مجلـــة التجـارة العراقية الالكترونية

مجلة متخصصة فـــي التجـارة والاقتصاد والاســـتثمار تصـــدر عن
وزارة التجارة/دائرة تطوير القطاع الخاص /قسم الدراسات والنشر

اقرأ في هذا العدد

» انتاج وتصنيع وتسويق التمور العراقية
» مؤسسات تنمية الصادرات المصرية(الأسس والمهام)
» أثر ظاهرة انكشاف السوق العراقي على قوة العمل بعد عام ٢٠٠٣

العدد السابع/ ايلول/٢٠١٦

الدراسات والبحوث المنشورة تعبر عن آراء كتابها ولاتمثل جهة الاصدار

ندعوكم لرفد مجلة التجارة العراقية الالكترونية باسهاماتكم من البحوث والدراسات والتقارير المتعلقة بالشؤون التجارية والاقتصادية والاستثمارية والتسويقية التي تعالج اهم المشاكل التي يعاني منها الاقتصاد العراقي والقطاع الخاص متضمنة وضع الحلول والمقترحات

وعلى بريدنا الالكتروني

Iraqitrademag@yahoo.com

لغرض نشرها على الموقع الالكتروني للدائرة

www.iraqitic.com

انتاج وتصنيع وتسويق التمور العراقية

كلثوم هاشم صحن
مدير قسم الدراسات والنشر / دائرة تطوير القطاع الخاص

مقدمة

تحتل عملية انتاج وتصنيع وتسويق التمور العراقية اهمية اقتصادية كبيرة للاقتصاد الوطني وذلك لكون العراق من البلدان التي تمتلك الميزة النسبية في زراعة وانتاج هذا النوع من المحاصيل الزراعية التي تعزز قدرته التنافسية امام نظرائه من الدول الاقليمية والعالمية في هذا المجال.

وقد لعبت العوامل السياسية وتداعياتها على الحياة الاقتصادية في العراق الدور الكبير في تراجع مستوى الصدارة التي كان بلدنا يتمتع به سابقاً ، ولكي يكون إنتاج وتسويق التمور فعالاً لابد ان يرتبط بخطة الدولة وإستراتيجيتها وسياساتها ذات التأثير الكبير على مهام الانتاج والتسويق وما يلقاه من دعم ،إذ تضع الحكومات سياسات على اسعار التمور واعانات للمدخلات وتوفير المخازن وتصدير فائض الانتاج وتحسين تجارته الداخلية والخارجية وتسهيل ايصال معلومات الاسواق مما يساعد على تحسين كفاءة تسويق التمور في النقل والتوزيع والعرض والطلب .

ان الافتقار الى الدعم والوصول الى معلومات عن الاسواق والمخازن والمستلزمات الزراعية وتعليمات استخدامها سوف يقلل من مستوى الكميات المنتجة،وبما ان العراق يحتل موقعاً بارزاً في انتاج وتسويق التمور في العالم. وانطلاقاً من كون العراق يُعد من اكبر المساهمين في انتاج وتصدير التمور في العالم فمن المفترض ان يساهم هذا الموقع المثير في حصوله على عوائد معقولة من تصديرها.

لذا من الضروري على العراق ان يعيد حساباته في نسق تسويقية لهذا المنتوج من خلال رفع كفاءة اداء الوظائف التسويقية والقائمين بادائها سيما في مجال التصنيع والتعبئة والتغليف واتباع المواصفات العالمية في تصنيف وتدريج ثمار نخلة التمر، والقيام بحملات ترويجية ودعائية كبيرة لتسويق ثماره خارجياً، وبالتالي زيادة اسعار ثماره وارتفاع عوائده منها. ومن ثم لتساهم في تقليل العجز في الميزان التجاري ، والذي يعاني عجزاً متنامياً منذ عقود حيث اصبحت مكونات التجارة الخارجية الزراعية في العراق ذات تأثير هامشي في السياسة الزراعية.

ان موضوعنا يناقش واقع انتاج وتسويق وتصنيع التمور محلياً واقليمياً من خلال أربعة محاور وكما مبين تباعاً.

المحور الاول : انتاج التمور العراقية

ان المحافظات المشمولة بأنتاج التمور في العراق هي (ديالى ، بغداد ، بابل ، كربلاء ، واسط ، النجف ، الديوانية ، المثنى ، ذي قار ، ميسان ، البصرة) ويوجد في العراق اصناف كثيرة من التمور ولكن المعروف منها تجارياً قليل جداً علماً ان الاصناف التجارية ليست بأجود الاصناف فهناك اصناف تفوقها جودة لكنها قليلة العدد والانتشار واهم اصناف التمور التجارية هي :(الحلاوي ، الخضراوي ، الساير ، الزهدي ، الديري ، البريم ، الجبجاب ، الاشرسي ، المكتوم) .

وفي هذا المحور سوف يجري مناقشة الامور الاتية:-

اولاً : انتاج التمور لعام ٢٠١٥ مقارنة بعام ٢٠١٤

قُدر انتاج التمور لعام ٢٠١٥ ولجميع الاصناف وللمحافظات المشمولة (٦٠٢,٣) الف طن بزيادة قدرت نسبتها ١٢٪ عن انتاج عام ٢٠١٤ والذي قدر بحوالي(٥٩٤,٩) الف طن واحتلت محافظة بغداد المركز الاول من حيث الانتاج والذي قدر (١١٨,٦) الف طن بنسبة ١٩,٧٪ من مجموع انتاج العراق وبزيادة قدرت نسبتها ٧,٧ ٪عن انتاج عام ٢٠١٤حيث قدر ١١٠,١ الف طن ،وتليها محافظة بابل والتي قدر انتاجها ٩٨,٥ الف طن بنسبة ١٦,٤ ٪من مجموع انتاج العراق بانخفاض قدرت نسبته ٣,٨ ٪ عن انتاج عام ٢٠١٤ حيث قدر ١٠٢,٤ الف طن , في حين احتلت ديالى المركز الثالث والتي قدر انتاجها ٨٥,٣ الف طن بنسبة ١٤,٢ ٪من مجموع انتاج العراق بزيادة قدرت نسبتها ١٠,٢ ٪ عن انتاج عام ٢٠١٤ حيث قدر ٧٧,٤ الف طن فيما شكلت بقية المحافظات نسبة مقدارها ٤٩,٧ ٪

جدول رقم (١) يوضح انتاج التمور بالعراق لعام ٢٠١٥ مقارنة بعام ٢٠١٤

السنة	الانتاج (الف طن) لجميع الاصناف	انتاج بغداد (الف طن)	انتاج بابل (الف طن)	انتاج ديالى (الف طن)	انتاج باقي المحافظات (الف طن)
٢٠١٤	٥٩٤,٩	١١٠,١	١٠٢,٤	٧٧,٤	٣٠٥
٢٠١٥	٦٠٢,٣	١١٨,٦	٩٨,٥	٨٥،٣	٢٩٩,٩

من مجموع انتاج العراق . من الجدول رقم(١) يظهر ان هناك زيادة بانتاج التمور لعام ٢٠١٥ مقارنة بعام ٢٠١٤ بلغت ١٠٩ الف طن وهذا مؤشر ايجابي لانتاج التمور في العراق أي ان انتاج التمور في حالة زيادة بالرغم من تعدد الصعوبات والعراقيل التي تعترض مهمة إنعاش بساتين النخيل في البلد ، وهناك خطط ومشاريع واسعة وضعت لرفع الكفاءة الإنتاجية للتمور في العراق ولو تدريجياً ومن المؤمل أن تنفذ على مدى السنوات العشر المقبلة فهناك مشاريع وطنية مقترحة لتطوير زراعة النخيل في العراق ويأتي اقتراح هذه المشاريع الإستراتيجية لتطوير القطاع الزراعي ولتحسين إنتاجية النخيل من حيث الكمية والنوعية بإتباع الوسائل الحديثة لخدمة بساتين النخيل وإيجاد الوسائل التي من شأنها تعظيم الفوائد المتأتية من زراعة النخيل وتجارة التمور .

جدول رقم (٢) يوضح نسبة الانتاج لكل صنف في جميع محافظات العراق

الصنف	كمية الانتاج (طن)	النسبة المئوية
الزهدي	٣٣١,٩٨١	٥٥٪
الحسناوي	٦٢١١٦	١٢٪
الساير	٢٨٩١٤	٢٪
الخضراوي	٢٩٩٣٣	٥٪
الحلاوي	١٨٦٠٢	٣٪
الديري	٢٣٦٦٠	٤٪
انواع اخرى	١١١١٤٢	١٩٪
المجموع	٦٠٢٣٤٨	١٠٠٪

من الجدول رقم (٢) يتضح ان نسبة انتاج تمور الزهدي لعام ٢٠١٥ شكلت اعلى نسبة ٥٥,١ ٪ من مجموع انتاج التمور حيث بلغت كمية الانتاج ٣٣٢ الف طن للمحافظات المشمولة بزيادة قدرت نسبتها (٥,٤٪) عن انتاج العام الماضي والذي قدر (٣١٥,١) الف طن ، كذلك شكلت نسبة انتاج التمور التجارية في العراق اكثر من ٨٠٪ من مجموع الناتج الكلي وهذا مؤشر بان العراق متجه نحو انتاج التمور التجارية لتعزيز صادراته .

ثانياً : صادرات التمور في العراق

ان عائدات العراق من تصدير التمور لاتشكل نسبة مع حجم صادراتها من التمور وذلك يعود الى انخفاض اسعار بيع التمور في الاسواق الخارجية بسبب انخفاض نوعية التمور المصدرة وانخفاض كفاءتها التسويقية ، وان عدداً من الدول تستورد التمور العراقية وتقوم بتصنيعها وتعبئتها واعادة تصديرها على انها تمور من انتاجهم باسعار مرتفعة . لذا فان اسعار التمور العراقية هي الاوطأ بين اسعار دول العالم ، الامر الذي يتطلب الارتقاء بمستوى عمليات تسويق وتصنيع التمور من تعبئة التمور وكبسها وتغليفها باغلفة جذابة ، وكذلك عمليات تصنيع التمور والتشديد على اتباع المواصفات العالمية للانتاج والاعتناء بالتنظيف والتدريج والترويج لها في الاسواق الخارجية، لذا فأن سياسة انتاج التمور في العراق تحتاج الى مراجعة شاملة من قبل كافة الجهات ذات العلاقة لغرض ايجاد اسواق مناسبة لتصريف الفائض من التمور العراقية الى الاسواق العربية والعالمية حيث ان التمور تكاد تكون السلعة الوحيدة التي فيها فائض للتصدير حيث يمكن تصديرها بشكل خام بعد تنظيفها وتعبئتها وتغليفها او تصنيعها وهذا امر ليس بالصعب وما سيتركه هذا الامر من تنوع في هيكل الصادرات وارتفاع المستوى المعاشي للمزارعين وتطور الاقتصاد العراقي .

المحور الثاني
تصنيع التمور العراقية

يلعب التصنيع الزراعي بشكل عام وتصنيع التمور بشكل خاص دوراً بارزاً في الاقتصاديات ذات الطابع الزراعي ويؤمن الترابط الامامي والخلفي بين القطاع الزراعي وبقية القطاعات الاقتصادية الاخرى حيث يرى اغلب الاقتصاديين الزراعيين والتسويقيين الزراعيين منهم بشكل خاص ان وظيفة التصنيع تعد احدى الوظائف المهمة لانها تعمل على تغيير الشكل الاصلي للمنتوج وتضيف المنفعة الشكلية ، فالتصنيع هو الوجه الصناعي للتسويق الزراعي في حين يشكك البعض في ان وظيفة التصنيع هي احدى الوظائف التسويقية لانها تتعلق بالنشاط الذي يغير من شكل المحصول فقط ، وسوف نناقش الامور التالية:

اولاً : الاستخدامات الصناعية للتمور في العراق

تدخل التمور في صناعات تحويلية كثيرة وتوجد في العراق صناعات غذائية كثيرة تعتمد على التمور كمادة اولية ، واهم الصناعات المعتمدة على التمور وهي:-

١-كبس وتعبئة وتغليف التمور:

تعد هذه الصناعة من النشاطات الانتاجية القديمة في العراق ، فقد كانت معروفة منذ عام (١٨٨٨) اذ اقيمت عدة مكابس في البصرة تقوم بكبس التمور وتعبئتها قبل ان يتم تصديرها الى الخارج.

واخذت هذه الصناعة بالتطوير تدريجياً من خلال ادخال المكننة الحديثة في وقتها في الكبس ومعدات التعبئة والتغليف واجهزة التبخير والتعقيم والغسل ونزع النوى والانطقة المتسلسلة (الاحزمة الناقلة) لتصنيف وتدريج وعزل وفرز التمور فضلاً عن معدات الفحص والسيطرة النوعية والمخازن المناسبة وغيرها.

٢-تصنيع مشتقات التمور:

ان تصنيع مشتقات التمور في العراق يمكن ادراجها ضمن ثلاث مجموعات رئيسة هي :

(أ) صناعات قائمة مثل الدبس ، والكحول ، والخل الطبيعي .

(ب) صناعات متعثرة او متوقفة مثل السكر السائل ، خميرة التوريلا او البروتين النباتي ، وحامض الليمون .

(جـ) وصناعات مقترحة او ما زالت قيد الدراسة (غير منفذة).

ثانياً : معوقات تصنيع التمور في العراق

ان عملية تصنيع التمور الى منتجات مختلفة وتنويع استخدامها هي احدى الوسائل الفعالة في رفع العائد الاقتصادي الا ان تحقيق هذا الهدف يواجه الكثير من المعوقات والصعوبات من اهمها:

-عدم التزام منتجي التمور بالمواصفات التي تطلبها مصانع التمور من حيث خلو الثمار من الحشرات والافات والاتربة.

-عدم تجانس الثمار.

-عدم تبخير التمور بعد الجني مباشرة.

-زيادة نسبة الرطوبة وظهور عفن على ثمار التمور.

-وجود نسبة عالية من التمور غير صالحة للتعبئة.

-بدائية الكثير من الاجهزة المستخدمة في تصنيع التمور.

-عدم توافر العمالة المتخصصة.

-ارتفاع تكاليف الصيانة للالات المستخدمة في مصانع التمور.

-ارتفاع نسبة الفاقد اثناء التصنيع.

-القصور في برامج الدعاية والاعلان للتمور المصنعة .

-عدم التوجه الى تصنيع التمور لاغراض اخرى كالدبس ، والخل ... وغيرها والتركيز على التعبئة.

-عدم توفير المخازن المناسبة لدى المصانع.

-ضعف التنسيق بين القطاعين الزراعي والصناعي في مجال الانتاج لاغراض التصنيع كماً ونوعاً والقطاعين السابقين مع القطاع التجاري لاغراض التسويق الداخلي والخارجي.

المبحث الثالث

تسويق التمور في العراق

احتل موضوع تسويق التمور اهمية بالغة في زيادة حجم الصادرات لدى العديد من الدول المنتجة ولذلك سوف نتناول الحقب التاريخية وكما يلي:-

اولا : تطور نظام تسويق التمور

لقد توالت السياسات المنظمة للمتاجرة وتسويق التمور في العراق وتغيرت بتغير الأنظمة والقوانين المنظمة لهياكل الأجهزة المشرفة عليها وكما يأتي :-

المرحلة الأولى : والتي تمتد لغاية ١٩٥٢.

تميزت هذه المرحلة بحرية النشاط في تسويق التمور ويمكن وصف هذه المرحلة بأنها مضطربة بسبب تعسف التجار المنتجين ولاسيما عند تحديد درجات الجودة وضوابط الاستلام ومقدار الخصومات وقد تعرض الكثير من هؤلاء التجار الصغار إلى الإفلاس بسبب تهافتهم وتزاحمهم على الأسواق الخارجية وبشكل فردي .

المرحلة الثانية : والممتدة لغاية ١٩٦٨.

لقد تبلورت خلال هذه المرحلة فكرة تكوين شركة عراقية تتولى مسؤولية تجارة التمور وقد تأسست لهذا الغرض التنظيمات الآتية :-

أ-شركة تجارة التمور العراقية المحدودة في البصرة عام ١٩٥٢.

ب-الجمعية التعاونية لمنتجي تمور المنطقة الوسطى عام ١٩٦٠ .

ت-مصلحة التمور العراقية بالقانون رقم (٥٥) لسنة ١٩٦١ .

المرحلة الثالثة : الممتدة لغاية ١٩٧٩ .

في هذه المرحلة برزت محاولات جادة لجمع متطلبات خدمة ورعاية أشجار النخيل والتمور بجهاز مركزي واحد هو المؤسسة العامة للنخيل والتمور العراقية .

المرحلة الرابعة : ممتدة لغاية ١٩٨٨

كان الاتجاه العام هو إيجاد صيغة متخصصة لممارسة النشاطات المتعلقة بالتمور وعلى هذا الأساس برزت هيئة التمور العراقية بموجب القانون رقم (١١٣) لعام ١٩٨٠وبذلك حلت محل مصلحة التمور العراقية الملغاة .

