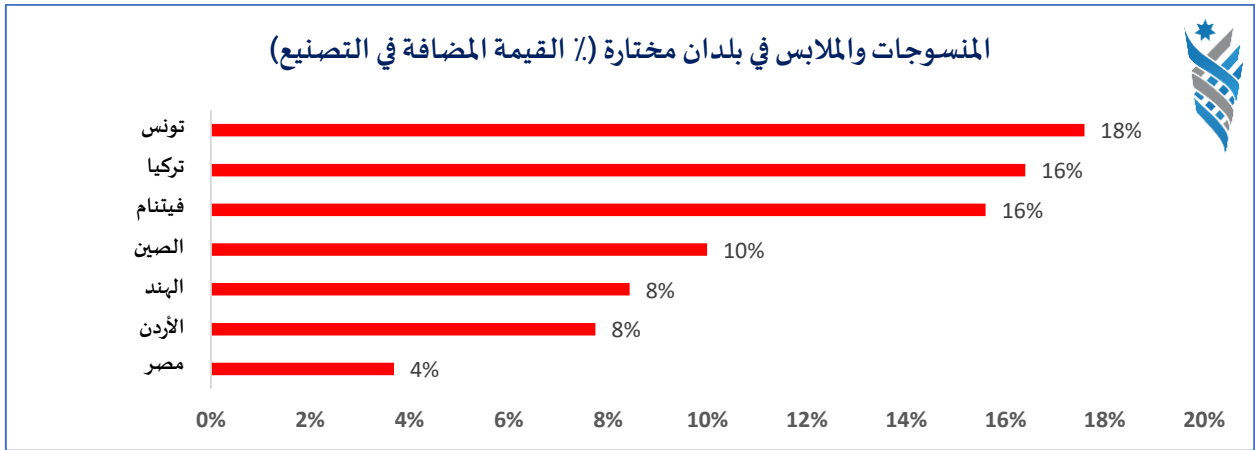
وقد بلغ آخر تقدير للقيمة المضافة المحلية لصناعة المنسوجات في عام 2011 ما نسبته 36.9%، وهذا يتوافق مع اتفاقية التجارة الحرة بين الأردن والولايات المتحدة التي تشترط تحقيق ما ينوف على 35% من القيمة المضافة المحلية للتأهل للتصدير إلى السوق الأمريكي. ومع ذلك، فمنذ عام 2011، شهد القطاع عدة تقلبات ناجمة عن الصدمات الخارجية، بما في ذلك زيادة تكاليف الطاقة، إلى جانب الحظر على بعض الواردات من قطاع النسيج الأردني حتى عام 2016. لذلك، لا بد من إعادة تقييم القيمة المضافة المحلية لهذا للقطاع من أجل قياس المساهمة الحقيقية له في الاقتصاد الأردني.



