



AL- Rafidain
University College

PISSN: (1681-6870); EISSN: (2790-2293)

مجلة كلية الرافدين الجامعة للعلوم

Available online at: <https://www.jrucs.iq>

JRUCS

Journal of AL-Rafidain
University College for
Sciences

مدى إمكانية تحقق الاقتصاديات في قرارات الانتاج ضمن العمل بسياسة إقتصاد السوق- دراسة حالة في الشركة العامة للصناعات الكهربائية والالكترونية بغداد - الوزيرية للمدة من (2021-2012)

أ.م.د. ظاهر القيسي

dhahiralcqaisi54@gmail.com

قسم العلوم المحاسبية والمصرفية - كلية الفارابي الجامعة، بغداد، العراق

معلومات البحث

تواريخ البحث

تاريخ تقديم البحث: 2022/8/30

تاريخ قبول البحث: 2022/10/5

تاريخ رفع البحث على الموقع:

2023/8/31

الكلمات المفتاحية

إقتصاديات قرارات الانتاج، إقتصاد السوق، خفض التكاليف، زيادة الأرباح

المستخلص

يهدف البحث الى تقويم إمكانية تحول الشركة العامة للصناعات الكهربائية والالكترونية من التخطيط المركزي للسوق الى التخطيط لما يتطلبه السوق. مما يستلزم من الباحث تحديد ومعرفة ماتوفر لديها من تلك الامكانات الاقتصادية والادارية والفنية، وكيفية توظيفها من أجل تحقق الاقتصاديات في قرارات انتاجها والتي تتمثل في خفض الكلف مقابل زيادة في الأرباح، وذلك من خلال تنسيق وتكامل تلك القرارات مع قرارات التسويق إستجابة لقواعد العمل باقتصاد السوق ومبادئه ولمتغيرات حركة واتجاهات عناصره الاقتصادية والاجتماعية، من ذلك جاءت أهمية البحث وكذلك مشكلته التي تجسد محاولة الشركة بتنظيم وتسويق إنتاجها ضمن العمل بتطبيق سياسة إقتصاد السوق وهي محاولة غير مسبوقة في شركات القطاع الصناعي العام التي اعتادت على تنظيم وتسويق انتاجها الى اسواقها المحلية ضمن العمل بسياسة التخطيط المركزي، وبالتالي يمكن ان ينظر الى إدارة هذه الشركة بأنها نموذج أو عينة يمكن ان تمثل العديد من الشركات الصناعية العامة التي تسعى للتعامل مع اقتصاد السوق. وكان مجتمع هذه العينة هم مدراء الانتاج والتسويق والعاملون ضمن مسؤوليتهم، إضافة الى بعض مدراء الاقسام مثل الحسابات، والتخطيط، والمخازن حيث قام الباحث بالعديد من اللقاءات المباشرة مع بعض القيادات الادارية وعدد من العاملين معهم في مصنع إنتاج (السخان الكهربائي 120 لترا/ مادة البحث) وفي أقسام التسويق والتخطيط والمخازن، حول حقيقة إمكانية الشركة على التعامل مع إقتصاد السوق من عدمها. اعتمد الباحث في كتابته بحثه المنهج الاستقرائي والتحليلي والذي توصل من خلاله الى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات الرئيسية، من أهمها: لم تكن الشركة قادرة على تحقق الاقتصاديات في قرارات إنتاجها من منتج السخان الكهربائي (120) لترا في مجال خفض كلف إنتاجه وفي الوصول الى ارباح متزايدة من مبيعاته، بل أبتت على تحديد سعر بيع ثابت له ومرتفع في أسواقها المحلية طوال مدة التقويم (2021-2012) وذلك يتقاطع مع مبادئ التعامل مع متطلبات ومنهجية إقتصاد السوق. وان الشركة تفتقر الى خطة تسويقية وبيعية تراعي فيها متطلبات العمل بسياسة إقتصاد السوق في توجيه قرارات إنتاجها من السخان الكهربائي (120) لتر، مما ادى الى تراكمه في مخازنها ولسنوات عديدة، وكما بينته تحليل جداول الكميات من الانتاج السنوي المترامك وعليه، فإن الباحث رفع عدد من التوصيات كانت أهمها: إيجاد قيادات إدارية متخصصة في مجال عملها، تمتلك من الفهم والدراية بأحوال إقتصاد السوق ودوره في تنظيم وتوجيه قراراتها الادارية نحو تحقيق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية، وفي مقدمتها إدارة الانتاج والتسويق والمالية والموارد البشرية. ومن الضروري جدا العمل على استحداث وحدة إقتصادية متخصصة بدراسة وتحليل مؤشرات قوى إقتصاد السوق ومتابعة تحركات المنافسين، ومن ثم إختيار أفضل بدائل قرارات الانتاج المتاحة، تلك التي تستجيب لاحتياجات السوق، بهدف تحقيق التوازن بين متطلبات تنفيذ قرارات الانتاج ومتطلبات قواعد التعامل مع إقتصاد السوق.

