ورشة عمل

التوسّع عبر الحدود: التجارة الرقمية والتجارة الإلكترونية والجاهزية للتصدير

18 تشرين الثاني/نوفمبر 2026

16:00-13:00 | قاعة بابل

Accelerating growth, & entrepreneurial success | نمو متسارع، نجاح ريادي مستدام

الخلفية والسياق الإقليمي

تُحدِث التجارة الرقمية والتجارة الإلكترونية تحوّلاً في أساليب وصول الشركات إلى العملاء والأسواق، وتفتح أمامها آفاقاً أوسع للمشاركة في التجارة الدولية. ووفقاً لأحدث إحصاءات مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، تواصل التجارة الرقمية والتجارة الإلكترونية نموّهما على المستوى العالمي، مما يتيح فرصاً جديدة للشركات بمختلف أحجامها لتقديم المنتجات والخدمات عبر الحدود[1].

وفي المنطقة العربية، تمثل المشروعات الصغيرة والمتوسطة أكثر من 96 في المائة من مجموع الشركات، وتسهم بما يصل إلى 40 في المائة من الناتج المحلي الإجمالي، وتؤدي دوراً محورياً في توفير فرص العمل وتحقيق النمو الاقتصادي[2]. ومع ذلك، لا تزال العديد من هذه المشروعات تواجه تحديات في الوصول إلى الأسواق الإقليمية والدولية. ووفقاً لمركز التجارة الدولية، غالباً ما تواجه المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مقارنةً بالشركات الأكبر حجماً، تكاليف تجارية أعلى، ومحدودية في المعلومات عن الأسواق، وقيوداً لوجستية، ومتطلبات تنظيمية، وفجوات في التمويل، ومحدودية في القدرات الرقمية[3].

وإدراكاً للأهمية المتزايدة للتجارة الرقمية، تنفّذ عدة بلدان عربية استراتيجيات وإصلاحات وطنية لزيادة القدرة التنافسية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة وتوسيع مشاركتها في الأسواق الإقليمية والدولية. ففي المملكة العربية السعودية، يتواصل النهوض بالتجارة الرقمية في إطار رؤية السعودية 2030، من خلال دعم التحول الرقمي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، والتجارة الإلكترونية، والمدفوعات الرقمية، والخدمات اللوجستية، وريادة الأعمال، وذلك من خلال الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة (منشآت) وغيرها من البرامج الوطنية. وتنفّذ الإمارات العربية المتحدة استراتيجية الاقتصاد الرقمي، وتستثمر في البنية التحتية الرقمية، والذكاء الاصطناعي، والخدمات اللوجستية المتقدمة، والخدمات الحكومية الرقمية، بما يعزز مكانتها كمركز إقليمي للتجارة الرقمية والتجارة عبر الحدود.

وفي الأردن، يجري تنفيذ الاستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية (2023-2025) والعمل على تطوير مرحلتها الثانية (2026-2029) بهدف النهوض بمنظومة التجارة الرقمية، وتحسين البيئة التنظيمية، ودعم مشاركة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الإلكترونية والتجارة عبر الحدود[4]. وتواصل مصر الارتقاء بالقدرة التنافسية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة من خلال جهاز تنمية المشروعات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر والبرامج الوطنية للتحول الرقمي التي تدعم ريادة الأعمال والخدمات الرقمية ونمو الأعمال[5]. ويعمل العراق، بصفته البلد المضيف للقمة العربية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة لعام 2026، على تنمية القطاع الخاص، وتحسين الترابط الإقليمي، وتوسيع فرص التجارة والاستثمار، مما يتيح فرصاً جديدة لمشاركة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في سلاسل القيمة الإقليمية والتجارة عبر الحدود[6].

واستناداً إلى هذا التقدم، تتوفر إمكانات كبيرة لمواصلة الارتقاء بجاهزية المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة للتصدير، وتطوير قدراتها الرقمية وخدماتها اللوجستية، وتحسين امتثالها لمتطلبات التجارة وحصولها على التمويل والمعلومات عن الأسواق في مختلف أنحاء المنطقة. ومن شأن إحراز مزيد من التقدم في هذه المجالات أن يمكّن المشروعات الصغيرة والمتوسطة من المشاركة بفعالية أكبر في سلاسل القيمة الإقليمية والعالمية[7]. وتوفر ورشة العمل منصة لتبادل الخبرات العملية، ومناقشة الاتجاهات الناشئة، وتحديد الإجراءات التي تدعم توسّع المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الأسواق الإقليمية والدولية من خلال التجارة الرقمية والتجارة الإلكترونية.

الأهداف

تهدف ورشة العمل إلى:

- استعراض الاتجاهات الراهنة في التجارة الرقمية والتجارة الإلكترونية، وتوسّع المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الأسواق الدولية، واستكشاف الفرص المتاحة أمامها للوصول إلى أسواق جديدة.
- مناقشة السياسات والآليات العملية الكفيلة بالارتقاء بجاهزية المشروعات الصغيرة والمتوسطة للتصدير ورفع قدرتها التنافسية.
- تسليط الضوء على المقوّمات الرئيسية للتجارة عبر الحدود، بما في ذلك المنصات الرقمية، والخدمات اللوجستية، والمدفوعات الرقمية، والتمويل، وتيسير التجارة.
- تشجيع تبادل المعارف وأفضل الممارسات على الصعيد الإقليمي بين واضعي السياسات، والجهات الفاعلة في القطاع الخاص، ومؤسسات دعم الأعمال، وشركاء التنمية، بما يسهم في تطوير منظومة التجارة الرقمية.