المصدر: الدراسات الاقتصادية الإحصائية، دائرة الإحصاءات، 2018



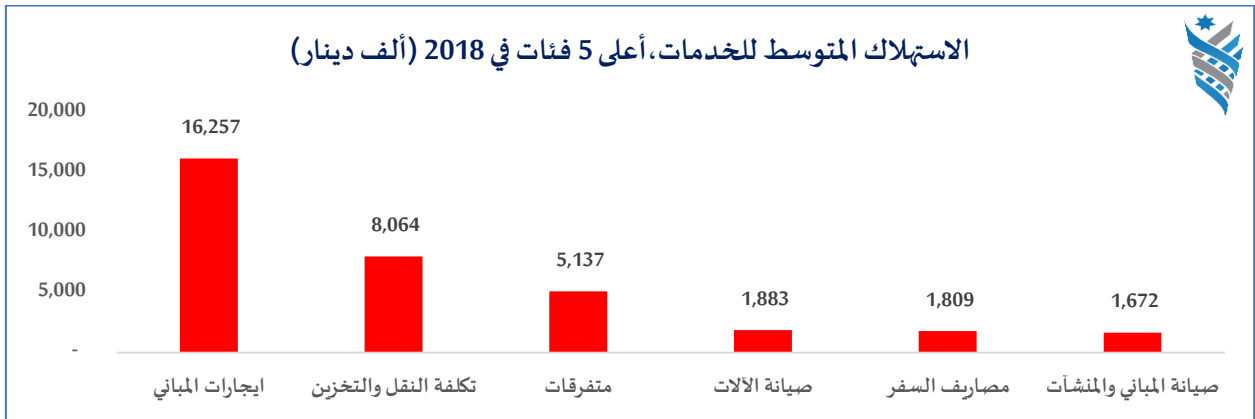
المصدر: بيانات البنك الدولي، 2020



المصدر: بيانات البنك الدولي، 2020

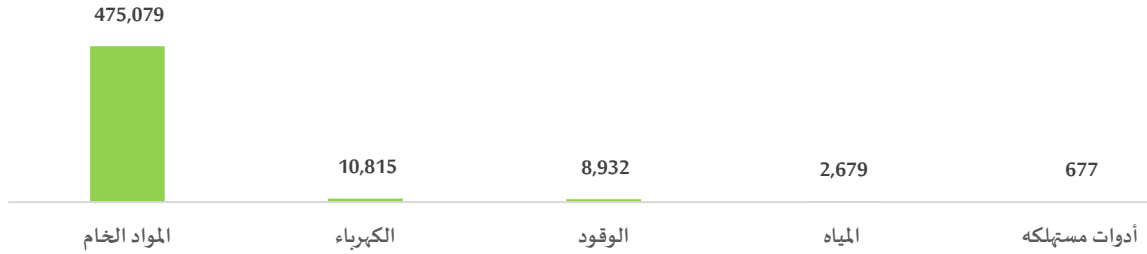
علاقة قطاع المنسوجات في القطاعات الأخرى

في عام 2018، شهد قطاع "الملابس المصنعة" أعلى استهلاك من حيث الخدمات الوسيطة من بين 29 صناعة في الأردن، وخامس أعلى استهلاك للسلع الوسيطة المستخدمة في الإنتاج. كما تجدر الإشارة إلى أن المواد الخام اللازمة للإنتاج يتم استيرادها في الغالب، وهذا الواقع يؤدي إلى تفاقم العجز التجاري الأردني، ويزيد من تكاليف الإنتاج بسبب تكاليف الشحن البحري والنقل. وهذا الواقع يؤشر على إمكانية استبدال بعض المستوردات بمواد مصنعة محليا.



المصدر: الدراسات الاقتصادية الإحصائية، دائرة الإحصاءات، 2018

الاستهلاك المتوسط للسلع المستخدمة في الإنتاج، وارتداء الملابس التصنيع (أعلى 5 فئات في عام 2018، ألف دينار)

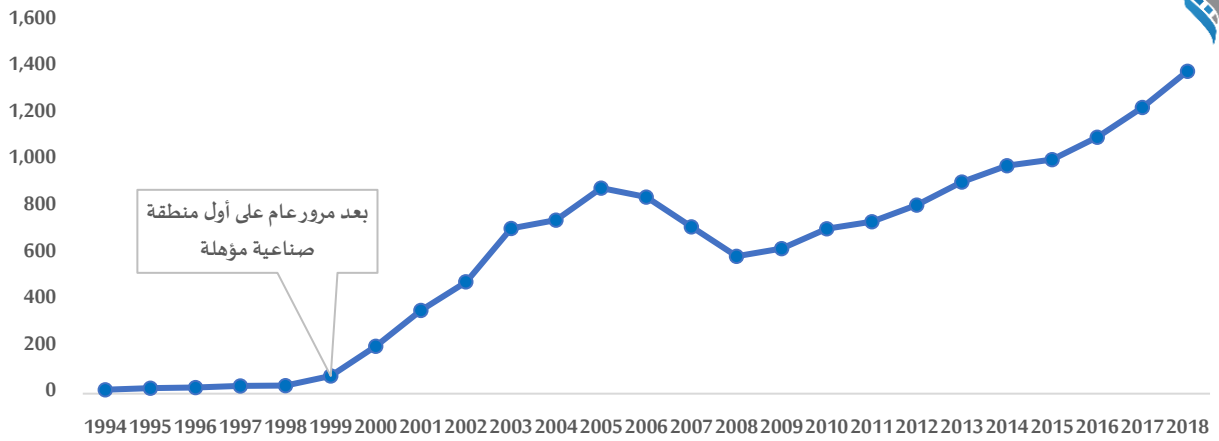


المصدر: المسوح الاقتصادية، دائرة الإحصاء، 2018

الصادرات: التاريخ والإمكانيات المستقبلية

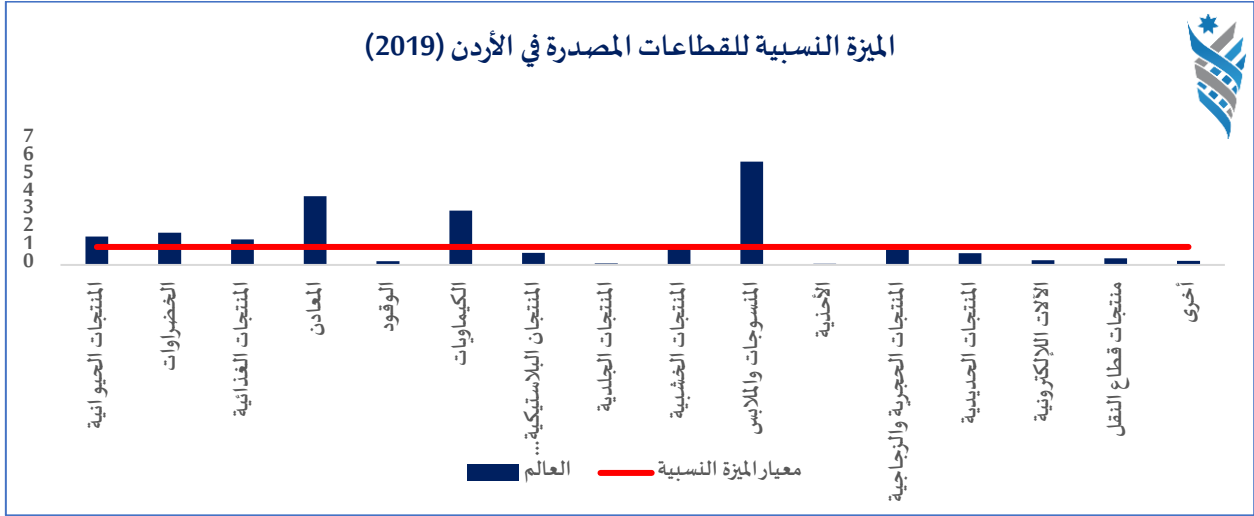
بناء على بيانات البنك المركزي، فمنذ التسعينات، كانت صناعة المنسوجات واحدة من أكبر 5 قطاعات تصديرية في الأردن. وهذه الصناعة هي من بين القطاعات القليلة التي استفادت من المناطق الصناعية المؤهلة، واتفاقية التجارة الحرة الأردنية الأمريكية، واتفاقية التجارة الحرة العربية الكبرى، واتفاقية يوروميد، وقواعد المنشأ المبسطة. ولا يزال القطاع قادراً على التكيف مع الصدمات الخارجية ويحافظ على مسار متزايد في الصادرات الوطنية.

