

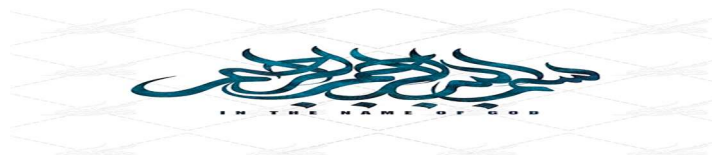
مطالعه، بررسی و تحلیل سهم ایران از بازار مواد غذایی و محصولات کشاورزی عراق و جهان با بررسی ۲۲ کد کالایی مرتبط



علیرضا اسماعیلی مازگر

خرداد ۱۴۰۲

اداره اطلاعات اقتصادی و همکاری های توسعه ای



فهرست :

- ۱) مقدمه ۲
- ۲) سیستم هماهنگ (HS Code) و سرفصل های مرتبط با مواد غذایی و محصولات کشاورزی ۳
- ۳) بررسی و تحلیل کدهای کالایی مواد غذایی و محصولات ۵
 - ۳-۱) فصل اول (کد ۰۱): حیوانات زنده ۵
 - ۳-۲) فصل دوم (کد ۰۲): گوشت و احشام خوراکی ۷
 - ۳-۳) فصل سوم (کد ۰۳): ماهی ها، قشرداران و آبزیان بی مهره ۹
 - ۳-۴) فصل چهارم (کد ۰۴): لبنیات، تخم پرندگان، عسل و خوراکی ها با منشأ حیوانی ۱۰
 - ۳-۵) فصل پنجم (کد ۰۵): محصولات با منشأ حیوانی (در جای دیگر ذکر نشده باشد) ۱۳
 - ۳-۶) فصل هفتم (کد ۰۷): حبوبات، سبزیجات، نباتات و ریشه های خوراکی ۱۴
 - ۳-۷) فصل هشتم (کد ۰۸): میوه ها و آجیل ۱۶
 - ۳-۸) فصل نهم (کد ۰۹): چای، قهوه و ادویه جات ۱۸
 - ۳-۹) فصل دهم (کد ۱۰): غلات ۲۰
 - ۳-۱۰) فصل یازدهم (کد ۱۱): محصولات صنعت آسیاب: آرد، مالت، نشاسته ۲۲
 - ۳-۱۱) فصل دوازدهم (کد ۱۲): دانه ها و میوه های روغن دار، دانه و بذر و گیاهان صنعتی و دارویی ۲۴
 - ۳-۱۲) فصل سیزدهم (کد ۱۳): صمغ ها، دیگر عصاره و شیره های گیاهی و آگارها ۲۵
 - ۳-۱۳) فصل پانزدهم (کد ۱۵): چربی ها و روغن های گیاهی و حیوانی و فرآورده آنها ۲۷
 - ۳-۱۴) فصل شانزدهم (کد ۱۶): فرآورده ها از گوشت، ماهی و قشرداران ۲۹
 - ۳-۱۵) فصل هفدهم (کد ۱۷): قند، شکر و شیرینی ۳۰
 - ۳-۱۶) فصل هیجدهم (کد ۱۸): کاکائو و فرآورده های آن ۳۲
 - ۳-۱۷) فصل نوزدهم (کد ۱۹): فرآورده ها از غلات و آرد و نشاسته غلات ۳۴
 - ۳-۱۸) فصل بیستم (کد ۲۰): فرآورده ها از سبزیجات، میوه ها ۳۶
 - ۳-۱۹) فصل بیست و یکم (کد ۲۱): سایر خوراکی های آماده ۳۷
 - ۳-۲۰) فصل بیست و دوم (کد ۲۲): آب، نوشابه ها و نوشیدنی های الکلی ۳۹
 - ۳-۲۱) فصل بیست و سوم (کد ۲۳): پسماندهای صنایع غذایی ۴۱
 - ۳-۲۲) فصل بیست و دوم (کد ۲۴): توتون و تنباکو ۴۳
- ۴) آمار کلی تجارت خارجی عراق در ۲۴ کد کالایی مواد غذایی و محصولات کشاورزی ۴۵
- ۵) پتانسیل های صادراتی ایران به عراق در مواد غذایی و محصولات کشاورزی ۴۸
- ۶) یافته های کلی تحقیق ۵۱
- ۷) توصیه های سیاستی ۵۴
- ۸) جمع بندی ۵۸

(۱) مقدمه

تهیه گزارش های راهبردی مطالعه و شناخت بازارهای هدف تجاری، از شروط لازم برای سیاست گذاری صحیح و پیشبرد بهینه اهداف دیپلماسی اقتصادی است. کشور عراق با دارا بودن ویژگی ها و امتیازات متعدد (طولانی ترین مرز مشترک، دوازده گذرگاه مرزی، روابط راهبردی سیاسی، اشتراکات تاریخی، فرهنگی، مذهبی و ...)، بی شک یکی از کشورهای هدف جمهوری اسلامی ایران برای توسعه و پیشینه سازی روابط تجاری و اقتصادی به حساب می آید. جایگاه چهارم ایران در میان کشورهای صادرکننده به عراق (پس از امارات، ترکیه و چین) و نیز جایگاه یازدهم در میان کشورهای واردکننده از عراق (پس از چین، هند، کره جنوبی، یونان، ایتالیا، آمریکا، امارات، اسپانیا، ترکیه و سنگاپور)، بیانگر وضعیت نه چندان مطلوب و قابل قبول روابط تجاری دو کشور با در نظر داشت سطح بالای تعاملات سیاسی، امنیتی، فرهنگی و روابط انسانی فی مابین است. ارتقاء روابط اقتصادی و تجاری ایران و عراق به سطح مطلوب و مورد انتظار، بیش از هر چیزی به شناخت صحیح و دقیق بازار عراق نیاز دارد تا بر اساس آن، هرگونه سیاستگذاری، تهیه نقشه راه و بکارگیری ابزار دیپلماسی اقتصادی در جهت پیشینه سازی روابط اقتصادی و تجاری با این کشور مهم، بدرستی و با اثرگذاری بالا صورت پذیرد. از این منظر، گزارش حاضر در جهت تامین بخشی از نیاز مطالعاتی و تحلیلی لازم در خصوص کشور عراق و همچنین به عنوان الگویی برای مطالعه بازار سایر کشورهای هدف تهیه شده است.

در این گزارش، بازار واردات عراق در حوزه مواد غذایی و محصولات کشاورزی شامل ۲۲ کد (فصل) با استناد به پایگاه های داده مرکز تجارت بین الملل^۱ و با محوریت آمار سال ۲۰۲۱^۲، مورد مطالعه، بررسی و تحلیل قرار گرفته است. **برخی از ویژگی ها و نوآوری های تحقیق حاضر عبارتند از:**

- تمرکز بر مواد غذایی و محصولات کشاورزی؛ به عنوان بخش مزیت دار تولیدی و صادراتی ایران.
- مشخص نمودن پنج کشور تامین کننده اصلی نیاز وارداتی عراق در هر کد کالایی و سهم مشخص هر کدام از آن کشورها (به درصد و با ترسیم نمودار).
- ارائه تحلیل بازار در ذیل آمار و نمودار هر کدام از کدهای کالایی.

^۱ - ITC: trademap.org, exportpotential.intracen.org & ...

^۲ - در حال حاضر جامع ترین و کامل ترین آمار پایگاه های داده مرکز تجارت بین الملل، آمار مربوط به سال ۲۰۲۱ می باشد. هر چند طی ماه اخیر آمار پایگاه های داده مرکز تجارت بین الملل به سال ۲۰۲۲ ارتقاء یافته است، لیکن بدلیل نواقص آماری متعدد بخصوص در ارتباط با ایران، سال آماری تحقیق حاضر ۲۰۲۱ می باشد.

- مشخص نمودن جایگاه ایران در میان کشورهای تامین کننده‌ی اصلی نیاز وارداتی عراق در هر کد کالایی و در مقایسه با رقبای منطقه ای بخصوص ترکیه و امارات.
- مشخص نمودن میزان تمرکز بازار-شاخص هرfindahl^۲ درخصوص هرکدام از کدهای کالایی^۴.
- بیان کاهش یا افزایش صادرات ایران به عراق در هر کد کالایی نسبت به سال های گذشته.
- ذکر تعداد زیرفصل های هرکدام از کدهای کالایی و تشریح میزان واردات انجام شده در هر کدام از زیرفصل ها به ترتیب بالاترین ارزش.
- بررسی بازار جهانی صادرات هر کدام از کدهای کالایی شامل: ارزش کل صادرات جهانی، پنج کشور اول صادرکننده، جایگاه جهانی ایران و جایگاه جهانی رقبای منطقه ای ایران در آن کد.
- بررسی بازار جهانی واردات هرکدام از کدهای کالایی شامل: ارزش کل واردات جهانی، پنج کشور اول وارد کننده و جایگاه جهانی ایران در آن کد.
- بررسی و بیان تراز تجارت جهانی ایران در هر کدام از کدهای کالایی (منفی یا مثبت بودن تراز).
- تبیین و تحلیل پتانسیل صادراتی ایران به عراق در مواد غذایی و محصولات کشاورزی.
- تحلیل آمار کلی تجارت خارجی عراق در ۲۲ کد کالایی مواد غذایی و محصولات کشاورزی.
- ارائه و تحلیل یافته های کلی تحقیق.
- ارائه پیشنهادات و توصیه های سیاستی بر اساس یافته های تحقیق.

۲) سیستم هماهنگ کدهای کالایی و سرفصل های مربوط به مواد غذایی و محصولات کشاورزی

سیستم توصیف و کدگذاری هماهنگ کالا^۵ که به نام سیستم هماهنگ شده (HS) نیز شناخته می شود، از اصطلاحات تعرفه ای است که شامل یک سیستم استاندارد بین المللی از نام ها و اعداد برای شناسایی و طبقه بندی محصولات می باشد که در سال ۱۹۸۸ به اجرا درآمد و از آن زمان تاکنون توسط سازمان جهانی گمرک^۶ تکمیل و توسعه یافته است.

^۲ - Market concentration: The Herfindahl Index

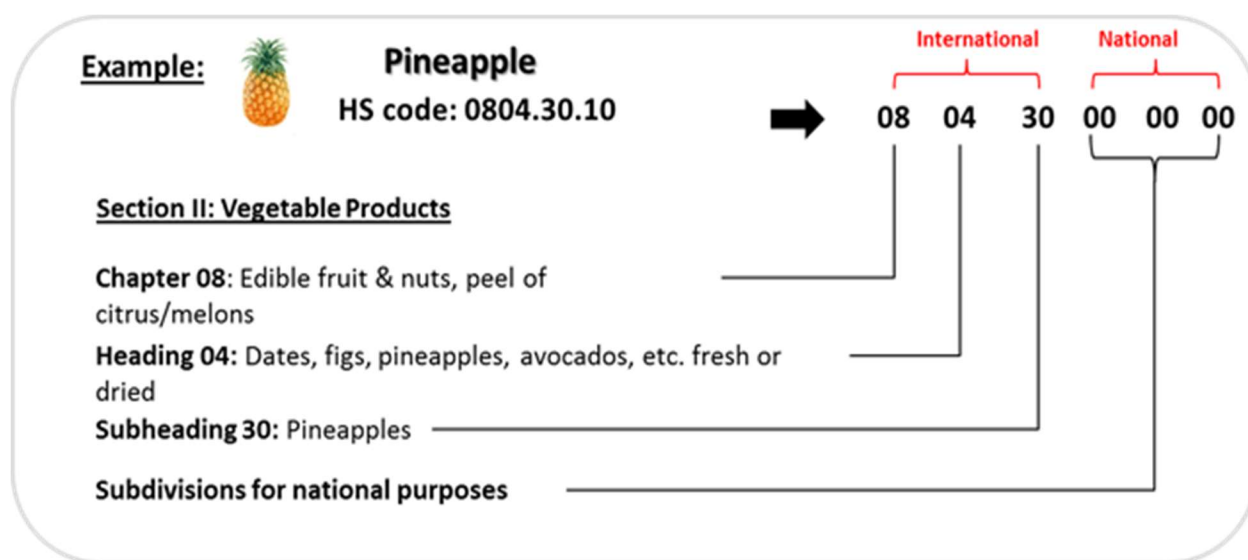
^۴ - از طریق این شاخص، رقابتی یا انحصاری بودن منابع تامین کشور وارد کننده مشخص می شود. عدد شاخص تمرکز بازار، بین صفر و یک در نوسان است. هرچقدر شاخص به سمت عدد یک حرکت کند، نشانگر غیررقابتی و انحصاری بودن منابع تامین، و هرچقدر به سمت عدد صفر حرکت نماید، تنوع و رقابتی بودن منابع وارداتی کشور وارد کننده را نشان می دهد.

^۵ - Harmonized Commodity Description and Coding System

^۶ WCO

نظام HS، ۵۳۰۰ گروه کالایی را در خود جای می‌دهد که هر کدام توسط یک کد ۶ رقمی بر اساس یک ساختار منطقی طبقه‌بندی شده است. این سیستم در بیش از ۲۰۰ کشور دنیا مبنای تجارت و تعیین تعرفه گمرکی است و آمار تجارت جهانی بر اساس این سیستم محاسبه می‌شود.

HS Code از ۶ رقم مشترک بین المللی تشکیل شده است. دو رقم اول، «فصل» کالا را مشخص می‌کند. دو رقم دوم، «عنوان» و دو رقم سوم «عنوان فرعی» را مشخص می‌کند. بعنوان مثال در HS Code ۰۸۰۴۳۰۰۰، دو رقم اول (۰۸) فصل کالا را مشخص می‌کند که مربوط به میوه‌ها و آجیل می‌باشد. دو رقم دوم (۰۴) عنوان اصلی است که مختص «خرما، انجیر، آناناس و آواکادو» می‌باشد و دو رقم آخر (۳۰) عنوان فرعی است که بصورت اختصاصی به «آناناس» مربوط می‌باشد. ۶ رقم بعدی مربوط به سیستم طبقه‌بندی داخلی کشورهاست که می‌توانند بر اساس نیازمندی‌های هر کشور متفاوت از کشورهای دیگر تعریف بشود.



سیستم مزبور در مجموع، ۲۱ بخش، ۹۹ فصل، ۱۲۴۴ عنوان و ۵۳۰۰ عنوان فرعی دارد. به طور کلی، بخش‌ها و فصل‌های HS به ترتیب درجه ساخت محصول یا از نظر پیچیدگی تکنولوژیکی آن مرتب می‌شوند. به عنوان مثال، کالاهای طبیعی، مانند حیوانات زنده و سبزیجات، در بخش‌های اول و دوم طبقه‌بندی شده‌اند، در حالی که کالاهای تکامل یافته‌تر مانند ماشین‌آلات و ابزار دقیق در بخش‌ها و فصول انتهایی جای گرفته‌اند.

برخی از کاربردهای HS Code عبارتند از:

- نظارت و کنترل واردات و صادرات کالاها.

- تنظیم تعرفه های گمرکی.
- جمع آوری اطلاعات و آمار تجارت بین المللی.
- تنظیم و اجرای قوانین مبدا (Rule of Origins).
- جمع آوری مالیات های داخلی.
- استفاده در مذاکرات تجاری و تعرفه های ترجیبهی.
- جمع آوری آمار حمل و نقل کالا.
- طبقه بندی کالاهای خطرناک، نیاز به قرنطینه، بهداشتی و ...
- کمک به مدیریت ریسک در تشریفات گمرکی.

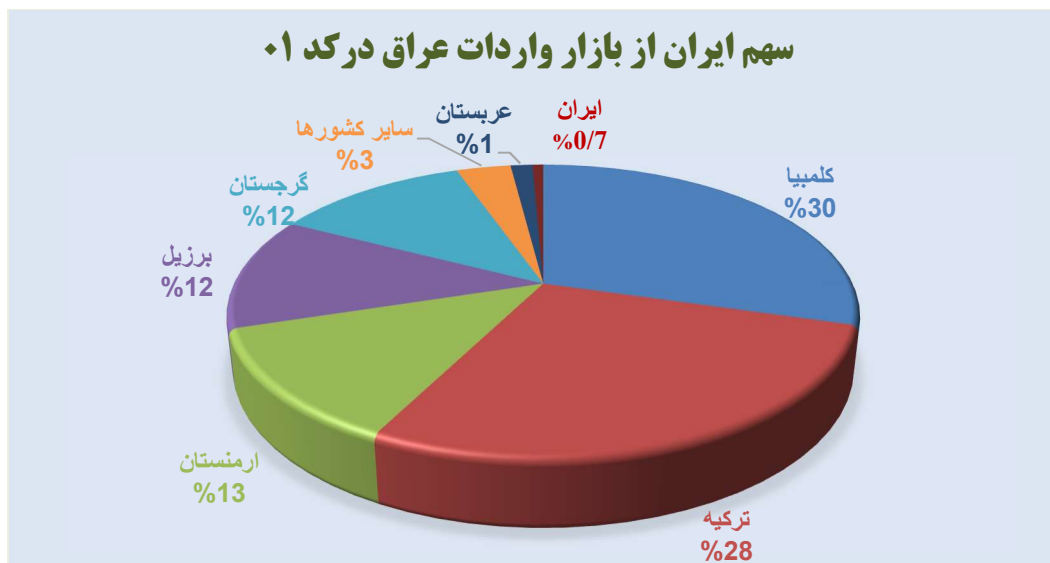
با توجه به اینکه تمرکز مطالعه حاضر بر مواد غذایی و تولیدات و فرآوردهای کشاورزی است، چهار بخش اول (از ۲۱ بخش)، شامل ۲۲ فصل مرتبط با مواد غذایی و محصولات کشاورزی می باشند. این ۲۲ کد، شامل کدهای (۰۱) الی (۲۴)، بغیر از کدهای (۰۶) و (۱۴) می باشند.

۳) بررسی و تحلیل کدهای کالایی مواد غذایی و محصولات

بر اساس سیستم توصیف و کدگذاری هماهنگ کالا (HS Code)، مواد غذایی، خوراکی ها و محصولات کشاورزی دارای ۲۲ کد (فصل) و ۱۹۳ زیرکد (زیر فصل) می باشند که در این گزارش هرکدام از کدها به همراه زیرفصل ها بصورت جداگانه مورد مطالعه، بررسی و تحلیل قرار گرفته اند.

۱-۳) فصل اول (کد ۰۱)؛ حیوانات زنده

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل^۷، در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۰۱)، ۹۹/۳ میلیون دلار (۹۹،۲۶۹،۰۰۰ \$) بوده است. **کلمبیا** با ۲۸/۷ میلیون دلار صادرات، **جایگاه اول** را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. کشورهای ترکیه (۲۷،۳ میلیون دلار)، ارمنستان (۱۲،۳ میلیون دلار)، برزیل (۱۲،۱ میلیون دلار)، گرجستان (۱۱،۲ میلیون دلار) و عربستان (۱،۳ میلیون دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند. **ایران** با صادرات ۶۴۸ هزار دلار، **در جایگاه یازدهم** تامین کنندگان نیاز بازار عراق در این کد کالایی قرار دارد.



تحلیل: سهم ایران از واردات عراق در محصولات این فصل، تنها ۰/۷ درصد می باشد. صادرات ایران به عراق در این کد کالایی در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۱۷، کاهش ۵۷ درصدی را شاهد بوده است. کلمبیا و ترکیه با سهمی نزدیک به یکدیگر مجموعاً حدود ۶۰ درصد بازار عراق را بخود اختصاص داده اند. ارمنستان؛ همسایه شمالی ایران نیز، سهم ۱۳ درصدی از بازار وارداتی عراق در حیوانات زنده دارد. شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۰۱، ۰/۲۸ است که بیانگر تنوع نسبی در منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

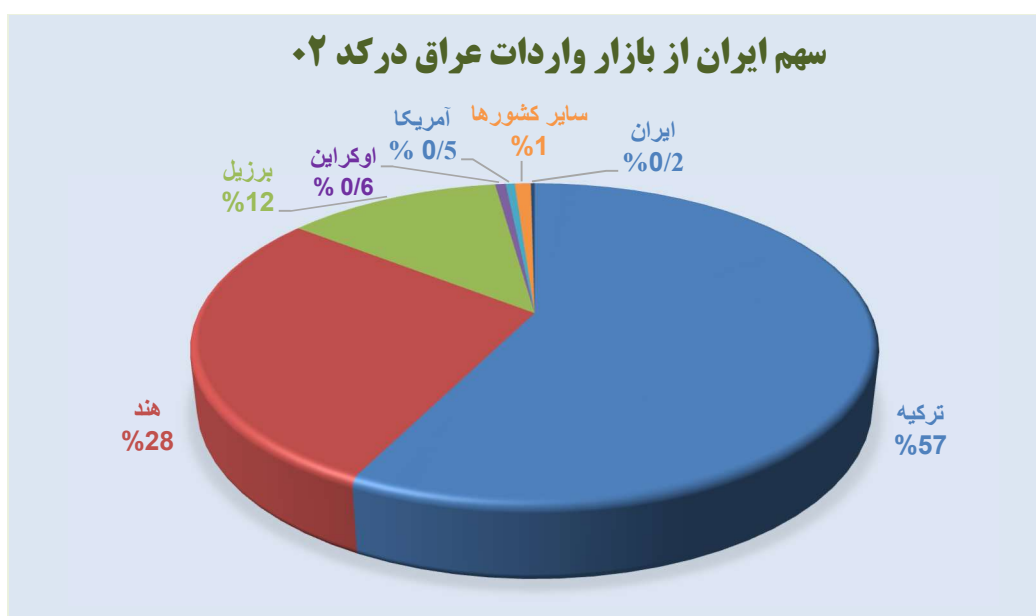
زیرفصل ها: فصل ۱ (حیوانات زنده)، دارای ۶ عنوان یا زیر فصل می باشد که بیشترین سهم مربوط به زیرکد (۰۱۰۲) با عنوان «گاو زنده» با ۷۴ میلیون دلار و بعد از آن «طیور زنده» (مرغ، اردک، بوقلمون با زیر کد ۰۱۰۵) با ۱۶ میلیون دلار می باشد.

بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۰۱)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۲۴ میلیارد دلار بوده است. کشورهای فرانسه، هلند، کانادا، آلمان و دانمارک بترتیب با ۲/۴، ۲، ۱/۷، ۱/۳ و ۱/۲ میلیارد دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان جهان در این کد کالایی قرار دارند. عمان و ترکیه به عنوان رقبای منطقه ای ایران، با ۱۴۰ و ۱۰۶ میلیون دلار در رتبه های ۳۱ و ۳۴ جهان قرار دارند. ایران نیز با ۷/۶ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۸۹ جهان قرار دارد.

از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات این فصل مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در کد کالایی (۰۱)، منفی ۱۶/۲ میلیون دلار می باشد.**

۲-۳) فصل دوم (کد ۰۲)؛ گوشت و احشام خوراکی

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۰۲)، ۷۴۲/۴ میلیون دلار (۷۴۲,۴۵۲,۰۰۰ \$) بوده است. ترکیه با ۴۲۴/۲ میلیون دلار صادرات، جایگاه اول را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. کشورهای هند (۲۰۷,۶۴ میلیون دلار)، برزیل (۹۰,۲۰ میلیون دلار)، اوکراین (۴,۴ میلیون دلار) و آمریکا (۳,۷ میلیون دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند. ایران با صادرات ۱/۶ میلیون دلار، در جایگاه هشتم قرار دارد.



تحلیل: همانطور که در نمودار مشخص است، سهم ایران از بازار واردات عراق در زمینه گوشت و احشام خوراکی، تنها ۰/۲ درصد می باشد. ترکیه به تنهایی ۵۷ درصد از واردات عراق در این کد کالایی را به خود اختصاص داده است. هند نیز حدود ۳۰ درصد از واردات عراق در این محصول را در اختیار دارد. این دو کشور با سهم حدود ۹۰ درصدی، بنوعی نیاز وارداتی عراق در کد (۰۲) را تامین می نمایند. صادرات ایران به عراق در این کد کالایی در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۲۰، کاهش ۹۴ درصدی را شاهد بوده است.

