

انتاج وتصنيع وتسويق التمور العراقية

كلثوم هاشم صحن

مدير قسم الدراسات والنشر / دائرة تطوير القطاع الخاص

مقدمة

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

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

ان الافتقار الى الدعم والوصول

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

لذا من الضروري على العراق ان يعيد حساباته في نسق تسويقية لهذا المنتج من خلال رفع كفاءة اداء الوظائف التسويقية والقائمين بادائها

سيما في مجال التصنيع والتعبئة والتغليف واتباع المواصفات العالمية في تصنيف وتدرج ثمار نخلة التمر، والقيام بحملات ترويجية ودعائية كبيرة لتسويق ثماره خارجيا، وبالتالي زيادة اسعار ثماره وارتفاع عوائده منها. ومن ثم لتساهم في تقليل العجز في الميزان التجاري، والذي يعاني عجزا متناميا منذ عقود حيث اصبحت مكونات التجارة الخارجية الزراعية في العراق ذات تأثير هامشي في السياسة الزراعية.

ان موضوعنا يناقش واقع انتاج وتسويق وتصنيع التمور محليا واقليميا من خلال أربعة محاور وكما مبين تباعا.



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

المحور الاول : انتاج التمور العراقية

ان المحافظات المشمولة بانتاج التمور في العراق هي (ديالى ، بغداد ، بابل ، كربلاء ، واسط ، النجف ، الديوانية ، المثنى ، ذي قار ، ميسان ، البصرة) ، ويوجد في العراق اصناف كثيرة من التمور ولكن المعروف منها تجارياً قليل جداً علماً ان الاصناف التجارية ليست بأجود الاصناف فهناك اصناف تفوقها جودة لكنها قليلة العدد والانتشار واهم اصناف التمور التجارية هي : (الحلاوي ، الخضراوي ، السائر ، الزهدي ، الديري ، البريم ، الجبجباب ، الاشرسي ، المكتوم) .
وفي هذا المحور سوف يجري مناقشة الامور الآتية:-

اولاً : انتاج التمور لعام ٢٠١٥ مقارنة بعام ٢٠١٤
قُدّر انتاج التمور لعام ٢٠١٥ ولجميع الاصناف

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

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

وطنية مقترحة لتطوير زراعة النخيل في العراق ويأتي اقتراح هذه المشاريع الإستراتيجية لتطوير القطاع الزراعي ولتحسين إنتاجية النخيل من حيث الكمية والنوعية بإتباع الوسائل الحديثة لخدمة بساتين النخيل وإيجاد الوسائل التي من شأنها تعظيم الفوائد المتأتية من زراعة النخيل وتجارة التمور .

من مجموع انتاج العراق . من الجدول رقم (١) يظهر ان هناك زيادة بانتاج التمور لعام ٢٠١٥ مقارنة بعام ٢٠١٤ بلغت ١٠٩ الف طن وهذا مؤشر ايجابي لانتاج التمور في العراق أي ان انتاج التمور في حالة زيادة بالرغم من تعدد الصعوبات والعراقيل التي تعترض مهمة إنعاش بساتين النخيل في البلد ، وهناك خطط ومشاريع واسعة وضعت لرفع الكفاءة الإنتاجية للتمور في العراق ولو تدريجياً ومن المؤمل أن تنفذ على مدى السنوات العشر المقبلة فهناك مشاريع

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

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

العراقية هي الاوطأ بين اسعار دول العالم ، الامر الذي يتطلب الارتقاء بمستوى عمليات تسويق وتصنيع التمور من تعبئة التمور وكبسها وتغليفها باغلفة جذابة ، وكذلك عمليات تصنيع التمور والتشديد على اتباع المواصفات العالمية للانتاج والاعتناء بالتنظيف والتدريج والترويج لها في الاسواق الخارجية، لذا فأن سياسة انتاج التمور في العراق تحتاج الى مراجعة شاملة من قبل كافة الجهات ذات العلاقة لغرض ايجاد اسواق مناسبة لتصريف الفائض من التمور العراقية الى الاسواق العربية والعالمية حيث ان التمور تكاد تكون السلعة الوحيدة التي فيها فائض للتصدير حيث يمكن تصديرها بشكل خام بعد تنظيفها وتعبئتها وتغليفها او تصنيعها وهذا امر ليس بالصعب وما ستركه هذا الامر من تنوع في هيكل الصادرات وارتفاع المستوى المعاشي للمزارعين وتطور الاقتصاد العراقي .