للمراسلة:

أ.م.د. ظاهر القيسي

dhahiralcqaisi54@gmail.com

doi: <https://doi.org/10.55562/jrucs.v53i1.563>

المقدمة

تحاول شركات القطاع الصناعي العام في العراق، إستعادة مكانتها الاقتصادية والاجتماعية في أسواقها المحلية التي فقدتها بعد أحداث 2003، وذلك على الرغم من إستمرار التداعيات السلبية التي أفرزتها تلك الاحداث على نتائج اعمالها الاقتصادية. وتعد الشركة العامة للصناعات الكهربائية والإلكترونية (عينة البحث) واحدة من تلك الشركات الوطنية التي عانت من تلك التداعيات وتأثيراتها السلبية على مجمل أنشطتها الاقتصادية، مما اضعف كثيراً من قدراتها الانتاجية والبيعية، كذلك واجهت الشركة مشكلة النقص في الاموال¹ والمواد الأولية اللازمة لاعادة تشغيل عدد من خطوط الانتاج، أو لتطوير بعض المنتجات الحالية وكذلك في المكنائ والمعدات التي تعرّضت قسماً منها الى الدمار أو السرقة بسبب الظروف الامنية التي شهدتها الشركة في حينها، والا هم من ذلك كله، عدم قدرتها على خفض كلف منتجاتها، وعلى وضع اسعار بيع مناسبة لها في اسواقها ... وعلى الرغم من ذلك، ظلت تعتقد القيادات الادارية العليا في الشركة، ولا زالت، بأن طريق التخلص من مختلف هذه المشاكل، أو على أقل تقدير التقليل قدر الامكان من حجم تأثيراتها السلبية على نتائج أعمالها اليومية، يتمثل في العودة من جديد لتطبيق سياسة إقتصاد السوق² في تنظيم وتوجيه قرارات انتاجها، إستجابة لما تحتاجه أسواقها المحلية وعرضه ضمن خطة تسويقية تتضمن بالاساس مراعاة تطبيق مبادئ وقواعد التعامل مع إقتصاد السوق، وبالتالي ترى إدارة الشركة أن ذلك سوف يؤدي الى تقوية قدراتها الانتاجية والتسويقية، والوصول الى ارباح متزايدة تمكنها من تحقيق النمو كهدف مهم ورئيسي من أهدافها الاقتصادية. لذا، وفي ضوء ماتقدم، جاءت مساهمة الباحث في دعم إدارة الشركة ومساعدتها في تطبيق سياسة إقتصاد السوق من جانبين أساسيين هما :

