



MINISTRY OF
AGRICULTURE

العراق استراتيجية التنمية المستدامة قطاع الطماطة (٢٠٢٢-٢٠٢٦)

«الطماطة العراقية التي نعتز بها هي
من منتجات عراقيين حريصين»





MINISTRY OF
AGRICULTURE

العراق

استراتيجية التنمية المستدامة

قطاع الطماعة

(٢٠٢٦-٢٠٢٢)

«الطماعة العراقية التي نعتز بها هي
من منتجات عراقيين حريصين»

شكر وعرفان

بإشراف من وزارتي الزراعة والتخطيط في الحكومة العراقية، وبدعم من مركز التجارة الدولية (ITC)، تم إعداد استراتيجية التنمية المستدامة لقطاع الطماعة في العراق ضمن مشروع تعزيز سلسلة القيمة للزراعة والأغذية الزراعية وتحسين السياسات التجارية في العراق (سافي SAAVI) الممول من الاتحاد الأوروبي بهدف دعم النمو والتنويع الاقتصادي وخلق فرص العمل وريادة الأعمال للشباب عبر إعداد الاستراتيجية وتشكيل تحالفات سلسلة القيمة وتنمية المهارات وإصلاح السياسات التجارية.

تعكس هذه الاستراتيجية طموحات أصحاب المصلحة في القطاعين العام والخاص، والذين حددوا التحسينات والتوجهات المستقبلية للقطاع. وقد اغتنت هذه الاستراتيجية بشكل خاص بالمدخلات والآراء التي قدمها أصحاب المصلحة في القطاع للإرشاد صياغتها، وهم:

المؤسسات
وزارة الزراعة
وزارة التخطيط
وزارة التجارة
اتحاد الجمعيات الفلاحية
غرفة التجارة العراقية
مكتب رئيس الوزراء العراقي
خلية ادارة الأصلاح
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جمعية المهندسين الزراعيين
اتحاد رجال الأعمال
المجموعة النسوية في اتحاد رجال الأعمال
مجلس نساء الأعمال في اتحاد غرف التجارة
كلية الهندسة الزراعية
كلية العلوم الهندسية الزراعية
نقابة المهندسين الزراعيين العراقيين

كما وردت اقتراحات ومساهمات أخرى قيمة في مراحل مختلفة من المشروع من شركاء التنمية، لا سيما أصحاب مبادرات إجراءات الاتحاد الأوروبي الخاصة بالعراق كمنظمة الأغذية والزراعة ومنظمة العمل الدولية والجمعية الألمانية للتعاون الدولي والمنظمة الدولية للهجرة واليونسكو والمجلس النرويجي للهجرة والمنظمة الدولية للتنمية والإغاثة وشركة استشاريو البحث المتعددي التخصصات id:rc وشركاء آخرين،

علماً أن الفريق المعني التابع لمركز التجارة الدولية قد وفر اللازم من التيسير الفني والتوجيه والدعم لعملية إعداد هذه الاستراتيجية.

المنظمة	الوظيفة	الأسماء
مركز التجارة الدولية	مديرة بحوث واستراتيجيات التصدير	بربارا أوليفيرا راموس
مركز التجارة الدولية	رئيس برنامج استراتيجيات التطوير التجاري	أنطون سعيد
مركز التجارة الدولية	رئيس برنامج مشروع سامي	أريك بوشوت
مركز التجارة الدولية	منسق مساعد	كي فونغ نوين
مركز التجارة الدولية	مسؤولة برنامج	كارلا سوليس
مركز التجارة الدولية	مستشار مساعد	ديريك كارينجي
الفريق المحلي لمركز التجارة الدولية		
مركز التجارة الدولية	المنسق قطري	محمد الناصري
مركز التجارة الدولية	نائب المنسق القطري وخبير سلسلة القيمة	زهراء وتوت

اختصارات

ما لم يُنص على خلاف ذلك، فإن جميع الإشارات إلى الدولار (\$) تشير إلى دولارات الولايات المتحدة (USD) وجميع الإشارات إلى الأطنان تشير إلى الأطنان المترية.

الجهاز المركزي للتقييس و السيطرة النوعية و ضبط الجودة	COSQC
منظمة الأغذية و الزراعة	FAO
الجمعية الألمانية للتعاون الدولي	GIZ
المنظمة الدولية للهجرة	IOM
مركز التجارة الدولية	ITC
وزارة الزراعة	MoA
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي	MoHESR
وزارة الصناعة و المعادن	MoIM
وزارة التخطيط	MoP
وزارة التجارة	MoT
وزارة الشباب و الرياضة	MoYS
المشاريع الصغيرة و المتوسطة	MSMEs
المنظمات الغير حكومية	NGO
خطة العمل	PoA
تعزيز سلاسل القيمة للزراعة و الأغذية الزراعية و تحسين السياسات التجارية	SAAVI
منظمة الأمم المتحدة للعلم و الثقافة	UNESCO
برنامج الأغذية العالمي	WFP
منظمة التجارة العالمي	WTO



مقدمة من
**معالي السيد محمد كريم
 الخفاجي**
 وزير الزراعة

ان الهوية للعراق زراعية بما يمتلكه من موارد طبيعية وبشرية وموارد مائية وتتركز بجهود وزارة الزراعة ومن خلال الدعم الحكومي وأيضا جهود شركائنا الدوليين وخاصة في مشروع SAAVI الهادف الى تعزيز سلاسل القيمة للمنتجات الزراعية (قطاع الدواجن) وتحسين السياسات التجارية وأيضا تنشيط وتطوير الصناعات الزراعية التمويلية (التصنيع الغذائي) والتسويق الزراعي من اجل تنمية قطاع زراعي مستدام في العراق.



مقدمة من
**الدكتور مهدي سمر
 الجبوري**
 وكيل وزير الزراعة

يعد قطاع الطماطم من القطاعات الزراعية الواعدة في العراق بما يمتلكه من قدرة تنافسية كبيرة تترافق مع تزايد الطلب على منتجات محصول الطماطم المختلفة.

تم تسخير كل الجهود لإنجاح تنفيذ استراتيجية التنمية المستدامة قطاع الطماطم مع شركائنا المحليين إضافة الى شركائنا الدوليين في مشروع SAAVI والتابع الى مركز التجارة الدولية ITC والممول من الاتحاد الأوروبي.



مقدمة من

حسن نصيف التميمي رئيس الاتحاد العام للجمعيات الفلاحية و التعاونية في العراق

الاستراتيجية هي مهمة في تطوير الواقع الزراعي ولاسيما القطاع الخاص في المجالين الإنتاجي والتسويقي اللذان يعانيان من نقص في بناء القدرات البشرية وارتفاع في كلف الإنتاج والتسويق وانخفاض في وحدات الإنتاج بالإضافة الى ضعف في استخدام المكننة وتقانات الزراعية والري الحديث اذ نبارك لكم ذلك المشروع الحيوي ونشد على ايديكم في تنفيذه ولكم فائق تقديرنا.



مقدمة من

اعداد رئيس اتحاد الغرف التجارية في العراق السيد عبد الرزاق الزهيري

في الوقت الذي يعمل فيه اتحاد الغرف التجارية العراقية (FICC) على ادارة و تطوير النشاط التجاري وفق اختصاصه و تحسين و تعزيز دوره في عملية تطوير العراق الجديد. كذلك يعمل على رفع المستوى المهني و خلق الفرص الاستثمارية التي يطمع لها العراق و ذلك بأن يأخذ القطاع الخاص دوره الحقيقي في عملية الاندماج في الاقتصاد العالمي، و بما ان هذا النشاط يتناسب مع دور مركز التجارة الدولية (ITC) في النمو و التنمية الشاملة و المستدامة، يسرنا و بفتنا رئيس اتحاد الغرف التجارية العراقية ان نقدم جزيل الشكر لمركز التجارة الدولية على وضع استراتيجية التنمية المستدامة للطماطم في العراق (٢٠٢٢ - ٢٠٢٦) و استراتيجية التنمية المستدامة للدواجن في العراق (٢٠٢٢ - ٢٠٢٦) و ان الاتحاد مستعد ان يبذل اقصى الجهود بالتعاون مع لمركز التجارة الدولية لتحقيق هذه الاهداف.



مقدمة من

إعداد بعثة الاتحاد الأوروبي السفير فيل فارجولا

تتمتع قطاعات الزراعة والأغذية الزراعية في العراق بالقدرة على المساهمة في النمو الاقتصادي والتنوع ، وخلق فرص العمل ، وتعزيز الاستدامة والقدرة على الصمود. يتخذ الاتحاد الأوروبي إجراءات ملموسة للمساهمة في تنفيذ استراتيجية الطهاطم من خلال دعم برنامج تطوير الأعمال الغذائية الزراعية للعراق وسيواصل العمل عن كثب مع الحكومة نحو اقتصاد عراقي أكثر تنافسية وتنوعاً مما يمكن أن يؤدي الى زيادة الدخل و فرص العمل للشعب العراقي.



مقدمة من إيرينا فوياشكوف-سولورانو منسق الأمم المتحدة المقيم / منسق الشؤون الإنسانية

يسعدني أن أشارككم استراتيجيات التنمية المستدامة لقطاعي الطماطم والدواجن. هذه الوثائق هي نتاج عملية استشارية للغاية ومراجعة الأقران بقيادة حكومة العراق بدعم فني من مركز التجارة الدولية من خلال مشروع SAAVI الممول من الاتحاد الأوروبي. الاستراتيجية هي الأساس لخطة عمل منسقة للسنوات الخمس القادمة بالإضافة إلى توفير خارطة طريق مشتركة وإطار عمل للتعاون الأمثل لجميع الشركاء تحت قيادة الحكومة العراقية. بحلول عام ٢٠٢٥ ،

من المتوقع أن يصل إجمالي الطلب السنوي على منتجات الدواجن في العراق إلى ١,٣ مليار دولار تقريباً ، بينما وفقاً لتقديرات مركز التجارة الدولية ، تعتبر الطماطم الطازجة من منتجات الخضر الأعلى طلب استيراد متوقع (١٨٣ مليون دولار) في حين أن الطلب على الطماطم المحضرة أعلى من ذلك (٢٩١ مليون دولار).

سيطلب هذا النمو في الإنتاج الزراعي أعمال سلسلة إمداد صغيرة مستدامة، مما سيحقق نجاحاً أكبر في الأسواق المحلية. بمجرد إنشاء سلسلة التوريد هذه للشركات الخاصة الصغيرة ستكون قادرة في نفس الوقت على خدمة سوق التصدير.

الهدف النهائي هو خلق الوظائف وتوفير الفرص لريادة الأعمال التنافسية والمستدامة وأنا واثق من أن تطوير هاتين الاستراتيجيتين هو عنصر أساسي في المضي قدماً.

إيرينا فوياشكوف-سولورانو
منسق الأمم المتحدة المقيم / منسق الشؤون الإنسانية



مقدمة من استراتيجية التنمية المستدامة لقطاع الدواجن في العراق

بامبلا كوك-هاملتون، المديرية التنفيذية: مركز التجارة الدولية

تمثل استراتيجية التنمية المستدامة لقطاع الطماطة في العراق بوصلة للحكومة والقطاع الخاص وشركاء التنمية من أجل تحسين القدرة التنافسية للمزارعين والمشاريع الصغيرة والمتوسطة، وتعزيز وتأسيس غذائية مرنة ومستدامة، ونمو شامل وتوليد فرص عمل للعراقيين.

ثمة طلب متزايد على الطماطم العراقية ومنتجاتها، لا سيما في السوق المحلية، حيث يفضل المستهلكون المنتجات المحلية المنشأ. كما توجد فرص لتحقيق أرباح مرتبطة بالقيمة المضافة للمنتجات. وهذه أمور جيدة، لأن سلاسل القيمة للزراعة والأغذية الزراعية تمتلك القدرة على جذب استثمارات القطاع الخاص والمساهمة في تمكين المرأة والشباب.

ومع ذلك، ولتحقيق هذه الفرص، يتطلب القطاع جهوداً منظمة ومنسقة لاعتماد منهجيات جديدة للإنتاج وإضافة القيمة، فضلاً عن تلبية متطلبات المستهلكين من حيث السلامة والجودة الغذائية.

يسر مركز التجارة الدولية دعم هذه الجهود وتقديم الدعم الفني في تصميم استراتيجية التنمية المستدامة لقطاع الطماطم في سياق تعزيز سلاسل القيمة للزراعة والأغذية الزراعية وتحسين السياسات التجارية في العراق (مشروع سافي).

لا بد أن تنبثق الاستراتيجية عن عملية شاملة، لأنها نتاج مشاورات مكثفة جمعت حوالي ٤٠٠ من قادة الصناعات العراقية وأصحاب المشاريع الصغيرة والمزارعين ومسؤولي القطاع العام. ومن خلال الحوار البناء، اتفق أصحاب المصلحة الرئيسيون هؤلاء على أولويات واقعية لتطوير القطاع، وشخصوا التحديات التي تعيق قدرته التنافسية، وتوصلوا إلى خطة رصينة لترجمة الاستراتيجية إلى عمل.

تستند الاستراتيجية أيضاً إلى تقييمات فنية سليمة شملت استقصائيات لتنافسية المزارعين والشركات وأبحاث غير مسبقة للسوق المحلي. والأهم من ذلك، أنها متسقة وداعمة لأطر التخطيط التي تبشرها الحكومة العراقية.

تعطي هذه الاستراتيجية رؤية واضحة موجهة نحو السوق، وإطار للعمل التعاوني وخطوات ملموسة من خلال توصيات عملية وواقعية. لكنها ليست سوى الخطوة الأولى. وكما يقال: الاستراتيجية الجيدة هي ما يُنفذ وتعطي نتائج. إننا في مركز التجارة الدولية ممتنون للاتحاد الأوروبي لدعمه المالي السخي لوضع هذه الاستراتيجية، وخاصة لتنفيذ عناصرها المهمة، حتى يتمكن العراق وشعبه من تعظيم إمكانات التنمية في قطاعه الزراعي.

المحتويات

٣	شكر وعرفان
٤	مقدمة من إعداد وزير الزراعة
٥	مقدمة من إعداد وزير التخطيط
٦	مقدمة من إعداد وزير التجارة
٧	مقدمة من إعداد ممثل القطاع الخاص
٨	مقدمة من إعداد بعثة الاتحاد الأوروبي
٩	مقدمة من إعداد مركز التجارة الدولية
١٥	مُلخّص تنفيذي
١٩	فرص تنمية قطاع الطماطة: قطاع واعد يمتلك فرصة ممتازة للانتفاع من تزايد الطلب المحلي
٢٠	السوق: متطلبات وفرص غير مستغلة
٢٧	ملاحق القطاع وخريطة سلسلة القيمة فيه: قطاع يتعافى وأمامه فرصة للنمو
٢٨	المشهد الحالي لسلسلة القيمة والعمليات: جوانب العرض التي يتفرد بها العراق في إنتاج الطماطة
٢٨	الإنتاج
٣٠	المعالجة والتصنيع
٣٠	التسويق والتوزيع
٣١	خريطة سلسلة القيمة
٣١	الأطر المؤسسية والإجرائية
٣٣	تشخيص تنافسية سلسلة القيمة: التعامل مع الأولويات من منظور أصحاب المصلحة
٣٤	التنافسية والإنتاجية والاستدامة في الزراعة
٣٥	تدني المخرجات الممكنة نتيجة انخفاض كثافة رأس المال في إنتاج الطماطة
٣٦	قصور نمو الإنتاجية نتيجة الفجوات المهارية وإخفاقات برامج التدريب
٣٧	قلة المدخلات الجيدة المستخدمة في إنتاج الطماطة
٣٨	غياب التكامل في سلسلة القيمة نتيجة لغياب أو ضعف التنسيق بين جمعيات الفلاحين والتجار
٣٨	ضعف الإجراءات المتخذة في إدارة الموارد المائية والتكيف للتغير المناخي

٣٩	بيئة الأعمال وتنمية سلسلة القيمة
٤٠	تأثر تطبيق التدخلات الكفوءة لتنمية القطاع بالفجوات والقصور في الدعم المؤسسي
٤١	ضعف خلق بيئة الأعمال ونمو القطاع نتيجة ضعف تنمية مهارات الأعمال وريادة المشاريع
٤١	عدم ارتفاع عمليات القطاع نتيجة ضعف قدرات استخدام التكنولوجيا
٤٢	غياب إسهامات المرأة في القطاع نتيجة حرمانها من فرص العمل وريادة الأعمال
٤٢	ضعف وقصور الاستثمار والابتكار والتنافسية نتيجة عوائق السياسات أمام عمليات الأعمال
	غياب ارتفاع قدرات الإنتاج والتصنيع وشحة فرص اعتماد التكنولوجيات الذكية مناخيا
٤٣	نتيجة ندرة الخدمات المالية
٤٣	روابط السوق المحلية والعالمية
٤٤	تعثر تحسين جودة منتجات الطماعة نتيجة لضعف القدرات
٤٥	قصور الترويج للمنتج العراقي نتيجة لضعف أو قصور أو غياب قدرات التعبئة والتغليف
٤٦	تعثر نمو قطاع الطماعة نتيجة لضعف الروابط داخل سلسلة القيمة
٤٧	عجز المنتجين العراقيين عن تكوين روابط بالمشتريين نتيجة ضعف الدعم داخل السوق
٤٨	الطريق إلى الأمام: مسار نحو قطاع قوي وشامل ومرن
٤٩	ترقية فرص السوق والمنتجات في الأسواق المحلية
٥٠	الاستراتيجية: الرؤية والأهداف
٥١	إدارة تنفيذ الاستراتيجية
٥٥	اللجنة التوجيهية الخاصة بالقطاع
٥٧	السكرتارية التنفيذية
٥٩	خطة العمل



ملحوظة للقارئ



المصدر : ITC

في المجالات المتعلقة بخلق فرص العمل والتنويع الاقتصادي والتنمية الزراعية والاستثمار وتمكين المرأة والشباب اقتصادياً.

وبنفس القدر من الأهمية، تستوعب ميزانية استراتيجية مشروع سافي بالفعل دعم تنفيذ النشاطات التجريبية المهمة التي تم تحديدها أثناء عملية التصميم. وسيضمن ذلك إحداث التأثير والزخم المراد عند الانطلاق وسيقدم المزيد من تحشيد الموارد وبناء الثقة.

قامت عملية إعداد استراتيجية الطماعة في العراق على الأسلوب التشاركي حيث ساهم أكثر من ٣٦٠ من قادة الصناعات العراقية وأصحاب المشاريع الصغيرة والفلاحين وممثلين عن القطاع العام، بعقد جلسات تشاورية عديدة للتوصل إلى إجماع بشأن قضايا القدرة التنافسية للقطاع وترتيب النشاطات وفق الأولوية. وقد أقيمت الجلسات التشاورية هذه في مناطق مختلفة من العراق كالموصل وإقليم كردستان العراق وبغداد وذي قار وبمشاركة أصحاب المصلحة في أكثر من ١٧ قضاء.

وبالإضافة إلى البحث والتحليل المعمق لسلسلة القيمة، تم اكمال المشاورات واغنائها بما يلي:

- مسوحات لأراء أكثر من ٦٠٠ شركة وفلاح بالاستفادة من مسح القدرة التنافسية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة الذي أجراه مركز التجارة الدولية للتعرف على تفاصيل عملياتهم وآرائهم بشأن بيئة الأعمال.
- الملاحظات الميدانية وزيارات المصانع حيث تم تقييم سلسلة التجهيز للتعرف على جوانب أساسية كإجراءات الجودة والمهارات الفنية والإدارة الرشيقة وجودة المواد الخام ودخول السوق، إلخ.
- مقابلة أكثر من ٢٥٠٠ مستهلك عراقي وجهات فاعلة في السوق للتعرف على رؤاهم الاستراتيجية وجمع معلومات عن السوق ومعرفة متطلبات المشتري من حيث معايير الجودة وسلامة الأغذية والتعبئة ودورات الشراء وقنوات التوزيع والأسعار، إلخ.
- اجتماعات تنسيقية مع المانحين لتحديد أوجه التكامل مع المبادرات الجارية/والمعدة لشركاء التنمية لتحقيق التعاون النهائي أثناء مرحلة التنفيذ.

من الناحية المعنوية والعملية: تتسق هذه الاستراتيجية مع الخطط والسياسات القطرية والقطاعية القائمة،

وتستند إلى المبادرات الجارية التي ينفذها شركاء التنمية كمنظمة الأغذية والزراعة (FAO) ومنظمة العمل الدولية (ILO) والمنظمة الدولية للهجرة (IOM) والوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ) واليونسكو.



ملخص تنفيذي

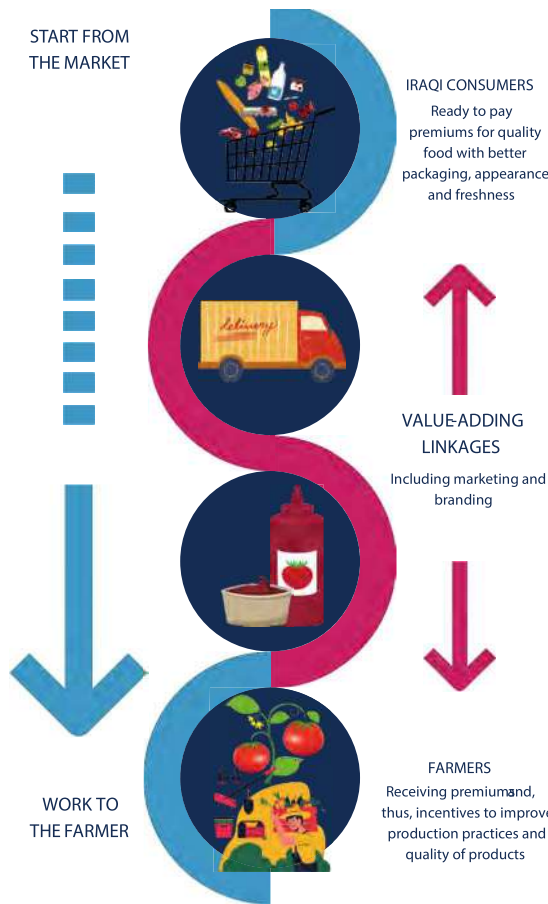
فرص العمل وريادة الأعمال للمرأة والشباب مما يؤدي في النهاية إلى تعزيز الاستقرار الوطني.

يعد تعزيز القدرة التنافسية مقارنة بمنتجات الطماطة المستوردة أمراً بالغ الأهمية لتحقيق الطاقات الكاملة لهذا القطاع. يتطلب ذلك معالجة مقيدات عنصر العرض وإدارة التكاليف واستعادة ثقة المستهلك بالمنتج المحلي عبر تحسين الجودة في التعبئة والتغليف والمظهر والنضارة. بمعنى آخر، يجب أن تيسر استراتيجيات التسويق والعلامات التجارية جنباً إلى جنب مع قدرة الإنتاج والجودة لتحقيق نتائج ملموسة في العراق.

بدأت زراعة الطماطة في العراق حوالي منتصف القرن الثامن عشر، ثم أصبحت اليوم عنصراً غذائياً أساسياً في حياة العراقيين اليومية. وبحسب ظروف النمو المواتية في جنوب وشمال القطر، وخبرة المنتجين المحليين الطويلة، نما قطاع الطماطة ليصبح مساهماً رئيسياً في الاقتصاد الزراعي والغذائي العراقي. يتمتع العراق بقدرة نادرة على إنتاج طماطة صحية وعالية الجودة لسد الطلب المحلي طوال العام لأن زراعتها تنتقل من منطقة إنتاج إلى أخرى.

تعد الطماطة الطازجة المحصول الزراعي الأعلى في قائمة السلع التي يستوردها العراق (١٨٣ مليون دولار أميركي) وبارتفاع كبير في الطلب على منتجات الطماطة المصنعة (٢٩١ مليون دولار أميركي). كما تستخدم الطماطة في منتجات جاهزة أخرى. ورغم أن منتجات الطماطة المصنعة كالمعجون والكاتشب والصوص مطلوبة بقوة، إلا أن المستورد من دول الجوار يستحوذ حالياً على معظم السوق. وهذا يمثل فرصة تنتظر الاستثمار حيث يمكن خلق عشرات الآلاف من فرص العمل في السوق المحلي لهذا القطاع. في الوقت نفسه، أظهرت بحوث مركز التجارة الدولية أن أكثر من ٩٠٪ من المستهلكين العراقيين يفضلون شراء المنتجات المحلية على المستوردة الرخيصة إذا كانت تلبى توقعاتهم.

ونتيجة لذلك، فإن التوسع الإضافي في الإنتاج والتصنيع والنشاطات ذات الصلة في هذا القطاع يمكن أن تدعم النمو المستدام بيئياً والشامل اجتماعياً. ترتب هذه الاستراتيجية أولويات تحول القطاع مع التركيز على خلق



المصدر : ITC

Tomato products with highest projected demand by 2025



\$291 million prepared tomatoes

\$183 million fresh tomatoes

\$18 million processed food products, such as soups and broth

المصدر : ITC



تعزيز القدرة التنافسية في زراعة الطماطة من خلال النشاطات المتعلقة بتحسين إنتاجية وربحية المزرعة عبر برامج التدريب الموجهة ودعم توفير المدخلات والمعدات المحسنة بأسعار معقولة وتشجيع تكييف الإنتاج لمتطلبات السوق الفعلية وتعزيز التنظيم والتعاون في القطاع وقدرات إدارة المخاطر المناخية وتطوير سلسلة القيمة الشاملة التي تراعي المساواة في النوع الاجتماعي.

