

(الموقع الصناعي لشركة الكفيل للمنتجات الغذائية واثرها في التنمية المكانية)

The industrial location of Al-Kafeel Food Products Company and its impact on spatial development t

م.م زهراء ياسر عبد السادة عبيد

مديرية تربية كربلاء المقدسة

الملخص:-

تعتبر شركة الكفيل للمنتجات الغذائية في محافظة كربلاء المقدسة هي شركة متخصصة في انتاج و توزيع المنتجات الغذائية في مدينة كربلاء ، تأسست الشركة عام 2005 وتعمل بجدية لتلبية احتياجات السوق المحلية وتوفير منتجات عالية الجودة للمستهلكين، كما قامت بتلبية كافة احتياجات المحافظة من المواد الغذائية، و تناول ا لبحث الفكرة الرئيسية لهذه الشركة من أول مقر لها وكان في منطقة حي الحسين عبارة عن بيت بسيط حيث كانت بداية العمل كشركة مستوردة للمواد الغذائية من دول الخارج مثل الهند ،والبرازيل ،وايران، وغيرها.. الخ. ثم تحول العمل إلى شركة منتجة للمواد الغذائية وتفرع منها ثلاث معامل هي:(معمل المعجنات ، معمل الألبان ، معمل الكبب) حيث أخذت منتجات الشركة تنافس البضائع الأجنبية في السوق، وتناول البحث أيضاً سبب اختيار موقع الشركة وكان نتيجة لعدة أسباب تم توضيحها من خلال ذكر عوامل التوطن الصناعي. كما تحدثنا عن كيفية بيع المنتجات وايصالها الى المستهلك عن طريق عرضها بالسوق ، وتتم عملية التسويق والبيع من خلال اتصال الشركة بمراكز البيع المباشر المنتشرة في مناطق مختلفة داخل كربلاء وخارجها وتناول في آخره المشاكل التي توجد في الشركة وطريقة إيجاد الحلول لتلك المشاكل وفق معيار علمي اقتصادي.

(كلمات مفتاحية)

نشأة شركة الكفيل ، عوامل التوطن الصناعي للشركة ، منتجات شركة الكفل، قائمة الوكلاء و المعتمدين للشركة

Abstract

Sh Akf Foods Fhaa Haa Haa Designation A that Foods Kaaa Aash in 2005 Aat A Eh Ah Ahjat Al-Ajmal M Al-Ad Food, and then the search for the main idea of this company from its first headquarters and in the Al-Hussein neighborhood area, Aba What is the name of Arg like India, Brazil, Iran, and others , Then the business turned into a company producing foodstuffs, and three factories branched out from it: (the pastry factory, the dairy factory, and the kebab factory), where the company's products began to compete with foreign goods in the market. The research also

addressed the reason for choosing the company's location and it was the result of several reasons that were explained by mentioning Factors of industrial endemism. We also talked about how to sell products and deliver them to the consumer by displaying them in the market. The marketing and selling process is carried out through the company's contact with direct sales centers spread in different areas inside and outside Karbala. At the end, we discussed the problems that exist in the company and the method of finding solutions to those problems according to a (scientific and economic standard. (keywords))

The establishment of Al-Kafeel Company, factors for the industrialization of the company, Al-Kafeel Company products, a list of agents and accreditors of the company
(المقدمة)

تعد الصناعات الغذائية من أهم الصناعات التي يحتاجها الإنسان في الوقت الحاضر، لما للغذاء من أهمية كبيرة في ديمومة الحياة البشرية، حيث كانت فكرة إنشاء الشركة في بادئ الأمر عبارة عن بيت صغير في حي الحسين في مدينة كربلاء المقدسة في سنة 2008 وكان مديرها (بهاء حميد سعودي) فكان عملها في بدايته كشركة مستوردة للمواد الغذائية من دول الخارج ثم تطور عملها من الاستيراد إلى التصدير بعد أن توسع عملها حيث غطى نشاطها الاقتصادي لشركة الكفيل تنافس البضائع الأجنبية في الأسواق العراقية لجودتها العالية ودقة تصنيفها ومناسبة أسعارها بالنسبة للوضع الاقتصادي للعائلة العراقية. توسع عمل الشركة وتفرع منها معامل أخرى تعهدت بعمل هذه الفروع الثانوية شركة الهائلة التي كان يديرها (عبدالكريم محمد المنصوري) الذي تعهد بإدارة عمل كل من (معمل الألبان، معمل المعجنات، معمل الكبيب) ولكن بشرط أن يبقى اسم شركة الكفيل هو الاسم الرسمي الذي يذكر على غلاف المنتجات في الأسواق وهكذا أخذت الشركة يتوسع عملها بحيث غطى انتاجها مختلف الأسواق العراقية ومن المتوقع أن ثمار النجاح أن تصبح شركة نور الكفيل من الشركات العالمية.

مشكلة البحث :-

1- لشركة الكفيل حضورا بارز في الاسواق العراقية خاصة في محافظة كربلاء بعض الشركات تحمل اسم شركة الكفيل في عرض منتجاتها وهذا ينعكس سلبياً على اسم شركة الكفيل في السوق خاصة إذا كانت المنتجات غير سليمة.

2- دائماً تراعي شركة الكفيل بأن تكون مراكز بيع منتجاتها ليس بعيداً عن محلات الأسواق الغذائية وذلك من أجل الاعتماد على الاكتفاء الذاتي للشركة في عرض وبيع منتجاتها إلى المواطن، وسد كافة حاجات البيت العراقي من خلال هذه المراكز دون أن تنافسها منتجات اخرى.

3- تعد مشكلة النقل من المشاكل المهمة التي تعاني منها الشركة فكلما بعدت المسافة زادت كلفة النقل وبالتالي تنعكس على السعر النهائي لبيع المنتج في السوق حيث يرتفع سعره عن ما لو كانت تلك الاسواق قريبة من الشركة وهذا ينطبق على نقل المنتجات إلى محافظة البصرة.

فرضية البحث:-

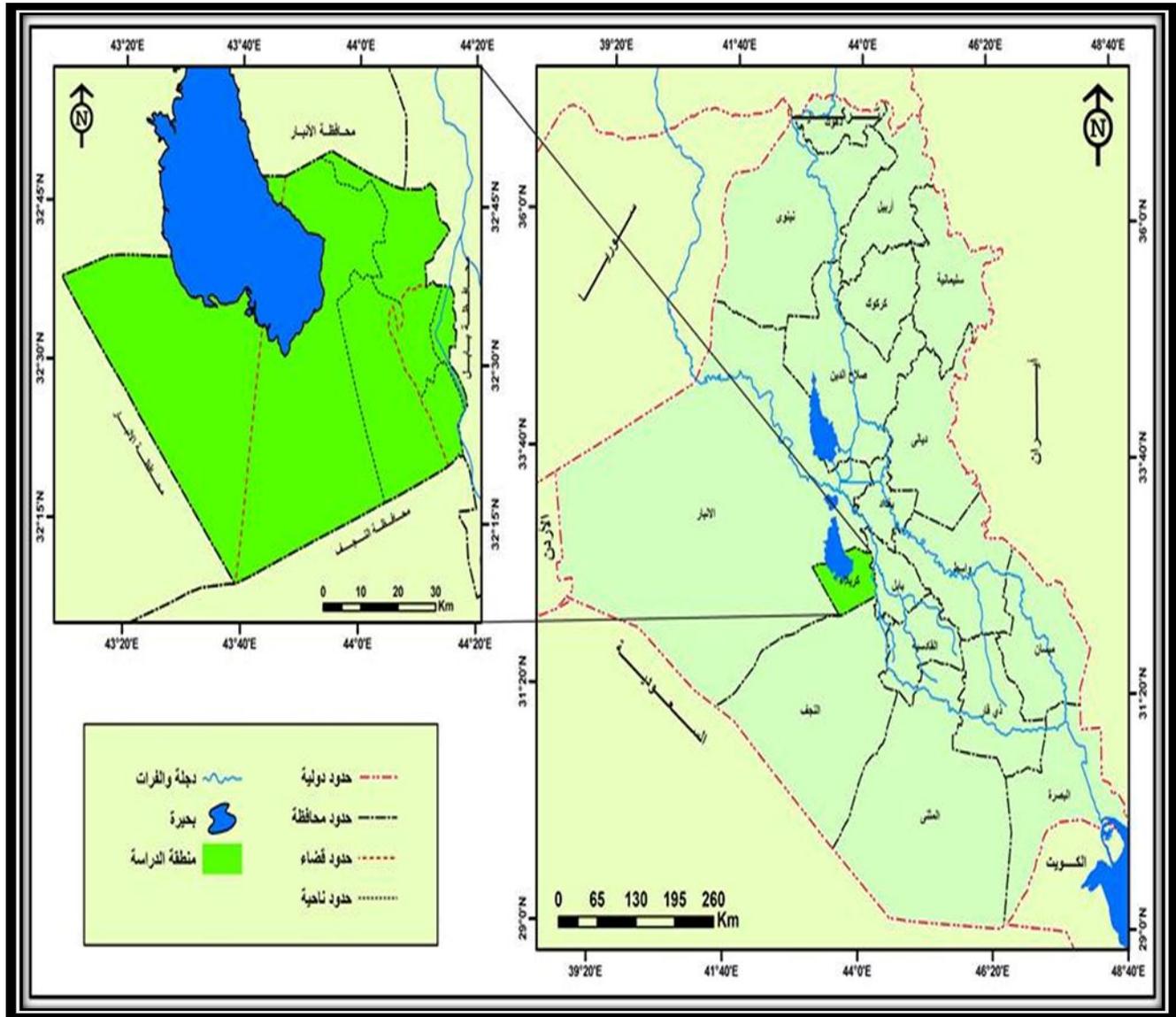
- 1- يجب على الشركة أن تدقق في صنع منتجاتها ووضع علامات مميزة على منتجاتها تفادياً للغش والتلاعب من قبل شركات أخرى.
- 2- أن تكون مراكز البيع المباشر بعيداً عن الأسواق لكي تضمن بيع كافة منتجاتها دون أن تنافسها أسواق أخرى.
- 3- يجب أن تكون هناك فروع رئيسية ثابتة لشركة الكفيل في محافظات العراق من الشمال إلى الجنوب لكل تعمل على تمويل المراكز التابعة للشركة، وذلك يقلل من كلفة الانتاج مما لو نقلت تلك البضائع من محافظة كربلاء.