- **الجانب النظري:** يضع امام إدارة الشركة جملة من المفاهيم والآراء والافكار التي اوردها العديد من الباحثين والمختصين بالشأن الاقتصادي حول أهمية ودور إقتصاد السوق ومفاهيمه من نشأته ولغاية الان، في تنظيم وتوجيه قراراتها الادارية وخاصة قرارات الانتاج في شركات الاعمال.
- **الجانب العملي:** تناول بالتحليل والتفسير نتائج جداول الكميات والقيم الاقتصادية والمالية والاحصائية التي تحركت بفعل قرارات الانتاج المتخذة للمدة من 2012 ولغاية 2021، لبيان مدى إمكانية إدارة الشركة (في ظل الظروف والمشاكل الاقتصادية الراهنة التي تشهدها يومياً) في التعامل مع قواعد ومبادئ العمل بإقتصاد السوق، بهدف تحقق الاقتصاديات في قرارات انتاجها من ناحية الوقت والجهد والمال، و تمكنها من ضغط كلف الانتاج مقابل زيادة الارباح والاستخدام الافضل للموارد والطاقات المادية والبشرية، ووضع اسعار مناسبة لعملائها وزبائننا .

المبحث الاول: منهجية البحث

• أولاً: أهمية البحث

تبرز أهمية البحث، من الدور الذي يمكن ان تلعبه ادارة الشركة (عينة البحث) في إدارة تنظيم وتسويق إنتاجها ضمن العمل بسياسة إقتصاد السوق. هذه السياسة الاقتصادية اذا ما أحسن التعامل معها، فأنها سوف توجه إدارة الشركة نحو التركيز على النتائج الاقتصادية المتولدة من تطبيق القرارات التي تم إختيارها للتنفيذ، التي تحقق لها الاهداف الاقتصادية والاجتماعية من وراء إتخاذها، والتي تتمثل بصورة رئيسية بخفض كلف الانتاج، مقابل زيادة الارباح، والتخصيص الامثل للموارد الاقتصادية، مع الحفاظ على رضا جمهورها الاستهلاكي على منتجاتها وخدماتها المقدمة اليهم، وإدامة الصلة وتقويتها مع المجتمع الذي تعمل في ظله كعائد إجتماعي اساسي في ديمومة حياتها الاقتصادية ونموها. وهي محاولة غير مسبوقه من قبل شركات القطاع الصناعي العام التي اعتادت على إدارة تنظيم وتسويق منتجاتها الى أسواقها المحلية ضمن العمل بسياسة التخطيط المركزي التي تعاني من من تزايد في كلف الانتاج بسبب التدخل الواسع للدولة في نشاطها الاقتصادي مقابل محدودية الانتاج وسوء استخدام الموارد وبالتالي يمكن ان ينظر الى ادارة هذه الشركة بأنها نموذج أو عينة يمكن ان تمثل العديد من الشركات الوطنية التي تسعى للتعامل مع مبادئ اقتصاد السوق.

• ثانياً: مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في محاولة إدارة الشركة (وهي شركة عامة مملوكة للدولة)،تنظيم وتسويق إنتاجها في إطار التعامل مع مفاهيم ومبادئ اقتصاد السوق بدلاً من التخطيط المركزي. و يمكن تحديد مشكلة البحث في سؤالين اساسيين، وهما :

✓ **السؤال الاول:** هل تعتمد ادارة الشركة سياسة اقتصاد السوق من خلال :

1. تنظيم وتناسق قرارات الانتاج إستجابة لما يتطلبه إقتصاد السوق، (تسويق مايمكن انتاجه) في الكم والجودة، والاسعار(إستجابة لقوى العرض والطلب والاسعار المنافسين)، في المكان والزمان المناسبين، والتطوير المستمر للمنتجات، دراسة مواقف و آراء المستهلكين والزبائن وعملاء الشركة حول منتجاتها من ناحية السعر، الشكل، الوزن ... وغير ذلك.

¹ مقابلة مع السيد معاون مدير قسم البحث والتطوير في 2021/12/6 توجد العديد من الافكار الابداعية لتطوير وتنوع منتج السخان الكهربائي (120) لترا وتمت الا ان هذه الافكار لم تنفذ لعدم وجود الدعم المالي من جهة وعدم اكثر الادارة لجهود البحث والتطوير من الجهة الاخرى.