🌟 شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۰۲، ۰/۴۲ است که بیانگر تمرکز در منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

زیرفصل ها: این فصل (گوشت و احشام خوراکی) دارای ۱۰ عنوان یا زیرفصل می باشد که بیش از ۹۵ درصد از کل واردات عراق در این فصل، به دو زیرفصل «گوشت و احشام خاکی طیور اعم از مرغ، بوقلمون و اردک و غاز» با زیرکد (۰۲۰۷) و «گوشت گاو منجمد» با زیرکد (۰۲۰۲) بترتیب با ۵۱۴ میلیون دلار و ۲۲۴ میلیون دلار اختصاص دارد. بازار وارداتی عراق در زیرفصل طیور که البته بیشتر به مرغ تعلق دارد، در اختیار ترکیه می باشد بنحوی که از ۵۱۴ میلیون دلار واردات عراق در این محصول، ۴۲۴ میلیون دلار سهم ترکیه می باشد (حدود ۸۳ درصد). پس از ترکیه، کشورهای برزیل، اکراین، آمریکا و ایران بترتیب با ۷۸/۷، ۳/۹، ۳/۴ ریال و ۱/۶ میلیون دلار در رتبه های بعدی تامین کنندگان واردات طیور عراق قرار دارند.

بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۰۲)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۱۵۳ میلیارد دلار بوده است. کشورهای آمریکا، برزیل، استرالیا، هلند و اسپانیا بترتیب با ۲۲/۲، ۱۸/۲، ۱۱/۶، ۱۱ و ۱۰/۴ میلیارد دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان جهان در این کد کالایی قرار دارند. ترکیه به عنوان رقیب منطقه ای ایران، با ۸۷۹ میلیون دلار در رتبه ۲۸ و ایران با ۱۰ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۸۱ جهان قرار دارد. همانطور که در آمارهای فوق مشاهده می شود، حدود نیمی از صادرات کشور ترکیه در محصولات این فصل به عراق می باشد.

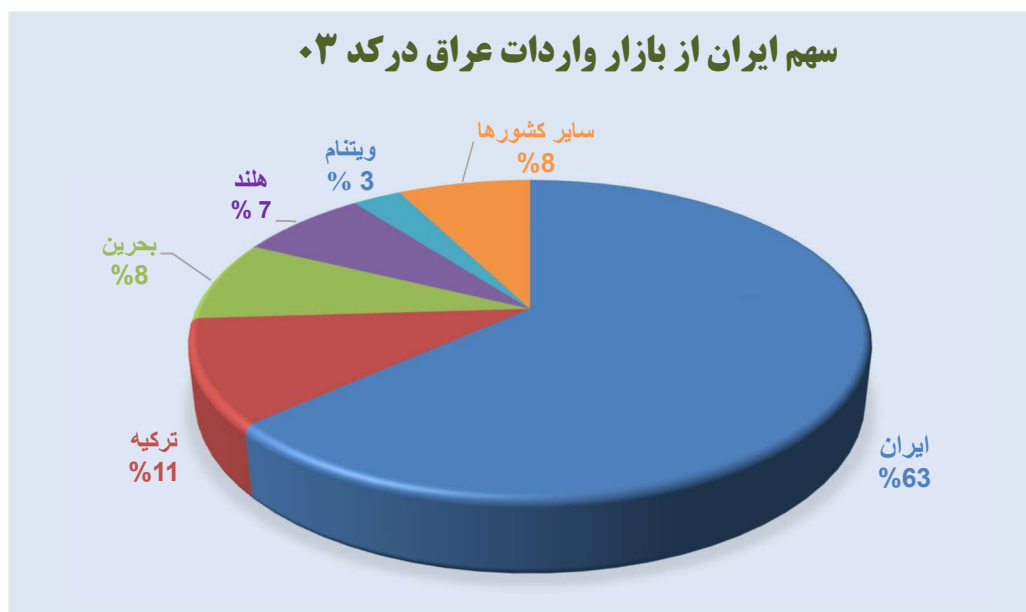
از منظر واردات جهانی کد (۰۲)، کشورهای چین، آمریکا، ژاپن، آلمان و کره جنوبی بترتیب با ۳۱/۶، ۱۲، ۱۰/۹، ۶/۳ و ۶ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات این کد کالایی می باشند. عراق با ۰/۵ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۳۶ واردکنندگان جهان در محصولات فصل (۰۲) قرار دارد. ایران نیز با ۳۸۰ میلیون دلار واردات، در جایگاه ۵۰ دنیا قرار دارد.

➤ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۰۲) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، منفی ۳۷۰ میلیون دلار** می باشد.

تولید و صادرات طیور بخصوص مرغ از مزیت های اقتصادی ایران است که متأسفانه بنابه دلایلی از جمله بی ثباتی سیاست های تجاری و ارزی، نرخ گذاری دستوری و اعمال ممنوعیت های مقطعی برای صادرات این محصول، سهم ایران از بازارهای منطقه ای و جهانی بسیار ناچیز و تراز تجاری ایران در این کد کالایی، با شدت بالا منفی می باشد.

۳-۳) فصل سوم (کد ۰۳)؛ ماهی ها، قشرداران و آبزیان بی مهره

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۰۳)، ۲۶/۹ میلیون دلار (۲۶،۹۵۶،۰۰۰ \$) بوده است. **ایران** با ۱۷ میلیون دلار، **جایگاه اول** را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. کشورهای ترکیه (۲،۸ میلیون دلار)، بحرین (۲،۲ میلیون دلار)، هلند (۱،۹ میلیون دلار) و ویتنام (۷۵۴ هزار دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند.



تحلیل: همانطور که در نمودار مشاهده می شود، ایران بیش از ۶۰ درصد از واردات عراق در زمینه ماهی ها و آبزیان بی مهره را به خود اختصاص داده است. رقیب اصلی ایران در بازار عراق یعنی ترکیه با اختلاف زیاد، ۱۱ درصد از واردات عراق در این محصول را تامین می کند. ماهی و محصولات شیلاتی از مزیت های اقتصادی ایران است که به تناسب سهم درخوری نیز از بازار عراق در اختیار دارد. صادرات ایران به عراق در این کد کالایی در سال ۲۰۲۱ نسبت به ۲۰۲۰، کاهش ۴۹ درصدی را شاهد بوده است.

✿ شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۰۳، ۰/۴۳ است که بیانگر تمرکز در منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

زیرفصل ها: این فصل (ماهی ها، قشرداران و آبزیان بی مهره) دارای ۹ عنوان یا زیرفصل می باشد که بیش از ۹۰ درصد از کل واردات عراق در این فصل، به سه زیرفصل «ماهی تازه بغیر از فیله ماهی» با کد (۰۳۰۲)، «فیله ماهی» با کد (۰۳۰۴) و «ماهی منجمد» با کد (۰۳۰۳) بترتیب با ۱۶، ۴ و ۳ میلیون دلار اختصاص دارد.

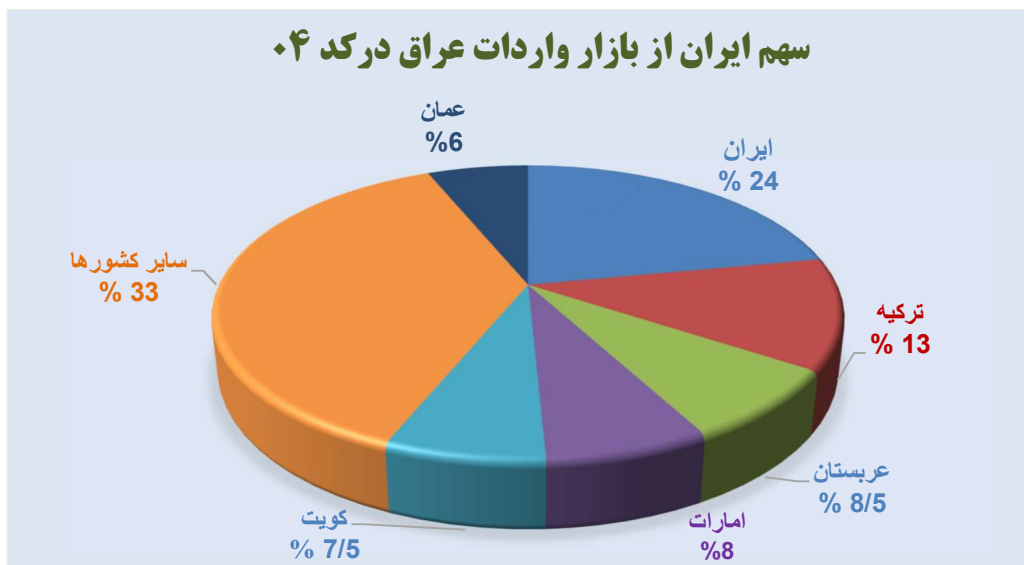
بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۰۳)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۱۴۳ میلیارد دلار بوده است. کشورهای نروژ، چین، هلند، ویتنام و کانادا بترتیب با ۱۳/۴، ۱۱/۱، ۶/۷، ۶/۳ و ۶/۲ میلیارد دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان جهان در این کد کالایی قرار دارند. ترکیه و عمان به عنوان رقبای منطقه ای ایران بترتیب با ۱/۳ میلیارد و ۳۲۳ میلیون دلار در رتبه ۲۸ و ۵۲ جهان قرار دارند. ایران نیز با ۱۹۰ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۶۶ جهان قرار دارد.

از منظر واردات جهانی کد (۰۳)، کشورهای آمریکا، چین، ژاپن، فرانسه و ایتالیا بترتیب با ۲۳/۷، ۱۴، ۱۰۱، ۶/۲ و ۵/۹ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات این کد کالایی می باشند. عراق با سهمی نزدیک به صفر درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۱۱۳ واردکنندگان جهان در محصولات کد (۰۳) قرار دارد. ایران با ۲۸ میلیون دلار واردات، در جایگاه ۱۱۰ دنیا قرار دارد.

➔ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۰۳) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، مثبت ۱۶۲ میلیون دلار** می باشد.

۳-۴) فصل چهارم (کد ۰۴)؛ لبنیات، تخم پرندگان، عسل و خوراکی ها با منشاء حیوانی

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۰۴)، ۸۵۱/۸ میلیون دلار (۸۵۱,۸۵۹,۰۰۰ \$) بوده است. **ایران** با ۲۰۱/۶۳ میلیون **جایگاه اول** را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. کشورهای ترکیه (۱۱۱/۷) میلیون دلار، عربستان (۷۲/۱) میلیون دلار، امارات (۶۵/۵) و کویت (۶۴) میلیون دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند. عمان و بحرین با ۵۷ و ۱۹/۲ میلیون دلار در رتبه های هفتم و دهم تامین کنندگان نیاز وارداتی عراق در این محصول قرار دارند.



تحلیل: فصل (۰۴) با محصولات از جمله لبنیات از فصول مهم بخش مواد غذایی بشمار می آید. در این محصول مهم، ایران حدود یک چهارم بازار واردات عراق را در اختیار دارد. رقیب اصلی ایران یعنی ترکیه ۱۳ درصد از واردات عراق در این زمینه را بخود اختصاص داده است. عربستان، امارت و کویت نیز هر کدام با سهم حدود ۸ درصدی در تعقیب ایران و ترکیه قرار دارند. عمان و بحرین هم با ۶ و ۴ درصد سهم از بازار واردات عراق در این محصول، از دیگر رقبای منطقه ای ایران بشمار می آیند. در سال های قبل، تنها رقیب منطقه ای ایران در بازار عراق در این کد کالایی، ترکیه و تاحدودی عربستان بود، اما به مرور دیگر کشورهای منطقه مانند کویت، عمان و بحرین نیز توانسته اند سهمی از واردات کشور عراق در این کد کالایی را در اختیار بگیرند. ارزش صادرات ایران به عراق در این کد کالایی در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۲۰ کاهش ۲۲ درصدی را شاهد بوده است که نشان می دهد طی سال های اخیر ایران بخشی از بازار عراق را به رقبای منطقه ای خود واگذار کرده است. با توجه به تعدد رقبای منطقه ای ایران در این محصول، به منظور حفظ سهم فعلی ایران از بازار عراق، تمهیداتی از قبیل راه اندازی برخی از خطوط تولید در عراق، حضور فعال در نمایشگاه های تخصصی و ... ضرورت دارد.

✪ شاخص تمرکز بازار عراق در این محصول، ۰/۱۱ است که بیانگر عدم تمرکز و رقابتی بودن منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

زیرفصل ها: این فصل مهم دارای ۱۰ عنوان یا زیرفصل می باشد که بیش از ۸۵ درصد از کل واردات عراق در این فصل، به چهار زیرفصل «پنیر و کشک» با کد (۰۴۰۶)، «شیر و خامه غلیظ شده یا حاوی

مواد افزودنی» با کد (۰۴۰۲)، «تخم پرندگان» با کد (۰۴۰۷) و «شیر و خامه غلیظ نشده و بدون مواد افزودنی» با کد (۰۴۰۱) بترتیب با ۲۶۷، ۲۴۵، ۱۶۶ و ۹۹ میلیون دلار اختصاص دارد.

بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۰۴)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۱۰۲ میلیارد دلار بوده است. کشورهای نیوزلند، آلمان، هلند، فرانسه و آمریکا بترتیب با ۱۲/۴، ۱۱/۶، ۱۰/۶، ۷/۹ و ۶/۵ میلیارد دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان جهان در این کد کالایی قرار دارند. عربستان، امارات و ترکیه به عنوان رقبای منطقه ای ایران بترتیب با ۱ میلیارد دلار، ۹۴۵ و ۸۵۸ میلیون دلار در رتبه ۱۹، ۲۰ و ۲۲ جهان قرار دارند. ایران با ۴۳۲ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۳۵ جهان قرار داشته و حدود نیم درصد از سهم بازار جهانی را در اختیار دارد. عمان، بحرین و کویت، دیگر رقبای منطقه ای با ۳۱۲، ۳۰۰ و ۱۰۱ میلیون دلار صادرات، در جایگاه ۴۲، ۴۳ و ۶۰ جهان قرار دارند.

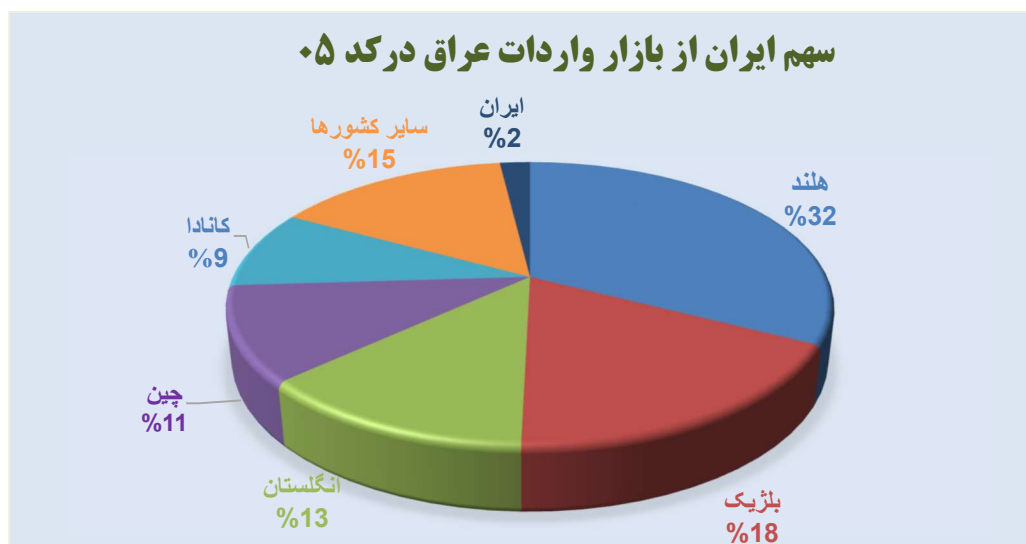
از منظر واردات این کد کالایی، کشورهای آلمان، چین، هلند، فرانسه و بلژیک بترتیب با ۹/۸، ۹/۷، ۵/۲، ۴/۹ و ۴/۹۷ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات کد کالایی (۰۴) می باشند. عربستان و امارات با ۲/۱ و ۱/۷ میلیارد دلار در جایگاه ۱۲ و ۱۳ بزرگترین واردکنندگان محصولات این فصل در جهان قرار دارند. عراق با ۰/۸ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۳۲ واردکنندگان جهان در محصولات فصل (۰۴) قرار دارشته و ایران با ۱۲۳ میلیون دلار واردات، در جایگاه ۸۰ دنیا قرار دارد. عمان، کویت، قطر، آذربایجان و ترکیه بترتیب با ۷۷۹، ۵۹۶، ۲۵۷، ۱۵۷ و ۱۱۰ میلیون دلار در جایگاه های ۲۴، ۲۹، ۳۹، ۴۹ و ۸۶ واردکنندگان جهانی در این فصل کالایی قرار دارند.

همانطور که در آمار مشاهده می شود، علیرغم قرار داشتن رقبای منطقه ای ایران مانند عربستان، امارات، عمان و کویت در زمره ۲۲ صادرکننده برتر جهان در کد کالایی (۰۴)، میزان واردات این کشورها در این کد نیز قابل توجه است که نشان می دهد در کنار تهدیدهای ناشی از رقابت منطقه ای این کشورها، فرصت هایی هم برای حضور محصولات ایرانی در فصل مورد بحث در این کشورها وجود دارد.

➤ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۰۴) مشخص می شود که تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، مثبت ۳۰۹ میلیون دلار می باشد.

۵-۳) فصل پنجم (کد ۰۵)؛ محصولات با منشأ حیوانی (در جای دیگر ذکر نشده باشد)

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۰۵)، ۲۵۸ هزار دلار (۲۵۸,۰۰۰ \$) بوده است. **هند** با ۸۴ هزار دلار صادرات به عراق، **جایگاه اول** را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. کشورهای بلژیک (۴۶ هزار دلار)، انگلستان (۳۳ هزار دلار)، چین (۲۸ هزار دلار) و کانادا (۲۳ هزار دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند. **ایران** با ۵ هزار دلار صادرات **در جایگاه نهم** قرار دارد.



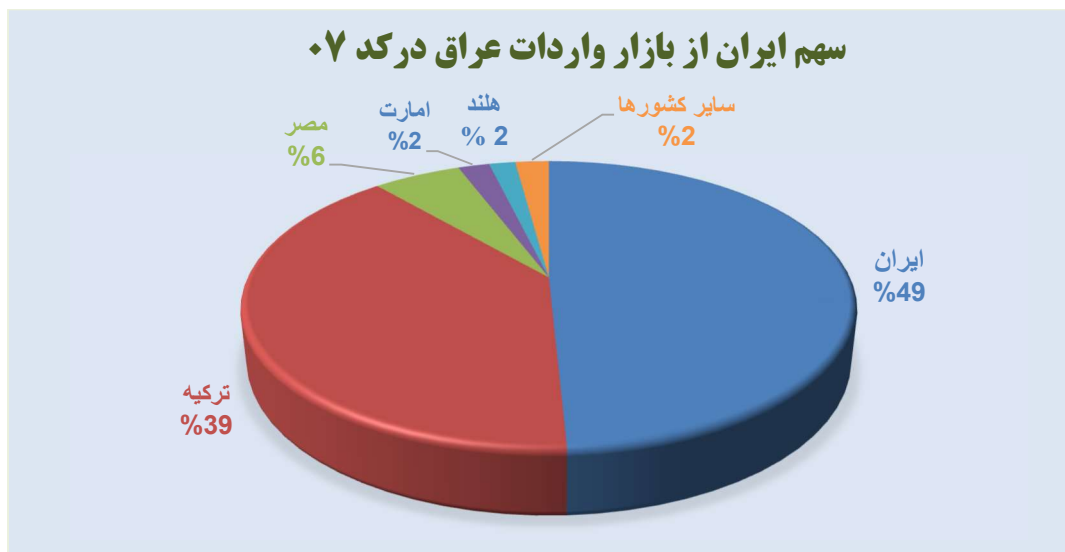
تحلیل: فصل (۰۵) با ۲۵۸ هزار دلار کمترین ارزش را در واردات عراق در میان ۲۲ فصل مواد غذایی دارد. این فصل با ۱۱ زیرفصل شامل محصولاتی با منشأ حیوانی از قبیل پوست، روده، مثانه، معده، استخوان، شاخ و ... حیوانات است که بخش از عناوین دارای مصرف خوراکی هستند و بخشی دیگر از عناوین این فصل مصرف خوراکی ندارند. همانطور که در نمودار مشاهده می شود، هند ۳۲ درصد از بازار عراق در این کد کالایی را در اختیار دارد. سهم ایران از بازار عراق در محصولات این فصل، ۲ درصد می باشد.

بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۰۵)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۱۲ میلیارد دلار بوده است. ایران با صادرات ۹۲/۸ میلیون دلار، ۰/۸ درصد از بازار جهانی محصولات این کد کالایی را در اختیار داشته و در جایگاه ۲۳ جهان قرار دارد. مقصد اول صادرات ایران

در محصولات این فصل، کشور آلمان با ۷۰ میلیون دلار می باشد. کشورهای لهستان و ترکیه بترتیب با ۹ و ۵ میلیون دلار، در رتبه های بعدی مقاصد صادراتی ایران در این کد کالایی قرار دارند. از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۰۵) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، مثبت ۸۵ میلیون دلار** می باشد.

۳-۶ فصل هفتم (کد ۰۷): حبوبات، سبزیجات، نباقات و ریشه های خوراکی

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۰۷)، ۶۸۲/۸ میلیون دلار (۶۸۲،۸۱۹،۰۰۰ \$) بوده است. **ایران** با ۳۳۶ میلیون دلار **جایگاه اول** را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. کشورهای ترکیه (۲۶۹/۳ میلیون دلار)، مصر (۳۸ میلیون دلار)، امارات (۱۳/۵ میلیون دلار) و هلند (۱۱/۳ میلیون دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند.



تحلیل: همانطور که در نمودار مشخص است، ایران حدود نیمی از بازار واردات عراق را در کد (۰۷) در اختیار دارد. ترکیه نیز با حدود ۴۰ درصد، پس از ایران بیشترین سهم از بازار واردات عراق در این کد کالایی را بخود اختصاص داده است. ایران و ترکیه در مجموع تامین کننده حدود ۹۰٪ از نیاز کشور عراق به این محصول می باشند. ارزش صادرات ایران به عراق در این فصل (۰۷) در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۱۷، کاهش ۵ درصدی و نسبت به سال ۲۰۲۰، ۱۲ کاهش ۱۲ درصدی را شاهد بوده است.

