المبادئ التوجيهية الوطنية بشأن دور التجارة الإلكترونية الزراعية في الحدّ من فاقد الأغذية

في العراق

الأمم المتحدة
الاسكوا
ESCWA

ازدهارُ البلدان كرامةُ الإنسان

جامعة الدول العربية
المنظمة العربية للتنمية الزراعية

الأمم المتحدة
الاسكوا
ESCWA

ازدهارُ البلدان **كرامةُ الإنسان**

رؤيتنا

طاقاتٌ وابتكار، ومنطقتُنا استقرارٌ وعدلٌ وازدهار

رسالتنا

بشغَف وعزْم وعَمَل: نبتكِر، ننتج المعرفة، نقدِّمُ المشورة،
نبني التوافق، نواكب المنطقة العربية على مسار خطة عام 2030.
يداً بيد، نبني غداً مشرقاً لكلِّ إنسان.

اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا

E/ESCWA/CL1.CCS/2026/Guide.3

المبادئ التوجيهية الوطنية بشأن دور التجارة الإلكترونية الزراعية في الحدّ من فاقد الأغذية

في العراق

الأمم المتحدة
بيروت

© 2026 الأمم المتحدة
حقوق الطبع محفوظة

تقتضي إعادة طبع أو تصوير مقتطفات من هذه المطبوعة الإشارة الكاملة إلى المصدر.

توجّه جميع الطلبات المتعلقة بالحقوق والأذون إلى اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا)، البريد الإلكتروني: publications-escwa@un.org.

النتائج والتفسيرات والاستنتاجات الواردة في هذه المطبوعة هي للمؤلفين، ولا تمثل بالضرورة الأمم المتحدة أو موظفيها أو الدول الأعضاء فيها، ولا ترتب أي مسؤولية عليها.

ليس في التسميات المستخدمة في هذه المطبوعة، ولا في طريقة عرض مادتها، ما يتضمن التعبير عن أي رأي كان من جانب الأمم المتحدة بشأن المركز القانوني لأي بلد أو إقليم أو مدينة أو منطقة أو لسلطات أي منها، أو بشأن تعيين حدودها أو تخومها.

الهدف من الروابط الإلكترونية الواردة في هذه المطبوعة تسهيل وصول القارئ إلى المعلومات وهي صحيحة في وقت استخدامها. ولا تتحمل الأمم المتحدة أي مسؤولية عن دقة هذه المعلومات مع مرور الوقت أو عن مضمون أي من المواقع الإلكترونية الخارجية المشار إليها.

جرى تدقيق المراجع حيثما أمكن.

لا يعني ذكر أسماء شركات أو منتجات تجارية أن الأمم المتحدة تدعمها.

المقصود بالدولار دولار الولايات المتحدة الأمريكية ما لم يُذكر غير ذلك.

تتألف رموز وثائق الأمم المتحدة من حروف وأرقام باللغة الإنكليزية، والمقصود بذكر أي من هذه الرموز الإشارة إلى وثيقة من وثائق الأمم المتحدة.

مطبوعات للأمم المتحدة تصدر عن الإسكوا، بيت الأمم المتحدة، ساحة رياض الصلح،

صندوق بريد: 8575-11، بيروت، لبنان.

الموقع الإلكتروني: www.unescwa.org.

مصدر صورة الغلاف: © Javier/stock.adobe.com

الرسائل الرئيسية

يفتقر العراق إلى نظام قانوني متكامل للتجارة الإلكترونية الزراعية. ولا بدّ من إجراء إصلاحات تنظّم حماية البيانات، والأمن السيبراني، والتوقيعات الإلكترونية، وحقوق المستهلك، لتوفير بيئة موثوقة وآمنة وجاذبة للاستثمار في مجال التجارة الرقمية الزراعية.

لا تزال الزراعة تعتمد بشكل كبير على المعاملات النقدية. ويتطلّب دعم المعاملات غير النقدية وتعزيز الشمول المالي في المناطق الريفية توسيع نطاق خدمات الدفع عبر الهاتف، وتطوير حلول تكنولوجية مالية تناسب المزارعين، وتعزيز فرص الوصول إلى الخدمات المالية الشاملة وبرامج التمويل المدعومة من الحكومة.

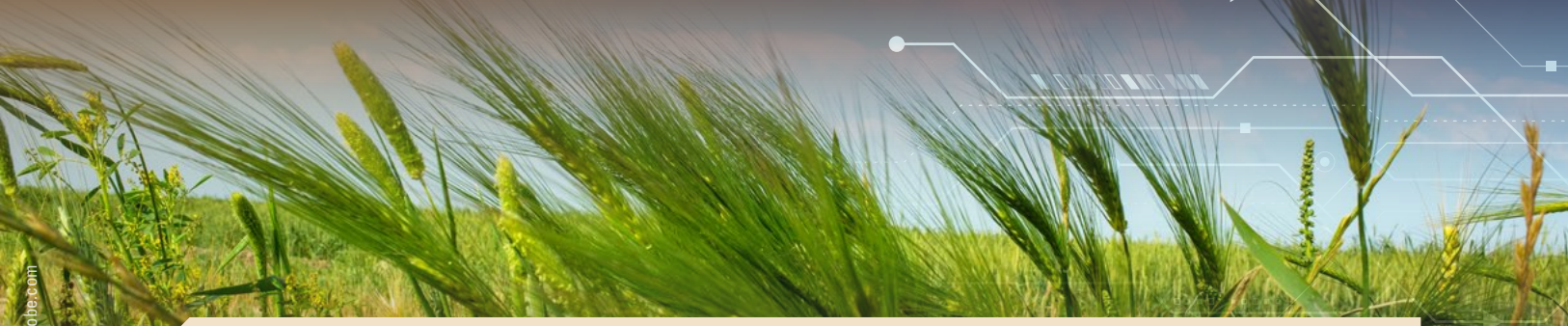
يعيق ضعف المهارات الرقمية بين المزارعين اعتماد التجارة الإلكترونية، مما يُبرز الحاجة إلى دمج برامج محو الأمية الرقمية ضمن خدمات الإرشاد الزراعي، وتوفير التدريب المحلي، وبناء القدرات الرقمية لتيسير الوصول إلى الأجهزة وخدمات الإنترنت.

يتطلّب تصميم منصات فعّالة للتجارة الإلكترونية الزراعية تعزيز التعاون بين المؤسسات الحكومية والشركات الناشئة ومقدّمي الخدمات المالية والتعاونيات. ومن شأن الحوافز الاستثمارية والحاضنات والأدوات الرقمية أن تدعم الابتكار في التكنولوجيا الزراعية بما يلبّي احتياجات السوق في العراق.

يتطلّب سدّ الفجوة الرقمية بين المناطق الريفية والحضرية تحديث البنية التحتية للزراعة الرقمية، بما في ذلك الاستثمار في الإنترنت العريض النطاق، وتوفير الإمداد الثابت بالكهرباء، وتطوير شبكات الألياف الضوئية، وتعزيز كفاءة سلاسل التبريد.

يؤدي ضعف سلاسل التبريد، ومحدودية مراكز الجمع، وتدنّي معايير التغليف إلى تزايد فاقد الأغذية والتقليل من تنافسية المنتجات الغذائية في السوق. لذلك، من الضروري تحسين الخدمات اللوجستية وأنظمة التتبّع والتعبئة لبناء سلاسل قيمة رقمية عالية الجودة وتعزيز جاهزية التجارة الإلكترونية.

يمكن تعزيز إمكانات العراق في تصدير المنتجات الزراعية من خلال تحقيق التكامل الإقليمي في أطر التجارة الرقمية، والاستفادة من تقنيات سلسلة الكتل لتتبّع المنتجات، ومن الذكاء الاصطناعي لتحليل الأسواق، ومن أجهزة إنترنت الأشياء لتعزيز الزراعة الذكية.



© Mohammed/stock.adobe.com

موجز تنفيذي

يشغّل القطاع الزراعي في العراق نحو 20 في المائة من القوى العاملة، ويضطلع بدور محوري في الخطط الوطنية للتنمية، وتولي الحكومة أولية لتحديثه باعتباره ركيزةً لتنويع الاقتصاد. ويتيح استخدام التجارة الإلكترونية الزراعية معالجة أوجه القصور المزمنة في سلاسل القيمة الزراعية والغذائية، وفتح آفاق جديدة للنمو الاقتصادي الشامل والمستدام.

تعرض هذه المبادئ التوجيهية الوطنية حالة التجارة الإلكترونية الزراعية في العراق بالاستناد إلى بيانات وطنية، ومشاورات مع أصحاب المصلحة الرئيسيين. وتقدّم الوثيقة مقارنات مع البلدان الأخرى في المنطقة، ولمحةً عن أفضل الممارسات العالمية. وترتكز هذه المبادئ على البيانات الرئيسية في السياسات العامة الوطنية، مثل الخطة الوطنية للتنمية 2024-2028، ورؤية العراق 2030، فضلاً عن تقييمات رقمية أجرتها منظمات دولية. وقد اعتُمدت هذه المبادئ في إطار ورشة عمل وطنية جمعت مختلف أصحاب المصلحة في هذا القطاع.