المرحلة الخامسة : والتي لازالت مستمرة تنفيذاً للأمر الوزاري القطاعي المرقم (٣١) في (١٩٨٨/٢/١١) والذي بموجبه شكلت لجنة لمناقشة موضوع إيجاد البديل الأفضل لتنظيم عمليات تسويق ثمار نخلة التمر لتحل محل هيئة التمور العراقية , حيث تم تأسيس الشركة العراقية لتصنيع وتسويق التمور/ شركة مساهمة مختلطة وهي من الشركات المختلطة الوحيدة في العراق المتخصصة في تصنيع التمور وتسويقها , وتعد مهامها امتداداً لأعمال هيئة التمور العراقية وللشركة فروع موزعة على محافظات النخيل في (بغداد , ديالى , بابل , كربلاء ,النجف,البصرة) وتمتلك الشركة أجهزة جيدة وحديثة لجني وتصنيع التمور.

ثانياً : مهام وواجبات الشركة العراقية لتصنيع وتسويق التمور :

لقد حدد عقد التأسيس أهم الأهداف والمهام الموكولة للشركة بالاتي :-

١-تستلم الشركة حاجتها من التمور وفق الخطط السنوية المقررة لها وبما ينسجم وأهدافها الإنتاجية والتسويقية المحددة .

٢-شراء الفائض من التمور ضمن ضوابط معتمدة .

٣-تسويق التمور والمنتجات الأخرى التي تضطلع بها الشركة في الداخل والخارج والمساهمة في اقتراح أسعار التمور من المنتجين .

٤-تطوير عملية كبس وتصنيع التمور وتحسين عبواتها .

٥-المساهمة في إعداد وتحديد النوعية والمواصفات اللازمة للتمور المعدة للتصدير .

٦-اقتراح الأسعار التصديرية للتمور المراد تصديرها للخارج وتحديد أسعار منتجاتها للتسويق الداخلي .

٧-استيراد مستلزمات الإنتاج والتصنيع ومتطلبات تحسينه .

٨-القيام بالترويج للتمور بمختلف الوسائل المتاحة كفتح المكاتب أو الفروع .

٩-تأسيس المشاريع والشركات التي تعتمد على زراعة النخيل وإنتاج ثمارها ومشتقاتها والمساهمة في المشاريع والشركات الأخرى .

١٠-إقامة الندوات والمعارض المتخصصة أو المساهمة فيها بالداخل والخارج .
١١-التعاقد مع الغير لتحقيق أغراض الشركة وأهدافها .
١٢-تهيئة مواد التعبئة والتغليف اللازمة لمتطلبات استلام الثمار من المنتجين .
١٣-التعامل مع المصارف والمؤسسات المالية والاقتصادية على اختلافها بفتح الحسابات الجارية والحصول على التسهيلات المصرفية .
١٤-حق تملك العلامات التجارية , براءات الاختراع والمساهمة في إصدار إجازات الكبس والشهادات الأخرى الخاصة بثمار نخلة التمر .
١٥-قيام الشركة بإنتاج منتجات تعتمد على التمور ومخلفاتها كالمنتجات الغذائية والإعلاف وغيرها .

مما تقدم يتبين أهمية الدور الذي تضطلع به الشركة العراقية لتصنيع وتسويق التمور والمهام الكبيرة التي وضعت على عاتقها لتكون الأمل في حل المشكلات التسويقية للتمور في العراق من اجل خدمة الاقتصاد الوطني وذلك وفق السعي لتحقيق الأهداف الآتية:

١-شراء التمور من المزارعين على وفق الأسعار المحددة من الجهات المختصة .
٢-تكون كصمام الأمان للمزارعين حيث تدخل كطرق مباشرة لشراء الفائض من التمور عندما تنخفض أسعارها من الأسواق المحلية .
٣-تقوم بإنتاج العبوات المختلفة لإغراض التصدير أو لإغراض الاستهلاك البشري الداخلي وسد حاجة المواطنين من هذه المادة .
٤-تهيئة التمور الصناعية لإغراض الصناعات الوطنية الذي تعتمد هذه المادة في صناعتها .
٥-تسويق التمور غير الصالحة للاستهلاك كعلف حيواني .
٦-العمل على جعل الشركة أداة فعالة بيد الدولة كلما دعت الضرورة وذلك من خلال قيام الشركة بشراء التمور وفقاً للظروف الاستثنائية التي قد يمر بها البلد باعتبار أن نخلة التمر ممكن أن تكون خزيناً غذائياً استراتيجياً للبلد .

ثالثاً : التسويق واختبار المزيج التسويقي

المزيج التسويقي هو مجموعة المتغيرات التسويقية التي يمكن السيطرة عليها والتي تقوم المنظمة بمزجها لتحقيق الاستجابة التي ترغب فيها لمقابلة رغبات السوق ويشمل :

١.المنتج : يجب ان تتوفر فيه المواصفات والخصائص التي يرغب فيها السوق وبالجودة الملائمة لرغبات المستهلكين وهنا النشاط يتضمن جميع الخطط المعدة تجاه هذا المنتج والتطورات التي تجريها عليه لكي يأخذ موقعه التنافسي في السوق .
٢.الترويج : وهو النشاط الذي يتم ضمن اطار أي جهد تسويق وينطوي على عملية اتصال اقناعي ويشمل هذا العنصر مختلف الوسائل التي يمكن ان تساعد على تحقيق الاتصال بالمستهلكين والمشترين الصناعيين المستهدفين وحثهم على شراء المنتج ويضم الترويج (الاعلان ، البيع الشخصي ، ترويج المبيعات ، النشر)
٣.التوزيع : يتعلق بالانشطة والاعمال الخاصة بتوفر المنتج في المكان المناسب للمستهلكين او المشترين الصناعيين المستهدفين والذي منها سياسة التوزيع المباشر وغير المباشر وقنواته من خلال الوكلاء او تجارة الجملة او التجزئة كما تضم انشطة النقل والتخزين والمناولة وغيرها ، ويعرف التوزيع بأنه العملية التي يتم من خلالها جعل السلعة متوفرة في المكان والكمية المناسبة عندما يرغب المستهلك بها .
٤.السعر : يضم هذا العنصر جميع الاعمال المتعلقة بسياسة التسعير وتحديد قائمة الاسعار و طرائق الدفع و المدة الزمنية والبيع بالتقسيط وان اهم الشؤون الرئيسة في ادارة التسويق هي تحديد السعر في اطار استراتيجيات ديناميكية للتسعير .

رابعاً : سياسات تسويق التمور في العراق

يوجد نمطان من السياسات التسويقية للتمور في العراق.
الأول : القطاع الحكومي اذ يقوم بالدور المهم في التخطيط والتنفيذ والمراقبة في كل مرحلة من مراحل التسويق.
الثاني : سياسات تسويقية مبنية على آليات السوق وتحرير الاسعار وإلغاء القيود التجارية واعطاء دور مهم للقطاع الخاص في التسويق.
وتؤدي السياسات التسويقية دوراً مهماً من حيث :
١-كونها تسعى إلى زيادة الكفاءة التسويقية.
٢-تقليل الفاقد من السلعة الزراعية.
٣-توصيل السلع إلى المستهلك .
٤-ايصال مستلزمات الانتاج الزراعي الى المزارع باقل تكلفة ممكنة .

كما يمكن ان تتعدد سياسات تسويق التمور في العراق الى اربعة مجالات، وان اي سياسة من هذه السياسات الاربع تؤثر وتتأثر

الواحدة بالاخرى ، واي تعديل في اي منها يؤثر على مجموع السياسات الاخرى ، وان الامر يتطلب تطوير هذه السياسات بما يخلق نظاماً تسويقياً كفوءاً وفعالاً للتمور العراقية.

أ. سياسة تخطيط وتطوير التمور:

هي من السياسات التصديرية الاساسية التي تساهم في تنمية التمور العراقية بما تمثله من اجراءات واساليب الهدف منها الوقوف على النواحي الايجابية لتعميقها وتعميمها، والنواحي السلبية لتجاوزها وتخطيها.

ب. سياسة تسعير التمور:

ان سياسة التسعير من السياسات الزراعية المهمة التي تساهم في توجيه وتحديد اوجه استخدام الموارد الانتاجية ورفع كفاءة عمليات التسويق الزراعي اذ يعد السعر احد مكونات المزيج التسويقي كما مر سابقاً ، وتعد اسعار التمور من اهم المؤشرات التي تقود المنتجين نحو تخطيط برامج انتاج وتسويق التمور وهي تشكل حافزاً مهماً لتطوير مستوى الانتاج كماً ونوعاً وهذا ينعكس على تلبية متطلبات الصناعات المعتمدة على التمور وتنميتها. تتحدد اسعار بيع التمور المحلية على وفق تكاليف الانتاج مع اضافة هامش ربح معين ، وهي تختلف من ظرف لاخر ومن منطقة لاخرى فضلاً عن الفروق الكبيرة بين اسعار التمور قبل النضج التام (الرطب) واسعار التمور التامة النضج المكبوسة اذ ان مدة عرض التمور (الرطب) قصيرة وقد لا تتجاوز الشهرين في كل موسم.

ج. سياسة ترويج التمور:

ان سياسة الترويج التي تنتهجها الشركة العراقية لتصنيع وتسويق التمور تعكس امكانياتها المادية والفنية والادارية فليس هناك قسم او ادارة متخصصة للترويج والاعلان في الشركة فضلاً عن عدم وجود الملاكات العلمية المتخصصة في مجال البحوث التسويقية والمعلومات التسويقية ومنها مجال الترويج والاعلان الذي يعمل على اجراء الدراسات والبحوث التسويقية عن المنتجات المنافسة وصفاتها ومتطلبات الاسواق الدولية.

اذ تقوم الشركة بحملات اعلانية للتمور العراقية بغية تعريفها وترويجها في الاسواق الدولية بمختلف الاساليب والوسائل الحديثة والمتيسرة والتي لاتكاد تتعدى قيامها بنشر الاعلانات عن التمور في الصحف والمجلات.

د : سياسة توزيع التمور:

يتطلب التسويق الناجح للتمور العراقية استخدام منافذ توزيع مختلفة في الاسواق الدولية والتي تتلاءم وفقاً لطبيعة السوق المستهدف ، وظروف التعامل السائد فيه ، حيث ان النسبة العظمى من التمور العراقية تسوق الى العديد من الاسواق الدولية التي تتباين فيها القوة الشرائية واذواق المستهلكين وعاداتهم وتقاليدهم ، وكذلك تختلف فيها قوانين المواد الغذائية المطبقة على التمور وشروط النوعية ومواصفات الجودة والدرجات على الثمار والضرائب المفروضة على الاستيراد وتحديد الكمية والقيمة ونوع المنافسة السائدة ، وغيرها من الامور التي تلعب دوراً مهماً في اختيار المسالك (القنوات) التسويقية المناسبة وبالتالي نمو او ضمور قيمة التسويق الخارجي للتمور العراقية.

خامساً : خطط مستقبلية لتطوير الاجهزة التنظيمية وتسويق التمور في العراق

بالرغم من تعدد الصعوبات والعراقيل التي تعترض مهمة إنعاش بساتين النخيل في البلد مجدداً , إلا إن هناك خطط ومشاريع واسعة وضعت لرفع الكفاءة الإنتاجية والتسويقية للتمور في العراق ولو تدريجياً ومن المؤمل أن تنفذ على مدى السنوات العشر المقبلة فهناك مشاريع وطنية مقترحة لتطوير زراعة النخيل في العراق ويأتي اقتراح هذه المشاريع الإستراتيجية لتطوير القطاع الزراعي ولتحسين إنتاجية النخيل من حيث الكمية والنوعية بإتباع الوسائل الحديثة لخدمة بساتين النخيل وإيجاد الوسائل التي من شأنها تعظيم الفوائد المتأتية من زراعة النخيل وتجارة التمور .

وتستهدف الخطة المستقبلية العمل في محاور عدة مجملها : دعم جهاز إنتاج وتسويق التمور بوزارة الزراعة ورفع قدراته الإنتاجية والتسويقية بالتنسيق مع الوحدات الإنتاجية والتسويقية في المؤسسات المختلفة والقطاع الخاص وتحسين الكفاءة السعرية لأنظمة إنتاج وتسويق التمور , كذلك تحسين الكفاءة العملية والفنية للأنظمة الإنتاجية والتسويقية وإيجاد نوع من التوازن بين القوى السوقية المتباينة

سادساً : برامج تحسين الأنظمة والخدمات التسويقية للتمور في العراق :

حتى يمكن تحقيق الأهداف الموضوعة لخطط تطوير ودعم الأجهزة التنظيمية للتمور في العراق وفي إطار السياسات المذكورة فأنه لابد من تأسيس

وتطوير بعض البرامج والأنظمة والخدمات في مجال إنتاج وتسويق التمور العراقية ومنها :

١- برنامج تطوير ودعم الأجهزة التنظيمية :

تتمثل في دعم إدارة تسويق التمور في العراق والمكاتب الفرعية بالملاكات المتخصصة والمدربة وتجهيز الإدارة والمكاتب الفرعية بأجهزة الحاسوب والبرامج المناسبة وربـط الإدارة بالمنظمة العربية للتنمية الزراعية ومجموعة التسويق بمنظمة الأغذية والزراعة والاشتراك في الرابطة الإقليمية لمؤسسة التسويق الغذائي لمنطقة الشرق الأدنى وشمال إفريقيا .

٢- برامج توفير وتأهيل وتدريب الملاكات البشرية ومنها :

أ-التعليم : عن طريق دعم وتطوير مؤسسات ومعاهد التعليم الزراعي بكافة فروعه .

ب-التدريب: ذلك عن طريق تفعيل دور مراكز التدريب في الشركة العراقية لتسويق وتصنيع التمور بجميع فروعها .

ج – الإرشاد التسويقي : هو القيام بتفعيل دور إدارة الإرشاد الزراعي بوزارة الزراعة .

٣- برامج تشجيع الاستثمار في مجال إنتاج وتسويق التمور في العراق :

ويقصد به دعم وتشجيع الدولة للاستثمار في مجال إنتاج وتسويق التمور لإنشاء شركات تسويق التمور وكذلك مساهمة الدولة في رأس مال هذه الشركات التسويقية القائمة حالياً كأساس لقيام الشركات الكبيرة وأيضا تشجيع الشركات التسويقية المتخصصة بما يضمن لها النجاح والحصول على هامش ربح جيد باعتبارها الموجه الأساسي في توفير البيئة والمناخ المناسب للاستثمار .

٤-برنامج إنشاء قاعدة معلومات لتسويق التمور في العراق:

ويشمل ذلك تصميم النماذج والاستمارات اللازمة لتحديد مكاتب على مستوى المناطق وتحديد مصادر البيانات , كذلك استخدام وسائل الاتصال الحديثة والسريعة لتوصيل البيانات وأيضا إنشاء مكاتب معلومات تغطي مناطق الإنتاج وموانئ الشحن وأسواق الجملة وغيرها من مناطق التسويق.

٥ - برنامج تفعيل اللوائح والقوانين المنظمة للممارسات التسويقية للتمور :

يمكن الاستفادة من أحكام منظمة التجارة العالمية (wto) المتعلقة بالقطاع الزراعي في دعم وتطوير الأنشطة الزراعية في العراق بشكل عام وإنتاج وتسويق التمور بشكل خاص .

المحور الرابع
بعض الدول المصدرة والمستوردة للتمور

اولاً: جمهورية مصر العربية

تعد التمور مادة ضرورية للمستهلك المصري حيث قدرت المرونة السعرية بنحو٠,٨٤ بينما بلغت المرونة الدخلية نحو ٠,٦٤ وهي أقل من الواحد الصحيح مما يوضح أنها مادة ضرورية ، الأمر الذي يعني ضرورة توفيرها للمستهلك المصري عن طريق زيادة الإنتاج المحلي أو بالاستيراد من الخارج مما يستلزم ضرورة الاهتمام بهذه المادة الهامة لتوفيرها بالكميات المطلوبة مع الوضع في الاعتبار ذوق المستهلك .

أن إنتاج مصـــــر من التمـور يتزايد بمعدل نمو إحصائيا بلغ نحو ١,٤٨ ألف طن بمعدل نمو سنوي حوالي ٨,٥ ٪ في حين تتزايد مساحة مصر سنويا بمقدار نمو إحصائيا بلغ نحو ١,٩ ألف فدان بمعدل نمو سنوي بلغ حوالي ٢,٩٪.

تعتبر مصر هي الأعلى في الإنتاجية الفدانية حيث بلغ متوسطها نحو ٧,١٤ طناً .

وبأستخدام تحليل التباين واختبار (L.S.D) تبين أن مصر تقع في الفئة الأولى الأعلى إنتاجية.