✿ شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۰۷، ۰/۴ است که بیانگر تمرکز در منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

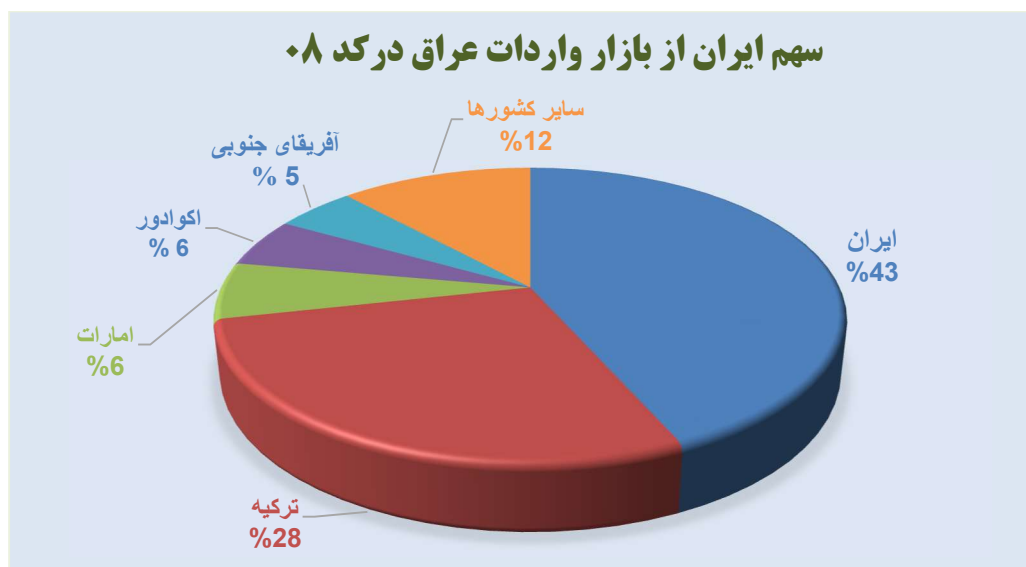
زیرفصل ها: این فصل (حبوبات، سبزیجات، نباتات، ریشه ها و غده های زیرخاکی خوراکی) دارای ۱۴ عنوان یا زیرفصل می باشد. «حبوبات» با کد (۰۷۱۳) با ۲۷۶ میلیون دلار، بیشترین ارزش وارداتی عراق را در بین ۱۴ زیرفصل داراست. در زیرفصل حبوبات، ترکیه با صادرات ۲۳۳ میلیون دلار، ۸۵ درصد از نیاز وارداتی عراق را تامین می کند و ایران با ۱/۲ میلیون دلار سهم بسیار ناچیزی دارد. پس از آن، «گوجه فرنگی» با کد (۰۷۰۲) و «پیاز، سیر و تره فرنگی و سایر سبزیجات وابسته» با کد (۰۷۰۳) بترتیب با ۱۶۰ و ۵۶ میلیون دلار قرار دارند که ایران با سهم ۹۸ و ۸۱ درصدی عمده نیاز وارداتی کشور عراق را در این دو محصول تامین می کند. «سیب زمینی» با کد (۰۷۰۱) به ارزش ۴۳ میلیون دلار در رتبه بعدی این فصل قرار دارد که ترکیه با سهم ۳۳ درصدی در جایگاه و ایران با سهم ۱۴ درصدی در جایگاه چهارم تامین کننده نیاز عراق در محصول سیب زمینی قرار دارند.

بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۰۷)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۸۳ میلیارد دلار بوده است. کشورهای چین، اسپانیا، هلند و کانادا بترتیب با ۱۰، ۸/۸، ۸/۶، ۸/۵ و ۵/۴ میلیارد دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان جهان در این کد کالایی قرار دارند. ترکیه به عنوان رقیب منطقه ای ایران با ۱/۷ میلیارد دلار در رتبه دهم جهان قرار دارد. ایران نیز با ۸۷۰ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۱۹ جهان قرار داشته و حدود یک درصد از سهم بازار جهانی را در اختیار دارد. «گوجه فرنگی» با کد (۰۷۰۲) با ۱۱ میلیارد دلار صادرات، جایگاه سوم را در بین ۱۴ زیرفصل این فصل داراست، به عبارت دیگر، اندازه بازار جهانی گوجه فرنگی، ۱۱ میلیارد دلار است. از منظر واردات جهانی فصل (۰۷)، کشورهای آمریکا، آلمان، انگلستان، فرانسه و کانادا بترتیب با ۱۳/۵، ۷/۶، ۴/۳، ۳/۹ و ۳/۵ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات فصل (۰۷) می باشند. عراق با ۰/۸ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۳۰ واردکنندگان جهان در محصولات فصل (۰۷) قرار دارد. ایران با ۲۳۷ میلیون دلار، در جایگاه ۵۶ وارد کنندگان جهان قرار دارد.

➔ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۰۷) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، مثبت ۶۳۳ میلیون دلار** می باشد.

۷-۳) فصل هشتم (کد ۰۸)؛ میوه ها و آجیل

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۰۸)، ۱/۰۴ میلیارد دلار (۱,۰۴۳,۹۰۹,۰۰۰ \$) بوده است. **ایران** با ۴۵۲/۳۰۸ میلیون دلار **جایگاه اول** را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. کشورهای ترکیه (۲۹۴/۷۳۷ میلیون دلار)، امارات (۶۵ میلیون دلار)، اکوادور (۵۶ میلیون دلار) و آفریقای جنوبی (۵۱/۷ میلیون دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند.



تحلیل: فصل هشتم (میوه ها و آجیل) یکی از مهمترین فصول مواد غذایی بشمار می آید. همانطور که در ارقام این فصل ذکر گردید، ارزش واردات کشور عراق در این کد کالایی بیش از یک میلیارد دلار است که در میان ۲۲ فصل مواد غذایی مورد بررسی این مطالعه، جزء چند فصل با بیشترین ارزش به حساب می آید. ایران در این کد کالایی با ۴۳ درصد بیشترین سهم از واردات عراق را بخود اختصاص داده و ترکیه رقیب اصلی ایران، ۲۸ درصد سهم دارد. ایران و ترکیه در مجموع بیش از ۷۰ درصد از نیاز کشور عراق به محصولات این کد کالایی را تامین می نمایند. صادرات ایران به عراق در فصل (۰۸) در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۲۰، کاهش ۱۱ درصدی را شاهد بوده است.

✿ شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۰۸، ۰/۳۸ است که بیانگر تمرکز نسبی منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

زیر فصل ها: این فصل (میوه ها و آجیل خوراکی) نیز همچون فصل قبلی دارای ۱۴ عنوان یا زیرفصل می باشد. «مرکبات بصورت خشک یا تازه» با کد (۰۸۰۵) با ۲۳۰ میلیون دلار، بیشترین ارزش وارداتی عراق را در بین ۱۴ عنوان این فصل داراست که ترکیه با ۱۲۳ میلیون دلار صادرات، ۵۳ درصد و ایران با ۳۲ میلیون دلار صادرات، ۱۴ درصد از بازار وارداتی عراق در مرکبات را در اختیار دارند. پس از آن، «آجیل ها» با کد (۰۸۰۲)، «سیب، گلابی و به تازه» با کد (۰۸۰۸)، «خربزه، هندوانه و پاپایا» با کد (۰۸۰۷) و «موز تازه یا خشک» با کد (۰۸۰۳) بترتیب با ۲۰۴، ۱۲۷، ۱۲۰ و ۹۶ میلیون دلار در رتبه های بعدی این فصل قرار دارند. در محصول آجیل با کد (۰۸۰۲)، ایران با صادرات ۸۰ میلیون دلار، ۳۹ درصد از سهم بازار وارداتی عراق را در اختیار دارد و پس از ایران، ترکیه و امارات با ۶۳ و ۳۴ میلیون دلار صادرات، بترتیب ۳۰ و ۱۷ درصد از بازار وارداتی آجیل عراق را در اختیار دارند. در محصول سیب و گلابی با کد (۰۸۰۸) نیز ایران با ۱۰۲ میلیون دلار صادرات، ۸۱ درصد و ترکیه با ۲۱ میلیون دلار، ۱۷ درصد از بازار واردات عراق را در اختیار دارند.

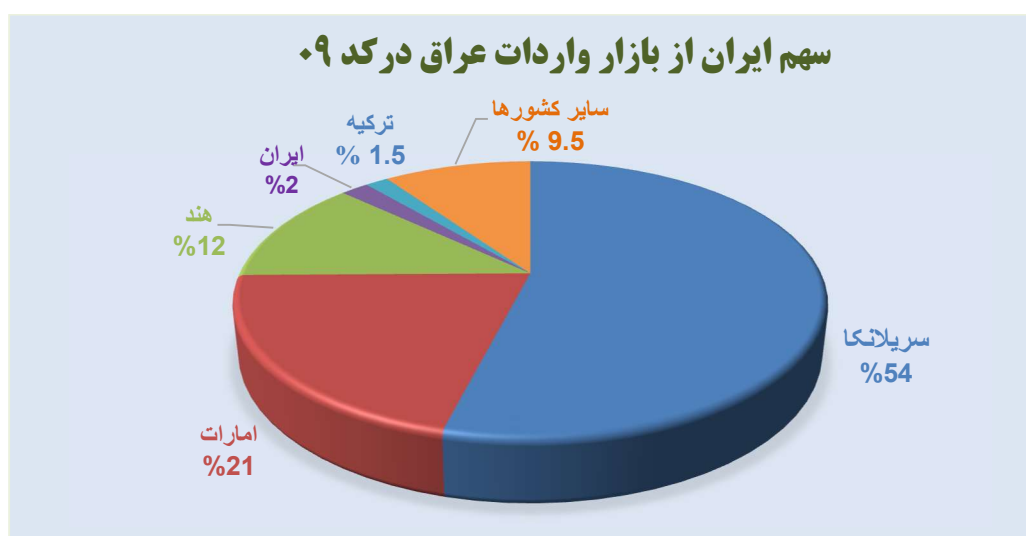
بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۰۸)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۱۴۶ میلیارد دلار بوده است. کشورهای آمریکا، اسپانیا، هلند، مکزیک و شیلی بترتیب با ۱۵/۱، ۱۲/۱، ۸/۶، ۸/۲ و ۶/۴ میلیارد دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان جهان در این کد کالایی قرار دارند. ترکیه به عنوان رقیب منطقه ای ایران با ۵/۴ میلیارد دلار در رتبه نهم جهان قرار دارد. ایران نیز با ۲/۴ میلیارد دلار صادرات در جایگاه ۱۹ جهان قرار داشته و ۱/۶ درصد از سهم بازار جهانی را در اختیار دارد. صادرات جهانی ایران در این کد کالایی در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۲۰، کاهش ۱۹ درصدی را شاهد بوده است.

از منظر واردات جهانی فصل (۰۸)، کشورهای آمریکا، چین، آلمان، هلند و فرانسه بترتیب با ۲۲/۲، ۱۵/۹، ۱۲/۴، ۵/۵ و ۶/۸ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات فصل (۰۸) می باشند. عراق با ۰/۷ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۲۷ واردکنندگان جهان در محصولات فصل (۰۸) قرار دارد. ایران نیز با ۴۸۲/۳۱ میلیون دلار واردات، در رتبه ۴۸ جهان قرار دارد.

➔ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۰۸) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، مثبت ۱/۸ میلیارد دلار می باشد.**

۸-۳) فصل نهم (کد ۰۹)؛ قهوه، چای و ادویه جات

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۰۹)، ۲۷۲/۸۵۶ میلیون دلار (۲۷۲،۸۵۶،۰۰۰ \$) بوده است. **سريلانكا** با ۱۴۷/۳۱ میلیون دلار، **جايگاه اول** را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. کشورهای امارات (۵۶/۷ میلیون دلار) و هند (۳۳/۲ میلیون دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند. **ايران** با ۵ میلیون دلار صادرات **در جايگاه چهارم** و ترکیه با ۴/۱ میلیون دلار در رتبه پنجم تامین کنندگان نیاز وارداتی عراق در فصل (۰۹) قرار دارند.



تحليل: همانطور که در نمودار مشخص است، سريلانكا بیش از نیمی از بازار واردات عراق را در کد (۰۹) در اختیار دارد. امارات با ۲۱ درصد، پس از سريلانكا بیشترین سهم از بازار واردات عراق را بخود اختصاص داده است، این درحالی است که کشور هند به عنوان یکی از بزرگترین تولیدکنندگان چای و ادویه جات با فاصله زیادی از امارات در جایگاه سوم تامین کننده بازار عراق قرار دارد. بدیهی است امارات تولید کننده چای و ادویه جات نبوده و بنوعی صادرات مجدد صورت می پذیرد. در سال ۲۰۲۱، امارات ۸۲۷ میلیون دلار محصولات این فصل را از کشورهای مختلف از جمله هند، گواتمالا، ویتنام و کنیا وارد نموده و پس از فرآوری و بسته بندی، به میزان ۱/۱ میلیارد دلار به کشورهای مختلف از جمله عراق صادر کرده است. سهم ايران از واردات عراق در این کد کالایی، تنها ۲ درصد می باشد، این درحالی است که ايران برخی از اقلام این کد کالایی را تولید نموده و از مزیت صادرات مجدد نیز برخوردار است.

✿ شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۰۹، ۰/۳۵ است که بیانگر تمرکز در منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

زیرفصل ها: این فصل (قهوه، چای و ادویه جات) دارای ۱۰ عنوان یا زیرفصل می باشد. «چای» با کد (۰۹۰۲) با ۲۰۹ میلیون دلار، حدود ۸۰ درصد ارزش وارداتی عراق در این فصل را داراست. عراق در جایگاه نهمین کشور وارد کننده چای در جهان قرار دارد. سریلانکا با ۱۴۷ میلیون دلار، ۷۰ درصد بازار وارداتی عراق در محصول چای را در اختیار دارد. امارات و هند نیز به ترتیب با ۲۸ و ۲۰ میلیون دلار در رتبه های بعدی تامین کننده چای عراق قرار دارند. ایران با ۲ میلیون دلار صادرات، تنها یک درصد از سهم بازار وارداتی چای عراق را در اختیار دارد. پس از چای، «جوز هندی، گرز و هل» با کد (۰۹۰۸) و «زنجبیل، زعفران، زردچوبه، آویشن و برگ بو» با کد (۰۹۱۰) به ترتیب با ۱۹ و ۱۴ میلیون دلار در رتبه های بعدی این فصل قرار دارند.

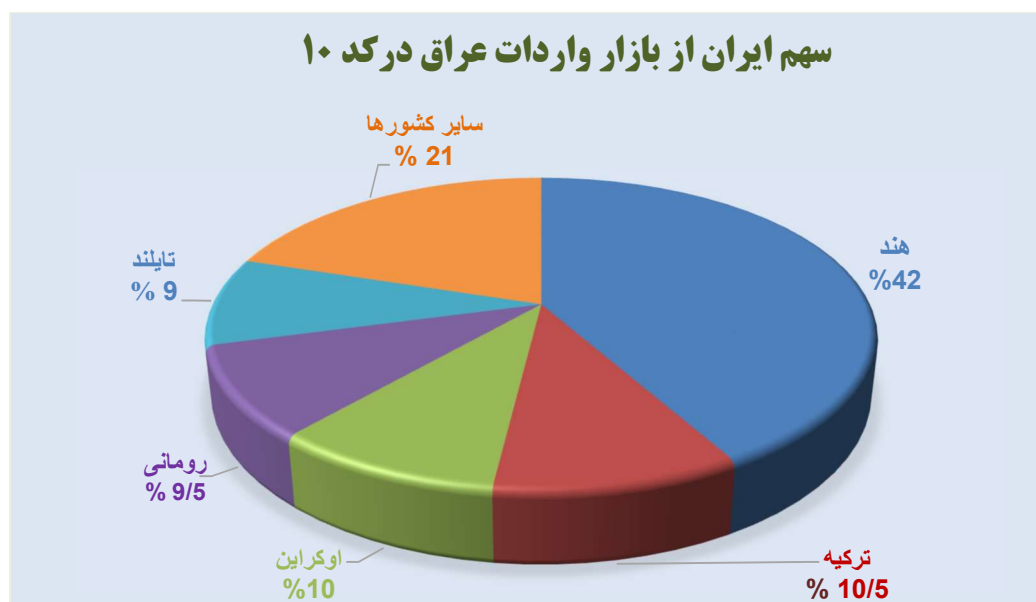
بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۰۹)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۵۹ میلیارد دلار بوده است. کشورهای برزیل، چین، هند، ویتنام و سوئیس به ترتیب با ۶/۳، ۴/۲، ۴/۷ و ۳/۶ میلیارد دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان جهان در این کد کالایی قرار دارند. امارات و ترکیه به عنوان رقبای منطقه ای ایران با ۱/۱ میلیارد دلار و ۲۷۱ میلیون دلار صادرات، در رتبه ۱۹ و ۳۱ جهان قرار دارند. ایران نیز با ۲۱۱ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۳۶ جهان قرار داشته و ۰/۴ درصد از سهم بازار جهانی را در اختیار دارد. صادرات جهانی ایران در این کد کالایی در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۲۰، کاهش ۱۸ درصدی را شاهد بوده است.

از منظر واردات جهانی فصل (۰۹)، کشورهای آمریکا، آلمان، فرانسه، ایتالیا و هلند به ترتیب با ۹/۴، ۵، ۳/۷، ۲ و ۱/۹ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات فصل (۰۹) می باشند. عراق با ۰/۵ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۴۲ واردکنندگان جهان در محصولات فصل (۰۹) قرار دارد. پاکستان و امارات با ۸۴۷ و ۸۲۷ میلیون دلار واردات در جایگاه ۱۸ و ۱۹ واردکنندگان جهان قرار دارند. ایران با ۵۴۵ میلیون دلار واردات در جایگاه ۲۵ جهان قرار دارد.

➔ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۰۹) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، منفی ۳۳۴ میلیون دلار** می باشد.

۹-۳) فصل دهم (کد ۱۰)؛ غلات

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۱۰)، دلار ۱/۲۳ میلیارد دلار (۱,۲۳۰,۴۵۳,۰۰۰ \$) بوده است. هند با ۵۲۲/۳۳ میلیون دلار جایگاه اول را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. کشورهای ترکیه (۱۲۶/۴۵۱ میلیون دلار)، اوکراین (۱۱۹ میلیون دلار)، رومانی (۱۱۷/۱۳۸ میلیون دلار) و تایلند (۱۱۴ میلیون دلار) اروگوه (۷۲ میلیون دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند. **ایران** با ۵۷۶ هزار دلار **در جایگاه هیجدهم** صادرکنندگان غلات به عراق قرار دارد.



تحلیل: این فصل (غلات) نیز از جمله فصول مهم در میان ۲۲ فصل مواد غذایی است که ارزش واردات عراق در این کد بیشتر از ۱ میلیارد دلار است. هند با ۴۳ درصد بیشترین سهم از واردات عراق در غلات را بخود اختصاص داده است. ایران در این کد کالایی نه تنها صادرکننده به عراق نیست، بلکه در سال ۲۰۲۱، به میزان قابل توجه ۷۶۹ میلیون دلار از عراق غلات وارد نموده است. با توجه به بدهی عراق به ایران از محل فروش گاز طبیعی و برق، خرید و صادرات مجدد غلات به ایران از محل بدهی مزبور صورت گرفته است. بنوعی می توان گفت **۶۵ درصد از واردات عراق در این محصول، برای صادرات مجدد به ایران بوده** و نیاز واقعی عراق در این کد کالایی، حدود ۴۳۰ میلیون دلار بوده است.

✿ شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۱۰، ۰/۲ است که بیانگر عدم تمرکز و تنوع در منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

زیرفصل ها: این فصل (غلات) دارای ۸ عنوان یا زیرفصل می باشد. «برنج» با کد (۱۰۰۶) با ۷۹۲ میلیون دلار، حدود ۶۰ درصد ارزش وارداتی عراق در این فصل را به خود اختصاص داده است. پس از آن، «ذرت» با کد (۱۰۰۵)، «جو» با کد (۱۰۰۳) و گندم با کد (۱۰۰۱) بترتیب با ۳۰۶، ۸۹ و ۳۸ میلیون دلار در رتبه های بعدی این فصل قرار دارند. همانطور که ملاحظه می شود، در میان اقلام غلات وارده عراق، برخلاف تصور اولیه، گندم رقم بسیار ناچیزی را بخود اختصاص داده است. این امر بیانگر این واقعیت است که کشور عراق از صنایع آسیاب و آرد سازی مورد انتظار برخوردار نیست و بجای گندم، آرد گندم وارد می کند که در فصل بعدی به آن خواهیم پرداخت.

بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۱۰)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۱۵۳ میلیارد دلار بوده است. کشورهای آمریکا، آرژانتین، هند، اوکراین و استرالیا بترتیب با ۱۳/۴، ۱۲/۳، ۱۱/۸، ۱۰/۳ و ۹/۲ میلیارد دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان غلات جهان قرار دارند. روسیه، پاکستان و قزاقستان به عنوان همسایگان ایران بترتیب با ۹/۲، ۲/۳ و ۱/۷ میلیارد دلار صادرات، در رتبه های ششم، پانزدهم و هیجدهم بزرگترین صادرکنندگان غلات جهان قرار دارند که می توانند مبادی پایدار تامین نیاز غلات ایران باشند.

از منظر واردات جهانی فصل (۱۰)، کشورهای چین، ایران، مکزیک، ژاپن و ویتنام بترتیب با ۷/۶، ۷/۵، ۷/۴ و ۵/۱ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده غلات در جهان می باشند. عراق با ۰/۷ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۳۳ واردکنندگان جهان در محصول غلات قرار دارد. ترکیه با ۴/۲۴ میلیارد دلار واردات در جایگاه هشتم واردکنندگان جهان قرار دارند.

نکته قابل توجه، جایگاه دوم ایران پس از چین به عنوان دومین وارد کننده بزرگ غلات جهان است که بیانگر وابستگی بالای ایران به واردات این کالای استراتژیک می باشد.

➔ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۱۰) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، منفی ۷/۶۲ میلیارد دلار** می باشد.

خالی کارخانه های کشور فعال شده و از بازار ۵۵۰ میلیون دلاری واردات عراق، ایران نیز سهم درخور و شایسته ای داشته باشد.

✿ شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۱۱، ۰/۹۳ است که بیانگر تمرکز بالا و انحصاری بودن منابع وارداتی عراق در این کد کالایی است. بازار وارداتی عراق در این فصل، در انحصار ترکیه می باشد. **زیرفصل ها:** این فصل (محصولات صنعت آسیاب؛ آرد، مالت، نشاسته، گلوتن گندم) دارای ۹ عنوان یا زیرفصل می باشد. «آرد گندم» با کد (۱۱۰۱) با ۴۹۰ میلیون دلار، حدود ۹۰ درصد ارزش وارداتی عراق در این فصل را به خود اختصاص داده است. پس از آن، «دانه های غلات کارشده مثل پوست کنده یا برش خورده» با کد (۱۱۰۴) و «نشاسته» با کد (۱۱۰۸) در رتبه های بعدی این فصل قرار دارند.

بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۱۱)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۲۳/۶۵ میلیارد دلار بوده است. کشورهای آلمان، تایلند، بلژیک، ترکیه و فرانسه بترتیب با ۲، ۱/۸، ۱/۵، ۱/۴ و ۱/۲ میلیارد دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان محصولات صنعت آسیاب جهان قرار دارند. نکته قابل توجه، جایگاه چهارم ترکیه با ۱/۴ میلیارد دلار است. ایران با ۲۱/۵ میلیون دلار در جایگاه ۷۱ جهان قرار دارد و کشورهای همسایه ایران یعنی؛ عمان، امارات، کویت و پاکستان بترتیب با ۱۰۸، ۹۸، ۵۰ و ۳۸ میلیون دلار صادرات در رتبه های ۳۶، ۳۹، ۵۵ و ۶۱ در جایگاهی بالاتر از ایران قرار دارند.

از منظر واردات جهانی فصل (۱۱)، کشورهای آمریکا، چین، هلند، برزیل و مکزیک بترتیب با ۲/۳، ۱/۹ میلیارد دلار و ۹۹۳، ۸۶۹ و ۸۱۴ میلیون دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات کد (۱۱) در جهان می باشند. عراق با ۲/۳ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۱۰ واردکنندگان جهان در محصولات این فصل قرار دارد. ایران با ۵/۷ میلیون دلار واردات در جایگاه ۱۶۸ واردکنندگان جهان قرار دارد.