وتتناول المبادئ التوجيهية الجوانب المتعلقة بجاهزية البنية التحتية، والأطر المؤسسية، ومحو الأمية الرقمية، وهيكل السوق، وأدوار مختلف الأطراف المعنية، بهدف تقييم مدى استعداد العراق للتحوّل الرقمي في القطاع الزراعي. وتقترح مساراً تدريجياً لتسريع اعتماد التجارة الإلكترونية الزراعية في العراق.

أبرز المعوقات والفرص في التجارة الإلكترونية الزراعية

- **محدودية منظومة التجارة الإلكترونية:** لا تزال التجارة الإلكترونية الزراعية في العراق في مراحلها الأولى، فيعتمد الكثير من المزارعين والمعالجين الزراعيين على منصات التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك وواتساب، لتسويق منتجاتهم. وتمكّنهم هذه الوسائل من الوصول مباشرةً إلى المستهلكين، إلا أنّ المعاملات غالباً ما تُجرى خارج الأطر التنظيمية الرسمية، ولا تغطّيها آليات المحاسبة وحماية حقوق المشترين. والأسواق الزراعية الرقمية النظامية نادرة في العراق، وحتى ما يتوفر منها يواجه تحديات تتعلق بالثقة والخدمات اللوجستية وأمن المدفوعات.

- **نقص البنية التحتية:** تشهد المناطق الريفية في العراق تفاوتاً في معدلات الوصول إلى الإنترنت، وضعفاً في تغطية خدمات النطاق العريض، وانقطاعاً متكرراً للكهرباء، مما يعوق التحوّل إلى استخدام الأدوات الرقمية. ولا تتجاوز نسبة السكان القادرين على الوصول إلى الإنترنت في المناطق الريفية 65 في المائة، مقارنةً بنسبة 85 في المائة في المناطق الحضرية. ويفتقر العراق إلى البنية التحتية المتكاملة لسلاسل التبريد، لا سيّما للمنتجات القابلة للتلف مثل الخضروات، والألبان، والدواجن، مما يؤدي إلى خسائر بعد الحصاد تُقدّر بنحو 30 في المائة من إجمالي الإنتاج.

- **ضعف البيئة التنظيمية:** يؤدي غياب الإطار القانوني المتكامل للتجارة الرقمية (بما يشمل قوانين حماية البيانات، والأمن السيبراني، والهوية الرقمية، وحقوق المستهلك عبر الإنترنت) إلى تقويض ثقة المستخدمين، وتثبيط القطاع العام عن الاستثمار. ونظراً لتداخل مسؤوليات المؤسسات وتقادم الأنظمة التشريعية، تزداد صعوبة إطلاق منصات قابلة للتوسّع في مجال التجارة الإلكترونية الزراعية.

- **تدنّي الثقافة الرقمية:** لا تزال الجاهزية الرقمية بين المزارعين متدنية، ولا سيّما بين النساء والشباب

في المناطق الريفية. ولا يزال معظم المزارعين ذوي الحيازات الصغيرة غير ملمّين بمنصات التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي والخدمات المصرفية عبر الهاتف. وتُعَدّ خدمات الإرشاد الزراعي محدودة وتعتمد على الأساليب التقليدية. ولا تتضمن برامج التدريب الزراعي مهارات رقمية. ويُتوقَّع تزايد اتساع الفجوة الرقمية إن لم يتم الاستثمار في بناء القدرات والتوعية.

- **تغيُّر اتجاهات الطلب وسلوك المستهلكين:** ساهمت جائحة كوفيد-19 في الإسراع باعتماد الأدوات الرقمية في المراكز الحضرية في العراق. وتحوّلت تفضيلات المستهلكين نحو الأغذية المحلية، ذات الجودة العالية، والقابلة للتتبّع. ويتزايد الوعي بقضايا سلامة الأغذية ومصدرها وطزاجتها. وتدعم هذه الاتجاهات نمو المنصات الزراعية الرقمية، إلا أن هذا التحوّل لم يصل بعد إلى غالبية المنتجين أو البائعين في المناطق الريفية.
- **توفّر فرص الابتكار والتكامل الإقليمي:** تتّخذ الأسواق الزراعية العالمية ملامح جديدة مع تطوّر التقنيات الناشئة، مثل سلاسل الكتل، وتحليلات السوق المعتمدة على الذكاء الاصطناعي، وحلول الدفع عبر الهاتف. ويمتلك العراق إمكانات للاندماج في ممرات التجارة الإلكترونية الزراعية الإقليمية، لا سيّما مع دول مجلس التعاون الخليجي. ومن شأن إبرام اتفاقات تجارية ثنائية، وتوحيد اللوائح الرقمية، وإنشاء بنية تحتية لوجستية مشتركة أن تسهم في تعزيز قدرات العراق التصديرية في القطاع الزراعي.

خطوات لتعزيز التجارة الإلكترونية الزراعية في العراق

تقترح المبادئ التوجيهية خارطة طريق شاملة للإصلاح والاستثمار، وتوضح الأدوار والمسؤوليات المنوطة بأصحاب المصلحة للإسراع باعتماد التجارة الإلكترونية الزراعية في العراق، وذلك من خلال الخطوات التالية:

- **توسيع البنية التحتية:** تحديث شبكات إنترنت النطاق العريض، والاستثمار في شبكات الألياف الضوئية ومصادر الطاقة المتجددة، وإنشاء مراكز لوجستية ومخازن تبريد في المناطق الريفية.
- **بناء القدرات:** إطلاق حملات وطنية لمحو الأمية الرقمية تستهدف المزارعين والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ودمج الزراعة الرقمية في خدمات الإرشاد الزراعي، وتعزيز الوصول الشامل للنساء والشباب.
- **دعم المدفوعات الرقمية والتكنولوجيا المالية:** التوسّع في استخدام حلول الدفع عبر الهاتف والمحافظ الرقمية في المناطق الريفية، ودعم المزارعين من خلال برامج التمويل الصغير المدعومة من الحكومة، وتحفيز الابتكار في مجال التكنولوجيا المالية.
- **إقامة الشراكات بين القطاعين العام والخاص:** تعزيز التعاون بين شركات التكنولوجيا والتعاونيات الزراعية والمؤسسات المالية لتطوير حلول متكاملة في التجارة الإلكترونية الزراعية. ودعم الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا الزراعية من خلال توفير المنح، وتطوير مراكز الحاضنات، وإقامة الشراكات الاستراتيجية.
- **إصلاح السياسات والتشريعات:** وضع إطار قانوني موحّد للتجارة الرقمية يشمل الأمن السيبراني، والتوقيعات الإلكترونية، وحماية البيانات، والمعاملات الإلكترونية.
- **تعزيز الوصول إلى الأسواق الخارجية:** زيادة التوجّه إلى التجارة الرقمية الزراعية على الصعيد الإقليمي من خلال مواءمة المعايير الوطنية مع متطلبات الشركاء في المنطقة العربية وخارجها، ودعم المزارعين العراقيين للوصول إلى أسواق التجارة الإلكترونية العالمية.
- **استخدام التقنيات الناشئة:** الاستفادة من الذكاء الاصطناعي لتحليل الأسواق، وتطبيق حلول الزراعة الذكية.
- **مشاركة المزارعين:** تعزيز مشاركة المزارعين في تصميم المنصات الرقمية من خلال التعاونيات، وآليات استبيان الآراء، والبرامج التجريبية التشاركية، لضمان توافق الحلول مع الاحتياجات على أرض الواقع.

المحتويات

الرسائل الرئيسية 3

موجز تنفيذي 4

مقدمة 7

1. المشهد الحالي للتجارة الإلكترونية الزراعية 9

ألف. التسويق الزراعي في العراق 10

باء. التجارة الإلكترونية الزراعية في العراق 10

جيم. هيكل السوق: خدمات التوصيل والدعم اللوجستي 15

دال. الاتجاهات الاجتماعية والاقتصادية وسلوك المستهلك بعد جائحة كوفيد-19 16

هاء. أصحاب المصلحة من القطاعين العام والخاص في التجارة الإلكترونية الزراعية في العراق 16

2. خطوات لتحفيز التجارة الإلكترونية الزراعية في العراق 18

ألف. الإجراءات الاستراتيجية 19

باء. مسار التنفيذ 20

الحواشي 22

© sergei_fish13/stock.adobe.com

مقدمة

القطاع الزراعي في العراق ركيزةٌ لتنويع الاقتصاد، وإيجاد فرص العمل، وتعزيز الأمن الغذائي. وقد اعتمدت الحكومة العراقية سياسات لزيادة الاستثمارات الزراعية من خلال إقامة الشراكات بين القطاعين العام والخاص بهدف رفع مساهمة القطاع الزراعي في الناتج المحلي الإجمالي إلى 5.2 في المائة بحلول عام 2028، استناداً إلى خطة التنمية الوطنية (2024-2028)[1]، وإيجاد فرص عمل في المناطق الريفية، وتقليل الاعتماد على استيراد المواد الغذائية، وتعزيز الاستدامة من خلال معالجة ندرة المياه وتدهور الأراضي.

وقد تطوّر التسويق الزراعي في العراق بدرجة ملحوظة، مدفوعاً بارتفاع توقّعات المستهلكين وزيادة الاستثمارات في البنية التحتية والتكنولوجيا، وتنامي الطلب على الجودة، وتفضيل المستهلكين لوسائل الشراء الحديثة. ومع ذلك، لا تزال العوائق كبيرة أمام نمو القطاع الزراعي، وتشمل عدم فعالية سلاسل الإمداد، والاعتماد الكبير على الاستيراد، والثغرات التنظيمية، وضعف البنية التحتية للتسويق.

