

مجلة التجارة العراقية



مجلة متخصصة في التجارة والاقتصاد والاستثمار تصدر عن
وزارة التجارة/دائرة تطوير القطاع الخاص /قسم الدراسات والنشر

اقرأ في هذا العدد

« الفرص المتاحة امام العراق في منظمة التجارة

« التحديات الاستراتيجية للموارد البشرية

« التحديات التكنولوجية التي يواجهها التسويق الحديث

« قانون رقم (٢) لسنة ٢٠١٩: قانون المدن الصناعية

العدد السادس والعشرين/ كانون الاول/ ٢٠٢١

مجلة فصلية معتمدة وحاصلة على رقم ايداع في دار الكتب والوثائق في بغداد ٢٣٥٠ لسنة ٢٠١٩





المحتويات

ص ١-٢	افتتاحية العدد
ص ٣-١٤	* اخبار وانشطة دوائر وشركات الوزارة بالتعاون مع قسم الاعلام والاتصال الحكومي
ص ١٥	* حوار مع مسؤول
ص ١٦-١٩	* قانون رقم (٢) لسنة ٢٠١٩ : قانون المدن الصناعية
ص ٢٠-٢٣	* افكار لتحسين العمليات اللوجستية في الشركة العامة لتجارة الحبوب في نينوى
ص ٢٤-٢٧	* الفرص المتاحة امام العراق في منظمة التجارة العالمية في ضوء المبادئ والاتفاقات والاستثناءات
ص ٢٨-٣٢	* التحديات الاستراتيجية للموارد البشرية
ص ٣٣-٣٨	* التحديات التكنولوجية التي يواجهها التسويق الحديث

رئيس التحرير

الدكتور علاء احمد حسن
وزير التجارة

مدير التحرير

الاستاذ رياض فاخر الهاشمي
مدير عام دائرة تطوير القطاع الخاص

سكرتير التحرير

رنا نبيل سلمان

التصميم

قيس مولود عبد الحميد

للاتصال والاستفسار
بغداد / المنصور / شارع النقابات
studies@mot.gov.iq

يمكنكم تصفح اعداد مجلتنا على المواقع الالكترونية
www.mot.gov.iq
www.iitp.mot.gov.iq



كلمة رئيس التحرير
أ.د. علاء احمد حسن
وزير التجارة

تعد المشاركة المجتمعية ركيزة أساسية من ركائز تحقيق الأهداف التنموية للمجتمعات وتقاس مؤشرات نجاح الخطط التنموية على مدى إشراك المجتمع في اتخاذ القرار لما له دور في النهوض بالمجتمع والارتقاء به والعمل على تحسين مستوى حياة المواطنين الاجتماعية والاقتصادية والبيئية. إن إسهام أبناء المجتمع تطوعاً في جهود التنمية سواء بالرأي أو بالعمل أو بالتمويل وحث الآخرين على المشاركة وعدم وضع العراقيل أمام الجهود المبذولة من جانب قيادات المجتمع لتنفيذ جميع الخطط والمشاريع التنموية التي تستهدف أفراد المجتمع بكل شرائحه.

ومن هذا المنطلق أكدت وزارة التجارة أهمية مشاركة الجمهور في كل الأعمال التي تنفذها وكل الخدمات التي تقدمها وتتيح الوزارة الفرصة أمام الجميع من المختصين والمهتمين بالشأن الاقتصادي لتقديم رؤاهم وأفكارهم البناءة ليأتي بعد ذلك دور الوزارة لدعمها ودراساتها وتطويرها لتتحول الى مبادرات يتم العمل على تحويلها فيما بعد الى مشاريع ناجحة يؤتي ثمارها النافعة ليس على الوزارة فحسب بل على كل المجتمع.

وللوزارة ايضاً دور في مسؤوليتها تجاه المجتمع وقد ادت الوزارة هذه المسؤولية على نحو يتعلق بمساهمتها في المبادرات ومشاركة الوزارة في تقديم المساعدات لضحايا مستشفى ابن الخطيب وللمحافظات التي تعرضت لظروف صعبة ولعل أبرزها مشروع السلة الغذائية الذي تنفذه الوزارة لتقديم مفردات غذائية موجودة في الأسواق المحلية كان من الصعب على المواطن الفقير او العوائل تحت خط الفقر الحصول عليها ولتشمل كافة محافظات العراق ومن ضمنها محافظات إقليم كردستان.



كلمة مدير التحرير
الأستاذ رياض فاخر الهاشمي
مدير عام دائرة تطوير القطاع الخاص

تعد المشروعات الصغيرة العصب الرئيسي لاقتصاد اي دولة سواء كانت متقدمة ام نامية حيث تتميز بقدرتها العالية في حل الكثير من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية ولعل من أبرزها مشكلة البطالة التي تواجهها اقتصاديات دول العالم المختلفة لمساهمتها في توليد الدخل والحد من الفقر.

فالمشروعات الصغيرة اداة فاعلة تسهم في تحقيق التنمية المستدامة وذلك من خلال تأثيرها على بعض المتغيرات الاقتصادية الكلية مثل اجمالي الناتج المحلي والاستهلاك والادخار والاستثمار والصادرات فضلاً عن مساهمتها في تحقيق العدالة الاجتماعية بين جميع افراد المجتمع سواء كانوا رجالاً او نساءً.

لذا تتجه الدول لا اعداد استراتيجيات وطنية لتنمية المشاريع الصغيرة بما يحقق تكاملها وترابطها مع المشاريع الكبيرة في الإطار الاشمل وبما يتناسب مع التوجه العام للسياسة الاقتصادية للبلد. للنهوض بالقطاع الخاص واعطائه الدور المطلوب وتمكينه من المساهمة الفاعلة في تحريك عجلة الاقتصاد.

وانطلاقاً مما تقدم سعت هذه الدائرة من خلال لقاءاتها بممثلين عن القطاع الخاص لتفعيل تأسيس الشركات البسيطة لأهميتها في تطوير الاقتصاد الوطني باعتبارها من اهم محركات النمو الاقتصادي للدول والعمل على تبسيط إجراءات تأسيس تلك الشركات والمتمثلة ب (بحجز الاسم التجاري للشركة البسيطة وتوثيقها لدى الكاتب العدل وايداعها في دائرة تسجيل الشركات) في الوقت ذاته أصبح الاهتمام بهذه الشركات ضروريا لمساهمتها من الناحية الاقتصادية في تحقيق التنمية ومن الناحية الاجتماعية في تقليص البطالة.

التجارة تعلن موافقة المجلس الوزاري للاقتصاد على مشروع انتاج مادة الطحين الصفر وزير التجارة يترأس اجتماعا لشركات الغذاء لتقييم اسعار مادة الطحين في السوق المحلية

نقلًا عن المكتب الاعلامي لوزارة التجارة

واشار الى «اهمية استنفار كافة الجهود في المطاحن الاهلية والحكومية، لامكانية الاسراع في توزيع هذه الوجبة والمساهمة في خفض اسعار مادة الطحين». وقال الوزير، إن «موافقة المجلس الوزاري للاقتصاد على مشروع انتاج مادة الطحين (الصفير) والذي بموجبه تقوم المطاحن الاهلية في المساهمة مع الشركة العامة لتجارة الحبوب لاستيراد مادة الحنطة وانتاج مادة الطحين الصفير وتوزيعها على الاسواق في جميع المحافظات». واكد الجبوري، «اهمية هذا المشروع في دعم الاقتصاد العراقي ومساهمة القطاع الخاص العراقي في انخفاض الاسعار والسيطرة على اسعار هذه المواد التي تشكل اولوية في الامن الغذائي للعراقيين». وبين ان « وزارة التجارة ستدرس مع المجلس الوزاري للاقتصاد عدة مقترحات تتعلق بتطوير عمل المطاحن الاهلية وتقديم كل السبل لانجاح عملها وبما يسهم في انتاج مادة الطحين ضمن مشروع السلة الغذائية التي تقوم بتجهيزه الوزارة الى جميع المواطنين العراقيين».

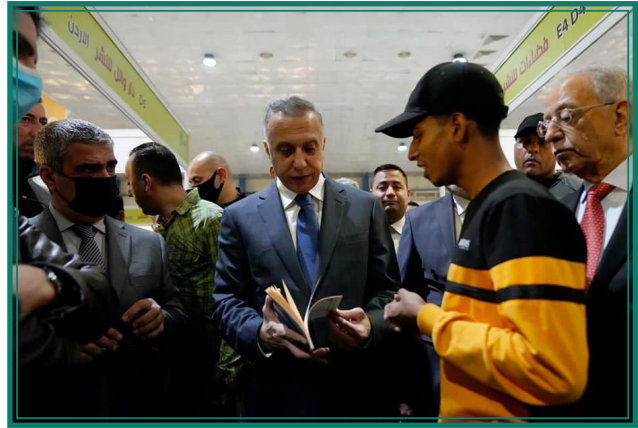
ترأس وزير التجارة الدكتور علاء الجبوري اجتماعا لشركات الغذاء في الوزارة ناقش فيه تقييم وضع اسعار مادة الطحين في السوق المحلية وجهود الوزارة لاعادة اسعار هذه المادة، بينما اعلن الوزير موافقة المجلس الوزاري للاقتصاد على مشروع انتاج مادة الطحين الصفير. وذكر بيان للوزارة، نقله الناطق الرسمي لها، أن «وزير التجارة الدكتور علاء الجبوري ترأس، اجتماعا لشركات الغذاء في الوزارة ناقش فيه تقييم وضع اسعار مادة الطحين في السوق المحلية وجهود الوزارة لاعادة اسعار هذه المادة كونها تشكل اولوية مهمة للشعب العراقي». واكد الوزير الجبوري، خلال اللقاء اهمية ان «تقوم شركات الغذاء باعداد خطة مسبقة تتضمن دراسة السوق المحلية ووضع السبل الكفيلة لخفض الاسعار من خلال مراجعة اسعار الطحين، خلال الشهر الماضي كذلك آلية الدخول بشكل مباشر للسوق من خلال ضخ كميات من مادة الطحين عبر اجراءات ستبناها وزارة التجارة من خلال لجنة مشكلة لهذا الغرض». وشدد الجبوري، على «اهمية توزيع الحصة العاشرة من مادة الطحين على جميع المشمولين بنظام البطاقة التموينية».



إنطلاق فعاليات معرض العراق الدولي للكتاب على أرض معرض بغداد الدولي



برعاية رئيس مجلس الوزراء السيد مصطفى الكاظمي أنطلقت على أرض معرض بغداد الدولي فعاليات معرض العراق الدولي للكتاب في نسخته الثانية تحت شعار (النخلة والجيران)، ومشاركة أكثر من ٣٠٠ دار نشر من ١٧ دولة عربية ودولية. وقال الكاظمي خلال كلمة له «ان الثقافة هي اساس التغيير في اي عملية اصلاح ، متعهدا باطلاق مشروع لحماية المثقفين والمبدعين في العراق. و اضاف «ان معرض الكتاب يعد مؤشرا على استعادة العراق لدوره الثقافي، واكد سيادته في الوقت ذاته « أننا بصدد انشاء مدينة كبرى للمعارض في بغداد ومهاضفات عالمية، لتصبح رافداً اقتصادياً وثقافياً ومتنفساً لبغداد، وقد بدأنا فعلياً في إجراءات ومخططات هذا المشروع.



موضحاً «أن المعرض شاركت فيه أكثر من ٣٠٠ دار نشر من ١٧ دولة عربية وأجنبية ، وتضم أجنحته نحو مليون عنوان يغطي مختلف الميادين المعرفية والإبداعية والفنية. من جانبه اشار مدير عام الشركة العامة للمعارض والخدمات التجارية العراقية همام أحمد عبد الجبار أن «المعرض سيفتح أبوابه في تمام الساعة ١٠ صباحاً ويستمر إلى الساعة الثامنة مساءً خلال الأحد عشر يوماً، وسيحتضن عشرات الفعاليات الفنية والثقافية والإعلامية، من ضمنها أمسيات الرقص الشعبي والغناء والشعر، بالإضافة إلى طاولات حوارية وندوات في موضوعات متنوعة، كما ستشارك فيه، عشرات الشخصيات الفنية والثقافية العراقية والعربية. ذاكراً «أن الملاكات الفنية التابعة لشركته أنجزت كافة البنى التحتية الخاصة بالمعرض من خلال تهيئة القاعات والحدائق والنافورات وصيانة منظومات الكهرباء والتبريد وتهيئة المجمعات الصحية والمرافق الخدمية الأخرى

واشار «وزير التجارة الدكتور علاء الجبوري إن المعرض المقام على أرض معرض بغداد الدولي في دورته الثانية حملت أسم الروائي العراقي الكبير (غائب طعمة فرمان) ، للفترة ٨ إلى ١٨ كانون الاول الجاري.



بين العراق وتركيا.. وزير التجارة يعلن عن إجراءات جديدة لدخول المستثمرين ورجال الأعمال

نقلًا عن المكتب الاعلامي لوزارة التجارة

وأُن تركيا تعد من البلدان المتقدمة بالقطاعات الصناعية والزراعية والاسكان والطرق والجسور والخدمات التي يمكن للعراق الاستفادة منها».

وأشار إلى أن «العراق يسعى من خلال هذه المشاركة إلى تظافر الجهود باتجاه تحقيق الاهداف المرجوة من إقامة هذا المنتدى»، منوها بان «الحكومة العراقية شرعت مؤخرا في إقرار قوانين عدة تصب في مصلحة القطاع الخاص للنهوض بالقطاع التجاري والصناعي والاستثماري بين البلدين، سيما وان حجم التبادل التجاري بين البلدين بلغ خلال السنوات الخمس الماضية، عام ٢٠١٦ ما يقارب ١٠ مليارات دولار، عام ٢٠١٧ ما يقارب ١٢ مليار دولار، عام ٢٠١٨ ما يقارب ١٢ مليار دولار، عام ٢٠١٩ ما يقارب ١٢ مليار دولار، عام ٢٠٢٠ ما يقارب ١٨ مليار دولار، بينما بلغ في عام ٢٠٢١ نحو ٩ مليارات دولار لغاية شهر أيلول الماضي، بالرغم من الظروف الاقتصادية العالمية التي تأثرت بشكل سلبي جراء جائحة كورونا».

واختتم وزير التجارة كلمته قائلا، انه يود ان يغتنم هذه الفرصة لتجديد التحية لكل الحاضرين والمسؤولين الذين ساهموا في تنظيم المنتدى، وعلى وجه الخصوص وزير التجارة التركي، مهمت موش، على حسن الاستضافة- متمنيا تبني المفاهيم الاجتماعية كونها تسهم في زيادة التبادل التجاري بين البلدين».

اعلن وزير التجارة، الدكتور علاء الجبوري، عن إجراءات جديدة لدخول المستثمرين ورجال الأعمال بين العراق وتركيا.

واكد الوزير الجبوري في كلمة له خلال حضوره منتدى الأعمال التركي - العراقي للاستثمارات والمقاولات، المنعقد باسطنبول حاليا، على «اهمية العودة للتحالفات والتكتلات الاقليمية والاقتصادية المشتركة كونها تسهم في استقرار المنطقة»، مبينا أن «هناك مشكلة في استثمار الموارد واهمية العودة للاستثمار الذي».

وشدد الوزير ايضا على «اهمية المنتدى في دعم الصناعات النظيفة»، موضحا ان «الحكومة العراقية اعدت خطة للتنسيق وحل كافة الاشكاليات الموجودة». ووضح، ان «اللقاء هذا اليوم يأتي بهدف تقديم الدعم للقطاع الخاص العراقي والتركي، من خلال مشاركة الجهات الحكومية ذات العلاقة لرفع مستوى حجم التبادل التجاري بين البلدين وإيداع شركات اقتصادية حقيقية اضافة إلى عروض الفرص الاستثمارية المتاحة ذات الاهتمام المشترك لكلا البلدين».

ولفت الوزير إلى ان «العراق يأمل بأن يكون لهذا المنتدى دور فاعل لخدمة مصالح البلدين»، موجها الدعوة للشركات التركية، بالمشاركة في إعادة إعمار المدن المتضررة في العراق، والاستثمار في المشاريع المتاحة أمامها»، مبينا أن «الشركات التركية ورجال الأعمال الاتراك تتوفر لديهم الخبرة والامكانية في هذا المجال، سيما



لتسريع اليات التجهيز، وزير التجارة يوجه بإطلاق وجبة جديدة من مادة الحنطة في خمس محافظات

نقلًا عن المكتب الاعلامي لوزارة التجارة

تجهيز مادة الطحين ضمن البطاقة التموينية». وأضاف، أن «المحافظات الاخرى ستحظى بنفس الدعم المقدم من قبل الوزارة وضمن خطة التسويق التي تعدها شركة تصنيع الحبوب لكن دراسة واقع حال الاسواق المحلية ومستوى الاسعار فيها أدى الى اقرار هذه المحافظات وبالتالى جميع المحافظات العراقية مشمولة بخطة الوزارة الخاصة بتجهيز مادة الطحين». وأشار إلى أن «الوزارة تتابع تجهيز الطحين واتخاذ الاجراءات اللازمة لتأمين هذه المادة للمواطنين». وكانت الوزارة قد أعلنت بوقت سابق، عن عدة إجراءات وآلية لتوفير مادة الطحين بالأسواق المحلية وسد حاجة المواطنين منها، كما وضعت إجراءات لارتفاع الأسعار.

أصدر وزير التجارة، الدكتور علاء الجبوري توجيهها بإطلاق وجبة جديدة من مادة الحنطة ضمن محافظات الديوانية وذي قار والمثنى وميسان والكوت لتسريع وتيرة التجهيز في هذه المحافظات. وذكرت الوزارة، في بيان نقله الناطق الرسمي لها، أن «وزير التجارة الدكتور علاء الجبوري ترأس اليوم، اجتماعا مع المدراء العاملين لشركات الحبوب والمالية والرقابة التجارية». ووجه وزير التجارة، خلال الاجتماع، بـ«إطلاق وجبة جديدة من مادة الحنطة المحلية في المطاحن الأهلية والحكومية ضمن محافظات الديوانية وذي قار والمثنى وميسان والكوت». وأكد الجبوري، أن «إطلاق هذه الوجبة يأتي في اطار مساهمة الوزارة في انخفاض اسعار مادة الطحين في الاسواق المحلية، فضلا عن الاستمرار في



التجارة تنظم احتفالية بمناسبة الذكرى المئوية لتأسيس الدولة العراقية

نقلًا عن المكتب الاعلامي لوزارة التجارة

وعزفا للنشيد الوطني وكلمة للسيد الوزير القاها نيابة عنه وكيل الوزارة للشؤون الادارية وليد الموسوي فضلا عن عرض مقطع فيديو عن تاريخ الدولة العراقية وقصائد شعرية تغنت بهذه المناسبة الكبيرة والعزيزة في قلوب الشعب العراقي .

برعاية وزير التجارة الدكتور علاء الجبوري نظمت وزارة التجارة احتفالية بمناسبة الذكرى المئوية لتأسيس الدولة العراقية في قاعة VIP بمعرض بغداد الدولي وبحضور عدد من السادة المدراء العامون وموظفي الوزارة . وذكرت الوزارة «ان الاحتفالية نظمها قسم الاعلام والاتصال الحكومي وبالتنسيق مع شركة المعارض العراقية تخللتها ايات من الذكر الحكيم



العراقيين والعالم، ومنذ لحظة التأسيس ونحن اليوم نحتفل بالمتوية نسعى جاهدين لإصلاح الأخطاء البنيوية والسياسية، لأجل الوصول لمستوى يليق بالعراق والعراقيين.

واختتم كلمته متمنى ان تبقى دولة العراق عالية خفاقة وينعم ابنائه بالامن والامان وتشكل الحكومة الجديدة المنتخبة للمساهمة في اعادة البناء لتعود الدولة العراقية الى ماكانت عليه في مصاف الدول المتقدمة

وقال وكيل الوزارة «وليد الموسوي في الكلمة التي القاها تمر علينا ذكرى تأسيس العراق الحديث والمعاصر، ذكرى تنصيب الملك فيصل الاول ملكا فيها، حيث يتطلع العراقيون لدولة آمنة خادمة لشعبها ومعبرة عن إرادتهم المستقلة، وخلال هذا القرن المهم، من تاريخ العراق والمنطقة والعالم . وتابع ان العراق مر بدولته المتعددة بكل أطرافها واتجاهاتها السياسية، ملكية كانت أم جمهورية، عادلة أم ديكتاتورية، بكل ما كان يستدعي الأمر من تأثير وتأثر، في أحداث رسمت السنوات المئة الأخيرة، في أذهان

وزير التجارة يعلن عن نتائج الاجتماع الموسع مع شركتي تصنيع الحبوب وتجارة الحبوب والقطاع الخاص لمشروع الطحين الصفر والمحلي التجاري وخطط الوزارة المستقبلية لسنة ٢٠٢٢

نقلًا عن المكتب الاعلامي لوزارة التجارة

المفردات التموينية وخاصة في ظل ارتفاع اسعارها في الاسواق العالمية. من جانبه «اكّد مدير عام الشركة العامة لتجارة الحبوب على ان تخزين الحنطة مؤمن ولدى الشركة خطط للعمل ضمن شقين الاول توفير مادة الحنطة المحلية والمستوردة والثاني التجاري لتأمين الطحين التجاري بالتعاون مع القطاع الخاص من خلال توفير الحنطة المستوردة فضلا عن توفير الحنطة العلفية وبالتعاون مع وزارة الزراعة .