هدف البحث:-

- يهدف البحث الى معالجة بعض المشاكل التي تعاني منها الشركة و هي :-
- 1- توفير ما يحتاجه البيت العراقي من منتجات غذائية قدر الامكان وفق المواد الاولية الغذائية المتوفرة محليا.
 - 2- اختيار الموقع الصناعي جدا مهم لأنه ينعكس على سلامة وصول البضائع الى السوق سليمة دون تلف.
 - 3- التواصل مع الشركات الاخرى لتسويق المنتجات الغذائية سواء كان داخل العراق ام خارجه.
 - 4- استخدام افضل الطرق والاساليب للنهوض بالواقع الصناعي والتسويقي لنجاح العملية الانتاجية للشركة .
- حدود منطقة الدراسة :-

تقع محافظة كربلاء المقدسة في الجزء الاوسط من العراق ، وجنوب غرب محافظة بغداد على بعد (110) كم وتحدها من الشمال والغرب محافظة الانبار، بمسافة(112) كم ، ومن الشرق محافظة بابل بمسافة(45) كم ، ومن الجنوب محافظة النجف الاشرف على بعد (74) كم ، وتمتد المحافظة فلكيا بين دائرتي عرض(532,8 و 532,5) شمالا، وخطي طول (543,10 و 544,19) شرقا، ينظر الى خريطة (1).

الموقع الجغرافي لمحافظة كربلاء بالنسبة للعراق خريطة رقم (1)

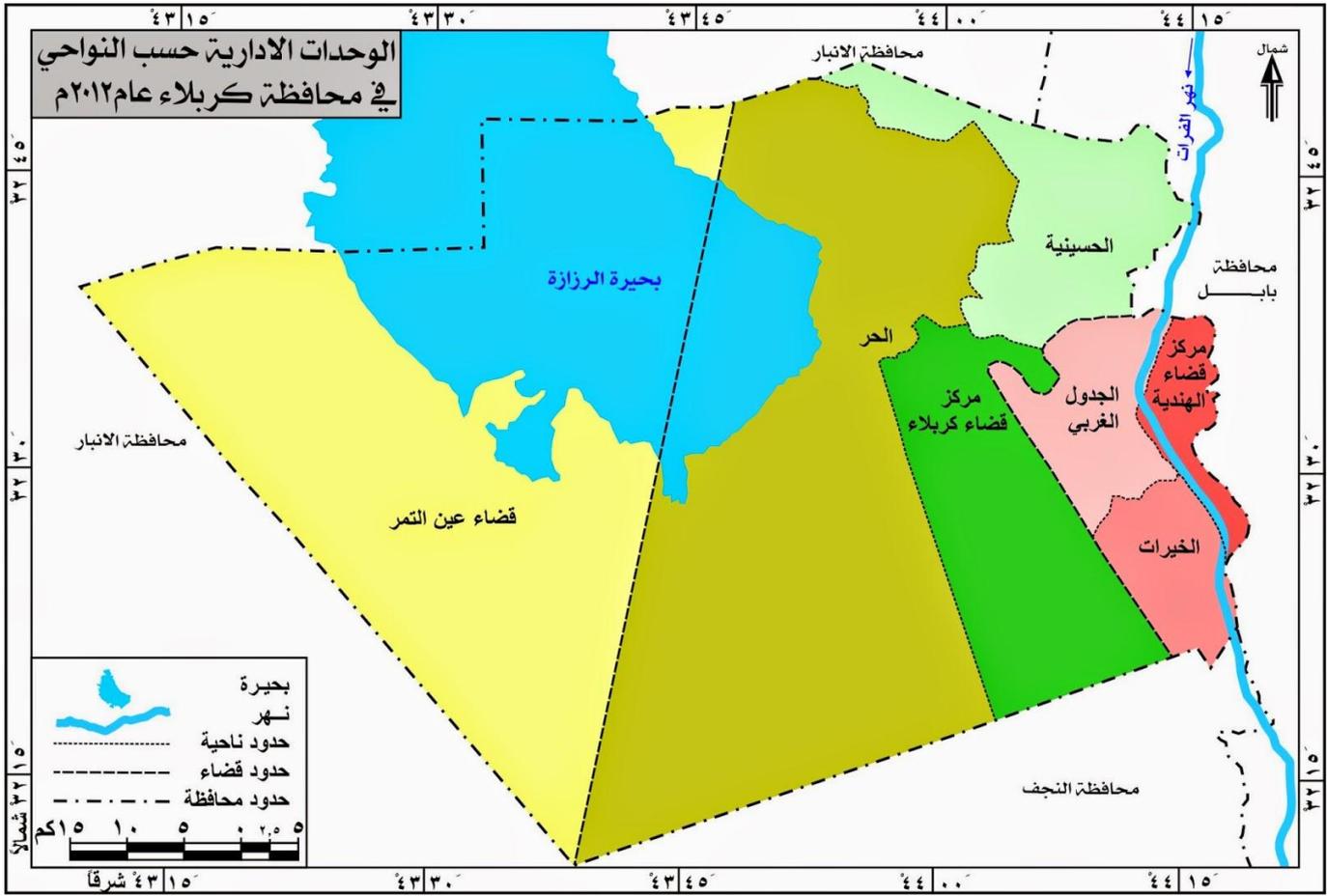


المصدر: عمل الباحثة بالاعتماد:- وزارة الموارد المائية ، المديرية العامة للمساحة ، خارطة كربلاء المقدسة الادارية (1/ 100000)، 2008.

أولاً: نشأة شركة الكفيل للمنتجات الغذائية:-

تأسست الشركة في عام 2005 حيث كان مدير الشركة بهاء حميد سعودي بعد دراسة مستفيضة لحاجات الفرد والعائلة العراقية وتم الانشاء كشركة مساهمة تحت اشراف مباشر من قبل العتبة العباسية المقدسة بالاشتراك مع شركة مجموعة كربلاء العالمية بعدها أصبحت الشركة بالكامل تابعة للعتبة العباسية المقدسة في كربلاء بالإضافة إلى التعامل مع الشركات العالمية .

خريطة رقم (2) خريطة كربلاء الادارية



المصدر:- مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة.