وتوخياً لتحقيق نمو مستدام في العراق، تشمل الخطوات التي يمكن اتّخاذها: التركيز على تحديث الخدمات اللوجستية، وتطوير عمليات التصنيع ذات القيمة المضافة، وإصلاح الآليات التنظيمية، وتسريع التحوّل الرقمي. ومن شأن الاستثمار في الحلول المبتكرة والتوجيه الاستراتيجي للاستثمارات أن يعزّزا القدرة التنافسية للقطاع الزراعي العراقي، وأن يُساهما في تقليل الاعتماد على الواردات وفي تعزيز الأمن الغذائي.

ويشهد العالم تحوّلاً كبيراً في سلاسل الإمداد الغذائي بفضل التجارة الإلكترونية الزراعية التي تتيح فرصاً جديدة للمزارعين والشركات والمستهلكين. ومن خلال دمج التقنيات الرقمية في الزراعة، تمكّن التجارة الإلكترونية المزارعين من الوصول إلى الأسواق على نطاق أوسع، وخفض تكاليف المعاملات، وزيادة شفافية الأسعار، وتحسين كفاءة سلاسل الإمداد[2]. وقد ساهم تطوّر الاتصال بالإنترنت، وحلول الدفع عبر الهاتف المحمول، وشبكات الخدمات اللوجستية، في دفع هذا النمو على المستوى العالمي، مع بروز نماذج ناجحة في بلدان مثل الهند والصين وكينيا[3].

وبالنسبة إلى العراق، تمثّل المنصات الرقمية فرصةً لسدّ فجوات السوق، وتعزيز الشفافية، وزيادة دخل المزارعين. ولطالما أدّت الزراعة دوراً حيوياً في الاقتصاد العراقي، حيث توفّر فرص عمل لحوالي 20 في المائة من القوى العاملة[4]. إلا أنّ هذا القطاع، رغم أهميته الاقتصادية، لا يزال يواجه اختلالات هيكلية تشمل تجزؤ سلاسل الإمداد، وضعف الوصول إلى التمويل، وعدم استقرار ظروف السوق[5]. وأدّت هذه التحديات إلى الحدّ من استفادة العراق من إمكانات التجارة الإلكترونية الزراعية، حيث لا تزال هذه التجارة في مراحل متأخرة عن الأسواق الإقليمية الأخرى.

وتُظهر عدة دراسات أنّ العراق يمتلك إمكانات كبيرة للتحوّل الرقمي في القطاع الزراعي. ووفقاً للبنك الدولي[6]، يمثل قطاع الأغذية الزراعية في العراق فرصةً واعدة للنمو من خلال دمج التقنيات الرقمية، إلا أنّ تحقيق هذا النمو يتطلّب تنسيقاً فعّالاً بين واضعي السياسات، والقطاع الخاص، ووكالات التنمية الدولية. ويُبرِز تقرير المجلس الدنماركي للاجئين دور التقنيات الرقمية، مثل منصات التداول عبر الهاتف المحمول وسلاسل الإمداد المعتمدة على تقنية سلسلة الكتل، في معالجة أوجه القصور في الأسواق الزراعية العراقية[7]. وفي السياق ذاته، يوضح تقرير منظمة الأغذية والزراعة بشأن تقييم سلاسل القيمة الزراعية في العراق أنّ الرقمنة قد تحسّن الكفاءة والشفافية والشمول في سلاسل القيمة الزراعية، مما يعزز مشاركة صغار المزارعين في الأسواق[8].

وعلى الرغم من هذه الفرص، لا تزال التجارة الإلكترونية الزراعية في العراق محدودةً بسبب عدة عوائق رئيسية. فمن جهة، تشكّل التحديات المرتبطة بالبنية التحتية (مثل ضعف الاتصال بالإنترنت في المناطق الريفية وعدم استقرار إمدادات الكهرباء) عائقاً أمام وصول العديد من المزارعين إلى الأسواق الرقمية[9]. ومن جهة أخرى، تؤدي الثغرات في التنظيمات والسياسات العامة إلى حالة من عدم اليقين للمستثمرين والشركات الراغبة في دخول سوق التجارة الإلكترونية الزراعية[10]. ويمثّل ضعف الثقافة الرقمية لدى المزارعين عائقاً إضافياً، إذ يفتقر الكثيرون إلى المهارات اللازمة للاستفادة بشكل فعّال من المنصات الرقمية[11].

وقد أُعِدَّت المبادئ التوجيهية الوطنية استجابةً لهذه التحديات والفرص، وذلك في إطار مشروع «دعم نهج ترابط المياه والطاقة والغذاء في مرحلة التعافي من جائحة كوفيد-19 في أوروبا الشرقية، وغرب البلقان، وآسيا الوسطى، والشرق الأوسط، وأفريقيا». وتُشرِف على هذا المشروع لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية لأوروبا، وتنفّذه في المنطقة العربية لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا)، بدعم من المنظمة العربية للتنمية الزراعية. ويهدف أحد مكوّنات المشروع إلى مساعدة كل من الجزائر والعراق في تحليل بيئة التجارة الإلكترونية الوطنية، ووضع مبادئ توجيهية وطنية قائمة على الأدلة لتعزيز التجارة الإلكترونية الزراعية.

وتستعرض هذه المبادئ واقع التجارة الإلكترونية الزراعية في العراق، وتحدّد التحديات والفرص الرئيسية، وتقدّم مساراً تدريجياً للتوسّع في استخدام هذه التجارة. والغرض من هذه المبادئ التوجيهية هو تقديم خارطة طريق لتمكين التسويق الرقمي للسلع الزراعية في البلد من خلال الاستفادة من أفضل الممارسات العالمية ومواءمتها مع خطة التنمية الوطنية (2024-2028) ورؤية العراق 2030.

1

المشهد الحالي للتجارة الإلكترونية الزراعية

© Shutter2U/stock.adobe.com

المشهد الحالي للتجارة الإلكترونية الزراعية

ألف. التسويق الزراعي في العراق

لا يزال التسويق الزراعي في العراق يعتمد إلى حد كبير على الأساليب التقليدية في ظل تجزؤ سلاسل الإمداد، والاعتماد على الوسطاء، وضعف البنية التحتية الخاصة بالتبريد والتعبئة. وعلى الرغم من تزايد الطلب الاستهلاكي على جودة المنتجات وطزاجتها، لا يزال استخدام أدوات التسويق الحديثة وقنوات البيع المنظّمة في مراحله الأولى، خصوصاً في المناطق الريفية.

يعرض هذا القسم أهم النقاط المتعلقة بالتسويق الزراعي في العراق:

1. هيكل السوق وتدفق التجارة

- **أسواق الجملة:** تمرّ معظم المنتجات الزراعية في العراق عبر أسواق الجملة قبل أن تصل إلى تجار التجزئة. وتفتقر هذه الأسواق إلى البنية التحتية المناسبة، بما في ذلك مرافق التبريد وخدمات النقل اللوجستية الفعّالة.
- **أسواق التجزئة:** تُباع المنتجات الطازجة بشكل رئيسي في متاجر الخضار الصغيرة داخل الأحياء، وغالباً ما تكون دون تصنيف أو غسيل أو تغليف. وتؤدي المتاجر الكبيرة دوراً في التسويق، لا سيّما في المناطق الحضرية حيث يتسوّق أصحاب الدخل المرتفع.
- **التجارة الدولية:** يعتمد العراق بشكل كبير على استيراد الخضروات والفواكه، خصوصاً من تركيا وإيران. ويستورد نسبة كبيرة من مدخلات الإنتاج الزراعي مثل الأسمدة والبذور، وتستحوذ شركات البذور الهولندية على حصة كبيرة من السوق المحلية.
- **الصادرات:** تظل صادرات العراق من المنتجات الزراعية محدودة، والاستثناء الأبرز في هذا المجال هو التمور.

2. اتجاهات السوق وسلوك المستهلك

- **تزايد الطلب على الجودة:** يُولي المستهلكون اهتماماً متزايداً للحصول على منتجات زراعية ذات جودة عالية وتغليف مناسب.
- **نمو دور المتاجر الكبرى:** رغم استمرار هيمنة الأسواق التقليدية، يتزايد الإقبال على المتاجر الكبرى، لا سيّما في المناطق الحضرية وبين أصحاب الدخل المرتفع.

3. دور التكنولوجيا في التسويق الزراعي

- **المنصات الرقمية والتجارة الإلكترونية:** تسهم الأدوات الرقمية والأسواق الإلكترونية بشكل متزايد في تمكين المزارعين من تجاوز الوسطاء التقليديين وبيع منتجاتهم مباشرةً إلى المستهلكين.
- **الزراعة الدقيقة وتوقّعات السوق:** تتيح تحليلات البيانات للمنتجين تحسين استراتيجيات التسعير وتكييف الإنتاج مع اتجاهات الطلب في السوق.
- **تحسين سلاسل التبريد والخدمات اللوجستية:** تؤدي الاستثمارات في أنظمة التخزين والنقل الحديثة إلى تقليل فاقد الأغذية بعد الحصاد وزيادة القدرة التنافسية للمنتجات الزراعية في السوق.