إجمالي الصادرات المحلية من الملابس في الأردن (مليون دينار)



المصدر: البنك المركزي الأردني، 2019

أصبح قطاع المنسوجات والملابس الأردني منافساً عالمياً في صناعة المنسوجات، وذلك بسبب جهود هذا القطاع في الالتزام بالمعايير الدولية في مجالات الإنتاج والعمليات وظروف العمل.



المصدر: الحل العالمي للتجارة المتكاملة، البنك الدولي، 2019

أفضل 5 شركاء تجار لقطاع المنسوجات في 2019 (%) من إجمالي صادرات المنسوجات

أدنى 6 شركاء تجار لقطاع المنسوجات في 2019 (%) من إجمالي صادرات المنسوجات

المجموع %	القيمة التصدير (دينار)	الإقليم
91%	1,293,714,828	دول أمريكا الشمالية
3%	40,424,710	دول أوروبا الغربية
3%	37,568,653	الدول الآسيوية الغير-عربية
2%	26,471,115	الدول العربية الآسيوية

المصدر: التجارة الخارجية، دائرة الإحصاءات، 2019

المجموع %	قيمة التصدير (دينار)	الإقليم
1%	7,382,290	الدول العربية الافريقيه
0.30%	4,171,421	دول جنوب أمريكا
0.20%	3,109,675	بلدان اقيانوسيا
0.00%	320,877	الدول الافريقيه غير العربية
0.00%	268,418	دول شرق أوروبا
0.00%	16,069	الدول الاسكندنافية

المصدر: التجارة الخارجية، دائرة الإحصاءات، 2019

ونظرا لوجود الاتفاقات التجارية المذكورة أعلاه، من الواضح أن صادرات قطاع المنسوجات قد تركزت في سوق أمريكا الشمالية. وبمعنى أخرى، لا بد من بذل جهود إضافية للاستفادة من اتفاقيات التجارة الحرة القائمة، وبالتالي زيادة حصة الأردن في أسواق البلدان الأوروبية والعربية. فضلاً عن ذلك، فإن الدول الأفريقية (العربية وغير العربية) ودول أوروبا الشرقية والدول الإسكندنافية أقرب إلى الأردن من الولايات المتحدة، تجعلها مرشحا مؤهلا لأسواق محتملة جديدة.

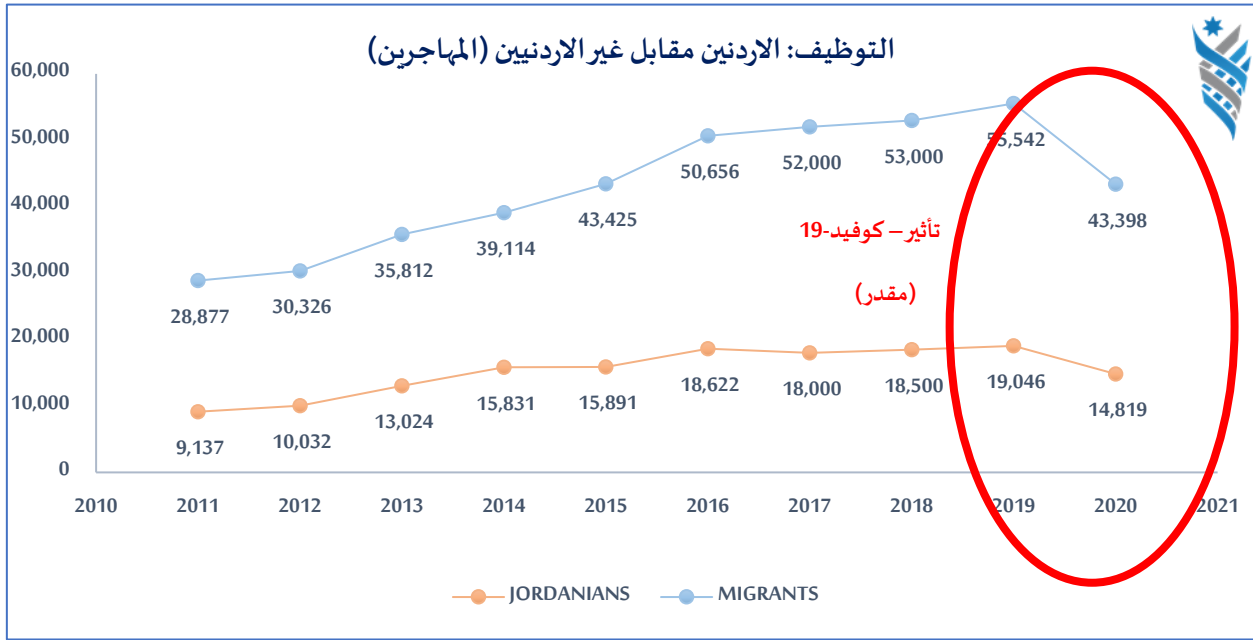
إن قطاع المنسوجات الأردني يواجه صعوبات في اختراق السوق الأوروبية على مستوى عالٍ لعدة أسباب يكمن جوهرها في طلب العملاء الذين يفضلون استيراد العلامات التجارية من شمال أفريقيا التي لديها ميزة تنافسية من حيث تكاليف النقل. وعلاوة على ذلك، فإن تكلفة سعر الوحدة في الأردن مرتفعة إلى حد ما بالمقارنة مع المصدرين الآخرين لهذا القطاع، مما يشكل تحدياً خطيراً للشركات الأردنية التي ترغب في التوسع إلى البلدان التي لا توجد فيها اتفاقيات للتجارة الحرة. ولذلك، قد يكون من الضروري توفير المزيد من العوامل الداعمة لقطاع المنسوجات، إذا ما أراد الأردن الاستفادة من ميزته التنافسية العالمية في هذا القطاع عن طريق تنويع حصة التجارة في مناطق متعددة.