² لقد تحولت مؤسسات القطاع الاشتراكي ومنشأته في العراق الى شركات عامة تعمل بموجب مؤشرات السوق وبواعثه ودواعيه، بموجب قانون الشركات المرقم 22 لسنة 1997 ، لمواجهة ظروف الحصار الاقتصادي على العراق في عقد التسعينيات .

2. امتلاكها لطرق انتاج، تمكنها من خفض كلف الانتاج وتساعد في وضع اسعار تنافسية (اقل من سعر السوق) لمنتجاتها على ان تغطي كلف انتاجه، مقابل ارباح متزايدة.

✓ **السؤال الثاني:** هل تعتمد ادارة الشركة في تنظيم وتسويق انتاجها وعرضه في أسواقها، استجابة لسياسة اقتصاد السوق، أم لازالت تعتمد سياسة التخطيط المركزي، أم السياستين معا"؟

• ثالثاً: هدف البحث

يهدف البحث الى معرفة حجم ماتملكه الشركة من تلك الامكانات والافكار (الادارية،الفنية،والمالية والابداعية...) التي تساعد في الوصول الى تحقق الاقتصاديات في قرارات انتاجها، وهي تعمل ضمن قواعد ومبادئ اقتصاد السوق. ومن اهم تلك الامكانات التي تناولها الباحث، هي: مدى الكفاءة الانتاجية والاقتصادية في تخصيص والاستخدام الافضل للموارد وإمكانية تحقق زيادة أرباح مقابل تقليص الكلف، والقدرة على المنافسة وتطوير وتنوع المنتجات، وطرق إنتاج جديدة تخفض الكلف، تسعير مناسب.

• رابعاً: فرضية البحث

جاءت فرضية البحث، كالآتي :

(ان العمل بسياسة اقتصاد السوق (في ظل الظروف والمشاكل الاقتصادية الحالية التي تشهدها الشركة) لاتمكنها من تحقق الاقتصاديات في ادارة (قرارات) انتاجها من منتج السخان الكهربائي (120 لتر). اما الفرضيات الفرعية المشتقة، هي:

1. ان إفتقار ادارة الشركة الى خطة تسويقية تراعي متطلبات العمل بسياسة اقتصاد السوق، يربك التوجه السليم نحو اتخاذ قرارات إنتاجية أكثر موضوعية تحقق الاهداف الاقتصادية والاجتماعية من وراء اتخاذها.

2. لا توجد علاقة طردية قوية بين كمية المبيعات كمتغير مستقل و كمية الانتاج كمتغير تابع.

• خامساً: اساليب وادوات البحث

قام الباحث بالعديد من اللقاءات المباشرة مع بعض القيادات الادارية وعدد من العاملين معهم في مصنع انتاج (السخان 120) وفي التسويق والتخطيط والمخازن... حول حقيقة امكانية ادارة الشركة في التعامل مع اقتصاد السوق من عدمها، وقد ساعدت تلك اللقاءات الباحث كثيراً، في:

1. تحديد وصياغة منهجية البحث.

2. إعتداد الاسلوب الوصفي في إستقراء الجانب النظري للبحث.

3. إعتداد الاسلوب التحليلي للبيانات الكمية المتحصلة من الشركة، لاثبات فرضيته الرئيسية من عدمها .

4. إختيار منتج (السخان الكهربائي/120 لترا)، للأسباب الآتية :

أ. يعد من المنتجات الاساسية والمهمة في الشركة.

ب. يعكس وبدرجة كبيرة طبيعة نشاطها الاقتصادي.

• سادساً: المخطط الافتراضي للبحث

يعبر هذا المخطط الاجرائي أو (الافتراضي) عن رؤية الباحث للمنهجية العلمية في كيفية معالجة مشكلة البحث وتحقيق اهدافه، وبالتالي معرفة التوقع لمدى تحقق الاقتصاديات في قرارات انتاج الشركة كموشرات (مخرجات) فنية وادارية تتمثل في توقع ارباح تنافسية ومنتزادة وكلف منخفضة وعوائد اجتماعية تحفز الاستمرار في تطبيق سياسة اقتصاد السوق.