فيما اشار « مدير عام الشركة العامة لتصنيع الحبوب الى الاستمرار بتجهيز كميات مادة الطحين المقررة ضمن الحصّة العاشرة ، وان الحصّة الاولى من عام ٢٠٢٢ ستطلق بعد الانتهاء من الحصّة الحالية مع تأمين باقي حصص العام القادم ، مؤكداً على الاجراءات التي اتخذتها شركته التي اسهمت في انخفاض اسعار الطحين .

من جانبهم اكدو «ممثلي القطاع الخاص (جمعية المطاحن الاهلية) ان القطاع الخاص شريك استراتيجي وريفي مهم لتأمين تخزين الاستراتيجي للبطاقة التموينية والطحين المستورد

اكّد وزير التجارة «الدكتور علاء الجبوري عن عقد الاجتماع الموسع لشركتي تصنيع الحبوب وتجارة الحبوب والقطاع الخاص المتمثل بجمعية المطاحن الاهلية لترجمة جملة من القرارات التي اقرها المجلس الوزاري للاقتصاد مؤخرًا والتي كانت من اهمها مشروع انتاج الطحين الصفر وقرار فتح استيراد الحنطة واليات التعاون بين الجهات القطاعية الحكومية المعنية والقطاع الخاص ومما يخدم الصالح العام .

واشار الوزير الجبوري «خلال المؤتمر الصحفي الذي عقد في مقر الشركة العامة لتصنيع الحبوب الى الاستمرار بتجهيز مفردات البطاقة التموينية بتوقيطاتها ووزارته لديها الخطط الاستراتيجية للتعاون مع المجلس الوزاري والجهات القطاعية المعنية بالقطاع الخاص لمواجهة زيادة الاسعار وايصال المواد بجودة وبسعرها المناسب .

مؤكدًا «على الدعم الحكومي الواضح لهذا الملف بوجود رؤية تكاملية للاستراتيجيات التي وضعتها وزارة التجارة لتوزيع مفردات البطاقة التموينية لعام ٢٠٢٢ مع التأكيد على التخزين الاستراتيجي والحاجة الفعلية من مادة الحنطة وعلى مدى السنتين او الثلاث المقبلة لتأمينها ضمن



وزارة التجارة تعلن عن اطلاق الحصة الأولى للعام القادم مباشرة بعد الانتهاء من تجهيز الحصة العاشرة لهذا العام

نقلًا عن المكتب الاعلامي لوزارة التجارة

مفاصل الانتاج في المطحنة واقسام التعبئة واطلع الوفد على الية الانتاج والتجهيز ونوعية الحبوب المستخدمة والطحن المنتج فضلاً عن مدى تطبيق شروط السلامة والامان، فضلاً عن سحب نماذج من الانتاج لغرض الفحص المختبري ومتابعة خطوط الانتاج والاشراف على فحص الخبازة، منوهاً أن المدير العام اكد على تنسيق الجهود والتعاون البناء مع مطاحن القطاع الخاص لتحقيق الهدف الاساسي المتمثل بتوفير الطحين الجيد لعموم المواطنين، بالإضافة إلى توجيهه الشكر للمطاحن المتميزة. هذا ومن الجدير بالذكر انه على هامش الزيارة التقى السيد مدير عام الشركة الملاكات العاملة في كل من الفرع والمطحنة الحكومية التي تمت زيارتها والحديث عن مستوى الخدمات التي تقدمها وزارة التجارة لابناء المحافظة والجهود الكبيرة التي تبذلها دوائر وشركات الوزارة في ضوء توجيهات وزير التجارة من اجل توفير مفردات البطاقة التموينية بالكميات والنوعية التي تلبي طموحات الوزارة في هذا المجال وبالامكانيات المتوفرة.

اعلنت وزارة التجارة ان الحصة الأولى من العام القادم ستطلق مباشرة بعد الانتهاء من تجهيز الحصة العاشرة لهذا العام. وقالت الوزارة في بيان لها انه تنفيذا لتوجيهات مباشرة من وزير التجارة الدكتور علاء الجبوري باستمرارية تجهيز مادة الطحين للحصص المتتالية بالتتابع ودون انقطاع ، من البصرة مدير عام تصنيع الحبوب أثير داود سلمان يطلق تجهيز سلفة الحبوب الثانية للحصة العاشرة لمواصلة عملية انتاج وتجهيز الطحين وحسب الخطة التسويقية المركزية التي اعدتها شركته.

واشار البيان ان المدير العام تفقد فرع شركته ومطحنة الفراهيدي الحكومية في محافظة البصرة للاطلاع على عمل الفرع وآلية الانتاج والتوزيع ونوعية الطحين المجهز للمواطنين.

لافتا انه رافق المدير العام وفدا ضم ادارات اقسام التسويق والرقابة حيث اجرى جولة ميدانية في فرع الشركة / المطحنة الحكومية أشرف خلالها على



تصنيع الحبوب تشكل لجان عليا للمتابعة والاشراف على عمل المطاحن

نقلًا عن المكتب الاعلامي لوزارة التجارة

اعلنت وزارة التجارة عن تشكيل الشركة العامة لتصنيع الحبوب لجان عليا للمتابعة والاشراف على عمل المطاحن اكد ذلك مدير عام الشركة اثير داود سلمان ،خلال ترأسه اجتماعا لهيئة المديرين، وقال ان تشكيل اللجان العليا يأتي لضمان جودة الطحين والسيطرة على المنتج والحيولة دون حدوث مخالفات رقابية ونوعية ولتلافي حالات التلاعب التي قد تحدث او التلکؤ في الانتاج، و اضاف ان اللجان باشرت بمتابعة عمل المطاحن مع انطلاق عملية انتاج وتوزيع طحين الحصة العاشرة . مؤكدا في الوقت ذاته الى استمرار عمل اللجان الهندسية المشرفة على المطاحن الحكومية لمتابعة اداء مطاحن الشركة وتقييم واقعها الانتاجي والفني . لافتا ان الاجتماع تناول الاطلاع على تقارير الاسعار اليومية لمادة الطحين في السوق المحلية وتأثير اجراءات الشركة التي اتخذتها في خفض أسعار الطحين المحلي، فضلا عن اتخاذ عدة توصيات لتعزيز الدور الرقابي واستخدام الطرق الحديثة في السيطرة على الانتاج والمتابعة المركزية لعمل المطاحن الحكومية. مبينا«ان تجهيز الحصة العاشرة من الطحين المخصص لصالح البطاقة التموينية انطلق يوم امس والذي سيساهم في المحافظة على استقرار الاسعار.



دائرة تطوير القطاع الخاص تشارك في اجتماع مجلس ادارة مركز بحوث السوق وحماية المستهلك

نقلًا عن المكتب الاعلامي لوزارة التجارة

اعلنت وزارة التجارة عن مشاركة دائرة تطوير القطاع الخاص باجتماع مجلس ادارة مركز بحوث وحماية المستهلك التابع الى جامعة بغداد ممثلة عن الوزارة . اكد ذلك مدير عام دائرة تطوير القطاع/ عضو مجلس ادارة مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، وقال انه تم خلال الاجتماع مناقشة المواضيع المدرجة في جدول اعمال المجلس واتخاذ مجموعة من القرارات من ضمنها دراسة ومناقشة مجموعة من البحوث المقدمة من قبل اساتذة في المركز وقرار الخطة البحثية للعام القادم فضلا عن اعداد بحوث عملية يتم الاستفادة منها في الجهات القطاعية لتنمية التواصل بين المركز والمؤسسات الحكومية هذا ومن الجدير بالذكر ان مجلس ادارة مركز بحوث السوق وحماية المستهلك يتضمن في تشكيلته اعضاء من الجهات الحكومية المختلفة كالامانة العامة لمجلس الوزراء ، وزارة الزراعة ، وزارة التخطيط، وزارة الداخلية ، وزارة الصناعة والمعادن ووزارة الصحة.



شركة السيارات تعقد اجتماعاً لمجلس ادارتها لمناقشة المواضيع المطروحة والتصويت على البعض منها

نقلاً عن المكتب الاعلامي لوزارة التجارة

اعلنت وزارة التجارة عن عقد الشركة العامة لتجارة السيارات والمكائن الجلسة العاشرة لمجلس ادارتها لمناقشة الفقرات المطروحة على جدول الاعمال واتخاذ القرارات والتوصيات اللازمة بشأنها.

اكّد ذلك مدير عام الشركة المهندس هاشم محمد حاتم خلال ترأسه الجلسة بحضور أعضاء الارتباط الخارجي مدير عام دائرة التطوير القطاع الخاص رياض الهاشمي. ومعاون المدير العام للدائرة الادارية والمالية وبقية الاعضاء في الشركة.

وقال المدير العام ان الجلسة تناولت مناقشة اهم البنود المطروحة في جدول الاعمال ومنها الموافقة على تقسيط مبلغ المقدمه لسيارات تويوتا هائس مني باص ١٤ راكب لموظفي الشركة و مركز الوزاره وشركاتها للراغبين بالشراء ، والموافقة على رفع مبلغ القسط بمقدار (٤٢٠,٠٠٠) الف دينار لمدة (١٧) شهر و (٣٢٠,٠٠٠) الف دينار لباقي الاشهر. وحصرها لموظفي وزارة التجارة وشركاتها.

لافتا الى ان المجلس وافق كذلك عدد من المواضيع الاخرى ومنها ما يخص اعتراضات الغبن والترفيعات والعلاوات لموظفي الشركة.



وزير التجارة يطلع على انسيابية تجهيز الوجبة الثالثة من السلة الغذائية ويوجه بالاسراع في تجهيزها ضمن التوقيتات المحددة

نقلاً عن المكتب الاعلامي لوزارة التجارة

اكّد وزير التجارة الدكتور علاء احمد الجبوري على ضرورة الاسراع بتجهيز الوجبة الثالثة من السلة الغذائية في توقيتاتها المحددة لمستحقيها من المشمولين بنظام التموين وبالاخص المناطق الاكثر فقرا اولاً.

وقال الوزير الجبوري «في بيان نقله المكتب الاعلامي، ان «الدعم الكبير الذي قدمه رئيس الوزراء للبطاقة التموينية ودعم الحكومة العراقية

لاصلاح نظام البطاقة التموينية، اسفر عن نجاح مشروع السلة الغذائية الذي يتيح للمواطنين العراقيين استلام سبع مفردات اساسية بنوعيات جيدة».

وأضاف الجبوري أن «مخازن بغداد والمحافظات باشرت باطلاق عمليات تجهيز وكلاء المواد الغذائية بالمفردات السبع الاساسية ضمن السلة الغذائية» ولليوم الرابع على التوالي وبإشراف فرقاً رقابية بمتابعة تجهيز الوكلاء والمخازن في ايصال المفردات الى المواطنين بشفافية عالية».

ووجه الوزير الجبوري باهمية ترويج جدول القطع وتوزيع المفردات الغذائية وعلى مستوى المناطق والمحافظات عبر الموقع الرسمي ووسائل الاعلام لغرض اطلاع المواطن عليها ومراجعة الوكلاء باستلام حصصهم وقطع الطريق أمام ضعاف النفوس بالترويج ضد مشروع السلة الغذائية ، وهذا يتطلب تعاوناً كبيراً من مختلف توجهات المجتمع ودعم الحكومات المحلية من خلال المتابعة والتدقيق لعمل الوكلاء ، ورقابة شعبية صارمة في الابلاغ عن المخالفات».

ودعا الوزير الجبوري في الوقت ذاته المواطنين التعاون مع اجهزة الوزارة الرقابية او من خلال تقديم شكاوهم الكترونياً بخصوص السلة الغذائية واستلام الرد عليها عبر برنامج «راقبني» الذي اطلقتته وزارته مع اطلاق الوجبة الثالثة من السلة وبدون دفع اي اجور.

منوها «ان وزارته لديها الخطط والبرامج وبالتنسيق مع وزارتي المالية والنفط لزيادة التخصيصات المالية للعام القادم من اجل ديمومة واستمرار تجهيز السلة الغذائية وازافة مواد جديدة ومتنوعة مستقبلاً في حال تأمين تلك التخصيصات.

من جانبها اكدت مدير عام الشركة العامة لتجارة المواد الغذائية لمى الموسوي ان ملاكات شركتها الفنية والادارية مستنفة لاستلام وتجهيز الوجبة الثالثة من السلة الغذائية ووفق اليه جديدة تضمن وصول المواد للمناطق الاكثر فقراً وفي ان واحد وعلى مستوى مراكز المدن والاقضية والنواحي



الموقف اليومي لاستلام وتجهيز الوجبة الثالثة من السلة الغذائية

نقلًا عن المكتب الاعلامي لوزارة التجارة

تنفيذا لتوجيهات وزير التجارة الدكتور علاء احمد الجبوري باشرت ملاكات الشركة العامة لتجارة المواد الغذائية في بغداد وفروع المحافظات ولليوم الثالث على التوالي استلام وتجهيز المواطنين الوجبة الثالثة من مفردات السلة الغذائية وعلى مستوى مراكز المدن والاقضية والنواحي وبانسيابية عالية والتي اطلق تجهيزها حسب مامدرج في ادناه:

١. فرع النجف الاشرف

باشر فرع النجف الاشرف اليوم الثلاثاء با استلام وتجهيز مفردات السلة الغذائية حيث تم استلام ثلاث شاحنات محملة با مادة السكر و بواقع ١٢٢ طن وتم تجهيز الوكلاء لمناطق (المشخاب وسوق شعلان والقادسية والحيرة والمناذرة والجديدات الثالثة والرابعة) وللمواد ((السكر ٢١٥ طن نسبة التجهيز ١٣٪، الزيت ١٨٨ طن نسبة التجهيز ١٣٪، الفاصوليا ٦٠ طن نسبة التجهيز ٧٪، الحمص ٥٤ طن نسبة التجهيز ٦٪))

٢. فرع ديالى

_ تم استلام اليوم الثلاثاء ثلاث شاحنات محملة بمادة معجون الطماطم وبكمية ٦٥ طن للوجبة الثالثة من السلة الغذائية ، وشاحنتين محملة بمادة الفاصوليا وبكمية ٧٤ طن ، وتجهيز وكلاء المناطق ((قرة تبة وجبارة والرحمة وحي المعلمين)) بمادة الفاصوليا ومعجون الطماطم والزيت ووكلاء مناطق ((العبارة والمنصورية والتحرير)) بمادة السكر.

٤. فرع ذي قار

استمرار تجهيز السلة الغذائية الثالثة لوكلاء منطقة ((سومر صالحيه)) حيث اصبحت نسب التجهيز لمواد (السكر ١٥٪، زيت الطعام ١٣٪، الفاصوليا ١٥ ٪ حمص ١٥ ٪).

٥. فرع واسط

استلام الوارد من المواد المخصصة لمفردات السلة الغذائية للوجبة الثالثة (سكر ٥ شاحنات ٢٢٥طن، الزيت ٢شاحنة وبكمية ٥٠طن) فضلا عن الاستمرار بالتجهيز حيث تم تجهيز لوكلاء مناطق (العزة، الكرامة، حي الجهاد).

٧. فرع ميسان

- (استلام ١٥ شاحنة محملة بمادة الرز بكمية ٥٩٦.٥٠٠ طن ، وشاحنتين محملة بمادة السكر بكمية ١٠٠ طن) مع استمرار الفرع بتجهيز الكميات للوجبة الثالثة من السلة الغذائية حيث بلغت الكميات المجهزة ونسب السكر الكمية المجهزة ١٢٢.٧٥٩ طن نسبة التجهيز ١٠٪ ، زيت الطعام الكمية المجهزة ١١١.٨٢٠ طن نسبة التجهيز ١٠٪، حمص مجروش ٦١.٣٨٠ طن نسبة التجهيز ١٠٪ ، فاصوليا الكمية المجهزة ٦١.٣٨٠ طن نسبة

التجهيز ١٠٪، معجون الطماطم الكمية المجهزة ٤٨.٦١٨ طن نسبة التجهيز ١٠٪

- المناطق التي تم تجهيزها (العزير والحياة).

- المباشرة بتجهيز مادة الرز للوجبة الثانية بعد ورود كميات من المادة حيث بلغت الكميات المجهزة لغاية هذا اليوم ٢٨٣٩.٨٠٤ طن ونسبة تجهيز ٧٤٪.

٨. فرع البصرة

استلام ٦٥ شاحنة محملة بمادة الرز بكمية ٣٢٥٠ طن والعمل مستمر بتفريغ الحمولة داخل المخازن ، واستلام ٢٦ شاحنة محملة بمادة السكر بكمية ١١٧٥ طن ، وتفريغ وتحميل حمولة الرز من الباخرتين (SAND و TOPIC و ST. PAIL) الى فروع الشركة بكمية ١٥٠٠٠طن مواقع بغداد

- مركز مبيعات الامام علي ع

نفاذ ٦٠ طن زيت الطعام بواقع ٢ شاحنة مع الاستمرار بتجهيز السلة الغذائية الوجبة الثالثة لوكلاء مناطق (المصطفى، المرتضى، الحارث، الحكيم، اهل البيت، ابا ذر) بمواد سكر. زيت طعام. معجون طماطه. حمص مجروش. فاصولياء.

- مركز مبيعات الصدر

استمرار تجهيز مفردات السلة الغذائية للوجبة الثالثة حيث تم تجهيز وكلاء مركز تموين اور الثانية والذي يشمل منطقة(سبع قصور) مع استلام ٤ شاحنات سكر بكمية ١٧٠طن، وشاحنة واحدة من مادة الفاصوليا بكمية ٣٧طن.

- مركز مبيعات الحرية

تم استلام ٥ شاحنات محملة بمادة السكر كميتها ٢٢٠ طن وشاحنتين محملة بمادة زيت الطعام وكميتها ٦٠ طن ضمن الوجبة الثالثة للسلة الغذائية اكمال تجهيز (وكلاء منطقة الشعلة الاولى) بمادة السكر وزيت الطعام والفاصوليا ومعجون الطماطم.



وزير التجارة يبحث مع الفرق الرقابية سبل اصال مادة الطحين الجيد للمواطنين والحيلولة دون ارتفاع اسعار الخبز والصمون

نقلًا عن المكتب الاعلامي لوزارة التجارة

الاجهزة الفاحصة في دائرة الرقابة التجارية وشركة تصنيع الحبوب لضمان انتاج الطحين الجيد. الجبوري خلال لقائه «الفرق الرقابية في الوزارة نفى عدم توفر خزين لمادة الحنطة خاصة وانها تمتلك خزين جيد من الحنطة المحلية المسوقة من الفلاحين والمزارعين. مشيراً ان خزين وزارة التجارة من مادة الحنطة تكفي للوجبات المقبلة بما يتلائم مع احتياجات المواطنين على امتداد ارض الوطن. الجبوري شدد «على اهمية قيام الفرق الرقابية بالتنسيق مع جهازي الامن الوطني والجريمة المنظمة على متابعة حركة السوق ومعرفة مستوى الاسعار فضلاً عن اهمية اعداد تقارير ترفع الى الجهات الحكومية لاتخاذ اجراءات عاجلة بهذا الجانب. لافتاً الى ان وزارته تعمل على استقرار السوق المحلية وعدم تعرض المواطنين لضغوط جراء ارتفاع الاسعار لمادة الطحين والتي حصلت بسبب ارتفاع سعر مادة الحنطة في البورصة العالمية الذي اثر سلباً على حركة الشراء في الاسواق المحلية التجارية.

زار وزير التجارة الدكتور علاء الجبوري دائرة الرقابة التجارية والمالية في الوزارة للقاء الفرق الرقابية المشرفة على عملية التدقيق بالاسعار ومراقبة عمل المطاحن الاهلية والحكومية والحد من ظاهرة ارتفاع الاسعار. وذكرت الوزارة في بيان نقلًا عن الناطق الرسمي، ان الوزير الجبوري ناقش مع الفرق الرقابية في الوزارة سبل دعم اصال مادة الطحين الجيد للمواطنين واتخاذ الاجراءات السريعة للحيلولة دون ارتفاع الاسعار في الاسواق المحلية فضلاً عن تحديد اسعار الخبز والصمون في الافران والمخابز الاهلية المنتشرة في عموم مناطق البلاد. الجبوري اكد على اهمية تضافر جهود الجميع من اجل السيطرة على عملية ارتفاع الاسعار التي تشهدها بعض اسواق المحافظات وامكانية المساهمة في معالجة المخالفات من خلال التدقيق في الاسواق المحلية بشكل مستمر. مؤكداً في الوقت نفسه بان الوزارة جادة في عملية انتاج مادة الطحين الجيد للمواطنين وتوزيعه ضمن مفردات البطاقة التموينية مشدداً بان الكمية التي تجهزها الوزارة للمطاحن الاهلية تصل الى (٤٥٠) الف طن خلال الوجبة الواحدة وهذه الكميات يتم التدقيق بنوعيتها من قبل



وزير التجارة يعلن تشكيل لجنة عالية المستوى لتنفيذ مشروع البطاقة الالكترونية

نقلًا عن المكتب الاعلامي لوزارة التجارة

والمتابعة والمراكز التموينية المشرفة على عمل البطاقة الالكترونية، فضلا عن وكلاء المواد الغذائية بهدف تطوير امكاناتهم والعمل بالبرنامج بما يحقق انجاح المشروع ومنع اي شبهات فساد تتسبب في تأخير هذا المشروع التقني المتقدم الذي يتيح للمواطن استخدام تطبيقات الكترونية في تسجيل الولادات الجديدة او تأشير اي ملاحظة في عمل وكلاء المواد الغذائية».