دول مصادر الملابس الرئيسية – سعر الوحدة \$ لكل مشروع صغير ومتوسط
قسم التجارة في الولايات المتحدة

الدولة	2017	2018	2019	2020
العالم	2.96	2.98	3.03	2.79
الصين	2.38	2.35	2.25	1.8
فيتنام	3.21	3.28	3.43	3.35
بنجلاديش	2.74	2.79	2.95	2.81
إندونيسيا	3.71	3.81	3.9	3.84
الهند	3.46	3.5	3.63	3.38
كولومبيا	2.31	2.39	2.57	2.52
الأردن	5.75	5.77	5.37	5.15

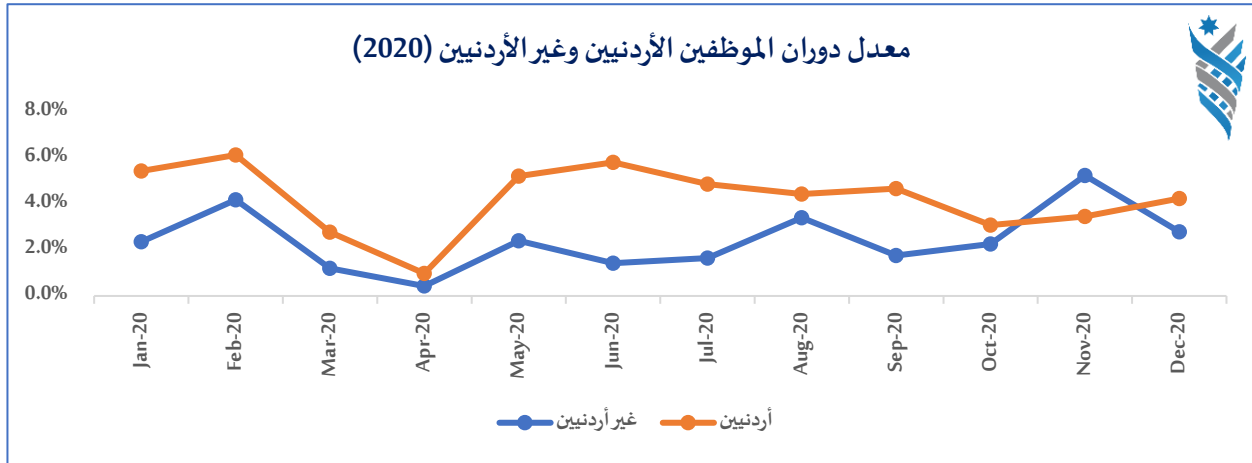
العمالة

في حين أن نسبة الأردنيين إلى غير الأردنيين متوافقة مع اتفاقيات التجارة الحرة المتعددة، فإن عدد الأردنيين العاملين في مجال المنسوجات يعتبر منخفضاً إلى حد ما. وفي حين أن عدد غير الأردنيين يتزايد منذ عام 2011. وبحلول نهاية عام 2019، كان الأردنيون العاملون في قطاع المنسوجات يشكلون 1.4٪ من إجمالي العمالة الأردنية، و 2.3٪ من إجمالي الأردنيين العاملين في القطاع الخاص. وبسبب كوفيد-19، فإن انخفاض العمالة قد أثر على الأردنيين وغير الأردنيين على حد سواء (22٪). ومع ذلك، فإن عدد غير الأردنيين المتضررين بلغ (12,144) وهو ما يعادل 3 أضعاف عدد الأردنيين تقريباً.



المصدر: جمعية مصدري الألبسة والمنسوجات الأردنية، 2020

ووفقاً لجمعية مصدري الألبسة والمنسوجات الأردنية (JGATE)، فقد التزمت صناعة المنسوجات بزيادة نسبة الأردنيين إلى غير الأردنيين بنسبة 30٪. وفيما يتعلق بنوع الجنس، تشكل الإناث قرابة 73٪ من جميع العاملين. وفي عينة تضم أكثر من 23 ألف موظف، تبلغ نسبة الإناث إلى الأردنيين الذكور حوالي 7.13 إلى 1.