المبحث الثاني: الجانب النظري (المدخل الاساسية في دراسة اقتصاد السوق) ◀

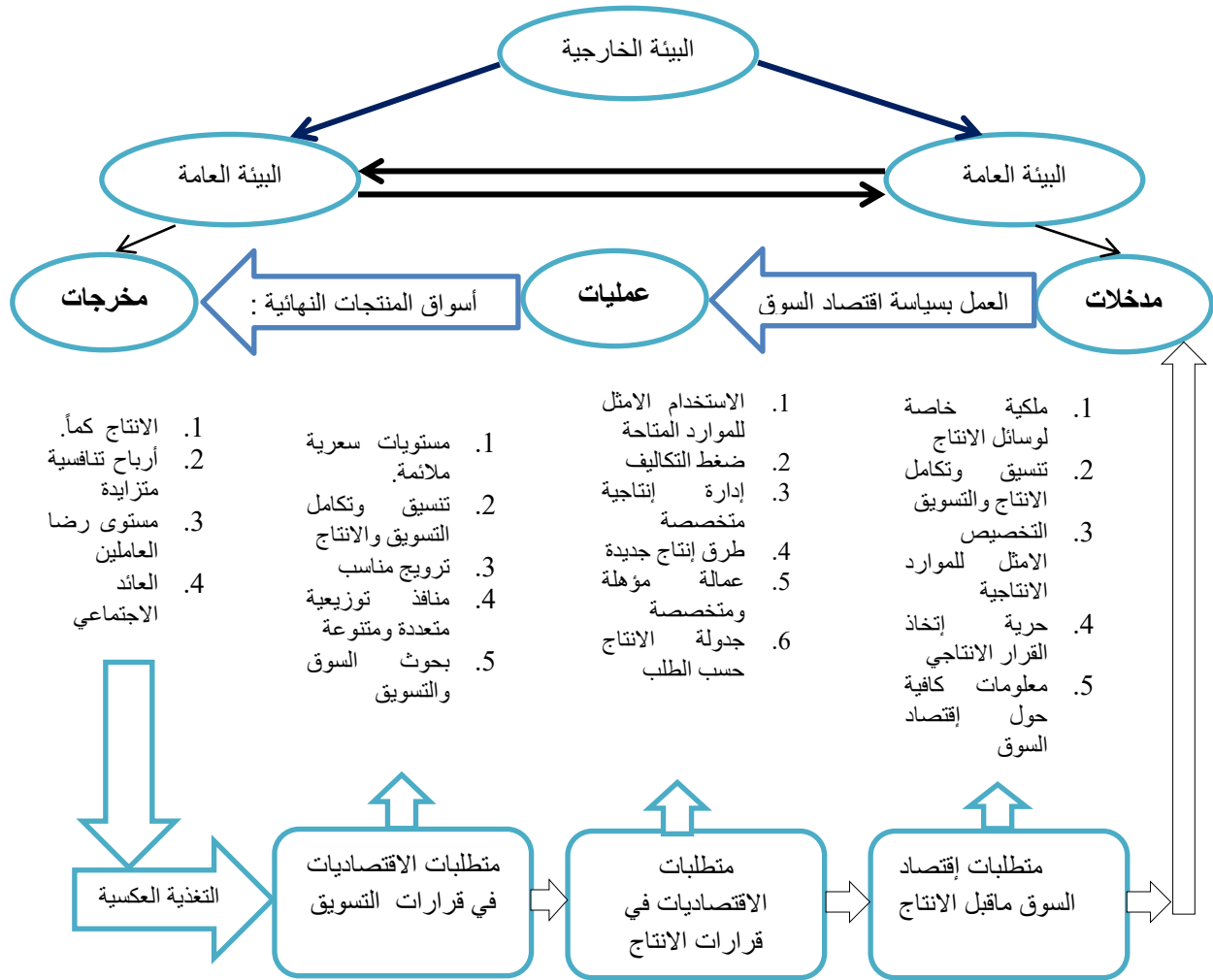
• اولاً: نشأة ومفهوم اقتصاد السوق

1. نشأة اقتصاد السوق

يشير العديد من علماء الاقتصاد والاجتماع المعاصرين، اضافة الى العديد من الكتاب والباحثين المختصين في علم الاقتصاد، امثال (Bowden,2020:121)، (سكوبسين، 2018 : 34و35) و (المنصور، 2009 : 2)، ان عقد السبعينات من القرن الماضي في اميركا وبريطانيا وعموم دول اوربا الغربية، كان يمثل البدايات الذي سادت فيه الافكار الاقتصادية للمدرسة الليبرالية الجديدة في هذه الدول والقائمة حتى الان، هذه المدرسة كانت تدعو الى اتخاذ مجموعة من السياسات أهمها، الاقلال من دور الدولة في الاقتصاد الى الحد الادنى، وتفعيل حرية نظام اقتصاد السوق وتطبيق مبادئه وهذا ما ادى عند التطبيق الى انسحاب الدولة من كثير من مسؤولياتها الاقتصادية والاجتماعية السابقة التي كانت تتولاها منذ بداية القرن العشرين.

وكان للعالم الاقتصادي النمساوي الاصل البريطاني الجنسية فردريك هايك (1899-1992) المساهمة الكبرى في بلورة تلك الافكار التي شكلت الدعامة الاساسية لإتجاه الليبرالية