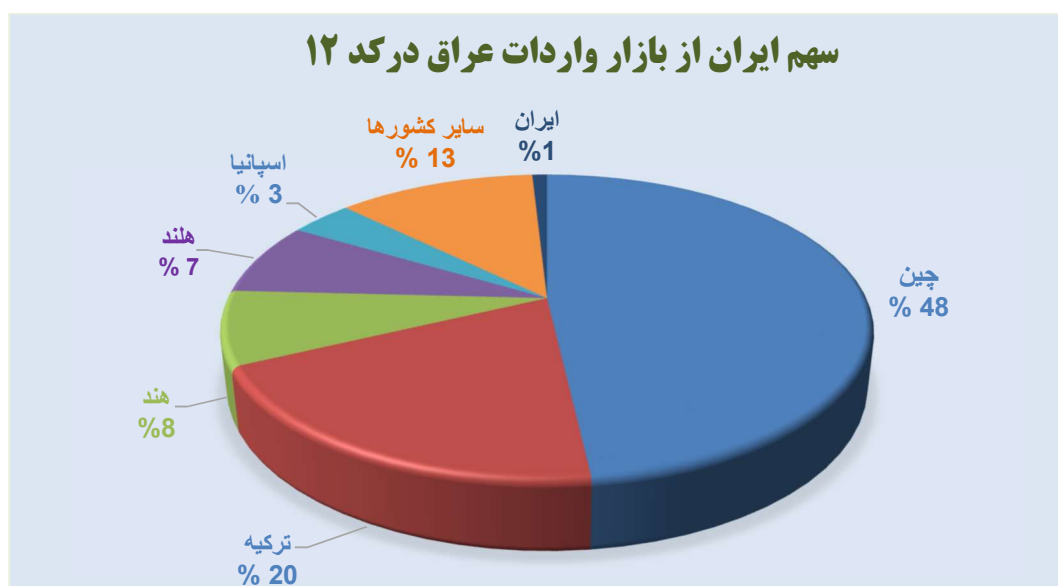
میزان واردات جهانی زیرفصل «آرد گندم» با کد (۱۱۰۱)، ۵/۱ میلیارد دلار می باشد که پس از زیرفصل «نشاسته» (۱۱۰۸) با ۵/۷ میلیارد دلار، در جایگاه دوم این فصل قرار دارد. به عبارت دیگر، **تقاضای جهانی آرد گندم در سال ۲۰۲۱، حدود ۵ میلیارد دلار بوده است.**

➔ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۱۱) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، مثبت ۱۵/۷۲ میلیون دلار** می باشد.

۱۱-۳) فصل دوازدهم (کد ۱۲): دانه ها و میوه های روغن دار، دانه و بذر و گیاهان صنعتی

و دارویی

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۱۲)، دلار ۱۷۵/۵۰۸ میلیون دلار (\$ ۱۷۵,۵۰۸,۰۰۰) بوده است. چین با ۸۴/۵۶۷ میلیون دلار جایگاه اول را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. کشورهای ترکیه (۳۴/۶۶ میلیون دلار)، هند (۱۴ میلیون دلار)، هلند (۱۳/۵ میلیون دلار) و اسپانیا (۶/۶ میلیون دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند. **ایران** با ۱/۵۴ میلیون دلار **در جایگاه نهم** صادرکنندگان محصولات این کد کالایی به عراق قرار دارد.



تحلیل: همانطور که در نمودار مشاهده می شود، چین تقریباً نیمی از بازار واردات عراق در کد کالایی (۱۲) را بخود اختصاص داده است. ترکیه ۲۰ درصد و هند ۸ درصد از نیاز وارداتی عراق را به محصولات کد مزبور تامین می کنند. سهم ایران از بازار واردات این کشور در این محصول، تنها ۱ درصد می باشد. ✨ شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۱۲، ۰/۲۹ است که بیانگر تنوع نسبی در منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

زیرفصل ها: این فصل (دانه ها و میوه های روغن دار، دانه و بذر و گیاهان صنعتی و دارویی) دارای ۱۴ عنوان یا زیرفصل می باشد. «تخمه آفتابگردان» با کد (۱۲۰۶) با ۸۵ میلیون دلار، حدود ۵۰ درصد

ارزش وارداتی عراق در این فصل را به خود اختصاص داده است. پس از آن، «دانه ها و بذرها برای کاشت» با کد (۱۲۰۹)، «سایر دانه ها و میوه های روغنی با استثناء آجیل» با کد (۱۲۰۷) و «لوبیا ملخی و چغندر و نیشکر» (۱۲۱۲) با ۳۶، ۲۷ و ۱۳ میلیون دلار در رتبه های بعدی این فصل قرار دارند.

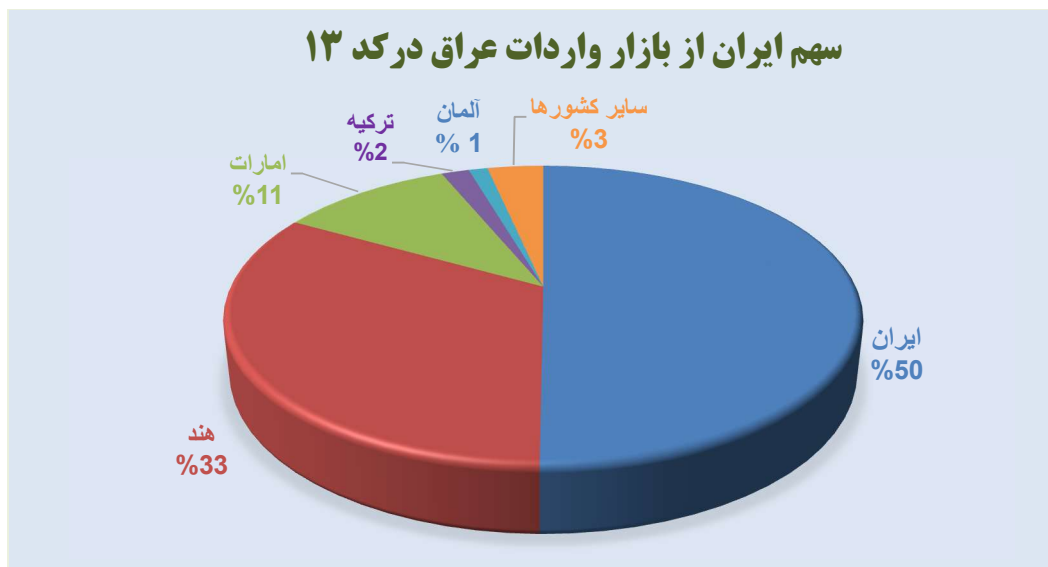
بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۱۲)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۱۳۰ میلیارد دلار بوده است. کشورهای برزیل، آمریکا، کانادا، هلند و آرژانتین بترتیب با ۳۹، ۳۳، ۸/۶، ۴/۸ و ۳/۶ میلیارد دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان دانه ها و میوه های روغنی جهان قرار دارند. ایران با ۷/۸ میلیون دلار در جایگاه ۱۰۸ جهان قرار دارد و ترکیه با ۵۷۹ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۲۴ جهان قرار دارد.

از منظر واردات جهانی فصل (۱۲)، کشورهای چین، آلمان، هلند، ژاپن، مکزیک و ترکیه بترتیب با ۶۰، ۷/۳، ۵/۸، ۵/۷ و ۵/۲ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات کد (۱۲) در جهان می باشند. عراق با ۰/۱ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۵۸ واردکنندگان جهان در محصول کد (۱۲) قرار دارد. ایران با ۱/۷۲ میلیارد دلار واردات در جایگاه ۲۰ واردکنندگان جهان قرار دارد. در این فصل، عنوان «دانه های روغنی سویا» با کد (۱۲۰۱) با ۹۲ میلیارد دلار، بیش از ۶۵ درصد از کل واردات جهانی کد (۱۲) را بخود اختصاص داده است.

➡ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۱۲) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، منفی ۱/۸ میلیارد دلار می باشد.**

۱۲-۳) فصل سیزدهم (کد ۱۳)؛ صنغ ها، دیگر عصاره و شیره های گیاهی و آگارها

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۱۳)، دلار ۱۱/۸ میلیون دلار (۱۱,۸۴۱,۰۰۰ \$) بوده است. **ایران** با ۵,۹۳۸ میلیون دلار **جایگاه اول** را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. کشورهای هند (۳/۹ میلیون دلار)، امارات (۱/۲۵ میلیون دلار)، ترکیه (۲۰۱ هزار دلار)، و آلمان (۱۳۷ هزار دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند.



تحلیل: همانطور که در نمودار مشاهده می شود، ایران نیمی از بازار وارداتی عراق در محصولات کد (۱۳) در اختیار دارد. البته لازم به ذکر است که محصولات کد (۱۳) پس از کد (۵) از کمترین ارزش در میان ۲۲ کد کالایی مربوط به مواد غذایی برخوردار است. ارزش صادرات ایران به عراق در این کد کالایی در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۲۰، کاهش ۱۸ درصدی را شاهد بوده است.

✿ شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۱۳، ۰/۳۷ است که بیانگر تمرکز نسبی در منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

زیرفصل ها: این فصل (صمغ ها، دیگر عصاره و شیره های گیاهی و آگارها) تنها ۲ عنوان یا زیرفصل دارد که در میان ۲۲ فصل مواد غذایی، کمترین عنوان یا زیرفصل را داراست. «شیره های و عصاره های گیاهی، پکتیک ها و آگار» با کد (۱۳۰۲) و «لاک صمغ های طبیعی و صمغ رزین ها» با کد (۱۳۰۱) بترتیب با ۶/۹۶ و ۴/۸۸ میلیون دلار، واردات عراق در این دو زیرفصل می باشد.

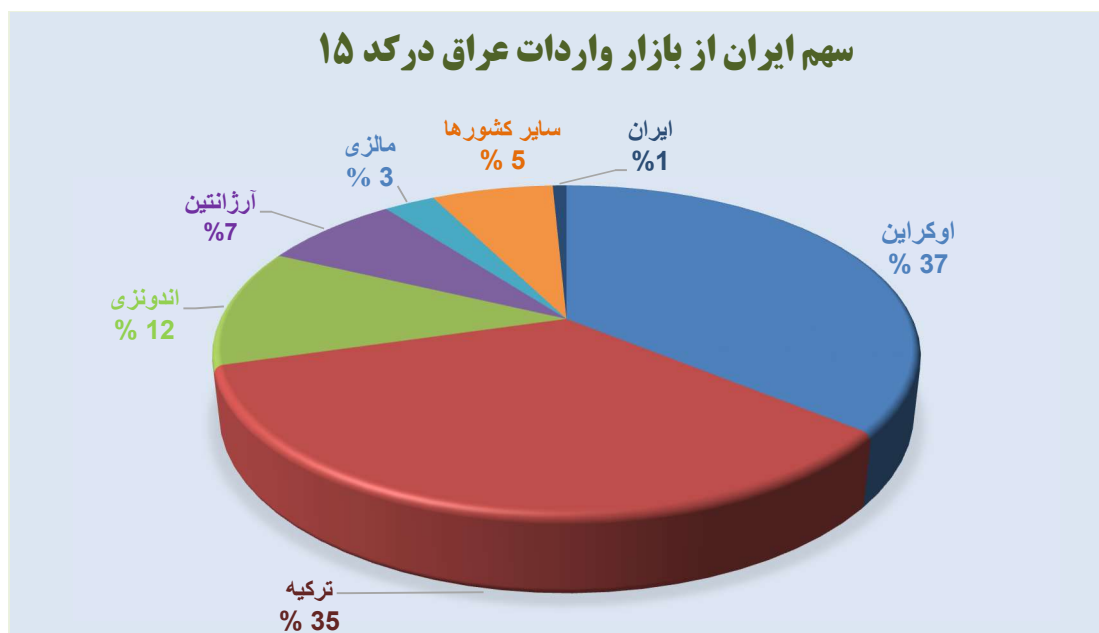
بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۱۳)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۹ میلیارد دلار بوده است. کشورهای چین، هند، اسپانیا، آمریکا و آلمان بترتیب با ۲ میلیارد و ۸۶۷، ۷۲۰، ۶۳۴ و ۵۷۱ میلیون دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان محصولات این فصل در جهان قرار دارند. پاکستان و ترکیه با ۴۳ و ۳۶ در جایگاه ۲۷ و ۳۱ صادرکنندگان جهانی محصولات این فصل قرار دارند. ایران با ۳۶ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۲۶ جهان قرار دارد.

از منظر واردات جهانی فصل (۱۳)، کشورهای آمریکا، آلمان، چین، فرانسه و ژاپن بترتیب با ۱/۸ میلیارد و ۶۹۹، ۴۶۷، ۴۳۹ و ۳۲۵ میلیون دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات کد (۱۳) در جهان می باشند. عراق با ۰/۱ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۶۴ واردکنندگان جهان در محصول کد (۱۳) قرار دارد. ایران نیز با ۴۵ میلیون دلار واردات در جایگاه ۳۶ واردکنندگان جهان قرار دارد.

➤ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۱۳) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، منفی ۱۸ میلیون دلار** می باشد.

۱۳-۳) فصل پانزدهم (کد ۱۵): چربی ها و روغن های گیاهی و حیوانی و فرآورده آنها

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۱۵)، دلار ۸۵۲/۲۸۳ میلیون دلار (\$ ۸۵۲,۲۸۳,۰۰۰) بوده است. اوکراین با ۳۱۵/۴۱۴ میلیون دلار، **جایگاه اول** را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. کشورهای ترکیه (۳۰۲/۸ میلیون دلار)، اندونزی (۱۰۱/۷۹ میلیون دلار)، آرژانتین (۶۶/۸۴ میلیون دلار) و مالزی (۲۴/۷۸ میلیون دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند. **ایران** با ۶/۶۴ میلیون دلار پس از آذربایجان **در جایگاه هفتم** صادرکنندگان محصولات کد ۱۵ به عراق قرار دارد.



تحلیل: همانطور که در نمودار مشاهده می شود، اوکراین و ترکیه با ۳۷ و ۳۵ درصد، بیش از دو سوم از بازار واردات عراق در فصل ۱۵ را در اختیار دارند و ایران تنها با یک درصد سهم ناچیزی از بازار ۸۵۲/۳ میلیون دلاری عراق را در این فصل در اختیار دارد.

✳️ شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۱۵، ۰/۳۸ است که بیانگر تمرکز نسبی در منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

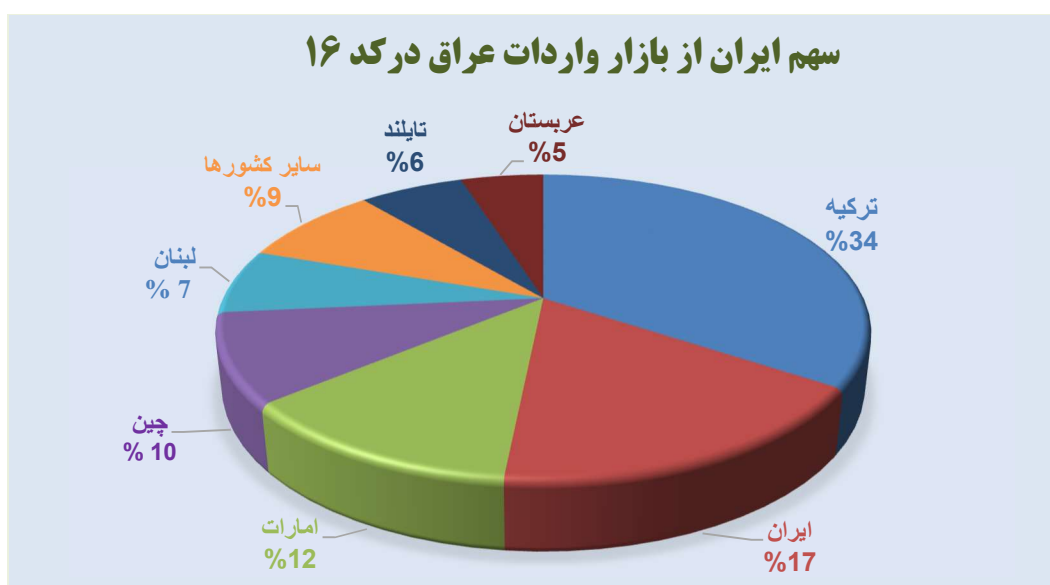
زیرفصل ها: این فصل (چربی ها و روغن های گیاهی و حیوانی و فرآورده های آنها)، ۲۱ عنوان یا زیرفصل دارد که در میان ۲۲ فصل مواد غذایی، بیشترین عنوان یا زیرفصل را داراست. زیرفصل «روغن دانه آفتابگردان، گلرنگ و پنبه دانه» با کد (۱۵۱۲) با ۴۵۸ میلیون دلار بیش از نیمی از ارزش واردات عراق در این فصل را بخود اختصاص داده است. پس از آن، زیرفصل های: «روغن پالم» با کد (۱۵۱۱)، «مارگارین» با کد (۱۵۱۷) و «روغن سویا» با کد (۱۵۰۷) بترتیب با ۱۳۵، ۱۲۱ و ۹۲ میلیون دلار در رتبه های بعدی واردات عراق در این فصل قرار دارند.

بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۱۵)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۱۵۰ میلیارد دلار بوده است. کشورهای اندونزی، مالزی، آرژانتین، هلند و اوکراین بترتیب با ۳۳، ۱۹/۷، ۸، ۷ و ۶/۹ میلیارد در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان محصولات این فصل در جهان قرار دارند. ترکیه و امارات با ۲/۱ میلیارد و ۸۹۰ میلیون دلار در جایگاه ۱۶ و ۲۹ صادرکنندگان جهانی محصولات این فصل قرار دارند. ایران با ۳۵ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۹۶ جهان قرار دارد. از منظر واردات جهانی فصل (۱۵)، کشورهای هند، چین، آمریکا، هلند و ایتالیا بترتیب با ۱۷/۵، ۱۶، ۱۰، ۸/۷ و ۵/۲ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات کد (۱۵) می باشند. عراق با ۰/۶ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۴۲ واردکنندگان جهان در محصول کد (۱۵) قرار دارد. ایران با ۲/۷ میلیارد دلار واردات در جایگاه ۱۲ واردکنندگان قرار دارد. پاکستان و ترکیه بترتیب با ۳/۶ و ۲/۵ میلیارد دلار واردات در جایگاه ۹ و ۱۳ واردکنندگان در کد (۱۵) قرار دارند. در این فصل، عنوان «روغن پالم» با کد (۱۵۱۱)، با ۵۱ میلیارد دلار، حدود ثلث واردات جهانی کد (۱۵) را بخود اختصاص داده است.

➡️ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۱۵) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، منفی ۲/۷ میلیارد دلار** می باشد.

۱۴-۳) فصل شانزدهم (کد ۱۶)؛ فرآورده ها از گوشت، ماهی و قشرداران

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۱۶)، ۸۸/۹ میلیون دلار (۸۸,۹۷۸,۰۰۰ \$) بوده است. ترکیه با ۳۰/۵ میلیون دلار صادرات، جایگاه اول را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. ایران با ۱۵/۳۹ میلیون دلار صادرات به عراق، در جایگاه دوم قرار دارد. کشورهای امارات (۱۱ میلیون دلار)، چین (۸/۵ میلیون دلار)، لبنان (۶ میلیون دلار)، تایلند (۵/۵ میلیون دلار) و عربستان (۴/۳۸ میلیون دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند.



تحلیل: همانطور که در نمودار مشاهده می شود، ترکیه با ۳۴ درصد بیشترین سهم را از بازار واردات عراق در کد ۱۶ را بخود اختصاص داده و ایران ۱۷ درصد از نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی را در اختیار دارد. صادرات ایران به عراق در این فصل در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۲۲، رشد ۸۹ درصدی را شاهد بوده است.

✳️ شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۱۶، ۰/۱۸ است که بیانگر عدم تمرکز و رقابتی بودن منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

زیرفصل ها: این فصل (فرآورده ها از گوشت، ماهی و قشرداران) دارای ۵ عنوان یا زیرفصل می باشد. زیرفصل «گوشت آماده یا نگهداری شده (به استثنای سوسیس، کالباس و فرآورده های مشابه)» با کد

(۱۶۰۲) با ۴۲ میلیون دلار حدود نیمی از واردات عراق در این فصل را بخود اختصاص داده است. پس از آن زیر فصل های: «ماهی آماده یا نگهداری شده و خاویار» با کد (۱۶۰۴) به ارزش ۳۲ میلیون دلار و «سوسیس و فرآورده های مشابه» با کد (۱۶۰۱) به ارزش ۱۳ میلیون دلار در رتبه های بعدی بیشترین واردات عراق در فصل ۱۶ قرار دارند.

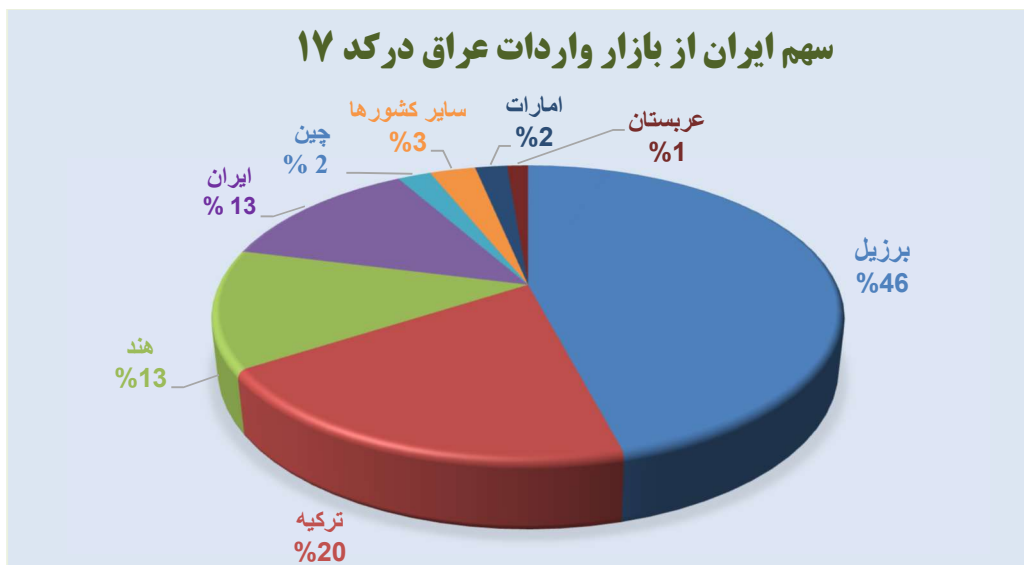
بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۱۶)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۵۹ میلیارد دلار بوده است. کشورهای چین، تایلند، آلمان، لهستان و ویتنام بترتیب با ۱۱/۷، ۶، ۳/۴، ۲/۶ و ۲/۵ میلیارد در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان محصولات این فصل در جهان قرار دارند. امارات و ترکیه با ۴۸۵ و ۱۹۱ میلیون دلار در جایگاه ۲۵ و ۴۴ صادرکنندگان جهانی محصولات این فصل قرار دارند. ایران با ۳۷/۸ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۷۵ جهان قرار دارد.

از منظر واردات جهانی فصل (۱۶)، کشورهای آمریکا، ژاپن، انگلستان، آلمان و فرانسه بترتیب با ۷/۴، ۶/۲، ۴/۲، ۳/۴ و ۲/۶ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات کد (۱۶) در جهان می باشند. عراق با ۰/۲ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۶۴ واردکنندگان جهان در محصول کد (۱۶) قرار دارد. ایران با ۵۳ میلیون دلار واردات در جایگاه ۵۵ واردکنندگان جهان قرار دارد. عربستان، امارات و ترکیه بترتیب با ۴۱۷، ۲۴۴ و ۱۸ میلیون دلار واردات در جایگاه ۲۵، ۳۴ و ۱۱۶ واردکنندگان جهان در کد (۱۶) قرار دارند.

➔ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۱۶) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، منفی ۱۵/۷۲ میلیون دلار** می باشد.

۱۵-۳) فصل هفدهم (کد ۱۷)؛ قند، شکر و شیرینی

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۱۷)، ۴۹۸/۵۷۲ میلیون دلار (۴۹۸،۵۷۲،۰۰۰ \$) بوده است. **برزیل** با ۲۲۸/۹۶۴ میلیون دلار، **جایگاه اول** را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. کشورهای ترکیه (۹۹/۵۴ میلیون دلار) و هند (۶۵/۲۲ میلیون دلار)، **ایران** (۶۴/۲۸ میلیون دلار)، چین (۱۰/۲۸ میلیون دلار) امارات (۹/۷۸) و عربستان (۶/۴۶ میلیون دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند.