المصدر: جمعية مصدري الألبسة والمنسوجات الأردنية، 2020

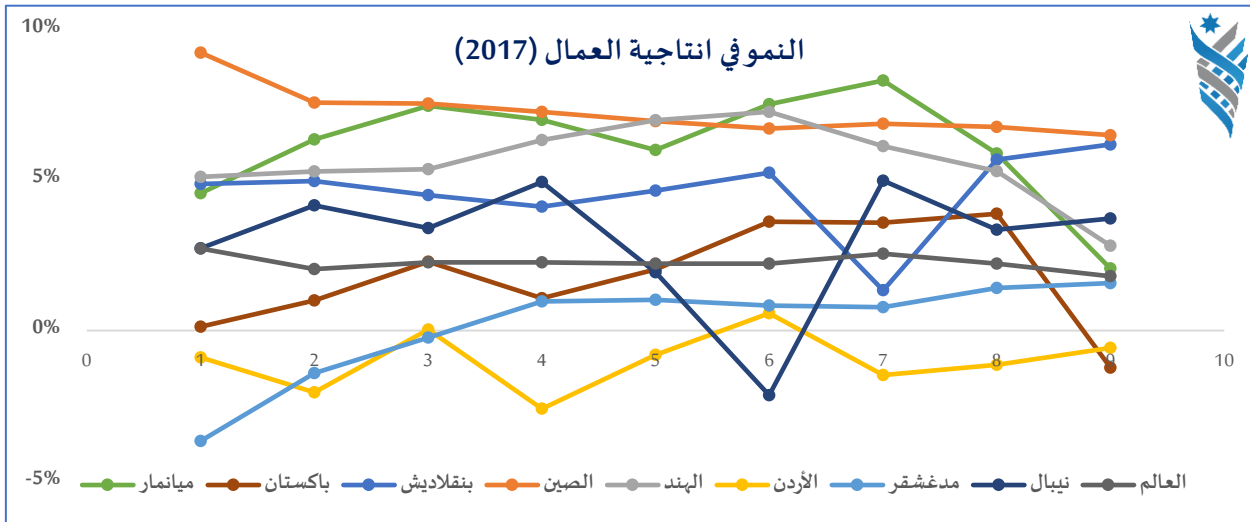
وباستخدام نفس المعدل، يمكن تقدير عدد الأردنيات في عام 2019 بحوالي 16,374. ويمثل هذا الرقم حوالي 13.6٪ من مجموع النساء الأردنيات العاملات في القطاع الخاص، و6.6٪ من مجموع العاملات الأردنيات في القوى العاملة. وعلاوة على ذلك، كان معدل دوران الموظفين الأردنيين أعلى بكثير في السنوات الماضية من معدل الدوران لغير الأردنيين

إنتاجية العمل

يشكل وجود عدد كبير من غير الأردنيين عبئاً مالياً كبيراً على هذا القطاع: في عام 2018، شكلت رسوم الإقامة وتصاريح العمل حوالي 45٪ من إجمالي الضرائب غير المباشرة أي حوالي (14.3 مليون دينار) وهذا بالإضافة إلى التكلفة الوسيطة المذكورة سابقاً والبالغة 16.3 مليون دينار. ويعادل مجموع هذه الفئات حوالي 6.5٪ من القيمة المضافة للصناعة في عام 2018، ويمكن تخفيضها إذا تم تمكين القطاع من تأمين المزيد من العمال الأردنيين على المدى الطويل.

تشكل القوة العاملة الأجنبية 74.5% من مجموع القوة العاملة في صناعة النسيج بالأردن. وعلى الرغم من أن هذا القطاع قد التزم بزيادة نسبة العمال الأردنيين، إلا أنه يواجه تحديات في القيام بذلك، حيث أن مستويات الدخل في القطاع أكثر ملاءمة للعمالة الأجنبية. ومن منظور المستثمر، فإن إنتاجية القوى العاملة هي أيضاً عامل أساسي في اعتبارات العمالة.

ويمكن تقدير إنتاجية العمل من خلال النظر الى نمو الناتج المحلي الإجمالي لكل عامل موظف. ووفقاً لبيانات البنك الدولي، فإن الأردن، من بين جميع جنسيات القوى العاملة في صناعة المنسوجات، هو البلد الوحيد الذي يشهد انخفاضاً في نمو الإنتاجية بشكل مستمر على مدى السنوات العشر الماضية. وهذا ما تؤيده بالفعل الأرقام الواردة أعلاه. وفي حين أن هذا الإجراء لا يمثل مهارات أو جهود العمالة الأردنية، إلا أنه يمكن أن يكون بالتأكيد رادعاً للمستثمرين الأجانب الجدد، وقلقاً للمستثمرين المحليين والأجانب الحاليين في هذا القطاع.