المشاركون

تجمع ورشة العمل طيفاً واسعاً من أصحاب المصلحة، بمن فيهم:

	واضعو السياسات والمسؤولون الحكوميون المعنيون بالتجارة، والاقتصاد الرقمي، والاستثمار، وتشجيع الصادرات، وتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة.
	المنظمات الإقليمية والدولية المعنية بدعم التجارة، وتنمية القطاع الخاص، وريادة الأعمال، والتحول الرقمي.
	المشروعات الصغيرة والمتوسطة، ورواد الأعمال، وممثلو القطاع الخاص بمن فيهم القائمون على منصات التجارة الرقمية، ومزودو الخدمات اللوجستية، والمؤسسات المالية، ومنظمات دعم الأعمال.
	الخبراء والممارسون في مجالات التجارة الرقمية، والتجارة الإلكترونية، وتنمية الصادرات، وتيسير التجارة، والوصول إلى الأسواق، والمدفوعات الرقمية عبر الحدود.

جدول الأعمال

الوقت	عنوان الجلسة	وصف الجلسة	المتحدث/الميسّر
14:00-13:00	**الجلسة الأولى** مستقبل التجارة الإلكترونية: أبرز الاتجاهات وفرص النمو	تستعرض هذه الجلسة أبرز الاتجاهات والفرص في مجال التجارة الإلكترونية، مع التركيز على دور التكنولوجيا الناشئة، والأدوات الرقمية، والذكاء الاصطناعي، والتغيّرات في سلوك المستهلكين في مساعدة المشروعات الصغيرة والمتوسطة على الوصول إلى أسواق جديدة، والارتقاء بقدرتها التنافسية، وتحقيق نمو مستدام.	**مالك خلف وادي،** مديرعام دائرة تطوير القطاع الخاص، وزارة التجارة، العراق **موي بيتر إيليا،** مسؤول برامج، مركز التجارة الدولية، العراق **عمار أمين،** شريك مؤسس ومدير تنفيذي، مسواك، العراق **نوفل كاظم عبد عون،** نائب رئيس منظمة مدارات الوعي والتنمية المستدامة، العراق
15:00-14:00	**الجلسة الثانية** التوسّع عبر الحدود: الأدوات والمنصات الرقمية	تتناول هذه الجلسة الأدوات والمنصات الرقمية العملية التي يمكن أن تستفيد منها المشروعات الصغيرة والمتوسطة لتحديد فرص الأعمال، وفهم العملاء والمنافسين على نحو أفضل، ومتابعة اتجاهات القطاعات، واتخاذ قرارات مستنيرة. وتتناول أيضاً دور هذه الأدوات في مساعدة المشروعات على تقييم الأسواق الجديدة، والتخطيط للتوسّع في الأسواق الدولية، واتخاذ الخطوات الأولى للوصول إلى العملاء في الخارج.	**محسن علي الحميد،** رئيس غرفة التجارة الدولية، العراق **عمار عبد الجبار فتاح،** مدير مفوض، شركة إنجاز لتكنولوجيا المعلومات، العراق **غادة مصطفى عطا،** مدير قسم نقطة تجارة العراق، وزارة التجارة، العراق

16:00-15:00	**الجلسة الثالثة** الجاهزية للتصدير: من الإعداد إلى التجارة الدولية	تركز هذه الجلسة على المتطلبات الرئيسية الكفيلة بتحسين الجاهزية للتصدير، بما في ذلك تقييم قدرات المشروعات، واستيفاء متطلبات الجودة والمتطلبات التنظيمية، وإعداد المنتجات والعمليات بما يتوافق مع معايير التجارة الدولية. وتسلّط الضوء أيضاً على الخطوات العملية التي يمكن أن تتّخذها المشروعات الصغيرة والمتوسطة لتعزيز جاهزيتها للتصدير.	**سامي وشطاتي،** مستشار فني، منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة (الفاو) **ميثم سعد،** مؤسسة ومديرة تنفيذية، وكالة برحية، العراق **عايدة باجي قلال،** مستشارة دولية والرئيسة التنفيذية لشركة إنسايت، تونس **زهراء وتوت،** المديرة الوطنية لمشروع JOBS، مركز التجارة الدولية، العراق **ميسّر جميع الجلسات** **خالد الساعدي،** مؤسس ورئيس تنفيذي، منصة جميلة (Jaamila.com)، العراق

الحواشي

1. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Statistics on the digital economy, e-commerce and digital trade, 2025.
2. United Nations Development Programme (UNDP), Beyond barriers: how access to finance can unleash SMEs' potential in the Arab States region, 28 August 2025.
3. International Trade Centre (ITC), SME Competitiveness Outlook 2025: a digital transformation roadmap, 2025.
4. Jordan News, Ministry of Industry and Trade concludes review of National E-Commerce Strategy, 27 June 2026.
5. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), SME and Entrepreneurship Policy in Egypt, OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship, 2025.
6. جمهورية العراق، وزارة التخطيط، خطة التنمية الوطنية في العراق 2024-2028، 2024؛ واستراتيجية تطوير القطاع الخاص 2014-2030، 2014.
7. ITC, SME Competitiveness Outlook 2025: a digital transformation roadmap, 2025.