باء. التجارة الإلكترونية الزراعية في العراق

استناداً إلى تقارير البنك الدولي[12] والمركز الدولي للتجارة[13]، يتأخّر العراق عن نظرائه الإقليميين في مجال دمج التقنيات الرقمية في الزراعة. وتشمل أبرز أسباب هذا التأخر ضعف البنية التحتية للإنترنت في المناطق الريفية، وقلة الوعي والمهارات الرقمية لدى المزارعين، وضعف الخدمات المالية المخصّصة للمعاملات الإلكترونية.

ومع ذلك، نُفِّذَت في العراق عدة مبادرات رقمية واعدة من شأنها تعزيز نمو التجارة الإلكترونية الزراعية في المستقبل. وتشمل هذه المبادرات ما يلي:

- **المبيعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي:** يستخدم المزارعون والتجّار بشكل متزايد منصات، مثل فيسبوك وإنستغرام وواتساب، لبيع المنتجات الزراعية مباشرةً إلى المستهلكين. وبحسب المركز الدولي للتجارة، تُعَدّ وسائل التواصل الاجتماعي حالياً المنصة الأكثر استخداماً في التجارة الإلكترونية الزراعية غير النظامية في العراق[14]. وفي إطار مشروع تعزيز سلاسل القيمة للزراعة والأغذية الزراعية وتحسين سياسة التجارة في العراق (SAAVI)، أُجريَت مقابلات مع مجموعة من المنتجين والتجار، وأفاد أكثر من 60 في المائة منهم بأنّهم يبيعون منتجاتهم عبر منصات مثل فيسبوك وواتساب. وغالباً ما تفتقر هذه المعاملات إلى الرقابة التنظيمية، مما يؤدي إلى مشاكل تتعلق بالثقة وتفاوت جودة المنتجات.

- **الأسواق الإلكترونية المتخصّصة:** يعمل عدد محدود من منصات التجارة الإلكترونية المتخصّصة بالزراعة في العراق. وتربط بعض هذه المنصات المزارعين بتجّار الجملة والمستهلكين، مما يتيح إجراء معاملات مباشرة. ومع ذلك، يشير تقرير المجلس الدنماركي للاجئين (2023) إلى أنّ قضايا الثقة، وغياب آليات حماية المشتري، وضعف الخدمات اللوجستية لا تزال تشكّل عقبات رئيسية أمام توسّع هذه المنصات[15]. وحتى عام 2023، ظلّت نسبة المبيعات الزراعية عبر أسواق رقمية رسمية في العراق ضئيلة مقارنةً بالبلدان الأخرى في المنطقة.

- **حلول الدفع عبر الهاتف المحمول:** لا يزال اعتماد أنظمة الدفع الرقمية في مراحله الأولى في العراق. ويؤكد البنك الدولي (2021) على أهمية توسيع خدمات التكنولوجيا المالية في المناطق الريفية لدعم التجارة الإلكترونية الزراعية[16]. وفي الوقت الحالي، لا يزال الدفع النقدي عند التسليم هو الطريقة السائدة، وتُطرح تدريجياً مبادرات مثل الخدمات المصرفية عبر الهاتف والمحافظ الرقمية.

وبحسب تقرير البنك المركزي العراقي (2023)، سُجِّل نمو بنسبة 25 في المائة في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في القطاع الزراعي خلال العامين الماضيين، لكنه لا يزال متأخراً مقارنة بالقطاعات الأخرى[17].

1. الإطار التنظيمي والمؤسّسي للتجارة الإلكترونية الزراعية في العراق

تركّز السياسات التنموية في العراق على تنويع الاقتصاد، وتحديث الزراعة، والتحوّل الرقمي باعتبارها أولويات استراتيجية تهدف إلى تقليل الاعتماد على قطاع النفط. وتعترف السياسات أيضاً بأهمية الزراعة الرقمية والتجارة الإلكترونية كوسيلة لتحسين الإنتاجية، وتعزيز الأمن الغذائي، وإيجاد فرص عمل في المناطق الريفية.

وتُبرز استراتيجية تنمية القطاع الخاص (2014-2030) أهمية الشراكات بين القطاعين العام والخاص في جذب الاستثمارات، وتحسين البنية التحتية، وتوفير بيئة أكثر تمكيناً للتجارة الرقمية في القطاع الزراعي.

وعلى الرغم من الالتزام الظاهر بهذه الأهداف، لا يزال التنفيذ على أرض الواقع بطيئاً نتيجة التعقيدات البيروقراطية وضعف التنسيق المؤسسي. وعلى الرغم من وعي الحكومة بأهمية دمج التقنيات الحديثة في سلاسل القيمة الزراعية، لا يزال التقدم الفعلي في هذا المجال محدوداً.

ولا يزال الإطار التنظيمي والمؤسّسي للتحوّل الرقمي في الزراعة في العراق مجزأً وقديماً، مما يشكل عائقاً كبيراً أمام تطوّر التجارة الإلكترونية الزراعية. ويؤدي غياب قانون شامل لحماية البيانات في العراق إلى قلة التنظيم في إدارة معلومات المستهلكين، وإضعاف الثقة في المنصات الرقمية. ولم تُبذَل جهود كافية لتعزيز الأمن السيبراني بسبب غياب إطار وطني متكامل، مما يجعل الأنظمة الرقمية عرضة للاحتيال والاختراقات.

ولم يعتمد العراق نظاماً رسمياً للهوية الرقمية، ولا يوجد اعتراف قانوني بالتوقيعات الإلكترونية، مما يقوّض أمن المعاملات الرقمية ويحدّ من تطوّر خدمات الحكومة الإلكترونية. ولا تزال حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ضعيفة، فلا توجد لوائح واضحة تنظّم حقوق الشراء الرقمية، أو سياسات الاسترجاع، أو آليات تسوية النزاعات.

وقد سلّط تقييم الاستعداد للتجارة الإلكترونية الصادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية لعام 2020[18] ومراجعته في عام 2023 الضوء على هذه الفجوات، وأوصيا بإجراء إصلاحات عاجلة. وشدد التقريران على أهمية مواءمة الأطر القانونية في العراق مع المعايير الدولية، خصوصاً في مجالات مثل المدفوعات الإلكترونية عبر الحدود، ومسؤولية المنصات، وحقوق المستهلك الرقمي.

2. البنية التحتية للإنترنت وانتشار الهواتف المحمولة

(أ) انتشار الإنترنت وتغطية الشبكات

شهد العراق تحسّناً يتراوح بين المتوسط والمرتفع في مستويات انتشار الإنترنت والهاتف المحمول خلال السنوات الأخيرة، وذلك على النحو التالي:

قاعدة المستخدمين: في كانون الثاني/يناير 2025، بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في العراق نحو 38 مليون مستخدم، أي بمعدل انتشار يصل إلى 81.7 في المائة من إجمالي السكان[19].

الفجوة بين المناطق الحضرية والريفية: تُظهر البيانات أنّ استخدام الإنترنت في المناطق الحضرية يبلغ نسبة 85 في المائة، بينما ينخفض في المناطق الريفية إلى 65 في المائة، مما يُبرِز الفجوة الرقمية بين المناطق الجغرافية المختلفة[20].

الفجوة بين الجنسين: هناك فجوة ملحوظة بين الذكور والإناث في استخدام الإنترنت، حيث تبلغ نسبة الاستخدام لدى الذكور 85 في المائة، مقابل 72 في المائة بين الإناث[21].

ولا تزال خدمات الاتصال في المناطق الريفية والزراعية غير مستقرة، لا سيّما في محافظات مثل المثنى وديالى ونينوى، حيث تعتمد العديد من المجتمعات الريفية على بنية تحتية قديمة من الجيل الثالث (3G)، مما يحدّ من قدرتها على الوصول إلى المنصات التي تتطلّب بيانات مرتفعة أو وسائط متعددة.

وقد صنّف مسح الأمم المتحدة للحكومة الإلكترونية لعام 2024 العراق في المرتبة المتوسطة على المستوى الإقليمي من حيث البنية التحتية للاتصالات، مشيراً إلى تحديات تتعلق بالكلفة والسرعة وإمكانية الوصول في المناطق الريفية[22]. ولا تزال أسعار الإنترنت عبر الهاتف المحمول مرتفعة مقارنة بمستويات الدخل، في حين أنّ سرعات النطاق الواسع لا ترقى إلى المعايير العالمية.

ويُعيق الضعف في توسيع شبكات الألياف الضوئية إمكانية الوصول إلى منصات التعليم والخدمات المالية والإرشاد الزراعي، ويفرض قيوداً على التحوّل الرقمي في المناطق الريفية.

ويُبرز كل من تقرير البنك الدولي بشأن تحفيز التحوّل الرقمي، وتقييم نضج التحوّل الرقمي الصادر عن برنامج الأمم المتحدة الإنمائي[23] ثغرات هيكلية في البنية التحتية للإنترنت العريض النطاق، تشمل تقادم المعدات، وضعف شبكات الألياف الضوئية، وغياب البدائل الاحتياطية التقنية في العديد من المحافظات. ولا يزال استخدام الإنترنت الثابت منخفضاً، خصوصاً خارج بغداد وأربيل، مما يحدّ من قدرة منصات التجارة الإلكترونية على التوسّع بشكل عادل ومتكافئ في جميع المحافظات.