الجديدة . حيث دعى هو وزملاؤه من هذه المدرسة الى ضرورة العودة للعمل باقتصاد السوق وبسياسة التحرير الاقتصادي والخصخصة للشركات العامة وخاصة الصناعية منها التي اصبحت عبئاً مالياً مضافاً على الدولة وميزانيتها ومن دون جدوى اقتصادية تذكر، وذلك بسبب تدخل الدولة المفرط وغير المنظم في الشأن الاقتصادي، وذلك برأي (هايك). لذا طالب بالتقليل قدر الامكان من دور الدولة في تنظيم وتوجيه الاقتصاد حيث حدد افكاره لإعادة العمل باقتصاد السوق بهدف مواجهة الاقتصاد الكينزي (الذي يعتمد على التدخل الحكومي للمحافظة على استقرار السوق) معتبراً ان السوق قادر على تصحيح نفسه بشكل ذاتي، مع قدرته على تحقيق الرفاه والحرية لكافة الافراد بعيداً عن اي قيود. لذلك اعتبر هذا النوع من الانظمة الاقتصادية بشكل ضمانة مثالية للرأسمالية التي تساهم بتحقيق الازدهار للناس. لذا، كانت كتاباته (وبالتحديد منذ بداية السبعينات من القرن الماضي) تؤكد على ضرورة العودة لتطبيق مفاهيم اقتصاد السوق التي نادى بها (آدم سميث) وأفكار المدرسة الكلاسيكية بهدف تجاوز الازمات الاقتصادية التي كانت تتعرض لها الدول الصناعية مثل، عدم توازن الاسواق، التضخم، البطالة