تحلیل: در فرهنگ غذایی عراقی ها، قند و شکر و شیرینی جات از اهمیت ویژه ای برخوردار است بگونه ای که مصرف شکر و شیرینجات در این کشور از میانگین جهانی بالاتر می باشد. برزیل حدود نیمی از نیاز این کشور در محصولات فصل ۱۶ را تامین می کند. همانطور که در نمودار مشاهده می شود، ترکیه با ۲۰ درصد در جایگاه دوم و هند و ایران هرکدام با ۱۳ درصد در جایگاه بعدی تامین کنندگان نیاز عراق در این کد کالایی قرار دارند. صادرات ایران به عراق در این کد کالایی در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۲۲، کاهش ۱۰ درصدی را شاهد بوده است.

✿ شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۱۷، ۰/۲۹ است که بیانگر تنوع نسبی در منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

زیرفصل ها: این فصل (قند، شکر و شیرینی جات) دارای ۴ عنوان یا زیرفصل می باشد. «قند نیشکر یا چغندر و ساکارز بشکل جامد» با کد (۱۷۰۱) با ۳۴۰ میلیون دلار، بیشترین ارزش وارداتی عراق در این فصل را بخود اختصاص داده است. پس از آن «شیرینی های شکر بدون کاکائو» با کد (۱۷۰۴) به ارزش ۱۴۹ میلیون دلار در رتبه بعدی بیشترین واردات عراق در فصل ۱۷ قرار دارد.

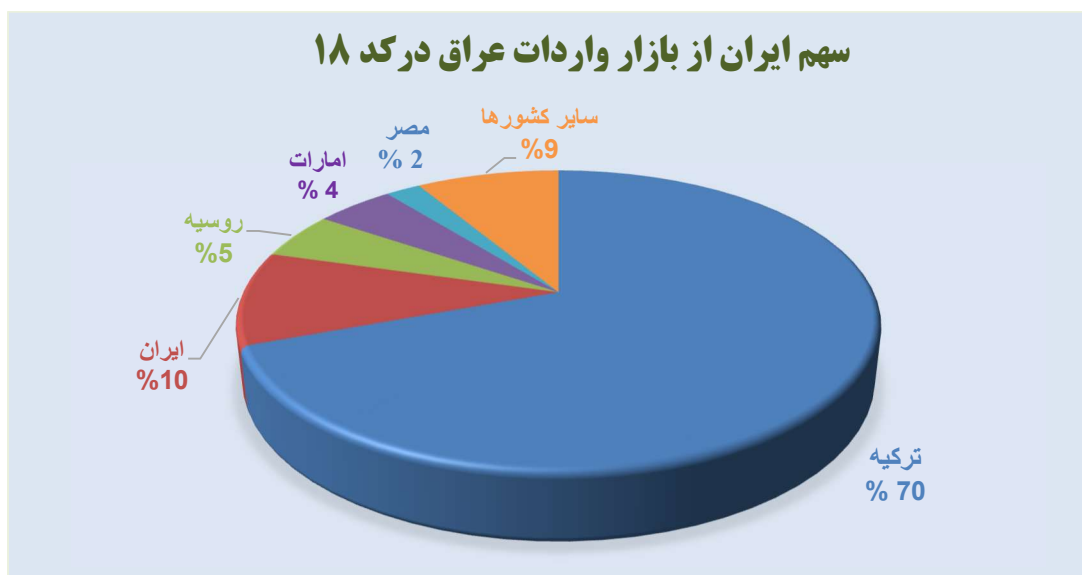
بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۱۷)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۴۹ میلیارد دلار بوده است. کشورهای برزیل، هند، آلمان، آمریکا و تایلند بترتیب با ۹/۳، ۴/۳، ۳/۲، ۲/۱ و ۲ میلیارد در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان محصولات این فصل در جهان قرار دارند. ترکیه و امارات با ۹۹۴ و ۸۵۶ میلیون دلار در جایگاه ۱۲ و ۱۴ صادرکنندگان جهانی

محصولات این فصل قرار دارند. برزیل که در جایگاه اول بزرگترین صادر کننده محصولات این فصل قرار دارد، به تنهایی ۲۰ درصد از سهم صادرات جهان در این کد کالایی را بخود اختصاص داده است. ایران با ۱۴۴ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۴۸ جهان قرار دارد.

از منظر واردات جهانی فصل (۱۷)، کشورهای آمریکا، چین، اندونزی، آلمان و انگلستان بترتیب با ۵/۲، ۳/۲، ۲/۷، ۱/۸ و ۱/۵ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات این فصل در جهان می باشند. عراق با ۰/۹ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۲۸ واردکنندگان جهان در محصول کد (۱۷) قرار دارشته و ایران با ۵۶۶ میلیون دلار واردات در جایگاه ۲۵ واردکنندگان جهان قرار دارد. امارات و ترکیه بترتیب با ۸۵۰ و ۱۴۱ میلیون دلار واردات در جایگاه ۲۰ و ۷۲ واردکنندگان جهان قرار دارند. از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۱۷) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، منفی ۴۲۲ میلیون دلار می باشد.**

۱۶-۳) فصل هیجدهم (کد ۱۸)؛ کاکائو و فرآورده های آن

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۱۸)، ۱۷۲/۸۲۸ میلیون دلار (۱۷۲،۸۲۸،۰۰۰ \$) بوده است. **ترکیه** با ۱۱۳/۳۵۴ میلیون دلار، در **جایگاه اول** قرار دارد. **ایران** با ۱۶/۵۴ میلیون دلار در **جایگاه دوم** و کشورهای روسیه (۸/۲۲ میلیون دلار)، امارات (۷/۷۷ میلیون دلار) و مصر (۳/۴۶ میلیون دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند.



تحلیل: ترکیه با ۷۰ درصد، بیشترین سهم را از بازار واردات عراق در کاکائو و فرآورده های آن بخود اختصاص داده است. سهم ایران از بازار واردات عراق در این فصل، تنها ۱۰ درصد می باشد.

✿ شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۱۸، ۰/۴۵ است که بیانگر تمرکز نسبتاً بالای منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

زیرفصل ها: این فصل (کاکائو و فرآورده های آن) دارای ۶ عنوان یا زیرفصل می باشد. «شکلات و سایر مواد غذایی حاوی کاکائو» با کد (۱۸۰۶) با ۱۶۷ میلیون دلار، بیشترین ارزش وارداتی عراق در این فصل را بخود اختصاص داده است. پس از آن «پودر کاکائو» با کد (۱۸۰۵) و «کره کاکائو» با کد (۱۸۰۴) بترتیب با ۵ میلیون دلار و ۹۳ هزار دلار در رتبه های بعدی بیشترین واردات عراق در فصل ۱۸ قرار دارند.

بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۱۸)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۵۷ میلیارد دلار بوده است. کشورهای آلمان، ساحل عاج، هلند، بلژیک و غنا بترتیب با ۶/۶۳، ۶/۶۲، ۵/۷، ۴/۴ و ۲/۸ میلیارد دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان جهان در این کد کالایی قرار دارند. ایران با ۴۱ میلیون دلار صادرات، در جایگاه ۶۷ جهان قرار دارد. نکته قابل توجه، رتبه بالای یازدهم و دوازدهم دو کشور مالزی و اندونزی با ۱/۷ و ۱/۲ میلیارد دلار صادرات می باشد. در همسایگان ایران، کشورهای روسیه، ترکیه و امارات بترتیب با ۸۷۸، ۷۷۵ و ۴۳۰ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۱۷، ۲۰ و ۲۹ جهان قرار دارند.

در بین زیرفصل های کد کالایی (۱۸)، عنوان «شکلات و سایر مواد غذایی حاوی کاکائو» با زیر کد (۱۸۰۶) به ارزش ۳۳ میلیارد دلار، حدود نیمی از صادرات جهانی این فصل را بخود اختصاص داده است. پس از آن «دانه های کاکائو» با کد (۱۸۰۱) به ارزش ۱۱ میلیارد دلار صادرات، در رتبه بعدی این کد کالایی قرار دارد.

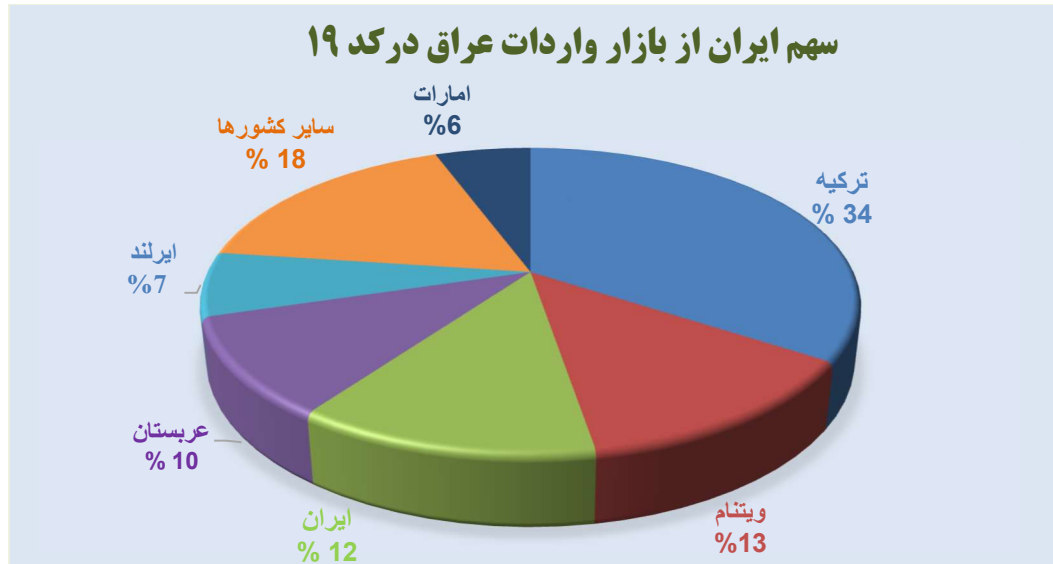
از منظر واردات جهانی فصل (۱۸)، کشورهای آمریکا، آلمان، هلند، فرانسه و بلژیک بترتیب با ۵/۸، ۵/۱، ۴/۶، ۳/۹ و ۳/۳ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات کد (۱۷) در جهان می باشند. عراق با ۰/۳ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۵۲ واردکنندگان جهان در محصول کد (۱۸) قرار دارد. ایران با ۹۴/۵ میلیون دلار واردات در جایگاه ۶۶ واردکنندگان جهان قرار دارد. روسیه، ترکیه و

امارات بترتیب با ۱/۴ میلیارد و ۷۶۰ و ۵۴۸ میلیون دلار واردات در جایگاه ۱۱، ۱۶ و ۱۷ واردکنندگان جهان در کد (۱۸) قرار دارند.

از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۱۸) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، منفی ۵۳/۴۳ میلیون دلار** می باشد.

۱۷-۳) فصل نوزدهم (کد ۱۹): فرآورده ها از غلات و آرد و نشاسته

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۱۹)، ۱/۱۸۸ میلیارد دلار (۱,۱۸۷,۹۶۲,۰۰۰ \$) بوده است. ترکیه با ۴۰۶/۶۳۹ میلیون دلار، **جایگاه اول** را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. ویتنام با ۱۵۵/۸۴۶ میلیون دلار در جایگاه دوم و **ایران** با ۱۴۹/۴۸۱ میلیون دلار **در جایگاه سوم** تامین کنندگان محصولات فصل ۱۹ عراق قرار دارند. کشورهای عربستان (۱۲۳/۶۶۴ میلیون دلار)، ایرلند (۸۰/۶۵۰ میلیون دلار) و امارات (۶۷/۰۲۱ میلیون دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند.



تحلیل: این فصل نیز از جمله فصول مهم در میان ۲۲ فصل مواد غذایی است که ارزش واردات عراق در آن بیشتر از ۱ میلیارد دلار است. ترکیه با سهم ۳۴ درصدی، بیشترین حضور را در بازار واردات عراق در این کد کالایی دارد. ایران ۱۲ درصد از بازار واردات عراق در این فصل را در اختیار داشته و پس از ویتنام در جایگاه سوم قرار گرفته است.

✿ شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۱۹، ۰/۱۷ است که بیانگر عدم تمرکز و تنوع در منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

زیرفصل ها: این فصل (فرآورده ها از غلات، آرد، نشاسته و نان شیرینی ها) دارای ۵ عنوان یا زیرفصل می باشد. «نان، شیرینی، کیک، بیسکویت و سایر اقلام نانوائی» با کد (۱۹۰۵) با ۵۴۵ میلیون دلار، حدود نیمی از ارزش وارداتی عراق در این فصل را بخود اختصاص داده است. پس از آن «عصاره مالت و فرآورده های غذایی از آرد، کنجاله، نشاسته و مالت» با کد (۱۹۰۱) و «ماکارونی» با کد (۱۹۰۳) بترتیب با ۴۳۰ میلیون دلار و ۱۶ میلیون دلار در رتبه های بعدی بیشترین واردات عراق در فصل ۱۹ قرار دارند.

بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۱۹)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۸۸ میلیارد دلار بوده است. کشورهای آلمان، ایتالیا، هلند، فرانسه و کانادا بترتیب با ۸، ۷/۴، ۶، ۵/۵ و ۵ میلیارد دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان جهان در این کد کالایی قرار دارند. ترکیه با ۲/۱ میلیارد دلار صادرات در جایگاه سیزدهم جهان و ایران با ۳۱۲ میلیون دلار در جایگاه ۴۱ جهان قرار دارند.

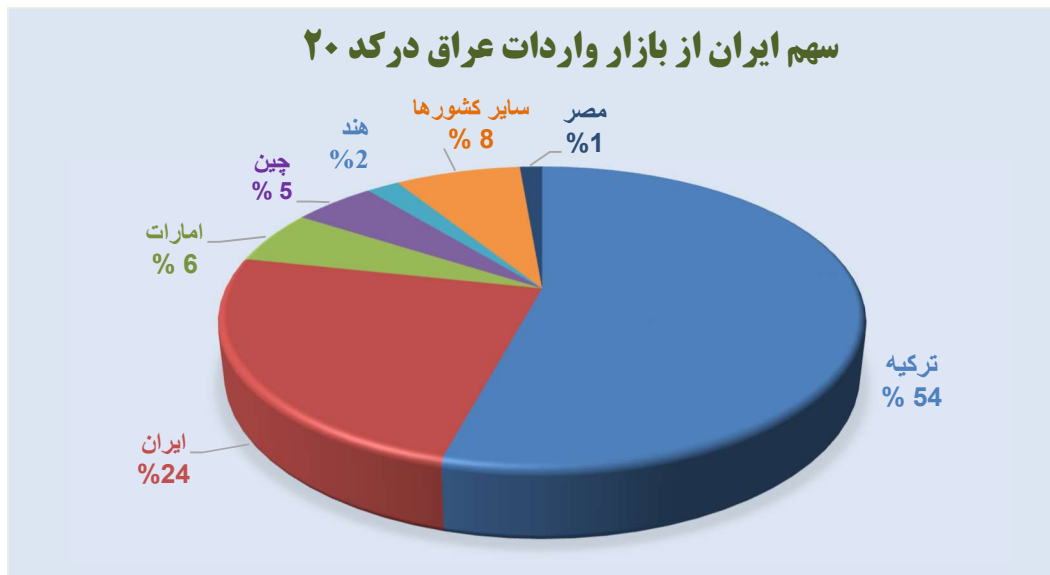
از منظر واردات جهانی فصل (۱۹)، کشورهای آمریکا، چین، آلمان، انگلستان و فرانسه بترتیب با ۱۱، ۶/۸، ۵/۲، ۴/۸ و ۴/۶ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات کد (۱۹) در جهان می باشند. عراق با ۱/۳ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۱۶ واردکنندگان جهان در محصول کد (۱۹) قرار دارد. ایران با ۴/۲ میلیون دلار واردات در جایگاه ۱۹۶ واردکنندگان جهان قرار دارد. همسایگان ایران؛ عربستان، امارات، روسیه، کویت و ترکیه بترتیب با ۱/۶ و ۱ میلیارد و ۹۵۵، ۳۷۴ و ۲۶۴ میلیون دلار واردات در جایگاه ۱۱، ۱۸، ۱۹، ۲۱ و ۵۶ واردکنندگان جهان در کد (۱۹) قرار دارند.

واردات ۶ کشور همسایه ایران در محصولات فصل (۱۹)، بالغ بر ۶ میلیارد دلار است. این حجم از واردات همسایگان، فرصت مناسبی برای توسعه صادرات کشوران در محصولات فصل ۱۹ می باشد.

➔ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۱۹) مشخص می شود که تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، مثبت ۳۰۷ میلیون دلار می باشد.

۱۸-۳) فصل بیستم (کد ۲۰)؛ فرآورده ها از سبزیجات، میوه ها

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۲۰)، ۳۷۵/۷۷۸ میلیون دلار (۳۷۵,۷۷۸,۰۰۰ \$) بوده است. ترکیه با ۲۰۳/۶۵۹ میلیون دلار، جایگاه اول را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. ایران با ۹۰/۸۷ میلیون دلار صادرات در جایگاه دوم قرار دارد. کشورهای امارات (۲۱/۵۷ میلیون دلار)، چین (۱۸/۷۴ میلیون دلار)، هند (۷/۳۸ میلیون دلار) و مصر (۵/۰۳ میلیون دلار) در رتبه های بعدی بزرگترین تامین کنندگان نیاز وارداتی عراق در فصل (۲۰) قرار دارند.



تحلیل: در فصل (۲۰)، ترکیه بیش از ۵۰ درصد از بازار واردات عراق را بخود اختصاص داده است. ایران ۲۴ درصد از بازار واردات عراق در این فصل را در اختیار داشته و در جایگاه دوم قرار دارد. صادرات ایران به عراق در این کد کالایی در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۲۰، حدود ۴۰ درصد کاهش را شاهد بوده است.

✿ شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۲۰، ۰/۳۶ است که بیانگر تمرکز نسبی در منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

زیرفصل ها: این فصل (فرآورده ها از سبزیجات و میوه ها) دارای ۹ عنوان یا زیرفصل می باشد. «گوجه فرنگی فرآوری شده» با کد (۲۰۰۲) با ۱۶۹ میلیون دلار، حدود ۶۰ درصد از ارزش وارداتی عراق در

این فصل را بخود اختصاص داده است. پس از آن «سایر سبزیجات فرآوری شده» با کد (۲۰۰۵) و «میوه های فرآوری شده» با کد (۲۰۰۸) بترتیب با ۷۱ و ۶۹ میلیون دلار در رتبه های بعدی بیشترین واردات عراق در فصل ۲۰ قرار دارند.

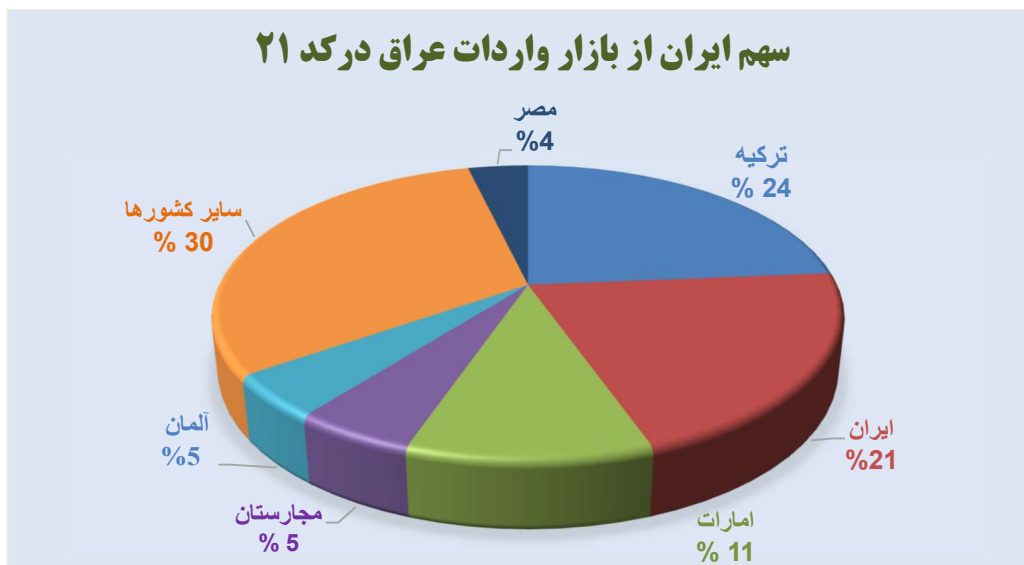
بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۲۰)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۷۱ میلیارد دلار بوده است. کشورهای چین، هلند، آمریکا، ایتالیا و بلژیک بترتیب با ۸/۲، ۶/۳، ۵، ۴/۶۴ و ۴/۶۰ میلیارد دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان جهان در این کد کالایی قرار دارند. ترکیه با ۲/۶ میلیارد دلار صادرات، در جایگاه هشتم جهان و ایران با ۲۵۶ میلیون دلار در جایگاه ۳۴ جهان قرار دارند.

از منظر واردات جهانی فصل (۲۰)، کشورهای آمریکا، آلمان، فرانسه، ژاپن و انگلستان بترتیب با ۱۱، ۵/۷، ۴/۴، ۳/۶ و ۳/۵ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات کد (۲۰) در جهان می باشند. عراق با ۰/۶ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۳۴ واردکنندگان جهان در محصول کد (۲۰) قرار دارد. ایران با ۵۲ میلیون دلار واردات در جایگاه ۸۸ واردکنندگان جهان قرار دارد. همسایگان ایران؛ روسیه، عربستان و امارات بترتیب با ۱/۳، ۹۹۵ و ۵۰۵ میلیون دلار در جایگاه ۱۳، ۱۷ و ۲۶ واردکنندگان جهان در کد (۲۰) قرار دارند.

➤ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۲۰) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، مثبت ۲۲۰ میلیون دلار** می باشد.

۱۹-۳) فصل بیست و یکم (کد ۲۱): سایر خوراکی های آماده

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۲۱)، ۴۱۳/۸۸۹ میلیون دلار (۴۱۳,۸۸۹,۰۰۰ \$) بوده است. ترکیه با ۹۸/۰۴ میلیون دلار، **جایگاه اول** را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. **ایران** با ۸۶/۵ میلیون دلار صادرات، **در جایگاه دوم** قرار دارد. کشورهای امارات (۴۴/۲۵ میلیون دلار)، مجارستان (۲۱/۹۳ میلیون دلار)، آلمان (۱۹/۶۱ میلیون دلار) و مصر (۱۵/۳۲ میلیون دلار) در رتبه های بعدی تامین کنندگان نیاز وارداتی عراق در فصل ۲۱ قرار دارند.



تحلیل: در فصل ۲۱، ترکیه و ایران تقریباً سهم برابری از بازار واردات عراق را دارند. امارات با ۱۱ درصد در جایگاه سوم تامین کننده نیاز وارداتی عراق در محصولات کد کالایی ۲۱ قرار دارد. صادرات ایران به عراق در این کد کالایی در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۲۰، حدود ۴۰ درصد افزایش داشته است. شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۲۱، ۰/۱۲ است که بیانگر عدم تمرکز و تنوع بالا در منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

زیرفصل ها: این فصل (سایر خوراکی های آماده) دارای ۶ عنوان یا زیرفصل می باشد. «مواد غذایی آماده» با کد (۲۱۰۶) با ۲۴۶ میلیون دلار، بیش از ۶۰ درصد از ارزش وارداتی عراق در این فصل را بخود اختصاص داده است. پس از آن «سس و فرآورده های آن و چاشنی های مخلوط» با کد (۲۱۰۳)، «بستنی ها و سایر یخ های خوراکی» با کد (۲۱۰۵) و «عصاره ها و اسانس ها» بترتیب با ۴۵، ۴۱ و ۳۷ میلیون دلار در رتبه های بعدی بیشترین واردات عراق در فصل ۲۱ قرار دارند.