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

ثانياً : صادرات التمور في العراق

ان عائدات العراق من تصدير التمور لاتشكل نسبة مع حجم صادراتها من التمور وذلك يعود الى انخفاض اسعار بيع التمور في الاسواق الخارجية بسبب انخفاض نوعية التمور المصدرة وانخفاض كفاءتها التسويقية ، وان عدداً من الدول تستورد التمور العراقية وتقوم بتصنيعها وتعبئتها واعادة تصديرها على انها تمور من انتاجهم باسعار مرتفعة . لذا فان اسعار التمور

المحور الثاني

تصنيع التمور العراقية

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

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

١- كبس وتعبئة وتغليف التمور:

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

واخذت هذه الصناعة بالتطوير تدريجياً من خلال ادخال المكننة الحديثة في وقتها في الكبس ومعدات التعبئة والتغليف واجهزة التبخير والتعقيم والغسل ونزع النوى والانطقة المتسلسلة

(الاحزمة الناقلة) لتصنيف وتدرج وعزل وفرز التمور فضلاً عن معدات الفحص والسيطرة النوعية والمخازن المناسبة وغيرها.

٢- تصنيع مشتقات التمور:

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

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

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

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

ثانياً : معوقات تصنيع التمور في العراق

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

-عدم التزام منتجي التمور بالمواصفات التي تطلبها مصانع التمور من حيث خلو الثمار من

الحشرات

والافات والأتربة.

-عدم تجانس

الثمار.

-عدم تبخير

التمور بعد

الجنبي مباشرة.

-زيادة نسبة

الرطوبة وظهور

عفن على ثمار

التمور.

-وجود نسبة

عالية من التمور غير صالحة للتعبئة.

-بدائية الكثير من الاجهزة المستخدمة في تصنيع التمور.

-عدم توافر العمالة المتخصصة.

-ارتفاع تكاليف الصيانة للالات

المستخدمة في مصانع التمور.

-ارتفاع نسبة الفاقد اثناء التصنيع.

-القصور في برامج الدعاية والاعلان

للمتور المصنعة .

-عدم التوجه الى تصنيع التمور

لاغراض اخرى كالدبس ، والخل ...

وغيرها والتركيز على التعبئة.

-عدم توفير المخازن المناسبة لدى المصانع.

-ضعف التنسيق بين القطاعين

الزراعي والصناعي في مجال

الانتاج لاغراض التصنيع كما ونوعاً

والقطاعين السابقين مع القطاع

التجاري لاغراض التسويق الداخلي

والخارجي.



الأهداف والمهام الموكولة للشركة بالاتي :-
 ١- تستلم الشركة حاجتها من التمور وفق الخطط السنوية المقررة لها وبما ينسجم وأهدافها الإنتاجية والتسويقية المحددة .
 ٢- شراء الفائض من التمور ضمن ضوابط معتمدة .
 ٣- تسويق التمور والمنتجات الأخرى التي تضطلع بها الشركة في الداخل والخارج والمساهمة في اقتراح أسعار التمور من المنتجين .
 ٤- تطوير عملية كبس وتصنيع التمور وتحسين عبواتها .
 ٥- المساهمة في إعداد وتحديد النوعية والمواصفات اللازمة للتمور المعدة للتصدير .
 ٦- اقتراح الأسعار التصديرية للتمور المراد تصديرها للخارج وتحديد أسعار منتجاتها للتسويق الداخلي .
 ٧- استيراد مستلزمات الإنتاج والتصنيع ومتطلبات تحسينه .
 ٨- القيام بالترويج للتمور بمختلف الوسائل المتاحة كفتح المكاتب أو الفروع .
 ٩- تأسيس المشاريع والشركات التي تعتمد على زراعة النخيل وإنتاج ثمارها ومشتقاتها والمساهمة في المشاريع والشركات الأخرى .