وتعتبر مصر من الدول المصدرة للتمور ولاتستورد الا استثنائياً وبكميات قليلة لكن بالامكان عمل بعض الاجـراءات لنفاذ التمور العراقية للاسواق المصرية وفيما يلي ابرز الإجراءات لنفاذ التمور العراقية إلى الأسواق المصرية :

اعلام الملحقية التجارية في مصر بما يلي :-

١ : - انواع التمور التي تنتج حاليا في العراق .

٢:- الكميات الفائضة عن الحاجة في العراق القابلة للتصدير .

٣:- الشركات المصدرة الخاصة والحكومية .

- ومن خلال الفقرات الثلاثة أعلاه يمكن :-

١. البيع المباشر في المعارض الدولية التي تقام في جمهورية مصر العربية .

٢. التنسيق مع اتحاد الغرف التجارية المصرية لموافاتنا بأسماء الشركات والتجار المصريين الذين يتعاملون ببيع التمور في مصر .

ثانياً : المملكة الاردنية الهاشمية

حققت زراعة التمور في الأردن تطوراً ملحوظاً في الآونة الأخيرة مما وضعها في مصاف الدول العالمية والعربية من حيث جودة منتجها ومنافستها للتمور المستوردة الأمر الذي أدى إلى زيادة الطلب عليها .

ينتج الأردن سنوياً (٢٠- ٢٥) ألف طن من التمور وما يقارب ١٥ نوع من التمور , وعلى رأسها(المجهول) حيث أصبح هنالك توجه لزراعة أصناف تمور أثبتت جدواها مثل (المجهول) المنافس بالنكهة والجودة للأنواع الأخرى.

وتتراوح أسعار التمور للكيلو غرام وحسب النوعية :

-تمور دجلة النور ٢٠ $ - المجهول ١٥ $ - البرحي ١٠ $.

الجدول رقم (٣) يوضح كمية الإنتاج والمساحة المزروعة في الأردن

السنة	الإنتاج طن	عدد الأشجار المثمرة	عدد الأشجار الكلي	المساحة
٢٠١٢	١٠,٤١٦,٧	٢٢٠,٠٨٣	٢٩٧,١٤٥	١٨,٣٩٧,٢
٢٠١٣	١١,٩٨٠,٧	٢٢٢,٣٤٠	٣٠٤,٧٣٥	٢١,٥١٩,٨
٢٠١٤	٩,٧٦٣,٦	١٨٤,٧٩٨	٣٣٠,٠٣٢	٢٢,٢١٩,٧

جدول رقم (٤) يوضح أهم الدول المصدرة والمستوردة للتمور خلال عام ٢٠١٥

الصادرات			
٢٠١٤		٢٠١٥	
الدولة	الكمية بالطن	الدولة	الكمية بالطن
استراليا	١	أمريكا	٧٠,٠
إسرائيل	٨٠	إسرائيل	٥٣,٠
الإمارات	٢١٢	الإمارات	١٦٦,٠
البحرين	٢	البحرين	٧,٠
الكويت	٢٦	الكويت	٤٢,١
ألمانيا	٩	ألمانيا	١,٢
المغرب	٨	الهند	٠,٦
النمسا	١	الدنمارك	٠,٩
اليمن	١	السعودية	٦,٣
ايطاليا	٤٠	باكستان	٠,٦
بريطانيا	٢	بريطانيا	١١,٥
تركيا	٣٩	تركيا	٣٢,٠
سوريا	١	العراق	٢,٩
فرنسا	٢٥	فرنسا	١,٣
قطر	١٦	قطر	٤٤,٥
كندا	٤	السويد	٣,٠
		جزر المالديف	١,١
		عمان	٢,٠
		كينيا	٢,٢
		لبنان	٤٥,٥
المجموع	٥١٠	المجموع	٤٩٣,٨
الاستيرادات			
الدولة	الكمية بالطن	الدولة	الكمية بالطن
الإمارات	١٨٢٤	الإمارات	١٦٣٩
السعودية	٤١٦٩	السعودية	١٦١٩
العراق	١٠٥	فلسطين	٩,٣٣
تونس	٢٢		
قطر	٣٠٧		
المجموع	٦٥٤٦,٨	المجموع	٣٢٦٧,٣٣

من الجدول السابق يتضح ان الاردن من الدول المستوردة للتمور وفيما يلي الاجراءات الممكن اتباعها لتسويق التمور العراقية الى الاردن:

-الاهتمام بصناعة التمر كهدايا ممكن اصطحابها للوفود الخارجية , وتطويرها بما يتلائم مع تطور الصناعات الغذائية .

-بالإمكان تضمين محاضر الاجتماعات باستيراد التمور من العراق مقابل التسهيلات العراقية الممنوحة للجانب الأردني كوسيلة للتصدير .

-ضرورة المشاركة في المعارض الدولية لغرض اطلاع دول العالم على الأصناف المنتجة والتعريف بأهميتها الغذائية حيث يترتب الطلب في دول آسيا وأوربا على العبوات صغيرة الحجم كما هو الحال في سوق الأردن ١كغم , ٢كغم , ٥كغم .

-فتح قنوات اتصال مع الشركات العالمية الخاصة بمصانع الشكولاته في دول أوربا حيث لوحظ أن اغلب استيراد التمور من الأردن إلى دول أوربا هي استعمالها في قطاع صناعة الحلويات .

-ضرورة فتح مكتب تجاري خاص بالمنتجات مع التعريف بالفوائد الغذائية والصحية للتمور وكذلك المحافظة على المنتج عن طريق التبريد وتوعية المنتجين للمحافظة على الثمار بعد جني المحصول والخزن لغرض إيصال المحصول إلى المستهلك بأفضل صورة , واختيار الأنواع الأكثر رواجاً في دول العالم .

ثالثاً : لبنان

يتضح من الجدول رقم (٥) ادناه ان حجم استيرادات لبنان من مادة التمر لسنة ٢٠١٥ هي ٩٠٦٨٠٠٠ دولار امريكي , وكان نصيب العراق منها ٤١٢٠٠٠ دولار امريكي وتمثل نسبة ٤,٥٪ من مجموع استيراد هذه المادة أما الحصة الاكبر هي للسعودية حيث كانت حصتها هي ٧٧٣٧٧٠٠٠ دولار امريكي وتمثل نسبة ٨٥,٣٪ وباقي الدول تمثل العشرة بالمئة الباقية . وتعتبر لبنان من الدول المستوردة للتمور وبالامكان تصدير التمور العراقية لها .

جدول رقم (٥) يمثل حجم الاستيرادات اللبنانية لمادة التمور من العراق والسعودية والتي تمثل ٩٠٪ من حجم الاستيرادات لعام ٢٠١٥ .

البلد المصدر	قيمة السلعة بالالف دولار	النسبة
السعودية	٧,٧٣٧	٨٥,٣٪
العراق	٤١٢	٤,٥٪
باقي الدول	٩١٩٠٠٠	١٠,٢٪

جدول رقم (٦) يمثل اجور الشحن البحري لمادة التمر من موانىء العراق والسعودية الى ميناء بيروت لعام ٢٠١٥

البلد المصدر	٢٠ قدم	٤٠ قدم
ام قصر – بيروت	$٢٢٠٠	$٣٣٠٠
جدة– بيروت	$١٠٠٠	$١٥٠٠
الدمام – بيروت	$١٣٠٠	$١٨٠٠

رابعاً : دولة الامارات العربية المتحدة

تحتل الإمارات ثلث صادرات التمور العالمية , حيث تبلغ قيمة الصادرات الإماراتية من التمور ٢٠٨ مليون دولار بما يوازي ٧٥٠ مليون درهم من إجمالي قيمة صادرات ٦٢٨ مليون دولار .

أن الإمارات تصدر التمور حالياً إلى أكثر من ٣٠ دولة حول العالم ، ويعود سبب ارتفاع قيم التصدير للسلعة في السنوات الأخيرة إلى أن هناك عدداً من أصناف التمور الإماراتية خرجت من كونها منتجات محلية يتم تداولها في الأسواق إلى ترسيخها مفهوم العلامة التجارية التي يتم طلبها بالاسم في الأسواق العالمية وأن هناك جهداً كبيراً تم بذله من قبل الدولة ومصانع التمور ومزارع النخيل لإنجاح هذا القطاع رغم الصعوبات التي تواجهه , ومنها جودة التمر نفسه وتسويقه دولياً .

إن سوق التمور انتقلت من الصناعة التقليدية إلى قطاع يتمتع بعوائد مرتفعة حيث يوجد تطوير كبير للصناعة في المنطقة , فاختلفت أنواع المنتجات وتنوعت بحيث أصبحت تغطي أسواق مايقرب من ٣٠ دولة حيث أن هذه الأنواع أصبحت علامات تجارية قائمة بحد ذاتها معترف بها في الأسواق العالمية فهناك منتجات من التمور للتخسيس وهناك منتجات الاورجيناك , وأصبح المستهلكون في الدول الأجنبية يعرفون أنواع التمور الإماراتية بأسمائها وبأدق تفاصيل مكوناتها الغذائية.

وتسعى الإمارات إلى توسعة أسواقها خارج آسيا وذلك من خلال دراسات خاصة للتعرف إلى احتياجات وأذواق المستهلك في هذه الأسواق الجديدة .

خامساً : فرنسا

ان استهلاك التمور يزداد في فرنسا خلال شهر رمضان وتزداد قيمة مبيعات الشركات المستوردة لهذه المادة في خلال شهر الصوم وتصل هذه الزيادة بمقدار ٤٠٪ وحالياً تتوفر هذ المادة في كافة اشهر السنة في الاسواق الفرنسية وفي ادناه جدول رقم (٧) يوضح قيمة واردات فرنسا والكميات المستوردة من مادة التمر للاعوام ٢٠١٣،٢٠١٤،٢٠١٥ ولاهم الدول التي تستورد منها .

فرنسا من الدول المستوردة للتمور وفيما يلي طرق وصول التمور العراقية الى السوق الاوربية.

جدول رقم (٧) يوضح اهم الصادرات والاستيرادات الفرنسية

البلد	٢٠١٣ قيمة الاستيراد /يورو	٢٠١٤ قيمةالاستيراد/ يورو	٢٠١٥ قيمةالاستيراد/ يورو	٢٠١٣ كمية الاستيراد /طن	٢٠١٤ كمية الاستيراد /طن	٢٠١٥ كمية الاستيراد / طن
الامارات	٢٨٨,٥٤٢	٨٦,٥٥٤	٢٩,٢٠٦	٢٤٠,٧٦٠	٢٨,٠١٨	٦,٩٩٠
الجزائر	١٥,١٠٦,٠٩٤	١٩,١٣١,٥٥٩	٢١,١٠٥,٤٩٢	١٠,٧٠٧,٩٨١	١٢,٩٢١,٦٩٢	١٣,٧٦٦,٠٠٨
العراق	٤٦,٢٩٧	٣٨,٩١٤	٨٢,٥٠٥	٧١,٠٠٠	٦٠,٠٠٠	١٠٦,٠٠٠
ايران	٣٢٦,٩٦٥	٦٠١,٤٠٧	٨٩٣,٨٢٩	٩٤,٣٣٠	١٤٨,٧٢٥	٢٠٣,١٧٨
الاردن	٢١٢,٦١١	٣٨٨,٧٤٥	١٩١,٦٩٩	٩٣,٧٧٥	١٣٣,٨٨٣	٥٢٢,٥٣
فلسطين	٣٥٠,٩٠٨	٤٢٩,٦٠٦	١,٣١٦,٤٦٨	٦٤,٢٥٠	٩٠,١٦٠	٢٣٩,٣٩١
تونس	٢٥,٨٠١,١٢٠	٢٣,٤٥٠,١٣٨	٢٧,٥١٥,١٩٦	١٨,١٠٣,٣٠٢	١٣,٣٢٦,٨٩٩	١٥,٣٩٦,٧٦٨
الولايات المتحدة	٤٢١,٠٥٣	٧١١,٢٦٨	٩٩٠,٨٨٩	٥٩,٨٩٩	٧٧,٤١٧	١١٧,٢٥٨
جنوب افريقيا	٨٨٧,١٠٠	٦٢٣,٥٢٠	١,٢١١,٦٥٥	١٣٢,٠٠٠	٩٥٤٣٠	١٩٢,٤٥٧

طـرق الـوصـول إلـى سـوق الاتـحـاد الأوربي:

١-تعتبر الـجـودة مـن أهـم الطرق للوصول إلى سوق الاتحاد الأوربـي بنجاح , بعد اندماج التشريعات في الاتحاد الأوربي منذ عام ١٩٩٣ تطبق تشريعات الجودة الموحدة في جميع دول الاتحاد الأوربـي حيث تم وضع معايير التسويق لكل من الجودة والملصقات الخاصة بالخضروات والـفـواكـه بـنـاءاً على التشريعات الأساسية EC٢٢٠٩٩٦ (التي سنت في عام ١٩٩٦) وفي إطار السياسة الزراعية المشتركة (CAP) ويمنع دخول أية منتجات لاتتطابق مع هذه المعايير إلى السوق الأوربي .

٢-هناك بعض المتطلبات لاتعتبر إجبارية للمصدرين بل تعطيهم مزايا تسويقية اكبر وهي :

-المتطلبات البيئية للأسواق

أصبحت الجوانب البيئية والاجتماعية والصحية وقضايا السلامة للمنتجات والإنتاج قضايا رئيسة في أوربا ويمكن لهذه الجوانب أن تلعب دوراً في دخول المصدرين إلى سوق الاتحاد الأوربي حسب مجموع المنتجات التي سيتم تصديرها

-التغليف والملصقات

يستخدم التغليف لحماية المنتج من أية أضرار ويعتبر عاملاً مهماً في تحديد جودة المنتج إذ من الضروري تأمين تغليف خاص يتناسب وعملية النقل لضمان وصول المنتج في حالة ممتازة إلى الجهة المصدر لها , يجب أن يتمتع الصندوق أو العلبة الخاصة بتغليف المنتج بالقوة وسهولة التعامل اضافة لذلك يجب أن يكون ملفتاً للنظر ويتمتع بتصميم جذاب ويقدم في نفس الوقت معلومات كاملة ومفيدة .

-التعرفة الكمركية

يتم تشريع طرق وصول الخضروات والفواكه إلى السوق الأوربي من خلال تشريعات أساسية خاصة بدول الاتحاد الأوربي وهي EC٢٢٠٠١٩٦ وتغطي هذه التشريعات بالإضافة إلى مواضيع أخرى .

* قائمة المنتجات التي تنطبق عليها معايير الجودة
* نظام تسعيرة الدخول
*الرسوم

سادساً : البرازيل

لاتعد البرازيل دولة يعتد بها ضمن قائمة الدول المنتجة للتمور بسبب الطبيعة الجغرافية للأراضي الزراعية بها غير أنها بدأت مؤخراً محاولات لإنتاج التمور حيث بدأت البرازيل في إقامة مشروعات لإنتاج النخيل عام ١٩٩٩ في مناطق عديدة من البلاد معظمها في جنوب وجنوب شرق البلاد.

واردات البرازيل من التمور

١-بلغت قيمة واردات البرازيل من التمور خلال عام ٢٠١٠ ماقيمته ١,٤٨ مليون دولار .

٢-بلغت قيمة واردات البرازيل من التمور خلال عام ٢٠١١ ماقيمته ٢,٥٨ مليون دولار أي بنسبة زيادة ٧٥٪ عن عام ٢٠١٠ .

٣-بلغت قيمة واردات البرازيل من التمور خلال عام ٢٠١٢ ماقيمته ١,٨٧ مليون دولار بانخفاض بنسبة ٢٨٪ عن عام ٢٠١١ .

٤-بلغت قيمة واردات البرازيل من التمور خلال عام ٢٠١٣ ماقيمته ٥٣٢ ألف دولار .

وتعد تونس من أهم الدول المصدرة للتمور إلى البرازيل .

أذواق المستهلكين :

-يعد التمر من المنتجات التي يقبل عليها البرازيليين من أصول عربية والجالية العربية في البرازيل ويعد شهر رمضان من أهم الشهور التي يقبل عليها لشراء التمور .

-يفضل البرازيليون التمور الطازجة .

-يفضل المستهلك البرازيلي التمور التونسية بالدرجة الأولى للأسباب التالية :

* الجودة العالية للمنتج
* الأسعار الجيدة مقارنة بمثيلاتها
* تنوع المنتجات
* تنوع واختلاف العبوات
* اهتمام المصدر التونسي بالشرائح متوسطة الدخل من المستهلكين .

مواصفات التمور الواردة إلى البرازيل

١-بالنسبة للتمور الطازجة يجب حصول موافقة وزارة الزراعة البرازيلية

٢-تخضع التمور إلى ثلاثة أنواع من التصنيف

-صنف اكسترا : يجب أن يكون الوزن الأدنى لكل حبة من التمور (٧) غرامات.

-صنف أول : درجة أولى / الوزن الأدنى لكل ثمرة (٦) غرام .

-صنف ثاني : درجة ثانية / الوزن الأدنى لكل ثمرة (٦) غرام .