تفعيل نظام تسويق كفوء وبيئة أعمال داعمة للفلاح والشركات في قطاع الطماطة من خلال النشاطات المتعلقة ببناء القدرات لدعم تطوير سلسلة القيمة وإدارة تنفيذ الاستراتيجية وبناء الوعي بفرص ريادة الأعمال ومهارات الأعمال وتشجيع إطلاق مشاريع جديدة (خاصة للشباب)، وتذليل العوائق القانونية والتنظيمية التي تعترض تطوير سلاسل القيمة وتحسين توفر التمويل والاستثمار لأصحاب المصلحة في القطاع.

تطوير قدرات الفلاحين والشركات لاغتنام الفرص الجديدة في قطاعات السوق ذات الإمكانات العالية والمشاركة في نشاطات إضافة القيمة كالتصنيع وتعزيز الجودة وتقوية المؤسسات في إدارة الجودة ودعم الابتكار عبر توفير الاستثمار وتنمية المهارات وتطوير الاتصالات والتحالفات التجارية المؤثرة عبر سلسلة القيمة بقطاع الطماطة. هذا ويبين الشكل التالي نظرية التغيير التي تتبناها الاستراتيجية (الشكل 1).

- والأهم من ذلك، لا بد أن يتعاون أصحاب المصلحة في سلسلة القيمة معاً لمواجهة التحديات التي تواجه قدرة المزارعين والشركات على التنافس مع السلع المستوردة ودخول الأسواق والتكيف مع الظروف المتغيرة. إن مقيدات التنافسية المتعلقة باستخدام المدخلات والمعدات والمهارات والسياسات وتكامل سلسلة القيمة ووفرة

- معلومات السوق وإدارة الجودة وتنظيم القطاع والدعم المؤسسي والاستثمار في التكيف للتغير المناخي وتوفير الخدمات المالية وريادة الأعمال واستخدام التكنولوجيا والتمكين الاقتصادي للمرأة، تعيق تنمية هذا القطاع.

- تهدف هذه الاستراتيجية إلى تذليل هذه التحديات واغتنام فرص منتجات الطماطة في السوق المحلي، فقد قاد شعار «الطماطة العراقية التي تحبون من منتجين حريصين» إلى صياغة هدف القطاع المتمثل بـ «التنمية الشاملة والمرحة لقطاع الطماطة العراقي واكتساب القدرة على توفير منتجات صحية للمستهلك العراقي وبأسعار في متناول الجميع». ويتحقق ذلك من خلال ثلاثة أهداف إستراتيجية:

الشكل ١: نظرية التغيير

قطاع الطماطة (تعديل تشرين الثاني)





فرص تنمية قطاع الطماعة: قطاع واعد يمتلك فرصة ممتازة للانتفاع من تزايد الطلب المحلي

إن تنمية سلسلة القيمة للزراعة والأغذية الزراعية يعزز القدرة على المساهمة في النمو والتنويع الاقتصادي وخلق فرص العمل والحد من الفقر في الريف العراقي بوجه خاص. تقوم الطاقات الحالية للقطاع الزراعي، باعتبارها محرك للمرونة الاقتصادية والتنويع الاقتصادي، على قدرة القطاع على جذب الاستثمارات الخاصة وخلق فرص العمل.

لقد انتعش استثمار القطاع الخاص بشكل أسرع من استثمارات القطاع العام بعد انخفاضه عام ٢٠١٤، من ١١٢ مليون دولار أمريكي عام ٢٠١٦ إلى ٥٠٣ مليون دولار أمريكي عام ٢٠١٧. كما يمكن أن يساهم تطوير القطاع في تعزيز الأمن الغذائي ووفرة الغذاء في العراق (المربع ١).

المربع ١: تحسين الأمن الغذائي في العراق

بالإضافة إلى المساهمة في أهداف التنمية الاقتصادية مثل خلق فرص العمل، تُحدث النظم الزراعية التنافسية فرقاً كبيراً في تعزيز الأمن الغذائي - ويُقاس من حيث توفر الغذاء للأفراد بشكل آمن ومفيد.

تعتبر هذه منفعة مهمة بشكل خاص في العراق الذي يواجه تحديات كبيرة تتعلق بالأمن الغذائي، حيث يعاني البلد من نقص مرتفع نسبياً في الغذاء بالمقارنة مع البلدان الأخرى في منطقته أو فئة الدخل التي ينتمي إليها. وقد ساء الوضع حين قفز نقص الغذاء لدى السكان من ٢٤,٩٪ عام ٢٠٠٨ إلى ٣٦,٧٪ عام ٢٠١١ و٣٧,٥٪ عام ٢٠١٩، أي ثلاثة أضعاف ونصف المعدل لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ومرتين ونصف عن المتوسط في البلدان ذات الدخل المتوسط الأعلى.

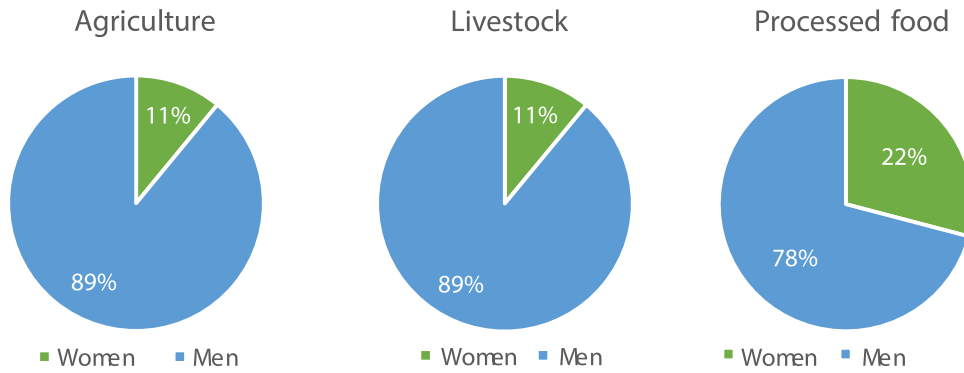
يحظى الأمن الغذائي بالأولوية في التخطيط التنموي في العراق، رغم أنه يُناقش عادة من منظور تعزيز الاكتفاء الذاتي. يعتبر تحقيق الأمن الغذائي هدفاً لقطاع الزراعة والمياه في خطة التنمية الوطنية ٢٠١٨-٢٠٢٢، وفي ٢٠٢٠، أطلقت وزارة التخطيط المشروع الوطني للأمن الغذائي في العراق (٢٠٢٠-٢٠٢٢).

ولدعم تحسين القدرة التنافسية وتوسيع الإنتاج وتعزيز روابط السوق المحلية، تدعم استراتيجية قطاع الطماعة واستراتيجية قطاع الدواجن أيضاً الوفرة المادية والاجتماعية والاقتصادية للغذاء لتحقيق الأمن الغذائي للسكان. ويشمل تعزيز الإنتاجية والقدرة التنافسية خفض تكاليف الإنتاج وتحسين جودة المنتجات وتقليل الهدر لتحقيق خفض في الأسعار لصالح المستهلك مع ضمان سلامة وجودة الغذاء المعروض. يمتلك العراق طاقات هائلة لتوسيع الإنتاج وزيادة غلة الفلاح من خلال تحسين وفرة المعارف والأصناف المحسنة ومدخلات الجودة ومعلومات السوق والاتصالات. أخيراً، ستساعد الروابط المعززة مع السوق على ضمان توفير الغذاء في كل مناطق القطر.

تبلغ نسبة النساء في الوظائف المباشرة الجديدة ٢٢٪، وهي أعلى نسبة في مجال تصنيع الأغذية، وضعف نسبة مشاركة المرأة في الزراعة والثروة الحيوانية. ومع ذلك، فإن الأثر الإجمالي لزيادة إنتاج الأغذية المصنعة على توظيف النساء يضعف بسبب انخفاض حصة عمالة الإناث في القطاعات التي تنتشأ فيها الوظائف غير المباشرة والمصاحبة (الشكل ٢). لقد أكدت بحوث أخرى قدرات إنتاج الطماعة في العراق كبحوث البنك الدولي رغم أن التحليل ركز فقط على خلق فرص العمل المباشرة.

وفقاً لبحث حديث أجراه مركز التجارة الدولية، يمكن خلق أكثر من ١٧٠,٠٠٠ فرصة عمل إضافية في العراق بحلول عام ٢٠٣٠ بمعدل نمو معتدل في الإنتاج الزراعي بنسبة ٠,٣٪ سنوياً، وهذا يشمل الوظائف غير المباشرة التي تتوفر ضمن سلسلة القيمة نفسها من خلال استخدام المدخلات المحلية كالأسمدة والكهرباء والمياه وفرص العمل الوظائف المصاحبة التي تنشأ في الاقتصاد ككل من خلال زيادة الطلب، حيث يزيد العاملون الجدد من استهلاكهم بشكل عام.

الشكل ٢ : حصتي الذكور والإناث في فرص العمل المباشرة حسب القطاع



المصدر : ITC

جديدة إلى السوق، لا سيما في متاجر السوبر ماركت الرائجة التي تكثر في العراق. يعد إنتاج الطماعة وتصنيعها من النشاطات الواعدة من منظور النوع الاجتماعي بسبب فرص مشاركة المرأة وتمكينها اقتصادياً، إلى جانب إمكانية تنمية القطاع بطريقة مستدامة بيئياً.

هناك مجال واسع لتوسيع نشاطات إنتاج وتصنيع الطماعة بالنظر إلى ارتفاع الطلب المحلي. يستورد العراق منتجات الطماعة المصنعة بقيمة ٢٢٣ مليون دولار أمريكي سنوياً، لأن معجون الطماعة عنصر أساسي من عناصر المطبخ العراقي. يستطيع إنتاج الطماعة محلياً إضافة قيمة خاصة إذا تم اعتماد تقنية جديدة لتحسين الجودة وإدخال أصناف

السوق: متطلبات وفرص غير مستغلة

من المنتجات الغذائية المصنعة الأخرى كالحساء والمرق (طلب على المستورد بقيمة ١٨ مليون دولار أمريكي) والكاتشب والاصاص (١٨ مليون دولار أمريكي). بشكل عام، من المتوقع أن يبلغ الطلب على المنتجات الزراعية حوالي ٥,٦ مليار دولار أمريكي (٢,٣ مليار دولار أمريكي للحيوانات والمنتجات الحيوانية، و١,٧ مليار دولار أمريكي للمنتجات الزراعية، و١,١ مليار دولار أمريكي للأغذية المصنعة، و٠,٠ مليار دولار أمريكي للمنتجات الأخرى)، وبالتالي هناك طاقات كبيرة غير مستغلة في هذا القطاع.

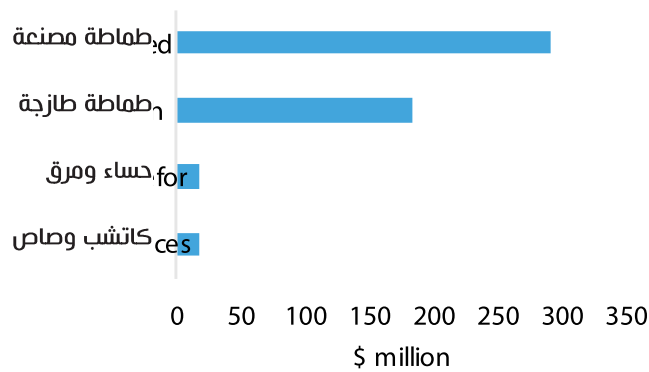
يتطلب تحقيق الإمكانيات الكبيرة في قطاع الطماعة في العراق اعتماد طرق جديدة في الإنتاج وإضافة القيمة وعلاقات بالأسواق. وهذه الأمور كلها تتطلب معرفة لفهم أداء السوق المحلي وتوقعات المستهلك. إن الطماعة الطازجة هي المنتج الزراعي الذي يتمتع بأعلى طلب متوقع في العراق، حيث يُقدر بحوالي ١٨٣ مليون دولار أمريكي بحلول عام ٢٠٢٥. كما إن الطلب على الطماعة المصنعة أكبر حيث يُقدر بحوالي ٢٩١ مليون دولار أمريكي، وتستخدم الطماعة أيضاً كمداخلات في العديد

فرص تطوير قطاع الطماطم: قطاع واعد في وضع جيد للاستفادة من ارتفاع الطلب المحلي

وهذا يمثل فرصاً هائلة لصناعة الطماطة العراقية، ولكن في مستويات الطلب الحالية، لا يبادر منتجو الطماطة العراقيين لاستغلال الطاقات الكاملة في السوق المحلية، علماً أن السوق العراقي متخم بمنتجات الطماطة المستوردة من البلدان المجاورة في الغالب. يبلغ حجم الاستيراد إلى العراق الاتحادي حوالي ١٠٪ من حجم الإنتاج، أما حجم الاستيراد إلى إقليم كردستان

فببلغ ١٢٠٪. يقوم التجار بتوفير السلع المستوردة التي تصل إلى الأسواق النهائية. وإجمالاً، بلغت واردات الطماطة عام ٢٠١٩ حوالي ١٤٥ ألف طن. وعلى افتراض دقة النسب المذكورة، هناك اعتماد كبير على السلع المستوردة في إقليم كردستان العراق، ولا بد من تسليط الضوء على الطاقات الإنتاجية الإضافية لدى الإقليم ومناطق أخرى من العراق للمساهمة في سد الفجوة على الصعيد القطر والإقليم.

الشكل ٣: الطلب الكلي المتوقع على منتجات الطماطة حتى عام ٢٠٢٥



المصدر: ITC

إن انخفاض تكاليف الإنتاج في البلدان المجاورة يؤدي إلى تنامي الاستيراد من هذه البلدان الذي يمثل معظم المعروض في العراق. وفقاً لإحصاءات منظمة الأغذية والزراعة، شكل الإنتاج المحلي من الطماطة ومنتجاتها ٢٥,٢٪ من العرض المحلي عام ٢٠١٧، وهو آخر عام تتوفر عنه بيانات. كما بلغ إجمالي استيراد الطماطة ٦٧,٨ مليون دولار أميركي عام ٢٠١٩ وفقاً للبيانات التحليلية (الشكلان ٤ و ٥). وقد بلغ إجمالي استيراد الخضروات ٤٩,٦ مليون دولار أميركي عام ٢٠١٩ وفقاً للبيانات التحليلية أيضاً. لقد تم استخدام السياسات التجارية كوسيلة لحماية الإنتاج المحلي عبر حظر الاستيراد المطبق في إقليم كردستان العراق وفي باقي أنحاء البلاد على سبيل المثال.

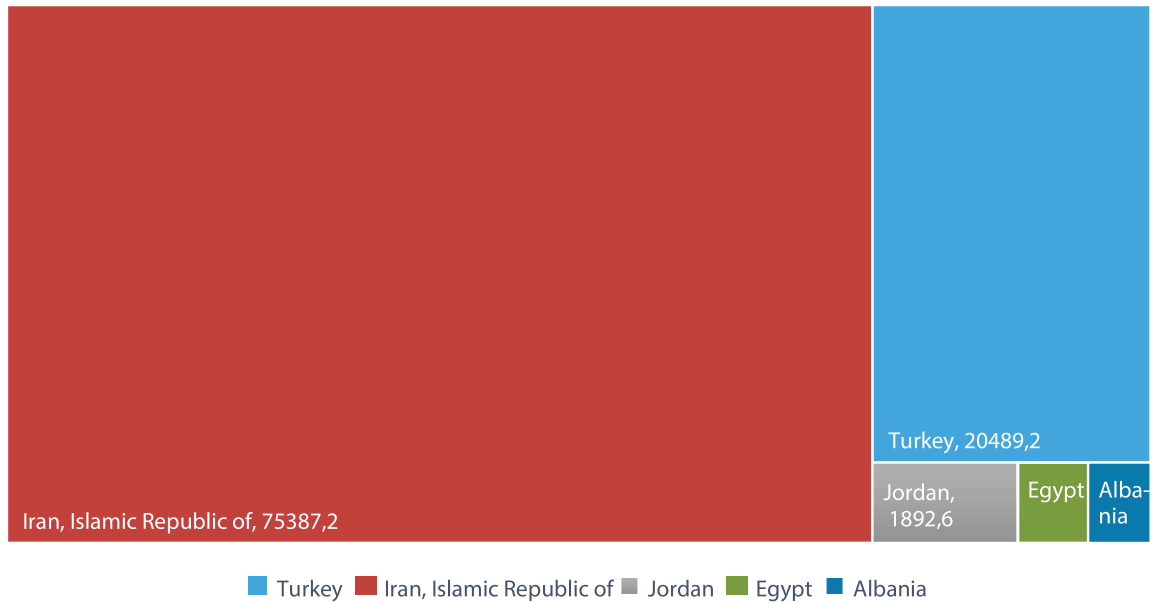
من المعروف أن القدرة التنافسية للمنتجات المستوردة تجعل من السياسات التجارية أداة جذابة تستخدم في دعم الإنتاج المحلي. يلقي العديد من العراقيين، بمن فيهم صغار المنتجين الزراعيين، باللوم على المنتجات المدعومة المنافسة والمستوردة من تركيا وإيران للصعوبة التي يواجهها الفلاح العراقي في بيع منتجاته. كانت الطماطة من بين ٢٩ منتجاً زراعياً فرضت وزارة الزراعة حظراً على استيرادها في أيلول ٢٠٢٠، علماً أن العرض المحلي كان كافياً لتلبية الطلب في العراق.

تعتبر منتجات الطماطة المصنعة كالمعجون والكاشب والمصاص منتجات شائعة، ولكن الكثير من هذه المنتجات مستوردة من خارج العراق.

ويرجع ذلك إلى حد كبير إلى الافتقار إلى المصانع في العراق، فضلاً عن منافسة المنتجات المستوردة من إيران والدول المجاورة الأخرى. قد يكون المعروض من الطماطة العراقية لا يكفي أيضاً لتلبية طلب المصانع، حيث يتطلب إنتاج المعجون والمصاص كميات كبيرة من الطماطة الطازجة بأصناف معينة (مثل الطماطة ذات المحتوى المائي المنخفض)، والتي لا تتوفر دائماً محلياً.

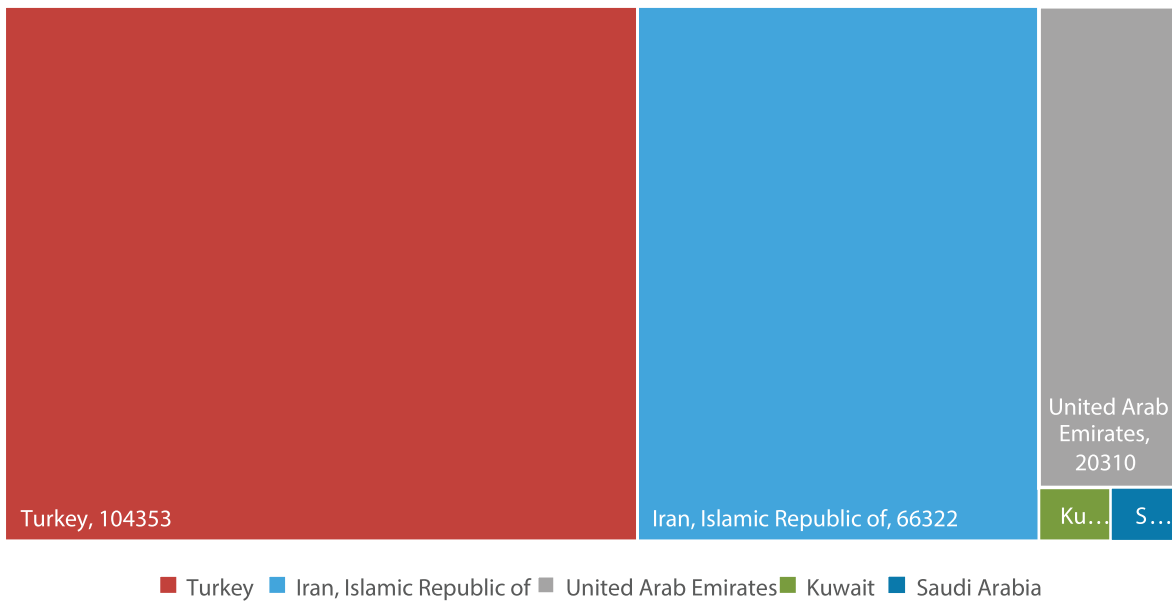
يكون معظم العمل في مصانع المعالجة يدوياً رغم وجود بعض المكينات مثل آلات تقطيع الخضروات لغرض صنع المخللات. كما أن المصانع لا تقوم بفحوصات للمنتجات عدا الفحص البصري البسيط، وتحافظ على العلاقات مع الفلاحين المحليين الموثوقين لدعم ضمان الجودة. وبعد التسليم، تخضع الخضروات للغسل ويتم تجهيزها للتخليل في براميل خاصة.

الشكل ٤: معدل القيمة السنوية للطماطة المستوردة ٢٠٢٠-٢٠١٦ (ألف دولار أميركي)



المصدر : ITC

الشكل ٥: معدل القيمة السنوية للطماطة المحفوظة المستوردة ٢٠٢٠-٢٠١٦ (ألف دولار أميركي)



المصدر : ITC

كافياً لتلبية الطلب في العراق. أجرى مركز التجارة الدولية مسحاً لحوالي ٢٥٠٠ مستهلكاً في إطار تحليل السوق المحلي لمنتجات غذائية زراعية مختارة. وأظهرت النتائج عموماً إلى أن الفلاحين يعتقدون أن رخص الأسعار والتوقيت والتنوع هي أهم أسباب نجاح المنتجات المستوردة في السوق العراقية. ترد في أدناه مزيد من التفاصيل عن السوق.

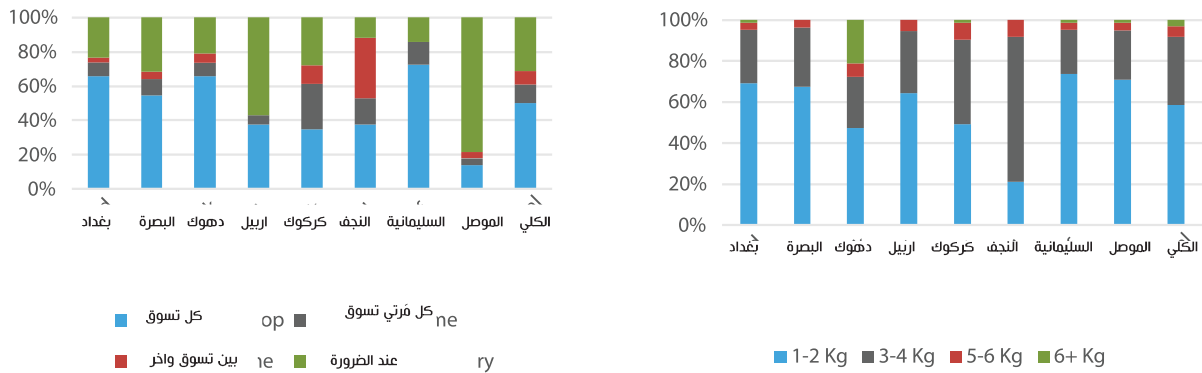
من المعروف أن القدرة التنافسية للمنتجات المستوردة تجعل من السياسات التجارية أداة جذابة تستخدم في دعم الإنتاج المحلي. يلقي العديد من العراقيين، بمن فيهم صغار المنتجين الزراعيين، باللوم على المنتجات المدعومة المنافسة والمستوردة من تركيا وإيران للصعوبة التي يواجهها الفلاح العراقي في بيع منتجاته. كانت الطماطة من بين ٢٩ منتجاً زراعياً فرضت وزارة الزراعة حظراً على استيرادها في أيلول ٢٠٢٠، علماً أن العرض المحلي كان

لقد تسببت جائحة كورونا في تعطيل طلب المطاعم على الطعام، لكن الأوضاع شهدت ثباتاً في الطلب عموماً في السنوات الأخيرة. أكد مديرو المشتريات وجود صعوبة طفيفة أو معدومة في الحصول على المكونات الأساسية كالخضروات ومخدرات الدواجن ومنتجات الألبان. ومع ذلك، حين توجد صعوبة، فإنها تتعلق عادةً بتقلب الأسعار بدلاً من الجودة أو النظارة أو التغليف أو أية هموم أخرى. عادة ما يحدد مدير المشتريات الأمور المتعلقة بالجودة، حيث يذهب إلى السوق كل يوم دون أن يتعاقد مع أي مجهز. إن تسهيل التبادل المباشر بين الفلاح والعملاء الذين يشترون الخضروات عادة من الأسواق المفتوحة، سيفيد كليهما، إذا كان من الممكن إدارة المخاطر بشكل مناسب.

يتوجه معظم المستهلكين العراقيين لمحلات البقالة مرة إلى ثلاث مرات في الأسبوع لشراء الطماطة وبكميات صغيرة كل (الشكل ٦). يشيع هذا النمط الشرائي عبر النوع الاجتماعي والفئات العمرية. يعتبر بائعو البقالة في الحي السكني المكان المفضل بشكل عام لشراء الطماطة والخضروات الأخرى، رغم أن محلات البقالة جاءت في المرتبة الثانية عموماً وأن محلات السوبر ماركت في إقليم كردستان العراق هي الأكثر شيوعاً. في إقليم كردستان العراق، يبدو أن تعزيز قنوات التسويق بين المزارعين وكبار تجار التجزئة يشمل إمكانات أكبر.

يمكن أن تكون التعاونيات الفلاحية والزراعية الفعالة طريقة محتملة لربط المزارعين بتجار التجزئة، حيث من المرجح أن تكون النقابات أكثر استعداداً للالتزام تعاقدياً بتجار التجزئة الكبار.