وعدم قدرة التخطيط الموجه على معالجة تلك الازمات حتى اندلاع ازمة الركود التضخمي (1971-1973) وعجز الكينزية عن ايجاد المعالجات الحقيقية لها (التكريتي، 2009: 17) بسبب القيود الحكومية على حرية إختيار الافراد والشركات في ممارسة أنشطتهم الاقتصادية وخاصة في مجال الانتاج والتسعير والتوزيع وتبادل السلع والخدمات، حيث يشير هايك في كتابه (The Road To Serfdom-1944) ((أن الاقتصاد المخطط أو الموجه بواسطة الحكومة لايعني ان الموارد توزع بطريقة غير فعالة فحسب، بل يعني ايضا" أن الاختيارات الحياتية للأفراد تتعرض للتقليص المستمر بسبب الأهداف التي تضعها الدولة)). من ذلك يؤكد(التكريتي، 2009 : 18) ان من اسباب التطورات الحاصلة في اسواق الاقتصادات المحلية والعالمية، لم تقتصر على رفع القيود الحكومية على حركة المتاجرة بالسلع والخدمات التي يرغب بها المجتمع، وانما في قدرة السوق الحرة الذي يعد المنظم الوحيد القادر على تسهيل توزيع الموارد المتاحة والاستخدام الامثل لها بين مختلف فروع الاقتصاد والاقاليم أو الدول وبغض النظر عن عائديتها سواء أكانت للقطاع العام أو الخاص ، وذلك لا يتم الا عن طريق العمل بسياسة (اقتصادالسوق) .



شكل (1): المخطط (الاجرائي) الافتراضي لمعالجة مشكلة البحث .

المخطط: من عمل الباحث ، بالاعتماد على أهداف البحث وفرضياته .

2. مفهوم إقتصاد السوق

يقترن ذكر الحقائق الرئيسية عن مفهوم اقتصاد السوق بشكل خاص بالعالم الاقتصادي (آدم سميث). حيث يمكن التعرف على مفهوم إقتصاد السوق من خلال قراءتنا للافكار الاقتصادية التي كان ينادي بها في كتابه (ثروة الامم -1776)، وكذلك مؤلفه (نظرية المشاعر الاخلاقية- 1759) عندما تناولهما بالتحليل (رول، 1968: 140-145) ليبين: ان اراء سميث فيما يتعلق باقتصاد السوق، من انه المجال الحيوي الذي يتمكن فيه الافراد والشركات من ممارسة نشاطهم الاقتصادي بكل حرية سعياً منهم وراء مصالحهم وبطرقهم الخاصة التي يعتقدون بانها تحقق افضل ميزة لهم، وهم في سعيهم هذا يحققون الخير المشترك للأخرين، وكل ذلك بعيداً عن تدخل الدولة، لأن تدخلها في شؤون الانسان ضار بوجه عام.

اما (خليل، 2009 : 86) يرى في اقتصاد السوق، بانه محصلة تطور اجتماعي بطيء ومتدرج وتاريخ طويل من التجربة والخطأ، حيث كانت السوق الأداة التي ساعدت على تطور المبادلات التجارية ونموها، وان نظام السوق في الحقيقة قائم على تنظيم اقتصادي لتخطيط مستقبلي غير مركزي، لان قرارات المتعاملين فيه لاتصدر إعتباطاً بل في ضوء توقعات رشيدة للمستقبل. لذلك كان (سميث) يفضل قيام الدولة بوظائفها المعادة في الدفاع، تطبيق العدالة، سن القوانين، التعليم والصحة، ودعم شركاتها العامة

ولكن في الحدود الدنيا، وخاصة تلك المشاريع العامة التي تهتم ببناء الجسور والطرق والسدود كبنى تحتية مهمة للصناعات الرأسمالية.

من ذلك نجد ان تلك الحقائق الرئيسية عن اقتصاد السوق، عندما يجري الحديث عنها من قبل الكُتّاب والمختصين والباحثين بالشأن الاقتصادي في عصرنا هذا، فإنهم يركزون، على الجوانب الاساسية التي تحدد مفهوم إقتصاد السوق، كالآتي:

من انه نظام اقتصادي، حيث قوانين العرض والطلب توجه انتاج السلع وتقديم الخدمات، ويشمل العرض الموارد الطبيعية، ورأس المال، والعمالة، وإدارة مالية، وطرق انتاج جديدة تزيد الارباح وتقلل الكلف الانتاجية، ويشمل الطلب مشتريات المستهلكين العاديين والشركات العامة والخاصة والمؤسسات الحكومية. وفي اطار ذلك كله، يحصل المنتجون افرادا وشركات على حرية تبادل السلع والخدمات وتنقلها دون اي حواجز تذكر، ويتم تخصيص الموارد في هذا النظام من خلال الاعتماد على مؤسسة السوق وآلية الاسعار المرتبطة بمعادلة الطلب (الاستهلاك) والعرض (الانتاج). ويتناوله آخرون من انه الاقتصاد الذي يعتمد على حرية الانتاج والتبادلات الاقتصادية الفردية حسبما تقتضيه بديهيات العلاقات الاجتماعية في السوق، ومن دون اي تدخل في تحديد مسار هذه التبادلات والعلاقات.