٣-يفترض أن تكون التمور ناضجة وكاملة ونظيفة جداً وخالية من الطفيليات والحشرات ولا تتعدى نسبة الرطوبة فيها ٣٪ ومعدل السكر بالنسبة للرطوبة يساوي اقل من ٢٪ .

٤-يشترط أن تكون العبوة مغلفة جيداً وفقاً لمواصفات الجودة والمواصفات الخاصة بالأغذية الصادرة من منظمة الصحة العالمية ويوضع على الطرد أو العبوة اسم وعنوان المصدر , واسم وعنوان المؤسسة أو الشركة التي قامت بالتغليف بالإضافة إلى توضيح طبيعة السلعة ونوعيتها وصلاحيتها باللغة البرتغالية ونوعية الصنف .

أهم المستندات المطلوبة :

١-شهادة صادرة من وزارة الزراعة بأن الشحنة سليمة وخالية من الآفات الزراعية

٢-أمر تسليم صادر عن وكيل وسيلة الشحن (يفضل الشحن بالطائرة) يظهر به عدد الطرود ومحتوياتها وعلاماتها التجارية وفقاً لما هو وارد بالمنافيست .

٣- فاتورة موضح عليها نوع البضاعة وسعر الوحدة وقيمتها الإجمالية واسم وعنوان الشركة المنتجة ومنتوجها والجهة التي قامت بتصديرها ووسيلة الشحن .

التوصيات :

١.وضع برنامج توعية بأهمية التمور وقيمتها الغذائية في العراق الذي كان يحتوي أعلى نسبة انواع من التمور في العالم اضافة الى التفكير ملياً بأهمية التمور لا لما تحتويه من قيمة غذائية فقط ولكن من ناحية تشغيل الايدي العاملة سواء أكانت في الزراعة أم الصناعات المرتبطة به وفي دوره الاقتصادي بالارتفاع بالقيم التصديرية والانواع النادرة المخصوصة بالعراق تحديداً.

٢.الاهتمام بتصنيع التمور والتوسع في الصناعات القائمة على التمور واستخدام تكنلوجيا متطورة في تعبئة وتغليف التمور وبما يتلائم مع التطور الحاصل في تعبئة وتغليف الاغذية العالمية وذوق المستهلك بالاضافة الى الاهتمام بجودة التمور وتحسينها للمنافسة في الاسواق العالمية.

٣.فتح اسواق جديدة للتوسع في تصدير التمور في قارة اسيا واوربا .

٤.الترويج والدعاية تلعب دوراً مهماً حيث هناك العديد من الدول المنتجة للتمور تتنافس فيما بينها للحصول على أسواق لتصريف منتجاتها لذا لابد من استخدام وسائل الدعائية والترويج في تصريف منتجات التمور ويكون ذلك عن طريق المشاركة في المعارض الدولية وفتح مكاتب للترويج للتعريف باهميتها الغذائية والصحية .

٥.تزويد الملحقيات التجارية العاملة بالخارج بقائمة عن الشركات المصدرة للتمور(الخاصة والحكومية) بالاضافة الى قائمة بالتمور العراقية التي تنتج حالياً والكميات الفائضة عن الحاجة والقابلة للتصدير .

٦.ان من أهم شروط القبول هي حصول المنتج على شهادة الايزو (ISO) وكذلك شهادات منشأ وشهادات صحية والعلامة التجارية وشعار الشركة المصدرة .

٧.رسم استراتيجية انتاجية وتسويقية متكاملة وفاعلة تساهم في تعزيز القدرة التنافسية في الاسواق العالمية.

٨. أن مشكلة تصدير التمور تكمن في نقص وجود شركات كبيرة ومتعددة في التسويق حيث لايوجد غير شركة أو اثنين مهتمة بتسويق للتمور لذا لابد من وجود عدد من الشركات في هذا المجال .

٩.تفعيل دور الرقابة والسيطرة النوعية على منتجات التمور والتنسيق مع الجهات المصنعة للوصول بالمنتج نحو المواصفات العالمية المقبولة عند المستهلكين المحليين والعالميين .

١٠.تشجيع الاستثمارات الزراعية في انشاء المشاريع لمزارع النخيل الكبيرة لما لهذا النمط من فوائد للانتاج الواسع المتخصص والمدعمة بمعامل الكبس والتغليف وكذلك التصنيع .

١١.استمرار دعم اسعار التمور وحسب مبادرة الحكومة العراقية للمواسم والذي سيعود بالكثير على تحسين حالة المزارع واهتمامه بزراعة النخيل وانتاج التمور .

١٢.التوسع في اجراء الدراسات الاقتصادية حول واقع انتاج التمور في كل محافظة وتشخيص العوامل المؤثرة سلباً وايجاباً على الانتاج .

١٣.دعم عملية الاهتمام بانتاج اصناف الدرجة الاولى من التمور وخصوصاً ذات معدلات النمو السنوي المرتفعة كالحلاوي والساير لاغراض التصدير .

١٤.الاستفادة من تجارب الدول الاخرى المصدرة والمصنعة للتمور .

١٥.الاهتمام بالخدمات التسويقية سيما وظائف النقل والتسويق والاعلان والخزن .

المصادر

١- وزارة التخطيط / مديرية الاحصاء الزراعي.
٢- موقع الشركة العامة لتصنيع وتسويق التمور العراقية
www.iraqi-datepalms.net
٣- جامعة بغداد / كلية الادارة والاقتصاد.
٤- بعض الملحقيات التجارية خارج الوطن

مؤسسات تنمية الصادرات المصرية
(الأسس والمهام)

إشراف/ علي عادل حسين/ دائرة تطوير القطاع الخاص
اعداد/ إينـاس ناجي موسى / دائرة تطوير القطاع الخاص
اعداد/ نـادية عبد اللطيف طه / دائرة تطوير القطاع الخاص

الجزء الاول

مقدمة

تعـد تنمية الصادرات من أهم أهداف السياسة الاقتصادية في الوقت الراهن حيث تحتدم المنافسة بين الدول في مختلف الأسواق العالمية, كما تزداد أهمية تنمية الصادرات في ضوء الدور الحيوي الذي تلعبه في زيادة الإنتاج المحلي والتشغيل وتوفير النقد الأجنبي وتحسين رصيد ميزان المدفوعات مما يسهم في خفض الدين الخارجي , ولذا كان التصدير إحدى دعائم النهضة الاقتصادية لمعظم الدول الناشئة في العقود الماضية.

وتشهد الأوساط الاقتصادية نقاشاً حاداً حول السعي لتحقيق النـهوض الاقتصادي خاصة في مجال تعزيز الصادرات العراقية , وذلك لأن تنمية الصادرات تمثل التحدي الرئيسي الذي يـواجه الاقتصاد العراقي في الوقت الحاضر, وعليه فأن الاطـلاع على تجارب الـدول في مجال تنمية الصادرات أمراً في غاية الاهمية , حيث إن تنمية الصادرات ومؤسساتها تستلزم دراســة كـافـة جـوانـب الاقـتـصـاد الـعــراقـي والـتـعـرف على هيكل إنتاجه ومواطن الضعف والقوة فيه وحصر السلع والخدمات التي يمكن أن تجد مكانة مميزة في الأسواق العالمية والتي لها القابلية على الصمود فـي وجــه المنافسة الـعـالـمـيـة مــن خـلال وضع خطة إستراتيجية تـتـشـارك فيها كافة القطاعات ذات الصلة بهذا الموضوع , وتشير المصادر بأن التجارة الخارجية من بين المؤشرات الاقتصادية المهمة التي يمكن الاستدلال بها لتحليل واقع الاقتصاد حيث تبين حركة التعاملات الاقتصادية (الصادرات والواردات) التي تمت خلال مدة من الزمن ومـدى التغير بينها مقارنة مع الفترات السابقة ومدى كفاءة الاقتصاد في تنفيذ السياسات والخطط الاقتصادية.

ورغم اقتناعنا بأهمية زيادة الصادرات في الحياة الاقتصادية إلا أن سياسة التصدير في العراق تأتي في مرتبة متدنية والتي تعتبر من أولويات الحكومة في الوقت الحاضر .

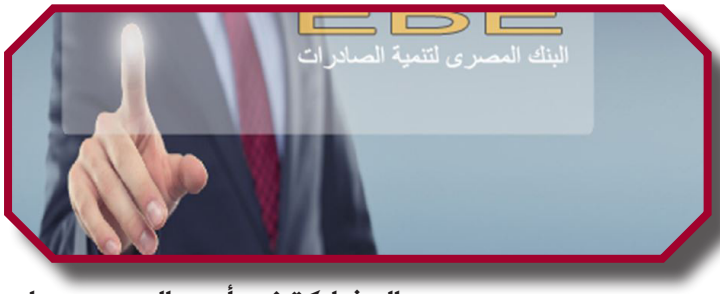
وستتعرض هذه الدراسة في محورها الأول إلى استعراض مؤسسة مالية مهمة تعرف بـ (بنك مصر لتنمية الصادرات) من حيث النشأة والوضع القانوني ورأس المال والمساهمون , في حين سيتم تسليط الضوء في المحور

الثاني من الدراسة على مؤسسة أخرى تعرف بـ , (صندوق دعم الصادرات المصري)من حيث الإدارة والدعم والغاية من إنشائه وكيفية الاستفادة منه في تنمية الصادرات وتعزيز دورها الفاعل.اما المحور الثالث فقد تناولنا فيه مؤسسة (مركز تنمية الصادرات المصري) الذي تعد بمثابة منتدى لخدمات التصدير وهيئة إنمائية معنية بتنمية المؤسسات الاقتصادية وبناء قطاعات تصدير حيوية وجاء المحور الرابع مسلطاً الضوء على (برنامج تعزيز فرص الصادرات المصرية) وماله من دور حيوي في تطوير البنية التحتية وتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة للمساهمة في تعزيز الدور التجاري لمصر لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية إن الهدف من استعراض هذه الدراسة جاء لمعرفة ابرز المؤسسات الاقتصادية المعنية بدعم نشاط الصادرات في دولة مصر ومدى إمكانية الاستفادة منها في بناء استراتيجيات تتناسب مع توجه الدولة العراقية في الوقت الحاضر في ظل سياسة اقتصاد السوق , لذلك جاءت بأسلوب وصفي لتوضيح آلية الجهات المعنية في دولة مصر لتمويل ودعم قطاع التصدير.

المحور الأول
البنك المصري لتنمية الصادرات :

البنك المصري لتنمية الصادرات شركة مساهمة مصرية تأسست بموجب القانون رقم ٩٥ لسنة ١٩٨٣، ويخضع إلى اللوائح الخاصة بالبنك المركزي المصري وقانون النظام المالي والمصرفي رقم ٨٨ لسنة ٢٠٠٣. وباعتباره شركة مساهمة مصرية فأنه يخضع لأحكام القانون رقم ١٥٩ لسنة ١٩٨١ الخاص بإصدار قانون الشركات المساهمة وشركات التوصية بالأسهم والشركات ذات المسئولية المحدودة حيث يهدف البنك إلى تشجيع وتنمية الصادرات المصرية والمعاونة في قيام قطاع تصديري زراعي وصناعي وتجاري وخدمي كما جاء في صلب قانون إنشاء البنك والنظام الداخلي له , وان وظيفة البنك الأساسية هي دعم الاقتصاد المصري بالإضافة إلى دوره في زيادة القيمة المضافة للقطاع الصناعي، وبالتالي توفير فرص العمل التي تتوافق مع سياسة البلاد واحتياجاتها في الفترة الماضية والحالية، وقد ساعد البنك المصري لتنمية الصادرات مختلف قطاعات الاقتصاد المصري فقد أعطى اهتماماً خاصاً إلى القطاع الصناعي وقطاع التجارة ممثلة بنشاط التصدير.

ويبلغ رأس مال البنك المصرح به ٢ مليار جنيه مصري ويبلغ رأس المال المصدر والمدفوع الكامل مليار وأربعمائة وأربعون مليون جنيه مصري وجميع أسهم البنك نقدية بقيمة عشرة جنيهات مصرية للسهم الواحد والبنك مملوك بالكامل للمصريين حيث لايجوز تملك الأجانب لأسهم البنك والتزاماً بأحكام المادة (٦) من قانون إنشاء البنك المصري لتنمية الصادرات رقم ٩٥ لسنة ١٩٨٣ التي تنص على انه يجب ألا تقل مساهمة القطاع العام عن ٧٥٪ من رأس مال البنك المدفوع , وبالنسبة لهيكل ملكية البنك، فقد عمل البنك على تنمية(سوق المال المصرية) عن طريق طرح منتجات جديدة فيها لكي تستطيع القيام بدورها الأساسي كمصدر مهم من مصادر الأموال حيث عمل البنك أولاً على تغيير النظام الأساسي له بحيث يسمح للقطاع الخاص والعائلي المصري



بالمشاركة في رأس ماله وحرص على تمليك العاملين فيه جزء من رأس المال كنوع من نشر ثقافة التعامل في سوق المال وكحافز للعاملين لزيادة الولاء والانتماء للمؤسسة التي يعملون فيها,من جانب أخر، عمل البنك على تأسيس الشركات التي تعمل على تنمية الصادرات المصرية أو تلك التي تهدف إلى التصدير وأشرك العاملين في رؤوس أموالها وحققت تلك الشركات مكاسب جيدة للبنك عند بيعها مثل شركة روتوباك وتكنوباك (شركات تعبئة وتغليف وطباعة العبوات المرنة المستخدمة في التغليف) .

ويعتبر نشاط الاستثمار في البنك المذكور من الأنشطة المتطورة التي بدأها منذ تاريخ إنشائه عام ١٩٨٣ وساهمت في تدعيم دوره في تمويل القطاعات التصديرية المباشرة وغير المباشرة وإحلال الواردات وتمويل آليات تنمية وضمان الصادرات , وتغطي الأنشطة الاستثمارية للبنك نطاقاً واسعاً من الأدوات الاستثمارية لذلك فان هذا المحور سوف يناقش المطالب الآتية :

المطلب الأول : الجهات المساهمة في تأسيس رأس مال البنك المصري

أ – المساهمات المباشرة في رؤوس أموال الشركات (Equity Participation) : وتتضمن الأسهم المتداولة وغير المتداولة .

ب-المساهمات غير المباشرة وتتضمن:

١-صناديق الاستثمار الرأسمالي

Private Equity Funds: وهي أدوات ووسائل وسيطة لتوجيه الأموال في مجال استثماري معين تدار هذه الصناديق بواسطة شركات متخصصة , والمميزات الرئيسية لهذا النوع من الاستثمارات هي إمكانية تجميع رؤوس أموال كبيرة لمواجهة الاستثمارات الرأسمالية، بالإضافة إلى الاستفادة من خبرة شركات الإدارة ، وتقليل المخاطر من خلال توزيع رأس المال على عدد أكبر من الاستثمارات ,كما تتضمن المساهمات غير المباشرة الشركات المالية القابضة التابعة للبنك والتي أنشئت بهدف التوسع الموجه لمحفظته الاستثمارية ولتوفير أفضل إدارة لعدد من أصوله المالية وغير المالية , وتتضمن هذه المساهمات أيضا :الاستثمارات في السندات غير الحكومية والاستثمارات البديلة حيث تشمل السندات غير الحكومية سندات الشركات المساهمة والبنوك , وسندات التوريق , بينما يشمل مسمى الاستثمارات البديلة مجموعة كبيرة ومتنوعة للغاية من الأدوات الاستثمارية، ويركز البنك على تلك الأدوات الشبيهة بالسندات التي تصدرها بعض المؤسسات المالية القوية وتحمل بعض صفات السندات من حيث كونها توزع كوبونات ثابتة لفترة معينة تعقبها كوبونات متغيرة لفترة أخرى على أن يمتد عمر هذه الشهادات حتى تحقيق عائد محدد (Triggered Put).

٢. صناديق أسواق النقد (صناديق النقد): وهي الصناديق التي تستثمر جميع أصولها في أدوات الدين مختلفة الآجال الصادرة عن الحكومة والبنوك ,واتفاقيات إعادة الشراء وأذونات الخزانة وشهادات الإيداع البنكية وشهادات صناديق أسواق النقد الأخرى.

٣. صناديق الاستثمار في الأوراق المالية: وهي التي تعرض نسبة من أصولها للاستثمار في أسهم متداولة و/ أو أدوات أسواق النقد.ويتم تكوين محافظ الاستثمار في سوق الأوراق المالية من خلال:

أ.المحافظ المدارة بمعرفة البنك. تتألف المحفظة من رأس المال الأصلي + قيم الأصول وتشمل الاوراق المالية.

ب.المحافظ المدارة بمعرفة الغير نقدية + عقارات وأراضي) ويكون الهدف منها هو الحد من المخاطر والتنويع في مصادر الدخل .