الشكل ٦: مشتريات المستهلك من منتجات الطماطة



المصدر : ITC

في قرارهم الشرائي، والذي يرتبط على الأرجح بتاريخ المشتريات. وقد سجل اللون المرتبط غالباً بالنكهة أهمية لدى ٦٤٪ من المستهلكين وأشار ٦٤٪ منهم إلى أن الإنتاج المحلي هو معيار رئيسي آخر يؤخذ بالاعتبار عند شراء الطماطة. علماً أن الإنتاج المحلي سجل أعلى نسب المسح في إقليم كردستان العراق.

أشار ٦٩٪ من المستهلكين إلى أن تقلبات الأسعار تمثل التحدي الأكبر، وذكر ٤٠٪ منهم سوء التعبئة وغياب الجودة باعتبارهما التحدي الثاني والثالث عند شراء الطماطة. من أسباب التقلب: تقلبات سعر صرف الدولار الأميركي في السنوات الأخيرة وكثرة حالات فتح وإغلاق الحدود الدولية مما يسبب تذبذباً في تدفق البضائع المستوردة. بشكل عام، يعتقد المستهلكون أنه من الأفضل جعل الخضروات المحلية أكثر جاذبية من خلال تحسين الأسعار (مع الحد من تقلباتها) والجودة والوفرة. إن الكثير من المستهلكين ليسوا على دراية بالخضروات العضوية وهناك فئة قليلة من المستهلكين المتحمسين لمثل هذه المنتجات.

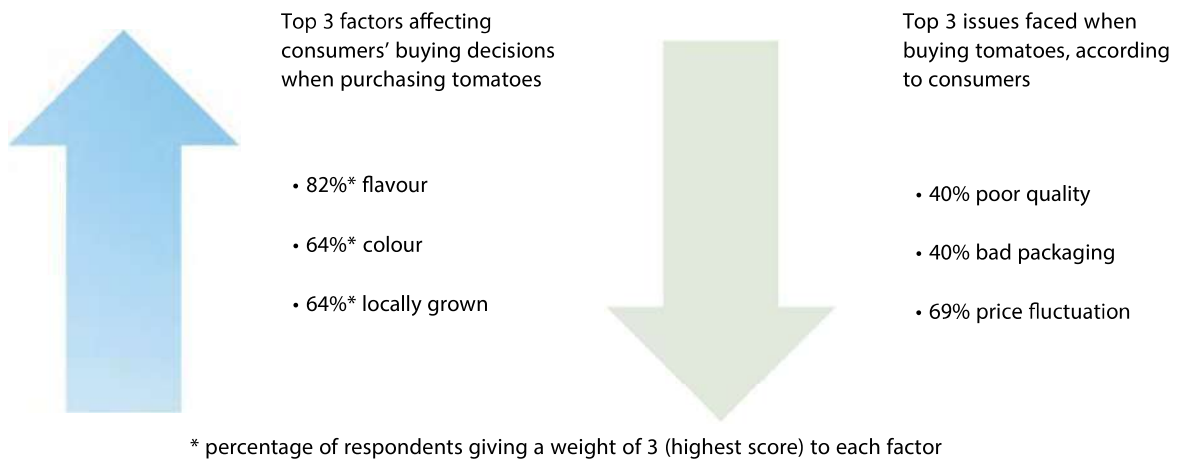
أكد حوالي ٩٠٪ من الذكور والإناث في المسح أنهم يفضلون الخضروات المحلية، ويعتقد ٧٧٪ من المستهلكين أن الطماطة المحلية أفضل من المستوردة إذا تساوت الأسعار. ورغم التشجيع، لا بد من دراسة بعض القضايا مثل أن المنتجات المحلية غير متوفرة خلال ثلث الوقت تقريباً. أظهرت النتائج تفاوت في الإجابات من محافظة إلى أخرى ومن حيث الموسمية.

على سبيل المثال، أشار غالبية المستهلكين في أربيل ودهوك (٩١٪ و٨٨٪ على التوالي) إلى أنهم يفضلون توفر المنتجات طوال العام، بينما أفاد غالبية المستهلكين في البصرة (٩٢٪) عن تفضيلهم للمنتجات المحلية في مواسمها فقط. قد يرتبط ذلك بقدرة الإنتاج داخل كل محافظة ونوعية الإنتاج المحلي الذي يصل إلى هذه الأسواق. يتأثر القرار الشرائي للمستهلك عند شراء الطماطة بالنكهة واللون والإنتاج المحلي. ذكر ٨٢٪ من المستهلكين أن النكهة هي المعيار الرئيسي الذي يعتمدون عليه



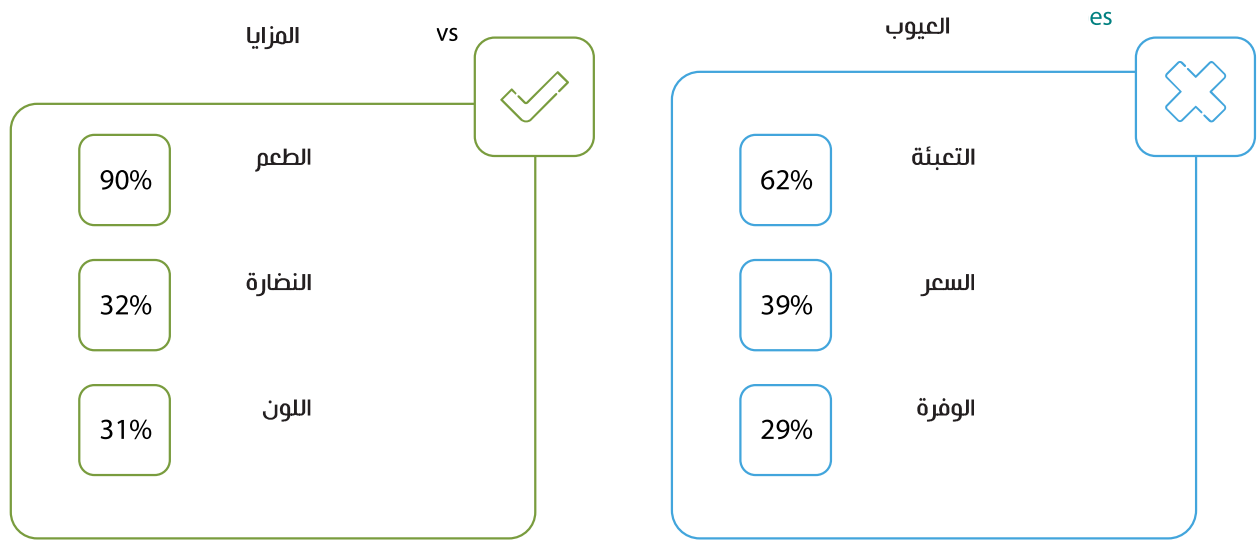
ورغم استعداد المستهلكين لدفع زيادة سعرية لأجل المنتجات المحلية، لكن ذلك خاضع لشرط التحسينات في النكهة واللون والحجم والنضارة. تباينت نسب الزيادة السعرية التي يرغب المستهلكون بدفعها مقابل المنتجات المحلية حسب المحافظة. ذكر حوالي ٤٠٪ من المستهلكين استعدادهم لدفع زيادة سعرية تصل إلى ٢٠٪ مقابل الطماطة المحلية. وذكر ١٠٪ منهم استعدادهم لدفع زيادة سعرية تصل إلى ٣٠٪ لقاء الطماطة المحلية.

الشكل ٧: أهم ٣ عوامل مؤثرة في القرار الشرائي للمستهلك وأهم ٣ مشاكل تواجهه عند شراء الطماطة



تعتبر النكهة أفضل ميزة تنافسية للطماطة المحلية (٩٠٪)، بينما تعتبر التعبئة أهم عيوبها (٦٢٪). تتباين الميزة الثانية للخضروات المحلية مقارنة بالمنتجات المستوردة حسب المحافظات. ومع ذلك، كانت المزايا الرئيسية هي النكهة (٩٠٪) واللون (٣٢٪) والنضارة (٣١٪) عموماً. في حين كانت أهم مزايا المنتجات المستوردة هي التعبئة (٦٢٪) والسعر (٣٩٪) والوفرة (٢٩٪).

الشكل ٨: أهم ٣ مزايا وعيوب للطماطة المحلية مقابل الطماطة المستوردة



المصدر : ITC

التبعات على قطاع الطماطة في العراق

- إن زيادة القدرات في نشاطات ما بعد الحصاد كالغسل والفرز والتخزين المبرد يمكن أن يكون لها تأثير كبير في تفوق الإنتاج المحلي على المنتجات المستوردة.
- لا بد من معالجة مشكلة وفرة الإنتاج من خلال إدخال تقنيات جديدة وأنواع وممارسات زراعية جيدة مثلاً.
- يفضل المستهلكون المنتجات المحلية وهناك فرص للحصول على مكاسب مرتبطة بالقيمة المضافة للمنتجات. ولكن هناك العديد من العوامل والممارسات التي لا بد من تعزيزها.
- تعتبر التعبئة عنصر حاسم يجب تحسينه.



ملاحق القطاع وخريطة سلسلة قيمته: قطاع يتعافى وفرصة للنمو تلوح أمامه

تغطي إستراتيجية القطاع هذه جميع منتجات قطاع الطماطة بدءاً من الطماطة الطازجة (أصناف تجارية من الطماطة المزروعة من بذور *Lycopersicon esculentum* Mill من عائلة Solanaceae) ليتم توفيرها طازجة للمستهلك بعد التحضير والتعبئة، إلى المنتجات المجمدة والمحفوطة كالمعجون والطماطة المعلبة والصاب والمنتجات الجاهزة الأخرى التي تستخدم الطماطة (الشكل ٩).

يشير الأداء القوي للاستيراد في السوق العراقية إلى الحجم الكبير للإمكانيات غير المتحققة في إنتاج الطماطة المحلية وسلاسل القيمة ذات الصلة، والتي يمكن أن تكون دوافع مهمة للنمو وخلق فرص العمل. من ناحية الإنتاج، هناك فرص للتوسع وتعزيز القدرة التنافسية في مواجهة هذا التحدي. تعتبر اتجاهات الإنتاج ونقاط قوة القطاع جوانب يجب البناء عليها في الإستراتيجية. تبين مخططات سلسلة القيمة والسياق المؤسسي والإجرائي العلاقات والدعم والتأثيرات على عمليات الفلاحين والشركات في هذا القطاع.

الشكل ٩: خريطة منتجات الطماطة



المصدر : ITC

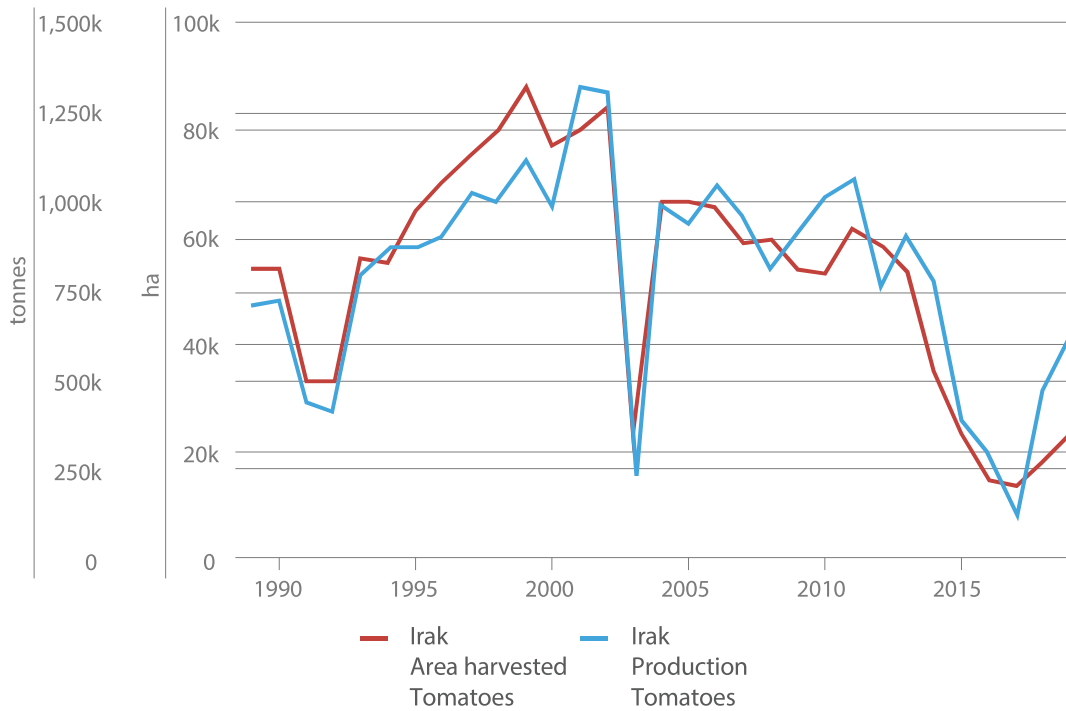
المشهد الحالي لسلسلة القيمة والعمليات: جوانب العرض التي يتفرد بها العراق في إنتاج الدواجن

الانتاج

رغم أن الطماطة هي منتج الخضروات الزراعي الأكثر شيوعاً في العراق، إلا أن الإنتاج يتوسع بشكل متباين في مناطق القطر (الشكل ١٠)، فهو الأعلى في كربلاء والبصرة والنجف. وهناك ما يقدر بنحو ١٤٠٠٠ فلاح يعملون في الإنتاج التجاري للطماطة (البنك الدولي). غالباً ما ينشط مزارعو الطماطة وغيرهم من مزارعي الخضروات في المزارع العائلية معتمدين على العمالة العائلية والموسمية (١-١٠) عمال يعملون في أقل من ٢٥ دونماً من الأرض). في بعض الحالات، تتم مناوبة الزراعة بين الخضروات الصيفية والشتوية كالبطاطا وكذلك الحبوب كالقمح والشعير. تعتبر أسعار الخضروات في السوق منخفضة وتتباين حسب الطلب الموسمي.

إن تربة العراق وتنوعه المناخي يجعل البلد مناسباً تماماً لإنتاج مجموعة متنوعة من الأصناف والإنتاج طوال العام. فخلال فصل الشتاء، يتم إنتاج الطماطة في المناخ الصحراوي للبصرة (الزبير) وسامراء، أما الإنتاج الربيعي فيأتي من الديوانية والنجف وكربلاء. يمكن إنتاج الطماطة صيفاً في محافظة واسط (الكوت - النعمانية) ومحافظة ديالى. أما في الخريف، يمثل شمال نينوى (الموصل، سنجار) وإقليم كردستان وكركوك مناطق الإنتاج الرئيسية.

الشكل ١٠: مساحات إنتاج وجني الطماطة في العراق ١٩٨٩-٢٠١٩



Source: FAOSTAT.

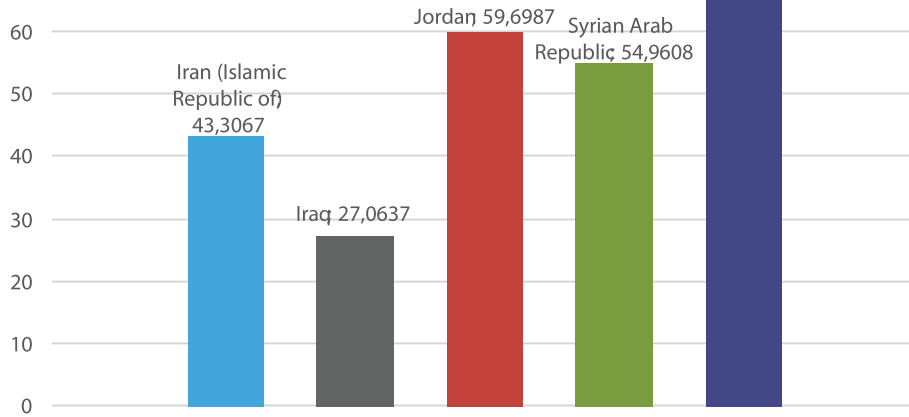
تشمل المدخلات في سلسلة قيمة الطماطة: البذور والشتلات ومبيدات الآفات والفطريات والأسمدة والمياه. وفقاً لمسح مركز التجارة الدولية الذي يستهدف منتجي المحاصيل الزراعية والسلع الحيوانية في العراق، وبالنسبة لفلأحي الطماطة،

يتسم الإنتاج بانخفاض الغلة نسبياً مقارنة بالدول المنتجة المجاورة (الشكل ١١). يفتقر العديد من الفلاحين إلى المدخلات الجيدة المطلوبة كالسماد والأسمدة بسبب تكلفتها الباهظة.

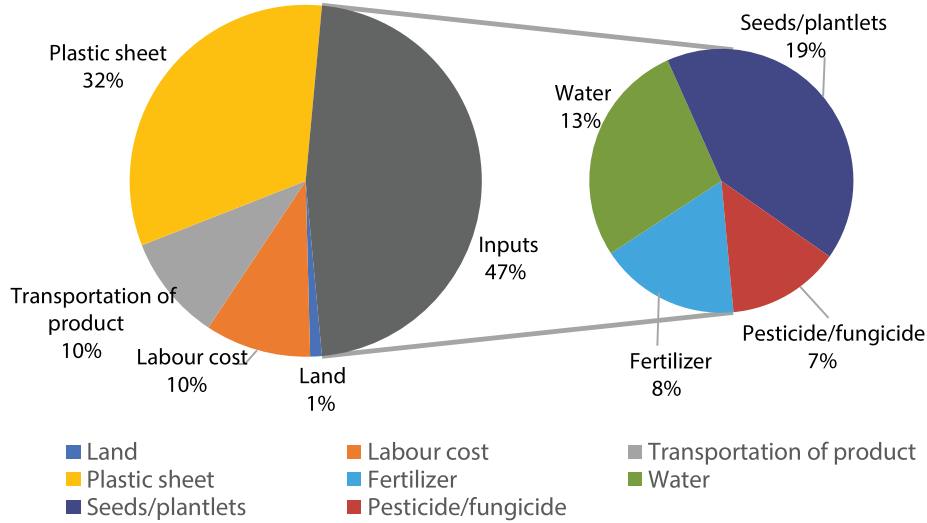
تمثل المدخلات جزء متباين من تكلفة الإنتاج. وهذا بدوره يؤثر مباشرة على القدرة التنافسية مقارنة بالمنتجات الإيرانية أو التركية أو الأردنية المنافسة (الشكل ١٢).

يؤثر ارتفاع تكاليف التعاملات في النهاية على نسبة السعر النهائي العائد للمنتجين وأصحاب المصلحة الآخرين. يؤدي ارتفاع تكاليف النقل ونقاط التفيتش والرسوم

الشكل ١١: مقارنات غلة إنتاج الطماطة طن/هكتار



الشكل ١٢: التكلفة المعتادة لإنتاج الطماطة في العراق



المصدر : ITC

المختلفة لدخول السوق وغير ذلك إلى انخفاض القدرة التنافسية للمنتجين العراقيين (الشكل ١٣). أظهرت جلسات المشاورات أنه في ظل الظروف الحالية يمكن للفلاح العراقي أن يبدأ في تعزيز القدرة على البقاء اقتصاديا بمستوى سعر مزرعة يبلغ ٣٠٠ دينار عراقي للكيلوغرام (حوالي ٠,٢١ دولار أميركي).

الحد الأعلى	المتوسط (المتعاد)	الحد الأدنى	السعر
٨٥٠ دينار ١٠٠٠ دينار لأنواع نادرة في الظروف المثالية (حين تكون المناطق الأخرى غير منتجة أو يمثل المستورد الحد الأدنى)	٢٥٠ دينار/كيلوغرام	٧٠ دينار/كيلوغرام أدنى سعر مسجل بحيث لا يغطي حتى تكلفة الصندوق البلاستيك	سعر المزرعة أو الجملة
١٥٠٠ دينار/كيلوغرام بنهاية الربيع	٥٥٠ دينار/كيلوغرام	٥٠٠ دينار/كيلوغرام	لسعر للمستهلك

المصدر : ITC

ومع ذلك قد يتطلب إنتاج الطماطة كميات كبيرة من المياه بأسلوب الزراعة الديمة وبدون التكنولوجيا المناسبة. لذلك فالقضية مرتبطة بالممارسات الزراعية الذكية مناخياً. وتشكل ملوحة المياه في المناطق الجنوبية من البصرة آخر تحدياً للإنتاج المستدام للمحصول.

. يتم حصاد الطماطة في العراق يدوياً كغيرها من المحاصيل، ثم تُعبأ عادة في صناديق بلاستيكية أو كرتونات قبل أن تصل السوق. يباع معظمها طازجاً لأغراض الطبخ المنزلي. ونظراً لغياب التخزين المبرد والقدرات اللوجستية لسلسلة التبريد، يُطلب من فلاحي الخضروات بيع منتجاتهم الطازجة لتجار الجملة والبائعين المحليين والأسواق القريبة بسبب سرعة تلفها. لذلك تنخفض الأسعار بسرعة حين يفقد المنتج نضارته.

إن البيع المباشر للطماطة الطازجة من الفلاحين /منظمات المنتجين إلى تجار التجزئة (المفرد) غير شائع. نتيجة لذلك، يجهل معظم الفلاحين متطلبات ومعايير سلاسل المتاجر الكبيرة من حيث مواصفات مثل توزيع الحجم والتعبئة والتغليف والتفضيلات وما إلى ذلك، مما قد يساعد في تسويق منتجاتهم بشكل أفضل. تتضمن سلسلة القيمة وسطاء متعددين، ويتم تبادل المنتجات بشكل شبه حصري في أسواق الجملة من خلال وكلاء مرخصين الذين يدفعون في أسواق الجملة رسوماً إلى هيئة السوق لاستصدار تصاريح العمل (تتدنى مستويات الشفافية بشأن معايير الاختيار ومبالغ الرسوم الرسمية لاستصدار التراخيص)، علماً أن بعض هؤلاء الوكلاء هم من كبار المزارعين أنفسهم. يفرض التجار/الوكلاء عادةً نسبة ٣٪ على عائدات البيع من المزارعين كمكافأة لخدماتهم. غالباً ما يكون المزارعون مدينين مالياً للوكلاء، وبالتالي يضطرون إلى البيع لهم مباشرة لسداد ديونهم. في بعض الحالات يتعلق هذا بتوفير المدخلات. يدفع التجار/الوكلاء في أحيان كثيرة عبر تقديم قسيمة يتم استبدالها نقدًا في الشهر التالي. إن قدرة المنتجين التفاوضية على السعر أو شروط العقد محدودة.

تعتبر إدارة المياه قضية بالغة الأهمية في إنتاج الطماطة لأنها تتطلب اهتماماً خاصاً في المراحل المختلفة لنمو النباتات. في الظروف العادية، تبلغ البصمة المائية للإنتاج الطماطة ٣٢١٤م^٣/طن (٣١٦٤٤م^٣/طن للحبوب، ٣٣٢٢م^٣/طن للخضروات، و٣١٥٤١٥م^٣/طن للحوم الأبقار).

المعالجة والتصنيع

يقر الفلاحون عموماً بربحية الزراعة المغطاة التي أصبحت طريقة أكثر شيوعاً. ترتبط الزراعة المغطاة بممارسات تعبئة أفضل كاستخدام الكرتونات بدلاً من السلال، وتشيع في الحقول المفتوحة. يقوم ٢٥٪ فقط من الفلاحين بنشاطات ما بعد الحصاد التي تضيف قيمة (النظافة والوزن والفرز والتصنيف). ويعترف بعضهم بفوائدها لجودة المنتج وقيمه.

التسويق والتوزيع

عادة ما ينظم الفلاحون وسائل النقل الخاصة بهم إلى الأسواق المحلية. تشمل وظائف سلسلة القيمة الرئيسية التي يؤديها فلاحو الخضروات: الزراعة والتسميد والتعزيق ومكافحة الآفات/الأمراض والحصاد ونشاطات ما بعد الحصاد والنقل إلى مناطق البيع. تباع بعض المنتجات لتجار التجزئة والتجار الذين ينقلونها إلى بغداد أو البصرة أو الموصل للبيع. في حالات نادرة جداً، يستخدم الفلاحون التخزين المبرد للحفاظ على نضارة المحصول لفترة أطول ويدفعون لمنشآت تخزين تابعة لجهات خارجية مقابل هذه الخدمات.

يعمل التجار والموزعون محلياً وقطرياً وتباين حجم عملياتهم بين الصغيرة أو الكبيرة. نادراً ما يشتري أصحاب المصلحة هؤلاء المنتجات مباشرة من الفلاحين، بل يتم الشراء من أسواق الخضروات المحلية حيث يقوم الفلاحون بنقل منتجاتهم بأنفسهم. قد يقوم التجار بالبيع إلى المصانع والمتاجر المحلية الصغيرة أو إلى المصانع والمتاجر البعيدة الكبيرة. من بين أكبر الشركات النشطة في تجارة الطماطة ومنتجاتها مجموعة الخيزري لتجارة الجملة. نظرياً، حتى عام ٢٠٢١، تعمل أربعة مصانع لتصنيع الطماطة في العراق، أحدها في دهوك وثلاثة في بغداد وخمسة معطلة حالياً.