وبين، أن «تشكيل لجنة عالية المستوى من قيادة الوزارة لتذليل معوقات العمل والشروع بخطة تنسيقية مع برنامج الاغذية العالمي وتجاوز كل العراقيل التي حصلت في وقت سابق وتسببت في تأخير انجاز المشروع بعد الانتهاء من توقيع الخطة التي اعدتها برنامج الامم المتحدة الذي تحمل تكاليف البرنامج المالية بالكامل».

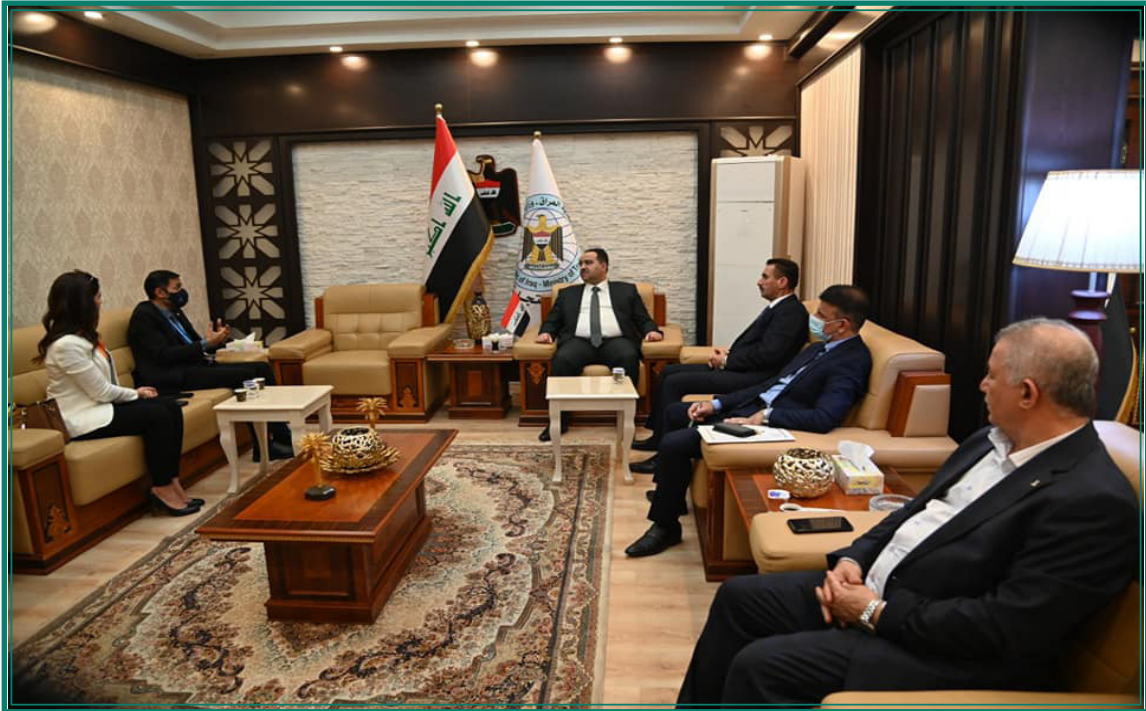
من جهته عبر المدير التنفيذي لبرنامج الامم المتحدة التزام البرنامج في خطة تدريب وتأهيل الملاكات الفنية وتغطية كل المستفيدين من نظام الرعاية الاجتماعية كذلك اهمية البرنامج من خلال الرؤى لمخرجات الموضوع وتحقيق مبدأ العدالة في حصول المستفيدين لمستحقاتهم من مواد البطاقة التموينية

أعلن وزير التجارة، الدكتور علاء الجبوري تشكيل لجنة عالية المستوى لتنفيذ مشروع البطاقة الالكترونية، مؤكدا أن مشروع البطاقة الالكترونية سيسهم في تحديد الجهات المستفيدة ويمنع عمليات التحايل والتلاعب في زيادة اعداد المشمولين بنظام السلة الغذائية.

واكد الوزير الجبوري، خلال لقائه المدير الاقليمي لبرنامج الاغذية العالمي التابع للامم المتحدة ان «الوزارة تتابع باهتمام كبير المستوى الذي وصله تنفيذ البرنامج لما له دور في توجيه البطاقة التموينية الى مستحقيها، فضلا عن وسائل الدعم التقني الذي يقدمه البرنامج في الحد من التجاوزات التي تحصل في اعداد المستفيدين من النظام».

واكد، أننا «نرى ان هناك بطء في انجاز البرنامج الامر الذي لابد من تداركه من خلال التنسيق عالي المستوى مع برنامج الامم المتحدة وتسهيل مهامه في الانتهاء من تفاصيل تسجيل المعلومات واثبات المفهوم خاصة وان فريق العمل اصبح يمتلك كافة المعلومات التي تتيح له اكمال المهمة وانطلاق المشروع من خلال اختيار بيئة تجريبية في المناطق الغنية في مركز مدينة بغداد».

واشار الى «اهمية تأهيل الملاكات الفنية العاملة في دائرة التخطيط



حوار مجلة التجارة العراقية مع السيدة ملهى هاشم الموسوي المحترمة مدير عام الشركة العامة لتجارة المواد الغذائية

س١/ هل من الممكن اطلعنا عن عدد الانجازات المحققة لشركتكم خلال عام (٢٠٢١)؟

الجواب: تجهيز مواد السلة الغذائية للمواطنين بواقع ثلاث وجبات (حصص) ومن تاريخ حصول الموافقات بإطلاق مشروع السلة الغذائية وهناك مشاريع أخرى

س٢/ نود إعلامنا عن أبرز المشاكل والمعوقات التي تواجه عملكم وكيف قمتم بتذليلها؟

الجواب: تظهر معوقات عمل متباينة منها فنية تخص نقل المواد او طاقات خزينه في بعض المواقع وتذلل من خلال التوجيه المباشر إلى كوادر الشركة المختصين لكن تبقى التخصصات المالية العقبة الأكبر ويتم المتابعة مع الدائرة الإدارية والمالية في الوزارة ومتابعة ذلك مع وزارة المالية والجهات المعنية.

س٣/ هل لديكم كلمة أخيرة إضافتها؟

الجواب: إن شركتنا تسير قدما نحو تعزيز مكانتها ودورها الفعال في خدمة المواطن العراقي في توفير لقمة العيش كونها مسؤولة عن ملف السلة الغذائية الذي القى صدها على المستوى المحلي والرضا الذي ساد الشارع العراقي في كل محافظات

س١/ بداية نود أن نرحب بكم ضيفاً عزيزاً على قراء مجلة التجارة العراقية ونستهل حوارنا معكم بالسؤال عن مهام شركتكم وخططكم المستقبلية لتحسين أو إضافة من مواد إلى (السلة الغذائية)؟

الجواب: اود ان اعرب عن شكري لكم لاستضافتي للحدث في مجلتكم عن مهام شركتنا حيث أنها تقوم بتوفير مواد السلة الغذائية للمواطنين بغية التخفيف عن كاهل الطبقات الفقيرة وكذلك الوصول إلى توازن اسعار السوق وهناك رغبة في زيادة بعض المفردات وحسب ما يتم الحصول عليه من موافقات أصولية من الجهات ذات العلاقة

س٢/ المتعارف عليه من ضمن مهام شركتكم هو تحديد عدد المواد التي توزع في السلة الغذائية (ما عدد المواد التي ستوزع مستقبلاً)؟

الجواب: اشرنا لذلك في الإجابة السابقة
س٣/ ما هي المشاريع الاستثمارية لخططكم خلال توليكم المنصب بإدارة الشركة والأثر المترتب عليها؟

الجواب: في نية شركتنا إبرام عقود استثمارية مع عدة شركات لإنشاء مشاريع تصب في مصلحة الشركة لتعزيز إيراداتها وتحسين المستوى المعاشي لمواطني الشركة وتوفير فرص العمل للشباب العاطل عن العمل ومثال على ذلك عقد السلة الغذائية الذي يحاكي ملف وطني وأنساني بحث يهدف إلى توفير قوت الشعب بكافة طبقاته وأهمها الطبقة الفقيرة

في نهاية اللقاء نود أن نعرب عن امتناننا وشكرنا لسعة صدركم متمنين لكم النجاح والموفقية





قانون رقم (٢) لسنة ٢٠١٩ : قانون المدن الصناعية

**المادة ١- يقصد بالمصطلحات الآتية لأغراض هذا القانون المعاني المبينة
ازاؤها:**

أولاً: الوزارة: وزارة الصناعة والمعادن.

ثانياً: الوزير: وزير الصناعة والمعادن.

ثالثاً: المدينة الصناعية: منطقة محددة جغرافياً تنشأ بموجب أحكام هذا القانون وتخصص لتنفيذ نشاطات وخدمات صناعية خارج حدود أمانة بغداد والبلديات في الأقاليم والمحافظات غير المنتظمة في إقليم.

رابعاً: المطور: الشخص الذي يعمل على تصميم أو إنشاء أو تطوير المدينة الصناعية والبنى التحتية والخدمات العامة لها.

خامساً: مدير المدينة الصناعية: الشخص الذي يعمل على إدارة وتشغيل وصيانة المدينة الصناعية.

سادساً: الإجازة: الوثيقة التي تمنحها هيئة المدن لإنشاء أو تطوير أو تشغيل أو صيانة مدينة صناعية.

سابعاً: الهيئة: هو تشكيل يؤسس ويطور ويدير ويشرف على المدن الصناعية بالتنسيق مع الجهات ذات العلاقة.

المادة ٢- يهدف هذا القانون الى ما يأتي:

أولاً: المساهمة في تحقيق اهداف السياسة الاقتصادية العامة للدولة.

ثانياً: تنظيم الانشطة الصناعية في مواقع مخدمومة بالبنى التحتية والخدمات.

ثالثاً: الترويج لاستخدام المدن الصناعية لتوجيه عملية الاصلاح الاقتصادي.

رابعاً: تنظيم المدن الصناعية وتأسيسها وتطويرها وادارتها.

خامساً: تشجيع مشاركة القطاع الخاص المحلي والأجنبي في استثمارات المدن الصناعية في جميع المحافظات والشراكة مع القطاع العام.

سادساً: جذب وتحفيز انتقال الأنشطة الصناعية القائمة في المدن والتجمعات الصناعية الى المدن الصناعية المنشأة بموجب هذا القانون.

المادة (٣)

أولاً: تسري احكام هذا القانون على:

أ. المدن والمناطق الصناعية والانشطة الاقتصادية القائمة او قيد التشييد.

ب. المدن الصناعية والانشطة الصناعية التي تنشأ حديثاً.

ثانياً: يستثنى من أحكام هذا القانون ما يأتي:

أ. الأنشطة أو العمليات ذات صلة بالتنقيب عن النفط الخام أو الغاز الطبيعي أو استكشافه أو انتاجه أو نقله أو تسويقه أو بيعه أو تصديره.

ب. الانشطة المنصوص عليها في قانون الاستثمار الخاص بتصفية النفط الخام رقم (٦٤) لسنة ٢٠٠٧ وقانون الاستثمار المعدني رقم (٩١) لسنة ١٩٨٨.

المادة (٤)

أولاً: تؤسس هيئة تسمى (هيئة المدن الصناعية) ترتبط بوزارة الصناعة والمعادن وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي والإداري ويمثلها رئيس الهيئة ويكون مقرها في بغداد ولها ان تنشأ فروعاً في الأقاليم والمحافظات غير المنتظمة في إقليم.

ثانياً: يرأس الهيئة موظف بعنوان مدير عام حاصل على شهادة جامعية أولية في الأقل ولديه خبرة في المجالات الهندسية او القانونية او الادارية او المحاسبية مدة لا تقل عن (٢٠) عشرون سنة ويعين وفقاً للقانون.

ثالثاً: يعاون رئيس الهيئة موظف بعنوان معاون مدير عام حاصل على شهادة جامعية أولية في الأقل ولديه خبرة في المجالات الهندسية او القانونية او الادارية او المحاسبية مدة لا تقل عن (٢٠) عشرون سنة

وبعين وفقاً للقانون.

المادة (٥): تتولى الهيئة المهام الآتية:

أولاً: متابعة تنفيذ استراتيجية وطنية لتنمية المدن الصناعية في العراق.
ثانياً: إجراء دراسات الجدوى أو الإشراف على إكمالها، وتنفيذ خطط التطوير للمدن الصناعية المختارة.

ثالثاً: تنظيم عملية تأسيس وتطوير وإدارة المدن الصناعية.
رابعاً: التنسيق مع الجهات الحكومية ذات العلاقة لإنشاء المدن الصناعية بشرط تسليم الأرض خالية من الشواغر.

خامساً: الإشراف والتوجيه والدعم لإدارات المدن الصناعية وتقييم أداؤها.

سادساً: التعاون مع المؤسسات المماثلة في الدول الأخرى.

سابعاً: التوعية بأهمية المدن الصناعية القائمة والمدن التي سيتم تطويرها مستقبلاً.

المادة (٦)

أولاً: للهيئة مجلس إدارة يتكون من:

أ. الوزير

ب. رئيس الهيئة

ج. مدير عام التنمية الصناعية في وزارة الصناعة والمعادن

د. ممثل عن الجهات التالية بعنوان مدير عام أعضاء.

١. وزارة التخطيط.

٢. وزارة المالية.

٣. وزارة الأعمار والإسكان والبلديات والإشغال العامة.

٤. وزارة الصحة والبيئة.

٥. وزارة التجارة.

٦. وزارة الكهرباء.

٧. الهيئة الوطنية للاستثمار.

٨. مدير عام المصرف الصناعي.

هـ. ممثلين عن الجهات التالية:

١. اتحاد الصناعات العراقي

٢. اتحاد الغرف التجارية

٣. اتحاد رجال الأعمال

عضوين

عضوا

و. ممثل عن الهيئة العليا للتنسيق بين المحافظات

ثانياً: تكون مدة العضوية في مجلس الإدارة (٤) أربع سنوات قابلة للتجديد لمرة واحدة ماعدا الفقرات (أ، ب، ج) من البند (أولاً) من هذه المادة.

ثالثاً: يحضر ممثل عن المحافظة التي يتم إنشاء مدينة صناعية فيها اجتماعات مجلس الإدارة.

رابعاً: لمجلس الإدارة الاستعانة بذوي الخبرة والاختصاص للاستئناس بآرائهم.

خامساً:

أ. يجتمع مجلس الإدارة مرة واحدة في الأقل كل شهرين.

ب. يجوز عقد اجتماع استثنائي للمجلس بدعوة من رئيسه أو بناء على طلب تحريري مسبب يقدم من نصف عدد أعضائه.

سادساً: يتحقق نصاب اجتماعات المجلس بحضور ثلثي عدد أعضائه بضمنهم الرئيس وتتخذ القرارات بأغلبية عدد الحاضرين، وفي حالة تساوي الأصوات يرجح الجانب الذي يصوت معه الرئيس.

سابعاً: يحل النائب محل الرئيس عند غيابه.

المادة (٧)

أولاً: يتولى مجلس الإدارة المهام الآتية:

أ. وضع الاستراتيجية الوطنية لتأسيس وتطوير وإدارة المدن الصناعية في العراق والإشراف على تنفيذها بعد مصادقة مجلس الوزراء عليها.

ب. متابعة وتقييم تنفيذ الهيئة لفعاليتها وتحديد أولويات إنشاء المدن الصناعية وإدارتها.

ج. إقرار خطة العمل والموازنة السنوية للهيئة والتقارير المقدمة إليها ومراجعتها.

ثانياً: لمجلس الإدارة تحويل بعض مهامه إلى رئيس الهيئة.

المادة (٨): تتكون الموارد المالية للهيئة مما يأتي:

أولاً: المبالغ المخصصة لها ضمن الموازنة العامة السنوية للوزارة.

ثانياً: المنح والهبات والتبرعات الداخلية والخارجية المقدمة لها وفقاً للقانون.

ثالثاً: الأجور المستحقة للهيئة بموجب أحكام هذا القانون.

المادة (٩)

أولاً: تمنح الهيئة إجازة المدن لإنشاء أو تطوير أو تشغيل مدينة صناعية.
ثانياً: تحدد شروط منح الإجازة المنصوص عليها في البند (أولاً) من هذه المادة بتعليمات يصدرها الوزير.

المادة (١٠)

أولاً: تبت الهيئة بطلب الحصول على الإجازة خلال (٣٠) ثلاثين يوماً من تاريخ تقديمه.

ثانياً: يعد عدم الرد على الطلب خلال المدة المنصوص عليها في البند (أولاً) من هذه المادة مقبولاً.

ثالثاً: لمن رفض طلبه الطعن بقرار الرفض أمام محكمة القضاء الإداري وفقاً للقانون.

المادة (١١): يتولى إدارة المدينة الصناعية شخص طبيعي أو معنوي ويمارس المهام الآتية:

أولاً: الإشراف على الأنشطة اليومية للمدينة الصناعية وتقديم الخدمات فيها.

ثانياً: تشغيل ومتابعة تنفيذ أنشطة تصميم وصيانة وتطوير المدينة الصناعية والترويج لها.

ثالثاً: توفير المرافق والخدمات داخل المدينة الصناعية بالتنسيق مع الهيئة والجهات ذات العلاقة وفقاً للقانون.

رابعاً: التعاقد مع الغير لغرض إدارة وصيانة وخدمة المدينة الصناعية.

خامساً: تحصيل أجور الخدمات المقدمة في المدينة الصناعية.

ب. عند عدم الاستجابة بإزالة المخالفة بعد استنفاد الإجراءات المنصوص عليها في (١) و(٢) من الفقرة (أ) من هذا البند فللهيئة سحب الإجازة من تاريخ تحقق المخالفة مع احتفاظ الغير بحقه في المطالبة بالتعويض تجاه المطور عن الضرر الذي سببه له من جراء المخالفة دون الإخلال بأي عقوبات أخرى.

المادة (١٣)

لهيئة المدن الصناعية سحب الإجازة في حال عدم التزام المطور بتنفيذ العقد على وفق الشروط والمدة الزمنية المحددة فيه.

المادة (١٤) يلتزم مطور ومدير المدينة الصناعية بما يأتي:

أولاً: إنشاء المدينة الصناعية، والمباشرة بالتشغيل داخلها، وتطوير الأصول الثابتة فيها للترويج لنمو اقتصادي فاعل فيها.

ثانياً: إعداد وتحديث خطة تطوير المدينة الصناعية بما يتفق مع الوثائق الفنية الملحقة مع طلب الإجازة.

ثالثاً: تشييد الأصول الثابتة داخل المدينة الصناعية بما في ذلك البنى التحتية وفقاً للإجازة الصادرة، والإشراف على تطوير البنية التحتية خارج المدينة الصناعية بالتنسيق مع المؤسسات المعنية.

رابعاً: تقديم تقرير نصف سنوي إلى الهيئة يتضمن ما يأتي:

أ. الاستثمارات المقامة في المدينة خلال السنة الماضية، والاستثمارات المتوقعة خلال السنة القادمة.

ب. الأراضي التي تم تطويرها ضمن المدن الصناعية وجميع الأصول الثابتة المقامة فيها.

ج. أي معلومات أخرى تجد الهيئة ضرورة تقديمها.

خامساً: الامتثال لمتطلبات الأداء المحددة بموجب الإجازة الصادرة والعقود المبرمة مع الهيئة بهذا الشأن.

سادساً: التدريب الفني للعاملين العراقيين وفقاً للعقود المبرمة مع الهيئة بهذا الشأن.

سادساً: تشغيل الأيدي العاملة المحلية والأجنبية وفقاً للقانون.

سابعاً: تحويل رؤوس الأموال وعوائدها داخل العراق وخارجه وفقاً للقانون وتعليمات البنك المركزي العراقي إذا كان مدير المدينة أجنبياً.

ثامناً: المحافظة على موجودات المدينة الصناعية وصيانتها.

تاسعاً: وضع جدول بالأجور التي يتقاضاها لقاء الخدمات المقدمة وتحصيلها بما يتفق مع استراتيجية الهيئة.

عاشراً: تقديم الخدمات داخل المدينة الصناعية لتشجيع الأنشطة التشغيلية فيها.

حادي عشر: الترويج للمدينة الصناعية داخل العراق وخارجه.

المادة (١٢) تسحب الهيئة الإجازة في إحدى الحالات الآتية:

أولاً: إعلان المطور أو مدير المدينة الصناعية إفلاسه.

ثانياً: عدم المباشرة بإنشاء أو تطوير المدينة خلال سنة واحدة من تاريخ توقيع العقد بدون عذر مشروع.

ثالثاً: في حال تلاكؤ المطور أو مدير المدينة أو عدم إنشائه أو تطويره للمدينة بشكل فعلي خلال (٣) ثلاث سنوات من تاريخ توقيع العقد.

رابعاً: الإدلاء بمعلومات غير صحيحة أو مضللة أو استخدام أساليب غير مشروعة يترتب عليها الحصول على أي امتياز أو منفعة وفقاً لأحكام هذا القانون.

خامساً: مخالفة أحكام هذا القانون وفي هذه الحالة على الهيئة إتباع الإجراءات الآتية:

أ. ١. توجيه إنذار بإزالة المخالفة أو البدء في تنفيذ المشروع خلال المدة التي تحددها الهيئة .

٢. عند عدم إزالة المخالفة خلال المدة المحددة من الهيئة فيتم توجيه إنذار نهائي لمدة (٣٠) ثلاثين يوماً من تاريخ الإنذار وبانتهائها تفرض غرامة تأخيرية تتناسب ومقدار مدة التفاوت الزمني على أن لا يزيد المجموع التراكمي على (١٠٪) عشرة من المائة من كلفة المشروع.