بدأت الشركة في الوقت الحاضر بالاهتمام بإنتاج التصنيع المحلي، بدأت الشركة بعدد محدد من مراكز التوزيع والبيع حوالي ثلاثة مراكز وأدت البدايات الناجحة والمشجعة إلى زيادة مراكز البيع إلى حوالي (125) مركز بيع مباشر تغطي (65%) من محافظات العراق بالإضافة إلى الوكلاء المعتمدين وإنّ الشركة في توسع مستمر لتغطي جميع محافظات العراق، بدأت الشركة نشاطها بإنتاج وتسويق الدجاج الكامل والمقطع واللحوم الحمراء المجمدة، وبعدها توسعت الشركة لتشمل بالإضافة إلى الدجاج واللحوم لتشمل الألبان بأنواعها والأغذية المصنعة والمعلبات والحبوب والبقوليات⁽¹⁾ كما يوجد معامل جديدة لتصنيع الكبة والبورك والمعجنات والزيوت وغيرها من المواد الغذائية يتم تزويد تلك المعامل الفرعية بالمواد الأولية قبل الشركة الرئيسية ثمّ يتم التصنيع في المعامل الفرعية وثم يتم توزيعها على الوكلاء المعتمدين في كافة أنحاء العراق من الشمال إلى الجنوب والغاية من تنوع الانتاج هي لسد حاجة المستهلك العراقي من المواد الغذائية لذلك تسعى الشركة دائماً إلى توفير كل ما هو

مطلوب بحيث حينما يأتي أحد المواطنين إلى سوق من أسواق الكفيل يجد كل ما يحتاج إليه البيت العراقي من مواد غذائية متنوعة. كما يتفرع من الشركة الرئيسية مصانع أخرى يمكن اجمالها في جدول:-

جدول (1) مصانع شركة الكفيل للمنتجات الغذائية

اسم المعمل	الموقع الجغرافي
مصنع الألبان	كربلاء - الإبراهيمية
مصنع الكعب والبورك	كربلاء - قرب جامعة العميد
مصنع المعجنات	كربلاء - حي الحسين
مصنع المنظفات	كربلاء - طريق كربلاء النجف

المصدر : عمل الباحثة، بالاعتماد على بيانات غير منشورة من مقر الشركة في محافظة كربلاء المقدسة لسنة 2020.

و نلاحظ من خلال طرح بعض الاسئلة على موظفي الشركة و العاملين في معامل التابعة للشركة إنّ اغلب العاملين في الشركة من محافظة كربلاء ، أما بالنسبة إلى أعمار الموظفين فتتراوح بين (20-60) سنة و يبلغ عددهم حوالي (300) موظف ، أما بالنسبة إلى طبيعة انتاج معمل الألبان والمعجنات فيكون انتاجهم يومي و يزود المعمل بالمواد الأولية من قبل الشركة، أما بالنسبة إلى معمل المنظفات فيتم استيراد المواد الأولية من الخارج ثمّ يتم تجميعها وتصنيعها محلياً في المصنع ومن ثمّ يسوق المنتج إلى السوق عن طريق الوكلاء المعتمدين.

الموقع :-

تقع شركة الكفيل للمنتجات الغذائية في منطقة الإبراهيمية إلى الجنوب من محافظة كربلاء قرب سيطرة الرابط على الطريق الذي يربط بين كربلاء والنجف ويقع بالقرب منها سوق بيع الخضروات بالجملة.. وهذه المنطقة هي منطقة زراعية حيث تمّ شراء أرض الشركة من أهالي المنطقة، وتولت العتبة الحسينية هذا المشروع ابتداءً من شراء الأرض إلى آخر مرحلة وصلت إليها الشركة .

• المساحة:-

تبلغ مساحة الأرض التي تشغلها شركة الكفيل للمنتجات الغذائية والحيوانية حوالي (112 أو نصف دونم) حيث إنّ حوالي (80%) من المساحة الكلية تشغلها الشركة وتعود ملكية الأرض إلى القطاع الخاص أي إنّ الأرض التي تقع عليها الشركة تم شرائها من قبل الأهالي وليس من الدولة.

حيث تقسم البناية إلى أقسام وكل قسم له اختصاص معين مكلف به من أجل جعل نظام الشركة بشكل متكامل لذلك نجد رغم المساحة الكبيرة للأرض كلها مشغولة ، ما عدا مساحات وقوف سيارات شحن ونقل المواد الغذائية لها مكان خاص للوقوف⁽²⁾.

ثانياً: - عوامل التوطن الصناعي لشركة الكفيل للمنتجات الغذائية:-

يقوم النشاط الصناعي حيثما يرغب الإنسان في توقيعه إلا إنّه لا يتوطن إلاّ عندما تقام الصناعات في مواقعها ورغبة الإنسان في اختيار الموقع الصناعي تبني على عدة اعتبارات يأتي في مقدمة تلك الاعتبارات هو تحقيق الربحية الاقتصادية. لذلك قامت شركة الكفيل للمنتجات الغذائية في محافظة كربلاء بناءً على حاجة السوق المحلي والبيت العراقي لتلك المنتجات كما لا توجد مصانع أخرى تنافس هذه الشركة مما جعلها الشركة المسيطرة في السوق المحلي لمحافظة كربلاء محققة أرباحاً كبيرة في بيع منتجاتها والدليل على هذه الأرباح توسع عمل هذه الشركة حيث بدأت شركة صغيرة مستوردة فقط ولكن بسبب زيادة الطلب من قبل المستهلكين على منتجاتها مكانها من توسيع انتاجها وجعلها هي المصنعة للكثير من منتجاتها محققة بذلك ربحية أكبر فتعددت المصانع التابعة للشركة مثل مصنع الألبان ومصنع الكعب والبورك ومصنع المنظفات وغيرها..⁽³⁾ ، ويرجع هذا التوسع هو اختيار الموقع المثالي للشركة مما سبب هذا النجاح حيث يرجع إلى عدة عوامل:-

أ - عوامل طبيعية⁽⁴⁾:

للطبيعة دوراً كبير ومهم في اختيار المواقع الصناعية، فهي تشجع الإنسان على استغلال تلك الموارد والثروات بالشكل الذي يستخدم مصلحته ويحقق هدفه، فالموقع الجغرافي لشركة نور الكفل للمنتجات الغذائية له دور كبير في نجاح الشركة طبيعة مدينة كربلاء ووجود مساحات كبيرة فارغة كانت مهياً لإنشاء الشركة ومصانعها، بالإضافة إلى طبيعة المناخ الذي يلعب دوراً كبيراً في عدم تلف المنتجات الغذائية فالحرارة المرتفعة جداً أو المنخفضة تنعكس على عمل النشاط الصناعي خاصة إذا كانت الصناعات غذائية بينما نجد كربلاء تقع ضمن المنطقة الوسطى والجنوبية من العراق وهي منطقة معتدلة الحرارة فلا يسبب أذى إلى المنتجات بالشكل الكبير وخاصة إنّ كربلاء تكثُر فيها زراعة الفواكه والخضر وهذه أحد المواد الأولية التي تعتمد عليها صناعة منتجات الكفيل ولا بدّ من ذكر طبيعة الأرض المستوية لها دوراً كبيراً في إنشاء المصانع على سطح مستوي مما يضمن عمل المصنع بالشكل الصحيح والمستمر. نجد محافظة كربلاء تزداد فيها استعمالات الأرض الحضرية في مركز المدينة بشكل كبير ولكن الشركة اختارت مكان على أطراف مدينة كربلاء اختارت هذا المكان مقراً رئيسياً لها لكن تتمتع بمساحة كبيرة لقيام بعض الصناعات قريبة من مقر الشركة بعيداً عن منافسة الاستعمالات

الأخرى في المدينة ، أما بالنسبة للموارد المائية نجدها متوفرة بشكل مستمر في المدينة. و تشمل الموارد الطبيعية ما يأتي:-

أ- المواد الخام :-

تعتبر المواد الخام المصدر الرئيسي و المهم لإقامة اي مشروع صناعي وهي أما تكون خامات زراعية أو نباتية طبيعية، أو خامات معدنية أو نصف مصنعة أو سلع كاملة الصنع. ويتباين توزيع انتاج الخامات الزراعية باختلاف الأقاليم المناخية ، حيث نجد شركة الكفيل للمنتجات الغذائية تعتمد على المنتجات الزراعية بشكل كبير وخاصة تلك التي تزرع في محافظة كربلاء بالإضافة إلى البقوليات وصناعة المخلات وهناك صناعات مستقلة تابعة للشركة كمعمل الألبان الذي يعتمد على الحليب كمادة أولية في صناعة كافة منتجات الألبان حيث توجد هناك مزارع تابعة للشركة ومنها مزرعة أبا الفضل التي تحتوي على مجموعة من الأبقار وترى فيها أيضاً الأغنام وهناك دواجن خاصة للدجاج. ومعمل الكبيب الذي تمده الشركة بكافة المواد الأولية التي يحتاجها من لحوم وجريش وكل ما تحتاجه العملية الانتاجية ومعمل المعجنات الذي ينتج مختلف أنواع من المعجنات من كيك وبيتزا وغيرها. بالإضافة إلى عملية التعبئة البيت تتم في داخل مقر الشركة التي يتم تحت اشراف رقابة صحية دقيقة في تعبئة البقوليات والزيوت والمخللات وغيرها... .