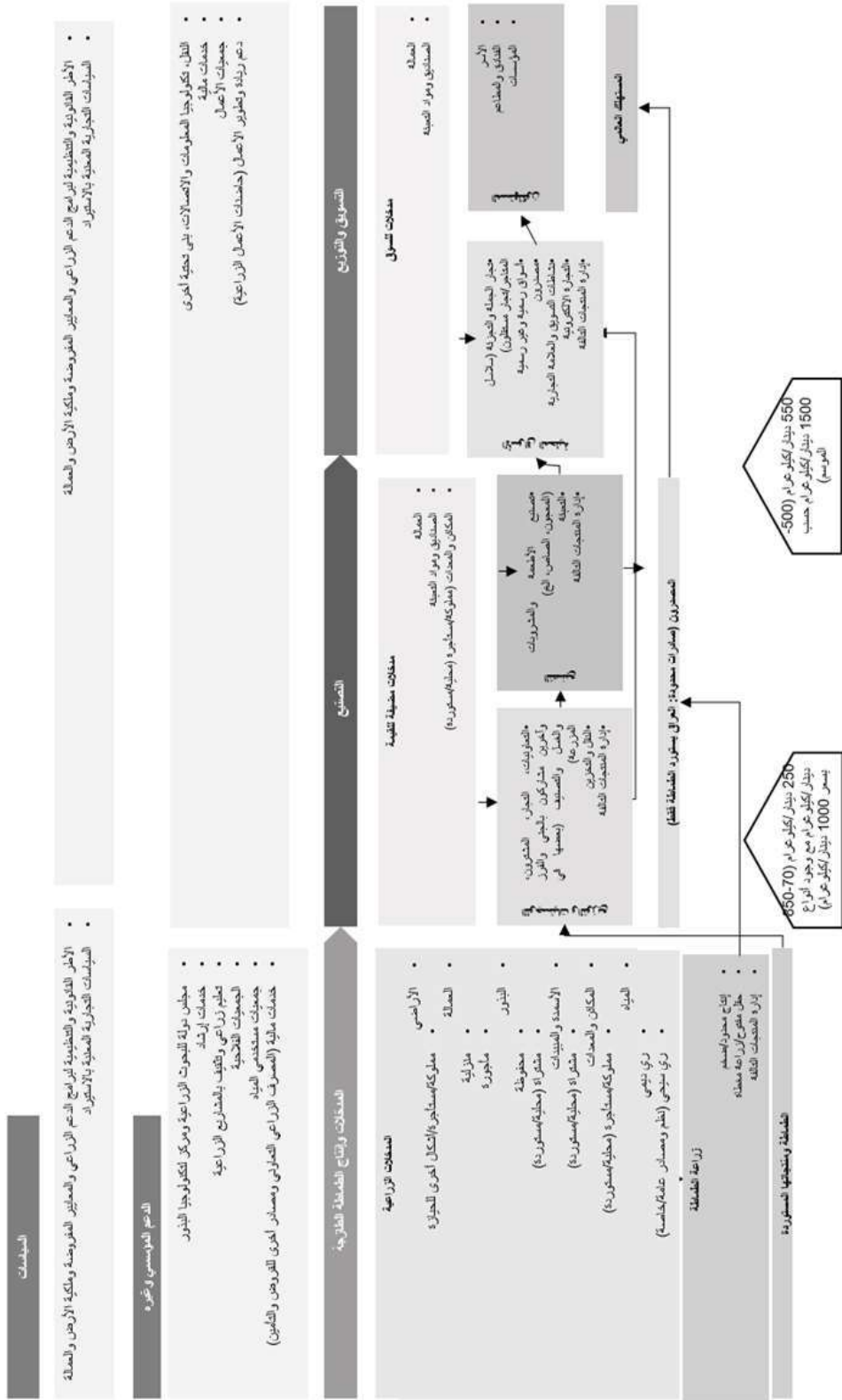


المصدر : ITC

خريطة سلسلة القيمة

يبيّن المخطط في الشكل ١٤ أدوار وتدفقات السلع والخدمات من مرحلة ما قبل الإنتاج إلى المستهلكين النهائيين في قطاع الطماطة من المنتجات الخام إلى القيمة المضافة والأسواق والمستهلكين (الشكل ١٤).

الشكل ١٤: سلسلة قيمة قطاع الطماطة





المصدر : ITC

الأطر المؤسسية والإجرائية

خطة التنمية الوطنية ٢٠١٨-٢٠٢٢: تسعى الخطة إلى «إرساء أسس دولة تنموية فعالة ذات مسؤولية اجتماعية» من خلال أهداف تتعلق بالحوكمة والإصلاح الاقتصادي والانتعاش وجذب الاستثمار ونمو الدخل وتحسين العمالة والأمن البشري والتنمية واللامركزية والتخطيط الحضري. وتشمل الأهداف الصريحة المتعلقة بقطاع الزراعة زيادة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي وتحقيق معدل نمو أعلى واستدامة الأمن الغذائي والتقدم نحو الزراعة النظيفة. في إطار خطة التنمية الوطنية السابقة، تم الاستثمار في الزراعة من أجل التحديث وخلق فرص العمل والتنمية الريفية وتعزيز استثمارات القطاع الخاص وتعزيز القدرة التنافسية.

خطة وزارة الزراعة (٢٠٠٩-٢٠١٥): أكدت الخطة على الحاجة إلى إعادة تأهيل البنية التحتية الأساسية لإدارة الأراضي والمياه وغيرها من المجالات المعنية بالقطاع الزراعي وتحسين الخدمات الإرشادية ودعم الابتكار فيه. وشملت المنتجات الزراعية ذات الأولوية التي تم تحديدها القمح والتمور والبطاطا والماشية والدواجن والرز والخضروات والذرة.

الإستراتيجية الوطنية للتنفيذ ٢٠١٢-٢٠٢١: ترسم الإستراتيجية إطار عمل شامل لتحسين الصحة والتغذية. ومن أهدافها المعنية بقطاع الزراعة التعاون بين القطاعات ومراجعة الأطر الوطنية ذات الصلة وتوفير الأمن الغذائي للجميع والتخطيط للمتابعة والتقييم والمراقبة والاستجابة.

على مستوى السياسات
على مستوى السياسات، تشمل الوزارات الرئيسية ذات الصلة بقطاع الدواجن ما يلي:

- وزارة الزراعة ، وهي المسؤولة عن وضع السياسات ، والتنظيم ، والخدمات الإرشادية ، والبحوث وغيرها من الموضوعات.
- وزارة التخطيط من خلال عملها في التخطيط التنموي الوطني.
- وزارة الصحة والبيئة ، حيث تنظم سلامة الغذاء والتنوع البيولوجي وتغير المناخ ، من بين موضوعات أخرى.
- وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، وهي الجهة المسؤولة عن التعليم والتدريب المهني.
- وزارة الصناعة والمعادن.
- وزارة التجارة
- وزارة الصناعة والتجارة ، حكومة إقليم كردستان.

تشارك منظمات القطاع العام كالمصرف الزراعي التعاوني بشكل مباشر في تنمية القطاع. ويتم تمثيل القطاع الخاص بشكل كبير عبر اتحاد غرف التجارة العراقية.

يشتمل إطار السياسات الذي يوجه الفرص في سلسلة القيمة الزراعية والغذائية بشكل عام وقطاع الطماطة بشكل خاص على الخطط والاستراتيجيات والقوانين واللوائح. من جملة العناصر الحديثة المعنية بشكل خاص في هذا الإطار ما يلي:



تشخيص تنافسية سلسلة القيمة: التعامل مع الأولويات من منظور أصحاب المصلحة

يشير أداء قطاع الطماعة في العراق وعلاقاته بالأسواق المحلية إلى وجود قيود تحد من النمو الشامل والمستدام فيه. ستكون الأولوية القصوى لهذه القيود ومعالجتها بشكل شامل أمرا ضروريا لإيجاد سبل تطوير هذا القطاع. تؤثر المقيدات الرئيسية التي تواجه قطاع الطماعة بشكل مباشر على التنافسية والإنتاجية والاستدامة في الزراعة وفي بيئة الأعمال وتطوير سلسلة القيمة وترقية اتصالات السوق المحلية والدولية، ناهيك عن الآثار على القطاع لتحقيق إمكاناته كمحرك للنمو المستدام والشامل (الجدول 1). إن هذه المقيدات التي عولجت في النشاطات الواردة في خطة عمل الاستراتيجية، تتخلل المستويات الثلاثة للقدرات: المزرعة والشركات وبيئة الأعمال المباشرة والقطرية.

الجدول 1: أهم مقيدات التنافسية في قطاع الطماعة

أهم المقيدات	
<ul style="list-style-type: none"> 1,1 تعزيز إنتاجية المزرعة عبر تبني الممارسات الزراعية الجيدة/ الزراعة الذكية مناخيا 1,2 تحسين توفر البذور الجيدة والمدخلات والمعدات اللازمة حسب متطلبات السوق 1,3 دعم تنظيم المنتجين 1,4 تعزيز قدرات إدارة المخاطر المناخية 	<ul style="list-style-type: none"> انخفاض كثافة رأس المال في إنتاج الطماعة يحد من إمكانات الإنتاج الفجوات في المهارات وبرامج التدريب غير الفعالة تحد من نمو الإنتاجية قلة المدخلات عالية الجودة المستخدمة في إنتاج الطماعة ضعف أو غياب التنسيق بين جمعيات الفلاحين والتجار يقوض تكامل سلسلة القيمة
<ul style="list-style-type: none"> 2,1 دعم تنظيم القطاع والتعاون 2,2 دعم إدارة تنفيذ الاستراتيجية 2,3 بناء الوعي والمهارات في ريادة الأعمال في سلاسل القيمة الغذائية الزراعية مع التركيز على الشباب 2,4 تعزيز المهارات التجارية للمشروعات المصغرة والصغيرة والمتوسطة مع التركيز على التقنيات الرقمية لتعزيز الاتصالات والقدرة التنافسية 	<ul style="list-style-type: none"> تنفيذ إجراءات محدودة في إدارة الموارد المائية والتكيف للتغير المناخي تؤثر ثغرات ومقيدات الدعم المؤسسي على تقديم التدخلات الفعالة لتنمية القطاع مهارات الأعمال وريادة الأعمال غير المتطورة تحد من خلق فرص الأعمال التجارية ونمو القطاع القدرات المحدودة لاستخدام التكنولوجيا تمنع التحديث في عمليات القطاع
	<p>تنافسية وإنتاجية واستدامة الزراعة</p> <p>بيئة الأعمال وتطوير سلسلة القيمة</p>

أهداف خطة العمل	أهم المقيدات	
<ul style="list-style-type: none"> ٢,٥ تعزيز المبادرات النسوية 	<ul style="list-style-type: none"> الفرص غير المتحققة لتوظيف النساء وريادة الأعمال النسوية تعيق مساهمة المرأة في القطاع 	
<ul style="list-style-type: none"> ٢,٦ معالجة العوائق القانونية والتنظيمية لتطوير سلسلة القيمة 	<ul style="list-style-type: none"> عوائق السياسات للأعمال تثبط الاستثمار وتحد من الابتكار والقدرة التنافسية شحة توفر الخدمات المالية يمنع رفع مستوى قدرة الإنتاج والتصنيع ويحد من فرص اعتماد التقنيات الذكية مناخياً 	
<ul style="list-style-type: none"> ٢,٧ تحسين وفرة التمويل والاستثمار ٣,١ تعزيز قدرات الفلاحين والشركات للوصول إلى قطاعات السوق ذات الإمكانيات العالية للطماطة الطازجة وتصنيعها (أصناف جديدة، مفهوم تسويق مبتكر، 	<ul style="list-style-type: none"> القدرات الضعيفة تعيق تحسين جودة منتجات الطماطة كسوء التعبئة والتغليف 	بيئة الأعمال وتطوير سلسلة القيمة
<ul style="list-style-type: none"> مواد التعبئة والتغليف، العلامة التجارية للطماطة الطازجة ومنتجاتها أو إعادة تشكيل سلسلة التجهيز نفسها) ٣,٢ تطوير قدرات الفلاحين والشركات لتحسين الجودة (في نشاطات الحصاد وما بعد الحصاد والتعبئة والتخزين) لضمان كسب هامش سعري مجزي 		روابط السوق المحلي والعالمي

التنافسية والإنتاجية والاستدامة في الزراعة

تعمل هذه العوامل معاً على الحد من فرص النمو الشامل في القطاع وتعوق الجهات الفاعلة في سلسلة القيمة من التكيف مع المخاطر البيئية الهامة. وقد عالج الهدف الاستراتيجي الأول لخطة العمل هذه المقيدات.

تشمل المقيدات المتعلقة بالقدرة التنافسية والإنتاجية والاستدامة في زراعة الطماطة: كثافة رأس المال في الإنتاج وفجوات المهارات الفنية ومقيدات تنظيم القطاع والتقدم المتواضع المحرز في التكيف للتغير المناخي.

تدني المخرجات الممكنة نتيجة انخفاض كثافة رأس المال في إنتاج الطماطة

المستوى: المزرعة والقدرات بمستوى المزرعة
الحدة: ●●●

وهو من بين أدنى المعدلات في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. في جميع أنحاء القطر، كان ٦,٩٪ فقط من الأسر المشاركة في زراعة المحاصيل لديها نظم ري في عام ٢٠١٢، وهو آخر عام تتوفر بيانات فيه، وتحتاج شبكة الري إلى التحديث. لا تزال طرق الري التقليدية كالسيح مستخدمة بشكل شائع جداً، مما يؤدي إلى هدر كميات كبيرة من المياه.

الهدف المعني في خطة العمل: ١,١ تعزيز الإنتاجية باعتماد ممارسات زراعية جيدة/ الزراعة الذكية مناخياً

رغم تزايد انتشار زراعة الطماطة المغطاة، إلا أن نسبة كبيرة من الزراعة في العراق لا تشهد سوى نسبة قليلة من كثافة رأس المال، مما يحد من الإنتاج المحتمل وإنتاجية العمالة. في عام ٢٠١٧، وهو آخر عام توفرت بيانات عنه، كانت نسبة الاستثمار الزراعي إلى القيمة المضافة في العراق ٠,١١، وبلغ صافي رأس المال في القطاع ٤,٩ مليار دولار فقط.

قصور نمو الإنتاجية نتيجة الفجوات المهارية وإخفاقات برامج التدريب

. وحين تتوفر خدمات الإرشاد، فإنها قد لا تكون مفيدة للغاية كوسيلة لتبادل المعلومات مع الفلاحين حول التقنيات المحسنة واستخدام الأدوات الجيدة. إن الظروف والمخاطر الجديدة التي أحدثها التغير المناخي تزيد من أهمية التدريب المحدث باستمرار للفلاح ليغطي موضوعات كمكافحة الآفات والأمراض واستخدام البذور المحسنة وإدارة الموارد المائية.

المستوى: المزرعة والقدرات بمستوى المزرعة وبيئة الأعمال المباشرة

الحدّة: ●●●

الهدف المعني في خطة العمل: 1,1. تعزيز الإنتاجية باعتماد ممارسات زراعية جيدة/الزراعة الذكية مناخياً

إن فجوات المهارات الفنية تحد من إنتاجية المزرعة والشركات في قطاع الطماعة بشكل مباشر وتعمق تبني ممارسات تحسين الإنتاجية. تعد المصادر التقليدية للمعارف والتدريب أثناء العمل أمراً شائعاً، ولكنها قد تبطئ تبني مدخلات وتقنيات وممارسات جديدة، فضلاً عن الحد من إمكانات النمو والابتكار في ممارسات الأعمال.

قلة المدخلات الجيدة المستخدمة في إنتاج الطماعة

١٨٧,١ كيلوغرام في البلدان ذات الدخل المتوسط الأعلى و٩٤,٨ كيلوغراماً في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. وارتفع إجمالي استخدام الأسمدة النيتروجينية والفوسفاتية في الزراعة في عام ٢٠١٨ عن المستويات المستخدمة في عام ٢٠١٠، لكنه بقي أقل من مستوياته منذ عام ٢٠٠٠ (الشكل ١٥). لا يزال استخدام سماد الشب منخفضاً ولكنه أخذ في الازدياد. إن الكثير من هذه المدخلات غير منتجة محلياً، ففي عام ٢٠١٨ شكل الاستيراد ٢١,١٪ من الأسمدة النيتروجينية المستخدمة في الزراعة و٨٦,١٪ من الفوسفات المستخدم و١٢٦,٦٪ من سماد الشب.

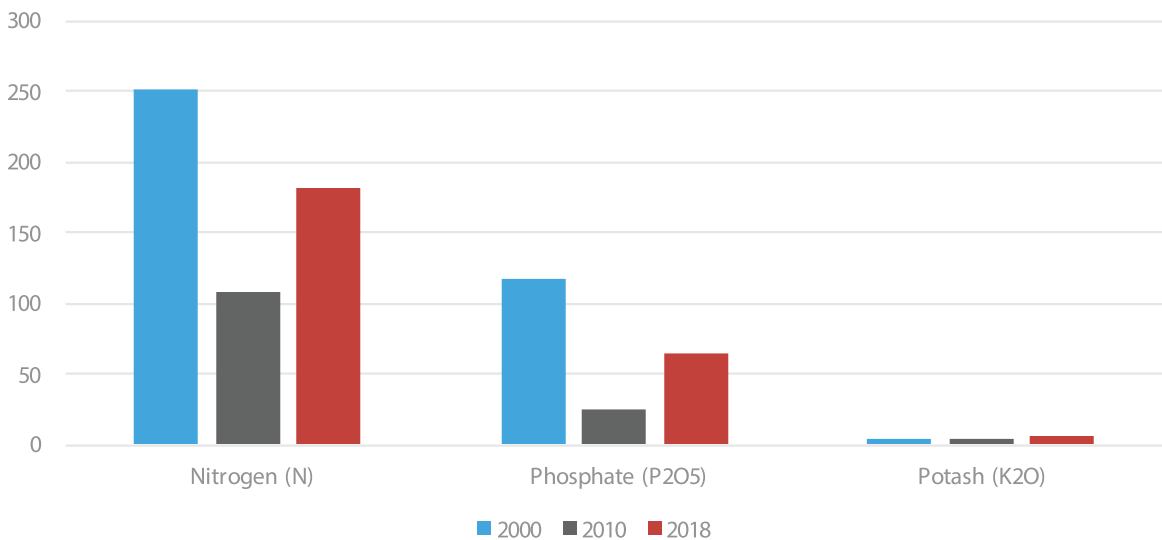
المستوى: المزرعة والقدرات بمستوى المزرعة

الحدّة: ●●●

الهدف المعني في خطة العمل: 1,2. تحسين وفرة البذور والمدخلات الجيدة والمعدات المهمة حسب متطلبات السوق

يتم استخدام مستويات منخفضة نسبياً من المدخلات اللازمة لتحسين إنتاجية المزرعة نظراً لتكلفتها الباهظة. بلغ استهلاك متوسط الأسمدة ٣٥,٨ كيلوغرام للهكتار الواحد من الأراضي الصالحة للزراعة في عام ٢٠١٦، مقارنة بحوالي

الشكل ١٥: الأسمدة المستخدمة في الزراعة (ألف طن)



للتغير المناخي والتحديات الأخرى. أعلنت دائرة البستنة بوزارة الزراعة في عام ٢٠٢٠ أنها ستجهز المستلزمات الضرورية لإنتاج بذور الطماطة المهجنة الخاصة التي يمكن زراعتها بأسلوب الزراعة المغطاة بغرض زيادة الغلة.

إن هيمنة الشركات المملوكة للدولة (لا سيما شركة الرافدين العامة للبذور والشركة العامة للتجهيزات الزراعية) في تجهيز وتوزيع المدخلات الزراعية، علماً أن الكثير منها مستورد، تثبط المنافسة وتحد من الكفاءة، مما قد يؤدي إلى اضطراب سلاسل التجهيز التي من شأنها خفض التكاليف التي يتحملها الفلاح أو تحسين توفر فئات أوسع من المنتجات.

يعبر مجهزو المدخلات عن مخاوفهم من تردد الفلاح في تقبل المدخلات والأساليب الزراعية الجديدة، وأشاروا إلى أنهم مترددون في تقديم قروض للفلاحين بسبب مخاطر السداد.

تستخدم أصناف بذور محسنة (ولكنها قديمة) - كالطماطة المهجنة - على نطاق واسع في مناطق عديدة. تُظهر شتلات الخضروات التي تزرع بشكل أساسي في مشاتل تربية باستخدام الطرق التقليدية نموًا ضعيفًا بعد الزراعة وتقل قدرتها على البقاء حية في ظروف الطقس المتطرفة (كالجفاف وارتفاع درجة الحرارة والرياح القوية) بعكس الشتلات المزروعة بالطرق الحديثة والتي تعتبر نادرة. كما إن أصناف البذور عالية الإنتاج مثل طماطة GS-١٢ التي تحظى بشعبية بين الفلاحين، أصبحت قديمة وضعيفة الاستجابة للظروف المناخية الجديدة كالجفاف أو الضغط المائي.

تعرضت القوانين المتعلقة بجودة البذور والفحص للانتقاد باعتبارها قديمة وتحد من إمكانات الابتكار واعتماد الأصناف المحسنة، رغم أن القانون رقم ١٥ لعام ٢٠١٣ بشأن تسجيل الأصناف النباتية قد سمح للبذور الأجنبية بدخول السوق. كان لتدمير بنك البذور الكائن بمنطقة أبي غريب في بغداد في أعقاب حرب ٢٠٠٣ ضاراً بشكل خاص بإمدادات البذور المحلية. وقد ساعد تكثيف العمل على استعادة الإمدادات بأنواع البذور المحلية ودعم التكيف

غياب التكامل في سلسلة القيمة نتيجة لغياب أو ضعف التنسيق بين جمعيات الفلاحين والتجار

لا سيما تلك التي تخدم الفلاح، قدرات محدودة لتمثيل مصالحهم أو الانخراط في أشكال أخرى من الدعم. ومن بين الجمعيات التي تمثل الجهات الفاعلة في القطاع الخاص، تقوض آليات التنسيق الضعيفة أو المفقودة التعاون بشأن المصالح المشتركة في السياسات وغيرها من المجالات، مع ما يترتب على ذلك من آثار على الكفاءة عبر سلسلة القيمة. لقد تفاقمت عواقب التنظيم الضعيف بسبب انهيار التماسك الاجتماعي خلال فترات طويلة من الصراع وتزعزع الاستقرار مما أضر بالأنماط التقليدية للتعاون والتنسيق.

المستوى: بيئة الأعمال المباشرة

الحددة: ●●●

الهدف المعني في خطة العمل: ١,٣. دعم تنظيم المنتجين
يلعب تنظيم القطاع دوراً أساسياً في تطوير سلاسل القيمة التنافسية

من خلال تسهيل نقل المعلومات حول المتطلبات التنظيمية والأسواق وتوفير التدريب والخدمات الأخرى للمزارع والشركات وتسهيل الحوار بين القطاعين العام والخاص لتصميم السياسات. لقد أعاق الصراع والإهمال التعاون والتنسيق في قطاع الطماطة العراقي. تمتلك المنظمات القائمة،

ضعف الإجراءات المتخذة في إدارة الموارد المائية والتكيف للتغير المناخي

المتطرف مثل الجفاف ودرجات الحرارة المرتفعة وموجات الحر والرياح القوية (العواصف الرملية والترايبية) وعدم انتظام هطول الأمطار الغزيرة. رغم انخفاض تعرض القطر لهذه الأحداث، إلا أنه لا يزال معرضاً لها بسبب الافتقار إلى إجراءات التكيف القياسية الملائمة. من المحتمل أن تكون العواقب على الإنتاجية وغلات المحاصيل كبيرة. وقد يتفاقم الخطر بسبب تقادم شبكة الري التي تدهورت بسبب سنوات من سوء الصيانة وقلة الاستثمار في البنية التحتية.

المستوى: المزرعة والقدرات بمستوى المزرعة وبيئة الأعمال المباشرة والبيئة القطرية

الحددة: ●●●

الهدف المعني في خطة العمل: ١,٤. تقوية قدرات إدارة المخاطر المناخية

للتغير المناخي عواقب وخيمة على قطاع إنتاج الطماطة في العراق. يواجه العراق مخاطر مناخية على شكل أحداث بطيئة الظهور مثل ارتفاع درجات الحرارة وانخفاض هطول الأمطار والتصحر وتملح المياه والتربة، فضلاً عن الطقس

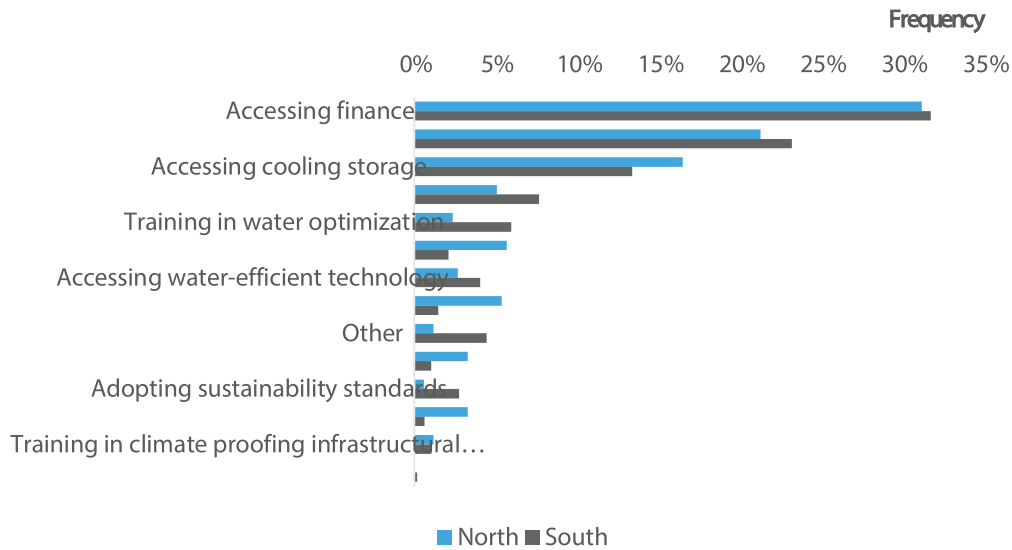
تتكرر حالات تردي المحاصيل، كانهخفاض الغلات وموت النباتات، في زراعة الخضروات وترتبط بشكل أساسي بشحة أو تلوث المياه. يؤدي غياب سلاسل التخزين المبرد والنقل والمعالجة في مناطق الجنوب إلى تعريض الطماطة لدرجات حرارة عالية ولفترات طويلة خاصة في أشهر الصيف ويمثل ذلك تهديداً كبيراً لسلامة المنتج وجودته، ويؤدي غالباً إلى تلف وهدر لما بعد الحصاد

. تعد شحة منتجات التمويل المناخي تحدياً خاصاً كونها تحد من فرص الاستثمار في التكيف كاستخدام تقنيات ترشيد المياه والبنية التحتية الإنتاجية المقاومة للمناخ. كما إن الافتقار إلى أدوات التأمين المناخي يعيق إدارة المخاطر المالية. ظهر من مسح المشاريع الزراعية أن توفر التمويل والتأمين يعد من أكبر العوائق التي تحول دون مواجهة التحديات البيئية (الشكل ١٦).