المادة (١٥) يتمتع مطور ومدير المدينة الصناعية بما يأتي:

أولاً: حق استئجار وتأجير العقارات في المدينة الصناعية أو المساحة عليها لمدة لا تزيد على (٥٠) خمسين سنة قابلة للتجديد مرة واحدة. **ثانياً:** إبرام العقود مع الغير لغرض تطوير وتوفير خدمات المدينة الصناعية بما في ذلك البنى التحتية داخل المدينة الصناعية وبشروط تفضيلية.

ثالثاً: تحصيل اجور الخدمات المقدمة خلال انشاء المدينة الصناعية.

رابعاً: تحويل الاموال وفقاً لتعليمات البنك المركزي العراقي الصادرة بهذا الشأن بالنسبة للمطور الاجنبي.

خامساً: تشغيل الأيدي العاملة المحلية والأجنبية وفقاً للقانون.

المادة (١٦) تضمن الهيئة ما يأتي:

أولاً: عدم التمييز في المعاملة بين المطور أو المدير العراقي للمدينة الصناعية والمطور أو المدير الأجنبي لها.

ثانياً: حماية الملكية الخاصة والأصول الثابتة والاستثمارات المتعلقة بالمدينة الصناعية.

المادة (١٧): تخضع المنازعات الناشئة عن تطبيق هذا القانون إلى القانون العراقي وولاية القضاء العراقي، ويجوز الاتفاق مع المطور على اللجوء إلى التحكيم التجاري (الوطني أو الدولي) وفق اتفاق يبرم بين الطرفين يحدد بموجبه إجراءات التحكيم وجهته والقانون الواجب التطبيق.

المادة (١٨)

أولاً: تسري الإعفاءات الكمركية والضريبية المنصوص عليها في قانون الاستثمار رقم (١٣) لسنة ٢٠٠٦، أو في قانون الاستثمار الصناعي للقطاعين الخاص والمختلط رقم (٢٠) لسنة ١٩٩٨، على جميع الأنشطة

الاقتصادية المجازة في المدينة الصناعية.

ثانياً: على وزارة النفط تزويد المشمولين بأحكام المادة (٣/أولاً) من هذا القانون والحاصلين على اجازة التنمية الصناعية الاتحادية في محافظات جمهورية العراق كافة واقليم كردستان بالمشقتات النفطية وبالسعر الرسمي السائد وحصرها لاستخدامات المشروع الصناعي.

ثالثاً: على وزارة الكهرباء تزويد المشمولين بأحكام المادة (٣/أولاً) من هذا القانون والحاصلين على اجازة التنمية الصناعية الاتحادية في محافظات جمهورية العراق كافة واقليم كردستان بالطاقة الكهربائية وبسعر مدعوم وحصرها لاستخدامات المشروع الصناعي.

المادة (١٩): تخضع حسابات الهيئة إلى رقابة وتدقيق ديوان الرقابة المالية الاتحادية.

المادة (٢٠)

أولاً: يجوز إصدار أنظمة لتسهيل تنفيذ أحكام هذا القانون.

ثانياً: أ. تحدد تشكيلات الهيئة ومهامها بنظام داخلي يصدره الوزير. ب. يصدر الوزير تعليمات لتسهيل تنفيذ أحكام هذا القانون.

المادة (٢١): ينفذ هذا القانون من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.

الأسباب الموجبة

لغرض تنظيم إنشاء وتطوير وإدارة وتشغيل المدن الصناعية وصيانتها وفقاً لتجارب معاصرة وبهدف تشجيع وتوسيع الاستثمار الخاص وتعزيز قدرات الاقتصاد الوطني وجذب الاستثمارات الأجنبية وخلق فرص العمل وتحقيق التنمية المستدامة، شرع هذا القانون .





أفكار لتحسين العمليات اللوجستية في الشركة العامة لتجارة الحبوب في نينوى

عمر علي عيادة

معاون مدير / وزارة التجارة

أ.د.ميسر إبراهيم أحمد الجبوري

كلية الادارة والاقتصاد/ جامعة الموصل

تهديد

تهدف المقالة إلى التعرف على آليات تحسين العمليات اللوجستية من خلال تشخيص الهدر المرتبط بأنشطة النقل، التخزين، تدفق المعلومات والاتصالات، ونشاط خدمة الزبائن، مع تحديد مجالات تجاوزه في الشركة العامة لتجارة الحبوب فرع نينوى.

أولاً: تحسين العمليات اللوجستية

من الضروري استخدام المنظمة لمواردها وإمكاناتها المتاحة بكفاءة، مع تقديم المزايا لمنتجاتها بصورة أفضل من خلال حذف الأنشطة التي لا تضيف قيمة في العمليات اللوجستية في ظل ما تواجهها منظماتنا من تقشف وقلة تخصيصات.

ولأن من أولويات الحكومة في الوقت الحاضر وعلى نطاق الخدمات السعي إلى تحقيق كفاءة عالية في المنظمات الحكومية بالتوصية لحذف أي نشاط لا يضيف قيمة خصوصاً في المنظمات التي تمس قوت المواطن العراقي ومنها وزارة التجارة وتحديداً الشركة العامة لتجارة الحبوب المسؤولة عن توفير أهم مفردة من مفردات البطاقة التموينية وهي الطحين.

على المستوى الأكاديمي قدمت محاولات عديدة لدراسة الموضوع، فقد قدم كل من Ltifi & Gharbi, ٢٠١٥ دراسة بعنوان أثر الأداء اللوجستي في متاجر التجزئة في إسعاد رضا المستهلكين. توصلت الدراسة إلى أن أداء التجزئة في مجال الخدمات اللوجستية يؤثر بشكل إيجابي وكبير على السعادة والرضا الزبون. فيما اشارت دراستي Civelek, ٢٠١٥ و Sulyová & Koman, ٢٠٢٠ إلى مؤشر الأداء اللوجستي لغرض الاهتمام

بالأساليب والتقنيات الإدارية الحديثة في تطبيق فلسفة التحسين المستمر لعمليات اللوجستك، لما لذلك من دور بارز في تعزيز القدرات التنافسية للشركات وما ينعكس من تحقيق لأهدافها في البقاء والنمو والاستمرار، وحاولت الدراسات الربط بين تحسين العمليات اللوجستية وتعزيز القدرة التنافسية، وتم تصميم نموذج يستند على التفاهة قلل من كلف التشغيل بنسبة تصل إلى ٢٠٪، وزيادة القيمة المضافة للزبون، مع القدرة على جمع البيانات في الوقت الفعلي لدعم الإدارة وصنع القرار على المستويات التشغيلية والتكتيكية والاستراتيجية.

تاريخياً، ارتبطت العمليات اللوجستية بالرغبة بالبقاء على قيد الحياة من خلال تأمين الاحتياجات الأساسية (من الماء والغذاء والأمن والتدفئة وغيرها من الضروريات) مما اضطر الناس للتعامل مع بعض الأنشطة اللوجستية مثل النقل أو التخزين. ومع تطور الحضارة البشرية والاختراعات التكنولوجية، حدثت فوائض من الغذاء وتم اختراع طرق معالجة جديدة للمواد، مما أدى إلى تسريع استخدام الأنشطة اللوجستية في الجيش والبناء (مثل بناء الأهرامات) والأعمال البلدية (مثل أنظمة الري)، لذا يرتبط التطور بالعمليات اللوجستية ارتباطاً وثيقاً بتطور التقنيات والاختراعات التي مكّنت من تحقيق التنمية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والعسكرية وتطوير النقل.

هدر لا يمكن تقليله دون خلق هدر آخر). كما اشار كل من Chaudhari & Raut في دراستهم التي تحمل عنوان التخلص من الهدر الى ضرورة استخدام تقنيات التصنيع الخالية من الهدر في تقليل الهدر. في حين توجهت دراسة Sangwa & Sangwan وعنوانها التطبيق المستمر لتحسين المرونة وحاولت تقديم مفهوم التحسين المستمر (كايزن) لتعزيز الإنتاجية وموازنة وكفاءة الخطوط.

لقد ميزت شركة TOYOTA بين ثلاثة انواع للهدر وهي:

١. Muri: يُعرّف على أنه العبء غير المعقول للمشغلين أو المعدات. وهو يتعلق بحالة إجهاد جسدية أو نفسية ملموسة. ومن الأمثلة عليها تتضمن الانحناء في العمل، ورفع أوزان ثقيلة، أو تكرار الإجراءات العقلية والبدنية المتعبة.

٢. Mura: تحدد الاستخدام غير المنتظم لشخص أو آلة. وتظهر عند حدوث تقلبات في العملية، والتي يجب تقليلها أو القضاء عليها في أي مورد ذي قيمة مضافة (على سبيل المثال مشغل، أداة، روبوت، كمبيوتر)، وترتبط تقلبات العمليات بعدم استقرارها، وبالتالي تخلق الظروف التي تولد فترات انتظار وقوائم انتظار. جنباً إلى جنب مع الاستخدام المفرط لواحد أو أكثر من موارد الإنتاج المعنية في أوقات ومراحل محددة.

٣. Muda: يشمل أي نشاط يستهلك الموارد دون خلق قيمة، ويغطي سبعة أنواع متميزة من الهدر هي: (١) العيوب، (٢) الإفراط في الإنتاج، (٣) الانتظار، (٤) النقل، (٥) المخزون، (٦) الحركة، (٧) الإفراط في المعالجة. كما ظهر مؤخراً نوع ثامن من الهدر وهو عدم الاستفادة من المواهب.

إن النتائج الملموسة للحد من الهدر تنعكس فيه:

١. تقليل فترات الانتظار.
٢. تحقيق توزيع مدروس للأحمال على الطاقات البشرية المتاحة والطاقة التصميمية للمعدات والمساحات المخزنية المتاحة.
٣. زيادة الأنشطة اللوجستية التي تضيف قيمة على حساب الأنشطة اللوجستية التي لا تضيف قيمة.
٤. كفاءة عمليات النقل والتخزين.
٥. جودة الفحوصات وانسيابية المعلومات ودقتها.
٦. رضا الزبون (أصحاب المطاحن) من خلال جودة حنطة ملائمة.

ثالثاً: نبذة تعريفية مختصرة عن الشركة العامة لتجارة الحبوب:

هي شركة حكومية عراقية تأسست سنة ١٩٣٩ بموجب القانون رقم (٣٢) وكانت تؤدي واجبات لا تتعدى نشره الاسعار والمعلومات المتيسرة عن الحبوب، وبموجب القانون رقم (١٩٩) لسنة ١٩٦٩ أصبحت إحدى تشكيلات المؤسسة العامة للحبوب وقد تطورت مهام وواجبات الشركة خاصة بعد صدور قرار مجلس تنظيم التجارة المرقم ١٩٠٢٠٢ لعام ١٩٧٣ والخاصة بحصر وتسويق الحبوب (الحنطة، الشعير، الشلب) بهذه الشركة، وفي عام ١٩٨٧ تم إلغاء المؤسسة لترتبط الشركة بوزارة التجارة، وفي عام ١٩٨٨ أصبح اسمها الشركة العامة لتجارة وتصنيع الحبوب بموجب القرار المرقم ٧٠٢ في ١٩٨٨/١٢/٢٨ وبعدها تم شطرها الى شركتين بموجب القرار المرقم ٣١٧ في ١٩٩٠/١٢/١٢ وأصبح اسمها بموجب القانون رقم ٥٢

يلخص مفهوم اللوجستك بالحاجة الى نقل البضائع والسلع من مكانها الأصلي إلى مكان استهلاكها أو مكان استخدامها لسد الفجوة للفترة الزمنية بين الإنتاج والاستهلاك. كما يرتبط مفهوم اللوجستيات بين العمليات الحاسمة لتلبية طلبات الزبائن لذا زاد الاهتمام بالعمليات اللوجستية كنشاط تجاري أساسي من قبل الشركات.

لذا تنبثق أهمية العمليات اللوجستية من سعي الشركات إلى تحقيق الأرباح ومعدلات النمو والاحتفاظ بالزبائن الحاليين وكسب زبائن جدد، حيث تواجه الشركات صعوبة في تحقيق ذلك بسبب تزايد حدة المنافسة المحلية والدولية، والأسواق المشبعة بالمنتجات، واللوائح الحكومية.

ان مديري العمليات اللوجستية لديهم هدفان رئيسيان هما:

١. نقل المواد إلى داخل وخارج المنظمة بأكبر قدر ممكن من الكفاءة.
 ٢. المساهمة في التدفق الفعال عبر سلسلة التجهيز بأكملها.
- مع ملاحظة أن الهدف العام للعمليات اللوجستية هو تحقيق رضا عالي لدى الزبائن من خلال خدمة عالية الجودة بكلفة منخفضة أو مقبولة.

ثانياً: الهدر وأشكاله

يتمحور مفهوم «Lean» ضمن نظام إنتاج Toyota حول التخلص من الهدر وزيادة التدفق في جميع العمليات مع تقليل المخزون، في النهاية زيادة سرعة سلسلة التجهيز وتدفعه. لذا فإن التخلص من الهدر هو المبدأ الأساسي للمنظمات، ويمكن أن يشمل ذلك أيًا مما يأتي:

١. المواد: تحاول تجنّب المواد الخام الزائدة والخردة.
٢. المخزون: تحافظ على التدفق المستمر إلى الزبون وعدم وجود مواد راكدة.
٣. الإنتاج الزائد: القيام بإنتاج الكمية التي يحتاجها الزبائن بالضبط، وعند الحاجة إليها.
٤. العاملين: التخلص من التنقل غير المبرر للعاملين.
٥. التعقيد: تحاول حل المشكلات بالطريقة غير المعقدة بدلاً من الطريقة المعقدة. تميل الحلول المعقدة إلى إنتاج المزيد من الهدر ويصعب على الأشخاص إدارتها.
٦. الطاقة: استخدام المعدات والأفراد بأكثر الطرق إنتاجية. تجنب المعدات غير المنتجة.
٧. المساحة: إعادة تنظيم المعدات والأفراد ومحطات العمل للحصول على مساحة أفضل.
٨. العيوب: بذل كل الجهود لإزالة العيوب.

٩. النقل: التخلص من نقل المواد والمعلومات التي لا تضيف قيمة للمنتج والخدمة.

١٠. الوقت: تجنب عمليات الإعداد الطويلة، والتأخير، ووقت تعطل الآلات غير المتوقع.

١١. الحركة غير الضرورية: تجنب الانحناء المفرط أو الشد على نحو متكرر. على المستوى الأكاديمي قدم كل من Thürrer & Stevenson دراسة حول معنى الهدر وحددوا نوعين مختلفين من الهدر هما الهدر الواضح (أي هدر يمكن تقليله دون خلق شكل آخر من الهدر) والهدر غير الواضح (أي

لسنة ١٩٩٠ الشركة العامة لتجارة الحبوب.

رابعاً: نتائج تحسين العمليات اللوجستية واشكال الهدر

يلخص الجدول التالي نتائج استمارة الفحص الخاصة بتحديد نسب المطابقة والفجوات الخاصة بالهدر لكل بعد من أبعاد العمليات.

جدول نتائج تحسين العمليات اللوجستية في ضوء (3M)

مقدار الفجوة	نسبة المطابقة	الانشطة	
٥٠ %	٥٠ %	النقل	Muri
٢٩ %	٧١ %	التخزين	
٥٠ %	٥٠ %	تدفق المعلومات والاتصالات	
٤٣ %	٥٧ %	خدمة الزبائن	
٤٣ %	٥٧ %	المؤشر الكلي (Muri)	
٦٢,٥ %	٣٧,٥ %	النقل	Mura
٥٠ %	٥٠ %	التخزين	
٧٥ %	٢٥ %	تدفق المعلومات والاتصالات	
٣٠ %	٧٠ %	خدمة الزبائن	
٥٤,٣٧٥ %	٤٥,٦٢٥ %	المؤشر الكلي (Mura)	
٢٧,٨ %	٧٢,٢ %	النقل	Muda
٢١,٥ %	٧٨,٥ %	التخزين	
٦٠ %	٤٠ %	تدفق المعلومات والاتصالات	
٥٠ %	٥٠ %	خدمة الزبائن	
٣٩,٨٢٥ %	٦٠,١٧٥ %	المؤشر الكلي (Muda)	
٤٥,٧٣٣ %	٥٤,٢٦٦ %	المؤشر العام (3M)	

المصدر : من اعداد الباحثان استنادا الى نتائج استمارة الفحص

بموجب أعلاه يمكن تأشير النتائج الآتية:

- النشاط اللوجستي الذي يعاني من التباين وعدم التوازن هو نشاط تدفق المعلومات والاتصالات، وهو أيضاً أكثر نشاط لا يضيف قيمة في الشركة.
- أكبر نسب الهدر كانت من نصيب نشاطي النقل وتدفق المعلومات والاتصالات.
- يؤثر ذلك ضعف توفير أجهزة متقدمة من حواسيب، برامج، خطوط انترنت فائق السرعة (صوتي) تتعاطي مع المعلومات الواردة.
- العبء الزائد Muri
 - عدم الاهتمام بمبادئ الهندسة البشرية من خلال توفير معدات متقدمة لتقليل العبء الزائد على الموظف ساحبي النماذج (المشغلين).
 - قلة عدد موظفي الفحص المختبري في كل سايلو او ساحة خزنية فهو لا يتناسب مع حجم الكميات المستلمة.
 - عدم تأهيل سايلو ربيعة والبعا والتعويض عن ذلك باستئجار ساحات خزنية لا تحافظ على جودة الحنطة وتسبب بزيادة الكلف.
- عدم التوازن (التباين) Mura
 - عدم القدرة على معالجة الزخم في فترات التسويق لتحقيق التدفق

٣. توفير اجهزة حديثة لتسريع انجاز اجراءات العمل الخاصة باستلام محصول الحنطة او تجهيزها لقسم الحاسبة.
٤. تخصيص غرف لوحات الحاسبة تحتوي على اكثر من شبك لتسهيل اجراءات استقبال الزبائن مع غرف استراحة لأهمية هذه الوحدات في تقديم الخدمات لكل الوحدات وادارة الشركة والمزارعين والمطاحن.
٥. انشاء أبراج إضافية خاصة بسحب النماذج لتسريع عملية سحب النماذج في كل موقع من مواقع الاستلام.
٦. ضرورة الحيلولة دون تدني مستويات الحنطة المجهزة الى المطاحن والعمل على اعادة تأهيل معامل الغربلة في كل موقع من مواقع الشركة.
٧. اعادة الترتيب الداخلي للأقسام بما يخدم الاجراءات المتابعة في عمليات التسليم والاستلام لمحصول الحنطة.
٨. العمل على تأهيل سايلو بعاج وربيعة كونهم خارج الخدمة بسبب العمليات العسكرية لغرض خدمة الزبائن في تلك المناطق.

- تتم عمليات التحميل والتفريغ من خلال معدات (جرافات) لا تراعي تجنب الهدر وتؤدي الى سحق وطحن واتلاف الحبوب أسفل الاطارات اثناء الحركة.
 - ظهر هدر في عمليات مناقلة الحنطة الفائضة الى المحافظات الاخرى حيث لا يتم المناقلة بشكل مباشر للمطاحن وانما للسايلاوات.
 - تصميم المخازن (البنابر) والمساطر غير النجدي بما يسبب هدر وتلف للحنطة.
- خامساً: المقترحات**
١. ضرورة البدء باجراءات تحسين العمليات اللوجستية بنشاطي النقل وتدفق المعلومات والاتصالات، ثم معالجة حالات الهدر في نشاطي (التخزين، خدمة الزبائن).
 ٢. الانتقال الى استخدام الاجهزة الكهربائية بدل السحب اليدوي الخاص بسحب النماذج.





الفرص المتاحة امام العراق في منظمة التجارة العالمية في ضوء المبادئ والاتفاقيات والاستثناءات

أ.م.د. عمار محمود الربيعي

جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد

لقد قام العراق بتقديم طلب الى سكرتارية منظمة التجارة العالمية يطلب فيها السماح له بالانضمام الى المنظمة في عام ٢٠٠٤ وذلك بعد التغيير السياسي الذي حصل في العراق من النظام الشمولي الى نظام ديمقراطي، وكان في السياق نفسه ان تغير نهج الدولة في ادارة الاقتصاد والتحول به من نظام اشتراكي محكوم بتوجهات فلسفة الدولة الشمولية الى نظام حر محكوم بأسس اقتصاد السوق. وانطلاقا من هذه النظرة والتماس الجانب العراقي، تم دراسة الطلب من قبل سكرتارية منظمة التجارة العالمية واعطاء العراق صفة عضو مراقب منذ ذلك الحين. ان اوضاع العراق الامنية والسياسية غير المؤاتية وما انسحب ذلك على شؤونه الاقتصادية والمالية والتشريعية ما حال ذلك من قدرة العراق على الاستعداد للانضمام بشكل كامل الى المنظمة حتى الوقت الحاضر من خلال التهيئة لبيئة اقتصادية سليمة وفق اسس اقتصاد السوق القائم اساسا على نشاط القطاع الخاص

تهدف منظمة التجارة العالمية WTO الى توفير إطار دولي متكامل لتسيير التجارة الدولية بشكل انسيابي بعيدا عن كل اشكال العوائق والقيود التي تقف في طريقها سواء كانت تعريفية او كمية منذ ان كانت في رحم الاتفاقية العامة للتعريف والتجارة GATT التي انشأت في اعقاب الحرب العالمية الثانية عام ١٩٤٧، حيث استمرت بالعمل من خلال ثماني جولات للمفاوضات التجارية، توجت في جولة ارغواي الاخيرة بأ إنشاء منظمة التجارة العالمية ودخلت حيز النفاذ في ١/١/١٩٩٥. وقد جاءت المنظمة بعد هذا المسير، من الايمان بأن التجارة هي المحرك الاساس للنمو الاقتصادي العالمي، والذي يتضمن حرية حركة وانتقال السلع والخدمات وعوامل الانتاج من عمل ورأس مال دوليا من دون حواجز، ما يؤدي الى تقسيم دولي للعمل بالطريقة التي يدعم فيها المزايا النسبية للدول ويعظم من الكفاءة الاقتصادية في التخصيص الامثل للموارد على المستوى العالمي.