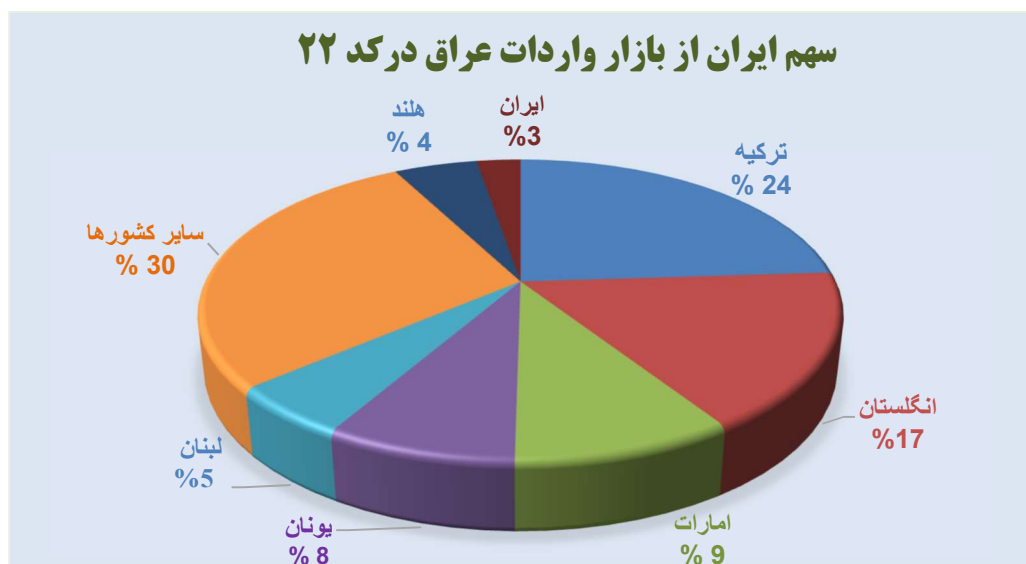
بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۲۱)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۹۵ میلیارد دلار بوده است. کشورهای آمریکا، آلمان، سنگاپور، هلند و چین بترتیب با ۱۰/۴، ۷/۶، ۶/۷، ۶/۵ و ۵/۷ میلیارد دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان جهان در این کد کالایی قرار دارند. ترکیه و امارات با ۸۸۷ و ۷۵۳ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۳۲ و ۳۵ جهان و ایران با ۱۵۰ میلیون دلار در جایگاه ۵۷ جهان قرار دارند.

از منظر واردات جهانی فصل (۲۱)، کشورهای آمریکا، چین، آلمان، هلند و انگلستان بترتیب با ۱۱/۱، ۴/۸، ۴/۵، ۳/۷ و ۳/۶ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات کد (۲۱) در جهان می باشند. عراق با ۰/۴ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۴۸ واردکنندگان جهان در محصول کد (۲۱) قرار داشته و ایران با ۱۶۷ میلیون دلار واردات در جایگاه ۸۱ واردکنندگان جهان قرار دارد. همسایگان ایران؛ روسیه، عربستان، امارات و ترکیه بترتیب با ۱/۷، ۱/۵ و ۱/۱ میلیارد و ۸۱۶ میلیون دلار در جایگاه ۱۴، ۱۹، ۲۶ و ۳۲ واردکنندگان جهان در کد (۲۱) قرار دارند.

➔ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۲۱) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، منفی ۱۷ میلیون دلار** می باشد.

۲۰-۳) فصل بیست و دوم (کد ۲۲)؛ آب، نوشابه ها و نوشیدنی های الکلی

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۲۲)، ۱۸۱/۷۹ میلیون دلار (۱۸۱,۷۹۰,۰۰۰ \$) بوده است. **ترکیه** با ۴۲/۶ میلیون دلار، **جایگاه اول** را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. کشورهای انگلستان (۲۹/۸ میلیون دلار)، امارات (۱۶/۷ میلیون دلار)، یونان (۱۴/۴ میلیون دلار)، لبنان (۹/۶ میلیون دلار) و هلند (۸/۹ میلیون دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند. **ایران** با ۴/۷ میلیون دلار **در جایگاه دوازدهم** تامین کنندگان نیاز بازار عراق در این کد کالایی قرار دارد.



تحلیل: ترکیه با ۲۴ درصد در جایگاه اول بیشترین سهم از واردات عراق در این کد کالایی قرار داشته و انگلستان و امارات با ۱۷ و ۹ درصد در جایگاه های بعدی قرار دارند. سهم ایران از بازار عراق در این فصل ۲۲، کمتر از ۳ درصد می باشد. صادرات ایران به عراق در این کد کالایی در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۲۰، کاهش ۴۳ درصدی داشته است.

✿ شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۲۲، ۰/۱۱ است که بیانگر عدم تمرکز و تنوع بالا در منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

زیرفصل ها: فصل ۲۲ (آب، نوشابه ها و نوشیدنی های الکلی) دارای ۹ عنوان یا زیرفصل می باشد. سه عنوان: «انواع آب معدنی و آب گازدار» با کد (۲۲۰۲) به ارزش ۶۴ میلیون دلار، «نوشیدنی های الکلی و انواع اسپریت» با کد (۲۲۰۸) به ارزش ۶۰ میلیون دلار و «آبجو ساخته شده از مالت» با کد «۲۲۰۳» مجموعاً حدود ۹۵ درصد از ارزش وارداتی عراق در این فصل را بخود اختصاص داده اند.

بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۲۲)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، رقم قابل توجه ۱۴۰/۳ میلیارد دلار بوده است. کشورهای فرانسه، ایتالیا، مکزیک، انگلستان و آمریکا بترتیب با ۲۲/۳، ۱۲/۷، ۱۰، ۹/۸ و ۸/۶ میلیارد دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان جهان در این کد کالایی قرار دارند. امارات با یک میلیارد دلار و ترکیه با ۴۸۴ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۳۳ و ۳۹ جهان قرار دارند. ایران با ۶/۶ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۱۱۰ جهان پس از کشورهای کوچکی همچون گامبیا، زیمبابوه، رواندا، مادگاسکار، سنت لوئیس و جزایر فالکنند قرار دارد.

اگرچه تعدادی از عناوین این فصل مربوط به مشروبات الکلی است که طبیعتاً ایران سهمی از بازار جهانی این عناوین ندارد، لیکن دو کد اول این فصل (۲۲۰۱ و ۲۲۰۲) مربوط به انواع آب معدنی طبیعی، گازدار، بدون افزودنی و همراه با افزودنی های شیرین کننده است که مجموعاً اندازه بازار جهانی این دو کد، حدود ۳۰ میلیارد دلار است که امکان حضور محصولات ایرانی در بازار جهانی در این دو کد کالایی وجود دارد. در کد اول (۲۲۰۱)، جایگاه ایران از بازار ۴/۲ میلیارد دلاری، تنها ۸۸۸ هزار دلار است که در رتبه ۷۰ جهان قرار دارد. ترکیه در این محصول با ۵۸ میلیون دلار در جایگاه ۱۴ و امارات با ۲۳ میلیون دلار در جایگاه ۲۳ جهان قرار دارند. در کد دوم (۲۲۰۲)، جایگاه ایران از بازار ۲۶ میلیارد دلاری، تنها ۵ میلیون دلار است که در رتبه ۹۵ جهان قرار دارد. ترکیه با ۲۷۹ میلیون دلار در جایگاه

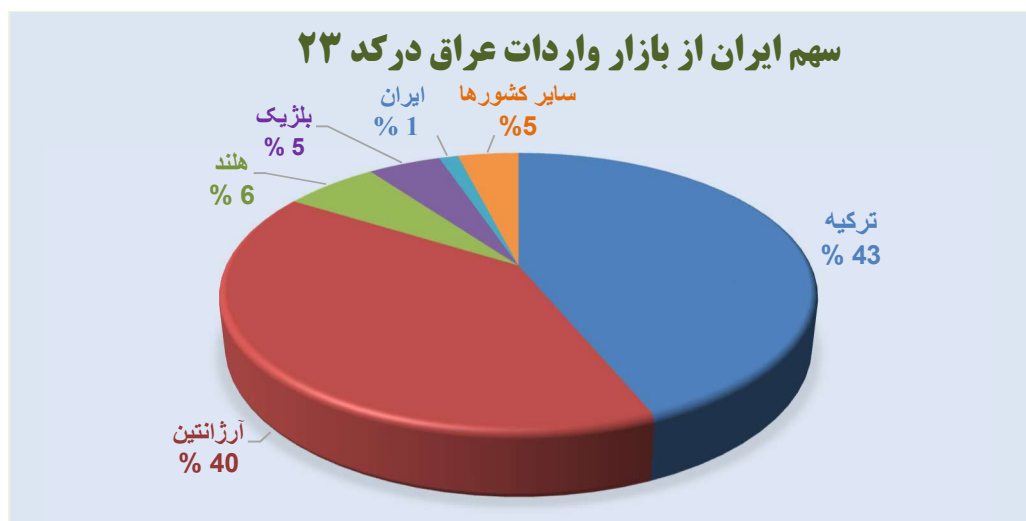
۲۱ جهان، عربستان با ۱۹۴ میلیون دلار در جایگاه ۲۷ جهان و امارات با ۱۶۸ میلیون دلار در جایگاه ۳۰ جهان قرار دارند.

از منظر واردات جهانی فصل (۲۲)، کشورهای آمریکا، انگلستان، آلمان، چین و هلند بترتیب با ۳۱، ۹، ۸/۸، ۶/۶ و ۶ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات کد (۲۲) در جهان می باشند. عراق با ۰/۱ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۷۱ واردکنندگان جهان در محصول کد (۲۲) قرار دارد. ایران با ۲/۶ میلیون دلار واردات در جایگاه ۲۱۱ واردکنندگان جهان قرار دارد. همسایگان ایران؛ روسیه، امارات و ترکیه بترتیب با ۳/۴ و ۱ میلیارد و ۴۸۴ میلیون دلار در جایگاه ۱۰، ۲۷ و ۴۸ واردکنندگان جهان در کد (۲۲) قرار دارند.

➔ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۲۲) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، مثبت ۱۳/۵ میلیون دلار می باشد.**

۲۱-۳) فصل بیست و سوم (کد ۲۳)؛ پسماندهای صنایع غذایی

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۲۳)، ۶۱۷/۶۷۶ میلیون دلار (۶۱۷,۶۷۶,۰۰۰ \$) بوده است. **ترکیه** با ۲۷۰/۱۴ میلیون دلار، **جایگاه اول** را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. کشورهای آرژانتین (۲۴۷/۸۹ میلیون دلار)، هلند (۳۸/۱۱ میلیون دلار) و بلژیک (۲۹/۴۳ میلیون دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند. **ایران** با ۷/۶۵ میلیون دلار **در جایگاه پنجم** قرار دارد.



تحلیل: همانطور که در نمودار مشاهده می شود، ترکیه و آرژانتین سهمی نزدیک به هم مجموعاً بیش از ۸۰ درصد از واردات کشور عراق در کد کالایی (۲۳) را در اختیار دارند. سهم ایران از بازار واردات عراق در این فصل، تنها ۱ درصد می باشد. صادرات ایران به عراق در این کد کالایی در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۲۰، رشد ۱۷۰ درصدی داشته است.

✿ شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۲۳، ۰/۳۶ است که بیانگر تمرکز در منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

زیرفصل ها: فصل ۲۳ (پسماندهای صنایع غذایی) دارای ۸ عنوان یا زیرفصل می باشد. «کنجاله» با کد (۲۳۰۴) به ارزش ۶۴ میلیون دلار، «نوشیدنی های الکلی و انواع اسپریت» با کد (۲۲۰۸) به ارزش ۶۰ میلیون دلار و «آبجو ساخته شده از مالت» با کد «۲۲۰۳» مجموعاً حدود ۹۵ درصد از ارزش وارداتی عراق در این فصل را بخود اختصاص داده اند.

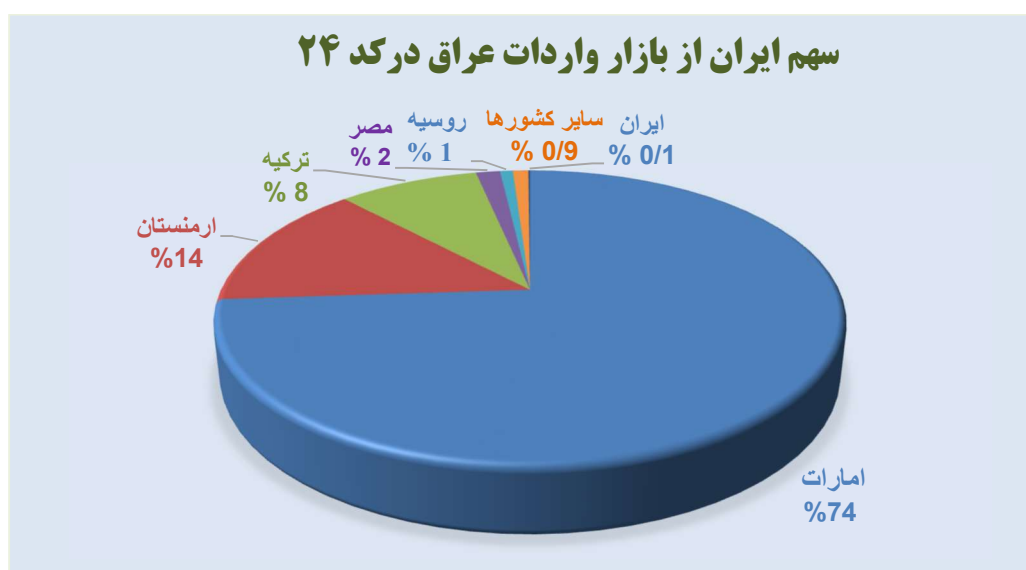
بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۲۳)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۱۰۰ میلیارد دلار بوده است. کشورهای آمریکا آرژانتین، برزیل، آلمان و هلند بترتیب با ۱۳/۳، ۱۲/۲، ۷/۹، ۶/۵ و ۶/۴ میلیارد دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان جهان در این کد کالایی قرار دارند. ترکیه با ۷۰۱ میلیون دلار و امارات با ۳۶۰ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۲۹ و ۳۷ جهان قرار دارند. ایران با ۱۳/۴ میلیون دلار در جایگاه ۹۷ جهان قرار دارد.


از منظر واردات جهانی فصل (۲۳)، کشورهای چین، آلمان، ویتنام، آمریکا و هلند بترتیب با ۶/۵، ۵، ۴/۸، ۴/۶ و ۴/۲ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات کد (۲۳) در جهان می باشند. عراق با ۰/۶ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۴۳ واردکنندگان جهان در محصول کد (۲۳) قرار دارد. ایران نیز با ۱/۳ میلیارد دلار واردات، در جایگاه ۲۵ واردکنندگان جهان قرار دارد. ترکیه و روسیه بترتیب با ۲/۱، و ۱/۴ میلیارد دلار در جایگاه ۱۹ و ۲۲ واردکنندگان جهان در محصولات این فصل قرار دارند.

➔ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات فصل (۲۳) مشخص می شود که **تراز تجارت خارجی ایران در این کد کالایی، منفی ۱/۲۷ میلیارد دلار** می باشد.

۲۲-۳) فصل بیست و دوم (کد ۲۴)؛ توتون و تنباکو

بر اساس اطلاعات پایگاه داده مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱، میزان واردات کشور عراق از جهان در کد کالایی (۲۴)، ۱/۱۷۰ میلیارد دلار (۱,۱۷۰,۱۴۷,۰۰۰ \$) بوده است. **امارات** با ۸۶۳/۴۵۱ میلیون دلار صادرات، **جایگاه اول** را در تامین نیاز وارداتی عراق در این کد کالایی در اختیار دارد. کشورهای ارمنستان (۱۶۳/۶۵ میلیون دلار)، ترکیه (۱۰۱/۴۱ میلیون دلار)، مصر (۱۷/۴۲ میلیون دلار)، روسیه (۹/۲۴ میلیون دلار) و برزیل (۲/۶۱ میلیون دلار) در رتبه های بعدی قرار دارند. **ایران** با ۱/۱۶۴ میلیون دلار **در جایگاه نهم** تامین کنندگان نیاز بازار عراق در این کد کالایی قرار دارد.



تحلیل: همانطور که در نمودار مشخص است، امارات به تنهایی ۷۴ درصد از نیاز وارداتی کشور عراق در کد کالایی (۲۴) را تامین می کند. سهم ایران از بازار واردات عراق در این کد کالایی، رقم ناچیز ۰/۱ درصد می باشد. ارمنستان و ترکیه با ۱۴ و ۸ درصد در رتبه های بعدی قرار دارند. صادرات ایران به عراق در این کد کالایی در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۲۰، کاهش ۵۴ درصدی داشته است.  شاخص تمرکز بازار عراق در محصولات کد ۲۴، ۰/۵۷ است که بیانگر تمرکز بالا و انحصار نسبی در منابع وارداتی عراق در این کد کالایی می باشد.

زیرفصل ها: فصل ۲۴ (توتون و تنباکو) دارای ۳ عنوان یا زیرفصل می باشد که «انواع سیگار» با کد (۲۴۰۲) به ارزش ۱/۱ میلیارد دلار، عمده ارزش وارداتی عراق در این فصل را بخود اختصاص داده اند. ۱۴۳ میلیون دلار هم به «تنباکوهای صنعتی و ساخته شده» با کد (۲۴۰۳) اختصاص دارد.

بازار جهانی: در بررسی بازار جهانی فصل (۲۴)، ارزش کل صادرات محصولات این فصل در سال ۲۰۲۱، حدود ۴۴ میلیارد دلار بوده است. کشورهای هلند، امارات، آلمان، ایتالیا و بلژیک بترتیب با ۴/۹، ۴/۸، ۲/۹، ۲/۵ و ۱/۸ میلیارد دلار در جایگاه اول تا پنجم بزرگترین صادرکنندگان جهان در این کد کالایی قرار دارند. نکته جالب توجه، جایگاه امارات به عنوان دومین صادرکننده بزرگ جهان در این کد کالایی با ۴/۸ میلیارد دلار (سه‌م ۱۱ درصدی از صادرات جهانی) می باشد. ترکیه دیگر رقیب منطقه ای ایران با ۷۸۸ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۱۷ جهان قرار دارد. ایران نیز با ۸/۳ میلیون دلار صادرات در جایگاه ۹۴ جهان قرار دارد.

از منظر واردات جهانی فصل (۲۴)، کشورهای ژاپن، آلمان، آمریکا، ایتالیا و فرانسه بترتیب با ۵/۴، ۳/۵، ۲/۶، ۲/۲ و ۱/۸ میلیارد دلار پنج کشور اول واردکننده محصولات کد (۲۴) در جهان می باشند. عراق با ۲/۵ درصد از بازار واردات جهانی، در رتبه ۱۰ واردکنندگان جهان در محصول کد (۲۴) قرار دارد. ایران با ۵۷۰ میلیون دلار واردات در جایگاه ۵۴ واردکنندگان جهان قرار دارد. امارات، روسیه، ترکیه و عربستان بترتیب با ۱/۱ میلیارد و ۸۳۴، ۶۴۴ و ۵۴۶ میلیون دلار در جایگاه ۱۱، ۱۳، ۱۸ و ۲۲ واردکنندگان جهان در کد (۲۴) قرار دارند.

➔ از مقایسه آمار صادرات و واردات جهانی ایران در محصولات این فصل مشخص می شود که تراز تجارت خارجی ایران در کد کالایی (۲۳)، منفی ۵۶۴ میلیون دلار می باشد

با بررسی اجمالی میزان تولید و مصرف محصولات دخانی در ایران، تصویر کامل تری از ظرفیت تولیدی و صادراتی ایران در کد (۲۴) می توان ارائه داد. مصرف سالانه سیگار در ایران، حدود ۷۵ میلیارد نخ می باشد که حدود ۵۵ میلیارد نخ در داخل تولید شده و مابقی بصورت قاچاق وارد ایران می شود. از ۵۵ میلیارد نخ تولیدی در داخل، ۸۶ درصد توسط دو شرکت ژاپنی (JTI) و انگلیسی (BAT) و ۱۴ درصد توسط شرکت دخانیات ایران تولید می شود. در شرایط فعلی که حدود ۳۷ درصد نیاز داخل بصورت قاچاق وارد کشور شده و تولید کفاف مصرف داخلی را نمی دهد، نمی توان برای صادرات دورنمایی متصور شد.

۴) آمار کلی تجارت خارجی عراق در ۲۲ کد کالایی مواد غذایی و محصولات کشاورزی

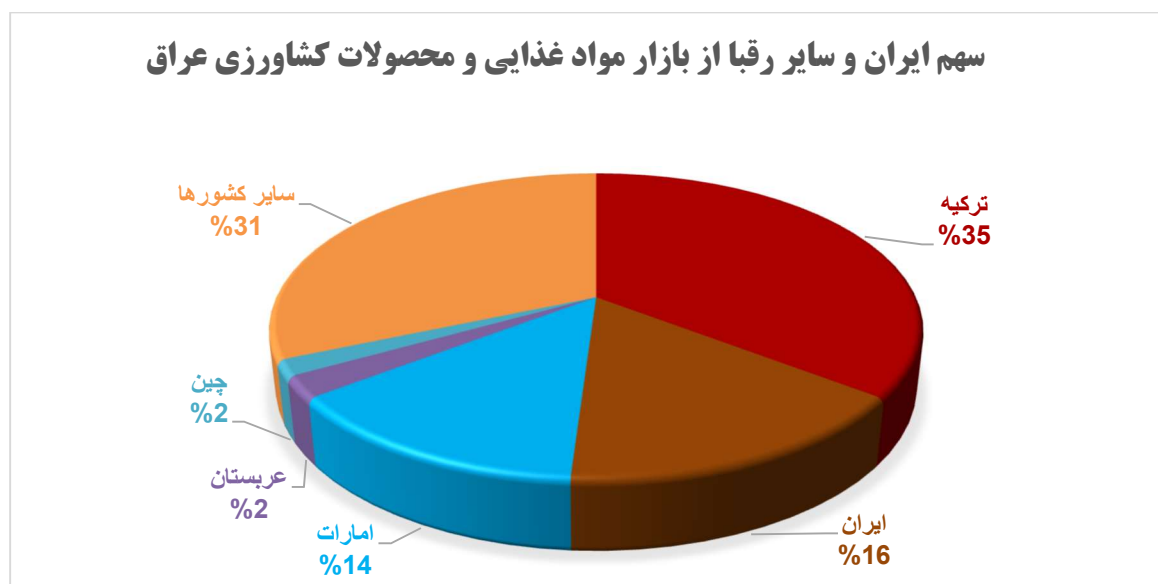
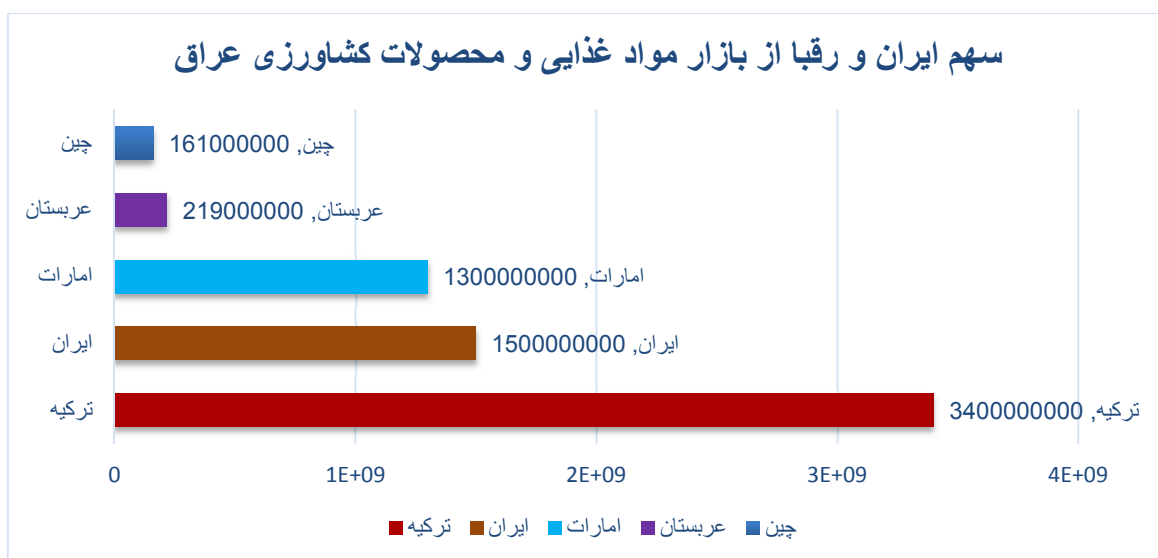
کد کالایی	میزان واردات عراق از جهان	جایگاه و سهم ایران از واردات عراق	جایگاه و سهم ترکیه از واردات عراق	جایگاه و سهم امارات از واردات عراق	توضیحات
۰۱	۹۹/۳ میلیون دلار	جایگاه: یازدهم سهم: ۰/۷ درصد	دوم ۲۸ درصد	هفدهم ۰/۱ درصد	کلمبیا در جایگاه اول با ۳۰٪ سهم
۰۲	۷۴۲/۴ میلیون دلار	جایگاه: هشتم سهم: ۰/۲ درصد	<u>جایگاه اول</u> ۵۷ درصد	ششم ۰/۵ درصد	هند در جایگاه دوم با ۲۸٪ سهم
۰۳	۲۶/۹ میلیون دلار	<u>جایگاه: اول</u> سهم: ۶۳ درصد	دوم ۱۱ درصد	پانزدهم ۰/۲ درصد	بحرین در جایگاه سوم با ۸٪ سهم
۰۴	۸۵۱/۸ میلیون دلار	<u>جایگاه: اول</u> سهم: ۲۴ درصد	دوم ۱۳ درصد	چهارم ۸ درصد	عربستان در جایگاه سوم با ۸/۵٪ سهم
۰۵	۲۵۸ هزار دلار	جایگاه: نهم سهم: ۲ درصد	صادراتی ندارد	هشتم ۳ درصد	هلند در جایگاه اول با ۳۲٪ سهم
۰۷	۶۸۲/۸ میلیون دلار	<u>جایگاه: اول</u> سهم: ۴۹ درصد	دوم ۳۹ درصد	چهارم ۲ درصد	مصر در جایگاه سوم با ۱۶٪ سهم
۰۸	۱/۰۴ میلیارد دلار	<u>جایگاه: اول</u> سهم: ۴۳ درصد	دوم ۲۸ درصد	سوم ۶ درصد	
۰۹	۲۷۲/۸۵ میلیون دلار	جایگاه: چهارم سهم: ۲ درصد	پنجم ۱/۵ درصد	دوم ۲۱ درصد	سریلانکا در جایگاه اول با ۵۴٪ سهم و هند در جایگاه سوم با ۱۲٪ سهم
۱۰	۱/۲۳ میلیارد دلار	جایگاه: هیجدهم سهم: ۰/۰۵ درصد	دوم ۱۰/۵ درصد	صادرات ندارد	هند در جایگاه اول با ۴۲٪ سهم و اوکراین در جایگاه سوم با ۱۰٪ سهم
۱۱	۵۵۰ میلیون دلار	جایگاه: دوم سهم: ۱ درصد	<u>جایگاه اول</u> ۹۷ درصد	چهارم ۰/۴ درصد	روسیه در جایگاه سوم با ۵٪ درصد سهم
۱۲	۱۷۵/۵ میلیون دلار	جایگاه: نهم سهم: ۱ درصد	دوم ۲۰ درصد	صادرات ندارد	چین در جایگاه اول با ۴۸٪ سهم و هند در جایگاه سوم با ۸٪ سهم