ب- الطاقة والوقود:-

تختلف حاجة الصناعة التحويلية من موارد الطاقة تبعاً لتوفر هذه الموارد وتكاليف استغلالها. لذا نلاحظ أنّ أغلب الصناعات تركز في عملية التوطن الصناعي على عنصر الطاقة لأنه يمثل المحركة للصناعة، بل قد تتركز عند الأسواق أو عند الخامات ولكن توفر موارد الوقود القريبة منها. تكاليف نقل رخيصة وهذا الأمر غاية في الأهمية، فالنسبة لشركة نور الكفيل تعتمد على الكهرباء كعنصر أساسي محرك لمعاملها ولكافة مراحل عملية التصنيع لا تنافي الوقت الحاضر أغلب الآلات والمكان تعتمد على الكهرباء لأنه أكثر طاقة وبدون مخلفات على البيئة وأسرع في الانتاج⁽⁵⁾.

ب- العوامل الاقتصادية:

توفر الطبيعة للإنسان فرصاً بقدر، عليه أن يحسن استثمارها لإقامة أنشطة اقتصادية ومنها صناعية، إلا أنّ عليه تهيئة مطالب أخرى لا تقل أهمية عما أحادت به الطبيعة ومنها اقتصادية وسكانية فالإقتصادية منها

هو كيفية استغلال لموارد الطبيعة كالخامات ومصادر الطاقة وأخرى عليها إيجادها كطرق النقل ووسائله ورؤوس الأموال (فالمواد الأولية) لها دور كبير في إقامة المصنع لذلك نجد من المقومات الأساسية لشركة الكفيل في كربلاء هو وجود المواد الأولية سواء كانت زراعية أو حيوانية لأنّ توفر المادة الأولية شرطاً أساسياً لقيام الصناعة لذلك لاحظنا كيف توسعت الشركة وتنوعت مصانعها فهناك مصنع للألبان أقامه هذا المعمل نتيجة توفر المادة الأولية من الحليب الذي يأخذ من الحيوانات التي تربي في مزارع أبا الفضل(ع) وصناعات غذائية أخرى كالمعجنات وغيرها أقامت أساساً على توفر المادة الأولية لكن هناك شرط آخر يجب توفره وهو (السوق) يعتبر السوق من العناصر المهمة التي أيضاً على أساسها يقام المصنع نلاحظ شركة الكفيل للمنتجات الغذائية صحيح قامت على أطراف المدينة ولكنها ليست بعيداً جداً عن السوق وإن كانت هناك أجور نقل ولكنها تستطيع عند بيع المنتج أن تسد تلك التكلفة والذي جعلها مسيطرة على موضوع كلفة النقل هو بسرعة بيع منتجاتها في الأسواق وزيادة الطلب عليها لأنّها تتمتع بالجودة العالية، لا بدّ أن نلاحظ عنصر (رأس المال) يعتبر الممول الأساسي للشركة حيث نجد أنّ رأس مال شركة نور الكفيل تابع للعتبة هي الممول المالي لهذا المشروع ويعتبر المورد يسند ويلبي متطلبات العتبة من مصاريف جانبية تحتاجها لأنّ العتبة تعتمد على التمويل الذاتي لسد احتياجاتها⁽⁶⁾.

ت- عوامل بشرية:- إنّ أهم العوامل البشرية المؤثرة على التوطن الصناعي هي:

1- رأس المال: تستخدم الصناعات الحديثة آلات ومعدات معقدة غالية الثمن، وتمثل هذه الآلات، وكذلك أثمان الوقود والمواد الخام وأجور العمال كلّها تستدعي توفر رأس المال الكبير قبل القيام بالمشروع الصناعي⁽⁷⁾. تعتبر العتبة العباسية المقدسة هي الممول المادي لرأس مال الشركة حيث وظفت أموال العتبة المقدسة في هذا المشروع الاستثماري من أجل تلبية طلبات العتبة للمصاريف المستمرة في تلبية احتياجات العتبة والكادر العامل فيها. لذلك استثمرت العتبة رأس مالها هذا المشروع، الذي كان في بدايته شركة مستوردة ثمّ تحولت إلى شركة منتجة للمواد الغذائية نتيجة للنجاح الذي حققته الشركة في كافة الأسواق العراقية من الشمال إلى الجنوب. ومع زيادة أرباح هذه الشركة أخذت تتسع هذه الشركة مع تحسين منتجاتها واتساعها في الأسواق.

2- اليد العاملة:- القوى العاملة عنصر مهم في جميع العمليات الصناعية، إلا أنّ دور هذا العنصر في اختيار موقع الصناعة يختلف من صناعة لأخرى ومن مصنع لآخر، فبعض الصناعات تقوم في مناطق مزدحمة بالسكان فتكون أجور العمل رخيصة وهذا ما نجده في الدول النامية حيث تتوفر اليد العاملة غير

الماهرة، أمّا في الدول الصناعية فتتميز بوجود العمال الماهرين المدربين وهذا ينبع من التربية والتعليم في هذه البلدان⁽⁸⁾، لهذا نلاحظ أنّ الخبرة الفنية في مجال العمل الصناعية مهمة ونابعة من اساس مجتمع متطور يعكس هذا التطور من خلال انتاجه، فشركة الكفيل للمنتجات الغذائية تتكون من (300) عامل يتوزع وفق اختصاصات مختلفة من الشركة وينقسمون إلى يد عاملة ماهرة وغير ماهرة وهنا يبرز عنصر التميز بين اليد العاملة الماهرة وغير ماهرة من الخبرة المتراكمة والمعرفة العلمية.

3- السوق والنقل والمواصلات:- من الضروري دراسة وضع الأسواق المحلية والاقليمية والخارجية قبل اتخاذ تأسيس مشروع صناعي ذلك لأنّ الأسواق هي القوى الشرائية لمنتجات المشروع، وهي التي تسيّر انتاج المصنع كماً وكيفاً، وبالتالي تتحدد حجم المصنع وطاقته الانتاجية والأخيران يؤثران في تحديد مساحة الأرض المخصصة للمشروع الصناعي، وما تحتاج إليه من مبان وتجهيزات وتفيد دراسة الأسواق أيضاً في تحديد الإيرادات المتوقعة للمشروع، والتي إذا ما قورنت بالتكاليف فإنّه يصبح بالإمكان تحديد ربحية المشروع وجدواه الاقتصادي⁽⁹⁾.

4- عوامل سكانية:- ان المناطق المتقدمة اقتصادياً قد وصلت مرحلة قريبة من التشبع الحضاري بينما المناطق المتخلفة اقتصادياً لاتزال تعاني من تدفق البشر من المناطق الريفية الى المدن⁽¹⁰⁾، تضم مجموعة متنوعة من العوامل منها ما يتناول قوة العمل ودور الدولة في التأثير على النشاط الصناعي، إضافة للعوامل الشخصية، وفيما يأتي تفصيل لها.