أشجار النخيل والتمور بجهاز مركزي واحد هو المؤسسة العامة للنخيل والتمور العراقية .
 المرحلة الرابعة : ممتدة لغاية ١٩٨٨
 كان الاتجاه العام هو إيجاد صيغة متخصصة لممارسة النشاطات المتعلقة بالتمور وعلى هذا الأساس برزت هيئة التمور العراقية بموجب القانون رقم (١١٣) لعام ١٩٨٠ وبذلك حلت محل مصلحة التمور العراقية الملغاة .
 المرحلة الخامسة : والتي لازالت مستمرة تنفيذاً للأمر الوزاري القطاعي المرقم (٣١) في (١٩٨٨/٢/١١) والذي بموجبه شكلت لجنة لمناقشة موضوع إيجاد البديل الأفضل لتنظيم عمليات تسويق ثمار نخلة التمر لتحل محل هيئة التمور العراقية , حيث تم تأسيس الشركة العراقية لتصنيع وتسويق التمور/ شركة مساهمة مختلطة وهي من الشركات المختلطة الوحيدة في العراق المتخصصة في تصنيع التمور وتسويقها , وتعد مهامها امتداداً لأعمال هيئة التمور العراقية وللشركة فروع موزعة على محافظات النخيل في (بغداد , ديالى , بابل , كربلاء , النجف, البصرة) وتمتلك الشركة أجهزة جيدة وحديثة لجني وتصنيع التمور.

ثانياً : مهام وواجبات الشركة العراقية لتصنيع وتسويق التمور :
 لقد حدد عقد التأسيس أهم



المبحث الثالث

تسويق التمور في العراق

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

اولاً : تطور نظام تسويق التمور

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

المرحلة الأولى : والتي تمتد لغاية ١٩٥٢ .

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

المرحلة الثانية : والممتدة لغاية ١٩٦٨ .

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

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

ب- الجمعية التعاونية لمنتجي تمور المنطقة الوسطى عام ١٩٦٠ .

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

المرحلة الثالثة : الممتدة لغاية ١٩٧٩ .

في هذه المرحلة برزت محاولات جادة لجمع متطلبات خدمة ورعاية

التوزيع المباشر وغير المباشر وقنواته من خلال الوكلاء او تجارة الجملة او التجزئة كما تضم أنشطة النقل والتخزين والمناولة وغيرها ، ويعرف التوزيع بأنه العملية التي يتم من خلالها جعل السلعة متوفرة في المكان والكمية المناسبة عندما يرغب المستهلك بها .

٤. السعر : يضم هذا العنصر جميع الاعمال المتعلقة بسياسة التسعير وتحديد قائمة الاسعار و طرائق الدفع و المدة الزمنية والبيع بالتقسيط وان اهم الشؤون الرئيسية في ادارة التسويق هي تحديد السعر في اطار استراتيجيات ديناميكية للتسعير .

رابعاً : سياسات تسويق التمور في العراق

يوجد نمطان من السياسات التسويقية للتمور في العراق.

الأول : القطاع الحكومي اذ يقوم بالدور المهم في التخطيط والتنفيذ والمراقبة في كل مرحلة من مراحل التسويق.

الثاني : سياسات تسويقية مبنية على آليات السوق وتحرير الاسعار وإلغاء القيود التجارية واعطاء دور مهم للقطاع الخاص في التسويق. وتؤدي السياسات التسويقية دوراً مهماً من حيث :

١- كونها تسعى إلى زيادة الكفاءة التسويقية.

٢- تقليل الفاقد من السلعة الزراعية.

٣- توصيل السلع إلى المستهلك .

٤- ايصال مستلزمات الانتاج الزراعي الى المزارع باقل تكلفة ممكنة .

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

الصناعات الوطنية الذي تعتمد هذه المادة في صناعتها .

٥- تسويق التمور غير الصالحة للاستهلاك كعلف حيواني .

٦- العمل على جعل الشركة أداة فعالة بيد الدولة كلما دعت الضرورة وذلك من خلال قيام الشركة بشراء التمور وفقاً للظروف الاستثنائية التي قد يمر بها البلد باعتبار أن نخلة التمر ممكن أن تكون خزيناً غذائياً استراتيجياً للبلد .