(ب) تغطية شبكات الهاتف المحمول وأداؤها

الاتصالات بالهواتف المحمولة: بين كانون الثاني/يناير 2024 وكانون الثاني/يناير 2025، ارتفع عدد الاتصالات المحمولة في العراق بمقدار 2.4 مليون اتصال، مما يعكس نمواً سنوياً بنسبة 5.2 في المائة.

الوصول إلى النطاق العريض: ترتكز حوالي 82.9 في المائة من الاتصالات بالهواتف المحمولة في العراق على شبكات النطاق العريض من الجيل الثالث أو الرابع أو الخامس.

مزوّدو الشبكات: تتولّى ثلاث شركات إدارة البنية التحتية لشبكات الهاتف المحمول، وهي: زين، وآسيا سيل، وكورك تيليكوم. وتدير هذه الشركات مجتمعةً أكثر من 90 في المائة من أبراج الاتصالات في العراق.

مؤشرات الأداء: حتى تموز/يوليو 2024، تصدّرت شركة آسيا سيل سرعة التنزيل بمتوسط 23.7 ميغابت/ثانية، تلتها زين بسرعة 14.3 ميغابت/ثانية، ثم كورك بسرعة 11.6 ميغابت/ثانية.

(ج) تطورات البنية التحتية

- **توسيع شبكة الألياف الضوئية:** أنشأت شركة iQ Networks شبكة طريق الحرير لنقل البيانات (Silk Route Transit Network)، التي تمتد لأكثر من 3,500 كيلومتر من كابلات الألياف الضوئية في مختلف أنحاء العراق، مما يعزّز مكانة البلد كمركزٍ لعبور البيانات بين أوروبا وآسيا.
- **مبادرات حكومية:** أعلنت وزارة الاتصالات العراقية عن خطط لجعل البنية التحتية للاتصالات «شبه مجانية»، وذلك لتشجيع المواطنين على تبني خدمات الألياف الضوئية بهدف تحسين جودة الاتصال بالإنترنت.

(د) التحديات والاعتبارات

- **قيود سعة النطاق الترددي:** تدعم البنية التحتية الحالية للإنترنت في العراق 111 لمبدا (1 لمبدا = 10 جيجابِت)، في حين تُقدّر الحاجة الفعلية لتشغيل خدمات الجيل الرابع بكفاءة بحوالي 500 لمبدا، مما يشير إلى وجود نقص كبير في سعة النطاق الترددي.
- **إمدادات الكهرباء والبنية التحتية الرقمية:** يُعَدّ ضعف إمدادات الكهرباء أحد العوائق الأساسية أمام تقديم الخدمات الرقمية. فالانقطاعات المتكررة تؤدي إلى تعطّل الاتصال ومراكز البيانات وأنظمة الدفع، وتعوق الوصول إلى المنصات. وتعاني المناطق الريفية وشبه الحضرية من عدم استقرار مزمن في الطاقة، مما يقوّض جهود رقمنة الخدمات العامة والتجارة.
- **غياب مراكز البيانات الوطنية:** لا يزال العراق يفتقر إلى مركز بيانات وطني، مما يدفع معظم المنصات إلى استضافة خدماتها في الخارج. وهذا لا يؤدي إلى زيادة التكاليف التشغيلية فحسب، بل يثير أيضاً مخاوف قانونية تتعلق بالولاية القضائية والسيادة على البيانات. ويُعَدّ الاستثمار في مراكز بيانات من المستوى الثالث والرابع (Tier III/IV) أمراً ضرورياً لضمان قابلية التوسّع وتقليل الاعتماد على البنية التحتية الخارجية.

3. استخدام أنظمة الدفع الإلكتروني والمنصات الرقمية

يشهد العراق تسارعاً في تحديث قطاعه المالي من خلال التوسّع في استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية والمنصات الرقمية، مدفوعاً بإصلاحات تنظيمية، وتطورات تكنولوجية، وارتفاع الطلب على المعاملات الآمنة والسهلة الاستخدام.

منظومة الدفع الرقمي: في آب/أغسطس 2024، تجاوزت قيمة المدفوعات الإلكترونية في العراق 2 تريليون دينار عراقي (ما يعادل 1.52 مليار دولار)، بعد أن كانت أقل من 300 مليار دينار في عام 2020. ويُقدَّر عدد بطاقات الائتمان وبطاقات السحب المباشر المتداولة حالياً بنحو 20 مليون بطاقة، وهو ما يغطي حوالي نصف عدد السكان[24].

من المتوقع أن تصل إيرادات التجارة الإلكترونية في العراق إلى

3.81 مليار دولار

في عام 2024، وأن تنمو لتصل إلى

6.48 مليار دولار

بحلول عام 2029.

في آب/أغسطس 2024، تجاوزت قيمة المدفوعات الإلكترونية في العراق

2 تريليون دينار عراقي

الإصلاحات التنظيمية والإجراءات الحكومية: أصدر البنك المركزي العراقي نظام تنظيم الدفع الإلكتروني رقم 2 لسنة 2024، الذي يُلزم مقدّمي الخدمات بالحصول على تراخيص رسمية بهدف تعزيز الشمول المالي والشفافية. وأصدر رئيس الوزراء قراراً بإلزام جميع المؤسسات الحكومية بالتحوّل إلى أنظمة الدفع الإلكتروني على نحو كامل بحلول تموز/يوليو 2025، على أن تُقدَّم خطط التحوّل بحلول كانون الأول/ديسمبر 2024[25].

توسّع التجارة الإلكترونية: من المتوقع أن تصل إيرادات التجارة الإلكترونية في العراق إلى 3.81 مليار دولار في عام 2024، وأن تنمو لتصل إلى 6.48 مليار دولار بحلول عام 2029. ويُتوقع أن ترتفع نسبة المستخدمين من 21.2 في المائة من السكان في عام 2024 إلى 26.1 في المائة في عام 2029[26].

التحديات والفجوات: لا يزال الأمن السيبراني يمثل تحدياً رئيسياً، في ظل ضعف الوعي العام وغياب بوابة دفع وطنية، ما يُجبر العراق على الاعتماد على أنظمة دولية مرتفعة الكلفة. ولا تزال العديد من المؤسسات العامة تستخدم العمليات النقدية، ولم يتم حتى الآن دمج مدفوعات الحكومة إلى الأفراد (G2P) ومدفوعات الأفراد إلى الحكومة (P2G) بشكل واسع. ولا يزال قطاع التكنولوجيا المالية في العراق ناشئاً، ويواجه معوقات تتعلق بعدم وضوح التنظيمات، وندرة الاستثمارات، وضعف ثقة المستهلك.

ويؤكد كل من برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية على الحاجة إلى إنشاء مختبرات ابتكار، وأطر تنظيمية تجريبية، وبرامج تثقيف مالي رقمي لدعم نمو هذا القطاع.

4. الجاهزية الرقمية والمعرفة التقنية لدى المزارعين والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لا تزال الثقافة الرقمية بين السكان الريفيين وصغار المزارعين في العراق متدنية للغاية، وفي ما يلي بعض أبعاد هذه المشكلة.

(أ) الثغرات والتحديات

خلص تقرير مشروع «تعزيز التوظيف في الاقتصاد الرقمي» (ProDIGI) لعام 2025 إلى وجود فجوة كبيرة بين متطلبات سوق العمل والمهارات الرقمية المتوفرة لدى الشباب والنساء، الذين يشكلون نسبة كبيرة من القوى العاملة الزراعية[27]. ويفتقر العديد من صغار المزارعين إلى المعرفة الأساسية بتطبيقات الهاتف أو أدوات التواصل الرقمي، مما يصعّب عليهم استخدام خدمات الإرشاد الزراعي الرقمية، أو الانخراط في الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، أو المشاركة في منصات التجارة الإلكترونية. ولا تتجاوز

© Nuttapong punna/stock.adobe.com

نسبة صغار المزارعين الذين استفادوا من تدريب رقمي 25 في المائة، مما يحدّ من وتيرة اعتماد التقنيات الرقمية في الأنشطة الزراعية[28].

ولا يشمل النظام التعليمي حالياً التدريب الرقمي المرتبط بالبيئة الزراعية، ولا تزال معظم خدمات الإرشاد الزراعي في المناطق الريفية تقليدية وتعاني من ضعف التمويل. ويشكّل ارتفاع تكاليف الأدوات والخدمات الرقمية عائقاً كبيراً أمام العديد من العاملين في القطاع الزراعي، وخاصة صغار المزارعين والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تعمل بهوامش ربح محدودة.

(ب) الفرص والمبادرات

على الرغم من هذه التحديات، تُبذَل جهود مستمرة لتعزيز الجاهزية الرقمية، أبرزها:

- **برامج التدريب:** تُطلَق مبادرات لتوفير تدريب على المهارات الرقمية مُصمّم خصيصاً لتلبية احتياجات المزارعين والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مع التركيز على التطبيقات العملية مثل التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي.
- **المراكز التدريبية والمنصات الإلكترونية:** بدأت مبادرات مثل مراكز التدريب الرقمي والمنصات التعليمية المدعومة من برنامج الأمم المتحدة الإنمائي باستهداف الشباب في المراكز الحضرية الكبرى مثل أربيل وبغداد. ولم تمتدّ هذه الجهود بعد إلى المجتمعات الزراعية. ولردم هذه الفجوة، لا بدّ من توفير محتوى تدريبي باللغتين العربية والكردية يتوافق مع الهواتف المحمولة، وإنشاء مراكز مجتمعية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبرامج لبناء القدرات.