أ- قوة العمل:- تعتبر قوة العمل لها دور كبير في الصناعة منهم العاملون والمستهلكون، وشرائح منهم تقدم خدماتها المتنوعة للمصانع ولعمليات الانتاج بمراحلها كافة وعليهم عبء إدارة الانتاج والتسويق، حيث تبدأ هذه العملية من عدد العاملين في شركة الكفيل الذين يبلغ عددهم (300) عامل لما كانت كربلاء تتوفر فيها هذه الأيدي العاملة بالقدر الذي تحتاجه الشركة لما أقامت الشركة مشروعها في كربلاء حيث نلاحظ أنّ أغلب العاملين في الشركة من محافظة كربلاء وإن تنوعت مناطق سكانهم من طويريج والحسينية والابراهيمية ولكن يبقى جميعهم من سكة المحافظة. ونلاحظ أيضاً أنّ العمال (300) العاملين في الشركة تتراوح أعمارهم من (20-60) عامل أي ضمن فئة الأعمار الشابة والناضجة وهي تعطي انتاج أفضل للشركة كما لو كانوا من فئة أقل (20) أو أكثر من (60).

ب- مهارة العاملين:- تعتمد مهارة العمال على التدريب والامكانات الفنية المتاحة والقاعدة الصناعية في البلد، فضلاً عن مستوى التأهيل العلمي والتقني⁽¹¹⁾ ولكن في أغلب الصناعات وخاصة في شركة الكفيل نلاحظ أنّ المهارة تعتمد على تراكم المعرفة والخبرة الفنية في مجال العمل الصناعي بالإضافة

إلى الامكانيات المادية من آلات ومعدات هي الأخرى التي تساعد في تحقيق الانتاج الأفضل من خلال المهارة المتراكمة لدى العمال العاملين. لذا فتحدد الاطار المكاني الصحيح و توضيح مختلف العوامل التي تحكم علاقات السكان بينهم داخل حدود هذا الاطار⁽¹²⁾

أ- **التدخل الحكومي:-** للتدخل الحكومي دوراً كبيراً في العملية الصناعية، إذ لا يقتصر هذا التدخل في رسم خطة للمشروع الصناعي ضمن منهاج التخطيط المركزي بل يتعداه إلى الأنظمة الرأسمالية أيضاً في أحيان عديدة حيث يتخذ هذا التدخل أساليب وأبعاد يمكن اجمالها في ما يأتي:

أولاً: الحصول على ربحية اقتصادية تتمثل بالأرباح التي تجنيها المشاريع الصناعية.

ثانياً: تنويع مصادر الدخل في البلاد، وعدم اقتصرها على موارد معينة وأنشطة محدودة كاستخراج النفط والمعادن مثلاً.

ثالثاً: تطوير بعض الأقاليم المتخلفة اقتصادياً أو اجتماعياً أو سياسياً عن طريق إقامة صناعات فيها، وبالتالي تحفيز النشاط الاقتصادي عامة فيها.

رابعاً: توفير فرص عمل اضافية وخاصة في الأقاليم التي تعاني من البطالة.

خامساً: التأثير ايجابياً في الصناعات القائمة بإقامة أو تطوير فروع معينة منها توفر سلعاً نصف مصنعة، وأخرى تستخدمها كمدخلات، ومما يسهم في تقوية الروابط الصناعية ويتخلق وفورات خارجية ويقلل من كلف النقل⁽¹³⁾.

لذلك نجد مشروع شركة الكفيل أقيم في كربلاء بناءً على تخطيط مركزي منظم يتوافق مع امكانيات المحافظة الاقتصادية ومدى حاجة السوق المحلي لهذه المنتجات إذ لم تكن الدولة غافلة عن مدى أهمية المشروع وفائدته للمحافظة خاصة والعراق عامة، إذ تعود مردوداته الاقتصادية على العراق من الشمال إلى الجنوب حيث نجد الغاية من إنشاء الشركة في هذا المكان هو تغطية محافظة كربلاء لما كانت تعانيه من نقص في المنتجات الغذائية حيث يتم تصنيعها محلياً بدل من المستورد.

• (منتجات شركة الكفيل الغذائية) :-

تجاوزت منتجات شركة نور الكفيل الغذائية على الـ(200) منتج حيث أعلنت الشركة أنها تجاوزت منتجاتها (200) منتج من اللحوم والمواد الغذائية، وجميعها قد وجدت طريقها وحجزت لها مكاناً في أغلب المطابخ

العراقية، وذلك لعدة مميزات تمتاز بها هذه المنتجات كقيمتها الغذائية وحليتها واخضاعها لشروط صناعية مطابقة لمعايير الجودة والصحة العالمية والخاضعة لجهاز التقييس والسيطرة النوعية العراقية. جاء هذا الإعلان على لسان رئيس قسم العلاقات العامة في شركة نور الكفيل الاستاذ عبدالكريم محمد صالح الذي أضاف: "منتجات الكفيل للمواد الغذائية أصبحت اليوم اسماً بارزاً في السوق العراقية وذلك لتنوعها وجودتها بحيث عندما يذهب الزبون للتسوق يجد كل ما يحتاجه من اللحوم والدجاج والأسماك والبقوليات وغيرها الكثير من المنتجات وكل ما يلبي رغبة المواطن العراقي".

مضيفاً: "بجهود حثيثة من قبل العاملين في الشركة والرؤية الصحيحة للعتبة العباسية المقدسة تجاوزت منتجات الكفيل الـ(200) منتج، وكل منتج له رمز خاص به بدءاً من اللحوم (البيضاء والحمراء والأسماك) ومصنعاتها التي تأخذ من نفس هذا المنتج مادة خامة لها، كذلك تشمل المنتجات زيت الطعام والألبان والبقوليات ومصنعات الطماطم والرز والتمور والفواكه ومصنعاتها والبيض والمنظفات وغيرها وبأوزان وقياسات مختلفة"⁽¹⁴⁾ الجدير بالذكر إنه لم تقتصر المنتجات على المواد المجمدة أو المصنعة فحسب بل هناك منتجات زراعية وحيوانية طازجة جاءت عن طريق مزارع خيرات أبي الفضل العباس (ع) كالطماطم والخيار والفلفل والبادنجان وغيرها، أما المنتجات الحيوانية فهي عن طريق حقول تربية الأغنام والابقار التي يتم ذبحها وبيعها من مراكز البيع المباشر⁽¹⁵⁾.

جدول (2) أهم الدول التي تستورد منها الشركة ونوع طريق توصيل المنتجات

الدولة المستوردة	اسم الشركة	الدولة المصدرة	طريق نوع النقل
العراق	شركة نور الكفيل	البرازيل	جوي
العراق	شركة نور الكفيل	تركيا	جوي
العراق	شركة نور الكفيل	ايران	بري
العراق	شركة نور الكفيل	الهند	جوي
العراق	شركة نور الكفيل	الكويت	بري
العراق	شركة نور الكفيل	تنزانيا	جوي

المصدر:- عمل الباحثة بالاعتماد على بيانات شركة الكفيل (بيانات غير منشورة لسنة 2018)

بالإضافة إلى الاستيراد من دول خارج العراق تعمل الشركة على بيع منتجاتها محلياً من خلال توزيع هذه المنتجات إلى الوكلاء المعتمدين الرئيسيين في كافة أنحاء العراق من الشمال إلى الجنوب، حيث يوجد هناك نوعان من النقل تتعامل بهما شركة الكفيل هما:

1- النقل الخارجي: ويبدأ من الدولة المستورد منها إلى موقع الشركة.

2- النقل الداخلي: ويبدأ من الميناء إلى موقع الشركة.

هذا بالنسبة للاستيراد الذي تم تعامل الشركة به مع الدول الخارجية ، حيث تعاهدت الشركة العامة لمنتجات الكفيل مع شركة (الهائلة) في عقد عمل المعامل الثلاث (معمل الألبان، معمل المعجنات، معمل الكعب) ولكن بشرط أن يبقى اسم شركة الكفيل هو المذكور على غلاف المنتجات وكانت شركة الهائلة يديرها عبدالكريم محمد النصراري.