في السلع المصنعة، حيث يهدف الاتفاق الى الغاء القيود الكمية وتخفيض التعريفات الجمركية ما بين الدول الاعضاء والذي يؤدي بدوره الى تحسين الوصول الى الاسواق، ويأتي هذا الامر من خلال عمل جداول التنازلات الوطنية التي تقدمها الدول على استيراداتها من خلال التفاوض حولها وهو ما يسمى بالربط الجمركي. وقد اسفر عن الاتفاقية اجراء تخفيض في التعريفات الجمركية على واردات الدول الصناعية بنسبة ٣٨٪، اما الدول النامية فقد خفضت تعريفاتها على وارداتها بنسبة ٢٠٪.

٢- اتفاق التجارة في المنتجات الزراعية، حيث تضمن هذا الاتفاق على ثلاث قضايا اساسية وهي تسهيل الوصول الى الاسواق من خلال تحويل القيود غير التعريفية الى قيود تعريفية من جانب وتخفيض عام للتعريفات وصل الى ٣٦٪ للدول الصناعية و ٢٤٪ للدول النامية من جانب اخر، تخفيض الدعم المحلي الذي تقدمه الحكومات في الدول الاعضاء للمنتجين الزراعيين فيها، حضر دعم الصادرات الزراعية منذ تاريخ نفاذ عمل المنظمة وتخفيض اعانات التصدير القائمة بنسبة ٣٦٪ من اجمالي قيمة الدعم للصادرات وبنسبة ٢١٪ من كمية الصادرات الخاضعة للدعم خلال ست سنوات للدول المتقدمة وعشر سنوات للدول النامية اما الدول الاقل نموا فليس مطلوب منها اجراء أي تخفيض للدعم فيها.

٣- اتفاق تدابير الاستثمار ذات الصلة بالتجارة، ووفقا لهذا الاتفاق فانه يمنع على الدول الاعضاء ان تضع في تشريعاتها شروطا تحد من حرية الاستثمارات التي تود ممارسة نشاطها داخل اراضي أي دولة عضو. اذ ان هذه الاجراءات سوف تكون متناقضة مع مبادئ منظمة التجارة العالمية. ومن هذه الاجراءات الممنوعة والتي تعيق عمل الاستثمارات الاجنبية ان تقوم الحكومات بإجبار المستثمر الاجنبي ان يستخدم مدخلات محلية بكمية معينة او بقيمة معينة، او ان يعادل المستثمر استيراداته من المواد الأولية والوسيلة بكمية من الصادرات.

٤- اتفاق الدعم والاجراءات المضادة، وهو عبارة عن قيام الحكومات بتقديم مجموعة من المزايا للمنتجين المحليين بهدف تعزيز قدرتهم التنافسية، وهو بهذا الشكل يعتبر ممارسة غير نزيهة ومشوهة للتجارة الدولية. وهناك ثلاث انواع من الدعم استنادا الى منظمة التجارة العالمية هي الدعم المحظور الانتقائي لسلعة معينة والذي يستدعي اتخاذ اجراءات مضادة، والدعم المسموح به ذي الصفة العامة غير الانتقائي مثل دعم مراكز الابحاث على ان لا يتجاوز الدعم أكثر من ٧٥٪ من تكلفة البحوث و ٢٠٪ من تكاليف التطوير، والدعم المسموح به في حدود إذا لم يكن له اثار ضارة على بقية الدول الاعضاء مثل اعاقا انسيابية صادراتها.

٥- اتفاق مكافحة الاغراق، اذ تحدث حالة الاغراق السلعي حينما تقوم دولة معينة ببيع سلعة في السوق الخارجي بسعر يقل عن تكلفة الانتاج، او يقل عن سعر بيع نفس السلعة في السوق المحلي، او يقل عن السعر العالمي المتعارف عليه عالميا. ويعتبر الاغراق ممارسة تجارية غير نزيهة لانها تقوم بتشويه التجارة وحرفها عن مسارها الصحيح. واستنادا الى منظمة التجارة العالمية فان ممارسة الاغراق امر ممنوع، وإذا حصل ينبغي على الدولة المتضررة اثبات حصوله ومن ثم مكافحته من خلال فرض رسوم

المبادر والنشيط لكي يساهم مساهمة فاعلة في تعزيز القدرة الانتاجية والتنافسية الوطنية وينصهر في بيئة عالمية قائمة على الابتكار والتجديد، هذا فضلا عن ضعف وقلة التشريعات القانونية التي ينبغي اقرارها اتساقا مع متطلبات الانضمام الى المنظمة العالمية من مثل قوانين حماية حقوق الملكية الفكرية، والاستثمار، والخدمات، والتجارة في السلع الصناعية والزراعية، والتحكيم التجاري. تبحث هذه الورقة في الفرص التي يمكن للعراق الاستفادة منها من خلال سعيه للانضمام الى منظمة التجارة العالمية من ناحية وكذلك اثناء العمل داخل المنظمة بعضوية كاملة من ناحية ثانية وذلك من خلال عرض الامر وفق مجموعة من الفقرات:

اولا: مبادئ منظمة التجارة العالمية

توجد هناك مجموعة من المبادئ الهادية للعمل في إطار منظمة التجارة العالمية وهي:

١- مبدأ الدولة الاولى بالرعاية، ووفقا لهذا المبدأ فإن أي ميزة تجارية يمنحها طرف عضو في المنظمة، فان هذه الميزة ينبغي ان تعمم على كل الدول الاعضاء في المنظمة بشكل مباشر من دون ان يتم اخطار العضو او اخطار سكرتارية المنظمة.

٢- مبدأ المعاملة الوطنية، هذا المبدأ يعني ان تقوم الدولة العضو في المنظمة بمعاملة السلع وعوامل الانتاج من عمل او رأس مال بنفس معاملة السلع والخدمات وعوامل الانتاج الوطنية من دون تمييز او محاباة بأي طريقة معينة.

٣- مبدأ التخفيضات الجمركية المتبادلة، ومن خلال هذا المبدأ يستمر الاعضاء بشكل دائم التفاوض على تخفيض التعريفات فيما بينهم استنادا الى جداول التعريفات المقدم من قبل كل دولة على سلعتها المستوردة. وهذا الامر يشكل امتدادا للتخفيضات التي تم العمل بها في بداية تأسيس المنظمة والهدف هو الوصول الى مزيد من تحرير التجارة الدولية لتعزيز النمو الاقتصادي العالمي.

٤- مبدأ الشفافية، هذا المبدأ يعني ان يتم التخلي عن كل القيود الكمية التي تفرض على حركة التجارة الدولية من قبل الاعضاء، بالمقابل يتم فقط الاستناد على التعريفات الجمركية كناظم للاستيرادات والصادرات، من جانب اخر، فإن الشفافية تضع الالتزام على كافة الاعضاء بنشر كافة الاجراءات التي يرومون تطبيقها بشأن التجارة الخارجية ما يتيح ذلك لأعضاء المنظمة للعمل في وسط خالي من الغموض وعدم اليقين.

٥- مبدأ الالتزام، اذ على كل بلد يروم الانضمام الى منظمة التجارة العالمية ان يأخذ بجميع اتفاقات ومبادئ المنظمة دون ان ينتقي لاتفاقية او مبدأ معين على اتفاقية ومبدأ آخر.

٦- مبدأ المفاوضات التجارية، حيث ان كل المشاكل والمعوقات التجارية التي تحصل او قد تحصل ينبغي حلها ابتداءً من خلال المفاوضات التجارية على اساس ثنائي او جماعي.

ثانيا: اتفاقات منظمة التجارة العالمية

توجد مجموعة من الاتفاقيات في منظمة التجارة العالمية تخص التجارة في السلع، والخدمات، وحقوق الملكية الفكرية وكما يأتي: ١- اتفاق التجارة

على السلع المغرقة بمقدار هامش الاغراق.

٦- اتفاق التجارة في الخدمات، وفقا لهذا الاتفاق هناك اربعة اساليب للتجارة في الخدمات هي التجارة عبر الحدود وفيها تنتقل الخدمة من خلال انتقال المنتج او المستهلك، والاستهلاك في الخارج والتي تحصل حين انتقال المستهلك الى الخارج لتلقيها، والتمثيل التجاري ويحصل ذلك من خلال الاستثمار الاجنبي المباشر مثل انشاء البنوك الاجنبية وشركات التأمين، وانتقال الاشخاص الطبيعيين مثل الخدمات التي يقدمها الاطباء الاجانب والمعماريين. واستنادا لهذا الاتفاق تقوم كل دولة بتحديد قطاعاتها الخدمية التي تريد ان تحررها امام الاعضاء الاخرين من خلال النفاذ الى الاسواق والمعاملة الوطنية وقضايا تتصل بتعهدات اضافية يتم التفاوض عليها.

٧- اتفاق حقوق الملكية الفكرية ذي الصلة بالتجارة، ان اتفاق حماية حقوق الملكية الفكرية ذات الصلة بالتجارة يمثل الملحق رقم (أ-ج) من ملاحق انشاء منظمة التجارة العالمية WTO. وقد وضع هذا الاتفاق بهدف تحقيق غرض معلن وهو تحرير التجارة العالمية من خلال التخلص من العراقيل التي تواجه التجارة العالمية مع الاخذ بنظر الاعتبار تشجيع الحماية الفعالة والملائمة للحقوق الخاصة بالملكية الفكرية، وضمان ان لا تكون الاجراءات والتدابير التي يتم اتخاذها في سبيل حماية حقوق الملكية الفكرية حواجز في حد ذاتها من خلال اعاققتها للتجارة المشروعة. وتهدف الاتفاقية الى تحقيق عدة امور هي:

١-٣- تشجيع روح الابتكار التكنولوجي والبحث والتطوير.

٢-٣- نقل وتعميم التكنولوجيا في ظل مشروعية حماية دولية.

٣-٣- اقامة التوازن في الحقوق والواجبات بين المنتجين والمستخدمين للمعرفة التكنولوجية.

وتتنوع صور الملكية الفكرية الى براءات الاختراع، حقوق التأليف، العلامات التجارية، المؤشرات الجغرافية، التصميمات الصناعية، تصميمات الدوائر المتكاملة، الاسرار التجارية.

ثالثا: الفرص المتاحة للعراق في الانضمام

١- وفقا لمبدأ الدولة الاولى بالرعاية فان العراق يستفيد من المزايا التجارية الممنوحة وعدم تمييزه في المعاملات التجارية، كما يمكن للعراق ان يتمتع بالاستثناءات الموجودة في هذا المبدأ، حيث يمكنه الدخول في ترتيبات مناطق التجارة الحرة والاتحادات الجمركية في تنسيق اقليمي او اقتصادي تنخفض فيه التعريفات الجمركية، كما يمكن الافادة من (شرط التمكين) enabling clause والذي يتم من خلاله ان تمنح البلدان المتقدمة للبلدان النامية معاملة تمييزية او تفضيلية في قضايا تعريفية وغير تعريفية. وهناك استثناء يتعلق بإمكانية العراق حماية صناعاته الوليدة من المنافسة الاجنبية حتى تقوى على المنافسة، كما يمكن ايضا ان يضع العراق بعض السماحات لترتيبات تجارية مع الدول المجاورة كاستثناء من مبدأ الدولة الاولى بالرعاية من خلال تحقيق هدف تيسير التجارة عبر الحدود. كما يمكن للعراق ان يفرض قيود على واردات وصادرات لدولة معينة إذا كانت لا تتفق مع اعتباراته الامنية، وهذا كله يأتي كاستثناءات على مبدأ الدولة

الاولى بالرعاية.

٢- من خلال مبدأ المعاملة الوطنية، يستفيد العراق في تسويق سلعه وخدماته في الاسواق الدولية من دون ان يتم معاملتها بمعاملة تمييزية، فضلا عن امكانية استفادة الحكومة، كاستثناء في الاتفاق، بمعاملة السلع الوطنية معاملة خاصة شرط ان تكون كمشتريات حكومية استهلاكية وليس بغرض المتاجرة.

٣- وفقا لمبدأ الشفافية في منظمة التجارة العالمية فإنه يحضر استخدام القيود غير التعريفية على التجارة الدولية، كذلك ينبغي نشر جميع الوثائق الخاصة بكل دولة من اجل تعميمها على بقية الاعضاء. وفي هذا السبيل فان العراق يستفيد من نشر معلومات المتعلقة بالإجراءات التجارية المستحدثة مما يوفر له بيئة واضحة عن متغيرات الساحة التجارية الدولية. كما يمكن ان يستفيد من الاستثناءات المتعلقة بهذا المبدأ من خلال استخدام نظام الحصص على وارداته من السلع الزراعية اذا كان هذا الامر ضروري لتنفيذ برنامج حكومي متصل بتنفيذ قضايا التسويق والرقابة على الانتاج والتخلص من الفوائض السلعية، او اذا كان هناك عجز حاد في ميزان مدفوعاته او في احتياطياته من النقد الاجنبي لكن بعد المشاورة مع سكرتارية WTO وصندوق النقد الدولي، فضلا عن امكانية تطبيق حصص الواردات من اجل تشجيع الصناعات الوليدة من خلال ما يسمى بالشرط الوقائي.

٤- استنادا الى مبدأ المفاوضات التجارية، فان المشاكل التجارية التي يمكن ان تنشأ بين العراق وأطراف اخرى سوف تحل من خلال اسلوب المفاوضات التجارية وهذا الامر يبعد العراق عن حالات التمييز والانتقام التجاري الانفرادي الذي يكون خارج إطار المنظمة.

٥- يمكن للعراق تقديم دعم لقطاعه الزراعي وذلك كاستثناء مقدم للبلدان النامية ضمن اتفاق التجارة في المنتجات الزراعية ، اذ يمكن تقديم دعم عام للاستثمار الزراعي من دون تخصيص منتج معين ، كما يمكن تقديم دعم للمدخلات الزراعية المطلوبة لعملية الانتاج مثل المخصبات وآليات الري للمزارعين منخفضي الدخل ، كذلك يمكن تقديم دعم لمنتجين زراعيين معينين شرط ان لا يتعدى الدعم ١٠٪ من قيمة انتاجهم ، وتقديم الدعم الى مناطق معينة لرفع مستواها المعيشي، او المحددة بعدد من الرؤوس والمواشي ، فضلا عن السماح بتقديم الدعم الخاص بأجراء البحوث والقضاء على الاوبئة ، والارشاد والتدريب، واحتفاظ الحكومة بالمخزون لتحقيق الامن الغذائي ، وتقديم الغذاء للفقراء في الحضر والريف بسعر مدعوم، ومساعدة المناطق الاكثر تضررا . كما يمكن دعم الصادرات الزراعية في شكل مدفوعات لتخفيض تكلفة التسويق، ومنح مزايا تفضيلية للنقل الداخلي الموجه لأغراض التصدير.

٦- فيما يتصل باتفاق اجراءات الاستثمار ذات الصلة بالتجارة والذي يتضمن وجوب معاملة الاستثمارات الاجنبية بمثل معاملة الاستثمارات المحلية وعدم استخدام القيود الكمية (غير التعريفية)، ووجوب نشر كل التعليمات التي تضعها الحكومة لتنظيم الاستثمارات الاجنبية. في هذا الصدد فإنه يوجد سماح للبلدان النامية، يمكن ان يستفيد منه العراق، وهو ان يقوم

يستطيع العراق وفقا للاستثناءات الموجودة في اتفاق التجارة في الخدمات ان تقوم بمجموعة من الاجراءات التي تقيد تجارة الخدمات من اجل حماية الاخلاق العامة والنظام العام والصحة على ان لا يشكل ذلك تمييز تحكمي بين مقدمي الخدمات الاجانب والمحليين.

٩- فيما يتعلق باتفاق مكافحة الاغراق، حيث يتيح للعراق فرصة الاستفادة من اجراءات مكافحة الاغراق التي يتيحها الاتفاق، وذلك بعد اتخاذ اجراءات ذات صلة تثبت حالة الاغراق وبالتالي امكانية فرض رسوم على السلع الواردة المغرقة بما يساوي هامش الاغراق.

١٠- في ظل اتفاق حماية حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة، فان العراق يمكن ان يستفاد من خلال خلق بيئة تحترم الحقوق الفكرية للمالكين مما يعمل معه على تشجيع الابتكارات المحلية، وتشجيع الاستثمارات الاجنبية المباشرة للعمل في داخل البلد طالما ان اصحاب هذه الاستثمارات سوف يكونون آمنين على سلعهم ذات المحتوى التكنولوجي من السرقة من قبل الغير، وهذا كله يفضي الى خلق بيئة اقتصادية سليمة وبالتالي تشجيع عمليات الانتاج والتجارة مع الخارج.

واستنادا الى ذلك تعد مسألة انضمام العراق الى منظمة التجارة العالمية في غاية الاهمية، حيث ان هذا الامر يجعل العراق، كحكومة ومؤسسات وقطاع خاص، ان يعمل على توفير الاستعدادات ذات الصلة بتشريع القوانين والتعليمات وتحسين بيئة الاعمال وانشطة القطاع الخاص، وذلك من اجل ان تتلائم مع البيئة التجارية العالمية وفقا لأسس منظمة التجارة العالمية. وهذه الاستعدادات تعمل على اصلاح السياسات الاقتصادية والتجارية والترتيبات القانونية. كما ان وجود العراق في منظمة التجارة العالمية يعني من جانب آخر حصول العراق على شهادة دولية بالانضباط، مما يعكس هذا الامر على سمعته الاقتصادية والتجارية ويبعث الثقة لدى الدول الاخرى بكون هذا البلد يسير وفق ضوابط وانساق عالمية، وهذا يؤدي انجذاب الاستثمارات الاجنبية المباشرة للعمل داخل العراق وكذلك تعزيز نشاط حركة رؤوس الاموال، وهذه مسألة مهمة في سبيل دمج الاقتصاد العراقي في المنظومة الدولية والاستفادة من حركة التجارة العالمية.

بتقديم طلب الى مجلس التجارة في السلع في منظمة التجارة العالمية بمنح مدة زمنية معينة في سبيل الابقاء على القيود المحظورة على الاستثمارات الاجنبية عندما تكون هناك صعوبات في ازالتها في الفترات الاولى من الانضمام، كما يمكن للعراق استخدام القيود الكمية على الواردات ذات الصلة بالاستثمار الاجنبي إذا كان يواجه تدهورا في ميزان مدفوعاته او احتياطاته الدولية

٧-ضمن اتفاق الدعم، فانه يمنع تقديم الدعم للمنتجين المحليين او يقدم لتشجيع الصادرات، لكن حسب منظمة التجارة العالمية واتفاق الدعم بشكل محدد، فان هناك نوع من الدعم يكون مسموح به والذي يمكن للعراق الاستفادة منه وتقديمه من دون ان يعارض ذلك تشريعات المنظمة. ومن هذا الدعم المسموح به هو الدعم ذي الصلة العامة بحيث لا يخص سلعة او صناعة بحد ذاتها ، كذلك الدعم الموجه الى اجراء البحوث والتطوير داخل المؤسسات المختلفة على ان لا يتجاوز الدعم مقداره ٧٥٪ من كلفة البحث او ٥٠٪ من تكاليف التطوير ، كذلك دعم المناطق الاقل نموا، كذلك يمكن فرض رسوم تعويضية ضد طرف تجاري اخر يقوم بدعم منتجاته بطريقة غير شرعية ، كما ان هناك سماعات للبلدان النامية يمكن ان يستفاد منها العراق فيما يتصل بتقديم دعم لعمليات التصدير والتي ينبغي التوقف عنها حالما تصل الصادرات المدعومة الى نصيب يساوي ٣,٢٥٪ من حجم تجارة السلعة المصدرة عالميا لسنتين متتاليتين، كما يسمح بتقديم دعم لتشجيع برامج الخصخصة من خلال اعادة تأهيل المشروعات المترهلة مثل اعفاءها من الديون واعانات تعويض العمال المسرحين ، كما يمكن تقديم دعم الى منتج معين على ان لا تزيد قيمة الدعم (٢٪) من القيمة الاجمالية للمنتج وبما لا يزيد على (٤٪) من الواردات الكلية لدولة اخرى لمنتج عراقي تم تصديره.