ثالثاً : التسويق واختبار المزيج التسويقي

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

١. المنتج : يجب ان تتوفر فيه المواصفات والخصائص التي يرغب فيها السوق وبالجودة الملائمة لرغبات المستهلكين وهنا النشاط يتضمن جميع الخطط المعدة تجاه هذا المنتج والتطورات التي تجريها عليه لكي يأخذ موقعه التنافسي في السوق .

٢. الترويج : وهو النشاط الذي يتم ضمن اطار أي جهد تسويق وبنطوي على عملية اتصال اقناعي ويشمل هذا العنصر مختلف الوسائل التي يمكن ان تساعد على تحقيق الاتصال بالمستهلكين والمشتريين الصناعيين المستهدفين وحثهم على شراء المنتج ويضم الترويج (الاعلان ، البيع الشخصي ، ترويج المبيعات ، النشر)

٣. التوزيع : يتعلق بالانشطة والاعمال الخاصة بتوفر المنتج في المكان المناسب للمستهلكين او المشتريين الصناعيين المستهدفين والذي منها سياسة

١٠- إقامة الندوات والمعارض المتخصصة أو المساهمة فيها بالداخل والخارج .

١١- التعاقد مع الغير لتحقيق أغراض الشركة وأهدافها .

١٢- تهيئة مواد التعبئة والتغليف اللازمة لمتطلبات استلام الثمار من المنتجين .

١٣- التعامل مع المصارف والمؤسسات المالية والاقتصادية على اختلافها بفتح الحسابات الجارية والحصول على التسهيلات المصرفية .

١٤- حق تملك العلامات التجارية ، براءات الاختراع والمساهمة في إصدار إجازات الكبس والشهادات الأخرى الخاصة بثمار نخلة التمر .

١٥- قيام الشركة بإنتاج منتجات تعتمد على التمور ومخلفاتها كالمنتجات الغذائية والإعلاف وغيرها .

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

١- شراء التمور من المزارعين على وفق الأسعار المحددة من الجهات المختصة .

٢- تكون كصمام الأمان للمزارعين حيث تدخل كطرق مباشرة لشراء الفائض من التمور عندما تنخفض أسعارها من الأسواق المحلية .

٣- تقوم بإنتاج العبوات المختلفة لإغراض التصدير أو لإغراض الاستهلاك البشري الداخلي وسد حاجة المواطنين من هذه المادة .

٤- تهيئة التمور الصناعية لإغراض

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

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

سادساً : برامج تحسين الأنظمة والخدمات التسويقية للتمور في العراق :

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

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

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

د : سياسة توزيع التمور :

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

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

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

ب. سياسة تسعير التمور : ان سياسة التسعير من السياسات الزراعية المهمة التي تساهم في توجيه وتحديد اوجه استخدام الموارد الانتاجية ورفع كفاءة عمليات التسويق الزراعي اذ يعد السعر احد مكونات المزيج التسويقي كما مر سابقاً ، وتعد اسعار التمور من اهم المؤشرات التي تقود المنتجين نحو تخطيط برامج انتاج وتسويق التمور وهي تشكل حافزاً مهماً لتطوير مستوى الانتاج كما ونوعاً وهذا ينعكس على تلبية متطلبات الصناعات المعتمدة على التمور وتنميتها.

تحدد اسعار بيع التمور المحلية على وفق تكاليف الانتاج مع اضافة هامش ربح معين ، وهي تختلف من ظرف لآخر ومن منطقة لآخر فضلاً عن الفروق الكبيرة بين اسعار التمور قبل النضج التام (الرطب) واسعار التمور التامة النضج المكبوسة اذ ان مدة عرض التمور (الرطب) قصيرة وقد لا تتجاوز الشهرين في كل موسم.

ج. سياسة ترويج التمور : ان سياسة الترويج التي تنتهجها الشركة العراقية لتصنيع وتسويق

المحور الرابع

بعض الدول المصدرة والمستوردة للتمور

أولاً: جمهورية مصر العربية

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

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

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

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

وتعتبر مصر من الدول المصدرة للتمور ولاتستورد إلا استثنائياً وبكميات قليلة لكن بالإمكان عمل بعض الإجراءات لنفاذ التمور العراقية للأسواق المصرية وفيما يلي أبرز الإجراءات لنفاذ التمور العراقية إلى الأسواق المصرية :

اعلام الملحقية التجارية في مصر بما يلي :-

١ :- انواع التمور التي تنتج حالياً في العراق .
٢ :- الكميات الفائضة عن الحاجة في العراق القابلة للتصدير .