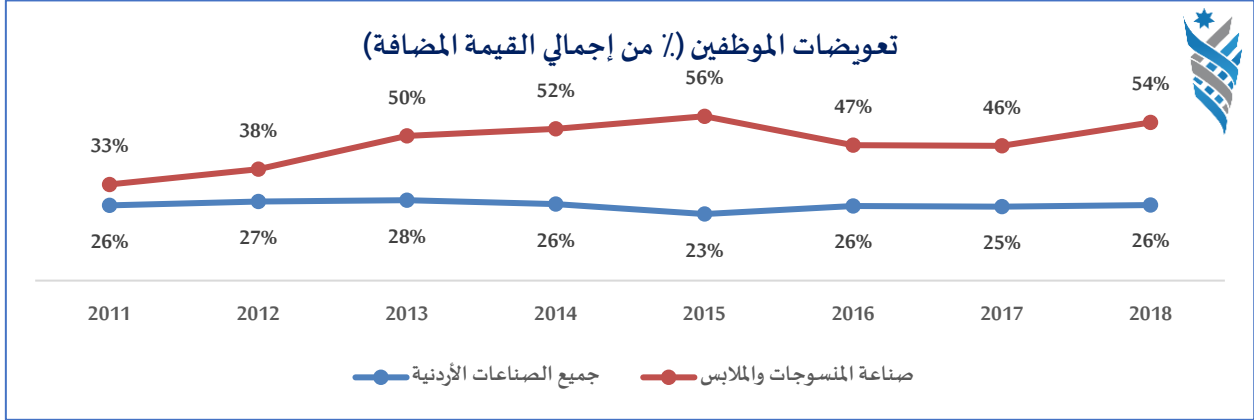


المصدر: البنك الدولي، 2020

وعلى مستوى القطاع، يمكن تقدير إنتاجية العمل حسب قيمة السلع والخدمات التي تنتجها الصناعة لكل ساعة عمل يقوم بها العامل. بالنسبة لصناعة المنسوجات في الأردن، ومن دراسة عينة من حوالي 23,000 موظف، كان من الواضح أن إنتاجية العمل للمغربيين والأردنيين تقترب من 80٪ و65٪، في حين بينت عدة دراسات في بنغلاديش والهند أن كفاءة العمل القياسية المتوقعة في هذا القطاع تقترب من 80٪.

الأجور

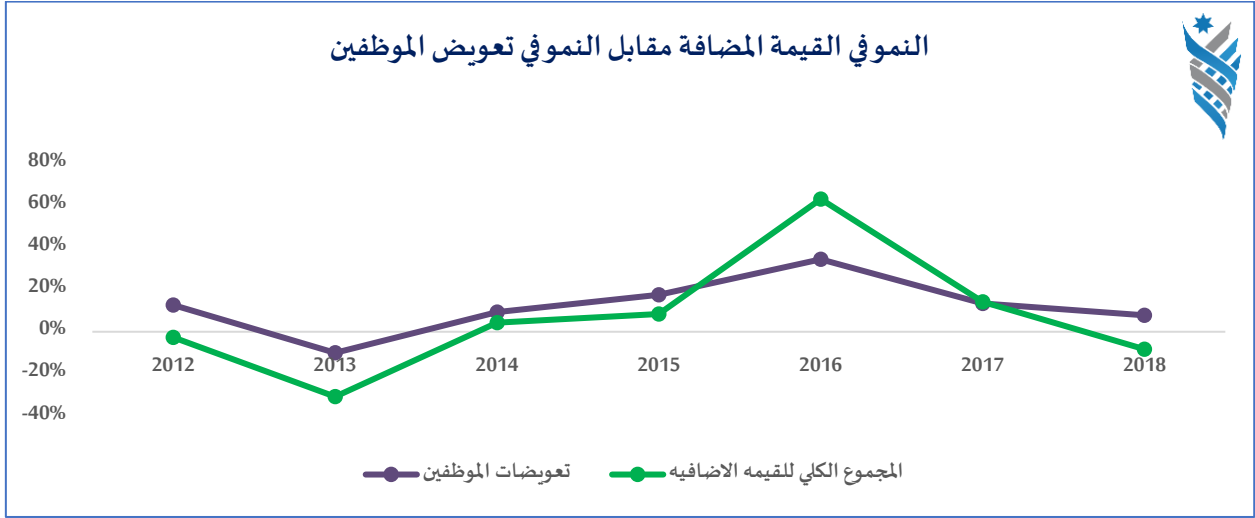
وعلى عكس القطاع الصناعي العام، فإن تعويضات العاملين في صناعة المنسوجات في تزايد فيما يتعلق بالقيمة المضافة للصناعات في السنوات العشر الأخيرة مقارنة ببقية القطاعات. ويرجع ذلك إلى حقيقة أن قطاع الملابس تمتاز بكثافة عمالة أكبر، إلا أن معدل الأجور يعتبر أقل من بعض القطاعات الأخرى بسبب الترتيبات الخاصة للعمالة غير الأردنية.



إن الحد الأدنى للأجور للأردنيين هو 220 دينار أردني، وذلك وفقاً لاتفاقية المفاوضات الجماعية الموقعة في كانون الأول 2019. ومع ذلك، فإن الأردنيين يحصلون على ما يقارب 270 دينار في المتوسط، وهذا المبلغ لا يشمل مبلغ 50 ديناراً إضافياً كبديل للنقل والإقامة، فضلاً عن الوجبات وغيرها من المزايا. وبالنظر إلى عدد الأردنيين العاملين في هذا القطاع في عام 2019، فيمكن القول بأن حوالي 64.8 مليون دينار تدفع كأجور واستحقاقات سنوياً.