إن توفر المياه في مناطق الإنتاج وسط وجنوب العراق والتي تعتمد بشكل كبير على منظومة نهري دجلة والفرات، معرضة أيضاً للخطر بسبب غياب اللوائح الدولية لتسعير واستخدام المياه. ففي هذه المناطق، تتوفر المياه إلى حد كبير من خلال الأمطار في بلدان المنبع، والتي أنشأت نظم ري تغذيها الأنهار، علماً أنه لم يتم التوقيع على اتفاقية دولية لاستخدام المياه من قبل الدول الثلاث المتشاطئة، وقد يواجه العراق شحة متزايدة في المياه نتيجة لذلك.

يعاني المزارعون من تدهور التربة نتيجة لانهخفاض محتوى الرطوبة وتسرب الأملاح من مياه الري. لم تنخفض مساحة الأراضي الصالحة للزراعة في العقدين الماضيين، ولكن أدت التغييرات في ملاءمة مساحات المحاصيل إلى تغييرات محلية في جغرافية الإنتاج، مما تسبب، في أسوأ الحالات، بنزوح مجتمعات بأكملها.

الشكل ١٦: المساعدة التي تحتاجها مشاريع الأغذية الزراعية الصغيرة والمتوسطة لمعالجة المشاكل البيئية



مركز التجارة الدولية: مسح المشاريع الزراعية.

بيئة الأعمال وتنمية سلسلة القيمة

والتقدم الضئيل في ريادة الأعمال النسائية، والعوائق الإجرائية لعمليات المزارع والشركات. تتكالب هذه العوامل لإعاقة حركة القطاع واستجابته، وقد عالج الهدف الاستراتيجي الثاني لخطة العمل كل هذه العوامل.

من المقيدات في بيئة الأعمال وتطوير سلسلة القيمة: عدم كفاية الدعم المؤسسي، ورداءة التعبئة والتغليف والنشاطات ذات الصلة. وتختلف مهارات العمل، وضعف قدرات استخدام التكنولوجيا،

تأثير تطبيق التدخلات الكفوءة لتنمية القطاع بالفجوات والقصور في الدعم المؤسسي

سلسلة القيمة من خلال تطوير وتنفيذ السياسات وتوفير خدمات الدعم وتعزيز التنسيق والتعاون. وبالتالي فإن المقيدات التي تحد من فعالية هذه المؤسسات في القيام بأدوارها لها تبعات هامة. لم تكن سوى بضعة مشاريع زراعية شملها المسح على تواصل مع المؤسسات العامة (الشكل ١٧).

المستوى: بيئة الأعمال المباشرة والبيئة القطرية

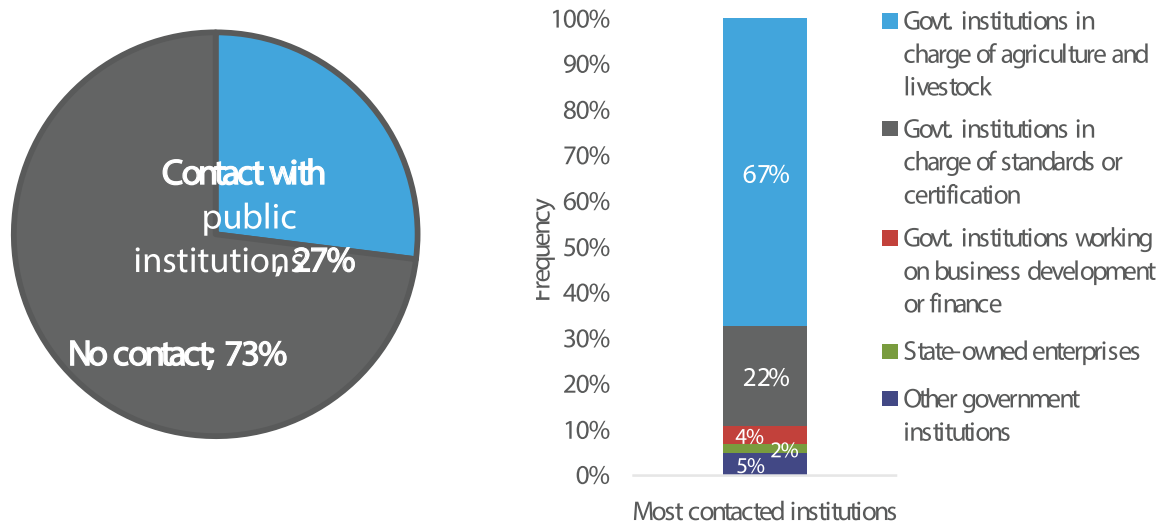
الحدة: ●●●

الهدف المعني في خطة العمل: ٢,٢. دعم تنظيم القطاع والتعاون؛

٢,٢. دعم إدارة تنفيذ الاستراتيجية

تعلب مؤسسات القطاع العام أدواراً حاسمة في دعم تطوير

الشكل ١٧: المشاريع الزراعية الصغيرة والمتوسطة المتواصلة مع المؤسسات العامة



يعتبر الاستثمار العام المحدود في البحوث الزراعية مجال مهم آخر، حيث تؤثر مقيدات القدرات المؤسسية على طاقات القطاع. رغم أن التحول إلى منهجية التخصصات المتعددة في البحث، التي تأخذ في الاعتبار السياق الاقتصادي للزراعة، يعتبر من الإصلاحات الواعدة التي تم تبنيها، فإن إجمالي الإنفاق على البحث والتطوير في العراق منخفض للغاية، مما يؤدي إلى تباطؤ النمو وبناء المرونة والتنوع. وإن عدم كفاية الاستثمار في المنشآت وقلة الفنيين الذين يتقاضون رواتب منخفضة، تحد من التواصل والتعاون مع الفلاحين ومع المراكز البحثية الأخرى محلياً وخارجياً. في الزراعة، يشمل البحث مجموعة واسعة من النشاطات التي يقوم بها القطاعان العام والخاص، رغم أن مراكز البحث العامة تلعب دوراً رائداً في تطوير منتجات مثل البذور ذات الغلات العالية والتكيف الأفضل مع الظروف المحلية وتحمل الجفاف وتحسين القيمة الغذائية، أو بحوث لقاحات الحيوانات واستخدام الأسمدة وإدارة التحسين واستخدام التكنولوجيا في التصنيع.

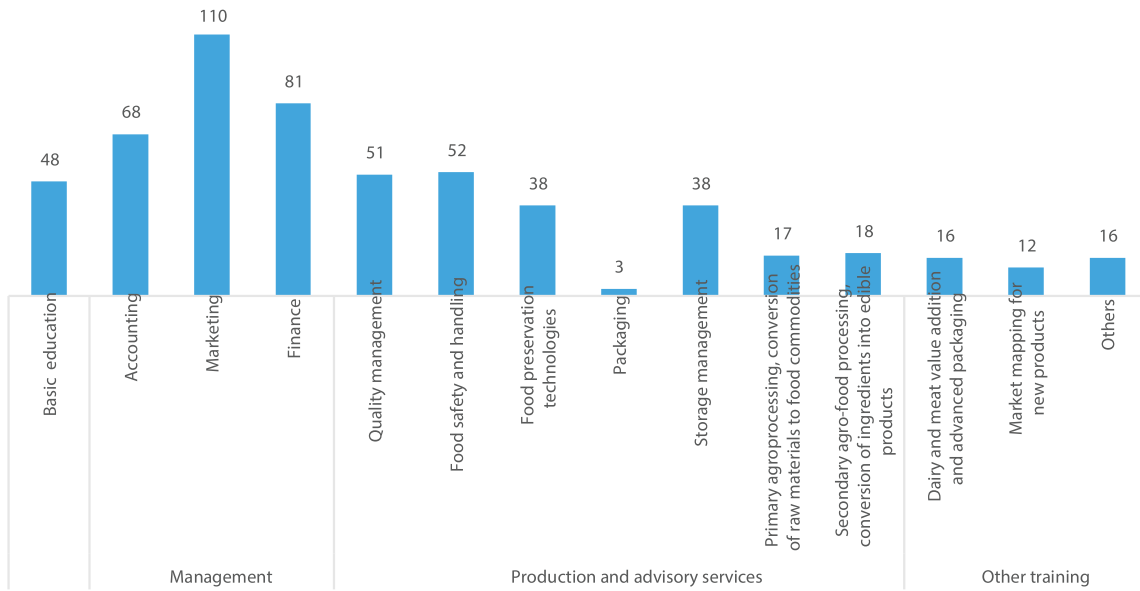
لقد أدى خفض ميزانية وزارة الزراعة إلى تقييد قدراتها وتقلص خدماتها. إن الروابط بين الاستراتيجيات القطرية واستراتيجيات المحافظات والأقاليم ليست واضحة دائماً مع ضعف الروابط المشتركة بين القطاعات في التخطيط. تعد القدرات المحدودة لوزارة الزراعة تحدياً هاماً بشكل خاص لتنظيم الفعال للقطاع، رغم أن مؤسسات القطاع العام الأخرى التي تعمل في مجالات البحث والتدريب والإرشاد تحتاج أيضاً إلى الاهتمام. ستحتاج القدرات لتعزيز سلامة الأغذية وحماية النبات وإدارة الجودة على مستوى المزرعة وداخل سلاسل القيمة المحلية وعبر الحدود (كمحطات الحجر الزراعي للمنتجات النباتية والحيوانية) إلى مزيد من التطوير، مع وضوح سياسات التصنيف والجودة وتتبع المنتج وإصدار الشهادات عبر سلسلة القيمة. إن الثغرات في جمع المعلومات الإحصائية عن الزراعة والنشاط الاقتصادي على طول سلسلة القيمة تعوق وضع سياسات فعالة وتنفيذ التدخلات المستهدفة.

ضعف خلق بيئة الأعمال ونمو القطاع نتيجة ضعف تنمية مهارات الأعمال وريادة المشاريع

واستخدام التقنيات ذات الصلة لتعزيز القدرة التنافسية، توجد حاجة إلى مهارات في إدارة وريادة الأعمال لتطوير المؤسسات القائمة والجديدة عبر سلسلة القيمة من خلال تحديد الفرص في الأسواق المحلية ووسائل تعزيز القدرة التنافسية في الانتاج. أظهرت نتائج مسح المشاريع الزراعية أن التدريب على المهارات الإدارية هو أكثر أنواع التدريب فائدة (الشكل ١٨).

المستوى: المزرعة والقدرات بمستوى المزرعة وبيئة الأعمال المباشرة
الحدة: ●●●
الهدف المعني في خطة العمل: ٣، ٢. بناء وعي ومهارات ريادة الأعمال في سلاسل القيمة للأغذية الزراعية مع تركيز خاص على الشباب إلى جانب تطوير المهارات المرتبطة مباشرة بالإنتاج

الشكل ١٨: أنفع أنواع التدريب للمشاريع الزراعية الصغيرة والمتوسطة



ويعزز ريادة الأعمال الشبابية، بما في ذلك تحسين الوعي بإطلاق المشاريع وكسب التمويل وإعداد الاستراتيجيات للنمو. من شأن التوسع في التعليم والتدريب في مجال المشاريع الزراعية وبرامج الإرشاد والدعم من حاضنات ومسرعات الأعمال أن يساعد في تعزيز نمو ريادة الأعمال في هذا القطاع.

تتمتع ريادة الأعمال وإنشاء الشركات الصغيرة أيضاً بإمكانية خلق فرص اقتصادية وإنماء لفرص العمل وكوسيلة واعدة بشكل خاص للاستفادة من رأس المال البشري المتمثل بالشباب العاطل عن العمل في العراق. يحفز نقص الفرص في الأرياف على هجرة الشباب رغم وجود إمكانيات تطوير سلسلة القيمة مع النمو الذي يخلق فرص عمل للشباب

عدم ارتقاء عمليات القطاع نتيجة ضعف قدرات استخدام التكنولوجيا

تمتلك التقنيات الرقمية وغيرها قدرة على تحويل سلسلة القيمة الزراعية والغذائية عن طريق خفض تكاليف جمع وتبادل البيانات حول صحة التربة والمحاصيل وإدارة سلاسل التجهيز وتتبع المنتجات والتدريب ونشر المعلومات حول تحسين الإنتاج واستقصاء المعلومات الحالية عن الأسواق، وكذلك تحسين وفرة التمويل والجوانب الأخرى للمشاريع. ومع ذلك، توجد ثغرات في استخدام هذه الأدوات. ففي عام ٢٠١٨، ظهر أن ٢٥٪ من سكان العراق لا يستخدمون الإنترنت. ورغم قدرة التجارة الإلكترونية على خلق فرص جديدة عبر سلسلة القيمة، فإن عوائق كبيرة كضعف الوصول وبطء الاتصال وغياب إطار تشريعي وتنظيمي وضعف المهارات ونقص ثقة المستخدم، تعرقل استخدام التعاملات عبر الإنترنت

المستوى: المزرعة والقدرات بمستوى المزرعة وبيئة الأعمال المباشرة

الحدة: ●●●

الهدف المعني في خطة العمل: ٢,٤. تعزيز مهارات الأعمال لدى المشاريع الصغيرة والمتوسطة مع التركيز على التكنولوجيات الرقمية لتعزيز الروابط والتنافسية.

لقد أدى ضعف قدرات استيعاب التكنولوجيا لدى المزارع والشركات إلى تباطؤ نمو الإنتاجية. رغم أن العوامل الداخلية كالمهارات والإدارة والتنظيم، مسؤولة عن الكثير من هذا التباطؤ، لكن العوامل خارج سلسلة القيمة مهمة أيضاً؛ فقد أدت العقوبات والعزلة الدولية إلى إبطاء نقل التكنولوجيا والمعارف في العديد من المجالات ومنها الزراعة والأغذية الزراعية.

غياب إسهامات المرأة في القطاع نتيجة حرمانها من فرص العمل وريادة الأعمال

المستوى: المزرعة والقدرات بمستوى المزرعة وبيئة الأعمال المباشرة والبيئة القطرية

الحدة: ●●●

الهدف المعني في خطة العمل: ٢,٥. رعاية الريادة النسوية للأعمال

تعمل المرأة في العراق في النشاطات التقليدية كالزراعة، ولكن مشاركتها محدودة في الجوانب التي تضيف قيمة ضمن سلسلة القيمة. وبالفعل، فإن نسبة مشاركة المرأة في القوى العاملة في العراق منخفضة بشكل عام. تشير التقديرات إلى أن ١١,٦٪ من النساء في سن ١٥ عاماً فأكثر يشتركن في القوى العاملة (٢٠١٩)، أي أقل من معدلات منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (٢٠,٢٪) والبلدان ذات الدخل المتوسط الأعلى (٥٤,٥٪).

توجد عوائق إضافية في قطاع الزراعة بسبب التصورات الشائعة عن العمل المناسب للمرأة. ففي حين تنشط العديد من النساء في المزارع العائلية ويقدمن مساهمات مهمة في إمدادات الغذاء والدخل للأسرة، فإن المواقف السلبية للمجتمع من النساء العاملات خارج المنزل وخرق أعراف أدوار النوع الاجتماعي قد تثنيهن عن البحث عن عمل أو إنشاء المشاريع.

كما قد يثني التنميط المرأة عن تطوير مهاراتها في مجال إدارة المشاريع وريادة الأعمال أو التقليل من قيمة كفاءاتها في هذه المجالات. وجدت دراسة استقصائية صغيرة للأسر أجراها المجلس الدنماركي للاجئين



، على سبيل المثال، أن ٧٪ فقط من الأفراد المشمولين بالدراسة يعتبرون عمل المرأة في الزراعة مقبولاً، وأكثرهم يتبنون مواقف سلبية من المرأة كرائدة أعمال. كما تواجه المرأة عوائق أخرى في كسب التمويل ورأس المال الأولي.

ضعف وقصور الاستثمار والابتكار والتنافسية نتيجة عوائق السياسات أمام عمليات الأعمال

المستوى: بيئة الأعمال المباشرة والبيئة القطرية

الحدّة: ●●●

الهدف المعني في خطة العمل: ٢,٦. معالجة العوائق القانونية والتنظيمية لتطوير سلسلة القيمة

. تعتبر السمة غير الرسمية أكثر شيوعاً نسبياً بين الشركات الصغيرة، وستحتاج الجهود المبذولة لتعزيز تطوير الشركات الصغيرة والمتوسطة الرسمية في قطاع الزراعة والأغذية الزراعية إلى إيجاد توازن مناسب بين تحقيق أهداف السياسات وخفض التكاليف التي تتحملها الشركات.

في مجال الزراعة من ناحية، أصبحت لوائح ملكية الأراضي معقدة وغير كفوءة - كأنظمة حيازة الأراضي عبر المالك والمشغل والفلاح والمستأجر - وأكثر صعوبة بسبب الخلاف حول حقوق اللاجئين والمشردين داخلياً في العودة إلى أراضيهم وممتلكاتهم، رغم تشكيل لجنة وطنية للمساعدة في إدارة هذه الخلافات. إن القيود المتعلقة بحيازة الأراضي تثبط أو تعوق الاستثمار في تحسين الأراضي وتساهم بشكل غير مباشر في تدهور الأراضي وسوء إدارة الموارد. ومن ناحية أخرى، تشارك الشركات المملوكة للدولة بشكل كبير في العديد من جوانب سلسلة القيمة. على وجه الخصوص، تشارك شركة الرافدين للبذور والشركة العامة للتجهيزات الزراعية في تجهيز وتوزيع بذور الحبوب والآلات والمعدات الزراعية، حيث إن هيمنة هاتين الشركتين تعوق الاستثمار وتحد من الابتكار وتقلل من القدرة التنافسية.

يمكن أن تكون الأعباء التنظيمية والإدارية على الأعمال عالية جداً. كالوقت والتكاليف المالية لتسجيل شركة جديدة كبيرة مثلاً. تضيف هذه العوامل إلى التحديات التي تواجه الاستثمار في القطاع بتأسيس شركات جديدة أو توسيع الشركات القائمة. قد تحتاج القواعد الخاصة بتراخيص الاستثمار وغيرها من المجالات ذات الصلة المباشرة بالاستثمار إلى المراجعة أيضاً مع الحاجة لمزيد من الاتساق بين القوانين واللوائح الأخرى لجذب استثمارات إضافية أكثر فائدة.

قد تشجع هذه التكاليف وقدرات الإنفاذ المحدودة أيضاً على العمل غير الرسمي في بلد ساهم فيه نزوح ملايين الأشخاص أثناء النزاعات في نمو القطاع غير الرسمي علماً أن العديد من الوظائف الرسمية في العراق موجودة في القطاع العام.

غياب ارتقاء قدرات الإنتاج والتصنيع وشحة فرص اعتماد التكنولوجيات الذكية مناخياً نتيجة ندرة الخدمات المالية

المستوى: المزرعة والقدرات بمستوى المزرعة وبيئة الأعمال المباشرة والبيئة القطرية

الحدّة: ●●●

الهدف المعني في خطة العمل: ٣,٤. تحسين ووفرة التمويل والاستثمار

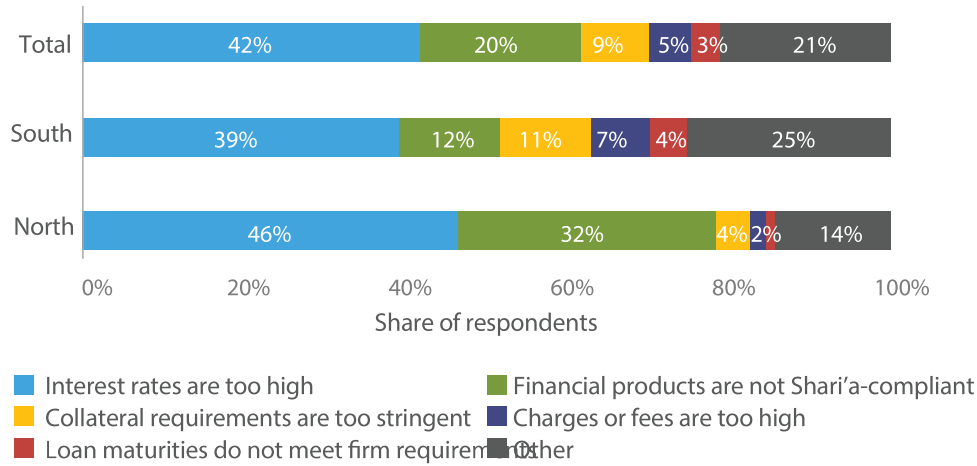
بعض الدعم من خلال نشاطات البنك الزراعي التعاوني، إلا أن عملياته غير فعالة ويواجه نقصاً في السيولة بشكل متكرر. ظهر من مسح المشاريع الزراعية أن أسعار الفائدة المرتفعة هي أكبر العوائق أمام القروض، وورد أن ثلث الشركات الزراعية في المسح ذكرت إن عدم توفر التمويل كان عقبة خطيرة أمام عملياتها (الشكل ١٩).

من بين العوائق الرئيسية التي ذكرتها المزارع والشركات تعقيد وتكلفة فتح الحسابات المصرفية ومعدلات الفائدة المرتفعة والمدد القصيرة المتاحة للمقترضين ونقص المعلومات عن المنح وأشكال الدعم الأخرى. أعرب العديد من الفلاحين وقادة الأعمال الذين تمت مقابلتهم من الناشطين في سلاسل القيمة الزراعية والغذائية عن مخاوفهم بشأن عدم توفر خيارات التمويل المتاحة المتوافقة مع الشريعة الإسلامية.

لا يزال توفر التمويل يشكل عقبة أمام العديد من المزارعين والشركات الصغيرة في جميع القطاعات في العراق. تقدم برامج الائتمان غير المدعومة في العراق للفلاحين بشكل غير مدروس. لكن الائتمان المؤسسي غالباً ما يكون غير متاح للفلاحين، مما يرفع من تكاليف الاقتراض ويثبط الاستثمار.

بشكل عام، تعتبر الخدمات المالية أقل تطوراً في الأرياف ذات الكثافة السكانية المنخفضة والبنية التحتية الأضعف. أدت العوامل التنظيمية والتفضيلات منخفضة المخاطر للبنوك الخاصة والمملوكة للدولة في العراق إلى تثبيط المشاركة في القطاع الزراعي. رغم تقديم

الشكل ١٩: العوائق التي تمنع الشركات من الاقتراض



بعد الحصاد ودخول الأسواق وتمكين الاستثمارات في تعزيز الاستدامة والتكيف للتغير المناخي وضمان تدفقات نقدية أكثر قابلية للتنبؤ للأسر الزراعية. تعد ندرة منتجات التمويل المناخي تحدياً خاصاً، مما يحد من فرص الاستثمار في التكيف مثل استخدام تقنيات ترشيد المياه والبنية التحتية للإنتاج المقاومة للمناخ.

في الوقت نفسه، يحتاج الفلاحون والمعنيون بالنشاطات ذات الصلة إلى الخدمات المالية للمساعدة في إدارة المخاطر والتغيرات الموسمية والسنوية الكبيرة في التدفق النقدي وفترات التحميل الطويلة والاستثمارات في الأصول المتكثفة. وبالتالي، يمكن أن يؤدي تأمين تحسين زيادة إنتاجية المزرعة عبر سلسلة القيمة، وتحسين ممارسات ما

روابط السوق المحلية والعالمية

ل والشركات الصغيرة. تعمل هذه العوامل مجتمعة على تقليل قدرة الفلاحين والشركات على الاستفادة من الاستثمار في القدرات المعززة وتحسين الإنتاجية. عولجت هذه القيود في الهدف الاستراتيجي الثالث لخطة العمل.

من قيود الاتصال بالأسواق المحلية والدولية: ضعف الروابط عبر سلسلة القيمة وروابط السوق المتخلفة وأوجه القصور في إدارة الجودة وضعف الإمكانيات التمويلية لدى المزارع

ضعف القدرات يعيق التحسينات في جودة وضمان سلامة الأغذية لمنتجات الطماطم

النهائية. تعيق الحواجز، التي تحول دون تحسين وتوثيق الجودة ومصادقة جودة منتجات الطماطة، تطور القطاع. هناك حاجة ماسة إلى تحسينات في إدارة الجودة في قطاع الطماطة العراقي في تجهيز المدخلات وفيما يتعلق بكل من المخرجات الخام والتصنيع. ستحتاج هذه التحسينات إلى الدعم من خلال رفع القدرات على مستوى المزرعة والشركات، وكذلك بين المؤسسات المسؤولة عن المعايير والشهادات كالجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية (COSQC). كما هو مذكور في إطار بيئة الأعمال التجارية وتطوير سلسلة القيمة، هناك حاجة أيضاً إلى زيادة المعرفة والقدرات لأصحاب المصلحة في سلاسل القيمة بشأن سلامة الأغذية، لا سيما بشأن HACCP تحليل المخاطر ونقاط التحكم الحرجة.