جيم. هيكل السوق: خدمات التوصيل والدعم اللوجستي

1. الفجوات في الخدمات اللوجستية الزراعية وسلاسل التبريد

تُعَدّ الخدمات اللوجستية الفعّالة والدعم الفني عناصر حيوية لنجاح المنصات الرقمية الزراعية، لا سيّما عند التعامل مع المنتجات القابلة للتلف مثل الخضروات، ومنتجات الألبان، والدواجن. ومع ذلك، تعاني سلاسل القيمة الزراعية في العراق من ضعف البنية التحتية وتجزؤ الخدمات.

ووفقاً لتقرير مشروع تعزيز سلاسل القيمة للزراعة والأغذية الزراعية وتحسين سياسة التجارة في العراق (SAAVI)، لا يمتلك معظم المزارعين والمصنّعين الزراعيين إمكانية الوصول إلى مرافق التخزين بعد الحصاد، ولا إلى وسائل النقل المبرد، ولا إلى مراكز التجميع المركزية، وهذا القصور يقوّض كفاءة التسويق وجودة المنتجات ويزيد من نسبة الفاقد[29].

وتُعَدّ جهود الشركات الناشئة مثل الرفيل (Al-Rafeel) ومسواگ (Miswag)[30] في إنشاء خدمات لوجستية متكاملة خطوةً واعدة، لكنها لا تزال محدودة النطاق والتأثير. وتُبرز هذه المبادرات الحاجة الملحة إلى استثمارات عامة في نقاط التجميع الزراعي، ومراكز التعبئة والتغليف في المناطق الريفية، ومرافق التخزين المبرد، بالإضافة إلى تطوير خدمات التوصيل إلى المستهلك التي تتناسب مع طبيعة المناطق الريفية وتضاريسها.

2. خدمات الدعم: التعبئة والتغليف، والشهادات، والعلامات التجارية

لا تعتمد التجارة الإلكترونية الزراعية على الخدمات اللوجستية فحسب، بل تتطلّب أيضاً خدمات ذات قيمة مضافة مثل بناء العلامة التجارية، وشهادات سلامة الغذاء، وتتبّع المنتجات، والتسويق الرقمي. ويفتقر معظم المزارعين والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى المعرفة الفنية أو الموارد المالية التي تمكّنهم من الالتزام بمعايير التعبئة والتغليف والوسم الحديثة.

ويقترح كل من الإسكوا والمركز الدولي للتجارة إطلاق مبادرات مشتركة بين القطاعين العام والخاص لربط المنتجين بمقدّمي خدمات التعبئة والتغليف، والوسم الإلكتروني، وضمان الجودة، بهدف تعزيز الجاهزية للتسويق الرقمي وزيادة القدرة التنافسية في الأسواق المحلية والدولية.

دال. الاتجاهات الاجتماعية والاقتصادية وسلوك المستهلك بعد جائحة كوفيد-19

1. التحوّل نحو الاستهلاك الرقمي خلال الجائحة

أسهمت جائحة كوفيد-19 في تسريع وتيرة التحوّل الرقمي في العراق، لا سيّما في المراكز الحضرية. ومع فرض القيود على الحركة، لجأ المستهلكون إلى المنصات الإلكترونية لطلب المواد الغذائية والسلع المنزلية. وقد شهدت منصات مثل مسواگ (Miswag) زيادةً كبيرة في عدد الطلبات خلال فترات الإغلاق، مما يشير إلى تزايد الطلب على التجارة الرقمية.

ولم يكن هذا النمو موحّداً في جميع أنحاء العراق. فقد تركّز اعتماد الخدمات الرقمية في بغداد والبصرة وأربيل، في حين ظل الانتشار محدوداً في المحافظات الريفية والجنوبية. وشكّلت محدودية الاتصال، وانتشار الأمية الرقمية، وضعف الثقة عوائقَ رئيسية أمام اعتماد هذه الخدمات من قبل الشرائح المنخفضة الدخل وسكان الريف. وأدّى الطابع غير النظامي للعديد من منصات التجارة الإلكترونية إلى تفاوت في جودة الخدمات، وتأخير في التوصيل، وعدم رضا العملاء.

2. تغيّر تفضيلات المستهلكين

أظهرت سلوكيات المستهلكين بعد الجائحة تفضيلاً متزايداً للمنتجات الغذائية المحلية ذات الجودة العالية. واستناداً إلى نتائج أحد الاستطلاعات، فضّل أكثر من 70 في المائة من المستهلكين الخضروات والدواجن ومنتجات الألبان المحلية على المنتجات المستوردة[31]. وأعرب عدد كبير منهم عن استعدادهم لتحمّل زيادة تتراوح بين 10 و20 في المائة في الأسعار لقاء الحصول على منتجات آمنة، وطازجة، وقابلة للتتبّع. ومن أبرز العوامل المؤثرة في قرار الشراء: طزاجة المنتج، وطعمه، ومصدره، ومستوى النظافة.

ومع ذلك، لا يزال الوعي بالشهادات مثل «عضوي» أو «تجارة عادلة» منخفضاً بين المستهلكين. ويعتمد معظمهم على المظهر الخارجي للمنتج، أو التوصيات الشخصية، أو سمعة البائع. وهذا يعكس فرصة أمام المنصات الرقمية لتمييز نفسها من خلال ضمان التوريد الموثوق والشفافية، وتحسين واجهات الاستخدام الرقمية التي تبرز جودة المنتج.

وفي المقابل، بدأت المتاجر الكبرى بتكييف خدماتها لتلبية توقعات المستهلكين من خلال توفير خدمات التوصيل، وخيارات الدفع غير المباشر، وبرامج مكافأة العملاء. ومع ذلك، تواجه المتاجر الصغيرة والتعاونيات الزراعية صعوبةً في المنافسة في الفضاء الرقمي، مما يُبرز الحاجة إلى تطوير نماذج منصات شاملة تُدمج صغار المنتجين في سلاسل القيمة الرقمية.

هاء. أصحاب المصلحة من القطاعين العام والخاص في التجارة الإلكترونية الزراعية في العراق

1. الوزارات والمؤسسات الحكومية

يرتبط الاقتصاد الرقمي والقطاع الزراعي في العراق بعدد من الوزارات والمؤسسات الحكومية الرئيسية، أبرزها:

- **وزارة الاتصالات:** تشرف على تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بما في ذلك خدمات الإنترنت والاتصال الرقمي، وهي عناصر أساسية لتشغيل أنظمة التجارة الإلكترونية.
- **وزارة التجارة:** تتولّى تنظيم الأنشطة التجارية، بما في ذلك سياسات التجارة الإلكترونية، وقوانين حماية المستهلك، وتسهيل الإجراءات التجارية.
- **وزارة الزراعة:** تركّز على السياسات الزراعية وبرامج دعم المزارعين، وتعزيز دمج التقنيات الرقمية في الممارسات الزراعية.
- **البنك المركزي العراقي:** ينظّم عمل المؤسسات المالية ويُشرِف على تنفيذ أنظمة الدفع الرقمي، التي تُعَدّ ضرورية لإتمام المعاملات الإلكترونية.

- **وزارة التخطيط:** تنسّق خطط التنمية الوطنية، بما في ذلك استراتيجيات التحوّل الرقمي وتنويع الاقتصاد.
- **بريد العراق:** يؤدي دوراً في الخدمات اللوجستية والتوصيل التي تشكّل عناصر حيوية للتجارة الإلكترونية.

2. شركات التجارة الإلكترونية

تعمل عدة منصات للتجارة إلكترونية في العراق لتلبية احتياجات المستهلكين في مختلف المجالات. وتشمل هذه المنصات ما يلي:

- **مسواگ (Miswag):** هي من أبرز الأسواق الإلكترونية في العراق، وهي تقدّم مجموعة واسعة من المنتجات مع التركيز على خدمة العملاء وكفاءة التوصيل.
- **السوق المفتوح (OpenSooq):** هي منصة للإعلانات المبوّبة تسهّل بيع مختلف المنتجات بين الأفراد، بما في ذلك المعدات والسلع الزراعية.
- **الرفيل (Al-Rafeel):** تركّز على ربط المزارعين مباشرة بالمستهلكين، وتعزز تسويق المنتجات الزراعية المحلية من خلال القنوات الرقمية.
- **أمازون وعلي إكسبريس (Amazon & AliExpress):** هما منصتان دوليتان تخدمان المستهلكين العراقيين، لكنّهما تواجهان تحديات في مجالي الخدمات اللوجستية والبنية التحتية للدفع، مما يقيّد انتشارهما الكامل داخل البلد.