وفيما يتعلق بالموظفين غير الأردنيين، فإنهم يتقاضون في المتوسط قرابة 250 دينار أردني شهرياً. وكما هو الحال بالنسبة للأردنيين، فإنه يتم منحهم تعويضات عن الوقت الإضافي، مع مراعاة تعادل القوة الشرائية، لهذا يمكن القول إن الراتب المدفوع لغير الأردنيين في قطاع المنسوجات (باستثناء الصين وسريلانكا) يعتبر جذاباً بالنسبة لغير الأردنيين لأنه يقع على مقربة كبيرة من الدخل القومي الإجمالي لبلادهم.

وبغض النظر عن الجنسية، أظهرت السنوات الأخيرة أن الزيادة في الأجور في قطاع المنسوجات له أثر مضاعف على القيمة المضافة الإجمالية التي يحققها القطاع نفسه. بمعنى آخر، وبالمجمل، الزيادة في الأجور في هذا القطاع تترجم إلى زيادة أكبر في القيمة المضافة.



من الواضح أن هناك فوائد تتأتى من قطاع الملابس في الأردن. وتشمل هذه الفوائد تشجيع صادرات المنسوجات والصناعات النسيجية، وخلق فرص العمل، واستخدام المرافق، والمنافع والمباني، ونقل وتوارث المعرفة في هذا المجال. بالإضافة إلى ذلك، أن هذه الصناعة تساهم في تكريس العلامة التجارية "صنع في الأردن" عالمياً، ويمكن استخدام هذا لزيادة كثير من الصادرات، إما من نفس هذا القطاع، أو غيرها من المنتجات التي يمكن أن تستفيد من اتفاقية التجارة الحرة بين الأردن والولايات المتحدة الأمريكية.

والفرصة التي تتيحها الوحدات في المناطق النائية، كبيرة إلى حد ما، بالنظر إلى تيسيرها للمشاركة في القوى العاملة للذكور والإناث. وإنشاء هذه الوحدات في المجتمعات التي ليس لديها خدمات، هو نموذج استثنائي يقلل من عدم المساواة الاقتصادية، ويزيد من مشاركة المرأة في القوى العاملة، ويعمل بمثابة نقطة انطلاق للتنمية الحضرية في المناطق الريفية.

3. توصيات منتدى الاستراتيجيات الأردني:

وبالنظر إلى الملاحظات المذكورة أعلاه، يوصي منتدى الاستراتيجيات الأردني بما يلي:

- (1) ينبغي للحكومة، إلى جانب أصحاب العلاقة في قطاع المنسوجات تبني استراتيجية طويلة الأمد لتسهيل إمكانية التنبؤ بالسياسات التي تؤثر مباشرة على ثقة المستثمرين والرغبة بالاستثمار. وينبغي أن تراعي الاستراتيجية بشكل خاص الزيادات المفاجئة في التكاليف غير المباشرة/ الخفية التي يتحملها هذا القطاع، مثل زيادة الرسوم الطبية، والرسوم الجزائية على الأخطاء الناتجة عن البيانات الجمركية، وغيرها.
- (2) نظراً إلى الطلب العالي والكبير على سلع المنسوجات وصناعة الملابس والخدمات الوسيطة، فيجب على الجهات ذات العلاقة في هذا القطاع مثل غرفة صناعة عمان التعاون مع وزارة الصناعة والتجارة لتفعيل دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وخاصة المنشآت التي تعمل في مناطق التصنيع (سواء المناطق الحرة أو مواقع الـ "Satellite Units")، والبحث في تعزيز الروابط والتشبيك بين القطاعات الفرعية المساندة لصناعة الغزل والنسيج.
- (3) يجب على قطاع المنسوجات إجراء دراسة تفصيلية لتحليل القيمة المضافة المحلية لهذا القطاع لتحديد المجالات التي يمكن للحكومة أن تحفز القطاع فيها بطريقة تؤدي إلى زيادة النشاط الاقتصادي للمنشآت التي توفر الخدمات الوسيطة.
- (4) العمل على زيادة نسبة الموظفين الأردنيين في قطاع المنسوجات، ونظراً لنجاح القطاع في توظيف النساء الأردنيات، ينبغي على الحكومة اقتراح إطار قانوني، بالتعاون مع أصحاب العلاقة في هذا القطاع، لضمان انخفاض معدلات دوران الموظفين الأردنيين، والتركيز على فئات الإدارة المتوسطة التي يفتقدها القطاع.
- (5) نظراً لطبيعة هذا القطاع التي تتسم بكثافة اليد العاملة، إلى جانب ارتفاع نسبة الخياطين المتعددين المهارات في مجال الحياكة، ينبغي على القطاع التعاون مع وزارة العمل لنشر فرص العمل على منصة الوزارة الإلكترونية "سجل". كما ينبغي على القطاع أن يواصل التعاون مع هيئات التدريب الفني للحصول على أكبر عدد ممكن من الأردنيين الذين يعانون من بعض الثغرات التقنية (من حيث المبدأ، لا بد من تخصيص رسوم إقامة العاملين الأجانب التي تحصلها الحكومة من هذا القطاع لغايات تمكين الأردنيين للعمل في القطاع).
- (6) من خلال زيادة نسبة العمالة الأردنية في القطاع، يمكن توليد مدخرات إضافية وتخصيصها إما لزيادة الأجور / الحوافز، أو لزيادة الإنتاج لاختراق الأسواق الدولية الجديدة.
- (7) من الضروري أن يتعاون هذا القطاع مع الجهات المعنية من القطاع العام لبناء نموذج يمكن أن تصبح فيه الوحدات في المناطق النائية أكثر ربحية (بدلاً من أن تكون جزءاً من المسؤولية المجتمعية كما هو الحال الآن)، مع معالجة مسألة الإنتاجية والتغيب عن العمل وبعض الممارسات العالمية التي تضر صحة أصحاب العمل.