۱۳	۱۱/۸ میلیون دلار	<u>جایگاه: اول</u> سه‌م: ۵۰ درصد	چهارم ۲ درصد	سوم ۱۱ درصد	هند در جایگاه دوم با سه‌م: ۳۳٪
۱۵	۸۵۲/۲۸ میلیون دلار	جایگاه: هفتم سه‌م: ۱ درصد	دوم ۳۵ درصد	صادرات ندارد	اوکراین در جایگاه اول با سه‌م و اندونزی در جایگاه سوم با ۱۲٪ سه‌م
۱۶	۸۸/۹ میلیون دلار	جایگاه: دوم سه‌م: ۱۷ درصد	<u>جایگاه اول</u> ۳۴ درصد	سوم ۱۲ درصد	
۱۷	۴۹۸/۵۷ میلیون دلار	جایگاه: چهارم سه‌م: ۱۳ درصد	دوم ۲۰ درصد	ششم ۲ درصد	برزیل در جایگاه اول با سه‌م: ۴۶٪
۱۸	۱۷۲/۸۳ میلیون دلار	جایگاه: دوم سه‌م: ۱۰ درصد	<u>جایگاه اول</u> ۷۰ درصد	چهارم ۴ درصد	روسیه در جایگاه سوم با سه‌م: ۵٪
۱۹	۱/۱۹ میلیارد دلار	جایگاه: سوم سه‌م: ۱۲ درصد	<u>جایگاه اول</u> ۳۴ درصد	ششم ۶ درصد	ویتنام در جایگاه دوم با سه‌م: ۱۳٪
۲۰	۳۷۵/۷۸ میلیون دلار	جایگاه: دوم سه‌م: ۲۴ درصد	<u>جایگاه اول</u> ۵۴ درصد	سوم ۶ درصد	
۲۱	۴۱۳/۸۹ میلیون دلار	جایگاه: دوم سه‌م: ۲۱ درصد	<u>جایگاه اول</u> ۲۴ درصد	سوم ۱۱ درصد	
۲۲	۱۸۱/۷۹ میلیون دلار	جایگاه: دوازدهم سه‌م: ۳ درصد	<u>جایگاه اول</u> ۲۴ درصد	سوم ۹ درصد	انگلستان در جایگاه دوم با ۱۷٪ سه‌م
۲۳	۶۱۷/۶۸ میلیون دلار	جایگاه: پنجم سه‌م: ۱ درصد	<u>جایگاه اول</u> ۴۳ درصد	صادرات ندارد	آرژانتین در جایگاه دوم با ۴۰٪ سه‌م
۲۴	۱/۱۷ میلیارد دلار	جایگاه: نهم سه‌م: ۰/۱ درصد	سوم ۸ درصد	اول ۷۴ درصد	ارمنستان در جایگاه دوم با ۱۴٪ سه‌م

همانطور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، در ارتباط با واردات عراق در ۲۲ کد کالایی مربوط به مواد غذایی و محصولات در سال ۲۰۲۱:

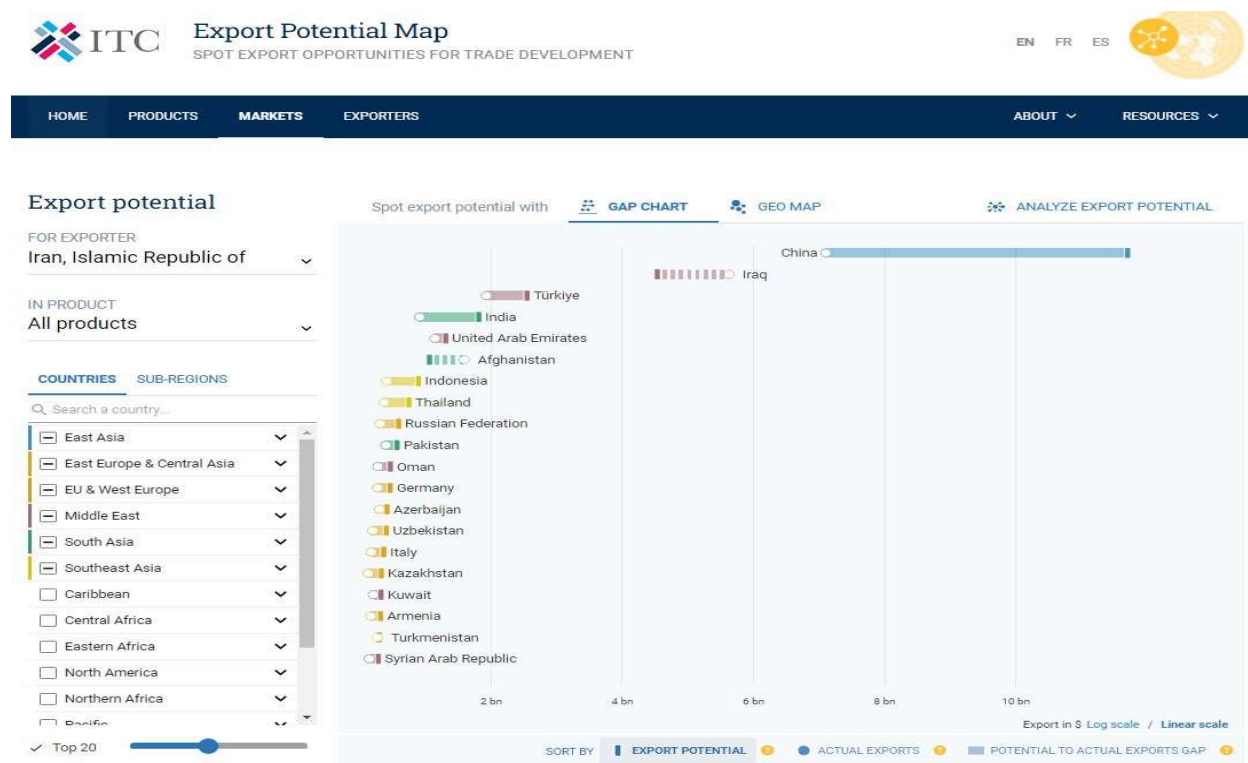
- ایران؛ در ۵ کد کالایی جایگاه اول، در ۵ کد جایگاه دوم و در ۱ کد جایگاه سوم را دارد.
- ترکیه؛ در ۹ کد کالایی جایگاه اول، در ۹ کد جایگاه دوم و در ۱ کد جایگاه اول را دارد.
- امارت؛ در ۱ کد جایگاه اول، در ۱ کد جایگاه دوم و در ۶ کد جایگاه سوم را داراست.

در دو نمودار زیر، میزان و سهم ایران و رقبا از کل واردات محصولات غذایی و کشاورزی عراق در سال ۲۰۲۱ مشخص شده است. کل واردات عراق از جهان در ۲۲ کد کالایی مربوط به مواد غذایی و محصولات کشاورزی در سال ۲۰۲۱، ۹,۶ میلیارد دلار بوده است. **ایران با صادرات ۱,۵ میلیارد دلاری، حدود ۱۶ درصد از بازار عراق را بخود اختصاص داده و در جایگاه دوم بیشترین سهم از کل واردات محصولات غذایی و کشاورزی قرار دارد. کشور ترکیه با صادرات ۳,۴ میلیارد دلار، ۳۵ درصد از بازار عراق را بخود اختصاص داده و در رتبه اول قرار دارد. امارات متحده با صادرات ۱,۳ میلیارد دلار، ۱۳ درصد از سهم بازار عراق را بخود اختصاص داده و در رتبه سوم قرار دارد. عربستان و چین بترتیب با صادرات ۲۱۹ و ۱۶۱ میلیون دلار در جایگاه های بعدی قرار دارند.**



۵) پتانسیل های صادراتی ایران به عراق در مواد غذایی و محصولات کشاورزی

همانطور که در نقشه‌ی پتانسیل صادراتی پایگاه مرکز تجارت بین الملل مشاهده می شود، در میان ۲۰ مقصد صادراتی ایران با ظرفیت بالا، کشور عراق پس از چین در جایگاه دوم قرار دارد. این نمودار همچنین بر پتانسیل بالای کشورمان برای صادرات به کشورهای همسایه تاکید دارد بگونه ای که از میان ۲۰ پتانسیل اول صادراتی ایران، ۱۳ مورد آن به همسایه ها اختصاص یافته است.



- اگر آمار سه نمودار بعدی را مورد بررسی و تحلیل قرار دهیم، نتایج زیر قابل توجه می باشند:
- از میان ۲۵ کالای اول صادراتی ایران به عراق، ۱۶ مورد آن به کدهای مربوط به مواد غذایی و محصولات کشاورزی اختصاص دارد. این آمار بخوبی بیانگر پتانسیل بالای مواد غذای و محصولات کشاورزی کشورمان جهت صادرات به عراق می باشد.
 - از ۱۶ مورد محصول صادراتی ایران به عراق در ارتباط با مواد غذایی و محصولات کشاورزی، در ۱۳ مورد (سیب درختی، گوجه فرنگی، پسته، هندوانه، سس، سیب زمینی، پیاز، بستنی، شیر و خامه، بیسکویت، خیار و خربزه و طالبی)، صادرات انجام شده کمتر از ظرفیت موجود کشور بوده و به نوعی

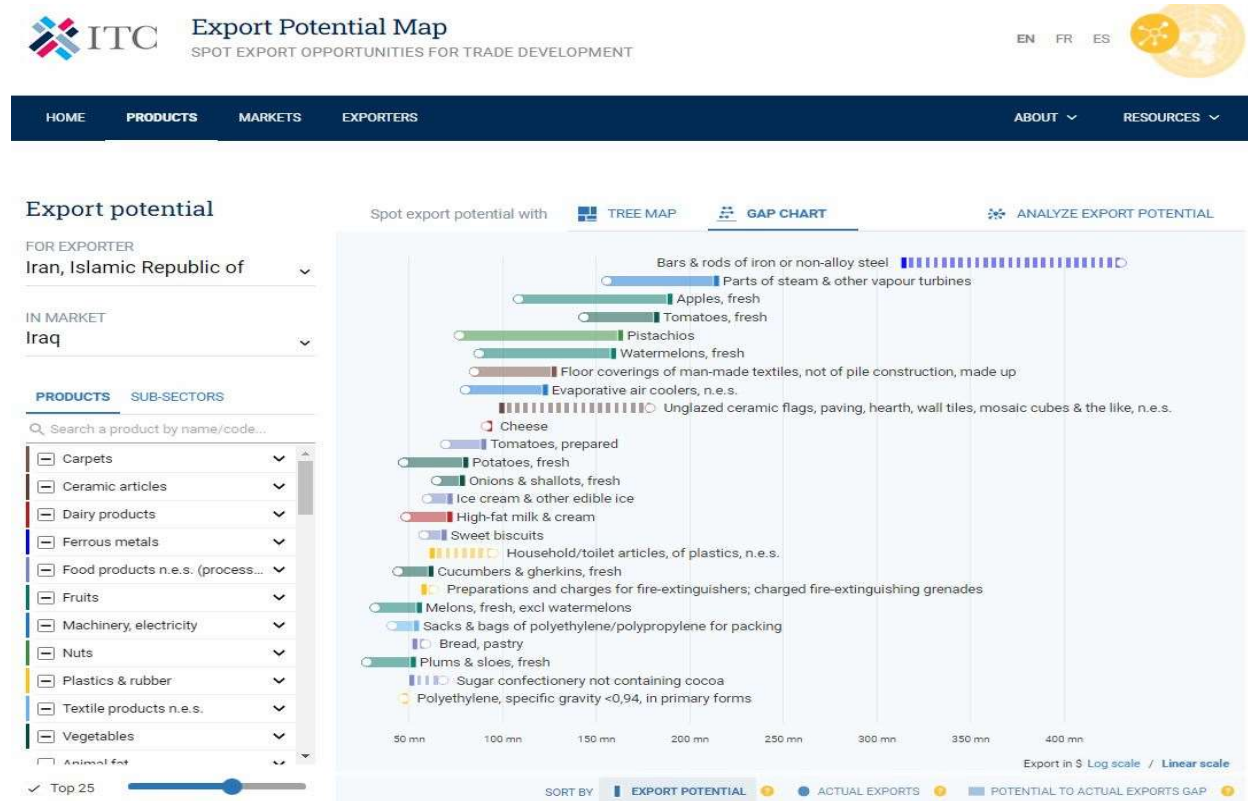
در این ۱۳ محصول ظرفیت خالی برای صادرات وجود دارد. از باب نمونه دو محصول مورد بررسی و تحلیل قرار می گیرند:

✓ یکی از ۱۳ محصول، «سیب درختی» است. در محصول سیب درختی، پتانسیل ایران برای صادرات به عراق ۱۸۶ میلیون دلار بوده است که تنها ۱۰۹ میلیون دلار (۵۹٪) صادر شده و ۷۷ میلیون دلار (۴۱٪) ظرفیت خالی برای صادرات به عراق وجود دارد. ایران با ۱۰۹ میلیون دلار صادرات در جایگاه اول و کشورهای ترکیه و امارات با ۱۶ و ۱ میلیون دلار در رتبه های بعدی تامین کنندگان سیب عراق قرار دارند.

✓ دیگر محصول، «پسته» است که از ۱۵۹ میلیون دلار پتانسیل صادراتی ایران به عراق، تنها ۷۷ میلیون دلار (۴۸٪) صادر شده و ۸۲ میلیون دلار (۵۲٪) ظرفیت خالی برای صادرات به عراق وجود دارد. ایران با ۷۷ میلیون دلار صادرات، در جایگاه اول و کشورهای امارات، ترکیه و آمریکا بترتیب با ۷ و ۶ میلیون و ۱۲۴ هزار دلار در رتبه های بعدی تامین کنندگان پسته عراق قرار دارند.

➤ حدود ۳۰ درصد از ظرفیت صادراتی ایران به عراق در مواد غذایی و محصولات کشاورزی خالی است.

➤ تنها در سه مورد (پنیر، نان و شیرینی)، صادرات ایران به عراق با ظرفیت کامل صورت پذیرفته است.





Export potential

FOR EXPORTER
Iran, Islamic Republic of

IN MARKET
Iraq

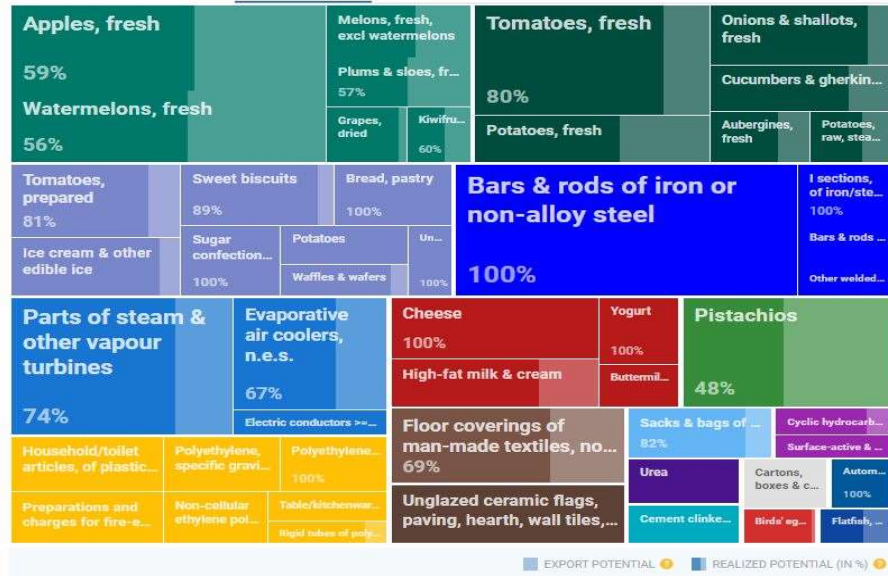
PRODUCTS SUB-SECTORS

Search a product by name/code...

- Carpets
- Ceramic articles
- Chemicals
- Dairy products
- Eggs, honey and edible animal...
- Ferrous metals
- Fertilisers
- Fish & shellfish
- Food products n.e.s. (process...
- Fruits
- Machinery, electricity
- Mineral products

Top 50

Spot export potential with TREE MAP GAP CHART ANALYZE EXPORT POTENTIAL



Export potential

FOR EXPORTER
Iran, Islamic Republic of

IN MARKET
Iraq

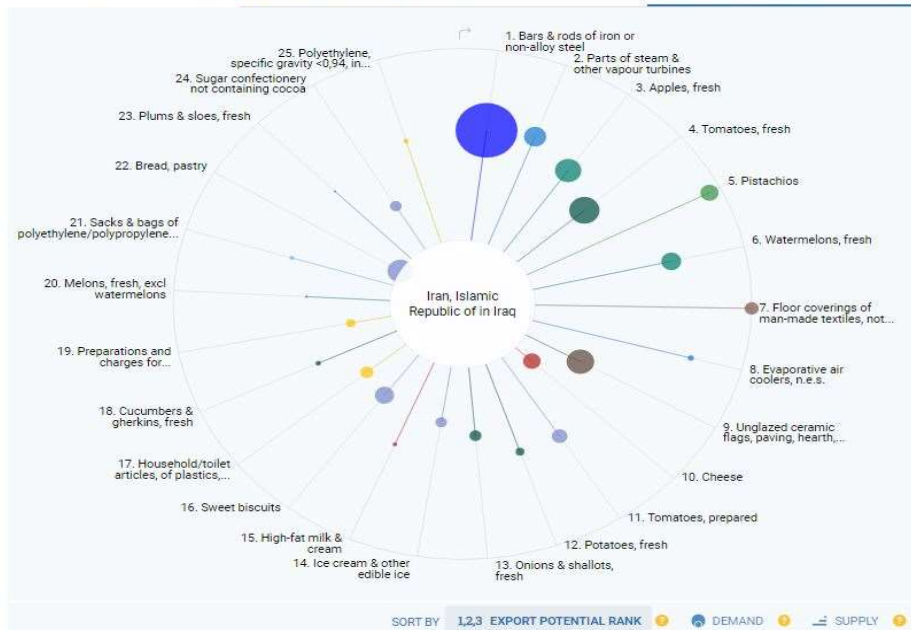
PRODUCTS

Search a product by name/code...

- Carpets
- Ceramic articles
- Dairy products
- Ferrous metals
- Food products n.e.s. (process...
- Fruits
- Machinery, electricity
- Nuts
- Plastics & rubber
- Textile products n.e.s.
- Vegetables
- Animal fat

Top 25

Spot export potential with TREE MAP GAP CHART ANALYZE EXPORT POTENTIAL



SORT BY 1,2,3 EXPORT POTENTIAL RANK DEMAND SUPPLY

۶ یافته های کلی تحقیق

در تحقیق حاضر، با استناد به پایگاه های داده مرکز تجارت بین الملل (ITC)، حجم قابل توجهی از اطلاعات تجاری مرتبط با ۲۲ کد کالایی مواد غذایی و محصولات کشاورزی عراق مورد مطالعه، بررسی و تحلیل قرار گرفت. این حجم از اطلاعات بررسی شده، می تواند از منظر سطح تحلیل کلان نیز مورد توجه و تحلیل قرار گرفته و یافته های کلی تری را در جهت ارائه ی توصیه های سیاستی نتیجه بدهد. اهم یافته های کلی تحقیق حاضر بشرح زیر می باشند:

➤ کل واردات عراق از جهان در سال ۲۰۲۱، حدود ۶۱ میلیارد دلار بود که ۹,۶ میلیارد دلار آن (۱۵/۶ درصد) به ۲۲ کد کالایی مربوط به مواد غذایی و محصولات کشاورزی اختصاص داشت. همچنین از بیست کالای اول وارداتی عراق در سال ۲۰۲۱، هشت کد کالایی به مواد غذایی و محصولات کشاورزی اختصاص داشت (بترتیب کدهای کالایی با بیشترین ارزش: ۱۰، ۱۹، ۲۴، ۰۸، ۱۵، ۰۴، ۰۲ و ۰۷). این آمار بخوبی بیانگر جایگاه ویژه و اهمیت بالای مواد غذایی و محصولات کشاورزی در واردات کشور عراق است.

➤ چهار فصل اول وارداتی عراق در مواد غذایی و محصولات کشاورزی در سال ۲۰۲۱ (کدهای: ۱۰، ۱۹، ۲۴ و ۰۸)، ارزشی بالای یک میلیارد دلار (از ۱ الی ۱/۳ میلیارد دلار) داشته اند. ۶ فصل بعدی (کدهای: ۱۵، ۰۴، ۰۲، ۰۷، ۱۱ و ۱۷) ارزشی بین ۵۰۰ میلیون تا ۱ میلیارد دلار داشته اند. کمترین ارزش در میان ۲۲ کد کالایی، ۲۵۷ هزار دلار بوده است که به فصل ۰۵ مربوط می باشد.