اولا :- مصنع الالبان : جاء انشاء المعمل نتيجة لما يعانيه هذا القطاع واعتماده على المستورد وذلك بعد اجراء دراسات مستفيضة، واجراء مشورات مطولة مع الجهات ذات العلاقة في العتبة العباسية المقدسة، واعداد دراسة مفصلة تضمن الجدوى منه بعد توفير البنى التحتية للمشروع، وهي احدى المجمعات الصناعية والمخزنية في العتبة المقدسة واستحصال الموافقات الاصولية واستحصال الاجازة الصحية للمعمل بعد التحقق من توفر الشروط الصحية في البناء المنصوص عليها. بعدها تم الانتقال إلى المرحلة التالية، وهي التعاقد مع احدى الشركات الرصينة من أجل جلب المكنائ والمعدات والأجهزة الخاصة بالمعمل، التي تم استيرادها من مناشئ عالمية وشركات ذات باع طويل في هذه الصناعات المباشرة بنصبها⁽¹⁶⁾. شبكة الكفيل العالمية كانت متواجدة هناك والتقت بمدير المشروع الاستاذ أسعد عبدالإله حسن الذي بين لنا أنّ المشروع يهدف إلى:

- أ- المساهمة في تأمين الأمن الغذائي للمواطن العراقي بتوفير مواد صحية ذات قيمة غذائية عالية.
- ب- المساهمة في زيادة الانتاج المحلي والتقليل من الاستيراد.
- ت- المساهمة في تخفيض معدلات البطالة.
- ث- المحافظة على النقد الأجنبي والحوول ودعم الصناعة خارج البلد.
- ج- اعادة هيبية وثقة المواطن بالمنتج المحلي ودعم الصناعة الوطنية⁽¹⁷⁾.

إنّ المعمل مزود بعدد من الخطوات الانتاجية كل خط حسب السعة، كما موضح في الجدول الاتي:

جدول (3) الخطوط الانتاجية لشركة الكفيل الغذائية

نوع المنتج	سعة العبوة أو القنينة	خط الانتاج في الساعة
شنيئة	1,5 لتر	7,000 قنينة
شنيئة	250 لتر	3,500 قنينة
لبن خاثر	2 كغم	أقداح اللبن الخاثر (الروبة)
لبن خاثر	400 غم	أقداح اللبن الخاثر (الروبة)

المصدر : عمل الباحثة بالاعتماد على شركة الكفيل (بيانات غير منشورة) لسنة 2018.

يوضح الجدول خط انتاج الألبان في الساعة و هناك ملحقات أخرى بالمعمل تكون متممة لعملية الانتاج وهي كالآتي:

- 1) برادات لحفظ المنتج تعمل بأجواء ودرجات حرارة تتلائم مع كل منتج.
- 2) مخازن خاصة لحفظ الحليب الخام تربط بالمعمل.
- 3) مبادلات حرارية لتسخين الحليب وتبريده حسب متطلبات كل خط.
- 4) مكائن لبسترة الحليب للمحافظة على العناصر الغذائية وطعمها.
- 5) مكائن لصناعة عبوات المنتج حسب سعة كل خط وجميعها مرتبطة بالخطوات اوتوماتيكياً.
- 6) منظومة كهربائية تعمل بصورة مستمرة لضمان استمرار الانتاج
- 7) مستودعات لتخزين المواد المساعدة في الانتاج كمواد التعبئة والتغليف وغيرها من مستلزمات الانتاج.
- 8) منظومة لمعالجة الفضلات وتصريفها.

حيث إنّ المعمل يمكن تطويره ورفع طاقته الانتاجية واستحداث خطوط جديدة فيه، مما يسهم في تلبية احتياجات المواطن، وإنّ هذا الانتاج سيلبي ما تحتاجه محافظة كربلاء المقدسة والمحافظة المجاورة، كما يمتاز بالموصفات الجيدة التي تضاهي مواصفات المنتج الأجنبي الأمر الذي من الممكن أن يثري السوق المحلية بمنتجات الألبان وعدم الاعتماد على المستورد. وقد أثبتت النتائج نجاحه ومطابقته لمواصفات الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية العراقي ووزارة الصحة العراقية، وفي قادم الأيام سيتم طرحه في الأسواق حال الانتهاء

من بعض الأمور الفنية الخاصة بتصنيع وتركيب أجهزة ومعدات المعمل التي ستكون أحد أهم الإضافات الصناعية المهمة لمحافظة كربلاء المقدسة خصوصاً والعراق عموماً⁽¹⁸⁾.

ثانياً: مصنع المعجنات :- يقع مصنع انتاج المعجنات لشركة الكفيل للمنتجات الغذائية في كربلاء حي الحسين. حيث ينتج هذا المصنع العديد من أنواع المعجنات من الكيك بأنواعه والسمون التوست وغيرها من أنواع المعجنات التي يرغب المواطن ويحتاجها البيت العراقي. حيث يتميز تصنيع هذه المنتجات بالإنتاج اليومي في تزويد المراكز التابعة للشركة ونلاحظ ما يميز منتجات شركة الكفيل أنّها تسعى دائماً إلى تقديم كل ما هو الأفضل مع مراعاة الجانب الصحي بالدرجة الأولى فنلاحظ إنّ أغلب منتجاتها تتميز بأنها خالية من المواد الحافظة لذلك يكون انتاجها يومي⁽¹⁹⁾.

ثالثاً: مصنع الكعب:- يقع مصنع الكعب التابع لشركة الكفيل للمنتجات الغذائية في كربلاء قرب جامعة العميد. يتميز انتاج هذا المصنع بأنه ينتج كل أنواع الكعب (كبة التمن، وكبة الجريش، وكذلك أيضاً ينتج البورك

صورة رقم (1)



المصدر: الانترنت / <https://nooralkafeel.com> / 2024

والسمبوسة) وكل ما يحتاجه المواطن العراقي من أصناف غذائية تزين مائدته بالشكل الذي يتناسب مع حاجته الشخصية. حيث تعمل الشركة أي المقر الرئيسي للشركة بتزويد هذه المصانع بالمواد التي يحتاجها في عملية الإنتاج من لحوم وجريش وخضراوات ورز وغيرها أي يجهز المصنع بكل ما يحتاجه من مواد لإتمام العملية الانتاجية بأفضل شكل وأيضاً تتميز هذه المنتجات بخلوها من المواد الحافظة وذات مذاق ممتاز مما جعلها رائجة بشكل كبير في الأسواق وزيادة الطلب عليها من قبل المواطنين⁽²⁰⁾.

اهم الوكلاء و المعتمدين مع شركة الكفيل للمنتجات الغذائية:-

صرح المدير العام لمجموعة الكفيل للمنتجات الحيوانية والغذائية الحاج عبد الأمير في موقع شركة الكفيل، تمّ منح مجموعة من الوكالات الفرعية الجديدة لمنتجات المجموعة في كربلاء المقدسة والنجف الاشرف، ووكالات رئيسية في بغداد والبصرة وواسط" مؤكداً في الوقت نفسه ما طرحه في وقت سابق "إنّ منح الوكالات الفرعية والرئيسية في العراق وخارجه يجب أن يتم حصرياً من خلال مقر الشركة في كربلاء المقدسة- حي الحسين، وإنّه لا يوجد لدينا أي وكيل معتمد لمجموعة (الكفيل) خارج العراق حالياً. وأضاف مدير المجموعة وبالتالي تصبح قائمة الوكلاء الرئيسيين في بغداد وبعض المحافظات والوكلاء الفرعيين في محافظتي كربلاء المقدسة والنجف الأشرف هي كما سيأتي: وطالب مدير المجموعة "المواطنين الذين لديهم استفسار حول المشروع أن يتصلوا بالأرقام التالية (07809980900 – 07708020850) وأن يتابعوا ما سينشره موقع العتبة العباسية المقدسة الرسمي (الكفيل) من معلومات جديدة عن المشروع للاطلاع على الوكالات التي ستلغى بسبب مخالفتها لضوابط مجموعة (الكفيل) أو تلك التي ستضاف". يذكر إنّ مشروع دجاج (الكفيل) المذبوح باليد وفق الشريعة الإسلامية قد أنجز لرفد السوق العراقية بلحوم مأمونة الاستهلاك من الناحية الشرعية والطبية وبأسعار تنافسية للحلوم الأجنبية المتوفرة في الأسواق المحلية والتي أغلبها محرمة من الأكل وفق الضوابط الشرعية والمشروع يشرف عليه قسم الشؤون الدينية في العتبة العباسية المقدسة ويتولى قسم التنمية والاستثمار فيها مع مجموعة كربلاء العالمية العمليات الفنية للمشروع من عمليات انتاج ونقل وتوزيع داخل العراق وخارجه مع عمليات الرقابة على الأسعار والنوعية وتجنب الغش. حيث يكون جدول الوكلاء المعتمدين عددهم (37) ، بمناطق متفرقة من المحافظة وخارجها .