3. مزوّدو الخدمات اللوجستية

يشمل أبرز مزوّدي الخدمات اللوجستية في العراق ما يلي:

- **بريد العراق:** يقدّم خدمات التوصيل على مستوى البلد، إلا أنه بحاجة إلى التحديث والتطوير ليتماشى مع متطلبات التجارة الإلكترونية الحديثة.
- **شركات التوصيل المحلية:** تعمل عدة شركات خاصة في المدن الكبرى، وتوفّر حلول توصيل مرنة للشركات العاملة في التجارة الإلكترونية.
- **شركات الخدمات اللوجستية الدولية:** توفّر شركات مثل DHL وAramex خدمات الشحن الدولي، مما يسهم في تسهيل التجارة الإلكترونية عبر الحدود.

4. التعاونيات الزراعية والجمعيات الفلاحية

تشمل أبرز التعاونيات الزراعية في العراق ما يلي:

- **التعاونيات الزراعية في المحافظات:** تنظّم المزارعين على المستوى المحلي، وتوفّر لهم الدعم الفني والتسويقي، وتعزز قدرتهم على التفاوض الجماعي.
- **الاتحاد العام للجمعيات الفلاحية التعاونية:** يمثّل مصالح المزارعين على المستوى الوطني، ويدعم السياسات التي تعزز التنمية الزراعية وتُدمِج التقنيات الرقمية في سلاسل القيمة الزراعية.

5. منظمات المجتمع المدني

تسهم منظمات المجتمع المدني في بناء القدرات، والمناصرة، وتعزيز الثقافة الرقمية، من خلال مبادرات متنوّعة. وتقدّم برامج التدريب على المهارات الرقمية، وتهدف إلى تمكين الشباب وروّاد الأعمال من خلال تزويدهم بالأدوات اللازمة للاندماج في الاقتصاد الرقمي. وفي حين تركّز بعض المنظمات على تمكين المرأة في مبادرات تهدف إلى تعزيز مشاركة النساء في التجارة الإلكترونية والزراعة الرقمية، تنفذ منظمات محلية أخرى مشاريعَ تنموية مجتمعية، بما في ذلك مبادرات تدعم الشمول الرقمي وإمكانية الوصول إلى التكنولوجيا للفئات المحرومة والمهمّشة.

6. المنظمات الدولية

تؤدي المنظمات الدولية دوراً داعماً في تطوير التجارة الإلكترونية والزراعة الرقمية في العراق. وفي ما يلي أبرز هذه المنظمات:

- **منظمة الأغذية والزراعة:** تتعاون مع وزارة الزراعة لتعزيز الأمن الغذائي ورفع الإنتاجية الزراعية من خلال برامج ومشاريع تنموية.
- **مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية:** يسهم في تطوير استراتيجيات التجارة الإلكترونية وتحسين كفاءة الخدمات اللوجستية التجارية.
- **منظمة العمل الدولية:** تدعم معايير العمل اللائق وتنمية التعاونيات الزراعية، وتعزز فرص العمل المرتبطة بالقطاع الزراعي في المناطق الريفية.

2

خطوات لتحفيز التجارة الإلكترونية الزراعية في العراق

© Larisa AI/stock.adobe.com

خطوات لتحفيز التجارة الإلكترونية الزراعية في العراق

لتحقيق الإمكانات الكاملة للزراعة الرقمية في العراق، يُوصى باتخاذ الإجراءات الاستراتيجية التالية:

ألف. الإجراءات الاستراتيجية

1. تعزيز البنية التحتية للزراعة الرقمية

- توسيع نطاق التغطية بالإنترنت العريض النطاق ليشمل المناطق الريفية، وذلك لضمان وصول المزارعين إلى المنصات الرقمية بشكل موثوق.
- الاستثمار في حلول الطاقة المتجددة، مثل الشبكات العاملة بالطاقة الشمسية، للتخفيف من تأثير انقطاع الكهرباء على اعتماد التجارة الإلكترونية.
- تطوير مراكز لوجستية حديثة لتحسين كفاءة سلاسل الإمداد الزراعية من خلال إنشاء مرافق تبريد، وشبكات توزيع، ومخازن مؤتمتة.
- الاستثمار في البنية التحتية الريفية، بما في ذلك الكهرباء ومراكز الخدمات اللوجستية.

2. تطوير برامج الثقافة الرقمية للمزارعين

- إطلاق برامج تدريبية على المستوى الوطني لتزويد المزارعين بالمهارات التي تمكّنهم من استخدام منصات التجارة الإلكترونية بفعالية.
- إبرام شراكات مع شركات الاتصالات والتعاونيات الزراعية لتوفير هواتف ذكية، وخدمات الإنترنت، وموارد تعليمية بأسعار مدعومة.
- دمج دورات عن الزراعة الرقمية في برامج الإرشاد الزراعي، لمساعدة المزارعين على توسيع نطاق وصولهم إلى الأسواق من خلال الاستفادة من التجارة الإلكترونية.

3. تعزيز أنظمة الدفع الرقمي والشمول المالي

- تعزيز خدمات المصارف عبر الهاتف المحمول وإطلاق محافظ إلكترونية مصمّمة خصيصاً للمعاملات الزراعية.
- إنشاء برامج تمويل مدعومة من الحكومة لتوفير حلول دفع رقمية ميسورة الكلفة للمزارعين.
- تحفيز شركات التكنولوجيا المالية الخاصة على تطوير أنظمة دفع سهلة الاستخدام تلائم صغار المزارعين، بهدف تقليل الاعتماد على المعاملات النقدية.

4. تشجيع الشراكات بين القطاعين العام والخاص في التجارة الإلكترونية الزراعية

- تعزيز التعاون بين شركات التكنولوجيا، والتعاونيات الزراعية، والمؤسسات المالية لتطوير حلول متكاملة في مجال التجارة الإلكترونية.
- دعم الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا الزراعية من خلال الحوافز الضريبية، والمنح، وبرامج الحاضنات التي تركّز على الابتكار في الزراعة الرقمية.
- إقامة شراكات تجارية مع البلدان العربية المجاورة لإنشاء منصات تجارية زراعية عابرة للحدود.

5. تنفيذ السياسات واللوائح الداعمة للتجارة الإلكترونية الزراعية

- إعداد إطار وطني للتجارة الإلكترونية في القطاع الزراعي، يتضمن إرشادات واضحة للمعاملات الرقمية والضرائب ذات الصلة.

- تطوير إطار قانوني شامل للمعاملات الزراعية عبر الإنترنت، والعقود الرقمية، وآليات حل النزاعات.
- تطبيق سياسات حماية المستهلك لضمان منع الاحتيال، والتحقق من جودة المنتجات، وضمان التسعير العادل.
- دمج تقنية سلسلة الكتل لتعزيز الشفافية في التجارة الإلكترونية الزراعية، وضمان إمكانية تتبّع سلاسل الإمداد.

6. توسيع فرص الوصول إلى الأسواق الإقليمية والعالمية

- صياغة سياسات التجارة الإلكترونية الموجّهة للتصدير، التي تمكّن المزارعين العراقيين من التداول على المستويين الإقليمي والدولي.
- إبرام اتفاقات تجارية مع دول عربية مختلفة مثل الإمارات العربية المتحدة ومصر والمملكة العربية السعودية، من أجل إنشاء أسواق رقمية متكاملة لتسويق المنتجات الزراعية.
- تشجيع الشراكات في التجارة الإلكترونية العابرة للحدود مع منصات إقليمية رائدة في دول الخليج، بما يضمن سلاسة العمليات التجارية.

7. الاستفادة من التقنيات الناشئة في التجارة الإلكترونية الزراعية

- إدخال أدوات تحليل الأسواق القائمة على الذكاء الاصطناعي لمساعدة المزارعين في اتخاذ قرارات التسعير وتوقّع الطلب بالاستناد إلى البيانات.
- تطبيق حلول الزراعة الذكية المعتمدة على إنترنت الأشياء لربط المنصات الرقمية ببيانات الإنتاج الزراعي في الوقت الفعلي.
- الاستفادة من منصات التتبّع عبر الهواتف المحمولة ومن برامج الشهادات الإقليمية لتحسين القدرة التنافسية للمنتجات الزراعية المحلية في الأسواق الرقمية.

8. تعزيز مشاركة المزارعين في منظومة التجارة الإلكترونية الزراعية

لضمان استدامة مبادرات التجارة الإلكترونية الزراعية وفعاليتها وشموليتها، من الضروري تعزيز المشاركة الفعالة للمزارعين في تطوير المنصات الرقمية وفي إدارتها وتحسينها. وتشمل الإجراءات الرئيسية:

- دعم إنشاء تعاونيات يقودها المزارعون لتمكينهم من الوصول إلى الأسواق بشكل جماعي، وتطوير البنية التحتية، وتوفير الأدوات الرقمية.
- دمج آراء المزارعين في تصميم منصات التجارة الإلكترونية لضمان سهولة استخدامها وربطها بالواقع الزراعي.
- إشراك ممثلي المزارعين في الحوارات بشأن السياسات وعمليات التنفيذ، مما يضمن انعكاس وجهات النظر المحلية في الاستراتيجيات الوطنية.
- تنفيذ برامج تجريبية تشاركية بقيادة وزارة الزراعة، وبالتعاون مع التعاونيات، وخدمات الإرشاد، والقطاع الخاص، لتصميم حلول رقمية واختبارها بالشراكة مع المزارعين بما يتماشى مع احتياجاتهم وواقعهم العملي.