المستوى: المزرعة والقدرات بمستوى المزرعة وبيئة الأعمال المباشرة والبيئة القطرية

الحدة: ●●●

الهدف المعني في خطة العمل: ٣,١. تعزيز قدرات المزارع والشركات لدخول قطاعات السوق ذات الإمكانيات العالية للطماطة الطازجة والمصنعة (أنصاف جديدة، ومفهوم تسويق مبتكر، ومواد التعبئة والتغليف، وعلامة تجارية لمنتجات الطماطة/الطماطة الطازجة وتشكيل سلسلة التجهيز نفسها): ٣,٢. تحسين جودة المنتجات وضمان ترجمتها إلى هامش سعري مجزي.

تعد إدارة الجودة محورا أساسيا من القدرة التنافسية كونها تؤثر على سبل وصول المنتجات وقيمتها السوقي



بالإضافة إلى أهمية أداء السوق، هناك أدلة على أن اعتماد الممارسات الزراعية الجيدة واستخدام مدخلات عالية الجودة قد يساعد في تعزيز القدرة على صمود الزراعة في مواجهة الصدمات المناخية.

فعلى وجه الخصوص، يمكن لمزارعي الطماطة العراقيين الاستفادة من اعتماد إجراءات محسنة لمكافحة الآفات واستخدام أصناف بذور أكثر تكيفاً.

لدخول الأسواق الدولية، سيكون من المهم لنظم إدارة الجودة في القطاع أن تأخذ المتطلبات الدولية وتوقعات المشتري في الاعتبار من أجل دخول أسواق جديدة وزيادة قيمة منتجات الطماطة العراقية.

قصور الترويج للمنتج العراقي نتيجة لضعف أو قصور أو غياب قدرات التعبئة والتغليف

والأسباب المباشرة لذلك متجذرة في القدرات التقنية المحدودة على مستوى المزرعة والشركات، بما في ذلك نتائج كل من قلة الاستثمار في الآلات وشحة المهارات. على مستوى أعمق، يعيق ضعف الاتصالات وتدفق المعلومات عبر سلسلة القيمة ومع الأسواق التقدم الذي يتم إحرازه من خلال زيادة الغموض وجعل فوائد الاستثمار في التعبئة والتغليف والعلامات التجارية أقل وضوحاً لدى الفلاحين والشركات

المستوى: بيئة الأعمال المباشرة والبيئة القطرية

الحدة: ●●●

الهدف المعني في خطة العمل: ٣,٢. تحسين جودة المنتجات وضمان ترجمتها إلى هامش سعري مجزي. بالإضافة إلى زيادة جذب العملاء وتبادل المعلومات عن المنتج، يمكن أن تساعد نشاطات التعبئة والتغليف في الحفاظ على الجودة وتسهيل التخزين والنقل. بالمقارنة مع منتجات الطماطة المستوردة على وجه الخصوص، غالباً ما تكون التعبئة والتغليف للبدائل المنتجة محلياً أقل تفصيلاً.

تعثر نمو قطاع الطماطة نتيجة لضعف الروابط داخل سلسلة القيمة

أو غير الموثوقة للنشاطات الأساسية المضيفة للقيمة، مثل التعبئة والتغليف والنقل والتخزين المبرد، على إعاقة النمو. غالباً ما يؤدي الافتقار إلى المهارات الفنية في التعامل مع المنتجات إلى زيادة تعقيد هذه التحديات. كما أن عدم الكفاءة في سلسلة قيمة الطماطة يقلل أيضاً من القدرة التنافسية ويسهم في خسائر ما بعد الحصاد، مما يزيد من انخفاض المردود والأرباح. وفقاً لبيانات منظمة الأغذية والزراعة، بلغ إجمالي الخسائر في الطماطة ومنتجاتها حوالي ٧٧٠٠٠ طن في عام ٢٠١٨، أي ٧,٥٪ من المعروض المحلي. سيتطلب تعزيز سلسلة القيمة ككل تدخلات هادفة وتنسيقاً محسناً بشكل عام من خلال تدفقات معززة للمعلومات وتنظيم فعال للقطاع.

المستوى: المزرعة والقدرات بمستوى المزرعة وبيئة الأعمال المباشرة

الحدة: ●●●

الهدف المعني في خطة العمل: ٣,٣. تحسين فاعلية قنوات التسويق لخفض تلف المنتجات وتكاليف التبادلات التجارية: ٣,٤. دعم تحسينات السياسات التجارية للنهوض بتوسيع الصادرات.

لا تنتهي تحديات القطاع عند المزرعة، حيث أن العديد من أهم المشاكل التي يجب التغلب عليها تتعلق بالتعاملات التي تتم بين المزارع والشركات قبل الوصول إلى الأسواق النهائية. فعلى وجه الخصوص، تعمل القدرات غير الكافية



عجز المنتجين العراقيين عن تأسيس روابط مع المشترين نتيجة ضعف الدعم داخل السوق

. ومع ذلك، فإن الدخول المدود للأسواق وغياب تنافسية التجارة والتكاليف المرتفعة للحصول على معلومات السوق في قطاع الطماطة العراقي كلها أمور شائعة. تقلل مقيدات تدفق المعلومات بين الجهات الفاعلة في سلسلة القيمة من الكفاءة ويمكن أن تؤدي إلى ارتفاع الأسعار على المستهلك وانخفاض مدخولات المنتجين. كما هو الحال مع مقيدات عديدة أخرى تواجه القطاع، فإن هذا يرجع جزئياً إلى عوامل مؤسسية، فعدم كفاية الدعم في السوق يمنع المنتجين العراقيين من إقامة روابط مع المشترين، كما يمكن أن يسمح دخول الشركات العراقية لمنظومة منظمة التجارة العالمية بالاستفادة من المعاملة غير التمييزية والمزيد من فرص دخول الأسواق.

المستوى: المزرعة والقدرات بمستوى المزرعة وبيئة الأعمال المباشرة

الحدة: ●●●

الهدف المعني في خطة العمل: ٣,٣. تحسين فاعلية قنوات التسويق لخفض تلف المنتجات وتكاليف التبادلات التجارية؛ ٣,٤. دعم تحسينات السياسات التجارية للنهوض بتوسيع الصادرات.

يعد توفر المعلومات عن ظروف السوق والأسعار والخدمات اللوجستية والتجهيز أمراً بالغ الأهمية بالنسبة للأسواق الفعالة ولجميع الجهات الفاعلة في سلسلة القيمة لزيادة أرباحها إلى الحد الأقصى.

الطريق إلى الأمام: مسار نحو قطاع قوي وشامل ومرن

تهدف هذه الاستراتيجية إلى إحداث الأثر التالي:

- تحسين أداء قطاع الطماعة في العراق في السوق المحلي
- تعزيز القدرة التنافسية على مستوى المزرعة والشركات مما يؤدي إلى زيادة الربحية
- زيادة القيمة المضافة من خلال تحسين قدرات التصنيع
- الترويج لنظام سوق فعال
- تعزيز القدرة على الصمود أمام التهديدات المناخية وإدارة الآثار البيئية لتوسيع القطاع

القطاع الطماعة العراقي. تقدم هذه الإستراتيجية نظرة عامة على سبل إحداث ذلك. إن مراجعة سلوك المستهلك وتفضيلاته ومتابعة الخطوات على طول سلسلة القيمة التي تشمل الوكلاء والتجار وغيرهم، يسلط الضوء على الأسواق الحالية والمحتملة لمنتجات الطماعة. تحدد خيارات القيمة الهيكلية وسلسلة القيمة المستقبلية بعض الجوانب الرئيسية التي ستكون موجودة عند تحول.

لقطاع. وتحدد الرؤية والأهداف الاستراتيجية أولويات القطاع لجعل القطاع أكثر مرونة وتنافسية. من خلال إدارة التنفيذ الكفوء للاستراتيجية، يمكن توفير مسار واضح للتقدم في المستقبل

سيتطلب تعزيز آفاق قطاع الطماعة العراقي لدفع النمو وخلق فرص العمل والفرص الاقتصادية وتنمية القطاع الخاص وتعزيز الأمن الغذائي والقدرة التنافسية على مستوى المزرعة والشركة وعبر سلسلة القيمة، وتحسين وضع المنتجات في الأسواق المحلية ورفع قيمة منتجات القطاع من خلال تحسين الجودة وإضافة القيمة. من أجل تحقيق الفوائد الكاملة لهذه التغييرات، يجب أن تكون تنمية القطاع مستدامة وشاملة

تشمل الاستدامة إدارة الآثار البيئية للإنتاج الموسع وتعزيز المرونة في مواجهة التهديدات المناخية. سيتطلب النمو الشامل لقطاع الطماعة تعزيز فرص خلق الوظائف وريادة الأعمال للنساء والشباب من خلال تحسين التدريب وتنمية المهارات وتنفيذ إصلاحات في بيئة الأعمال وتعزيز قدرات المؤسسات الداعمة.

تتطلب معالجة جذور المقيدات الرئيسية التي تعوق تنمية قطاع الطماعة وضع رؤية وهدف للمستقبل، مدعومين بخطة شاملة وقابلة للتنفيذ لتحقيقهما. يعمل التقدم إلى الأمام على تحديد الاتجاه والخطوات التي يتعين اتخاذها.

رغم أن مساهمات هذه النشاطات في الناتج المحلي الإجمالي كانت محدودة، إلا أنها تمثل مجالاً محتملاً للنمو السريع في القطاعات غير النفطية. وعليه، تلعب زيادة المساهمة الاقتصادية لسلسلة القيمة دوراً في التنوع الذي يدعم نمو دخل أقوى وأكثر استقراراً. كما إن آثار النشاطات ذات الصلة، بما في ذلك الخدمات اللوجستية ومقدمي الخدمات الآخرين، ستساهم أيضاً في تنمية القطاع الخاص.

ومن الفوائد المباشرة الأخرى توفير فرص العمل للنساء والشباب بالأخص. من شأن سلسلة القيمة الأكثر تنافسية أن تخلق فرصاً لنمو الكيانات القائمة وإنشاء مشاريع جديدة. ومن المتوقع أن تستفيد الأرياف من ذلك بشكل خاص كي يتحفز التحول الاقتصادي ويقل عدم المساواة بين الريف والحضر (وبالتالي يكون التحضر معتدلاً) ويؤدي إلى انخفاض معدلات الفقر في الريف.

بناءً على نقاط قوة القطاع، فإن تحسين أداء منتجات الطماعة في الأسواق المحلية تمنح القدرة على تحول

ترقية فرص السوق والمنتجات في الأسواق المحلية



إن الطلب المحلي على هذه المنتجات كبير ومن المتوقع أن يستمر في النمو في المستقبل. ومع ذلك، يستمر الاعتماد على المستورد حالياً من الدول المجاورة. يتطلب تصنيع الصاص والمعجون استثماراً منخفضاً نسبياً وعملية تصنيع أبسط. وبالتالي، فإن الفرصة الحاسمة لتعويض الاستيراد تكمن في تطوير وتوسيع الإنتاج الحالي للطماطة المصنعة لتلبية الطلب المحلي.

على المدى القصير والمتوسط، يمكن أن تتركز جهود تصنيع الطماطة قطرياً على تجهيز السوق العراقي الواسع.

رغم عظم الطلب المحلي الحالي والمحتمل على الطماطة الطازجة والمصنعة، فإن صناعة الطماطة القطرية متخلفة في مواجهة المنافسة الشرسة من البلدان المجاورة التي تخدم حالياً معظم السوق المحلية. ومع ذلك، يفضل المستهلك العراقي شراء المنتجات المحلية على المستوردة الأرخص سعراً إذا كانت تلبي توقعاته.

تتأثر قرارات المستهلك الشرائية للطماطة الطازجة بالنكهة واللون ومحلية الإنتاج.

كما ذكر المستهلكون استعدادهم لدفع هامش أعلى إلى حد ما مقابل الطماطة المحلية التي تخضع لتحسينات في النكهة واللون والحجم والنضارة. إن معالجة هذه القضايا المتعلقة بتحسين جودة الإنتاج والفرز والتصنيف، فضلاً عن التعبئة والتغليف وغيرها، من شأنه أن يؤدي إلى أسعار أفضل وإقبال أكبر في السوق المحلية.

هناك فرصة أخرى مهددة في مجال منتجات الطماطة المصنعة، والتي نادراً ما يوفرها المنتجون المحليون.

ترقية فرص السوق والمنتجات في الأسواق المحلية

الطماطة تعزز فرص خلق الوظائف، وزيادة الأعمال للنساء والشباب من خلال تحسين التدريب وتنمية المهارات وتنفيذ إصلاحات في بيئة الأعمال وتعزيز قدرات المؤسسات الداعمة.

وبالتالي، فإن إطلاق العنان لطاقت قطاع الطماطة في العراق سيتطلب رفع مستوى قدرات الإنتاج والتصنيع وتحسين الجودة ونشاطات التعبئة والتغليف وزيادة توفير المدخلات بأسعار معقولة. ستسمح هذه التعديلات للقطاع بالتنافس من حيث السعر والجودة. وتحقيقاً لهذه الغاية، أوردنا التعديلات التالية على سلسلة القيمة.

سيتطلب تعزيز آفاق قطاع الطماطة العراقي لدفع النمو وخلق فرص العمل والفرص الاقتصادية وتنمية القطاع الخاص وتعزيز الأمن الغذائي والقدرة التنافسية على مستوى المزرعة والشركة وعبر سلسلة القيمة، وتحسين وضع المنتجات في الأسواق المحلية ورفع قيمة منتجات القطاع من خلال تحسين الجودة وإضافة القيمة. من أجل تحقيق الفوائد الكاملة لهذه التغييرات، يجب أن تكون تنمية القطاع مستدامة وشاملة. تشمل الاستدامة إدارة الآثار البيئية للإنتاج الموسع وتعزيز المرونة في مواجهة التهديدات المناخية. سيتطلب النمو الشامل لقطاع

الجدول ٢: التعديلات الهيكلية لسلسلة قيمة الطماطة

الهدف الاستراتيجي ١: تعزيز تنافسية وربحية زراعة الطماطة مع ضمان اعتماد الممارسات المستدامة												
البرامج القائمة أو الدعم المحتمل	شركاء التنفيذ المساندون	أهم شركاء التنفيذ	المستهدفات	إصلاح أو مشروع	فترة التنفيذ					الاولوية	النشاط	الهدف التنفيذي
					2026	2025	2024	2023	2022			
منظمة الأغذية والزراعة، برنامج الأغذية العالمي، هولندا، صندوق السكان، المنظمات غير الحكومية (مثل المجلس النرويجي للاجئين)	وزارة المالية، وزارة التخطيط، الجمعيات الفلاحية، المنظمات الدولية وغير الحكومية، القطاع الخاص	وزارة الزراعة	توفير الإرشادات المحدثة والوحدات التدريبية المرتبطة بها	مشروع						1	1.1.1 إجراء تحديد تشاوري للممارسات الزراعية الجيدة المتكيفة محلياً (ذكية مناخياً) ووضع توصيات واضحة.	1.1 تعزيز الإنتاجية باعتماد ممارسات زراعية جيدة/الزراعة الذكية مناخياً
منظمة الأغذية والزراعة، المنظمات غير الحكومية (مثل المجلس النرويجي للاجئين)	الجمعيات الفلاحية، المنظمات الدولية وغير الحكومية، القطاع الخاص	وزارتَي الزراعة والتعليم العالي	نموذج جديد لخدمات الإرشاد / التدريب يشمل القطاع الخاص كمقدم خدمة	مشروع						2	بناءً على ما سبق، تصميم وتنفيذ برنامج تدريبية لقطاع الطماطة (بال تعاون مع وزارة الزراعة ومنظمة الأغذية والزراعة، إلخ).	
منظمة الأغذية والزراعة، برنامج الأغذية العالمي، هولندا، المنظمات غير الحكومية (مثل المجلس النرويجي للاجئين)	الجمعيات الفلاحية، المنظمات الدولية وغير الحكومية، القطاع الخاص	وزارتَي الزراعة والتعليم العالي	إنجاز برنامج تدريبي	مشروع						2	1.1.2 دعم إعداد نموذج جديد لتقديم خدمات الإرشاد بـشمل القطاع الخاص (كالمشترين ومجهزي المدخلات) ووزارة الزراعة ومنظمات الدعم ذات الصلة	
هولندا، الجامعات	مراكز البحث الزراعي، المنظمات الدولية وغير الحكومية، القطاع الخاص	وزارتَي الزراعة والتعليم العالي	تصميم وتنفيذ البرنامج الفطري	مشروع						2	1.2.1 توسيع نطاق البحث في أصناف البذور وربط مخبرات البحث بالأنشطة التجارية من خلال العروض والدورات التدريبية (الأصناف) عبر تصميم وتطوير برنامج فطري. برنامج فطري للتوصية بالأصناف المحلية الموروثة/المنتجة التي تتجمع بين الخصائص المطلوبة (الذلة، المقاومة، التكيف مع التغير المناخي) وكذلك الصفات التجارية النكهة، اللون، الحجم، الشكل)	1.2 تحسين توفر البذور الجيدة والمدخلات والمعدات اللازمة حسب متطلبات السوق
منظمة الأغذية والزراعة، هولندا، الجامعات	مراكز البحث الزراعي، المنظمات الدولية وغير الحكومية، القطاع الخاص	وزارة الزراعة	إجراء التقييم الولي إنشاء مشاتل البذور	مشروع						2	1.2.2 دعم إنشاء مشاتل لبيع أصناف مختارة بأسعار مناسبة، بإجراء تقييم أولي لمعرفة عدد مشاتل البذور المطلوبة.	

الاستراتيجية: الرؤية والأهداف

لقد صاغ أصحاب المصلحة في قطاع الطماعة في العراق الرؤية التالية:

الطماعة العراقية التي تحبون من منتجين حريصين.

وبالتوافق مع رؤية القطاع، تهدف هذه الاستراتيجية إلى تحقيق الهدف التالي:

تنمية قطاع طماعة وطني مربح وشامل ومستدام وذو قدرة على توفير منتج صحي للمستهلك العراقي بأسعار في متناول الجميع

يسلط هذا الهدف الضوء على إمكانات قطاع الطماعة للمساهمة في نمو العراق وتنميته من خلال تعزيز التنوع الاقتصادي الذي يولد سبل عيش جيدة ويساهم في المرونة البيئية. والفاية هي دعم القطاع عبر ثلاثة أهداف استراتيجية تهتم على التوالي بتعزيز التنافسية على مستوى المزرعة، وتحسين كفاءة نظام السوق المحلي، وتبني الابتكار لاستكشاف فرص السوق المربحة لكل الأطراف.

الهدف الاستراتيجي ا: تعزيز تنافسية وربحية زراعة الطماعة مع ضمان اعتماد الممارسات المستدامة

تركز النشاطات الداعمة لهذا الهدف على تعزيز إنتاجية المزرعة وقدرتها على الصمود من خلال برامج التدريب المستهدفة التي تعزز اعتماد الممارسات الزراعية الذكية مناخياً.

سيتم تعزيز قدرات إدارة مخاطر التغير المناخي بمجموعة تدخلات تشمل تعزيز قدرة المؤسسات التي تقدم المساعدة بشأن الممارسات المستدامة بيئياً، وتنفيذ دورات تدريبية على الاستدامة وتخفيف المخاطر المناخية، وتطوير حوافز للاستثمار في التقنيات النظيفة، وأمور أخرى ذات صلة.

يمكن للروابط المعززة بين الفلاحين والجمعيات الفلاحية تسهيل الدمج في سلسلة القيمة والمساعدة في تحقيق وفورات الحجم. يشمل هذا الهدف الاستراتيجي أيضاً نشاطات تهدف إلى تعزيز قدرات جمعيات وتعاونيات فلاحية الطماعة.

يتعلق الهدف الاستراتيجي ا بتعزيز القدرة التنافسية لزراعة الطماعة لتحقيق زيادة الربحية من خلال تحسين الغلة وخفض تكاليف الإنتاج، وبالتالي دفع التوسع في الإنتاج والعمالة (الشكل ٢٠)، مع معالجة العوائق المتعلقة بانخفاض كثافة رأس المال في الإنتاج والفجوات في المهارات الفنية وقلّة استخدام مدخلات عالية الجودة والتنظيم المحدود للقطاع وعدم إحراز تقدم في التكيف للتغير المناخي.

من ناحية المدخلات، فإن شحة الجيد منها يؤدي إلى انخفاض الإنتاجية وارتفاع تكاليف الإنتاج، وبالتالي انخفاض القدرة التنافسية للمنتجات العراقية في السوق المحلية لصالح المنافسة في المنطقة. ولمعالجة هذا الضعف، ستدعم الاستراتيجية الإنتاج المحلي للمدخلات الحيوية وتقوية الروابط مع تجارها وتعزيز وضع حلول مخفضة التكلفة ومجدية تجارياً للمدخلات اللازمة.

سيكون اعتماد ممارسات الزراعة الذكية مناخياً أمراً حاسماً للمنتجين لتحقيق عوائد أعلى بطريقة مستدامة، مع بناء المرونة في مواجهة المخاطر المناخية.



الهدف الاستراتيجي ٢: تعظيم كفاءة بيئة الأعمال وضمان تقديم خدمات أفضل لكل أصحاب المصلحة بمختلف مستويات سلسلة القيمة

المصغرة والصغيرة والمتوسطة مع التركيز على التقنيات الرقمية لتعزيز الاتصالات والقدرة التنافسية. كما أنها تهدف إلى دعم زيادة مشاركة المرأة في نشاطات سلسلة القيمة مع التركيز على ريادة الأعمال.

يعد الإطار القانوني والتنظيمي في العراق أحد المجالات الحاسمة للتحسينات. سيعالج هذا الهدف الإستراتيجي العوائق القانونية والتنظيمية الرئيسية التي تساهم في ارتفاع تكاليف التبادلات الحالية. وتشمل التدخلات مراجعة نظم حيازة الأراضي بالتشاور مع الفلاحين، وكذلك سياسات التنافس والضرائب والسياسات التجارية المتعلقة بالاستيراد الزراعي.

سيكون تسهيل الاستثمار وتوفير التمويل في القطاع ضرورياً لرفع مستوى قدرات التصنيع. ستبذل الجهود لدعم المشاريع المصغرة والصغيرة والمتوسطة في الوصول إلى الحلول المالية من خلال المنح الصغيرة مثلاً، ومساعدتها في محو الأمية المالية، وكذلك في تطوير مشاريع استثمارية قابلة للتمويل وغير ذلك. وسيتم تعزيز فرص الاستثمار في القطاع من خلال نشر حزم الحوافز لجذب المستثمرين.

يركز هذا الهدف على تعزيز نظام سوق فعال مقترن ببيئة أعمال داعمة للمزارع والشركات لخفض تكاليف التبادلات التجارية، وبالتالي ضمان دخل أعلى لجميع أصحاب المصلحة بمختلف مستويات سلسلة القيمة (الشكل ٢١).

إن تعزيز التنسيق بإنشاء فريق عمل أو آلية تنسيق للقطاع سيمكن أصحاب المصلحة المعنيين في القطاعين العام والخاص من الحصول على منصة لمناقشة تنمية القطاع ومناصرته والتخطيط له. تشمل مهام ومسؤوليات هذه المنصة على قيادة تنفيذ استراتيجية الطمأنينة والاشراف عليه.

ويركز عنصر رئيسي آخر على بناء الوعي والمهارات في مجال ريادة الأعمال مع التركيز بشكل خاص على الشباب. وسيتم ذلك بإنشاء منصات لتحديد الاهتمامات والاحتياجات بين رواد الأعمال الشباب وتعزيز برامج ودورات تدريب على المشاريع وتقوية الروابط في نظام التعليم والتدريب الفني والمهني. وسيتم تقديم الدعم المؤسسي لتعزيز التعاون في خدمات شبكات الشباب. ستعمل النشاطات في إطار هذا العنصر أيضاً على تعزيز المهارات التجارية للمشاريع

الهدف الاستراتيجي ٣: رعاية الابتكار لاستكشاف فرص سوق جديدة محليا وعالميا

من أجل تحسين الامتثال للسلامة الغذائية وجودتها في جميع مراحل سلسلة القيمة، سيتم تطوير وتنفيذ دورات تدريبية موجهة لمساعدة المزارع والشركات. كما سيتم تعزيز اعتماد حلول التغليف المحسنة والعلامات التجارية المرتبطة بمعايير الجودة لضمان ترجمة الترقيات إلى هوامش سعرية مجزية. وسيتم تعزيز مؤسسات إدارة الجودة لتشجيع وتسهيل تطبيق المعايير وإجراء تقييمات المطابقة للمشاريع المصغرة والصغيرة والمتوسطة.

تعتبر خسائر المنتجات وتكاليف التبادلات التجارية من التحديات الرئيسية التي تؤثر على أرباح المنتجين وقدرتهم التنافسية الشاملة. ستتم معالجة هذه المشاكل من خلال تحسين أداء قنوات التسويق المختلفة، وسيتحقق ذلك من خلال تعزيز قدرة مشغلي السوق المحليين في الإدارة والشفافية مع رفع مستوى أسواق الخضروات المحلية. كما سيتم تعزيز النماذج التي يقودها المشتري لزيادة الكفاءة والاتصالات عبر سلسلة قيمة الطماعة. وسيتم إنشاء مراكز خدمات للمشاريع الزراعية بهدف تحسين تخطيط الإنتاج والتسويق وتقديم الخدمات الإرشادية وأمور أخرى.