• تسويق منتجات شركة الكفيل:-

اعتمد المفهوم التقليدي للتسويق على الكتلوجات البريد والتلفاز في حين مركز المفهوم الحديث أكثر فأكثر على الفاكس والهاتف، البريد الإلكتروني والانترنت، ففعاليتهم الكبيرة وتكاليفهم القليلة فتحت آفاقاً جديدة أمام المؤسسات، وتدرج فيما يلي بعضاً من هذه الأشكال.

1- البريد المباشر (direct mail) أو الطلب البريدي (Mail-order) :- يقصد به تعد كتالوجات خاصة بمنتجاتها ومواصفاتها وتتضمن كل المعلومات وترسل إلى عنوان المستهلك، حيث يقوم المستهلك بطلب هذه المنتجات ويسدد السعر ببطاقات الائتمان أو التحويل المصرفي وتقوم الشركة بعد ذلك بإرسال المنتج. ويتخذ البريد المباشر الأنواع الشائعة

❖ بريد الفاكس Fax mail

❖ البريد الإلكتروني E-mail

❖ البريد الصوتي Voice mail

2- البيع بالهاتف Telephone sale: - يعتبر الهاتف من أكثر الأدوات في الاتصالات التسويقية من حيث التعامل ويستند استعمال الهاتف العملاء الحاليين والمرتبين حيث يمكن عن طريق الاتصال الهاتفي أن يحقق فوائد عديدة ويستطيع المنتج أن يجري بعض التحسينات على منتجاته⁽²¹⁾

3- محلات المفرد التي تملكها الشركة company owned retail stag: - في هذه الطريقة يستطيع بعض المنتجين أن يبيع منتجاته النهائية بشكل مفرد إلى المستهلك، وبهذه الطريقة يجري اختصار الزمن لوصول المنتجات للمستهلك وتقليل كلفة المنتج وذلك لعدم وجود وسطاء في عملية البيع والشراء كما يمكن الشركة أن تحقق أرباح أكبر من بيع المنتج للمستهلك بهذه الطريقة.

4- البيع وجهاً لوجه Face to Face selling: -

في هذه الطريقة يتم بيع وتوصيل من المصنع إلى باب المستهلك حيث يذهب مندوب الشركة المنتجة حاملاً معه نماذج من السلع المنتجة نحو بيت المستهلك الذي يحمل أن يشتري المنتجات، وعلى مندوب البيع أن يتصف بقدرته على الاقتناع وإقامة علاقات طيبة مع الزبائن وجعلهم يستمتعون إلى نصيحة عند اتخاذهم لقرار الشراء وإن هذه الطريقة تكون مناسبة في البيع أكثر من غيرها عندما يكون موقع الشركة المنتجة بعيداً عن المناطق البيع أو في المناطق الريفية أو النائية، لذا يقوم المندوب بزيارة منازل الزبائن وعرض البضاعة ، اي وجود أنشطة ذات معدلات نمو عالية ضمن اقاليم حضرية معينة⁽²²⁾

5- التسويق الإلكتروني marketing: - نتج عن ثورة المعلومات أساليب جديدة في التجارة

المحلية والدولية والعالمية ومن أبرز تلك الأساليب هي أسلوب (التجارة الإلكترونية) electronic commerce والتي تعرف بأن لها أسلوب خاص بعمليات البيع والتي تجري في أسواق خاصة تستند على وسائل وأدوات الكترونية ولعلّ ظهور شبكة الاتصالات العالمية (الانترنت) لم يغير فقط مكان شراء المنتجات ولكن غير أيضاً من أسلوب شراء تلك المنتجات وفي مطلع الألفية الثانية صار بإمكان الزبون أن يستخدم بطاقته الاعتمادية (credit card) في عمليات التسديد عند اتخاذ قرار الشراء من السوق الإلكترونية، بعد ذلك يقوم المنتج بتسليم مادياً (physically) في مكان وجود الزبون (المكتب أو

البيت). واقع التسويق المباشر في شركة الكفيل للمنتجات الغذائية يمكن التعرف على واقع التسويق المباشر في شركة الكفيل للمنتجات الغذائية عن طريق استمارات الفحص لتقييم واقع التسويق المباشر بالشركة وقد تم ملئها من قبل المسؤولين عن التسويق في الشركة كالآتي:

جدول رقم (4) استمارة فحص الاستهداف في شركة الكفيل للمنتجات الغذائية

الوزن الفعلي	الوزن المتاح	مضمون فحص الحالة المبحوثة	أسلوب التسويق المباشر
2	صفر، 1، 2	1- يجري تقسيم السوق إلى عدة أجزاء وعلى وفق أساس معين (كالموقع الجغرافي أو الفئة العمرية أو نوع الجنس أو الحالة الاجتماعية...)	
1	صفر، 1، 2	2- تحدد الخصائص العامة التي تميز كل جزء من السوق	
1	صفر، 1، 2	3- يساهم الزبائن في تحديد الخصائص العامة لكل جزء من السوق	
2	صفر، 1، 2	4- تتوقع كمية المبيعات المحتملة في كل جزء محدد من السوق	
صفر	صفر، 1، 2	5- يستهدف جزء واحد فقط من السوق لبيع منتجات الشركة فيه	
2	صفر، 1، 2	6- غرض عملية الاستهداف كسب ثقة الزبون بالمرتبة الأولى ومن ثم تحقيق مبيعات جيدة بالمرتبة الثانية	
2	صفر، 1، 2	7- تحدد الرغبات الحالية للزبائن في السوق المستهدف	
2	صفر، 1، 2	8- يجري توقع التفضيلات المستقبلية للزبائن الحاليين والمحتملين في السوق المستهدف	
2	صفر، 1، 2	9- الطلب الكلي (الاستجابة) على المنتجات الشركة في السوق المستهدف قابل للقياس	
1	صفر، 1، 2	10- تستخدم الشركة المنتجة قاعدة بيانات المستهلك	
10	20		الاجمالي
			المعدل
			النسبة المئوية

المصدر:- عمل الباحثة بالاعتماد على بيانات غير منشورة لشركة الكفيل للمنتجات الغذائية، لسنة 2020

من الجدول رقم (4) والذي يمثل استمارة الفحص الخاصة بفحص الاستهداف تبين أنّ أسلوب التسويق المباشر في الشركة والمرتبط بالاستهداف حصل على معدل استجابة قدره (1,5) من (2) ونسبة مئوية قدرها (75%) بما يؤثر استجابة معتدلة لشركة الكفيل في فحص الاستهداف .

جدول (6) نتائج قوائم الفحص لواقع التسويق المباشر في شركة الكفيل للمنتجات الغذائية

النسبة المئوية (100%)	المعدل (2)	اسلوب أو طريقة التسويق المباشر
75%	1,5	الاستهداف
65%	1,3	قواعد البيانات التسويقية
83%	1,7	البيع من الباب إلى الباب
86%	1,7	محلات المفرد التي تملكها الشركة
61%	1,2	البيع عن طريق المكالمات الهاتفية
39%	0,8	البريد المباشر
73%	1,5	البيع التشكيلي

المصدر: عمل الباحثة بيانات غير منشورة من مقر الشركة لسنة 2020

ومن خلال الجداول السابقة يمكن أن نستنتج ما يأتي:

- 1- التطورات السريعة التي تحدث في العالم نتيجة لزيادة عدد وتنوع المنتجات وتزايد حدة المنافسة وله اتجاهاً نحو اعتماد التخصص وتجزئة الأسواق وهذه الأسباب أدت إلى استحداث طرق جديدة وحديثة للتسوق.
- 2- زيادة أسعار السلع والمنتجات نتيجة لزيادة أسعار النقل وهوامش الأرباح نتيجة لوجود تجار المفرد وتجار الجملة أدى إلى ظهور التسويق المباشر وهو التعامل المباشر بين الشركة والزبائن وهذا ساعد الشركات في تحديد احتياجات الزبائن بصورة دقيقة⁽²³⁾.
- 3- يمكن للتسويق المباشر أن يضم عدة طرائق للتسويق والتي بمجموعها تكون طريقة تسويق الخاصة والمعتمدة والتي تحقق تسويق ناجح للشركة، حيث كانت الصناعة الاولى مركز التحول الهيكلي في الاقتصادات⁽²⁴⁾
- 4- طريقة التسويق المباشر يلائم جميع أنواع الشركات، وبالأخص الشركات الصغيرة لكونه يساعدها في إيجاد مكانة لها في السوق وذلك من قوتها التنافسية.