المطلب الثاني : دور البنك المصري في دعم الصناعات المتوسطة والصغيرة

نظراً لأهمية المشروعات المتوسطة والصغيرة والتي تعتبر قاطرة التنمية للاقتصاد الوطني حيث تساهم بنسبة ٥٠٪ من الناتج المحلى وتستوعب ٦٦٪ من الوظائف، فقد أولى البنك اهتماماً خاصاً لدعم هذه المشروعات من خلال إنشاء قطاع مستقل بالتعاون مع مؤسسة التمويل الدولية (IFC) (وهي احد أعضاء مجموعة البنك الدولي والذراع التمويلي له وتعتبر اكبر مؤسسة إنمائية عالمية تركز بصورة مطلقة على القطاع الخاص في بلدان العالم النامية هدفها خلق الوظائف لتحقيق الإيرادات والمساهمة في المجتمعات المحلية التي تعمل فيها) ويختص ذلك القطاع بتمويل المشروعات المتوسطة والصغيرة التي تتراوح مبيعاتها السنوية بين (٥- ١٠٠ مليون ج. م) في كافة الأنشطة الاقتصادية وكذلك تمويل مشروعات تحت الإنشاء أو في مرحلة بدء النشاط والتي لا تزيد إجمالي استثماراتها (شاملة قيمة الأرض والمباني) عن ٥٠ مليون ج . م , وهذا إلى جانب الدعم المالي يقوم البنك بدعم المشروعات المتوسطة والصغيرة فنياً ، كما يقوم البنك بإمداد العملاء من أصحاب المشروعات المتوسطة والصغيرة بمجموعة متنوعة من الخدمات والمنتجات المصرفية سواء تمويل متوسط الأجل لعمليات الإحلال والتجديد للمعدات والآلات أو تمويل قصير الأجل لتمويل رأس المال العامل في مختلف مراحل العملية الإنتاجية بالإضافة إلي الخدمات المصرفية الأخرى من تمويل رأس المال العامل والقروض المتوسطة والطويلة الأجل .

كما تجدر الإشارة إلى قيام البنك بالتوقيع على اتفاقية مع البنك الأهلي المصري للحصول على شريحة من قرض الالتزام البيئي الذي يهدف إلى استبدال المواد الملوثة بمواد اقل ضرر بالنسبة للبيئة

في العمليات الإنتاجية من اجل منتجات محايدة من حيث الانبعاثات, أي تمويل المشروعات المتوسطة والصغيرة التي تسعي إلى التوافق مع معايير ومتطلبات البيئة وتشمل بنود هذه الاتفاقية ما يلي:

- توفير التمويل اللازم لشراء الخامات ومستلزمات الإنتاج للمشروعات المتوسطة أو الصغيرة سواء من السوق المحلي أو بالاستيراد من الخارج.
- التمويل بضمان الأوراق التجارية (شيكات – كمبيالات)
- التمويل بضمان عقود التصدير و/ أو أوامر التوريد الخارجية و/ أو اعتمادات التصدير .
- التمويل بضمان أوامر التوريد المحلية .
- التمويل بضمان مستندات التصدير .
- إصدار خطابات الضمان بأنواعها(لأصحاب الشركات) .

- يقدم البنك المصري لتنمية الصادرات مختلف الخدمات والمنتجات المصممة خصيصاً للمساعدة على تلبية الاحتياجات المالية للمواطن المصري متمثلة في مايأتي :

١- القروض والسلف والخصم:

تجدر الإشارة إلى أن محفظة البنك

من القروض والسلف والخصم قد مرت بمراحل تطور متعددة على مدار تاريخ البنك، فقد تم التركيز في بدايات عمر البنك على التمويل متوسط الأجل للمشروعات التصديرية وذلك لزيادة الطاقة التصديرية للاقتصاد المصري ونشر ثقافة الإنتاج من أجل التصدير وليس التصدير من فائض المنتجات , ثم تم التوسع في مرحلة لاحقة بحيث يتم التركيز على تمويل رأس المال العامل لشتى قطاعات النشاط الاقتصادي.

٢- تمويل رأس المال العامل:

تمويل رأس المال العامل يعني عدم ضياع أي فرصة لتحقيق النجاح بسبب عدم كفاية التدفقات النقدية أو عدم وجود السيولة النقدية في السوق ، وهذا يعني التمتع بوجود السيولة بصورة مستمرة وذلك لتسهيل عملية الإنتاج. فهي بذلك أكثر الطرق فاعلية في التمويل من حيث التكلفة حيث يتم سداد الفائدة على الأموال المسحوبة فقط.

٣- تمويل العمليات التجارية

يقدم البنك المصري لتنمية الصادرات خدمات تمويل للعمليات التجارية بكافة أشكالها سواء المتعلقة بالناحية الاستيرادية (تحصيل مستندات أو فتح اعتمادات) أو تمويل ومساندة المصدرين خلال مرحلة قبل الشحن أو بعده) أو إصدار خطابات ضمان بكافة أنواعها وذلك بشكل مميز وفعال, مما يمنحك المزايا التالية:

- يغطي الفجوة بين المدفوعات على السلع المستوردة وتحصيل أموال ما بعد البيع.
- يساندك للتفاوض مع الموردين الخاصين بك عن طريق قبول دفعات سريعة أو نقدا.
- يقوم البنك بتوفير السيولة للتصدير في شكل:

* تمويل تسهيلات ما قبل الشحن و الخاصة بالتصدير والعقود والمستندات أيضاً.
* تمويل ما بعد الشحن وكل ما هو متعلق بوثائق الشحن، خطاب الضمان والاعتمادات المستندية والتحصيلات المستندية.

٤- التمويل المتوسط والطويل الأجل:

- يقوم البنك بتمويل العمليات التصديرية في مختلف المجالات والمراحل منذ بداية تأسيس المشروع وخلال الشحن أو بعده وإصدار خطابات الضمان والاعتمادات المستندية وحتى أثناء عمليات التوسع والإحلال.
- شروط سداد بسيطة غير معقدة مع فترات سداد مرنة.
- معدل فائدة مقبول بنسبة ٥٪ بهدف تقليل البطالة وزيادة الناتج المحلي ومساعدة المشاريع الصغيرة في النمو والتوسع .

٥- فرص عمل (للشباب والكفاءات) :

يولي البنك اهتماما كبيرا باستقطاب الكفاءات وذوي الخبرات، مثلما يهتم أيضا بالشباب ممن لديهم الطموح والحماس للتعلم , ويضع البنك على قائمة أولوياته تنمية الموارد البشرية وتطوير قدرات الموظفين بصفة مستمرة ودائمة نظرا لأن العنصر البشري بالنسبة للبنك هو أهم أصول البنك ورأسمالها الحقيقي .

٦- المسؤولية الاجتماعية ودعم قطاع الأعمال

يهتم البنك بالاشتراك والمساهمة في أنشطة الغرف التجارية والصناعية المختلفة وجمعيات رجال الأعمال من خلال المشاركة في المعارض والندوات والمؤتمرات والمنتديات عن طريق الرعاية أوالتواجد بصفة مستمرة في الأحداث المحلية والدولية عن طريق المشاركة بالحضور وكذلك في صورة تقديم الدعم المادي (معدات, آلات, إنشاءات , إصدار خطابات ضمان وفح اعتمادات مستندية بصورة ميسرة) والاشتراكات السنوية حرصا على التواجد في هذه الأوساط بشكل فعال ، حيث يهتم بالتعرف على أحدث التطورات على المستوى العالمي في مجالات التجارة الخارجية والمعاملات الدولية والاقتصاد العالمي , كما يحرص البنك على التنسيق والتعاون مع وزارة التجارة والصناعة وبعض المراكز المتخصصة للعمل على تنمية العلاقات مع رجال الأعمال والمصدرين، ويولي اهتماماً بالغاً بالتعرف والاندماج في مجتمعات الأعمال المحلية والدولية لفتح أسواق جديدة والعمل على التبادل التجاري من خلال اللقاءات المشتركة التي تنظمها هذه الغرف والجمعيات والتي تشتمل على سبيل المثال : اتحاد بنوك مصر, اتحاد المصارف العربية , المعهد المصرفي المصري ,الاتحاد العربي لتنمية الصادرات الصناعية , وتماشياً مع سياسة البنك في تقديم وعرض خدماته التمويلية والمصرفية على شرائح العملاء وبالأخص مجتمع المصدرين , فالبنك حريص على الاشتراك في المعارض

التي تهدف إلى تعريف مجتمع المصدرين بمقدمي الخدمات المالية والتمويلية في صورة منتدى يسمح بتبادل المعلومات ونشر الوعي الاقتصادي .

المحور الثاني
صندوق دعم الصادرات المصرية :

هو عبارة عن صندوق تم إنشاؤه بقرار من مجلس الشعب المصري بالقانون رقم ١٥٥ لسنة ٢٠٠٢ بشأن تنمية التصدير وتوسيع مجالاته تكون له الشخصية الاعتبارية العامة ، يتبع الوزير المختص بالتجارة الخارجية حيث يضع الوزير في حدود اختصاصه القواعد والإجراءات التي تكفل تنمية الصادرات مع مراعاة القرارات التي يصدرها المجلس الأعلى للتصدير بما يحقق زيادة حجمها وتوسعة مجالاتها وفتح أسواق جديدة لها ورفع القدرة التنافسية للصادرات المصرية السلعية والخدمية والعمل على خفض أعباء عمليات التصدير في قطاعات الإنتاج السلعي

والخدمي في الأسواق العالمية وإزالة ما يعترض ذلك من عقبات ، ويكون له في هذا الخصوص إصدار القرارات التنفيذية في شؤون التجارة الخارجية (التصدير والاستيراد من اجل التصدير) المنصوص عليها في التشريعات المعمول بها لتقديم المساندة إلى القطاعات ذات الميزة التنافسية بحيث لاتتعارض مع القواعد العامة الصادرة عن منظمة التجارة العالمية وأما أهم القطاعات التصديرية التي توجه إليها المساندة فهي قطاعات الصناعات الهندسية والصناعات الكيماوية والأسمدة ومواد البناء والغزل والنسيج والمفروشات والملابس الجاهزة والصناعات الغذائية والمحاصيل الزراعية وكلما ارتفعت القيمة المضافة للمكونات المصرية داخلة كلما زادت المساندة وللصندوق موازنة مستقلة يتم التخصيص لها من اعتمادات الموازنة العامة وحصيلة رسم الصادرات وذلك بعد العرض على رئيس مجلس الوزراء , وسوف نتناول في هذا المحور أهم أهداف الصندوق وموارده المالية وكيفية إدارة الصندوق واهم القوانين والأحكام الصادرة عنه .

المطلب الأول
أهداف صندوق دعم الصادرات المصري

أ-تشجيع تسويق المنتجات الوطنية في الأسواق الخارجية.

ب – معاونة المنتجين على زيادة قدراتهم على التصدير عن طريق إجراء البحوث الفنية والتسويقية وإنشاء معامل الفحص ومراكز إصدار شهادات المواصفات الفنية، ومعاهد ومراكز البحوث التسويقية ومراكز التدريب.

ج – تطوير شبكة الاتصال الإلكتروني بالأسواق المستوردة ومؤسسات التطوير الوطنية، والمنظمات التي تعمل في تنشيط الصادرات وغيرها من الجهات العاملة في هذا المجال.

د – التخفيف من الأعباء التمويلية للمصدرين في عمليات التصدير في قطاعات الإنتاج السلعي والخدمي لتتساوى مع المنافسين في الأسواق العالمية بجانب أسواقها التقليدية مثل السوق العربية والأوربية إضافة إلى إقامة معارض للمنتجات المصرية دائمة ومؤقتة بهذه الدول.

هـ - تقوية قدرة المصدرين على التسويق والترويج والتوسع في مجالات الصادرات السلعية والخدمي لزيادة حجم التصدير .

و- تمويل دراسات عن أسواق التصدير الخارجية وتحديد احتياجاتها ومواصفاتها من الناحية النوعية والكمية وقنوات التوزيع واليات التعاقد والمعاملة الجمركية وتنظيم لقاءات للقائمين على الصناعات الصغيرة والمتوسطة وإتاحة الفرص للمشاركة في البعثات الترويجية والمعارض المتخصصة، وتعريف المصدرين بمطالب الأسواق الخارجية والضوابط التي تضعها على تداول السلع المستوردة وتوفير معلومات عنها.

المطلب الثاني
مهام صندوق دعم الصادرات المصري:

١-الاستفادة القصوى من المخصصات المالية الواردة بالموازنة الجديدة للصندوق بشكل يحقق التوازن بين القطاعات التصديرية المختلفة.

٢-تطبيق نظام جديد للحوافز التصديرية على كافة القطاعات فيما عدا قطاع الأثاث حيث سيتم مساندة الأثاث الخشبي والمعدني والمصنوعات الخشبية على أساس تحمل تكلفة الشحن فقط حيث تحصل الشركات في كل قطاع على عدد من الحوافز التصديرية يمكن تقسيمها إلى مجموعتين: مجموعة الحوافز الأساسية ومجموعة الحوافز الإضافية, تقتصر الحوافز الأساسية على الحوافز التي تعتمد على نسبة المحتوى المحلي أو مراحل الإنتاج والتي لا تقل عن نسبة (٤٠ ٪) في حين تضم الحوافز الإضافية خمسة حوافز تشمل الحافز الخاص بالمنشآت الموجودة في الصعيد والحدود، وحافز المنشآت محدودة التصدير بالإضافة إلى حافز الدخول في الأسواق التي تتسم بغياب الصادرات المصرية فيها أو ضعفها نسبياً، وحافز مساهمة المنشأة في التشغيل، إلى جانب حافز التوجهات الابتكارية.

٣-اعتماد برامج تعزيز البنية الخدمية للتصدير ويعني تنفيذ برامج أو مشروعات تقترحها المجالس التصديرية بهدف تحسين البنية الخدمية للتصدير، مثل: إنشاء مراكز لوجيستيه في أفريقيا وغيرها. على أن يكون المجلس التصديري قد تقدم بدراسة جدوى (اقتصادية ومالية واجتماعية) مُدعمة بشهادة من خبراء محليين أو أجانب توضح أهمية المشروع أو البرنامج المقترح ومدى استفادة المجتمع التصديري منه، مع وضع أهداف محددة، وتقدير للآثار المحتملة، ومؤشرات أداء لمتابعة تحقيق الأهداف.

٤-تعديل نسب مساندة المعارض المطبقة حالياً بهدف زيادة استفادة المصدرين الجدد وصغار المصدرين، وفي نفس الوقت الحفاظ على تواجد كبار المصدرين في المعارض المتخصصة وذلك لأهميتهم في الترويج للصادرات المصرية وفي دعم صغار المصدرين، بالإضافة إلى وضع قواعد وإجراءات جديدة لمساندة المعارض تهدف إلى تعظيم الاستفادة من مساندة المعارض ورفع كفاءتها.

٥-ايلاء اهتماماً كبيراً بالصناعات الصغيرة والمتوسطة في منظومة المساندة التصديرية لتشجيعها على زيادة قدرتها التنافسية والدخول في الأسواق الخارجية خاصة بوجود صناعات صغيرة ومتوسطة متميزة وذات جودة عالية قادرة على المنافسة وتحقيق صادرات كبيرة مما أدى إلى تخطي الكثير من التحديات والعقبات وزيادة القدرة التنافسية لتلك الشركات وساهمت أيضا في الحفاظ على الأسواق الخارجية والتوسع في فتح أسواق جديدة والحفاظ على العمالة .

على أثر ما تبين من ضرورة وجود آلية تتيح تقديم معاونة فعالة لخدمة قضية تنمية الصادرات، فقد تم إنشاء هذا الصندوق بأهداف محددة هي :

* زيادة حجم الصادرات
* توسيع مجالات الصادرات السلعية و الخدمية ودخول أسواق جديدة
* العمل على خفض أعباء عمليات التصدير في قطاعات الإنتاج السلعي و الخدمي
* زيادة حجم العمالة.

المطلب الثالث / موارد صندوق دعم الصادرات المصري:

تتكون موارد الصندوق من:

١- المساهمات الاختيارية التي يقدمها المصدرون على النحو الذي تنظمه اللائحة التنفيذية لهذا القانون .

٢- ما يتم تخصيصه له من اعتمادات في الموازنة العامة للدولة .

٣- صافي حصيلة مقابل الخدمات الإدارية التي تؤديها للغير أجهزة الوزارة المختصة بالتجارة الخارجية والهيئات التابعة لها .

٤- صافي حصيلة المصروفات الإدارية على الواردات التي تستحصلها الأجهزة والهيئات الاقتصادية.

٥-حصيلة التدابير التعويضية النهائية المنصوص عليها في المادة (٣) من القانون رقم ١٦١ لسنة ١٩٩٨ بشأن حماية الاقتصاد القومي من الآثار الناجمة عن الممارسات الضارة في التجارة الدولية .

٦- حصيلة التعويضات المنصوص عليها في المادة (١٥) من القانون رقم ١١٨ لسنة ١٩٧٥ في شأن الاستيراد والتصدير.

٧- وتكون للصندوق موازنة مستقلة، وتبدأ سنته المالية ببداية السنة المالية للدولة وتنتهي بنهايتها.