ستكون إضافة القيمة محليا أمراً بالغ الأهمية لتحسين وضع الطماعة العراقية في السوق المحلية. وبالتالي، فإن الهدف الاستراتيجي ٣ يركز على تعزيز قدرات الجهات الفاعلة في سلسلة القيمة لاغتنام فرص السوق المحلية المجزية من خلال إضافة القيمة وتحسين الجودة والابتكار. تشمل أنواع القيمة المضافة التي يجب تحديدها أولوياتها: التعبئة والتغليف وتصنيع الأغذية.

يركز هذا الهدف أيضاً إلى تعزيز قدرة القطاع على تحسين موقعه في الأسواق المحلية واستكشاف فرص جديدة في السوق (الشكل ٢٢).

يجب تعزيز قدرة هذا القطاع على الوصول إلى الأسواق ذات الإمكانيات العالية للطماعة الطازجة والمصنعة من خلال أصناف جديدة ومفاهيم تسويقية مبتكرة وجودة التعبئة والتغليف. ولتحقيق هذا الهدف، سيتم تطوير قدرات المزارع والشركات من خلال التدريب المستهدف الذي يغطي فرص سوق المنتجات وخيارات نماذج الأعمال وأساليب السوق واستخدام معلومات السوق والتقنيات الرقمية. كما سيتم السعي إلى إقامة تحالفات تجارية مع المشتريين المحليين وتطوير نماذج الأعمال والربحية المعدلة.

أخيراً، سيتم تنفيذ النشاطات الداعمة لإدخال تحسينات على السياسات التجارية لتعزيز التوسع في الأسواق الدولية. من الإجراءات الداعمة: تعزيز القدرة على التفاوض بشأن عملية الانضمام لمنظمة التجارة العالمية، والدورات التدريبية الهادفة لزيادة فهم عملية الانضمام للمنظمة وإطارها القانوني، فضلاً عن تعزيز القدرات المؤسسية الوطنية للصحة العامة والصحة النباتية والعوائق الفنية للتجارة والامتثال لتيسير التجارة وفق التزامات منظمة التجارة العالمية.

الهدف الاستراتيجي ٣: رعاية الابتكار لاستكشاف فرص سوق جديدة محليا وعالميا

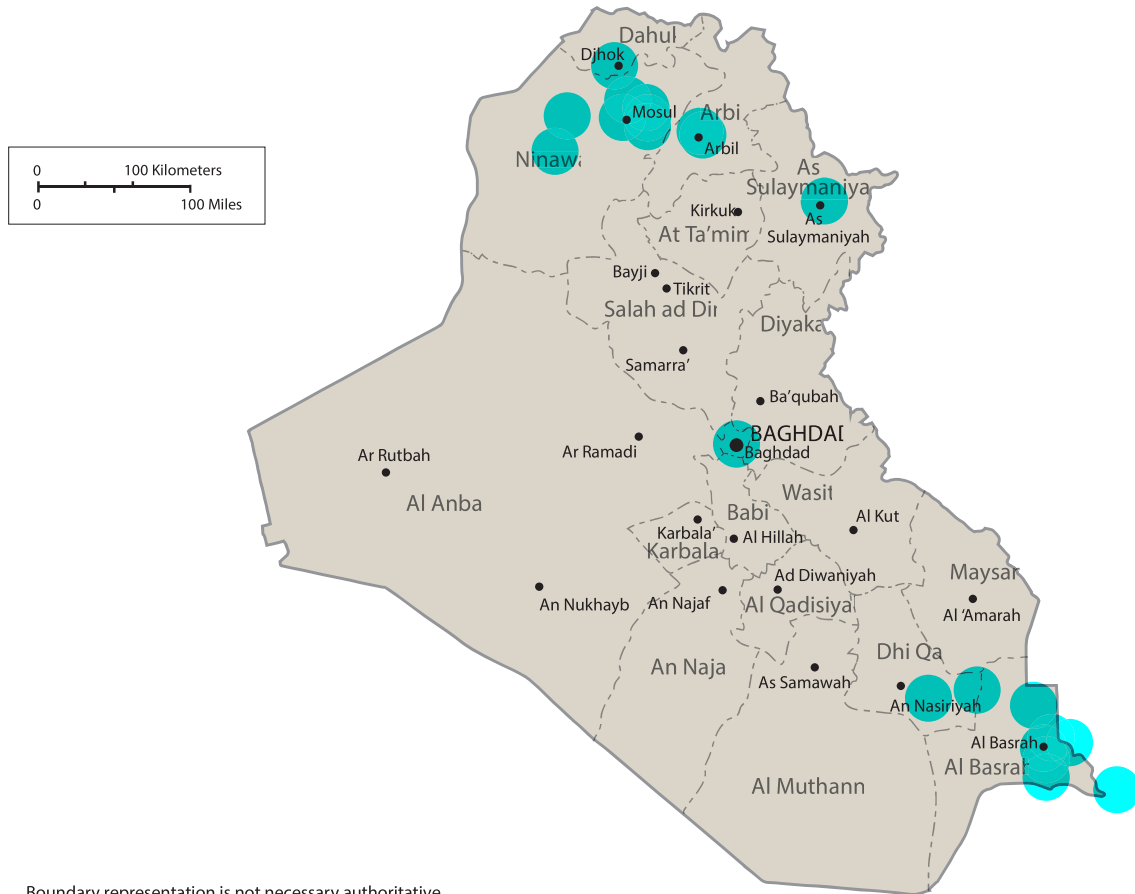
يعتمد تطوير وتنفيذ هذه الإستراتيجية الخمسية على عملية تشاور بين أصحاب المصلحة العراقيين من القطاعين العام والخاص المساهمين بقطاع الطماعة (المربع ٢).

يعتمد تحقيق الأهداف الاستراتيجية وتحقيق الإمكانيات بشكل كبير على قدرة أصحاب المصلحة في القطاع على البدء في تنفيذ وتنسيق النشاطات المرسومة في خطة عمل الاستراتيجية.

المربع ٢: تصميم استراتيجية شاملة وتشاورية

كانت عملية تصميم الإستراتيجية شاملة وتشاورية للغاية، بناءً على الأولويات والبيانات العراقية، وبدعم من الخبرات الدولية. طوال عام ٢٠٢١، عملت مجموعة واسعة من أصحاب المصلحة العراقيين من القطاعين العام والخاص على تحليل تشاوري لسلسلة قيمة الطماعة بإشراف وزارتي الزراعة والتخطيط. اعتمد هذا الجهد البحثي المشترك على البيانات الحكومية الحالية (من وزارة الزراعة والجهاز المركزي للإحصاء بوزارة التخطيط) بالإضافة إلى جمع البيانات الأولية في مناطق مختلفة من العراق وإجراء أكثر من ٣٠٠٠ مقابلة (مع مستهلكين وفلاحين ومصنعين والوكلاء وتجار تجزئة وناقليين ومجهزي مدخلات ومقدمي خدمات استشارية) وتقييمات السوق ومسح المتاجر. وتمت مراجعة المعلومات وتحليلها من خلال سلسلة من ٢١ جلسة تشاورية لأصحاب المصلحة المتعددين على مستوى الأفضية والمحافظات (الشكل ٢٣).

الشكل ٢٣: مشاورات أصحاب المصلحة عند إعداد الاستراتيجية



تتيح عملية التشاور متعددة الموضوعات بمقدار من الثقة فيما يتعلق بالبيانات والمعلومات المقدمة في وثيقة الإستراتيجية هذه. ومع ذلك، لا بد من الإشارة إلى أنه، في سياق العراق الذي يتميز بمحدودية توافر البيانات الكمية، قد يحصل سهو وأخطاء.

لضمان نجاح الاستراتيجية، من الضروري خلق بيئة مناسبة وإنشاء إطار مناسب للتنفيذ. يمكن تحقيق ذلك بإنشاء لجنة توجيهية وسكرتارية تنفيذية للقطاع للعمل مع الكيانات القائمة لتيسير العمليات الحكومية وتعزيز عمليات المانحين. من الممكن أن تكون السكرتارية جزءاً من كيان قائم مع صلاحيات موسعة وموارد خاصة.

لا تكفي الإستراتيجية بحد ذاتها لضمان التنمية المستدامة للقطاع. سيتطلب ذلك تنسيق النشاطات المختلفة. فرغم أن تنفيذ هذه النشاطات سيسمح بتحقيق أهداف الاستراتيجية، لكن النجاح سيعتمد على قدرة أصحاب المصلحة على تخطيط وتنسيق الإجراءات بطريقة تكتيكية. يبدو أنه يجب منسقة النشاطات غير المتصلة عبر القطاعين العام والخاص والمنظمات غير الحكومية والمجتمعات المحلية من أجل تحقيق نتائج مستدامة.

اللجنة التوجيهية الخاصة بالقطاع

■ إجراء المراجعات والتعزيزات للإستراتيجية والتوصية بها بحيث تستمر في الاستجابة بشكل أفضل للاحتياجات والمصالح طويلة الأجل للمزارع والشركات.
■ اقتراح تغييرات في السياسات المهمة التي يجب إجراؤها بناءً على أولويات الإستراتيجية وتعزيزها بين صانعي القرار الاتحادي.
■ توجيه سكرتارية القطاع للقيام بوظائف المتابعة والتنسيق وتعبئة الموارد ومناصرة السياسات والتواصل لتمكين التنفيذ الفعال للإستراتيجية.
■ تزويد السكرتارية بالصلاحيات والموارد اللازمة لأداء مهامها بكفاءة.

■ يستحسن أن تشكل اللجنة التوجيهية من كيانات أساسية مساهمة في القطاع مع التركيز على ضمان المشاركة المتوازنة للقطاعين العام والخاص.

■ إن معيار النجاح الرئيسي للإستراتيجية هو القدرة على تنسيق النشاطات ومتابعة التقدم وتعبئة الموارد من أجل التنفيذ. يستحسن تشكيل أو دعم لجنة توجيهية تتألف من كيانات أساسية في القطاعين العام والخاص، لتكون هذا منبرا بتمثيل متوازن لجميع أصحاب المصلحة في القطاع الرئيسي لتبادل المعلومات في تواصل مفتوح.
■ من المقترح أن تتكفل اللجنة التوجيهية بالمسؤوليات التالية المتعلقة بتنفيذ الإستراتيجية:

- تنسيق ومراقبة تنفيذ الإستراتيجية من قبل الحكومة أو القطاع الخاص أو المؤسسات أو المنظمات الدولية لضمان سير التنفيذ بالطريق الصحيح.
- تحديد الموارد اللازمة لتنفيذ الإستراتيجية والتوصية بتخصيصها.
- تقييم كفاءة وتأثير الإستراتيجية.
- ضمان الاتساق مع السياسات والخطط والإستراتيجيات الحالية للحكومة وتنسيق الخطط والتدخلات الداخلية للمؤسسات والوكالات مع خطة العمل الإستراتيجية.

السكرتارية التنفيذية

■ دعم عمل اللجنة التوجيهية.
■ جمع وإدارة البيانات لمراقبة التقدم وأثر تنفيذ الإستراتيجية.
■ التواصل والتنسيق مع شركاء التنمية لتنفيذ الإستراتيجية.
■ مقترحات المشاريع وبناء الشراكات لتعبئة الموارد لتنفيذ الإستراتيجية.
■ متابعة توصيات مناصرة السياسات الصادرة عن اللجنة التوجيهية.
■ ضمان التواصل والتشبيك الفعال من أجل نجاح تنفيذ إستراتيجية.

■ ستساعد سكرتارية اللجنة التوجيهية بالعمل كهيئة مسؤولة عن التنسيق والمتابعة اليومية وتعبئة الموارد لتنفيذ برنامج العمل. ومن المقترح أن تقوم بهذا الدور بدعم فني من الوزارات الرئيسية والجهات الفنية.

■ تتألف السكرتارية من 1-2 من الخبراء الفنيين. أما المسؤوليات الأساسية للسكرتارية فهي:



خطة العمل

تحدد خطة العمل التالية النشاطات والأهداف المحددة لتحقيق رؤية الإستراتيجية وأهدافها. وتحدد خطة العمل أولوية كل نشاط (١ يعني الأدنى و٣ يعني أعلى) وتواريخ المباشرة والانتهاء من النشاط. والأهداف القابلة للقياس لتسهيل متابعة النشاطات من مرحلة التنفيذ إلى الإنجاز. وقيادة الشركاء المنفذين ودعم الشركاء المنفذين. يتم تمييز النشاطات المشتركة في خطط عمل كلا القطاعين، والتي تتصدى للتحديات التي تتجاوز قطاع الطماعة، باللون الأزرق.

الهدف الاستراتيجي 1: تعزيز تنافسية وربحية زراعة الطماطة مع ضمان اعتماد الممارسات المستدامة

البرامج القائمة أو الدعم المحتمل	شركاء التنفيذ	شركاء التنفيذ المساندون	أهم شركاء التنفيذ	المستهدفات	إصلاح أو مشروع	فترة التنفيذ					الألوية	النشاط	الهدف التنفيذي
						2022	2023	2024	2025	2026			
منظمة الأغذية والزراعة، برنامج الأغذية العالمي، هولندا، صندوق السكان، المنظمات غير الحكومية (مثل المجلس النرويجي للاجئين)	وزارة الزراعة	وزارة المالية، وزارة التخطيط، الجمعيات الفلاحية، المنظمات الدولية وغير الحكومية، القطاع الخاص	وزارة الزراعة	تواكب الإرشادات المحدثة والوحدات التدريبية المرتبطة بها	مشروع	2022	2023	2024	2025	2026	1	1.1.1 إجراء تحديد تشاوري للممارسات الزراعية الجيدة المتكيفة محلياً (ذكية مناخياً) ووضع توصيات واضحة.	1.1.1 تعزيز الإنتاجية باعتماد ممارسات زراعية جيدة/الزراعة الذكية مناخياً
منظمة الأغذية والزراعة، برنامج الأغذية العالمي، هولندا، المنظمات غير الحكومية (مثل المجلس النرويجي للاجئين)	وزارة الزراعة والتعميم العالي	الجمعيات الفلاحية، المنظمات الدولية وغير الحكومية، القطاع الخاص	وزاري الزراعة والتعميم العالي	إنجاز برنامج تدريبي	مشروع						2	1.1.2 دعم إعداد نموذج جديد لتقديم خدمات الإرشاد يشمل القطاع الخاص (كالمستثمرين ومجهزي المدخلات) ووزارة الزراعة ومنظمات الدعم ذات الصلة	
منظمة الأغذية والزراعة، المنظمات غير الحكومية (مثل المجلس النرويجي للاجئين)	الجمعيات الفلاحية، المنظمات الدولية وغير الحكومية، القطاع الخاص	وزاري الزراعة والتعميم العالي	وزاري الزراعة والتعميم العالي	نموذج جديد لخدمات الإرشاد / التدريب يشمل القطاع الخاص كخدمة	مشروع						2	1.1.3 بناء على ما سبق، تصميم وتنفيذ برامج تدريبية لقطاع الطماطة (بالتعاون مع وزارة الزراعة ومنظمة الأغذية والزراعة، إلخ).	
			وزارة الزراعة	الحوافز المالية المتاحة	مشروع							1.1.4 استكشاف وتعزيز الممارسات المتعلقة بإعادة تدوير وإعادة استخدام بقايا الطعام (بما في ذلك الماء) من قبل قطاع الطماطم. تقديم الحوافز المالية، على سبيل المثال منح صغيرة لتشجيع تبني هذه الممارسات من قبل الشركات الصغرى والمتوسطة في القطاع.	
هولندا، الجامعات	مراكز البحث الزراعي، المنظمات الدولية وغير الحكومية، القطاع الخاص	مراكز البحث الزراعي، المنظمات الدولية وغير الحكومية، القطاع الخاص	وزاري الزراعة والتعميم العالي	تصميم وتنفيذ البرنامج القطري	مشروع						2	1.2.1 توسيع نطاق البحث في أصناف البذور وربط مخبرات البحث بالأنشطة التجارية من خلال العروض والدورات التدريبية (الأصناف) عبر تصميم وتطوير برنامج قطري.	1.2 تحسين توتر البذور الجيدة والمدخلات والمدخلات والمدخلات اللازمة حسب متطلبات السوق
منظمة الأغذية والزراعة، هولندا، الجامعات	مراكز البحث الزراعي، المنظمات الدولية وغير الحكومية، القطاع الخاص	مراكز البحث الزراعي، المنظمات الدولية وغير الحكومية، القطاع الخاص	وزارة الزراعة	إجراء التقييم الأولي لإنشاء مشاتل البذور	مشروع						2	1.2.2 دعم إنشاء مشاتل لبيع أصناف مختارة بأسعار مناسبة، بإجراء تقييم أولي لمعرفة عدد مشاتل البذور المطلوبة.	

الهدف الاستراتيجي 1: تعزيز تنافسية وربحية زراعة الطماطة مع ضمان اعتماد الممارسات المستدامة											
البرامج القائمة أو الدعم المحتمل	شركاء التنفيذ المستهدفون	شركاء التنفيذ	أهم شركاء التنفيذ	المستهدفات	إصلاح أو مشروع	فترة التنفيذ					الهدف التنفيذي
						2022	2023	2024	2025	2026	
منظمة الأغذية والزراعة	المنظمات الدولية وغير الحكومية، البرلمان العربي، القطاع الخاص	وزارة الزراعة	إصلاح	التمتع 1000 فلاح على الأقل من الشركات	1						1.2.3. تحسين وفرة المدخلات المعتمدة للملاحين (كالمسحوق والمبيدات) والمعدات والآلات بأسعار مناسبة من خلال تسهيل الشراكات مع تجار المدخلات.
منظمة الأغذية والزراعة، المنظمة الدولية لشؤون اللاجئين، مركز التجارة الدولية	مركز البحث الزراعي، كليات الزراعة، المنظمات الدولية المؤسسة الأهلية للتعاون الدولي وغير الحكومية، القطاع الخاص، المؤسسات المالية	وزارة الزراعة والموارد المائية	مشروع	* نشر المبادئ التوجيهية الفنية والمنتجات المستحسنة * توفير إمكانية الوصول إلى التمويل للاستثمار العملي	2						يمكن أن يشمل هذا النشاط أيضًا مراجعة اللوائح ذات الصلة وإقامة ورش عمل لزيادة الوعي وأحداث التواصل لضمان بيع المدخلات المعتمدة بأسعار مناسبة بالإضافة إلى التحولات لخصخص تكلفة المدخلات في المقار ولدى التجار
منظمة الأغذية والزراعة، المنظمة الدولية لشؤون اللاجئين، مركز التجارة الدولية (العمال)	القطاع الخاص، الجمعيات الفلاحية، مراكز البحث الزراعي، كليات الزراعة، المنظمات الدولية وغير الحكومية	وزارة الزراعة	مشروع	تحديد المدخلات وتسهيلها	2						1.2.4 دعم تحسين إدارة المياه من خلال توفير المعدات ذات العجلة (الأغطية البلاستيكية ومضخات المياه التي تعمل بالطاقة الشمسية) والتي بالتنسيق، يمكن أن يشمل هذا النشاط تطوير المبادئ التوجيهية الفنية والمنتجات المستحسنة وتوفير الخدمات المالية.
منظمة الأغذية والزراعة، الجمعية الألمانية للتعاون، مركز التجارة الدولية، منظمة العمل الدولية	القطاع الخاص، الجمعيات الفلاحية، مراكز تطوير	وزارة الزراعة	مشروع	تنظيم حوار مع أصحاب المصلحة المتعددين	2						1.3.1 تنظيم حوار قطري والدعوة لبيان دور ومكانة منظمات المنتجين. يسمح ذلك ببناء توافق في الآراء بشأن الوضع القانوني والدور والمسؤوليات
منظمة الأغذية والزراعة، الجمعية الألمانية للتعاون، مركز التجارة الدولية، منظمة العمل الدولية	القطاع الخاص، الجمعيات الفلاحية	وزارة الزراعة	مشروع	نموذج وظيفية لجمعيات قوية تقدم خدمات قيمة للأعضاء	2						1.3.2 تقديم الدعم الفني (كوضع المعايير وبناء القدرات) لجمعيات وتعاونيات مزارعي الطماطة من أجل تعزيز قدراتهم وتحسين إدارتهم.
منظمة الأغذية والزراعة، برنامج الأغذية العالمي صندوق السكان، منظمة العمل الدولية مركز التجارة الدولية، هولندا، منظمات غير حكومية المؤسسة الأهلية للتعاون الدولي	وزارة التعليم العالي، مركز البحث الزراعي، كليات الزراعة، المنظمات الدولية وغير الحكومية	وزارة الزراعة	مشروع	تنفيذ برنامج تدريب المربين	2						1.4.1 من خلال برامج تدريب المربين ودعم قدرات المؤسسات العاملة في سلسلة القيمة لتقديم المساعدة بشأن الممارسات المستدامة بيئيًا يمكن أن يستهدف التدريب موظفي قسم الإرشاد والخدمات والقطاع الخاص على التكيف للتغير المناخي
											1.4.2 تقوية قدرات إدارة المخاطر المناخية

المصفى الاستراتيجي 1: تركز تامة زربية وزربية مع صفاء اعطاء الممارسات المستخدمة													
البرامج القائمة أو الدعم المختم	شركاء التنفيذ المستعملون	شركاء التنفيذ	اهم شركاء التنفيذ	المستخدمات	إصلاح أو مشروع	فترة التنفيذ					الاولوية	النشاط	المهدف التنفيذي
						2026	2025	2024	2023	2022			
منظمة الأغذية والزراعة، برنامج الأغذية العالمي صندوق السكان، مركز التجارة الدولية، هولندا، منظمات غير حكومية	وزارة التعليم العالي، مراكز البحث الزراعي، كليات الزراعة، المنظمات الدولية وغير الحكومية	وزارة الزراعة	وزارة الزراعة	إجراء دورات تدريبية للفلاحين والمشاريع المحصرة والمصغرة والمتوسطة على الزراعة الذكية مناخياً	مشروع						3	1.4.2 تطوير وتنفيذ دورات تدريبية حول الاستدامة وتخفيف المخاطر المرتبطة بالتغير المناخي للفلاحين والشركات الصغيرة والمتوسطة في سلسلة القيمة	
منظمة العمل الدولية، برنامج الأغذية العالمي منظمة الأغذية والزراعة، صندوق السكان، مركز التجارة الدولية، هولندا، منظمات غير حكومية	مراكز البحث الزراعي، كليات الزراعة، المنظمات الدولية وغير الحكومية	وزارة الزراعة والتعليم العالي	وزارة الزراعة والتعليم العالي	تقييم المخاطر المناخية من خلال الدراسات وإصدار توصيات واضحة	مشروع						2	1.4.3 إجراء مراجعة المخاطر المناخية في سلسلة القيمة الزراعية والغذائية حسب المنطقة ومجال النشاط الاقتصادي تدريب تشاوري مع إدارات الري والزراعة حول المخاطر المناخية في قطاع الزراعة	
منظمة الأغذية والزراعة، صندوق السكان، مركز التجارة الدولية، بنك الائتمان لإعادة الإعمار منظمة العمل الدولية برنامج الأغذية العالمي	وزارة التعليم العالي، الوكالة الألمانية للتنمية، المنظمات الدولية، المنظمات غير الحكومية، المؤسسات المالية	وزارة الزراعة	وزارة الزراعة	تطوير وتقديم الدوافع	مشروع						2	1.4.4 إيجاد دوافع للاستثمار في تخفيف التغير المناخي والتكيف في المزارع والشركات الصغيرة والمتوسطة، بما في ذلك الري، والبيوت البلاستيكية، والمخازن المبردة، واستخدام الطاقة البديلة، مثل ألواح الطاقة الشمسية والمزارع المتكاملة	
منظمة الأغذية والزراعة، برنامج الأغذية العالمي	وزارة الصحة قسم البيئة	وزارة الصحة قسم البيئة	وزارة الصحة قسم البيئة	إنشاء نظام الإنذار المبكر	مشروع						1	1.4.5 تأسيس إنذار مبكر وهيكليات للإنذار المبكر على المستوى المحلي لمراقبة التحديات البيئية ومشاركة المعلومات	

الهدف الاستراتيجي 2: تطوير كفاءة بيئة الأعمال وضمان تقديم خدمات أفضل لكل أصحاب المصلحة بمختلف مستويات سلسلة القيمة												
الهدف التنفيذي	النشاط	الأولوية	فترة التنفيذ					إصلاح أو مشروع	المستهدفات	أهم شركاء التنفيذ	شركاء التنفيذ المساندون	المراكز الشائعة أو الدعم المحتمل
			2022	2023	2024	2025	2026					
2.1 دعم تنظيم القطاع والتعاون	2.1.1 مرجحة منظمات الدعم الرئيسية ورسم خارطة للنظام التكنولوجي لتحديد الجبهات والاتحادات/ التعاونيات والمؤسسات المعنية التي لها تأثير في القطاع في الدولة	2					مشروع	رسم خارطة النظام البيئي	وزارة التخطيط	وزارة الزراعة	مركز التجارة الدولية (سافي)	
	2.1.2 بناء القدرات القيادية والحكومة للمنظمات ذات الصلة من خلال التدريب وجلسات التشاور وورش العمل والتدريب	3					مشروع	تفقي 10 منظمات على الأقل للدعم	وزارة الزراعة	رجال الأعمال والملاحين	مركز التجارة الدولية (سافي)	
2.2 دعم إدارة تنفيذ الاستراتيجية	2.2.1 دعم تصميم الاستراتيجية وهيكل إدارة التنفيذ. توجيه ودعم الأليات لتكون جاهزة للعمل	1					مشروع	إنشاء هيكل التنسيق	وزارة الزراعة	وزارة التخطيط	مركز التجارة الدولية (سافي)	
	2.2.2 دعم الشركاء من خلال تدريبات بناء القدرات والدعم المباشر والأدوات المتعلقة بتخطيط تنفيذ الاستراتيجية وتقييم الإدارة وتعبئة الموارد	1					مشروع	توفير التدريب والأدوات وتوجيه الشركاء في تصميم الاستراتيجية وإدارة تنفيذها	وزارة الزراعة	وزارة التخطيط	مركز التجارة الدولية (سافي)	
2.3 بناء الوعي والمهارات في ريادة الأعمال في سلاسل القيمة الغذائية الزراعية مع التركيز على الشباب	2.3.1 إنشاء منصة تستخدم الشباب لتحديد اهتمامات واحتياجات رواد الأعمال الشباب بانتظام على طول سلسلة القيمة وإنشاء منصات حوار وواقع توصيات بشأن السياسات بناء على نتائج مقياس الشباب. والبناء على شبكات الشباب الريادية القائمة والتعاون معها (كتلك التي أنشأتها اليونيسف، وعمد الأمم المتحدة للتدريب والبحث)	2					مشروع	منصة مطورة	وزارة الشباب	وزارتي الزراعة والتعليم العالي	مركز التجارة الدولية (سافي) منظمة الأغذية والزراعة	