5- التسويق المباشر يتيح لشركة الكفيل معرفة تفضيلات المستهلك والزبائن، وينفس الوقت يتيح للمستهلكين ابداء آراءهم تجاه المنتج والخدمات التي تقدمها الشركة، وبالنتيجة تلبية طلبات الزبائن وتطور منتجات الشركة وزيادة مبيعاتها.

6- أدى التطور التكنولوجي الكبير والغير متوقع في وسائل الاتصال الرقمية باستخدام الحاسب الآلي إلى انجاح عملية التسويق المباشرة واتشاره بشكل كبير، حيث صارت الصفقات تعقد عن طريق شبكة الاتصالات العالمية بسرعة كبيرة مع العلم أنّ المنتج والزبون يفصل بينهم مسافة.

7- وجد أنّ طريقة البيع بالمحلات المفرد المنتشرة التي تملكها شركة الكفيل في محلات أخرى، بالإضافة إلى هذه الطريقة تؤدي إلى تقليل الأسعار وذلك لاستبعاد تاجر الجملة وتاجر المفرد⁽²⁵⁾.

الاستنتاجات:-

- 1- تعتبر شركة الكفيل من الشركات الغذائية المهمة التي يعتمد عليها الاقتصاد العراقي خاصة محافظة كربلاء
- 2- الاسواق التجارية في المحافظة تعتمد على شركة الكفيل في تسديد حاجة المستهلك من منتجات غذائية داخل الاسواق ، وفير ما يحتاجه البيت الكربلاء من مختلف المنتجات الغذائية.
- 3- من الضروري تشجيع المنتجات المحلية من خلال توزيع الوكلاء بأماكن متفرقة في المحافظة والعراق لترويج المنتجات العراقية المحلية.
- 4- من الضروري ان تكون المنتجات سريعة التلف قريبة من الاسواق لتفادي الخسائر المادية لتلك المنتجات
- 5- وسائل النقل جدا ضرورية لتسهيل عمل الشركة في توزيع منتجاتها للأسواق

المقترحات :-

- 1- من المقترحات التي توصلنا اليها من خلال البحث ، يجب على الشركة ان توسع شبكة الوكلاء المعتمدين في الاسواق العراقية لزيادة ترويج البضائع المنتجة.
- 2- التاكيد على شراء المنتجات المحلية لتشجيع انتاجها بد البضائع المستوردة
- 3- توفير كافة المسلتزمات التي تحتاجها الشركة من خلال دعم الدولة و والقطاع الخاص للشركة
- 4- يجب على الشركة ان توفر منتجات متنوعة ومختلفة للاسواق لكي تبعد المستهلك من التوجه لشراء المنتجات الاجنبية.

(مصادر الانترنت)

10- درر العراق، العتبة العباسية المقدسة، تفتح أكبر مصنع لإنتاج الألبان، 2017 www.dorar-aliraq.net

11- شبكة الكفيل العالمية، 2016 http://www.alkafeelnet

(المقابلات الشخصية)

1- إيناس عباس، سائق في شركة نور الكفيل للمنتجات الغذائية.

2- رياض جواد كاظم، مدير مخازن شركة الكفيل.

3- طلال عبدالحسين، مدير مبيعات شركة نور الكفيل للمنتجات الغذائية

الهوامش

- 1) ساهرة نعمة كامل ثامر، متطلبات التسويق المباشر في شركة الكفيل للمنتجات الغذائية، جامعة القاسم الخضراء، مجلة جامعة بابل للعلوم الصرفة، العدد 8، 2016، ص2178
- 2) لقاء مع السيد طلال عبدالحسين، مدير المبيعات لشركة نور الكفيل، 2017.
- 3) عبد الزهرة الجنابي، الجغرافيا الصناعية، ط1، 2013، ص84.
- 4) مقابلة شخصية مع احد موظفي الشركة، 2017
- 5) (محمد الفتحي بكير محمد، قراءات في جغرافية الصناعة، كلية الآداب، جامعة الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية للطباعة والنشر، مصر، 2011، ص33.
- 6) (فؤاد محمد الصفار، الجغرافية الصناعية في العالم، منشأة المعارف في الاسكندرية، بلا طبعة، 1980، ص47-61.
- 7) عبد الزهرة الجنابي، المصدر السابق، ص89.
- 8) فؤاد محمد الصفار، المصدر السابق، ص73.
- 9) أحمد حبيب رسول، جغرافية الصناعة، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، بلا سنة، ص70.
- 10) حسن عبدالقادر صالح، مدخل إلى جغرافية الصناعة، ط1، دار الشروق والتوزيع، عمان، الأردن، 1985، ص238
- 11) حيدر عبد الرزاق كمونة ، سياسات التحضر في الوطن العربي، دائرة الشؤون الثقافية العامة، وزارة الثقافة و الاعلام ، ط1، بغداد، 1990، ص14.
- 12) عبد الزهرة الجنابي، المصدر السابق، ص111.
- 13) فتحي محمد ابوعيانة، جغرافية السكان ، ط2، دار النهضة العربية، بيروت، 1980، ص24.
- 14) عبد الزهرة الجنابي، ص114.
- 15) شبكة الكفيل العالمية، منتجات شركة نور الكفيل الغذائية، (aljafeel.net)
- 16) عمل الباحث، لقاء شخصي، 2016.
- 17) لقاء شخصي مع أحد موظفي الشركة، إيناس عباس، 2017.
- 18) درر العراق، العتبة العباسية تفتتح أكبر مصنع لإنتاج الألبان، 2017 www.dorar-aliraq.net
- 19) درر العراق، العتبة العباسية المقدسة، تفتتح أكبر مصنع لإنتاج الألبان 2017 www.dorar-aliraq.net
- 20) دراسة ميدانية للباحثة في مصنع المعجنات الكائن في حي الحسين في محافظة كربلاء.
- 21) عمل الباحث، لقاء مع إيناس عباس، أحد العاملين في الشركة، 2017.
- 22) سامرة نعمة كامل ثامر، متطلبات التسويق المباشر في شركة الكفيل للمنتجات الغذائية، مجلة جامعة بابل، 2016، ص2176
- 23) ياسين حميد بدع المحمدي، التنمية الصناعية واتجاهاتها المكانية في محافظة اربيل ، اطروحة دكتوراه ،كلية الآداب جامعة بغداد، 2006، ص10.
- 24) سامرة نعمة كامل، المصدر السابق، ص2185.

(25) معتز يوسف احمد ابو عاقلة ، اهمية الصناعة و دورها في التطور الاقتصادي للدول ، مقال منشور في 2020/7/28
الموقع الالكتروني www.portal.arid.my

(26) سامرة نعمة كامل الثامر، المصدر السابق، ص2187.

قائمة المصادر

- (1) ابو عيانة، فتحي محمد ، جغرافية السكان ، ط2، دار النهضة العربية، بيروت، 1980، ص24.
- (2) ثامر ، ساهرة نعمة كامل، متطلبات التسويق المباشر في شركة الكفيل (للمنتجات الغذائية) رسالة ماجستير، مجلة جامعة بابل، 2016، ص2176.
- (3) الجنابي، عبد الزهرة علي، الجغرافية الصناعية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013.
- (4) رسول ،أحمد حبيب، جغرافية الصناعة، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، بلا سنة، ص70.
- (5) صالح، حسن عبدالقادر، مدخل إلى الجغرافية الصناعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 1985، ص238.
- (6) الصفار، فؤاد محمد ، الجغرافية الصناعية في العالم، منشأة المعارف في الاسكندرية، بلا طبعة، 1980
- (7) الفتحي، محمد بكر محمد، قراءات في جغرافية الصناعة، كلية الآداب جامعة الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية للطباعة والنشر، مصر، 2017. ص33.
- (8) كمونة، حيدر عبد الرزاق ، سياسات التحضر في الوطن العربي، دائرة الشؤون الثقافية العامة، وزارة الثقافة و الاعلام ، ط1، بغداد، 1990، ص14
- (9) المحمدي ، ياسين حميد بدع ، التنمية الصناعية واتجاهاتها المكانية في محافظة اربيل ، اطروحة دكتوراه ،كلية الآداب جامعة بغداد، 2006.