٣ :- الشركات المصدرة الخاصة والحكومية .

- ومن خلال الفقرات الثلاثة أعلاه يمكن :-

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

٢ . التنسيق مع اتحاد الغرف التجارية المصرية لموافاتنا بأسماء الشركات والتجار المصريين الذين يتعاملون

ببيع التمور في مصر .

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

١- برنامج تطوير ودعم الأجهزة التنظيمية :

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

٢- برامج توفير وتأهيل وتدريب الملاكات البشرية ومنها :

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

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

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

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

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

٤-برنامج إنشاء قاعدة معلومات لتسويق التمور في العراق:

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

٥ - برنامج تفعيل اللوائح والقوانين المنظمة للممارسات التسويقية للتمور :

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



ثانياً : المملكة الاردنية الهاشمية

حققت زراعة التمور في الأردن تطوراً ملحوظاً في الآونة الأخيرة مما وضعها في مصاف الدول العالمية والعربية من حيث جودة منتجها ومنافستها للتمور المستوردة الأمر الذي أدى إلى زيادة الطلب عليها .
ينتج الأردن سنوياً (٢٠ - ٢٥) ألف طن من التمور وما يقارب ١٥ نوع من التمور , وعلى رأسها (المجهول) حيث أصبح هنالك توجه لزراعة أصناف تمور أثبتت جدواها مثل (المجهول) المنافس بالنكهة والجودة للأنواع الأخرى.
وتتراوح أسعار التمور للكيلو غرام وحسب النوعية :
-تمور دجلة النور ٢٠ \$ - المجهول ١٥ \$ - البرحي ١٠ \$.

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

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



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

الصادرات			
٢٠١٥		٢٠١٤	
الكمية بالطن	الدولة	الكمية بالطن	الدولة
٧٠,٠	أمريكا	١	استراليا
٥٣,٠	إسرائيل	٨٠	إسرائيل
١٦٦,٠	الإمارات	٢١٢	الإمارات
٧,٠	البحرين	٢	البحرين
٤٢,١	الكويت	٢٦	الكويت
١,٢	ألمانيا	٩	ألمانيا
٠,٦	الهند	٨	المغرب
٠,٩	الدنمارك	١	النمسا
٦,٣	السعودية	١	اليمن
٠,٦	باكستان	٤٠	ايطاليا
١١,٥	بريطانيا	٢	بريطانيا
٣٢,٠	تركيا	٣٩	تركيا
٢,٩	العراق	١	سوريا
١,٣	فرنسا	٢٥	فرنسا
٤٤,٥	قطر	١٦	قطر
٣,٠	السويد	٤	كندا
١,١	جزر المالديف		
٢,٠	عمان		
٢,٢	كينيا		
٤٥,٥	لبنان		
٤٩٣,٨	المجموع	٥١٠	المجموع
الاستيرادات			
الكمية بالطن	الدولة	الكمية بالطن	الدولة
١٦٣٩	الإمارات	١٨٢٤	الإمارات
١٦١٩	السعودية	٤١٦٩	السعودية
٩,٣٣	فلسطين	١٠٥	العراق
		٢٢	تونس
		٣٠,٧	قطر
٣٢٦٧,٣٣	المجموع	٦٥٤٦,٨	المجموع

العبوات صغيرة الحجم كما هو الحال في سوق الأردن ١ كغم , ٢ كغم , ٥ كغم .
-فتح قنوات اتصال مع الشركات العالمية الخاصة بمصانع الشكولاته في دول أوروبا حيث لوحظ أن اغلب استيراد التمور من الأردن إلى دول أوروبا هي استعمالها في قطاع صناعة الحلويات .
-ضرورة فتح مكتب تجاري خاص بالمنتجات مع التعريف بالفوائد الغذائية والصحية للتمور وكذلك المحافظة على المنتج عن طريق التبريد وتوعية المنتجين للمحافظة على الثمار بعد جني المحصول والخزن لغرض إيصال المحصول إلي المستهلك بأفضل صورة , واختيار الأنواع الأكثر رواجاً في دول العالم .