باء. مسار التنفيذ

يعتمد التنفيذ الناجح لاستراتيجية الزراعة الرقمية في العراق على تنسيق الأدوار بين مجموعة واسعة من أصحاب المصلحة. وتضطلع الوزارات الحكومية بدور محوري في تصميم السياسات القطاعية وتنسيقها وتنفيذها، وفي إعداد خطط الاستثمار، لا سيّما في مجالات الزراعة، والاتصالات، والمالية، والتجارة، والتعليم، والعلوم. ويضمن هذا الدور القيادي توافق مبادرات الزراعة الرقمية مع أولويات التنمية الوطنية وأهداف التحوّل الريفي.

وفي الوقت ذاته، ينبغي أن يقدّم شركاء التنمية والقطاع الخاص دعماً حيوياً من خلال توفير الخبرات الفنية، والتمويل، والابتكار، وتوسيع البنية التحتية الرقمية، وتنفيذ برامج

التدريب، وتعزيز الشمول المالي باستخدام التكنولوجيا المالية، وتطوير حلول التكنولوجيا الزراعية. وتتيح هذه الشراكة الواسعة تجاوز التحديات الهيكلية، وتحقيق النمو الشامل والمستدام القائم على التكنولوجيا في قطاع الأغذية والزراعة في العراق. ويعرض الجدول التالي أبرز الجهات الفاعلة وأدوارها في تنفيذ مسار الزراعة الرقمية في العراق.

الجهات الفاعلة وأدوارها في تنفيذ مسار الزراعة الرقمية في العراق

الجهة الفاعلة	الدور الرئيسي
وزارة الاتصالات	توسيع تغطية الإنترنت والبنية التحتية للنطاق الواسع في المناطق الريفية والزراعية
وزارة الزراعة	توجيه دمج الأدوات الرقمية في خدمات الإرشاد الزراعي وضمان توافقها مع احتياجات المزارعين
وزارة الكهرباء	دعم الوصول إلى الطاقة من خلال شبكات الطاقة المتجددة (مثل الطاقة الشمسية) لتشغيل البنية التحتية الرقمية
وزارة النقل	تيسير تطوير البنية التحتية اللوجستية مثل الطرق الريفية ومراكز التخزين والتوزيع
وزارة المالية	تبسيط الإجراءات المالية وتوفير آليات الشمول المالي للمزارعين
وزارة التجارة	تطوير استراتيجيات وطنية للتجارة الإلكترونية وتحسين الوصول إلى الأسواق الإقليمية
وزارة الخارجية	التفاوض بشأن اتفاقات التجارة الرقمية وربط المنتجين العراقيين بالمنصات العالمية
وزارة التربية	دمج الثقافة الرقمية وريادة الأعمال في المناهج الزراعية والمهنية
وزارة العدل	إعداد قوانين العقود الرقمية وتعزيز أطر حماية المستهلك والبيانات
وزارة العلوم والتكنولوجيا	دعم الابتكار والتقنيات الناشئة مثل الذكاء الاصطناعي، وإنترنت الأشياء، والطائرات المسيّرة للزراعة
البنك المركزي العراقي	تنظيم وتعزيز أنظمة الدفع الرقمية والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول للمستخدمين في المناطق الريفية
الأمانة العامة لمجلس الوزراء	ضمان التنسيق المؤسسي وتطبيق السياسات على المستوى الوطني
وكالات الأمم المتحدة	تقديم الدعم الفني والاستشارات في مجال السياسات، ودعم البرامج التجريبية وجهود التدريب
الجهات المانحة	تمويل البنية التحتية الرقمية، وبناء القدرات، وتسهيل الشراكات بين القطاعين العام والخاص
مزوّدو خدمات الإنترنت والاتصالات	توسيع نطاق الاتصال وتوفير خدمات رقمية بأسعار ميسورة
شركات الخدمات اللوجستية الخاصة	تشغيل سلاسل التبريد، وخدمات التوصيل، ومراكز التجميع في المناطق الريفية
مزوّدو خدمات الدفع عبر الهاتف ومؤسسات التمويل الصغير	نشر المحافظ الإلكترونية وتطبيقات التكنولوجيا المالية وخدمات القروض الرقمية للمزارعين
التعاونيات الزراعية	تشجيع اعتماد التجارة الإلكترونية الزراعية على المستوى المحلي ودعم تبادل الخبرات بين المزارعين
الشركات الناشئة في التكنولوجيا الزراعية ومنصات التصدير	تطوير حلول محلية مبتكرة وربط المزارعين بالأسواق الرقمية

الحواشي

1. جمهورية العراق، وزارة التخطيط، خطة التنمية الوطنية (2024-2028) (بغداد، 2024).
2. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), The State of Food and Agriculture 2021 (Rome, 2021).
3. World Bank, Digital Revitalization of the Agri-Food Sector in Mashreq: Focus on Iraq, Jordan, and Lebanon (Washington D.C., 2021).
4. Bandiera L. and others, Jobs in Iraq: A Primer on Job Creation in the Short-Term. World Bank (Washington D.C., 2018).
5. جمهورية العراق، وزارة التخطيط، خطة التنمية الوطنية (2024-2028) (بغداد، 2024).
6. World Bank, Digital Revitalization of the Agri-Food Sector in Mashreq: Focus on Iraq, Jordan, and Lebanon (Washington D.C., 2021).
7. Danish Refugee Council, Promoting the Power of Digital Technologies in Iraq's Agricultural Sector (Copenhagen, 2023).
8. FAO, Agricultural value chain assessment in Iraq 2024 (2025).
9. FAO, The State of Food and Agriculture 2021 (Rome, 2021).
10. جمهورية العراق، مجلس الوزراء، استراتيجية تطوير القطاع الخاص 2014-2030 (بغداد، 2014).
11. International Trade Centre (ITC), Iraq agribusiness market research and consumer insights: a technical brief (Geneva, 2022).
12. Bahn, R. A. and others. Digital Revitalization of the Agri-food Sector in Mashreq: Focus on Iraq, Jordan, and Lebanon (Washington D.C., 2021).
13. ITC, Iraq agribusiness market research and consumer insights: a technical brief (Geneva, 2022).
14. المرجع نفسه.
15. Danish Refugee Council, Promoting the Power of Digital Technologies in Iraq's Agricultural Sector (Copenhagen, 2023).
16. World Bank, Digital Revitalization of the Agri-Food Sector in Mashreq: Focus on Iraq, Jordan, and Lebanon (Washington D.C., 2021).
17. Central Bank of Iraq, Annual Economic Report 2023 (Baghdad, 2023).
18. United Nations Conference on Trade and Development, Iraq eTrade Readiness Assessment (2020).
19. https://datareportal.com/reports/digital-2025-iraq.
20. https://pulse.internetsociety.org/en/reports/IQ/.
21. المرجع نفسه.
22. United Nations Department of Economic and Social Affairs, EGovernment Survey 2024: Accelerating Digital Transformation for Sustainable Development (New York, 2024).
23. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي وأكاديمية الحوكمة الإلكترونية، تقرير تقييمي: تقييم المشهد الرقمي في العراق (بغداد، 2023).
24. Salem A., "E-payment transactions in Iraq jump to $13.7 billion", Iraqi News (10 September 2024).
25. United Nations Development Programme, "The turning point: Iraq's leap into the digital economy" (3 December 2024).
26. Statista, eCommerce – Iraq (2025).
27. Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, Value Chain Analysis for Potato, Tomato, Cucumber and Date in Selected Areas of Al-Anbar Governorate, Iraq (Bonn, 2023).
28. ITC, Iraq agribusiness market research and consumer insights: a technical brief (Geneva, 2022).
29. المرجع نفسه.
30. https://miswag.com/.
31. ITC, Iraq agribusiness market research and consumer insights: a technical brief (Geneva, 2022).

تقدّم هذه المبادئ التوجيهية الوطنية إطاراً عملياً لتعزيز دور التجارة الإلكترونية في تحديث القطاع الزراعي في العراق، وتحقيق الأمن الغذائي، وتنويع الاقتصاد، وإيجاد فرص العمل في المناطق الريفية. ويأتي هذا التوجّه استجابةً للتحديات المرتبطة بهذا القطاع، ويعكس الحاجة الملحّة إلى تحديث سلاسل القيمة الزراعية والغذائية، ومعالجة التحديات الهيكلية التي تعيق الإنتاج والتسويق في ظلّ استمرار الاعتماد على قنوات التسويق غير النظامية، وتفاوت مستويات النفاذ إلى الإنترنت، وضعف البنية التحتية اللوجستية، وغياب إطار تنظيمي متكامل للتجارة الإلكترونية.

وتقترح هذه المبادئ خارطة طريق لتسريع اعتماد التجارة الإلكترونية الزراعية في العراق، بما في ذلك توسيع البنية التحتية الرقمية واللوجستية، وبناء القدرات الرقمية للمزارعين والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتعزيز حلول الدفع الرقمي والتكنولوجيا المالية، وتفعيل الشراكات بين القطاعين العام والخاص. ومن خلال اعتماد هذه المبادئ، يمكن للعراق تطوير منظومة شاملة ومستدامة للتجارة الإلكترونية الزراعية، بما يدعم النمو الاقتصادي في المناطق الريفية ويحدّ من فاقد الأغذية ويعزّز تنافسية القطاع الزراعي.

2500890A