٨- ويكون للصندوق حساب خاص في البنك المركزي المصري أو في أحد البنوك المسجلة لديه يصدر بتحديده قرار من الوزير المختص بالتجارة الخارجية بموافقة وزير المالية , حيث تودع في هذا الحساب موارد الصندوق يرحل الفائض منها من سنة مالية إلى أخرى، ويتم الصرف من الصندوق على الأغراض التي يقرها مجلس إدارته وبعد موافقة رئيس مجلس الوزراء ويخضع لرقابة الجهاز المركزي للمحاسبات.

المطلب الرابع / إدارة صندوق دعم الصادرات المصري :

تنشأ وحدة مركزية بوزارة المالية من ممثلين عن : (مصلحة الجمارك والهيئة العامة للرقابة على الصادرات والواردات) تخضع لإشراف وزير المالية بالاشتراك مع الوزير المختص بالتجارة الخارجية ، ويكون رئيسها من خبراء وزارة المالية ونائب رئيسها من خبراء الوزارة المختصة بالتجارة الخارجية، وتكون لها وحدات فرعية في كل من الموانئ والمنافذ البحرية والبرية والجوية وان أهم اختصاصات مجلس الإدارة هو الموافقة على برامج المساندة المقررة للقطاعات التصديرية المختلفة وفق دراسات تتضمن بيانات عن كل سلعة مطلوب تقديم الدعم لها ومبررات ذلك وحجم المساعدة وبيانات تتعلق بالشركة ذاتها الطالبة للدعم ومدة الدعم التي لاتتجاوز خمسة سنوات ويركز الصندوق في عمله على الشركات المصرية التي تتميز منتوجاتها بقدرة تنافسية وميزة نسبية (قطاعات صناعية , الملابس الجاهزة , غزل ونسيج , صناعات غذائية ,...)

تقوم الوحدة المركزية للصندوق والوحدات الفرعية بإدارة نظامي السماح المؤقت ورد الضرائب الجمركية المنصوص عليهما في قانون الجمارك، وان ابرز الوظائف تتمثل بما يلي:

أ- النظر في الطلبات التي تقدم من المصدرين للاستفادة من نظام السماح المؤقت، وقبول القيد في سجل يعد للمشتركين في هذا النظام .

ب - تطوير نظام السماح المؤقت بما يحافظ على حقوق الدولة ويتفق مع قانون الجمارك.

ج - العمل على سرعة رد الضرائب والرسوم التي ينص القانون على ردها، وضوابط اتمام هذا الرد، والبت

في شكاوي المصدرين بهذا الشأن .
د – متابعة نتائج تطبيق نظام السماح المؤقت ومدى تأثيره على تنمية الصادرات .
هـ- الاستفادة من تجارب الدول الأخرى في تطبيق ذلك النظام.
و- تجنب الخلاف حول أوضاع تطبيق نظامي السماح المؤقت ورد الضرائب الجمركية وتحقيق وحدة هذا التطبيق ويصدر بنظام تشكيل الوحدة المركزية والوحدات الفرعية، وبالأحكام المنظمة لتطبيق الفقرتين السابقتين والإجراءات التنفيذية لإدارة نظامي السماح المؤقت ورد الضرائب الجمركية ، بقرار من رئيس مجلس الوزراء بناء على عرض وزير المالية والوزير المختص بالتجارة الخارجية .

المطلب الخامس / القوانين والأحكام:

يصدر نظام الصندوق وإدارته بقرار من رئيس الجمهورية , مع عدم الإخلال بأحكام قانون الجمارك الصادر بالقانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٦٣ وقرارات وزير المالية المنفذة له وقانون رسوم الطيران المدني الصادر بالقانون رقم ١١٩ لسنة ١٩٨٣، لا يجوز إلزام المصدرين أو المستوردين بتحمل مبالغ أو تقديم ضمانات مقابل خدمات إدارية ، تؤدي بمناسبة عمليات التصدير والاستيراد، إلا بقرار من الوزير المختص بالتجارة الخارجية بعد العرض على رئيس مجلس الوزراء , ومع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد ينص عليها قانون العقوبات ، يعاقب
بالحبس مدة لا تزيد على ثلاثة أشهر وبغرامة لاتزيد على ثلاثة آلاف جنيه آو بإحدى هاتين العقوبتين ، كل من طلب أو أخذ ما ليس مستحقا أو مايزيد على المستحق مع علمه بذلك ، ولا يجوز تحريك الدعوى الجنائية أو اتخاذ إي إجراء فيها، إلا بناء على طلب من الوزير المختص بالتجارة الخارجية .
وجاء في تطبيق حكم الفقرة الأولى من المادة ١١٦ مكرراً (أ) من قانون العقوبات: يكون الحد الأدنى لعقوبة الغرامة ألف جنيه والحد الأقصى خمسة آلاف جنيه. وجاء في تطبيق حكم الفقرة الثانية من المادة ذاتها: يكون الحد الأدنى لعقوبة الغرامة ألفى جنيه والحد الأقصى عشرين ألف جنيه، وذلك إذا أصاب الضرر المصالح أو الأموال المتعلقة بنشاط التصدير.
ولا يجوز تحريك الدعوى الجنائية أو اتخاذ أي إجراء فيها، إلا بناء على أذن من الوزير المختص بالتجارة الخارجية.

المطلب السادس / شروط استيفاء خدمة دعم الصادرات المصرية والعراقية :

فيما يتعلق بشروط منح إجازة التصدير سنعرض أهم تلك الشروط المطبقة في صندوق دعم التصدير المصري مقارنة بشروط قسم الاستيراد التابع للشركة العامة للمعارض والخدمات التجارية العراقية وكما مبينة أدناه:
أولاً / شروط منح الإجازة لدى صندوق دعم التصدير المصري :
١-أن يتضمن المستند البنكي المقدم عن ورود حصيلة الصادرات ما يفيد انه تم تحويلها من المستورد مباشرة وذلك لكافة الشركات المتعاملة مع الصندوق .
٢- أن يتم مراجعة الميزانية (ميزانية الشركة المستفيدة من الخدمة) مع احد المحاسبين المقيدين لدى وزارة المالية وان يرفق بالميزانية المقدمة للصندوق شهادة من مراجع الحسابات بأنه متضامن في المسؤولية فيما تضمنته الميزانية فيما يخص أعمال الصندوق وإنها مطابقة للإقرار الضريبي المقدم لمصلحة الضرائب من خلال وجود بطاقة ضريبية وسجل تجاري ورخصة صناعية والتزام المؤسسة أوالشركة بدفع الضرائب المستحقة عليها للدولة والتزامها بالتأمينات الاجتماعية على العاملين والقدرة على استحداث فرص عمل جديدة .
٣- كما يتضمن السماح للشركات التجارية التي تباشر نشاط التصدير للسلع غير الزراعية (مكاتب التصدير) بالاستفادة من برنامج المساندة وفقا للشروط الآتية:-
أ – تقديم مستندات بالنسبة للشركات التجارية والإنتاجية فيما يخص تصدير منتجات الشركة المالكة على أن تقدم المستندات الدالة على إنتاجها للسلع وبضائع معدة للتصدير .

ب - بالنسبة للشركات التي تقوم باستئجار خطوط إنتاج تعامل معاملة الشركات الإنتاجية وفقاً للشروط الآتية :-
١- تقديم صورة عقد موثق بين الشركة واحد المصانع المرخصة يوضح فيه قيامها باستئجار احد خطوط الإنتاج أو أن يكون لها حق تشغيله .
٢- تقديم الشركة ما يفيد موافقة المصنع المنتج على استغلال الشركة للعلامة التجارية أو تقديم الشركة المستأجرة ما يفيد أنها تملك علامة تجارية خاصة بها.
٣- تقديم الشركة ما يفيد أن المصنع المنتج حاصل على شهادة جودة صادرة من جهة معتمدة أو رسمية.
٤- بالنسبة لشركات الأفراد التي تقرر وقف التعامل معها، يسري هذا الوقف على أي شركات أفراد مملوكة لنفس الشركاء في الشركة التي تقرر إيقافها سواء كانت الشركة منشأة قبله أو بعده.
ج- بالنسبة لشركات التجارة الأخرى يشترط لحصولها على المساندة استيفاء الشروط الآتية:
١- أن تكون الشركة قد زاولت التصدير لمدة ثلاث سنوات على الأقل ، وقدم عنها إقرارات ضريبية.
٢- أن تكون حاصلة على شهادة جودة من أي جهة معتمدة .
٣- أن يرفق بالفاتورة الملحقة بشهادة التصدير فاتورة المصنع المنتج للسلعة المصدرة على أن لا يكون هذا المصنع موقوف التعامل معه (أو محضور) , اخذين في الاعتبار بأنه سيتم صرف (٥٠٪) من قيمة المساندة المستحقة تحت التسوية وعلى أساس القيمة المحددة بفاتورة

التصدير أو فاتورة المصنع أيهما اقل وتتم التسوية النهائية بعد مراجعة الميزانية .

ثانياً / شروط منح الإجازة لدى صندوق دعم التصدير العراقي:

حددت المادة الثانية من القانون رقم (٦) لسنة ١٩٦٩ وتعديلاته شروط دعم التصدير في العراق وهي كالأتي:

١-وجود ضرورة أو مصلحة في دعمها.

٢-تمنح الإعانة قبل إجراء عملية التصدير.

٣-تحدد الإعانة لكل سلعة من خلال ملاحظة الفرق بين كلفة الإنتاج المحلي وأسعار التصدير التنافسية أو نسبة القيمة المضافة المتحققة من عوامل الإنتاج المحلية.

٤- يمكن دفع سلفه إلى المصدرين من قبل صندوق دعم التصدير بعد تخمين مقدار الإعانة الواجبة الدفع عند تقديم الطلب على أن يتم دفع الجزء المتبقي بعد إتمام عملية التصدير.

٥ - يمكن أن يقرض صندوق دعم التصدير قيمة البضاعة المصدرة إلى المصدرين لقاء عمولة بالضمانات التي تحددها لجنة الصندوق.

٦-أن تكون السلع المراد تصديرها عراقية حصراً وضمن قائمة المواد المسموح تصديرها وإذا كانت من إنتاج القطاع الحكومي من مبيعاتها لإغراض التصدير فيجب على المصدر تزويد وزارة التجارة بنسخة من العقد المبرم مع الجهة الحكومية وتكون مدة نفاذ الإجازة سنة واحدة من تاريخ صدورها باستثناء المنتجات الموسمية حيث يتم تحديد فترات خاصة لكل مادة من قبل الجهات القطاعية فمثلا مدة نفاذ إجازة تصدير الجلود ثلاثة أشهر والصوف ستة أشهر, ويسمح بتمديد الإجازة لمدة شهر من تاريخ نفاذ الإجازة لإغراض الشحن فقط كما يلزم المصدر بإتمام إجراءات التغطية المالية لإعادة أقيام السلع المصدرة ضمانا لحق الخزينة العامة بقيمة المواد المصدرة عن طريق تقديم خطاب ضمان من احد البنوك المعتمدة بما يعادل ٢٥٪ من قيمة البضاعة المراد تصديرها لضمان إعادة أقيام البضائع المصدرة أو ورود حوالة مصرفية لصالح المصدر من الخارج ويشترط أن تكون واردة لإغراض تصدير سلع عراقية حصراً وعن طريق مكتب مكافحة غسيل الأموال .

٧-منع إعادة تصدير السلع المستوردة إلا في حالة إعادة تصدير بضائع غير مطابقة للمواصفات العراقية وذلك يتطلب موافقة وزير المالية حصراً .

٨- تقديم المعونة المالية للمنتجات العراقية المصدرة التي تحتاج إلى دعم بغية إتاحة المجال لها لدخول الأسواق الخارجية بقوة تنافسية أمام السلع الأجنبية، وكذلك تقديم المعونة المالية للمؤسسات والمنشات الرسمية التي تختص بأعمال التصدير.

اثر ظاهرة انكشاف السوق العراقي على قوة العمل بعد عام ٢٠٠٣
دراسة واقع العمالة في المنطقة الصناعية في الوزيرية

م.م وصال عبدالله حسين
جامعة بغداد/مركز بحوث السوق وحماية المستهلك

المقدمة:

تعني الصناعة بمعناها الواسع تغيير في شكل المادة الخام لاجل زيادة قيمتها، وجعلها اكثر قدرة على تلبية حاجات الانسان المتجددة. وتبرز اهميتها من كونها القطاع الاكثر قدرة على تحقيق الامن الاقتصادي لبلد ما، من خلال قدرتها على تلبية حاجة السوق المحلي، ثم تحقيق قدر من الاستقلال الاقتصادي، كما انها القطاع الاكثر قدرة على تحقيق التشابك والارتباط بين مختلف مناحي الاقتصاد من زراعة وخدمات، وتساهم الصناعة مساهمة فاعلة في رفع معدلات التشغيل وامتصاص البطالة، بما يؤدي الى تحقيق رفاهية السكان، وتخفيض معدلات الفقر فضلا عن ما تدره من دخول نتيجة لزيادة معدلات التصدير.

علية، آمن الاقتصاديون خلال عقدي الخمسينات والستينات من القرن الماضي باهمية التصنيع كونه الاساس في تحقيق التنمية الاقتصادية لاي بلد، لذا سعت أغلب البلدان النامية ومنها العراق خلال تلك الحقبة الى خلق قاعدة صناعية قوية كوسيلة من وسائل تحقيق تنميتها الاقتصادية.

وقد تم انشاء العديد من المناطق الصناعية بداية عقد الستينات من القرن الماضي ومن تلك المناطق المنطقة الصناعية في الوزيرية. متضمنة العديد من الانشطة الصناعية

التابعة للقطاع الحكومي والمختلط والخاص، وكانت تلك الانشطة تعمل بكامل طاقتها الاستيعابية، ممتصة اعداد كبيرة من القوى العاملة. الا ان هناك تحديات عديدة واجهت مصانع تلك المنطقة بعد عام ٢٠٠٣، أهمها الانكشاف الاقتصادي الذي طال الاسواق العراقية بدخول بضائع من مناشئ مختلفة، مما ادى الى توقف في اغلب انشطتها، وتسبب بتسريح اعداد كبيرة من القوى العاملة التي كانت تعمل فيها.

مشكلة البحث:

تعاني المنطقة الصناعية في الوزيرية بعد عام ٢٠٠٣ من توقف في العديد من مصانعها، او انها تعمل باقل من طاقتها القصوى، مما ادى الى تعطيل العديد من قوة العمل، وارتفاع في معدلات البطالة.

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث من كونه يسلط الضوء على ظاهرة خطيرة تعرض لها الاقتصاد العراقي بعد عام ٢٠٠٣ الا وهي ظاهرة الانفتاح الاقتصادي، وما تسببت به من انكشاف السوق، ثم تدمير للصناعات العراقية التي لم تستطع الصمود امام الانتاج الاجنبي، مما ادى الى اغلاق العديد من المعامل الانتاجية وتسريح اعداد من العاملين.

فرضية البحث:

اثرت ظاهرة الانكشاف الاقتصادي التي عانى منها الاقتصاد العراقي بعد عام ٢٠٠٣ الى تعطيل العديد من المصانع او العمل باقل من طاقتها القصوى، بما اثر في ارتفاع معدلات البطالة.

هدف البحث:

توضيح اثر ظاهرة الانكشاف الاقتصادي التي عانى منها الاقتصاد العراقي بعد عام ٢٠٠٣على قوة

العمل وركز البحث على المنطقة الصناعية في الوزيرية.
هذا وقد تضمن البحث المحاور الاتية:
-لمحة تاريخية عن المنطقة الصناعية في الوزيرية.
-مفهوم الانكشاف الاقتصادي.
-مفهوم القوى العاملة وعناصرها.
-واقع المعامل في المنطقة الصناعية في الوزيرية بعد عام ٢٠٠٣
-أثر الانكشاف الاقتصادي على قوى العمل في المنطقة الصناعية في الوزيرية بعد عام ٢٠٠٣.

١: لمحة تاريخية عن المنطقة الصناعية في الوزيرية:

تأسست المنطقة الصناعية في الوزيرية بداية الستينات من القرن الماضي بمدينة بغداد، ضمن المنطقة الممتدة من ساحة الموال الى الشارع المؤدي لجامعة الامام الصادق شمالا ومحمد القاسم للخط السريع جنوبا وشارع الجامعة المستنصرية الرئيسي شرقا ومن المعهد القضائي الى الطريق المؤدي لشارع المغرب غربا.
تتضمن المنطقة الصناعية في الوزيرية العديد من المنشأت الصناعية التابعة للقطاع الحكومي والتعاوني والخاص، فضلا عن العديد من المؤسسات الحكومية الاخرى. وتتنوع طبيعة الانشطة الاقتصادية بتلك المنطقة بين الخدمي والنسيجي والميكانيكي والكيمياوي اضافة الى انشطة اقتصادية اخرى. من اهم تلك المنشأت الشركة العامة للصناعات الكهربائية، معمل بطاريات بابل، مصلحة نقل الركاب، الورشة الفنية الخاصة بصيانة عجلات المؤسسة العامة للكهرباء والنفط، معمل الاعمدة المحدودة، المطبعة التعاونية التابعة للقطاع التعاوني.
كما ان هناك بعض المنشأت الصناعية التابعة للقطاع الخاص تتضمن بعض مشاريع الحدادة الالمنيوم، النسيج، الحياكة، الخياطة، الكيمياويات والأدوية، الصناعات الزجاجية، الانشائية، الخشبية، اللدائن بكافة انواعها، الصناعات الغذائية والكهربائية وصناعة الورق والكارتون، علما ان بعض من هذه الصناعات كانت تعمل قبل عام ٢٠٠٣ بوجبتين مثل صناعة الزجاج والنسيج والصناعات الغذائية فضلا عن الانشطة الخدمية.