من الجدول السابق يتضح ان الاردن من الدول المستوردة للتمور وفيما يلي الاجراءات الممكن اتباعها لتسويق التمور العراقية الى الاردن:
-الاهتمام بصناعة التمر كهدايا ممكن اصطحابها للوفود الخارجية , وتطويرها بما يتلائم مع تطور الصناعات الغذائية .
-بالإمكان تضمين محاضر الاجتماعات باستيراد التمور من العراق مقابل التسهيلات العراقية الممنوحة للجانب الأردني كوسيلة للتصدير .
-ضرورة المشاركة في المعارض الدولية لغرض اطلاق دول العالم على الأصناف المنتجة والتعريف بأهميتها الغذائية حيث يترتب الطلب في دول آسيا وأوروبا على

ثالثاً : لبنان

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

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

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

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

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



معترف بها في الأسواق العالمية فهناك منتجات من التمور للتخصيس وهناك منتجات الاورجيناك , وأصبح المستهلكون في الدول الأجنبية يعرفون أنواع التمور الإماراتية بأسمائها وبأدق تفاصيل مكوناتها الغذائية. وتوسعى الإمارات إلى توسعة أسواقها خارج آسيا وذلك من خلال دراسات خاصة للتعرف إلى احتياجات وأذواق المستهلك في هذه الأسواق الجديدة .

خامساً : فرنسا

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

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

رابعاً : دولة الامارات العربية المتحدة

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

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

إن سوق التمور انتقلت من الصناعة التقليدية إلى قطاع يتمتع بعوائد مرتفعة حيث يوجد تطوير كبير للصناعة في المنطقة , فاختلفت أنواع المنتجات وتنوعت بحيث أصبحت تغطي أسواق مايقرب من ٣٠ دولة حيث أن هذه الأنواع أصبحت علامات تجارية قائمة بحد ذاتها

جدول رقم (٧) يوضح اهم الصادرات والاستيرادات الفرنسية

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

طرق الوصول إلى سوق الاتحاد الأوروبي:

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

٢- هناك بعض المتطلبات لا تعتبر إجبارية للمصدرين بل تعطيمهم مزايا تسويقية أكبر وهي :

- المتطلبات البيئية للأسواق

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

- التغليف والملصقات

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

- التعرف الكمركية

يتم تشريع طرق وصول الخضروات والفواكه إلى السوق الأوروبي من خلال تشريعات أساسية خاصة بدول الاتحاد الأوروبي وهي EC٢٢٠١٩٦ وتغطي

هذه التشريعات بالإضافة إلى مواضيع أخرى .

* قائمة المنتجات التي تنطبق عليها معايير الجودة

* نظام تسعيرة الدخول * الرسوم

سادساً : البرازيل

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

واردات البرازيل من التمور

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

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

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

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

وتعد تونس من أهم الدول المصدرة للتمور إلى البرازيل .

أذواق المستهلكين :

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

- يفضل البرازيليون التمور الطازجة .
- يفضل المستهلك البرازيلي التمور التونسية بالدرجة الأولى للأسباب التالية :

* الجودة العالية للمنتج

* الأسعار الجيدة مقارنة بمثيلاتها

* تنوع المنتجات

* تنوع واختلاف العبوات

* اهتمام المصدر التونسي بالشرائح متوسطة الدخل من المستهلكين .

مواصفات التمور الواردة إلى البرازيل
١- بالنسبة للتمور الطازجة يجب حصول موافقة وزارة الزراعة البرازيلية
٢- تخضع التمور إلى ثلاثة أنواع من التصنيف

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

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

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

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

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

باللغة البرتغالية ونوعية الصنف .

أهم المستندات المطلوبة :

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

٢- أمر تسليم صادر عن وكيل وسيلة الشحن (يفضل الشحن بالطائرة)

يظهر به عدد الطرود ومحتوياتها وعلاماتها التجارية وفقاً لما هو وارد بالمنافيسات .

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

التوصيات :

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

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

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

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

والصحية .

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

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

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

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

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

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

الكبس والتغليف وكذلك التصنيع .

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

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

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

١٤. الاستفادة من تجارب الدول الاخرى المصدرة والمصنعة للتمور .

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

المصادر

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