- (8) مراقبة تنافسية الأردن بشكل دائم إزاء البلدان الأخرى، مع زيادة التركيز على نقاط الضعف الحالية مثل تكلفة الإنتاج لكل وحدة، والتطور التكنولوجي في المصانع المنافسة، وضعف استقرار السياسات والحوافز الاستثمارية المعمولة به.
- (9) تغيير النظرة العامة إلى القطاع على أنه قطاع "مهاجر" لا يضيف الكثير إلى الاقتصاد الوطني، وتعزيز النظرة الايجابية من خلال السعي لتعزيز القيمة المضافة محلياً، ونقل المعرفة ودراسة الأسواق التي يمكن التصدير لها إلى جانب السوق الأمريكي وبناء علاقات طويلة المدى مع الشركاء التجاريين المحتملين.

وحدات التصنيع في خارج المناطق الحرة "Satellite Units"

شكلت مواقع المناطق الحرة تحدياً لوجستياً للأردنيين الذين يأتون من مختلف المحافظات للعمل في صناعة المنسوجات. ويفرض هذا التحدي المطالبة مزيد من التعويضات وذلك مثل تكاليف بدل النقل من وإلى المناطق النائية. ولمعالجة هذه المسألة، أنشأت الحكومة وقطاع المنسوجات ما يسمى "Satellite Units" وهي مصانع مصغرة خارج نطاق المناطق الحرة وموزعة في محافظات متعددة. هذا النهج اللامركزي يسمح لصناعة النسيج بتوظيف المزيد من الأردنيين.

وفي عام 2017، قدمت الحكومة الحوافز التالية لإنشاء وحدات التابعة في المناطق النائية حسب ما ورد في المصدر (عمل أفضل، 2019: (JGATE) جمعية مصدري الألبسة والمنسوجات الأردنية، 2018):

1. إعفاءات من دفع الإيجار لمدة ثلاث سنوات.
2. أرض للبناء.
3. دعم رواتب الأردنيين عن السنة الأولى من التوظيف (110 دينار أردني).
4. الإعانات المتعلقة بتكاليف النقل (25 دينار أردني).
5. مساهمة الضمان الاجتماعي (25 دينار أردني).
6. خدمات البنية التحتية مثل الكهرباء والماء (توقف بسبب نقص التمويل).
7. الحوافز الأخرى التي تمنح للمستثمرين في المناطق الصناعية والتنمية.

وبحلول عام 2020، تم إنشاء 27 وحدة صناعية، ويعمل في هذه الوحدات 6269 أردنياً، و85.5٪ من هؤلاء الأفراد من الإناث. وتستند عملية التوظيف أساساً إلى الدمج الاجتماعي، بحيث لا يحتاج طالب الوظيفة إلى خبرة مسبقة للانضمام إلى قوة العمل. وفي الواقع، يخضع الموظفون من جميع الجنسيات للتدريب لمدة شهرين للحصول على المهارات الفنية والناعمة اللازمة لجعل العمل اليدوي أكثر كفاءة.

تعتبر الوحدات في المناطق النائية بشكلها الحالي جزءاً من المسؤولية الاجتماعية للشركات وليست نموذج عمل مربح: في حين أن فرضية هذه الوحدات هي لتعزيز النمو الشامل إلا أن نتائجها المالية لم تكن مشجعة من وجهة نظر المستثمرين. ويمكن أن يعزى هذا التدي في الربحية جزئياً إلى التحديات المتصلة بالقوى العاملة، بما في ذلك التغيب عن العمل ودوران القوة العاملة. وبحلول أيار 2018، على سبيل المثال، في حين وصلت معدل دوران الموظفين في الوحدات في المناطق النائية إلى حوالي 4٪، وصل التغيب عن العمل إلى حوالي 6.6٪. ويمكن أن يكون دمج هاتين الظاهرتين (الغياب وترك العمل) ضاراً بالعمليتين عموماً، وتكاليف التوظيف وإعادة التدريب بصفة خاصة. ومع ذلك، أدت التحسينات في كل من التغيب عن العمل والبقاء على رأس العمل بين كانون الثاني وأيار من عام 2018 إلى زيادة في متوسط إنتاج ومستوى الجودة (أي النسبة المئوية للمنتجات التي تمر من خلال عمليات فحص الجودة).



منتدى الاستراتيجيات الأردني
JORDAN STRATEGY FORUM

فاكس: +٩٦٢ ٦٥٦٦ ٦٣٧٦

هاتف: +٩٦٢ ٦٥٦٦ ٦٤٧٦

info@jsf.org

www.jsf.org



/JordanStrategyForumJSF



@JSFJordan