٨- هناك مبدا في اتفاق التجارة في الخدمات وهو مبدا زيادة مشاركة البلدان النامية، حيث هو مجب عليه يعمل الاعضاء على تسهيل مساهمة مشاركة البلدان النامية ومنها العراق من خلال اجراء مفاوضات حول جداول الالتزامات والتي بإمكان الحكومة العراقية من خلال الجهة التي تمثلها الاتفاق على تعزيز القدرات في مجال الخدمات والتجارة فيها ، والحصول على المعارف والخبرات المتصلة بهذا القطاع وفقا للأصول التجارية، كذلك





التحديات الاستراتيجية للموارد البشرية

شيماء صلاح سيفي
دائرة التخطيط والمتابعة

مشكلة البحث

يعد التسارع في العالم المحيط ببيئة سوق الاعمال وحتمية البقاء في عالم الريادة والتنافس دافعا قويا لاي منظمة تسعى الى ايجاد مكانتها في العالم المعاصر للاعمال ومن خلال الاطلاع على واقع بعض المؤسسات العراقية بات واضحا حجم التقاعس والضعف في اداء الموظفين العاملين في تلك المؤسسات مما دعت الحاجة الى الخوض في غمار هذه المشكلة والخروج بحلول استراتيجية ترفع من مستويات الكفاءة في الاداء لتحقيق الافادة القصوى وانجاز المهام والانشطة بالصورة التي تحقق اهداف المؤسسات الحكومية نحو التقدم والتميز في سوق الاعمال وعلى مختلف المستويات محليا ودوليا وعالميا.

اهمية البحث

لقد تعاظمت الحاجة الى تحسين كفاءة اداء الموظفين في المؤسسات الحكومية والدور الذي سيلعبونه في الاداء العالي للاعمال والمهام والانشطة المناطة بهم بما ينعكس ايجابا على رفع مستويات الاداء كونه الوسيلة التي من خلالها تستطيع المؤسسات بلوغ اهدافها التنموية والاستراتيجية وعلى

المدى البعيد

وتبرز اهمية البحث بما يلي :

- ١- التركيز على العنصر البشري من خلال مراعاة جوانب رفع الكفاءة وتدعيم الفاعلية وصولا الى تعظيم الانتاجية
- ٢- بيان كيفية تحسين كفاءة اداء الموظفين في المؤسسات العراقية ودعم العملية التنموية الاستراتيجية للوصول الى افضل النتائج
- ٣- التركيز على اهمية الانشطة والمهام ومدى تلائم طبيعتها مع الامكانيات والمهارات التي يمتلكها الموظفين
- ٤- احداث نقلة نوعية في التفكير الاستراتيجي لادارة المؤسسات بمختلف المستويات الادارية في ظل حركة التغير العالمي في عالم الاعمال

اهداف البحث

يمثل البحث محاولة نظرية للاحاطة بمشكلة البحث والسعي لايجاد الحلول الاستراتيجية لها من خلال مجموعة من الاهداف وكمالي:

البشرية في الثمانينيات من القرن الماضي مع زيادة المنافسة بين المنظمات على الاسواق المحلية والعالمية وبسبب الجدل الناشئ من نتائج البحوث حيال هذه المداخل والتي تبين مدى اسهام استراتيجيات ادارة الموارد البشرية بدور مهم في مواجهة المنظمة للتحديات التنافسية التي ادت الى بروز هذه المداخل واخضاعها للبحث للاستفادة من الفرص والتكيف مع التهديدات الناشئة من هذه التحديات لزيادة الاداء التنظيمي.

ومن اهم هذه التحديات تحدي العالمية باشتداد المنافسة بين منظمات الاعمال على الاسواق المحلية العالمية وتحدي تلبية احتياجات الزبائن ورغباتهم في هذه الاسواق افضل من المنافسين على وفق الافضل بينهم وتحدي الفرص والمخاطر للتطورات التقنية المتزايدة المؤثرة في مجال اعمال المنظمة في التغيرات في المهارات والمعارف للموارد البشرية في خارج المنظمة وداخلها والمطلوبة لسد احتياجات الوظائف الحالية والمستقبلية للمنظمة وادى ذلك الى وضوح اهمية استراتيجيات ادارة الموارد البشرية لاستجابة المنظمة لهذه التحديات وزيادة الاداء التنظيمي.

ان استراتيجيات ادارة الموارد البشرية ماهي الا ممارسات الموارد البشرية المصممة لملائمة انواع الاستراتيجيات الاعمال وزيادة الاداء التنظيمي وقد وصفت قدرات المنظمات الناجحة عندما وصفت على انها المنظمات التي تمتلك تخطيطاً منظماً لمواردها البشرية وذلك باختيار العاملين المناسبين في المكان والوقت والجودة والكفاءة اللازمة وان هذا الوصف لدور واهمية الموارد البشرية سيحدد الدور الاستراتيجي له في اطار الاستراتيجية العامة للمنظمة.

التحديات التي واجهت ادارة الموارد البشرية

لقد حدثت التغيرات الكثيرة في المجالات العمل المختلفة في وقتنا الحاضر ، وقد صاحبت هذه التغيرات كثير من التحديات والعقبات امام ادارة الموارد البشرية لتحقيق اهدافها اتجاه العاملين من جهة واتجاه المنشأة من جهة اخرى.

ومن هذه التحديات نذكر الاتي :

اولاً: التكنولوجيا الحديثة

لاشك ان التطورات الحديثة للتكنولوجيا واستخدام الحاسبات الالية شكل قيدا على ادارة الموارد البشرية فسوف تؤدي التغيرات الملحوظة فيالتكنولوجيا الالكترونية الى تغيرات جذرية في انواع الاعمال والمهارات التي تحتاج اليها المنشآت وسوف تزداد اهمية بعض الانشطة مثل التدريب والتنمية والتخطيط للمستقبل الوظيفي كما ينتج عن التوسع في استخدام التكنولوجيا الاستغناء عن بعض العاملين والبحث عن فرص العمل الاخرى لهم لذا ينبغي على ادارة الموارد البشرية ان تعدل على سياساتها اتجاه العمال لتلائم وتتكيف وفقاً للتغيرات التكنولوجية .

ومن الامثلة على تأثير التكنولوجيا الحديثة على بعض أنشطة الموارد البشرية :

أ-عمليات الاستقطاب والاختيار

حيث ان اغلب عمليات الاستقطاب حالياً تتم عبر الانترنت حيث تقوم

١-بناء منظومة ادارية كفوءة وفاعلة قادرة على تأمين الخدمات الاساسية وبجودة عالية يتحقق من خلالها الاداء المتميز للمؤسسات العراقية
٢-تحقيق حالة الموازنة بين الوصول الى اعلى مستوى من كفاءة الاداء وتحديد السياسات العامة التي تدعم العملية التنموية الاستراتيجية
٣-الاهتمام المتزايد بالتدريب لما له من تأثير ينعكس ايجاباً لضمان جودة العمل الاداري وبشكل يساهم في رفع الكفاءة والخبرة والمهارة العالية

فرضية البحث

يفترض البحث وجود علاقة ارتباط وتأثير ما بين الموارد البشرية والاستراتيجيات التنموية لرفع مستويات الاداء والتي تمثل كافة العمليات الهادفة الى اعداد وتأهيل كوادر بشرية في مؤسسات الدولة اعداد علميا مبني على معطيات ومعايير تنموية هادفة الى تحقيق الدور الاستراتيجي بغية تحسين كفاءة وفاعلية تلك الكوادر وتطوير قدراتهم الذاتية وقابليتهم على التجدد والتطور والتحسين المستمر

المقدمة

ان عالم الاعمال اليوم يتغير بسرعة على مختلف الاصعدة وان هذه التغيرات السريعة اخذت تمس نواحي او مجالات اوسع مما كانت عليه واصبح لهذه التغيرات تأثيرات كبيرة على كل من المنظمة وادارة الموارد البشرية فيها فالانشطة التي تؤديها هذه الادارة لاتوجد في فراغ ولكنها تتأثر الى حد كبير بما يحدث في البيئة الخارجية للمنظمة لذلك يتوجب ان تهني نفسها لاستيعاب الآثار التي يتركها التغيير على مجمل انشطتها الوظيفية والتعامل معها باساليب تضمن تحقيق الاهداف المنوطة بها بفاعلية وكفاءة عالية وهذا يعني ابتداءاً البشرية من بينها (عولمة الاعمال ، الاقتصاد المعرفي ، التكنولوجيا المتطورة ، تنوع قوة العمل ، العمالة المؤقتة ، تحجيم حجم الاعمال ، ادارة الجودة الشاملة ، المنظمات المتعلمة ، الاخلاق) .

التحديات الاستراتيجية للموارد البشرية العالمية

تنظر الدراسات الحديثة الى استراتيجية ادارة الموارد البشرية على انها من المكونات المركزية لاستراتيجية منظمة الاعمال في الوقت الذي كانت فيه تلك الاستراتيجية نسبياً منسية من وجهة نظر الادارة العليا اذ لم ينظر اليها في احسن الاحوال بافضل من جهة تنفيذية مؤدية لانشطة مكتبية توثيقية تعنى بشؤون العاملين من حيث استحقاقاتهم وعقوباتهم ومايطرأ على وضعهم التنظيمي من تغيرات ومطلع القرن الحادي والعشرين ، لقد ظهرت اعترافات متزايدة حول المشار نحو الميزة التنافسية يجري انجازه من خلال العاملين وان استناد منظمة الاعمال الى مواردها البشرية في بناء استراتيجياتها يعني التفكير بوجود فاعل للعاملين اولا وقبل وجود الاستراتيجية ولاسيما في اطار تساؤل التفكير بالقدرات الاستراتيجية للموارد البشرية التي تركز عليها عملية بناء الاستراتيجية الكلية للمنظمة وبدات تزداد الدعوات في الادارة الى مداخل مختلفة لاستراتيجيات ادارة الموارد

وهناك نوعين متفاعلين من المعرفة :

أ-المعرفة المعلنة: هي كل ما يمكن التعبير عنه باللغة او اشكال التعبير الرياضية كالمعادلات والادلة والكتابات المختلفة وهذا النوع من المعرفة قابل للانتقال بين كل المستويات وكل الافراد العاملين وتكون هذه المعرفة الذاكرة التنظيمية.

ب-المعرفة الضمنية او الكامنة في الانسان: وهي المعتقدات والقيم والاتجاهات والمدرجات الذاتية عند الفرد والنابعة من خبراته وتجاربه الشخصية وتمثل مخزون المعرفة الكامن لديه وميزة هذا المخزون صعوبة توثيقه.

ان التفاعل بين هذين النوعين من المعرفة بين الافراد والمنظمة يؤدي الى تكوين المعرفة التنظيمية التي تشكل الاساس في توجيه كافة الانشطة المعرفية في المنظمة وان هذه المعرفة هي المورد الحقيقي لانتاج الثروة في المنظمات المعاصرة.

ان النجاح في تكوين المعرفة التنظيمية يعتمد اساسا على مدى نجاح الادارة في فتح قنوات الاتصال ونقل المعلومات بين العاملين واشاعة مناخ يشجعهم على تحويل معتقداتهم وقيمهم المخزونة بداخلهم الى كلمات وقضايا يمكن تداولها في المنظمة وتجد طريقها للاندماج في عمليات وخدمات المنظمة

رابعا: تنوع قوة العمل

ويشير هذا المفهوم الى اختلاف الخصائص الشخصية والثقافية للعاملين في المنظمة وتحدد الاختلافات هنا مجالات عديدة كالجنس والعمر والقومية والدين حيث كانت الادارة التقليدية لاتولي اي اهتماما لهذه الناحية وذلك لضعف اهتمامها بالعاملين وتركيز اهتمامها على الجوانب التكنولوجية في المقام الاول وعدم وجود تنوع كبير في قوة العمل لديها وهنا الزمن يلعب دورا مهما حيث افترض ان الافراد ذوي الخلفيات الثقافية المتنوعة سوف يتقاربون مع ثقافة المنظمة بمضي الزمن، فالزمن كفيل بايجاد الاندماج بين الطرفين لكن المدراء اكتشفوا اليوم ان العاملين لايتخلون عن معتقداتهم وقيمهم ورؤاهم الثقافية في موقع العمل وهذا اوج تحديا خلاصته كيف يمكن جعل المنظمة اكثر قدر على استيعاب التنوع الثقافي للعاملين في موقع العمل من خلال التعامل مع انماط الحياة المختلفة.

خامسا: تصغير حجم الاعمال

اغلب المنظمات تمر بفترات ازدهار وكساد وقد اعتادت المنظمات سابقا على طلب قوة عمل اضافية عند ازدهار اعمالها او التخلص من بعض العاملين في اوقات الكساد والمقصود بتقليص او تصغير حجم الاعمال هو تخفيض او استبعاد بعض الوظائف.

ومن ابرز الاهداف التي تسعى الى تحقيقها الشركات التي تطبق عمل التقليص هي:

- ١- زيادة مرونتها لتصبح اكثر قدرة على التعامل مع التغيير.
- ٢- تلبية متطلبات برامج الجودة التي تؤكد على اهمية الهياكل المسطحة بدلا من العمودية
- ٣- زيادة الكفاءة من خلال اعادة التصميم

الشركة بالاعلان عن الوظائف الشاغرة عبر الويب وهذا يؤدي الى الاستغناء عن كثير من المراسلات البريدية والمقابلات والاعلان في الصحف وينطبق الشيء نفسه على عملية الاختيار وان عملية الاختيار عبر الكمبيوتر فيها نوع من التحدي بالنسبة لادارة الموارد البشرية حيث ان اعداد المؤسسة لاتحتاج فقط للاكفاء والمؤهلين معرفيا ولكن ايضا تحتاج الى اشخاص قادرين على العيش في بيئات ثقافية مغايرة تماما لما اعتادوا عليه فاذا كانوا هؤلاء قليلين فان الطلب سيكون عليهم عالي ويتجسد التحدي امام الادارة في كيفية استمالتهم واقناعهم بالعمل في الشركة.

ب-عمليات التدريب والتطوير

اتاح الانترنت لادارة الموارد البشرية فرصة تقديم معلومات محددة ودقيقة عن العاملين عند الطلب وماهي الاوقات التي يكونوا فيها مهئين للتدريب والتطوير.

ج - امكانية الاتصال بالعاملين

حيث ازلت شبكة المعلومات المتكاملة القيود التي يمكن ان يواجهها العاملين فالיום يستطيع الموظف الاتصال باي شخص مباشرة وفي اي مكان بالعالم

د- لامركزية اماكن العمل

ساهمت التكنولوجيا في تخطي الاطر الرسمية للزمان والمكان حيث يتجسد هذا التحدي في كيفية تدريب المدراء والمشرفين على التأكد من ان الاعمال التي انيطت للعاملين تنجز بالنعوية والوقت المحدد.

ثانياً: عولمة الاعمال

وهي من احد الامور المهمة الخاضعة للتغير البيئي السريع والتي يواجهها العاملون في المنظمات وتعني العولمة : انتاج وتسويق السلع والخدمات على نطاق عالمي حيث لم تعد الاعمال محصورة في اطار البلد الواحد كما في شركة تويوتا وان الاتجاه نحو العولمة اوجد تحديات ومسؤوليات جديدة لكل من المنظمة ولادارة الموارد البشرية حيث اكتشفت المنظمات الرائدة انه لكي تنمو وتزدهر فانها يجب ان تنافس بقوة في الاسواق الخارجية وفي نفس الوقت تحافظ على اسواقها الداخلية وتحميها من محاولات غزو المنتجين الاجانب . هذا من جهة ومن جهة اخرى يجب ان تدرك ادارة الموارد البشرية ان العاملين لديهم الكفاءة والقدرة على المزج المعقول من المعرفة والقدرة على التكيف الثقافي من اجل القيام بالمهام الدولية وذلك بسبب اختلاف اللغات بين الموارد البشرية ايجاد برامج تدريبية تساعد العاملين على التفهم الكامل لثقافات الشعوب التي سيتم ارسالهم اليها لاداء الاعمال المنوطة بهم

ثالثاً: مجتمع المعرفة

هي كل العمليات العقلية عن الفرد من ادراك وتعلم وتفكير وحكم يصدر الفرد وهو يتفاعل مع عالمه الخاص او العام وقدمت المعرفة الى المنظمات فوائد عديدة فالى جانب المرونة للتفاعل مع البيئة مكنتها ايضا التركيز في مجالات تكون فيها اكثر ابداعاً.

• زيادة الانتاجية والارباح

ثامناً: المنظمات المتعلمة

تعددت الكتابات خلال العقدتين الماضيتين في وصف المنظمات المتعلمة او التي يطلق عليها ايضا المنظمات الساعية الى التعلم المستمر وكذلك وصف التعلم التنظيمي وان عدد المنظمات الناجحة في كل من الولايات المتحدة واليابان استطاعت مواجهة التحديات البيئية المتزايدة بالتحول الى ان تكون منظمات متعلمة وبالامكان تعريف المنظمة المتعلمة بالقول «انها منظمة تمتلك فلسفة جديدة في مجال العمل الاداري تؤكد على ضرورة التجدد والتكيف المتواصل من خلال انشاء واكتساب المعرفة ونقلها بسرعة الى جميع المستويات».

والتعلم التنظيمي هو عملية الاستنتاج وتصحيح الاخطاء وان الحالة التي يتم فيها تطوير ومعرفة المنظمة من خلال سعي العاملين الى تطوير معرفتهم بالعلاقات التي تربط الاعمال بالنتائج وفهم مدى تأثير العوامل البيئية على تلك العلاقات.

تاسعاً: البعد الاخلاقي

تمثل الاخلاق: مجموعة القواعد والمبادئ التي تحدد ماهو صحيح او خطأ في اطار السلوك الانساني ضمن بيئة معينة هناك دائماً بعض القواعد والمبادئ الاخلاقية التي يتم تداولها بين العاملين بشكل رسمي او غير رسمي وبالرغم من صعوبة تحديد السلوك الصحيح او الخاطيء ولكن نتفق على ان الامور غير القانونية هي ايضا غير اخلاقية.

وعند الحديث عن ارتباطات الاخلاق بانشطة ادارة الموارد البشرية نجد صعوبة فصلها عن جميع انشطتها وممارساتها فالاخلاق يجب ان تكون حاضرة في اختيار العاملين وتحديد رواتبهم واجورهم وتقييم ادائهم وترقياتهم ومكافأاتهم ومعالجة كافة القضايا الخاصة بعملهم كمنظمة.

الاستنتاجات

١- ان للادارة الاستراتيجية للموارد البشرية اهمية كبيرة في منظمات الاعمال فهي التي تقوم بوضع استراتيجية الموارد البشرية بما يتوافق واحتياجات الادارات الاخرى وتهتم بشؤون العنصر البشرية الذي يعد اقوى الميزات التنافسية لها.

٢- ان اداء وظيفة الموارد البشرية في المستقبل سوف يتزايد في درجة صعوبته وتعقيده وذلك يتطلب المزيد من المتخصصين ذوي قدرات ومهارات لتعمل بادارة الموارد البشرية.

٣- يستدعي تطبيق الاتجاهات الحديثة في ادارة الموارد البشرية التركيز في التدريب اذ ان التدريب المنفذ على ضوء استراتيجية المنظمة يظهر بوضوح الدور الاستراتيجي لادارة الموارد البشرية وتطوير طرائق اختيار الموظفين، حيث يعد اختيار الموظفين المناسبين استراتيجية مطلوبة لتوفير جهد المنظمة واموالها في الاستقطاب والاختيار.

٤- المنظمة تحاول اقامة بناء استراتيجي للموارد البشرية من اجل تحقيق اهدافها.

ان تسريح العاملين يؤثر في نفوس العاملين لذلك فان مسؤولية ادارة الموارد البشرية تتحدد هنا في كيفية الحد من الاثار السلبية للعاملين المستميرين بالعمل او المستغنى عنهم.

سادساً: العمالة الطارئة (المؤقتة)

هي قوة يعتمد وجودها على احتياجات المنظمة والظروف المحيطة بها وقوة العمل الدائمة باغلبية المزايا الوظيفية نجد ان العمالة المؤقتة يتم استقطابها لفترات قصيرة من الوقت لاداء مهام محددة تتطلب عادة مهارات خاصة يتم الاستغناء عنها بعد انتهاء المهام وتشمل فئة العمالة العارضة او المؤقتة ب ثلاث فئات فرعية هي:

• العمالة لبعض الوقت : وتشمل الافراد الذين يعملون لايام معدودة في الاسبوع او لعدد معين من الساعات اقل من اربعين ساعة في الاسبوع وتتم الاستعانة بهم للتغلب على اوقات ضغط العمل.

• العمالة المؤقتة : شبيه بالعمالة لبعض الوقت يتم الاستعانة بها في فترات زيادة الانتاج او في مواسم معينة كالاعباد.

• العمالة التعاقدية : هؤلاء هم الخبراء والاستشاريون الذين يتم التعاقد معهم لانجاز مشروعات معينة حيث يقدموا خدماتهم في صورة تعاقد يتحدد فيها نوعية الخدمات التي يجب تقديمها وماهي الاجور التي تعطى لهم نظير ذلك.

وقد اوجدت هذه الحالة الى تحديات كبيرة امام ادارة الموارد البشرية فقد يحتاج الموظف المؤقت مثلاً الى معاملة خاصة تختلف عن الاخرين.

سابعاً: ادارة الجودة الشاملة

شهدت العقود الاخيرة تطوراً في عديد من مجالات الجودة لتشمل ابعاد ومجالات جديدة تجاوزت فكرة جودة المنتج او الخدمة لتشمل المنظمة بجميع مفرداتها وانشطتها وتجسد ادارة الجودة الشاملة فلسفة ادارية تعتمد على مجموعة من الممارسات والعناصر.