٢: الانكشاف الاقتصادي: المفهوم والقياس

تعد التجارة الخارجية احد اهم صور العلاقات الاقتصادية للبلد مع العالم الخارجي، وتبرز اهميتها من كونها تسمح بتصدير الفائض من المنتجات الصناعية للعالم الخارجي، ثم الحصول على العملة الصعبة اللازمة لعملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلد المعني.
الا ان طبيعة التجارة الخارجية للعالم العربي عامة والعراق خاصة، تميزت بانكشافها الاقتصادي المرتفع على العالم الخارجي واعتمادها على تصدير منتج اولي واحد، فضلا عن تنوع مستورداتها الامر الذي ساهم في ايجاد علاقة غير متكافئة لهذه البلدان مع بلدان العالم الخارجي (متقدمة كانت ام نامية) مسببة بحدوث حالة من التبعية التجارية (١).
وقد اجتهد العديد من الاقتصاديون بتفسير ظاهرة التبعية التجارية باعتمادهم على ثلاثة مؤشرات هي: (٢)
١-مؤشر الانكشاف الاقتصادي على العالم الخارجي.
٢-مؤشر التركز السلعي للصادرات.
٣-مؤشر التركز الجغرافي للتجارة الخارجية.
وفيما يلي توضيح لكل من تلك المؤشرات.
١-مؤشر درجة الانكشاف الاقتصادي:
ينصرف مفهوم الانكشاف الاقتصادي واهميته الى انه يبين اهمية التجارة في الاقتصاد الوطني لاي بلد، ويمكن من خلاله قياس مدى حساسية الاقتصاد الوطني للمؤثرات الخارجية. اذ انه يقيس مدى اعتماد النشاط الاقتصادي لبلد ما على الظروف السائدة في اسواق التصدير والاستيراد (٣). ويحتسب وفق الصيغة الرياضية التالية: (٤)

مؤشر الانكشاف الاقتصادي= (الصادرات+ الواردات/الناتج المحلي الاجمالي) X ١٠٠
وكلما ارتفع مجموع قيمة الصادرات والواردات لدولة ما الى ناتجها المحلي الاجمالي، يعني ذلك ارتفاع درجة انكشاف اقتصادها على العالم الخارجي وازدياد تأثره بظروف التجارة الخارجية. (٥).
الا ان ارتفاع هذه النسبة لا يعد دليلا قاطعا على حالة التبعية التجارية، فاقتصادات بلدان متقدمة كاليابان وبريطانيا والسويد منكشفة للخارج، الا انها لا تشكو من التبعية.
لذا حاول الاقتصاديون البحث عن مؤشرات اخرى لاثبات وجود او عدم وجود التبعية التجارية. فاستخدموا مؤشري التركيز السلعي للصادرات والتركيز الجغرافي للصادرات.
وصيغة كل منهما الرياضية هي:
مؤشر التركز السلعي للصادرات= صادرات السلعتين الرئيسيتين X ١٠٠ X مجموع الصادرات اما مؤشر التركيز الجغرافي للصادرات= الصادرات لاهم شريكين X ١٠٠ X مجموع الصادرات.
مما لا شك فيه ان دخول هذين المؤشرين يؤكد تبعية بعض الاقتصادات، وهو الحال مع بعض البلدان النفطية التي تعتمد على تصدير سلعة واحدة وهي النفط، تؤثر عليها التقلبات الحادة التي تحدث في اسعار تلك السلعة في الاسواق العالمية. كما ان حدة التبعية للخارج تصبح اكبر في حال رافق ذلك ارتفاع في مؤشر التركيز الجغرافي للصادرات، اي في حال كان الاتجار يتم مع عدد محدود من الشركاء. عندها تصبح الدول المصدرة اكثر قابلية للتأثر

بالقرارات السياسية والاقتصادية للدول المستوردة. (٦).

ولما كان الاقتصاد العراقي بعد عام ٢٠٠٣ عانى من تدهور بنيته الاساسية وعانت صناعاته من توقف نتيجة لاغراق اسواقه بمختلف انواع السلع الصناعية من مناشئ متنوعة، فضلا عن عوامل اخرى ساهمت في تدهور الصناعة العراقية منها تدهور البنية التحتية من كهرباء ومواد اولية وعمليات السلب والنهب التي طالت العديد من المصانع الحكومية منها والخاصة، وعدم استقرار الوضع الامني لسنوات عديدة، وهجرة الصناعيين واسباب اخرى لامجال لذكرها، الا ان اغراق السوق العراقي بالسلع المتنوعة كان من اهم الاسباب لتوقف المصانع.

ويعني الاغراق ادخال منتج ما الى دولة بسعر تصدير اقل من قيمته العادية، وسعر التصدير هو سعر البيع من دولة المنشأ عند مستوى التسليم (٧).

٣: اهمية الصناعة في الاقتصاد الوطني:

يحتل قطاع الصناعة أهمية متزايدة في اقتصاد اي بلد، ويقع على عاتقه دفع عملية التنمية الاقتصادية سيما في الدول النامية. ويشير تقرير صادر عن المدير العام لمنظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية على اهمية التصنيع كعنصر اساسي في تعزيز التنمية المستدامة للبلدان النامية، من خلال دوره في رفع انتاجية العمالة، والقضاء على الفقر، وامتصاص البطالة، وادماج المراة في عملية التنمية. كما يلعب التصنيع دور هام في تحقيق الاستقرار الاقتصادي.

كما يؤكد التقرير على دور الصناعة في تحقيق التنمية من خلال سياق تعميق الروابط بين الصناعة والزراعة (٨).

لقد اتفق الاقتصاديون على اهمية واولوية الاعتماد على التصنيع في عملية التنمية الحضارية الشاملة، وكان الاختلاف بينهم في نوعية الصناعات التي يتعين ان يتم الاعتماد عليها، فمنهم من راى بضرورة البدء بالصناعات الاستهلاكية كنيركسة ومنهم من أكد على ضرورة البدء بالصناعات الثقيلة كهيرشمان.

ومهما يكن من امر فان ذلك يوضح على اهمية القطاع الصناعي لاي بلد حيث يلعب دورا اساسيا مع باقي قطاعات الاقتصاد في زيادة الناتج المحلي الاجمالي واستيعاب العمالة وتوفير انتاج محليا لتلبية طلب السوق بدلا من الاعتماد على السلع المستورة من الخارج. ويمكن القول ان هناك اسباب عدة توجب على البلدان ان تهتم بقطاعها الصناعي اهمها:

١.يسهم نمو قطاع الصناعة في علاج مشكلات البطالة اذ انه يوفر فرص عمل متنوعة في ظل مشكلات البطالة التي تعاني منها غالبية الدول النامية سواء البطالة الإجبارية الظاهرة أو البطالة المقنعة.

٢.تسهم تنمية قطاع الصناعة في تنويع مصادر الإنتاج والدخل والصادرات في الدول النامية وبالتالي ترتفع نسبة إسهام قطاع الصناعة في الناتج المحلي الإجمالي والصادرات وبالتالي يقل الاعتماد على تصدير المواد الأولية لأن الاعتماد على تصديرها فقط يعرض الدول النامية لحدوث التقلبات الاقتصادية فيها بسبب تقلب الطلب الخارجي على المواد الأولية حيث تتعرض الدول الصناعية للموجات من الكساد الاقتصادي أحياناً والرواج الاقتصادي أحياناً أخرى وهذا ينعكس على تقلب طلبها على المواد الأولية التي تصدرها الدول النامية وبطبيعة الحال سيعرض اقتصادات الدول النامية لتقلب حصيلة الصادرات والدخل الوطني فيها كما يتجه معدل نمو الطلب الخارجي على بعض المواد الأولية (باستثناء البترول) نحو الانخفاض بسبب تطور هيكل الصناعة في الدول المتقدمة صناعياً حيث أصبحت تعتمد أساساً على الصناعات الإلكترونية والتي لا تحتاج إلى استخدام مواد أولية كثيرة وأيضاً تتجه الدول الصناعية المتقدمة إلى إحلال بدائل محل المواد الأولية الطبيعية التي تصدرها الدول النامية ولذلك تهتم الدول النامية بعملية التصنيع لتنويع هيكل الاقتصاد القومي فيها.

٣.يسهم نمو قطاع الصناعة في رفع مستوى الإنتاجية وذلك لأن قطاع الصناعة من أكثر القطاعات قدرة على تطبيق استخدام التقانات الحديثة وهذا يسهم في رفع الإنتاجية، كما يمكن تقسيم العمل والتخصص في قطاع الصناعة بدرجة أكبر مما يسهم في ارتفاع الإنتاجية كما أن قطاع الصناعة لا يحدث فيه قانون تناقص الغلة بنفس الدرجة والسرعة التي يحدث بها في الزراعة لأنه في (قطاع الزراعة يكون عنصر الأرض ثابتاً نسبياً ويتزايد عنصر العمل بسرعة بسبب النمو السكاني وهذا يتسبب في حدوث قانون تناقص الغلة حيث يحدث نقص في الإنتاجية المتوسطة وفي الإنتاجية الحدية للعنصر المتغير وهو عنصر العمل) أما في قطاع الصناعة فمن السهل تغير الكميات المستخدمة من عناصر الإنتاج مثل عنصر العمل ونمو رأس المال وبالتالي لا يحدث تناقص الغلة الإنتاجية بنفس الدرجة الذي يحدث بها في قطاع الزراعة.

٤.أن نمو قطاع الصناعة يسهم في رفع معدل النمو الاقتصادي في الاقتصاد الوطني لأن نمو قطاع الصناعة يساعد على دفع النمو في القطاعات الأخرى مثل قطاع الزراعة وقطاع الخدمات لأن هناك علاقات ترابط بين قطاع الصناعة والقطاعات الأخرى فقطاع الصناعة يمد قطاع الزراعة بكثير من مستلزمات الإنتاج مثل الآلات الزراعية الأسمدة الكيماوية والمبيدات الحشرية ..إلخ. كما يعتبر قطاع الصناعة في نفس الوقت سوق لتسويق كثير من المنتجات الزراعية التي يتم تصنيعها في قطاع الصناعة. من ناحية أخرى نمو بعض الصناعات

يمكن أن يدفع النمو في الصناعات الأخرى حيث يشجع على قيام صناعات أخرى مرتبطة بها أمامية أو خلفية، إضافة إلى قدرة قطاع الصناعة على ابتكار واختراع منتجات وسلع صناعية جديدة مما يسهم في رفع معدل النمو الاقتصادي.
٥.يسهم قطاع الصناعة في توفير موارد النقد الأجنبي وعلاج مشاكل عجز ميزان المدفوعات في الدول النامية وذلك من خلال تصنيع سلع تحل محل الواردات أو تصنيع سلع للتصدير للخارج.

وفي العراق يعد القطاع الصناعي من القطاعات الهامة فهو الممول الاول لموارد الدولة من خلال القطاع النفطي والاستخراجي، كذلك له ارتباطات امامية وخلفية مع باقي القطاعات الاقتصادية. الا اننا لو اخذنا نشاط الصناعة التحويلية والصناعات الاخرى فقد كانت السياسة المتبعة في العراق خلال عقد السبعينات تهدف الى انشاء قاعدة صناعية واسعة بهدف توفير الحاجات الاساسية لافراد المجتمع وسد الطلب المحلي، وقد كان تنفيذ هذه السياسات يعتمد على الاداء الحكومي فالقطاع الحكومي كان مهيمنا بدرجة كبيرة على هذه الانشطة وغيرها من الانشطة الاقتصادية الامر الذي ادى الى تضييق المساحة امام القطاع الخاص مما جعل دوره محدودا.

ساهمت الحروب التي خاضها العراق والعقوبات الاقتصادية خلال عقد التسعينات حتى عام ٢٠٠٣ بتدمير القاعدة الصناعية الاستخراجية والتحويلية والكهرباء بشكل كبير فتراجع هذا القطاع الى مستويات دنيا. وبقدر تعلق الامر بدور القطاع الخاص، ورغم محدوديته بسبب الفلسفة الاقتصادية التي امن بها العراق خلال تلك الحقبة فانه كان يشهد بعض الدعم من الدولة من خلال تمويل المشاريع الصناعية بمنحها القروض لتطويرها ورفع مستوى دخل المستثمرين وتحديث التكنولوجيا، فضلا عن رعاية المناطق الصناعية في العراق بايصال الخدمات اللازمة لتلك المناطق ورعاية الصناعات الصغيرة والحرفية من خلال الدعم المتواصل لها (٩).
بعد التغييرات التي شهدها العراق بعد عام ٢٠٠٣ توقف العديد من المشاريع الصناعية في المجمعات الصناعية نتيجة لتضرر الصناعات العراقية من اغراق السوق العراقي بمختلف انواع البضائع الزراعية والصناعية من دول الجوار وباقي دول العالم التي استغلت الظروف التي مر بها البلد فارسلت منتوجاتها التي اتسم العديد منه برداءة النوعية وانخفاض الاسعار. وساهم عدم الاستقرار الامني والسياسي وتدمير البنية التحتية من كهرباء وطاقة متنوعة، وصعوبة الحصول على المواد الاولية فضلا عن التهجير واسباب اخرى بتعطيل ثم اغلاق العديد من المصانع الموجودة في مناطق كانت تدعى بالمناطق الصناعية كالمنطقة الصناعية في جميلة والوزيرية.

٤: القوى العاملة: المفهوم والمحددات

يعد مفهوم القوى العاملة احد المفاهيم الهامة كون العمل احد عناصر الانتاج التي تساهم في العملية الانتاجية، وقد تناولت الادبيات الاقتصادية مفهوم القوى العاملة من خلال عدة تعاريف.
اذ عرفت منظمة العمل العربية القوى العاملة بانها العناصر البشرية العاملة في قطاعات الانتاج وقطاع الخدمات في الدولة وهي جزء مهم من السكان الذين يعملون مقابل اجر او راتب يتقاضونه وتعتمد عليهم الدولة في تحقيق اهدافها (١٠).
كما يشير مفهوم القوى العاملة الى ذلك الجزء من السكان الذين تتراوح اعمارهم بين الحد الادنى والحد الاعلى لسن العمل، ويمتلكون القدرة والرغبة في العمل ويبحثون عنه او الممارسيين الفعليين له (١١).
ويرى الدكتور صالح يوسف عجينة ان القوى العاملة تضم جميع الاشخاص المشتغلين فعلا والاشخاص العاطلين عن العمل الا انهم يبحثون عنه بصورة جدية والعاملين بالقوات المسلحة وكل من لديه عمل وتركه بصورة مؤقتة بسبب الاضراب او المرض (١٢).

يعرف منصور احمد منصور القوى العاملة بانها تلك النسبة من السكان المدنيين الذين يبلغون سنا معينة ويعملون في اي قطاع من قطاعات الانتاج او الخدمات مقابل اجور معينة، او كانوا متعطلين ولديهم القدرة والرغبة والاستعداد للعمل ويبحثون فعلا عن العمل (١٣).
عليه، ومن خلال التعاريف اعلاه يمكن القول ان القوى العاملة تمثل ذلك الجزء من السكان الذين تتراوح اعمارهم بين الحد الادنى والاعلى لسن العمل من القادرين على العمل والراغبين فيه.
وهناك مجموعة من العوامل يطلق عليها بالعوامل المحددة لحجم القوى العاملة وهي كالاتي:
١- العوامل الديموغرافية: فحجم القوى العاملة في اي بلد له علاقة مباشرة بحجم السكان ومعدلات نموهم والتركيب العمري والنوعي للسكان.

٢-العوامل الاقتصادية: تؤثر العوامل الاقتصادية بحجم القوى العاملة ونقصد بالعوامل الاقتصادية مستوى الاجور والمستوى العام للاسعار.

٣-العوامل القانونية: تؤثر العوامل القانونية بشكل مباشر في حجم القوى العاملة، وتتجسد العوامل القانونية بالتشريعات الخاصة بسن العمل والتقاعد، وظروف العمل وغيرها من العوامل التي تتعلق بالقوانين.