➤ واردات عراق در ۲۲ کد کالایی مواد غذایی و محصولات کشاورزی در سال ۲۰۲۱ نسبت به ۲۰۲۰، شاهد افزایش در ۸ کد کالایی (۱۰، ۲۴، ۱۵، ۰۷، ۰۲، ۱۱، ۰۹ و ۲۲) و کاهش در ۱۴ کد کالایی دیگر بوده است. یکی از کدهای کاهش یافته مربوط به لبنیات و تخم پرندگان (۰۴) است که از سال ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۱ روند کاهش را طی نموده است بگونه ای که از ۱/۵ میلیارد دلار واردات در سال ۲۰۱۸ به ۸۵۲ میلیون دلار واردات در سال ۲۰۲۱ رسیده است. این آمار بیانگر کاهش حدود ۴۰ درصدی واردات عراق و افزایش تولید محصولات فصل (۰۴) بخصوص لبنیات در این کشور می باشد. خوشبختانه برخی از شرکت های ایرانی مانند کاله، برای حفظ سهم خود از بازار بزرگ عراق، اقدام به ایجاد و راه اندازی کارخانه و خطوط نهایی تولید در این کشور نموده اند. این

مدل و تجربه موفق، راهکار مناسبی برای حفظ سهم شرکت ها و برندهای ایرانی از بازار عراق در محصولات لبنی و نیز سایر محصولات می باشد.

➤ از کل واردات عراق در ۲۲ کد کالایی مرتبط با مواد غذایی و محصولات کشاورزی در سال ۲۰۲۱ که رقم قابل توجه ۹,۶ میلیارد دلار بود، ایران با صادرات ۱,۵ میلیارد دلاری، حدود ۱۶ درصد از بازار عراق را بخود اختصاص داده و پس از ترکیه در جایگاه دوم بزرگترین تامین کننده مواد غذایی و محصولات کشاورزی عراق قرار دارد. همانطور که در بخش پتانسیل های صادراتی ایران به عراق مطرح گردید، صادرات ایران به عراق در اغلب ۲۲ کد کالایی مواد غذایی و محصولات کشاورزی، با ظرفیت کامل صورت نمی پذیرد و حدود ۳۰ درصد از ظرفیت صادراتی ایران به عراق در مواد غذایی و محصولات کشاورزی خالی می باشد. به عبارت دیگر، بدون افزایش ظرفیت تولیدی ایران و بر اساس پتانسیل موجود، می توان ۳۰ درصد (حدود ۴۵۰ میلیون دلار) به میزان فعلی صادرات مواد غذایی و محصولات کشاورزی ایران به عراق اضافه نمود. این ظرفیت خالی در مواد غذایی و محصولات کشاورزی نسبت به بازار جهانی به مراتب بیشتر بوده و در حدود ۴۵ درصد می باشد. به عبارت دیگر، بر اساس پتانسیل موجود، می توان حدود ۲/۳ میلیارد دلار به میزان فعلی صادرات مواد غذایی و محصولات کشاورزی کشورمان اضافه نمود.

➤ کشور ترکیه با صادرات ۳,۴ میلیارد دلاری به عراق در مواد غذایی و محصولات کشاورزی، ۳۵ درصد از بازار عراق در این محصولات را بخود اختصاص داده و در رتبه اول قرار دارد. صادرات ترکیه به عراق در مواد غذایی و محصولات کشاورزی، دو برابر ایران بوده و مهمترین و جدی ترین رقیب ایران به حساب می آید. پس از ترکیه، امارات با صادرات ۱,۳ میلیارد دلار، ۱۳ درصد از سهم بازار عراق در مواد غذایی و محصولات کشاورزی را بخود اختصاص داده و با فاصله کمی پس از ایران در رتبه سوم قرار دارد. عربستان، دیگر رقیب منطقه ای ایران با صادرات ۲۱۹ میلیون دلار با فاصله زیادی از ترکیه، ایران و امارات، در جایگاه چهارم قرار دارد.

➤ از نکات قابل توجه، سهم نزدیک به ایران کشور امارات از بازار وارداتی عراق در مواد غذایی و محصولات کشاورزی است. قابل توجه تر، جایگاه اول امارات به عنوان بزرگترین تامین کننده نیاز وارداتی عراق (در همه محصولات) با ۱۴/۲۵ میلیارد دلار صادرات به این کشور می باشد. ایران با ۱۰/۸ میلیارد دلار صادرات به عراق، پس از امارات، چین (با ۱۳/۹۸ میلیارد دلار) و ترکیه

(با ۱۱/۱۳ میلیارد دلار) در جایگاه چهارم تامین کننده نیاز وارداتی عراق قرار دارد، این در حالی است که کشور امارات از بسیاری از مزیت های ایران در خصوص عراق همچون همسایگی، مرز مشترک طولانی، اقتصاد تولیدی، اشتراکات سیاسی و فرهنگی و ... برخوردار نمی باشد.

➤ ایران با ۷/۶ میلیارد دلار واردات غلات، پس از چین بزرگترین وارد کننده محصولات فصل (۱۰) در جهان می باشد. این امر بیانگر وابستگی بالای ایران به واردات این کالاهای اساسی و استراتژیک بوده و تهدیدی جدی برای امنیت غذایی کشور به حساب می آید.

➤ بر اساس آمار گمرک ج.ا.ایران، صادرات کشورمان در مواد غذایی و محصولات کشاورزی به جهان در ۱۲ ماهه سال ۱۴۰۱، رقم ۵/۲ میلیارد دلار بوده است. واردات کشور در این بازه زمانی، رقم بسیار چشمگیر و قابل توجه ۱۷/۸ میلیارد دلار بوده است. متأسفانه تراز تجاری ایران در مواد غذایی و محصولات کشاورزی، منفی ۱۲/۶ میلیارد دلار می باشد. از ۱۵ کالای اول وارداتی کشور از نظر ارزش، ۱۰ کالا مرتبط به مواد غذایی و محصولات کشاورزی است. این ۱۰ کالا بترتیب ارزش عبارتند از: ۱- ذرت با ۳/۲۷ میلیارد دلار (۸/۰۸۵ میلیون تن)، ۲- برنج با ۲/۰۵ میلیارد دلار (۱/۶۹۱ میلیون تن)، ۳- گندم با ۲ میلیارد دلار (۴/۴۵۶ میلیون تن)، ۴- دانه سویا با ۱/۹۷ میلیارد دلار (۲/۵۳۳ میلیون تن)، ۵- روغن آفتابگردان با ۱/۱۶ میلیارد دلار (۶۴۵ هزار تن)، ۶- جو با ۹۹۱ میلیون دلار (۲/۳۷۷ میلیون تن)، ۷- کنجاله با ۸۵۵ میلیون دلار (۱/۳۴۳ میلیون تن)، ۸- روغن پالم با ۷۲۲ میلیون دلار (۴۸۶ هزار تن)، ۹- شکر با ۶۷۹ میلیون دلار (۱/۲۵۵ میلیون تن) و ۱۰- چای با ۶۶۲ میلیون دلار (۱۰۹ هزار تن).

➤ کل صادرات صورت گرفته در جهان در ۲۲ کد کالایی مواد غذایی و محصولات کشاورزی در سال ۲۰۲۱، رقم قابل توجه ۱/۸ تریلیون دلار بوده است. مجموع صادرات ایران در ۲۲ کد کالایی در سال ۲۰۲۱، حدود ۶ میلیارد دلار بوده است (این رقم بر اساس آمار مرکز تجارت بین الملل در سال ۲۰۲۱ می باشد که طبیعتاً با آمار سال ۱۴۰۱ گمرک ایران تفاوت دارد). سهم ایران از بازار جهانی در ۲۲ کد کالایی مواد غذایی و محصولات کشاورزی، تنها ۰/۳ درصد می باشد. این سهم ناچیز ایران از بازار جهانی مواد غذایی و محصولات کشاورزی جهان، به هیچ وجه با پتانسیل های موجود و ظرفیت تولیدی کشورمان (تولید سالانه ۱۲۵ میلیون تن) تناسب ندارد.

۷) توصیه های سیاستی

در پایان گزارش حاضر، ارائه‌ی نقطه نظرات، پیشنهادات و توصیه های سیاستی بر اساس نتایج و یافته های تحقیق، می تواند اشخاص و نهادهای ذیربط در بخش های تجاری و اقتصادی کشور را در فرآیند تصمیم سازی و نیز اجرای مطلوب تصمیمات و برنامه ها کمک نماید. برخی از این نقطه نظرات و توصیه ها بشرح ذیل می باشند:

❖ امنیت غذایی و خودکفایی در محصولات کشاورزی، یکی از مهمترین وجوه استقلال و امنیت ملی

است که در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران؛^۹ بیانات امامین انقلاب،^{۱۰} سند چشم انداز ۱۴۰۴، سیاست های کلی نظام در بخش کشاورزی،^{۱۱} سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی^{۱۲} و برنامه های پنج ساله توسعه کشور^{۱۳} بصورت ویژه مورد تاکید قرار گرفته است. از این رو، شایسته است افراد و نهادهای متولی و ذیربط، توجه و اهتمام بیشتری را به این بخش راهبری داشته باشند.

❖ صنایع غذایی،^{۱۴} از جمله بخش های صنعتی است که به لحاظ تامین امنیت غذایی، ایجاد اشتغال

پایدار، گستردگی بازارهای منطقه‌ای و جهانی و امکان صادرات و ارزآوری بالا، جزو صنایع راهبردی و پیشران رشد اقتصادی کشور به حساب می آید.^{۱۵} صنایع غذایی و کشاورزی نسبت به سایر بخش های تولیدی از بهره وری بالاتری برخوردار بوده و با توجه به انعطاف پذیری بیشتر در تطبیق با شرایط بازار،^{۱۶} در دوران تحریم از توان و تاب آوری بیشتری برخوردار است.

❖ جایگاه دوم ایران در میان بزرگترین واردکنندگان غلات جهان پس از چین (با جمعیت ۱/۴

میلیاردی) و نیز تراز تجاری منفی ۱۲/۶ میلیارد دلاری کشورمان در مواد غذایی و محصولات کشاورزی، در تعارض آشکار با اسناد بالادستی و سیاست های کلی کشور قرار داشته و زنگ

^۹ - اصل سوم (بندهای ۱۲ و ۱۳) و اصل چهل و سوم (بندهای ۱ و ۹).

^{۱۰} - در بین دیدگاه های اقتصادی حضرت امام (ره) و مقام معظم رهبری، تاکید مکرر بر قطع وابستگی و استقلال اقتصادی و تلاش به منظور رسیدن به خودکفایی، همواره مشهود بوده است.

^{۱۱} - ابلاغی مقام معظم رهبری ۱۳۹۱/۰۹/۲۹.

^{۱۲} - بندهای ۶ و ۷.

^{۱۳} - از جمله بخش ۷ (مواد ۳۱ تا ۳۴) قانون برنامه ششم توسعه.

^{۱۴} - در معنای عام که شامل تولید، فرآوری و بسته بندی محصولات کشاورزی و مواد غذایی می شود.

^{۱۵} - صنایع غذایی و کشاورزی کشورمان، از نظر اشتغال زایی و سهم در تولید ناخالص ملی، جزو صنایع پیشرو است بنحوی که این صنعت به تنهایی حدود ۱۶/۸ درصد از کل اشتغال صنعتی کشور را در اختیار داشته و سهمی در حدود ۱۵ درصد از تولید ناخالص ملی دارد.

^{۱۶} - بخاطر پراکندگی در تمام مناطق کشور، ضریب نفوذ بالاتر در سطح اقتصاد خرد، برخورداری از مقیاس و ساختاری کوچک و ساده و ...

خطری جدی برای استقلال اقتصادی و امنیت غذایی کشور بشمار می آید. طبق مواد ۳۱، ۳۲ و ۳۳ قانون برنامه ششم توسعه، دولت مکلف شده بود اقدامات مشخصی را در نیل به خودکفایی در محصولات اساسی به میزان ۹۵ درصد، رسیدن به تراز تجاری مثبت، تقویت و تکمیل زنجیره‌های تولید و توسعه صادرات و ... تا پایان برنامه انجام دهد. مع الاسف، با گذشت ۶ سال از عمر برنامه ششم، نه تنها اهداف برنامه ششم در بخش کشاورزی محقق نگردید، حتی در برخی از شاخص‌ها، آمارها کاهش یافته است.^{۱۷} در متن پیشنهادی برنامه هفتم توسعه (مواد ۳۲ و ۳۳ فصل هفتم)، نیل به خودکفایی ۹۰ درصدی در محصولات کشاورزی از طریق تکالیف و اقدامات مشابه برنامه ششم پیش بینی شده است. با استمرار مشکلات ساختاری در نهادهای متولی این بخش، علیرغم تکالیف و هدف‌گذاری‌های مشخص، کارنامه بخش کشاورزی در پایان برنامه هفتم همانند برنامه ششم نافرجام خواهد بود. انتظار می رود در دولت سیزدهم که با شعار تحول‌گرایی روی کار آمده است، شاهد اصلاحات و تحول ساختاری در نهادهای ذیربط و بدنبال آن تحقق اهداف برنامه هفتم از جمله خودکفایی ۹۰ درصدی در محصولات اساسی و مثبت شدن تراز تجاری مواد غذایی و محصولات کشاورزی باشیم.^{۱۸}

❖ در کنار برنامه‌های بلندمدت برای خودکفایی در محصولات اساسی، در کوتاه و میان مدت لازم است ضمن تنوع بخشی به مبادی وارداتی، از ظرفیت کشت فراسرزمینی نیز استفاده نمود. تعدادی از کشورهای همسایه مانند روسیه، پاکستان و قزاقستان، از جمله بزرگترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان غلات در جهان بوده و برخی از کشورهای آفریقایی و آمریکای لاتین، از ظرفیت بالایی در تولید محصولات اساسی کشاورزی برخوردارند. بایسته است از این فرصت‌های پیش رو در راستای متنوع سازی مبادی وارداتی، کشت فراسرزمینی و تامین پایدار محصولات کشاورزی مورد نیاز کشور استفاده نمود.

❖ یکی از دلایل ناکامی بخش غذایی و کشاورزی کشور، فقدان سند ملی یا استراتژی و نقشه راه مشخص در این حوزه می باشد. نداشتن الگوی کشت و مصرف آب، تصمیمات و سیاستگذاری

^{۱۷} - از جمله: کاهش میزان سرمایه گذاری در بخش کشاورزی به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۹۰ از ۶۱۱۴ میلیارد تومان در سال ۱۳۹۰ به ۳۸۳ میلیارد تومان در سال ۱۳۹۶ و منفی تر شدن تراز تجارت خارجی در مواد غذایی و محصولات کشاورزی.

^{۱۸} - در این ارتباط دولت سیزدهم در اسفند ۱۴۰۰، سند تحول دولت مردمی را ابلاغ نموده است که مبحث ششم از فصل چهارم، به چرخش‌های تحول آفرین در جهت دستیابی به نشانگرهای وضعیت مطلوب پرداخته است.

های نادرست، اعمال ممنوعیت های صادراتی یک شبه، سوء مدیریت در عرضه و تقاضای داخلی محصولات کشاورزی و ... از جمله آثار نداشتن سند و استراتژی موصوف می باشد. از این رو، بایسته است هرچه سریعتر سند یا استراتژی ملی بخش غذایی و کشاورزی کشور تدوین گردد.

❖ یکی از راهکارهای تسهیل و توسعه صادرات مواد غذایی و محصولات کشاورزی، **ایجاد پایانه های صادراتی مواد غذایی و محصولات کشاورزی در مناطق مرزی و بنادر کشور می باشد.** این پایانه ها با برخورداری از زیرساخت ها و امکانات لازم از قبیل: سردخانه، بارانداز، سالن های پیش سردکن، مجموعه های سورتینگ و بسته بندی، خطوط تولید کنسانتره و پوره محصولات کشاورزی، دفاتر قرنطینه، گمرک، شرکت های حمل و نقل و... می توانند به عنوان سکوی های شتابدهی صادرات، نقشی محوری و کلیدی را در جهش صادراتی مواد غذایی و محصولات کشاورزی ایفاء نمایند.

❖ از دیگر الزامات ساختاری برای تقویت و توسعه صادرات مواد غذایی و محصولات کشاورزی، **ایجاد و فعال نمودن تشکل های صادراتی قوی در این حوزه می باشد.** بر اساس ماده (۵) قانون بهبود محیط کسب و کار، اتاق های بازرگانی، تعاون و اصناف مکلف به راه اندازی تشکل های ملی شده اند. بر این اساس، از اتاق های سه گانه بخصوص اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران انتظار می رود نسبت به ایجاد تشکل های مورد نیاز و تقویت تشکل های موجود در جهت ارتقاء مدیریت و نظارت بر عملکرد صادرکنندگان مواد غذایی و محصولات کشاورزی اقدام نمایند.

❖ علاوه بر اقدامات تحولی و اصلاحی در ساختارها و نهادهای متولی و ایجاد زیرساخت های لازم از قبیل پایانه های صادراتی، **در سطح اجرا نیز ضروری است اقدامات مشخصی تدارک شده و در دستور کار بخش های ذیربط قرار بگیرد.** برخی از این اقدامات مشخص عبارتند از:

✓ ورود جدی و مستمر وزارت جهاد کشاورزی به حوزه آموزش تولیدات صادرات محور با همکاری اتاق های بازرگانی، تعاون و اصناف کشور.

✓ افزایش تسهیلات دولتی برای نوسازی ماشین آلات خطوط برداشت، تولید، بسته بندی و ...

✓ اجتناب از صدور بخش نامه های یک شبه و اعمال ممنوعیت های صادراتی^{۱۹}

^{۱۹} - صادرکنندگان در بازارهای خارجی هزینه های بالایی را برای بازاریابی محصولات پرداخت کرده و تعهداتی را در برابر طرف های تجاری خود پذیرفته اند. با صدور بخشنامه های یک شبه و اعمال ممنوعیت های صادراتی، ضرر و آسیب هنگفتی متوجه صادرکنندگان و صادرات مواد غذایی و محصولات کشاورزی می شود.

- ✓ معرفی و تبیین صحیح و به موقع استانداردهای بهداشتی کشورهای هدف برای کشاورزان از سوی نهادهای متولی.
- ✓ توجه لازم به موضوع برندینگ در صنعت مواد غذایی.^{۲۰}
- ✓ ایجاد ارتباط و توسعه تعاملات نظام مند بین صنعت غذایی و کشاورزی با مجموعه های دانش بنیان کشور.
- ✓ اصلاح و بازبینی تعرفه های صادراتی مواد غذایی و محصولات کشاورزی.
- ✓ اجتناب از صادرات فله ای مواد غذایی و محصولات کشاورزی با ارتقاء صنایع تبدیلی و بهبود سورتینگ و بسته بندی.
- ✓ ارتقاء و تجهیز ناوگان حمل و نقل کشور متناسب با نیاز بخش صنایع غذایی و کشاورزی بخصوص تامین کانتینرهای یخچال دار.
- ✓ اعطاء یارانه به حمل و نقل صادرات مواد غذایی و محصولات کشاورزی.
- ✓ استفاده از شیوه های حمل مناسب با نوع محصول خصوصا در محصولات زود مصرف^۱ (FMCG).
- ✓ ایجاد دفاتر تخصصی در کشورهای هدف اولویت دار مانند عراق از سوی تشکل های صادراتی مربوطه با مدیریت و نظارت عالییه ای اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران به منظور مطالعه و تحلیل بازارهای هدف، کمک به انعقاد قراردادهای تجاری و ...
- ✓ تمهید انبارهای مناسب از سوی دولت یا تشکل های ذیربط در کشورهای هدف اولویت دار به منظور ذخیره و تامین به موقع نیاز بازار آن کشورها.
- ✓ افزایش تسهیلات اعطایی بانک ها برای تامین سرمایه در گردش صنایع غذایی و کشاورزی.
- ✓ حضور و مشارکت فعال و هدفمند شرکت های توانمند ایرانی در نمایشگاه های تخصصی مواد غذایی و کشاورزی کشورهای هدف.
- ✓ انجام تبلیغات رسانه ای و میدانی موثر در کشورهای هدف با حمایت های دولت و تشکلهای مربوطه.
- ✓ اعطای بسته ها و مشوق های صادراتی به صادرکنندگان موفق و نمونه کشور.

^{۲۰} - به عنوان مثال بهترین زعفران جهان در ایران تولید می شود، لیکن عدم برندسازی محصول موجب شده است تا اسپانیا با قیمت های بسیار پایین زعفران ایرانی را وارد نموده و پس از بسته بندی با برند خود، با ارزش افزوده بسیار بالاتر به دیگر کشورها صادر نماید.

^۱Fast Moving Consumer Goods

۸) جمع بندی

«مواد غذایی و محصولات کشاورزی»؛ به یقین یکی از مهمترین و موثرترین بخش کشور در تحقق راهبرد اقتصاد درونزا و برون‌گرا است. ظرفیت بالفعل کشور در تولید مواد غذایی و محصولات کشاورزی، ۱۲۵ میلیون تن در سال می باشد که این میزان تولید، ایران را در جمع ۱۰ کشور اول جهان قرار داده است. علیرغم رقم بالا و بسیار قابل توجه تولید ۱۲۵ میلیون تن، مع الاسف ایران در هیچ کدام از ۲۲ فصل مرتبط با مواد غذایی و محصولات کشاورزی در میان ۱۰ کشور اول صادر کننده جهان قرار ندارد. سهم فعلی کشور از بازار جهانی مواد غذایی و محصولات کشاورزی، ۵/۲ میلیارد دلار معادل ۰/۳ درصد می باشد که با احتساب ظرفیت بالفعل کشور، این سهم می تواند تا یک درصد از بازار جهانی یعنی ۱۸ میلیارد دلار افزایش یابد. دستیابی به صادرات ۱۸ میلیارد دلاری، بر اساس ظرفیت موجود و بالفعل (۱۲۵ میلیون تن) بوده و با لحاظ ظرفیت اسمی کشور که ۲۰۰ میلیون تن تولید در سال است، ایران می تواند سهم بیشتر از ۱/۵ درصد از بازار ۱/۸ تریلیون دلاری جهان را در مواد غذایی و محصولات کشاورزی در اختیار داشته باشد. به عبارت دیگر، بر اساس ظرفیت اسمی کشور، صادرات ایران در مواد غذایی و محصولات کشاورزی می تواند به ۲۵ میلیارد دلار یعنی ۵ برابر رقم فعلی افزایش یابد. «مشکلات ساختاری و نهادی»؛ مهمترین آسیب بخش غذایی و کشاورزی ایران عزیز است که استمرار وضعیت فعلی، خطر و تهدیدی جدی را متوجه امنیت و استقلال غذایی کشور می نماید. فقدان سند یا استراتژی ملی و عدم تحقق هدف گذاری های معین شده در برنامه های توسعه و چشم انداز، از نتایج وجود بحران در نهادها و ساختارهای بخش غذایی و کشاورزی کشور است. «تحول در ساختارها و نهادهای بخش غذایی و کشاورزی»، پیش شرط لازم برای طراحی و اجرای هر سند و برنامه در این بخش می باشد که انتظار می رود در دولت سیزدهم که خود را «دولت تحول گرا» معرفی نموده است، شاهد اهتمام ویژه به این موضوع و تحقق این مهم باشیم. گزارش حاضر، ضمن مطالعه‌ی بازار مواد غذایی و محصولات کشاورزی عراق (به عنوان یکی از کشورهای هدف تجاری)، جایگاه و وضعیت جهانی ایران در این بخش را نیز مورد توجه قرار داد تا از رهگذر بررسی و تحلیل دقیق آمار و ارقام، مشکلات و آسیب های موجود شناسایی شده، توصیه ها و راهکارهای لازم پیشنهاد و معرفی شوند.