١- التركيز على المستهلك

٢- التحسين المتواصل للجودة

٣- تحسين وتطوير كل شيء

٤- المقاييس الدقيقة والتغذية العكسية

٥- دعم وتشجيع العاملين على تكوين فرق العمل

واشارت الدراسات والابحاث بان الشركات التي استخدمت فلسفة ادارة الجودة الشاملة ومارست تطبيقاتها باساليب علمية حققت مكاسب عديدة من بينها:

• تزايد رضا ولاء الزبائن

• زيادة ولاء العاملين ورضائهم

• انحسار شكاوى المستهلكين وتقليصها

• تقليص تكاليف النوعية

• زيادة الحصة السوقية

• تقليص الحوادث والشكاوى

• زيادة الكفاءة

- ٥- تعزيز التطبيقات الادارية والاستخدامات الحديثة لتكنولوجيا المعلومات وخلق مجتمع معلوماتي قادر على التعامل مع البيئة الخارجية
- ٦- تحقيق التحفيز والتمكين والاندماج في العمل من خلال التنسيق مابين قدرات الموظفين ومهاراتهم ومابين الانظمة والسياسات واجراءات العمل المتبعة
- ٧- الارتقاء بالقيادات الادارية الفاعلة ودورها في تحسين جودة الاداء المؤسسي لموظفيها
- ٨- ضرورة وضع البرامج والتوقيتات الزمنية المناسبة والمرنة لضمان تنفيذ الاعمال والانشطة بشكل تدريجي ومتتابع
- ٩- تسيير اجراءات العمل بما ينسجم مع حجم التطور الحاصل في بيئة الاعمال الخارجية
- ١٠- ان تتسم العملية التنموية بالمصداقية والشفافية وان يراعى فيها مشاركة الجميع في مختلف المستويات
- ١١- الاستفادة من النجاحات المتحققة لكثير من الدول في مجال تنمية الموارد البشرية في محاولة لمحاكاة وتقليد تجارب هذه الدول

٥- تحاول المنظمة التوفيق بين التحديات (الخارجية والداخلية) والموارد البشرية التي تملكها للتكيف مع التغيرات البيئية.

٦- ادارة الموارد البشرية الاستراتيجية تعمل على تحقيق غاية المنظمة واهدافها ورؤيتها وذلك من خلال ترجمة الاستراتيجية العامة للمنظمة الى استراتيجية تفصيلية ومخصصة في قضايا الموارد البشرية.

الحلول الاستراتيجية

- ١- بناء منظومة ادارية كفوءة وفاعلة ضمن مقاييس منطقية وعالمية قادرة على تأمين سياسات جديدة بجودة عالية يتحقق من خلالها الاداء المتميز
- ٢- تعزيز البرامج التدريبية باحدث الوسائل والاساليب وبما ينسجم مع بيئة الاعمال العراقية لتحقيق التنمية البشرية الشاملة
- ٣- يجب اعتماد سياسة محكمة من اجل تحديد احتياجات المؤسسات من الموارد البشرية اي الاعتماد على التنبؤ والتخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية والذي بواسطته تستطيع المنظمة تحديد الطلب والعرض للقوى العاملة واتخاذ القرارات المناسبة .
- ٤- اعادة تصميم دليل عمل واضح يضع بالحسبان الهيكلية المناسبة للأنشطة والاعمال وبما يلائم القدرات والقابليات البشرية



التحديات التكنولوجية التي يواجهها التسويق الحديث

مهند محمد دحل

دائرة العلاقات الاقتصادية الخارجية

منهجية البحث

أولاً : مشكلة البحث : تتمثل مشكلة البحث بالإجابة عن التساؤلات الآتية :

١. عدم توفر الأساليب التكنولوجية الحديثة في العمليات التسويقية المتبعة في المنظمة .

٢. عدم رغبة الإدارة في تبني الأساليب الحديثة بسبب ضعف الموارد .

٣. عدم تبني الإدارة لدورات تدريبية لتطوير خبرات ومهارات العاملين لديها في مجال التسويق .

٤. طرق التسويق التي كانت تستخدم في الماضي لم تعد تجدي نفعا مع التطور التكنولوجي المتسارع .

ثانياً : أهداف البحث : تتمثل أهداف البحث بما يأتي :

١. استعراض أبرز التحديات التكنولوجية التي تواجه التسويق الحديث والعمل على مواجهتها .

٢. توضيح طرق وأساليب التسويق الحديث وأهميتها والتي تساعد المنظمة في الاستمرار ومواكبة تكنولوجيا العصر .

٣. تؤثر التكنولوجيا في تغيير أساليب التسويق الحديث من خلال تهيئة أدوات عمل جديدة .

ثالثاً : أهمية البحث : تتمثل أهمية البحث بما يأتي :

١. التكنولوجيا سلاح ذو حدين فأن استخدمت بشكل إيجابي ستؤدي الى تطور المنظمة والعكس فإذا استخدمت بشكل سلبي ستؤدي لتدهور المنظمة .

٢. التكنولوجيا تسهل عملية التبادل التجاري فهي تتيح الوصول السريع لكل ما هو معروض ومتاح وهذا من أبرز الأهداف التي يسعى إليها التسويق الحديث .

٣. حجم التأثير الكبير والعميق وسرعة التغيير التي تحدثه التكنولوجيا على مستوى التسويق بشكل خاص والمجالات الأخرى بشكل عام والسلوك العام كبير جدا .

٤. زاد الاهتمام في الآونة الأخيرة بدراسة وتطبيق المبادئ والمفاهيم التسويقية في مختلف المؤسسات على اختلاف أنواعها .

٥. تحقق التكنولوجيا درجة عالية من التنافس بين الشركات أو المؤسسات وتقدم العديد من الآليات المساعدة على ذلك والتي من ضمنها التسويق والبيع عبر الانترنت، بالإضافة للتواصل مع العملاء الملائمين في المكان والوقت المناسب .

٦. توفر التكنولوجيا العديد من الآليات التي تسهم في رفع كفاءة العمل والإنتاجية المنوطة به، إلى جانب تسريع عملية العمل وتسهيلها

الجانب النظري

أولاً : التحديات التكنولوجية

مفهوم التكنولوجيا

يعتبر مفهوم التكنولوجيا من المفاهيم التي ناقشها الكثير من الباحثين والمفكرين، واختلفوا في نظرهم له بسبب اختلاف تخصصهم وتطور خصائص التكنولوجيا نفسها، ولكن من الأمور المتفق عليها أن ماهية التكنولوجيا قديمة قدم المخترعات البشرية نفسها، حيث كانت تعتبر وسيلة من الوسائل التي اكتشفها الإنسان عند تطويعه البدائي للطبيعة، وبعدها أصبحت أداة يستعملها لخدمته ومساعدته لقضاء حاجياته المتنامية، ثم تطور استعمالها وعم إلى درجة أصبحت مهمة جدا في حياته العامة والخاصة. مما جعل البعض من المفكرين يعتقدون بأنها المسؤولة عن معظم التغيرات التي تحدث داخل المجتمع المعاصر هذا من حيث مضمونها.

أما من حيث اللفظ ذاته فقد استعمل حديثاً، حيث ورد في بعض المصادر ان أول ظهور لمصطلح «تكنولوجيا» (Technologie) كان في ألمانيا عام ١٧٧٠ م وهو مركب من مقطعين (techno) وتعني في اللغة اليونانية «الفن» او «صناعة يدوية» و (logie) وتعني «علم» او «نظرية» وينتج عن تركيب المقطعين معنى «علم صناعة المعرفة النظامية في فنون الصناعة او العلم التطبيقي» وليس لها مقابل أصيل في اللغة العربية بل عربت بنسخ لفظها حرفياً «تكنولوجيا».

ويلخص «حسين كامل بهاء الدين» رؤيته لمفهوم التكنولوجيا قائلاً: «إن التكنولوجيا فكر وأداء وحلول للمشكلات قبل أن تكون مجرد اقتناء معدات». ويعتقد كل من «ماهر إسماعيل صبري» و «صلاح الدين محمد توفيق» أن التكنولوجيا ليست مجرد علم أو تطبيق العلم أو مجرد أجهزة، بل هي أعم وأشمل من ذلك بكثير فهي نشاط إنساني يشمل الجانب العلمي والجانب التطبيقي. من خلال هذا العرض يمكننا تعريف التكنولوجيا على أنها: جهد إنساني وطريقة للتفكير في استخدام المعلومات والمهارات والخبرات والعناصر البشرية وغير البشرية المتاحة في مجال معين وتطبيقها في اكتشاف وسائل تكنولوجيا لحل مشكلات الإنسان وإشباع حاجاته وزيادة قدراته.

تعريف التكنولوجيا

٢. مجال التعليم والتعلم : لقد قدمت التكنولوجيا خدمة كبيرة في مجال التعليم، بدءاً باختراع القلم والورق، إلى مرحلة الطباعة، ومرحلة التسجيل والتصوير، والآن أصبح الحاسوب من أقوى الوسائط المستخدمة في مجالات التعليم، إضافة إلى استخدام شاشات العرض المختلفة والفيديو وغيرها في التعليم. تعددت الطرق التي وظفت بها تكنولوجيا المعلومات في مجال التعليم والتعلم فاستعملت الوسائط المتعددة (Multimedia)، حتى أصبح بإمكاننا مشاهدة فيلم وثائقي عن كثير من الظواهر الطبيعية كالزلازل والرحلات الفضائية، ونمو النباتات والكائنات الحية، واستخدمت البرامج المخبرية التي تظهر محاكاة الواقع الذي تتم به التفاعلات المختلفة بين الذرات والجزيئات، وعملت التكنولوجيا بذلك على تقريب البعيد، وتكبير الصغير، وتصغير الكبير، وإظهار أدق التفاصيل دون خوف أو ضرر، وكذلك التعلم عن بعد حيث يمكن المتعلم في بلد ما أن يستمع ويناقش محاضراً في بلد آخر وأصبحت الشبكة العنكبوتية (الانترنت) مصدراً أساسياً من مصادر التعليم لا غنى عنه للطالب والمعلم ومصدراً للمعلومة لأي شخص آخر.

٣. التجارة الالكترونية : يقصد بالتجارة الالكترونية القيام بعمليات العرض والبيع والشراء للسلع والخدمات والمعلومات عبر نظام الكتروني بين المنتج والمورد والمستهلك، بحيث تحقق الشركات فوائد عدة منها : تسويق أكثر فاعلية ، تقليل عدد الموظفين الذي لم يعد لهم حاجة في الأعمال الإدارية والحسابات، التواصل الفعال مع الشركات الأخرى والزبائن أينما وجدوا.

٤. المجال الإداري: تستخدم المؤسسات الحواسيب والشبكات الداخلية والخارجية في تسيير شؤونها الإدارية وكذلك في التراسل بين فروع المؤسسة التي قد تكون متباعدة ولم يعد مصطلح (المكتب بلا ورق) الذي تنتج فيه المعلومات ويتم تبادلها إلكترونياً بعيد المنال، كما أصبحنا نسمع في الوقت الحاضر مصطلح الحكومة الالكترونية يتردد كثيراً وسائل الإعلام. لقد لجأت الدول حديثاً إلى نظام الإدارة الالكترونية الذي يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إدارة نشاطاتها المختلفة، من خلال أنظمة المعلومات المحوسبة سواء في المستوى الإعلامي أو التفاعلي في التواصل مع الأفراد وبشكل يضمن حماية المعلومات وأمنها مما يسهل انجاز الخدمات والمراسلات بين الجهات الرسمية من جهة، والمؤسسات والمواطنين من جهة أخرى، بما يوفر الوقت والجهد والمال.

٥. الصحة والطب: لقد تم توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال الصحة والتطبيب عن بعد، بهدف رفع المستوى الصحي لسكان المناطق النائية والأرياف، مما يقلل من نفقات العلاج والسفر، ويحقق راحة المريض من عناء الوصول لمراكز العلاج المجتمعة في المدن الكبرى، وكذلك التبادل المعرفي بين المراكز الطبية المنتشرة في العالم، عبر المؤتمرات العلمية والطبية المرئية وربط المستشفيات البعيدة بعضها عن بعض بشبكة اتصال تمكن الأطباء من تشخيص الأمراض من خلال تبادل الصور والتقارير وتقديم مشورات طبية في الحالات المرضية المعقدة. إضافة لما سبق تم إنشاء ما يعرف بالصيدلية الالكترونية التي تهتم بتقديم معلومات محددة حول

التكنولوجيا لغوياً، كلمة أعجمية ذات أصل يوناني، تتكون من مقطعين، كلمة تكنو والتي تعني حرفة أو مهارة أو فن، وكلمة لوجي التي تعني علم أو دراسة. ليصاغ الكل في كلمة تكنولوجيا بمعنى علم الأداء أو علم التطبيق؛ وقد أورد الكثير من العلماء تعريفات أخرى عديدة للكلمة.

تعرف التكنولوجيا بأنها مجموع التقنيات والمهارات والأساليب والعمليات المستخدمة في إنتاج البضائع أو الخدمات أو في تحقيق الأهداف، مثل البحث العلمي. يمكن أن تكون التكنولوجيا هي المعرفة بالتقنيات والعمليات وما شابه ذلك، أو يمكن تضمينها في الآلات للسماح بالتشغيل دون معرفة تفصيلية لأعمالها. يُشار إلى الأنظمة (مثل الآلات) التي تطبق التكنولوجيا عن طريق أخذ مدخلات وتغييرها وفقاً لاستخدام النظام، ثم إنتاج نتيجة، على أنها أنظمة تقنية أو أنظمة تكنولوجيا.

إن أبسط شكل من أشكال التكنولوجيا هو تطوير واستخدام الأدوات الأساسية. إن اكتشاف ما قبل التاريخ لكيفية التحكم في الحريق والثورة الحديثة في العصر الحجري الحديث قد زاد من مصادر الغذاء المتاحة، وساعد اختراع العجلة البشر على السفر والتحكم في بيئتهم. أدت التطورات في العصور التاريخية، بما في ذلك المطبعة والهاتف والإنترنت، إلى تقليل الحواجز المادية التي تعترض التواصل وسمح للبشر بالتفاعل بحرية على نطاق عالمي.

خصائص التكنولوجيا

١. التكنولوجيا علم مستقل وعملي يهتم بتطبيق النظريات بشكل منظم .
٢. التكنولوجيا هادفه فهي تحقق الرفاهية للناس وتحل المشكلات التي تمس حياتهم .
٣. التكنولوجيا منظمة فهي عبارة عن عمليات تنتج مدخلات ومخرجات من تفاعلها مع بعضها .
٤. التكنولوجيا شاملة لجميع الميادين .
٥. التكنولوجيا متطورة فهي تستمر في التطور مع تطور الإنسان كما أنها تخضع دائماً إلى عمليات المراجعة والتعديل والتحسين .
٦. التكنولوجيا تعد عملية ديناميكية حيث تبقى في تفاعل مستمر مع المكونات .
٧. التكنولوجيا تستخدم جميع الإمكانيات المتوفرة سواء كانت إمكانات مادية أم غير مادية بأسلوب فعال للحصول على النتائج المرجوة بكل حرفة.

مجالات استخدام التكنولوجيا

١. تكنولوجيا الاتصالات : أصبح ممكناً في هذه الأيام أن تشاهد أو تسمع ما يحدث في ابعـد مكان في هذا العالم ، فلم يعد الاتصال مقتصرًا على الرسائل البريدية أو المكالمات الهاتفية ، فهناك البريد الالكتروني والدرشة الالكترونية ، وغيرها من الوسائل وكذلك التراسل الفوري للمعطيات أو التحدث مع الآخرين عبر اللقاءات المرئية وذلك بفضل تكنولوجيا الاتصال وشبكات الحاسوب حتى أصبح العالم أشبه بقرية صغيرة ومن المستجدات إمكانية استخدام شبكة الانترنت لإجراء الاتصالات الهاتفية بتكلفة قليلة من خلال ما يسمى (الصوت عبر بروتوكول الانترنت VOIP) .

تحظى التكنولوجيا بإشادة من الغالبية العظمى، باعتبارها الوسيلة الأمثل لحل المشكلات والتحديات التي تواجه المجتمع، على عكس آخرون يرون أن هناك قدرًا كبيرًا من التضارب والشك حول الأثر التكنولوجي ودوره في المجتمع، فقد شهدت الفترة الأخيرة مناظرات، حادة في بعض الأحيان، حول طبيعة التطورات التكنولوجية؛ لذا لا يمكن أن نُلقي اللوم على التكنولوجيا في بعض التصرفات والتأثيرات السلبية، فالمستخدم هو بالفعل من يحدد طريقة استخدام العامل التكنولوجي بشكلٍ سلبٍ أو إيجابي.

فالتطور السريع الذي يشهده الوقت الحاضر، جعل التكنولوجيا غير مقتصرة على المختصين أو الخبراء ولكنها أصبحت وسيلة يُمكن استخدامها من قبل جميع الأشخاص، على اختلاف مهاراتهم ومستوياتهم العلمية، يُمكننا القول إن التقدم التكنولوجي هي مرحلة انتقالية في حياة الإنسان من الأقدم للأحدث ومن التقليد والروتين إلى السرعة والإبداع والابتكار، مثل المرحلة الانتقالية للإنسان من العصر الحجري إلى العصر النحاسي، إذن فالإنسان هو الكائن الوحيد الذي يتسم بالتطور الثقافي والحضاري.

أهمية التكنولوجيا على صعيد الأعمال

تتطرق النقاط الآتية لذكر بعض الفوائد المترتبة على استخدام التكنولوجيا في مجال الأعمال وأهميتها:

١. توفر التكنولوجيا العديد من الآليات التي تساهم في رفع كفاءة العمل والإنتاجية الممنوعة به، إلى جانب تسريع عملية العمل وتسهيلها.
٢. تتوفر العديد من البرامج الحاسوبية التي تساعد على تحقيق الدقة في المعاملات المالية وما يتعلق بها من رواتب موظفين، أو دفع فواتير أو غير ذلك، وتجعل من تنفيذ هذه المهام أكثر سهولة.
٣. تحقق التكنولوجيا درجة عالية من التنافس بين الشركات أو المؤسسات، وتقدم العديد من الآليات المساعدة على ذلك والتي من ضمنها التسويق والبيع عبر الإنترنت، بالإضافة للتواصل مع العملاء الملائمين في المكان والوقت المناسب.
٤. تسهل عملية التواصل ما بين زملاء العمل أو حتى مع العملاء والمستهلكين.

ثانياً: التسويق الحديث

ماهية التسويق الحديث

قبل التطرق إلى تعريف التسويق نشير إلى تطور نظرة المؤسسة لمحيطها وبيئتها حيث ساد الاعتقاد ولفترة طويلة بأن المؤسسة نسق مغلق ثم تحولت المؤسسة بفضل التجربة وديناميكية السوق شيئاً فشيئاً إلى التوجه نحو السوق وما يحويه من متغيرات.

ويعتبر Peter Drucker وهو من أوائل الكتاب في الإدارة أن الهدف من أي مشروع هو إرضاء مطالب المستهلك وأن هذا الهدف يأتي من خارج المشروع نفسه وهو يمكن في المجتمع، ذلك أن المشروع ما هو إلا جهازاً للمجتمع يؤدي دوراً ووظيفة في خدمته.

ويؤكد Drucker بأنه ليس هنالك إلا تعريف واحد صحيح للهدف من أي مشروع وهو خلق عميل أو زبون.

ومن هنا تظهر الأهمية التي يحتلها التسويق داخل المؤسسة فما هو التسويق؟

الأدوية وتسويقها عبر الإنترنت، كما يتم عبر البطاقات الالكترونية الخاصة تسجيل التاريخ الطبي للشخص وأصبح الإنترنت مصدراً أساسياً للمعلومات الصحية.

٦. مجال الاعلام والثقافة: أسهمت التكنولوجيا في تقديم خدمة كبيرة في رفع المستوى الثقافي للشعوب، فالورق ثم الطباعة ونتاجها من مطبوعات وكتب وصحف ومجلات و الوثائقيات المصورة حول شتى القضايا والنشر من خلال الانترنت أسهمت جميعاً في إيصال المعرفة إلى قطاعات واسعة، ومكنت كذلك الكثيرين من النشر بتكلفة مقبولة. وقد لعبت وسائل الإعلام وما زالت دوراً أساسياً في نقل المعلومة وإيصالها في وقت قريب من حدوثها، سواء كانت مسموعة عبر الإذاعة أو الهاتف أو مسموعة ومرئية عبر البث التلفزيوني وطرق التسجيل الأخرى وحديثاً من خلال الانترنت. وقد أسهمت التكنولوجيا في سهولة توفير المعلومة ومعالجتها وبثها في وقت قصير وترجمتها لعدة لغات.

٧. المجال العسكري: استخدم الإنسان التكنولوجيا في الحروب فكانت الأسلحة المختلفة عاملاً أساسياً في كسب الحروب قديماً وحديثاً. وكان دور تكنولوجيا المعلومات مهماً في توصيل الرسائل والمعلومات بشكل سري بين القيادة والميدان وكذلك لأغراض التجسس وحديثاً دخلت تكنولوجيا المعلومات المجال العسكري بشكل أوسع فهناك الصواريخ الموجهة بالحاسوب وأنظمة الاتصال الحديثة وغيرها مما أثر بشكل كبير على أداء الجنود في المعركة.

٨. المجال الترفيهي: هنالك كثير من ألعاب الحاسوب التي يعتمد بعضها على الرسومات الثلاثية الأبعاد والصوت، كما تستخدم تكنولوجيا المعلومات في إنتاج الموسيقى والأفلام والتأثيرات الخاصة المصاحبة لها وتسجيلها وعرضها كما تستخدم الانترنت لتوزيع المنتجات المتعددة الأوساط مما ساعد على انتشارها.