٤- العوامل السياسية: تتمثل العوامل السياسية بالحريات والضغوط السياسية التي يمارسها الخريجين واصحاب الكفاءات للحصول على فرص العمل. كما ان الحروب التي تحدث تؤثر بشكل مباشر على حجم القوى العاملة، اذ تتحول نسبة كبيرة من القوى العاملة من الاتجاهات المدنية الى الاتجاهات او العسكرية، كما حدث في العراق خلال عقد الثمانينات نتيجة للحرب الايرانية- العراقية، كذلك فترة الحصار الاقتصادي الذي فرض على العراق خلا عقد التسعينات ساهم بالتاثير في حجم القوى العاملة، كما ان الهجرة التي حدثت نتيجة للاوضاع الغير مستقرة بعد عام ٢٠٠٣ ادت الى التاثير في حجم القوى العاملة اذ تضائلت فرص الاستثمار نتيجة لتلك الاوضاع واقفل العديد من المصانع وسرحت اعداد كبيرة من القوى العاملة.

٥-اثر الانكشاف الاقتصادي في حجم القوى العاملة:

لقد بينا في اعلاه لمحة تاريخية عن المنطقة الصناعية في منطقة الوزيرية في مدينة بغداد والمعامل التي تعمل بها وفيما يلي سنبحث اثر الانكشاف الاقتصادي الذي حدث بعد عام ٢٠٠٣ في حجم القوى العاملة للعاملين في مصانع تلك المنطقة.

نلاحظ في جدول (١) اعداد العاملين في بعض من المصانع التي تعمل في منطقة الوزيرية الصناعية في القطاعين الحكومي والتعاوني قبل وبعد عام ٢٠٠٣

جدول (١)
عدد العاملين في منطقة الوزيرية الصناعية قبل وبعد ٢٠٠٣
في القطاعين الحكومي والتعاوني

نوع القطاع	اسم النشاط	عدد العاملين قبل٢٠٠٣	عدد العاملين بعد٢٠٠٣	الملاحظات
حكومي	الشركة العامة لصناعة البطاريات الشركة العامة للصناعات الكهربائية	٦٥٠ ١٢٠٠	لايوجد ٢٥٠٠	متوقف عن العمل تم ضم العاملين من التصنيع العسكري السابق
تعاوني	مطبعة الثقافة العمالية	٢٣	٢٣	لا يوجد تغيير

المصدر: الواقع المهني في البلد دراسة احصائية عن المخاطر وواقع العمالة في الانشطة الاقتصادية لمنطقة الوزيرية الصناعية بحث مقدم في المؤتمر الوطني لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي ومركز بحوث السوق وحماية المستهلك والعلمي الموسوم نحو استراتيجية وطنية لحماية منتجاتنا من سياسة الاغراق. ٢٠١٠.

ففي مصنع الشركة العامة لصناعة البطاريات وهو تابع للقطاع الحكومي بلغ عدد العمال قبل ٢٠٠٣ حوالي (٦٥٠) وبعد عام ٢٠٠٣ ونتيجة للاسباب التي تم ذكرها في سياق البحث فان المصنع توقف عن العمل بما ادى الى عدم تشغيل اي عامل. أما في الشركة العاملة للصناعات الكهربائية فكما نلاحظ فان العدد الاجمالي ارتفع بعد عام ٢٠٠٣ وذلك بسبب ضم العاملين في التصنيع العسكري السابق الى العاملين في تلك الشركة.
اما في مطبعة الثقافة العمالية وهي تابعة للقطاع التعاوني فنلاحظ لا يوجد اي تغيير في اعداد العاملين اذ بقي العدد ثابت.

جدول (٢)
الأنشطة الاقتصادية والعاملين التابعة للقطاع الخاص قبل وبعد عام ٢٠٠٣

عدد الأنشطة العاملة قبل ٢٠٠٣	عدد الأنشطة العاملة بعد ٢٠٠٣	نسبة الأنشطة المتوقفة عن العمل	نسبة الأنشطة العاملة بعد ٢٠٠٣	عدد العاملين قبل ٢٠٠٣	عدد العاملين بعد ٢٠٠٣	نسبة العاملين بعد ٢٠٠٣
١٢٠	٣٠	٧٥٪	٢٥٪	٧١١	١٤٩	٢٠,٩٥٪

المصدر: الواقع المهني في البلد دراسة احصائية عن المخاطر وواقع العمالة في الانشطة الاقتصادية لمنطقة الوزيرية الصناعية بحث مقدم في المؤتمر الوطني لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي ومركز بحوث السوق وحماية المستهلك والعلمي الموسوم نحو استراتيجية وطنية لحماية منتجاتنا من سياسة الاغراق. ٢٠١٠.

من خلال مفردات جدول (٢) نلاحظ ان الانشطة الاقتصادية العاملة والتابعة للقطاع الخاص في منطقة الوزيرية الصناعية قد بلغ قبل عام ٢٠٠٣ (١٢٠) نشاط توقف بعد عام ٢٠٠٣ نتيجة للظروف الاقتصادية التي مر بها البلد نحو (٩٠) نشاط، وبلغ عدد الانشطة العاملة فقط (٣٠) نشاط بنسبة بلغت (٢٥٪) في حين ان المتوقف بلغت نسبته حوالي (٧٥٪) واما اعداد العاملين فقد بلغ قبل عام ٢٠٠٣ حوالي (٧١١) عامل انخفض بعد عام ٢٠٠٣ ليبلغ حوالي (١٤٩) عامل بنسبة تجاوزت الـ(٨٠٪). وهذا يبين الاعداد الغفيرة من العاملين الذين اضيفوا الى جيش العاطلين عن العمل بعد عام ٢٠٠٣، بسبب ظروف الاقتصاد العراقي بعد هذا التاريخ ومن تلك الظروف الانكشاف الاقتصادي للبلد على المستورد من السلع على اختلاف انواعها ومن مناشئ مختلفة.

وضمن مفردات جدول (٣) يتوضح تصنيف الانشطة الاقتصادية التابعة للقطاع الخاص قبل وبعد عام ٢٠٠٣.

جدول (٣)
تصنيف الأنشطة حسب طبيعة العمل العاملة في منطقة الوزيرية الصناعية

ت	المشروع	عدد المعامل قبل ٢٠٠٣من ال١٢٠	النسبة المئوية من ال١٢٠	عدد المعامل بعد عام ٢٠٠٣ من ال٣٠	النسبة المئوية من ال٣٠
١	الحدادة والألمنيوم	١٤	٪١١,٦	٢	٪٦,٦٦
٢	النسيج	٢٩	٪٢٤,١٦	٢	٪٦,٦٧
٣	الكيمياء والأدوية	١٠	٪٨,٣٤	٥	٪١٦,٦٦
٤	الخدمي	٥	٪٤,١٦	٤	٪١٣,٣٤
٥	الزجاج	٣	٪٢,٥	صفر	صفر
٦	الإنشائية	٤	٪٣,٣٤	٢	٪٦,٦٦
٧	الخشبية	٦	٪٥	١	٪٣,٣٤
٨	اللدائن	٢٨	٪٢٣,٣٤	٥	٪١٦,٦٦
٩	الغذائية	١٦	٪١٣,٣٤	٨	٪٢٦,٦٧
١٠	الكهربائية	٢	٪١,٦٦	١	٪٣,٣٤
١١	الكارتون	٣	٪٢,٥	صفر	صفر
	المجموع	١٢٠	٪١٠٠	٣٠	٪١٠٠

المصدر: نفس المصدر السابق ٢٠١٠.

يبين لنا جدول (٣) عدد المعامل العاملة قبل عام ٢٠٠٣ والتابعة للقطاع الخاص اذ نلاحظ ان معامل الحدادة والالمنيوم بلغ عددها قبل عام ٢٠٠٣ حوالي (١٤) معمل انخفض الى (٢) معمل بعد عام ٢٠٠٣ . وكذلك بالنسبة لمعامل النسيج التي بلغ عددها قبل ٢٠٠٣ حوالي (٢٩) معمل الذي يعمل بعد تاريخ ٢٠٠٣ بلغ (٢) معمل وكما هو معلوم فان معامل النسيج تستوعب اعداد كبيرة من الايدي العاملة فعندما يتم تعطيل تلك المعامل فان ذلك يعني تعطيل حجم كبير من قوى العمل كانت تعمل في تلك الانشطة الاقتصادية الهامة وبالتالي ارتفاع في معدلات البطالة.
وكذلك بالنسبة لبقية الانواع من الانشطة فكما نلاحظ فان معامل اللدائن العامل منها قبل ٢٠٠٣ بلغ حوالي(٢٨) معمل انخفض بعد ٢٠٠٣ ليبلغ حوالي (٥) معمل وهكذا بالنسبة لبقية الانواع من الانشطة التي يظهرها جدول (٣).

ويبين جدول (٤) النسبة المئوية للمشاريع المتوقفة بعد عام ٢٠٠٣ والتابعة للقطاع الخاص.

جدول (٤)
عدد الأنشطة المتوقفة والعاملة بعد ٢٠٠٣ بالنسبة للأنشطة قبل ٢٠٠٣
وحسب طبيعة العمل النشاط

ت	المشروع	العدد قبل ٢٠٠٣	العدد بعد ٢٠٠٣	النسبة المئوية للمشاريع المتوقفة بعد٢٠٠٣	النسبة المئوية من ال١٢٠
١	الحدادة والألمنيوم	١٤	٢	٨٥,٢١٪	١٤,٢٨٪
٢	النسيج	٢٩	٢	٩٣,١٠٪	٦,٨٩٪
٣	الكيمياء والأدوية	١٠	٥	٥٠٪	٥٠٪
٤	الخدمي	٥	٤	٢٠٪	٨٠٪
٥	الزجاج	٣	صفر	١٠٠٪	صفر
٦	الإنشائية	٤	٢	٥٠٪	٥٠٪
٧	الخشبية	٦	١	٨٣,٣٣٪	١٦,٦٦٪
٨	اللدائن	٢٨	٥	٨٢,١٤٪	١٧,٨٥٪
٩	الغذائية	١٦	٨	٥٠٪	٥٠٪
١٠	الكهربائية	٢	١	٥٠٪	٥٠٪
١١	الكارتون	٣	صفر	١٠٠٪	٥٠٪

المصدر: نفس المصدر السابق ٢٠١٠.

وفي الجدول (٥) نلاحظ اعداد العاملين الذين كانوا يعملون في الانشطة الاقتصادية في المنطقة الصناعية في الوزيرية قبل وبعد عام ٢٠٠٣ .

جدول (٥)
النسبة المئوية لأعداد العاملين قبل وبعد ٢٠٠٣ بحسب طبيعة النشاط

ت	المشروع	عدد المعامل قبل ٢٠٠٣	٪	عدد العاملين بعد ٢٠٠٣	عدد العاملين بعد ٢٠٠٣
١	الحدادة والألمنيوم	٦٣	٪٨,٩٠	٤	٪٢,٦٨
٢	النسيج	١٥٥	٪٢١,٨٠	٨	٪٥,٣٦
٣	الكيمياء والأدوية	٨٤	٪١١,٨١	٤١	٪٢٧,٥١
٤	الخدمي	١٩	٪٢,٦٧	١١	٪٧,٤٠
٥	الزجاج	٢٧	٪٣,٧٩	صفر	صفر
٦	الإنشائية	٢٧	٪٣,٨٠	٤	٪٢,٦٨
٧	الخشبية	٣٠	٪٤,٢١	٥	٪٣,٣٥
٨	اللدائن	١٤٤	٪٢٠,٢٥	٢٥	٪٦,٨٠
٩	الغذائية	١٣١	٪١٨,٤٢	٤٨	٪٣٢,٢١
١٠	الكهربائية	١٠	٪١,٤٠	٣	٪٢,٠١
١١	الكارتون	٢١	٪٢,٩٥	صفر	صفر
	المجموع	٧١١	٪١٠٠	١٤٩	٪١٠٠

المصدر: نفس المصدر السابق ٢٠١٠.

كما يتضح في الجدول فان اعداد العاملين بلغت قبل ٢٠٠٣ وكما اشرنا في اعلاه حوالي (٧١١) عامل انخفض العدد الى (١٤٩) عامل بعد احداث عام ٢٠٠٣. وسجلت قسم من تلك الانشطة انخفاض نسبي كبير كالانشطة النسيجية واللدائن والغذائية والكيمياوية والحدادة والالمنيوم. وبذلك فان اعداد كبيرة من العاملين قد سرحوا من اعمالهم وعانوا من مشكلة البطالة، وهذا بطبيعة الحال حدث نتيجة للظروف التي مر بها البلد بعد عام ٢٠٠٣ ومنها دخول السلع الصناعية المتنوعة الى البلد التي تتسم بانخفاض تكاليفها.

٦-الاستنتاجات والتوصيات

أ-الاستنتاجات: توصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات اهمها:

-يلعب القطاع الصناعي دور اساسي في التنمية الاقتصادية الشاملة لاي بلد.

-تم انشاء العديد من المناطق الصناعية ومنها المنطقة الصناعية في الوزيرية في مدينة بغداد في ستينات القرن الماضي للمساهمة في خلق قاعدة صناعية في البلد وامتصاص الايدي العاملة، وتلبية الحاجة المحلية للسوق.

-عانى العراق من ظروف اقتصادية وسياسية واجتماعية ساهمت في تدهور الصناعة منها الحروب التي مر بها البلد والحصار الاقتصادي في تسعينيات القرن الماضي، ثم احداث عام ٢٠٠٣ والتي ساهمت في تدمير القطاع الصناعي وتسريح اعداد كبيرة من العاملين سواء في القطاع الحكومي او التعاوني او الخاص.

-عانت السوق العراقية من عدم اتباع سياسة ضريبية للسلع الداخلة الى البلد بما ادى الى اغراق السوق المحلي بالمنتجات الصناعية ومن مناشئ متنوعة كان لها دور في تدمير الانتاج الصناعي المحلي.

-تعطل العديد من المصانع سيما تلك التي تعود ملكيتها الى القطاع الخاص.

-تسريح اعداد كبيرة من الايدي العاملة.

ب-التوصيات:

- تشكيل هيئة لحماية الصناعة الوطنية ترتبط بمجلس الوزراء تضم ممثلين عن قطاعات الصناعة والتجارة والقطاع الخاص ممثلا باتحاد الصناعات واتحاد الغرف التجارية لتامين منح نسبة من الحماية للصناعات الوطنية كي تحتل جزءا من مساحة السوق المحلية وهذا بطبيعة الحال سيؤدي الى امتصاص البطالة.

-منح فرصة للصناعات العراقية التابعة للقطاع الحكومي او الخاص بتطوير انتاجها من خلال منح التسهيلات المصرفية والفرص الاستثمارية بالنسبة للصناعات التابعة للقطاع الخاص، لتشجيع المستثمرين.

-اعتماد سياسة ضريبية بالنسبة للاستيردات لحماية منتجنا المحلي.

المصادر:

١-قريصة. صبحي تادرس. مذكرات في التنمية الاقتصادية. بيروت. الدار الجامعية. ١٩٩٣. ص٣٧.
٢-كليب. سعد كليب. اقتصاد المعرفة والامن الاقتصادي العربي. المستقبل العربي. مركز دراسات الوحدة العربية. العدد ٢٩٣. تموز. ٢٠٠٣. ص٢٣.
٣-عريقات. حربي محمد. مبادئ الاقتصاد الجزئي والاقتصاد الكلي. عمان. الادرن. ١٩٩٧. ص٢٨٨..
٤-الامانة العامة لاتحاد الغرف العربية الخليجية لدول مجلس التعاون الخليجي للمدة ١٩٧١-١٩٨٢. ص٩
٥-صبحي تادرس قريصة. مذكرات في التنمية الاقتصادية. بيروت. الدار الجامعية. ١٩٩٣. ص٢٧.
٦-كليب. سعد كليب. مصدر سابق. ص٢٣.
٧-محسن احمد هلال. الدعم والاغراق والوقاية. الاسكوا. الامم المتحدة. نيويورك. ٢٠٠١. ص٨.
٨-وثيقة صادرة عن الجمعية العامة للامم المتحدة، الدورة الخامسة والخامسون، البند ٩٣ من جدول الاعمال. ٢٥ -١- ٢٠٠١ عنوانها التعاون في مجال الصناعة.
٩- الجهاز المركزي للاحصاء وتكنلوجيا المعلومات، تقرير عن القطاع الصناعي في العراق. ص٢.
١٠-منظمة العمل العربي. مكتب العمل العربي. مجلة العمل العربية. العدد ٥٨. ١٩٩٤. ص٢١٦.
١١-مصطفى محمود ابو بكر. الموارد البشرية: مدخل لتحقيق الميزة التنافسية. الاسكندرية. الدار الجامعية. ٢٠٠٦. ص٥٤.
١٢- عجينة. صالح يوسف. اقتصاد العمل. مطبعة شفيق. بغداد. ١٩٦٧. ص٥.
١٣- منصور. احمد منصور. القوى العاملة. تخطيط وظائفها وتقويم ادائها. وكالة المطبوعات. الكويت. ١٩٧٥. ص١٥.