المهدف الاستراتيجي 2: تطوير كفاءة بيئة الأعمال وضمان تقديم خدمات أفضل لكل أصحاب المصلحة بمختلف مستويات سلسلة القيمة													
البرامج القائمة أو الأعمر المحتمل	شركاء التنفيذ	شركاء التنفيذ المساندون	أهم شركاء التنفيذ	المستهدفات	إصلاح أو مشروع	فترة التنفيذ					الاولوية	النشاط	المهدف التنفيذي
						2022	2023	2024	2025	2026			
مركز التجارة الدولية (سافي)	وزارة الزراعة، القطاع الخاص	وزارة الشباب	وزارة الشباب	10000 من شباب وربط الأعمال	إتاحة ما لا يقل عن 10000 شاب وربط الأعمال	مشروع					3	زيادة الوعي بفرص زيادة الأعمال للشباب في سلاسل القيمة للزراعة والأغذية الزراعية	
منظمة الأغذية والزراعة برنامج الأغذية العالمي	وزارة الزراعة	وزارة التعليم العالي	وزارة التعليم العالي	مراجعة برامج تعليم إدارة الأعمال	إصلاح الأعمال						2	مراجعة وإصلاح برامج ودورات التعليم العالي الخاصة بالمشاريع لتناسب احتياجات السوق بشكل أفضل في سلسلة القيمة للزراعة والأغذية الزراعية من خلال التشاور مع القطاع الخاص وإنشاء برامج خبرات العمل	
منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، مركز التجارة الدولية (سافي)، منظمة الأغذية والزراعة	وزارتى الزراعة والتجارة	وزارة التعليم العالي	وزارة التعليم العالي	تشكيل اللجنة التوجيهية للتعليم الفني المهني	مشروع						3	2.3.4 تشكيل لجنة توجيهية للتعليم والتدريب الفني والمهني مسؤولة عن تنسيق تدخلات التعليم والتدريب الفني والمهني من قبل الشركاء المنفذين واقتراح الشركات وترتيبات التنسيق وتحسين التعاون بين مؤسسات التعليم والتدريب الفني والمهني (القطرية والدولية) والجامعات والمنظمات الدولية وأرباب العمل المحتملين.	
مركز التجارة الدولية (سافي)، منظمة الأغذية والزراعة	وزارة الزراعة	وزارة الشباب	وزارة الشباب	إنشاء المنصة	مشروع						2	2.3.5 إنشاء منصة بالتعاون مع جمعية الأعمال الشبابية الرائدة لتلقي دعم التعزيز المؤسسي، والبناء على شبكات الشباب الريادية القائمة والتعاون معها (كذلك التي أنشأها اليونيسف ومعهد الأمم المتحدة للتدريب والبحث) مثل منصة YEI	

الهدف الاستراتيجي 2- تطوير كفاءة بيئة العمل وضمان تقديم خدمات أفضل لكل أصحاب المصلحة بمستويات مختلفة سلسلة القيمة													
البرامج القائمة أو الدعم المحتمل	شركاء التنفيذ المساندون	شركاء التنفيذ	أهم شركاء التنفيذ	المستهدفات	إصلاح أو مشروع	فترة التنفيذ					الأولوية	النشاط	الهدف التنفيذي
						2022	2023	2024	2025	2026			
مركز التجارة الدولية (سافي) ، منظمة الأغذية والزراعة، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، الجمعية الألمانية للتعاون الدولي	وزارة الزراعة	وزارة الزراعة	وزارة الشباب	انتفاع 4000 شاب ورائد أعمال	مشروع						3	2.3.6 توفير التدريب على زيادة ومهارات الأعمال ودخول الأسواق المطرية والإقليمية والدولية من خلال منصة رواد الأعمال الشباب (مثل community YE!) ومقدمي خدمات تطوير المشاريع المحلية. يرتبط هذا ارتباطًا مباشرًا بالنشاط 2.3.4.	
منظمة العمل الدولية، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، منظمة الأغذية والزراعة				اكتمال التقييم ونشر التقرير	مشروع						3	2.3.7 تقييم احتياجات العمالة تغطية سلسل القيمة للزراعة والأغذية الراحية	
مركز التجارة الدولية (سافي) ، الجمعية الألمانية للتعاون الدولي، منظمة الأغذية والزراعة،	وزارة التخطيط، اتحاد رجال الأعمال	وزارة الزراعة	وزارة الزراعة	انتفاع 1500 من المشاريع الصغيرة والمتوسطة	مشروع						2	2.4.1 توفير التدريب الإداري لتعزيز قدرات المشاريع الصغيرة والمتوسطة في التسويق والتمويل وإدارة الجودة والسلامة الغذائية	2.4 تعزيز المهارات التجارية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة مع التركيز على التيات الرقمية لتعزيز الاتصالات والقدرة التنافسية
مركز التجارة الدولية (سافي) ، الجمعية الألمانية للتعاون الدولي، منظمة الأغذية والزراعة	وزاري التعليم العالي والشباب	وزارة الزراعة	وزارة الزراعة	تطوير بناء القدرات لحوالي 1000 مشروع محفر وصغير ومتوسط	مشروع						3	2.4.2 دعم بناء القدرات المستهدف للمشاريع الصغيرة والمتوسطة في الاستفادة من التقنيات الرقمية وغيرها لتحسين الإنتاج والتصنيع الزراعي والتبديدات التجارية	
منظمة الأغذية والزراعة	مكتب رئيس الوزراء، وزارة التعليم العالي، وزارة الشباب	وزارة الزراعة	وزارة الزراعة	انتفاع 500 سيدة أعمال	مشروع						3	2.5.1 إنشاء برنامج إرشادي لرائدات الأعمال الاتي يؤسسون شركات في سلسلة القيمة الزراعية والغذائية	2.5 تعزيز الموارد النسوية

الهدف الاستراتيجي 2: تطوير كفاءة بيئة العمل وضمان تقديم خدمات أفضل لكل أصحاب المصلحة بمختلف مستويات سلسلة القيمة

البرامج القائمة أو الدعم المحتمل	شركاء التنفيذ	شركات التنفيذ المساهمون	أهم شركاء التنفيذ	المستهدفات	اصلاح أو مشروع	فترة التنفيذ					الأولوية	النشاط	الهدف التنفيذي
						2022	2023	2024	2025	2026			
الجمعية الأهلية للتعاون الدولي، منظمة الأغذية والزراعة	جميعيات الفلاحين	وزارة الزراعة	وزارة الزراعة	مراجعة نظام حيازة الأراضي وصياغة التعديلات وتنفيذها	إصلاح						2	2.6.1 مراجعة أنظمة حيازة الأراضي بالتشاور مع الفلاحين بالتعاون مع وزارة الزراعة. مراجعة وإعادة النظر في نظام حيازة الأراضي الحالي واقتراح التعديلات المناسبة	2.6. معالجة العوائق القانونية والتنظيمية لتطوير سلسلة القيمة
الجمعية الأهلية للتعاون الدولي، منظمة الأغذية والزراعة	وزارة الزراعة	وزارة البديلات	وزارة البديلات	مراجعة سياسات المنافسة	إصلاح						2	2.6.2 مراجعة سياسات المنافسة بالتشاور مع الجهات الفاعلة في سلسلة القيمة	2.6. معالجة العوائق القانونية والتنظيمية لتطوير سلسلة القيمة
الجمعية الأهلية للتعاون الدولي، منظمة الأغذية والزراعة	وزارة الزراعة	وزارة التجارة	وزارة التجارة	مراجعة وتعديل قانون العقود والملكية	إصلاح						2	2.6.3 تفعيل قانون العقود والملكية. المناصرة والتنسيق مع وزارتي التجارة والزراعة لإلغاء قانون العقود والملكية	2.6. معالجة العوائق القانونية والتنظيمية لتطوير سلسلة القيمة
الجمعية الأهلية للتعاون الدولي، منظمة الأغذية والزراعة	وزارة الزراعة، القطاع الخاص	وزارة التجارة	وزارة التجارة	مراجعة السياسات التجارية للواردات الزراعية واقتراح التعديلات	إصلاح						1	2.6.4 مراجعة السياسة التجارية فيما يتعلق بالواردات الزراعية	2.6. معالجة العوائق القانونية والتنظيمية لتطوير سلسلة القيمة
الجمعية الأهلية للتعاون الدولي، منظمة الأغذية والزراعة	وزارة الزراعة، القطاع الخاص	وزارة التجارة	وزارة التجارة	مراجعة ضرائب القيمة المضافة	إصلاح						2	2.6.5 مراجعة ضريبة القيمة المضافة على المنتجات الزراعية من أجل تحديد الكلف والتقلبات في الصفقات عبر سلسلة القيمة	2.6. معالجة العوائق القانونية والتنظيمية لتطوير سلسلة القيمة
	وزارة التجارة	اتحاد غرف التجارة العراقية	مجلس الوزراء العراقي	عملية تسجيل الأعمال المبسطة المتاحة للزراعة وشركات الأغذية الزراعية	إصلاح						2	2.6.6 استكمال إجراءات التسجيل التجارية الزراعية.	2.6. معالجة العوائق القانونية والتنظيمية لتطوير سلسلة القيمة

الهدف الاستراتيجي 2- تطوير كفاءة بيئة العمل وضمان تقديم خدمات أفضل لكل أصحاب المصلحة بمختلف مستويات سلسلة القيمة

البرامج القائمة أو الدعم المقدم	شركة التنفيذ	أهم شركاء التنفيذ	المستهدفت	إصلاح أو مشروع	فترة التنفيذ					الأولوية	النشاط	الهدف التنفيذي
					2022	2023	2024	2025	2026			
مركز التجارة الدولية منظمة (سافي)، منظمة الأغذية والزراعة، المنظمة الدولية للهجرة	القطاع الخاص، اتحاد رجال الأعمال، البنوك، المنظمات غير الحكومية	وزارة الزراعة	توقيع اتفاقيات مع ما لا يقل عن 100 مشروع مصرف وصغير ومتوسط للحصول على منح صغيرة	مشروع						3	2.7.1 دعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة والصغيرة والمتوسطة بتوفير الحلول المالية من خلال توفير منح صغيرة لتسهيل الحصول على المعدات والمواد والتراخيص وغيرها من المدخلات والأصول التجارية الهامة لأصحاب المشاريع على مستوى التأسيس	2.7. تحسين وعمرية التمويل والاستثمار
	مديرية التأمين، المنظمات غير الحكومية	وزارة الزراعة	تصميم وإتاحة أدوات التأمين وإدارة المخاطر	مشروع						1	2.7.2 بالتشاور مع المزارعين والقطاع المالي، تصميم أدوات التأمين وإدارة المخاطر للملاحين على المدى القصير، تطوير أدوات محددة لإدارة مخاطر الغير المناخي والأدوات المالية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية	
منظمة الأغذية والزراعة، المنظمة الدولية للهجرة	وزارة الزراعة، وزارة المالية، اتحاد رجال الأعمال	وزارة البلديات	تدريب ما لا يقل عن 500 مشروع محضر وصغير ومتوسط على مدى الأهمية المالية وتوجيهها نحو الاستثمارات القابلة للتمويل	مشروع						3	2.7.3 دعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة في تحسين الثقافة المالية، والوصول إلى المعلومات حول برامج المساعدة المالية المتاحة، وتطوير مشاريع استثمارية قابلة للتمويل، وكذلك تحسين وإنشاء آليات الوساطة المالية	
مركز التجارة الدولية (سافي)، المنظمة الدولية للهجرة	وزارة الزراعة، وزارة المالية، اتحاد رجال الأعمال	وزارة البلديات	حملي توعية على الأقل للتواصل يتم تنظيمها سنويًا	مشروع						3	2.7.4 مساعدة المشاريع الصغيرة والمتوسطة والمتوسطة، مع التركيز على رواد الأعمال الشباب، وتوفير عروض البنوك التجارية والعمل مع المستثمرين لتعزيز بيئة ريادة الأعمال، وتعزيز مصادر الصفقات المهنية وفرزها، وربط الشركات بالاستثمارات	
منظمة الأغذية والزراعة، المنظمة الدولية للهجرة	وزارة الزراعة، وزارة المالية، اتحاد رجال الأعمال	وزارة البلديات	تطوير الأدوات المالية	مشروع						1	2.7.5 تطوير أدوات مالية تستهدف احتياجات المزارع والشركات في سلسلة القيمة للزراعة والأغذية الزراعية باستخدامها من قبل الاتحادات القطاعية ومنظمات الدعم الأخرى	
	وزارة التخطيط، وزارة التجارة، اتحاد رجال الأعمال	وزارة التجارة	تطوير خطة ترويج الاستثمار	إصلاح						2	2.7.6 وضع خطة تشجيع الاستثمار في المجالات ذات الإمكانات العالية في سلسلة القيمة للزراعة والأغذية الزراعية مع منح الأولوية للمنتجات الواعدة مثل الطماطة.	

الهدف الاستراتيجي 3: رعاية الابتكار لاكتشاف فرص سوق جديدة محليا وعالميا

البرامج القائمة أو الدعم المحتمل	شركاء التنفيذ المساندون	أهم شركاء التنفيذ	المستهدفات	إطلاق مشروع	فترة التنفيذ					الأولوية	النشاط	الهدف التنفيذي
					2022	2023	2024	2025	2026			
المنظمة الدولية للهجرة	وزارة التخطيط، وزارة التجارة، اتحاد رجال الأعمال، القطاع الخاص	وزارة الزراعة	تطوير الخطط	مشروع	1						3.1.1 وضع مخطط لدعم الاستثمار الخاص بإنشاء مراكز جديدة لتصنيع الطماطة وإعادة تأهيل وتحديث المراكز الموجودة في المجالات ذات الإمكانيات.	3.1 تعزيز قدرات المزارع والشركات لدخول قطاعات السوق ذات الإمكانيات العالية للطماطة الطازجة والمصنعة
منظمة الأغذية والزراعة	وزارة التخطيط، وزارة التجارة، اتحاد رجال الأعمال، القطاع الخاص	وزارة الزراعة	دعم 15 شركة من خلال برامج المنح	مشروع	2						3.1.2 دعم تطوير خيارات تنوع المنتجات من خلال التصنيع (مثل معدون الطماطة والكتشب) بناءً على تقييمات السوق. إنشاء نظام منح تنافسي لتعزيز مستوى التصنيع وإضافة القيمة في القطاع لتقبل الهدر.	3.2 تطوير قدرات الفلاحين والشركات لتحسين الجودة (في نشاطات الحصاد وما بعد الحصاد والتعبئة والتجزين) لضمان كسب هامش سعري محزري
مركز التجارة الدولية (سافي)	وزارة التجارة، وزارة التخطيط، اتحاد رجال الأعمال، القطاع الخاص	وزارة الزراعة	يستفيد ما لا يقل عن 500 من المشاريع الصغرى والصغيرة والمتوسطة	مشروع	3						3.1.3 التدريب وبناء القدرات التي تستهدف المزارع والشركات الصغيرة والمتوسطة، وتغطي الموضوعات التالية . من بين أمور أخرى: <ul style="list-style-type: none"> • ممارسات معالجة الطماطم. • مفاوضات العقود وبناء العلاقات. • فرص تسويق المنتجات . بما في ذلك الزراعة الصغرى وإصدار الشهادات. • نماذج الأعمال التجارية وطرق السوق المرتبطة بها. 	3.2 تطوير قدرات الفلاحين والشركات لتحسين الجودة (في نشاطات الحصاد وما بعد الحصاد والتعبئة والتجزين) لضمان كسب هامش سعري محزري
مركز التجارة الدولية (سافي)	وزارة التجارة، وزارة التخطيط، اتحاد رجال الأعمال، القطاع الخاص	وزارة الزراعة	تحديد الشركات الرائدة وتطوير نماذج الأعمال والربحية	مشروع	2						3.1.4 تطوير نماذج العمل والربحية المخصصة لأصحاب المصلحة المحددين الذين يمدون الأولوية للفرص وتحديد الشركات الرائدة للشركات في سياق سلاسل القيمة والتحالقات من أجل العمل.	3.2 تطوير قدرات الفلاحين والشركات لتحسين الجودة (في نشاطات الحصاد وما بعد الحصاد والتعبئة والتجزين) لضمان كسب هامش سعري محزري
مركز التجارة الدولية (سافي)	وزارة التجارة، وزارة التخطيط، اتحاد رجال الأعمال، القطاع الخاص	وزارة الزراعة	تطوير المواد الإعلامية والتواصلية والتعليمية لتنظيم فعاليات للتوعية	مشروع	3						3.1.5 تنمية الموارد للمزارع والشركات الصغيرة والمتوسطة في مجموعات المنتجات والأسواق ذات الإمكانيات العالية . مع تفاصيل عن متطلبات السوق ودوافع النجاح. انشر المعلومات من خلال عدة قنوات . بما في ذلك ورش العمل.	3.2 تطوير قدرات الفلاحين والشركات لتحسين الجودة (في نشاطات الحصاد وما بعد الحصاد والتعبئة والتجزين) لضمان كسب هامش سعري محزري
		وزارة الزراعة	إجراء حملة توعية	مشروع	3						3.1.6 قم بحملة توعية للترويج لفرص الزراعة الصغرى . واستهداف المزارعين والمؤسسات الصغرى والصغيرة والمتوسطة.	

الهدف الاستراتيجي 3: رعاية الابتكار المستكشف، فرص سوق جديدة محليا وعالميا

الهدف التنفيذي	النشاط	الاولوية	فترة التنفيذ					اصلاح او مشروع	المستهدفات	اهم شركة، التنفيد	شركاء التنفيذ، المساندون	مركز التجارة الدولية (سافي)، الجمعية الاممية للتعاون الدولي، منظمة الأغذية والزراعة
			2022	2023	2024	2025	2026					
تحسين فاعلية قنوات التسويق لخصص تلف المنتج وتكاليف البندوب التجارية	3.2.1 تطوير دورات تدريبية قصيرة لمساعدة المزارع والشركات الصغيرة والمتوسطة في تحسين جودة المنتج والامتثال للمعايير المطبوعة والسعي الى التنوع او إضافة القيمة، بالإضافة إلى الممارسات الزراعية الجيدة والإنتاج الذكي منخياً وممارسات ما بعد الحصاد بما في ذلك فرز المنتجات وتصنيفها	2					مشروع	تصميم المناهج وتنفيذ الدورات التدريبية	وزارة الزراعة	وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء	مركز التجارة الدولية (سافي)، الجمعية الاممية للتعاون الدولي، منظمة الأغذية والزراعة	
	3.2.2 دعم اعتماد طول تغليف محسنة تتلاءم مع احتياجات السوق وانظمة النقل المحلية	1					مشروع	دعم ما لا يقل عن 50 مشروع مصغر وصغير ومتوسط	وزاري الزراعة والبلديات			
	3.2.3 تحديد المؤسسات الرئيسية في مجال إدارة الجودة ودعمها في تعزيز استخدام المعايير وتقييم المطابقة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة في القطاعات المختارة للوصول إلى الأسواق	2					مشروع	تحديد ودعم ما لا يقل عن 10 مؤسسات في هذا المجال، مما يؤدي الى تعزيز معايير إدارة الجودة مثل HACCP، ISO، الخ.	الجهاز المركزي للإحصاء		مركز التجارة الدولية (سافي)	
	3.2.4 تقديم المساعدة في إنشاء علامات تجارية مرتبطة بمعايير الجودة وتسويق منتجات الطهارة العراقية للمستهلكين المحليين	2					مشروع	تجهيز ما لا يقل عن 50 مشروع مصغر وصغير ومتوسط بالعلامات التجارية وشهادات الجودة	وزارة البلديات	وزارة الزراعة	منظمة الأغذية والزراعة، المنظمة الدولية للهجرة	
	3.2.5 تطوير حملة قومية للترويج للاستهلاك المحلي للطهارة المنتجة محلياً، لدعم المنتجين المحليين الذين يتنافسون بالمنتجات المستوردة.	2					مشروع	تطوير إستراتيجية الحملة	الجهاز المركزي للإحصاء	وزاري الزراعة والتجارة		
	3.3.1 تعزيز قدرات مشغلي سوق الخضروات المحليين من حيث الإدارة والشفافية مع تطوير أسواق الخضروات المحلية (البنية التحتية والمعدات)	2					مشروع	تحسين أداء أسواق الخضروات المحلية حسب متطلبات السوق (الجودة والتخزين المبرد)	وزارة الزراعة		مركز التجارة الدولية، منظمة الأغذية والزراعة	
	3.3.2 تطوير اتصالات فعالة عبر سلسلة قيمة الطهارة من خلال النماذج المدفوعة بالمشري (مثل بحر الجزيرة والمصالح) وعمود البيع المباشر للمنتجين	3					مشروع	زيادة حصة العقود المباشرة ومنتجات الربحية	وزارة الزراعة		مركز التجارة الدولية	
	3.3.3 تعزيز إقامة تحالفات تجارية مع المشترين المحليين، يرتبط هذا النشاط بالنشاط 3.1.4	2					مشروع	إنشاء شبكات التحالفات	وزاري الزراعة والتجارة	القطاع الخاص، كليات الزراعة، المنظمات الدولية، المنظمات غير الحكومية	مركز التجارة الدولية، هولندا، منظمة الأغذية والزراعة	

المهدف الاستراتيجي 3: رعاية الابتكار لاستكشاف فرص سوق جديدة محليا وعالميا												
البرامج القائمة أو الدعم المحتمل	شركاء التنفيذ المساندون	شركاء التنفيذ	أهم شركاء التنفيذ	المستهدفات	إصلاح أو مشروع	فترة التنفيذ					الهدف التنفيذي	
						2022	2023	2024	2025	2026		
مركز التجارة الدولية، منظمة الأغذية والزراعة		وزارة الزراعة	إنشاء ما لا يقل عن 10 مراكز خدمة تجريبية للأعمال الزراعية	مشروع	2						3.3.4 تقييم إمكانيات وتعزيز مراكز خدمات المشاريع الزراعية التي تعمل باطلب والحرص بالجملة والترويج لها. وتقديم خدمات الإرشاد. لتكون قادرة على تخطيط الإنتاج وضمان الجودة وتحسين المطابقة	
مركز التجارة الدولية، منظمة الأغذية والزراعة		وزارة الزراعة	توفر نظام معلومات السوق	مشروع	1						3.3.5 إنشاء مصادر معلومات يمكن الوصول إليها وتحديثها بنظام حول ظروف السوق في قطاع الطماطة	
مركز التجارة الدولية (ساففي)		وزارة التجارة	تقديم المساعدة الفنية	مشروع	1						3.4.1. تقديم المساعدة في الصناعة المستترة للوثائق التقارير التفوقية المطلوبة لعملية الانضمام لمنظمة التجارة العالمية	3.4 دعم تحسينات السياسات التجارية للخصوص بتوسيع المبادرات
مركز التجارة الدولية (ساففي)		وزارة التجارة	القوانين واللوائح القطاعية المتوافقة مع متطلبات منظمة التجارة العالمية	مشروع	2						3.4.2 تعزيز القدرات لتطوير قوانين وأنظمة قطاعية محددة لتبني السياسات التجارية العراقية متطلبات عضوية منظمة التجارة العالمية	
مركز التجارة الدولية (ساففي)		وزارة التجارة	التدريب المتقدم	مشروع	1						3.4.3 توفير التدريبات وغيرها من أشكال الدعم لزيادة فهم صانعي السياسات لعملية الانضمام لمنظمة التجارة العالمية وإطارها القانوني	
مركز التجارة الدولية (ساففي)	جمعيات القطاع الخاص	وزارة التجارة	تقديم المساعدة الفنية وتعزيز القدرات المؤسسية القطرية	مشروع	2						3.4.4 تعزيز القدرات المؤسسية القطرية فيما يتعلق بالصحة العامة والصحة النباتية/الوقائق الفنية للتجارة والمطابقة لتيسير التجارة بما يتماشى مع التزامات منظمة التجارة العالمية	
مركز التجارة الدولية (ساففي)	جمعيات القطاع الخاص	وزارة التجارة	عمد ورش عمل نظم جمعيات نسائية	مشروع	2						3.4.5 تعزيز وعي أصحاب المصلحة كالجمعيات النسوية بشأن الانضمام لمنظمة التجارة العالمية	

The designations employed and the presentation of material in this document do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the International Trade Centre concerning the legal status of any country, territory, city or area or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries.



This project is funded
by the European Union



International
Trade
Centre

Contact person: Eric Buchot, Project Manager

Email: buchot@intracen.org

Street address: ITC Country Office, UN Compound (Diwan), Karadat
Maryam District, Hay Al-Tashreet, 10011 Baghdad, Iraq

Internet: www.intracen.org