٩. المجال الصناعي: صناعة تكنولوجيا المعلومات تشكل قطاعاً مهماً في اقتصاد كثير من الدول وقد استخدم الحاسوب أيضاً في تصميم وفحص نماذج الآلات المعقدة كالسيارات والطائرات كما شاع استخدام الآلات الموجهة بالحاسوب، والإنسان الآلي في الصناعات وخاصة الخطرة منها. وأصبح كثير من الأجهزة يستخدم حواسيب مصغرة لمراقبة عملها، فمثلاً أصبح في السيارة الحديثة عدد من الحواسيب الصغيرة تتحكم في عمل أجزائها المختلفة.

أثر التكنولوجيا الحديثة

مما لا شك فيه أن أكثر ما يميز العصر الحديث هو التقدم التكنولوجي الذي ينمو سريعاً، وتعتبر التكنولوجيا من أهم مقومات الحياة في هذه الحقبة الزمنية التي نعاصرها؛ حيث بات من الصعب الاستغناء عن هذا التقدم، فال بشرية جمعاء تُدرك أهمية العامل التكنولوجي وتأثيره في حياتنا اليومية نظراً لما تقدمه لنا من تسهيلات، حتى أصبحنا نعتمد عليها بشكل كبير في جميع المجالات التي تُمارسها بشكل يومي، كالصحة والعلوم والفنون والاقتصاد، فبدونها لا نستطيع إنجاز العديد من المهام خلال فترات وجيزة.

وما هي العوامل التي ادت الى زيادة الاهتمام به دون بقية الوظائف الاخرى في المؤسسة؟

تعريف التسويق الحديث

يرى Druker بأن لأي مشروع وظيفتين اساسيتين هما التسويق والابتكار وفيما يلي بعض تعريفات التسويق:

يعرف ستانتون التسويق بأنه «نظام متكامل تتفاعل فيه مجموعة من الأنشطة التي تعمل بهدف تخطيط وتسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات للمستهلكين الحاليين والمترقبين».

يشير التعريف الى السياسات التسويقية التي بتفاعلها وتكاملها تحقق اهداف المؤسسة، كما يشير الى اهم عنصر في النشاط التسويقي وهو المستهلك.

من جهتهما يعرف كل من Kotler و Dubois التسويق بأنه نشاط الافراد الموجه الى اشباع الحاجات والرغبات من خلال عملية المبادلة.

اما كوتلر يعرف النشاط التسويقي هو نشاط بشري واجتماعي يقوم على اشباع الحاجات ولا يكتفي بذلك بل يبحث في رغبات الفرد ويعمل على تلبيتها ، وهو ما يجعله نشاط يقوم على البحث والاستقصاء الدائم والمستمر طالما ان هذه الحاجات والرغبات تتميز بالتغير والتطور وبالتالي فهو يبحث عن خلق القيمة.

لقد تعددت تعريفات التسويق وفهناك من يرى التسويق يلي عملية الانتاج وينشغل بكيفية اصال المنتج او الخدمة الى الزبون، بينما هناك من يرى ان التسويق يسبق عملية الانتاج يواكبها ويستمر الى ما بعدها، وهذا لا يعني ان نحكم على بعضها بالخطأ وانما يرجع هذا الاختلاف الى تغير الظروف التي احاطت وتحيط به وهو ما جعل Lendrevie Jacques يركز من ناحيته على تعريفين للتسويق حيث يضع الاول في نطاق ضيق (تقليدي) والثاني في نطاق واسع (حديث).

فالتسويق في مفهومه الضيق هو مجموعة الوسائل والأساليب التي يجوز عليها المؤسسة من اجل بيع منتجاتها لزبائنها بطريقة تضمن لها الربح. أما التعريف الواسع الذي جاء كنتيجة مباشرة لتوسع نطاق التسويق الذي لم يعد يقتصر على المؤسسة ذات الأهداف الربحية وانما امتد الى مجال الخدمة، السياسة، الجمعية الخيرية، المؤسسات الدينية، البنوك، السياحة.... الخ فهو مجموع الطرق والوسائل التي تحوز عليها المنظمة من اجل الارتقاء بسلوكيات الجماهير التي تهتم بها بالاتجاه الذي يضمن تحقيق اهدافها الخاصة، لذلك عرف التسويق بأنه «فلسفة ومنهجية ومجموعة التقنيات التي يؤخذ بها لتحقيق غاية ما».

يشير التعريف الى ان التسويق نشاط مخطط له تقنياته وادواته ومنهجه الذي يقوده الى تحقيق اهدافه وغاياته التي قد تكون تجارية او اجتماعية او حتى سياسية.

وكخلاصة لما سبق التسويق هو فلسفة، موقف، خيار، تسييري، ومجموعة التقنيات الموجهة الى اشباع حاجات ورغبات الأفراد عن طريق السلع والخدمات والافكار في اطار يضمن أولاً بناء علاقة دائمة تربط المؤسسة

بجمهورها وثانيا تحقيق اهداف المؤسسة.

مراحل تطور التسويق

لقد مر المفهوم التسويقي بعدة مراحل قبل ان يصبح فلسفة وتوجهها ومفهوما قائما بذاته. وعموما يمكن حصر هذه المراحل فيما يلي :

اولا : مرحلة التوجه بالانتاج

وهي مرحلة تفوق الطلب حيث تغلبت كفة الطلب على كفة العرض خلال الربع الاول من القرن العشرين.

ولأن امكانيات الانتاج كانت لا تزال مقتصرة على الإشباع الكمي لاحتياجات السوق فان الشغل الشاغل لرؤساء المؤسسات آنذاك كان تحسين وسائل الانتاج والبحث عن المصادر اللازمة لتمويل الاستثمارات.

لقد سادت في هذه المرحلة الفكرة «انتج بوفرة وبأقل تكلفة» ومن ثم فأن تحسين كفاءة الانتاج والتوزيع والقدرة على تخفيض التكلفة والعمل على اتاحة السلع في الاسواق عن طريق التغطية الكاملة، كانت الركائز الاساسية لتوجيه أوجه نشاط المؤسسة.

لم يلعب التسويق في هذه المرحلة دورا فعلا حيث كان ينظر اليه كنشاط اضافي هدفه الوحيد تصريف الانتاج المتنامي نتيجة التطور التقني.

ثانيا: مرحلة التوجه بالمنتوج

ان المفهوم السلعي ينطلق من فكرة ان المستهلك يفضل السلعة التي تعرض احسن جودة، وفي هذه الحالة فان المؤسسة ستنشغل وبالدرجة الاولى بتحسين جودة المنتج مما قد يوقعها فيما يعرف بقصر النظر التسويقي ، حيث ان التوجه الرئيسي لهذا المفهوم يكون الى المنتج وليس الى حاجات الأفراد والأسواق.

وبالرغم من سيادة فكرة أن المنتج الجيد يبيع نفسه، الا ان المسعى التسويقي في هذه الحالة كان يهدف الى:

- تحديد المستوى الأمثل للعلاقة: جودة-سعر.

- الاعلام حول المنتج.

لقد بقي انشغال المؤسسات وحتى هذه المرحلة مقتصر على البحث عن التمويل وعن المنتجات الجديدة بالاعتماد على التكنولوجيا الجديدة، حيث بقي النجاح في تأدية الاشباع الحقيقي لحاجة المستهلك بعيدا عن منال هذه المؤسسات التي كان يدفعها الاقتناع بأن تكون حاضرة في السوق قبل الآخرين املا ان يستمر هذا السوق، ومتى تساوى العرض مع الطلب او فاقه يصبح تصريف المنتجات هم المؤسسة الوحيد.

ثالثا: مرحلة التوجه بالبيع

شيئا فشيئا وكنتيجة مباشرة للانتاج الوفير اصبح العرض يفوق الطلب وهنا سادت فكرة ان المستهلك لن يقوم بعملية الشراء الا اذا تم تنبيهه او اثارته الى المنتج، فلم يكن الامر مقتصر على ما يريده الزبون وانما انصب الاهتمام على مضاعفة الجهود لكي يتقبل المنتج «ولذلك فقد استخدمت اساليب الضغط في البيع»

لقد كانت المؤسسات في هذه الفترة تتمتع بقدرة عالية على الانتاج وكان هدفها هو بيع ما تم انتاجه وليس انتاج ما يمكن بيعه، وفي ظل ظروف

الا دليل واضح على الأهمية التي يحتلها هذا الأخير على جميع الأصعدة الاقتصادية والاجتماعية والمؤسسية ويمكن تلخيص هذه الأهمية في النقاط التالية:

اولاً: الأهمية الاقتصادية للتسويق

يعرف McCarthy.E.jerome التسويق الكلي Macro marketing على انه مسار اجتماعي اقتصادي يدير تدفق السلع والخدمات من المنتجين الى المستهلكين مع هدف توفيق العرض مع الطلب وتحقيق اهداف المجتمع. ان التسويق الكلي يهتم بتدفق السلع والخدمات من المنتج الى المستهلك. واتخاذ القرار المتعلق بما يجب انتاجه وتوزيعه وبأي كمية تختلف باختلاف البلدان والأنظمة الاقتصادية، الا ان الاهداف الأساسية تبقى متشابهة وهي خلق السلع والخدمات وتوفرها في الوقت والمكان المناسبين لتحسين مستوى المعيشة في كل بلد.

ويعرف النظام الاقتصادي في الدولة بأنه « الطريقة التي يقوم المجتمع من خلالها بتوجيه موارده لإنتاج السلع والخدمات التي تشبع رغبات وحاجات افراد المجتمع.

ثانياً: الأهمية الاجتماعية للتسويق

تتبلور أهمية التسويق في اشباع الحاجات والرغبات البشرية وهي جوهر ولب أي نظام اجتماعي.

ان التسويق لا يخلق الحاجات فهي موجودة ومشتركة بين جميع افراد الجنس البشري وانما يخلق الرغبة باقتراحه الوسائل الانجح لتلبية هذه الحاجات.

ويتمثل الهدف الأساسي للتسويق في تحقيق التوافق بين حاجات ورغبات الأفراد بين السلع والخدمات التي يمكن ان تشبع هذه الحاجات والرغبات، وكلما تزايد هذا التوافق بين الرغبات والحاجات وبين السلع والخدمات الموجودة كلما كان الاشباع اكبر.

ولعل أكثر ما يبرز الأهمية الاجتماعية للتسويق هو بروز مفهوم جديد هو الاحداث في فلسفة ادارة التسويق يتمثل في التسويق المجتمعي، واول من اشار الى هذا المنحى Drucker عام ١٩٥٧ بقوله «ان التسويق يتمثل في العمليات الديناميكية لمنشآت الأعمال التي تحدث التكامل بين منتجاتها مع اهداف وقيم المجتمع».

ثالثاً: أهمية التسويق للمؤسسة

يعرف McCarthy التسويق الجزئي Micro marketing على انه « وضع وتنفيذ الأنشطة التي تهدف الى بلوغ اهداف المؤسسة المحددة على اساس استباق حاجات الزبائن وقيادة تدفق السلع والخدمات المشبعة من المنتج الى المستهلك». لقد حصر دور التسويق ولفترة طويلة في نشاطات البيع والاشهار ، ولكن الواقع الجديد فرض على المؤسسات اعادة النظر في فلسفتها حيث اعلن Drucker Peter قوله «سنكون بدون شك بحاجة دائمة الى احد اشكال البيع، فهدف التسويق هو الوصول الى فهم الزبون واستباق حاجاته وبالتالي تكوين زبون مستعد للشراء».

فالتسويق يشجع على الابتكار والتجديد، اذ ان اعمال البحوث وكذلك وضع

سوق المشتريين اصبح المشكل الجوهرى للمؤسسة ايجاد الزبون، فلم تجد امامها سوى السعي الى فرض سلعتها في السوق مستخدمة طرق الاشهار المكثف واساليب الضغط في البيع مما ادى الى الاعتقاد بأن التسويق ما هو الا مرادف للبيع والاشهار، اما عن المسعى التسويقي في هذه المرحلة فقد كان يهدف الى:

- اختيار افضل المواقع لنقاط البيع او مساحات البيع

- تحديد لائحة بيانات البيع الخاصة بكل منتج

- تنشيط وتحفيز فرق البيع والوسطاء

- تكييف الاشهارات التجارية

لم تكن هذه الجهود كافية لبيع المنتجات، ولذلك بقي البحث عن الاساليب والتقنيات الجديدة في البيع مستمراً.

رابعاً : مرحلة التسويق

لم يعد الترويج وحده كافياً لمواجهة مشتريين اكثر وعياً، فقد صارت المؤسسات تبحث في حاجات ورغبات المستهلكين من اجل النجاح في تكييف منتجاتها، وهنا انتشر المفهوم التسويقي كبديل عن الفلسفات السابقة. ويعرف King المفهوم التسويقي بأنه « تعبئة واستغلال والرقابة على الجهد الكلي للمشروع بغرض مساعدة المستهلكين في حل مشاكل معينة وبطرق تتفق مع الدعم المخطط للمركز الربحي للمشروع.

ويعرفه كوتلر بأنه «تفكير اداري يقوم على ان المهمة الأساسية للمنشآت هي تحديد رغبات وحاجات السوق المستهدف وتكييف اوضاع المنشأة لتقديم الاشباع المطلوب لهذه الرغبات بكفاءة اكبر من منافسيها».

لقد وضعت هذه الفلسفة المستهلك في اعلى سلم اولوياتها وانطلقت من مبدأ ان تنوع العرض يسمح بتحقيق اكبر اشباع للحاجات والرغبات، حيث يقوم المستهلك بإعطاء قيمة لما هو معروض عن طريق تقييمه للعلاقة اشباع/سعر.

وفي ظل الظروف يسعى التسويق الى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على حاجات ورغبات المستهلكين.

- التعرف على عروض المنافسين.

- تحديد المنتجات التي تحمل اكبر قيمة.

- الاتصال بالزبون من اجل اقناعه بميزة العرض الذي حقق من أجله.

وفي هذه المرحلة تعتبر المعلومة، او بالأخص القدرة على استعمال المعلومة، أي القدرة على الاكتشاف، السبق وتحسس حاجات ورغبات المستهلك، الرهانات الكبرى للمؤسسة المنتجة للسلع والخدمات والتي لابد ان تحسن موقعة قيمها من أجل تحقيق اهدافها.

أهمية التسويق

ان التسويق فكر وفلسفة ووظيفة ونشاط، فكر يقوم على اعتبار السوق بما تحتويه من مكونات المنافسة والطلب سببا في وجود النشاط، وفلسفة ترتكز، من اجل ابقاء النشاط حيا يقبل عليه الطلب في ظل المنافسة الدائمة، على مدى تفهم هذا الطلب وخدمته بأحسن كيفية وافضل سبيل.

ان ارتفاع عدد المؤسسات المدمجة للتسويق، والاهتمام المتزايد به ما هو

المستقبلية، لذلك من المهم أن يكون لديهم أسلوب مناسب للتعامل مع الزبائن واقناعهم.

٢. العملية (Process): هي عبارة عن الإشارات التي يراها الزبائن وتعطيهم فكرة عن السلعة، أو الخدمة، مثل: مدى نظافة المطعم، أو طريقة تغليف السلعة، لذلك يجب التواصل مع الزبائن لمعرفة مدى رضاهم عن المنتج المقدم، أو الخدمة التي تم الحصول عليها.

٣. الأدلة المادية (Physical Evidence): هي تلك الأدوات التي تساعد على تقديم الخدمة، أو السلعة حيث تضمن الراحة للزبون، وكلما زاد اهتمام الشركة بتطوير هذه الأدوات زادت فرصة إعطاء الزبون فكرة جيدة.

الاستنتاجات

١. انفتاح المؤسسة على قطاع السوق بشكل عام وفتح قطاع الاتصالات بشكل خاص يساهم في تطوير قطاع التسويق والمنظمة في مجمل النواحي.

٢. أهمية التسويق تبرز من خلال الدور التجاري الذي يلعبه من خلال.

- زيادة أعمال المؤسسة.

- خلق ميزة تنافسية.

- زيادة عدد المشتركين.

- زيادة الحصة السوقية.

٣. يمكن للتكنولوجيا أحداث ثورة هائلة في مجال التسويق من خلال استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة.

٤. التكنولوجيا مجرد اداء والنتائج والفاعلية تعتمد على كيفية استخدام المؤسسة لها وإدارتها بالشكل المناسب.

٥. تتيح التكنولوجيا للمؤسسة الحصول على المعلومات المختلفة وكذلك التواصل مع زبائنهم بسرعة وسهولة أكبر.

التوصيات

١. الاهتمام بالتسويق حيث يعتبر الركيزة التي تعتمد عليها المؤسسة للتعريف بنفسها ومنتجاتها وعلاماتها، بالإضافة إلى كونه الاداة الفعالة التي تمكن المؤسسة من التأثير على سلوكيات زبائنهم.

٢. عدم اهمال قسم التسويق والاتصال في المؤسسة باعتباره الطرف الأكثر دراية في الاهداف والمشاكل.

٣. العمل والتركيز على تكثيف الحملات التسويقية في وسائل الاعلام.

٤. العمل على تكوين الكوادر والمختصين في مجال التسويق بما ينعكس على فاعلية النشاط التسويقي.

استثمارات جديدة في الصناعة تنشطان عندما يقبل المستهلكين على السلع والخدمات الجديدة.

عناصر المزيج التسويقي:

١. المنتج (Product): هو عبارة عن السلع، أو الخدمات التي تقدمها الشركات، ونجد أن هنالك فرقاً شاسعاً بين السلعة والخدمة، فالسلعة تمثل منتجاً ملموساً، مثل: الحاسوب، والأجهزة الكهربائية، أما الخدمة فتتمثل بالمنتج غير الملموس، مثل: خدمة الفنادق، والاتصالات، بالإضافة إلى ذلك نجد أن السلعة تنقسم إلى قسمين، فهناك سلع استهلاكية يتم إنتاجها وبيعها مباشرة للمستهلك، وهناك سلع يتم بيعها من خلال قنوات التوزيع.

٢. السعر (Price): هو مقدار ما يدفعه الزبون مقابل السلعة، أو الخدمة التي يحصل عليها، وتسمى عملية تحديد السعر بالتسعير، حيث تعتبر عملية دقيقة، كما أنها تعتمد على العديد من العوامل، مثل: سعر المواد الخام، والمنافسة، وقيمة المنتج نفسه، ومن ضمن الطرق التي تتبعها الشركات عادة في التسعير أنها تضع سعر التسعير على أساس كل من التكلفة، وسعر السوق.

٣. المكان، أو التوزيع (Place): هو المكان الذي يتم فيه بيع المنتج والقنوات التي يتم من خلالها توزيع المنتج وإيصاله إلى المستهلك النهائي، ومن المهم معرفة كيفية توزيع المنتج بالطريقة المثلى، حيث يضمن سدّ احتياجات السوق من المنتج، ونجد أنه مع ازدياد التجارة الإلكترونية أصبح من السهل تخطي هذه الخطوة في العديد من المنتجات، حيث تعرض المواقع الإلكترونية منتجاتها عالمياً، كما يمكن لجميع الناس الحصول على ما يريدون شراءه من المواقع الإلكترونية بمجرد طلبها.

٤. الترويج (Promotion): هو عبارة عن جميع أشكال الاتصال والتواصل بين الشركة والزبائن، مثل: العلاقات العامة، والإعلانات، وترويج المبيعات، والبريد المباشر والعديد من أساليب الترويج والاتصال بالزبائن، بالإضافة إلى ذلك نلاحظ أن الترويج يدخل ضمن تحديد شكل المنتج وحجمه، حيث يؤثر بشكل كبير على لفت انتباه الزبائن وكمية استهلاكهم للمنتج.

عناصر المزيج التسويقي الحديث:

١. الأشخاص (People): هم الذين يقدمون الخدمة، أو يبيعون المنتج، مثل: موظف المبيعات في الشركة، كما يجب أن يتمتع هؤلاء الأشخاص بقدرة عالية على تقديم أفضل ما لديهم واحترام الزبائن وتوفير الراحة لهم، وهذا يعطي انطباعاً يؤثر على الزبائن وإمكانية زيادة مشترياتهم



دائرة تطوير القطاع الخاص

تسعى هذه الدائرة ومن خلال أقسامها الخمسة وبالتنسيق مع الجهات المعنية بالقطاع الخاص من اتحادات وغرف تجارية وصناعية ومنظمات رجال الأعمال وهيئات الاستثمار والجامعات والمراكز البحثية إلى خلق قطاع خاص عراقي وطني وحيوي ومزدهر مبادر محلياً ومنافس إقليمياً ومتكامل عالمياً ، وان يكون أكثر التزاماً اجتماعياً وبيئياً بهدف تحقيق التنوع الاقتصادي والتنمية المستدامة وذلك من خلال (فهم طبيعته ، ورفع تراتبية العراق في المؤشرات العالمية الخاصة ببيئة الأعمال ، وتنمية ودعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة بشكل يحسن من قدرتها الإنتاجية والتنافسية ، وان يكون هناك مظلة تتوحد تحتها كل الجهود والخطط الداعمة للقطاع الخاص العراقي لتكون بمثابة منبراً للحوار والتنسيق والإشراف والتفاعل لتنفيذ الأنشطة المحددة في خطط تطوير القطاع الخاص لتحقيق النمو الاقتصادي المنشود)

قسم نقطة تجارة العراق الدولية - قسم الدراسات والنشر - قسم تنمية الاستثمار

- قسم تنمية التجارة والتصدير - قسم التدريب التجاري