• ثانياً: طبيعة عمل اقتصاد السوق

يتطلب التعامل مع اقتصاد السوق، المعرفة به أولاً، من انه ذات طبيعة اقتصادية واجتماعية وذلك، باتفاق جميع الاقتصاديين والكتاب والباحثين بالشؤون الاقتصادية. فبينما يراه البعض من انه نوع من عشوائية التعامل الاقتصادي بين الافراد، ويراه آخرون من انه شكل "من التنظيم الايدولوجي العفوي الذي تقتضيه طبيعة الاشياء وتطور الحياة. الأ أن (واتس، 2004 : 2) ينظر الى نظام إقتصاد السوق، بأنه ليس أيدولوجية، انما هو ممارسات ومؤسسات اختبرتها السنون تبين كيف يمكن للافراد والمجمعات ان يعيشوا ويزدهروا اقتصادياً"، ويضيف ان عمل اقتصاد السوق بطبيعته، لامركزي، ومرن، وعملي وقابل للتغيير، وليس فيه من سلطة مركزية تديره، ولكنه يتسم بمبدأ اساسي وطبيعي هو مبدأ الحرية الفردية: حرية المنتج والعمل والمستهلك. فالمنتج له حق الاختيار فيما ينتج وكيف ينتج ولمن؟ أوفد يرغب في توسيع مشروعه الحالي أو مشاركته مع الآخرين.. وان العامل في هذا السوق له حق اختيار عمله أو مهنته أو في اختيار الانضمام الى نقابة عمال أو تغيير رب العمل أو مكان العمل، والمستهلك له الاختيار من بين منتجات وخدمات متنافسة من ناحية النوع والسعر وطريقة الاستخدام... وغيرها.

أما من الجانب الآخر فهناك من ينظر الى عمل إقتصاد السوق (samuelson&nordhaus,2006:2) من خلال الطبيعة الاقتصادية للقرارات التي يتخذها الافراد والشركات، والتي تنبع من الاسواق نفسها، عندما يتفقون على تبادل السلع والخدمات فيما بينهم، وهو الامر الذي يتم عادة عن طريق الاسعار التي تحدد وتوجه تلك القرارات ومنها على سبيل المثال: تقرير كمية ونوعية المنتج، أو الخدمة المقدمة للغير، وتحديد الطاقات الانتاجية اللازمة من المكاتن والمعدات والعمالة الماهرة وغير الماهرة واعدادهم، ووقت الانتاج المحدد بفترة زمنية معينة (الجدولة) و شراء المواد الاولية والخامات اللازمة للانتاج (التوريد)، اضافة الى القرارات المتعلقة بكيفية تسويقه وفي اي سوق؟ وبأي هامش سعري؟ ومايمكن ان تحققه تلك القرارات من نتائج اقتصادية لصالح الطرفين، كأرباح مرضية ومحاولة التقليل من كلف الانتاج ونفقات التشغيل. لذا، يشير (james&else,1996:2) الى ان نجاح القرارات الادارية المتعلقة بتخصيص الموارد وتوجيهها نحو افضل استخداماتها التي يتخذها الافراد والشركات العاملة في اقتصاد السوق، يرتبط بما تحققه تلك القرارات من اهداف اقتصادية مهمة لا تقتصر اهميتها على المشروعات فقط وانما على المجتمع وبشكل كبير. لذا، يؤكد (عيسى، 2022: net) على ان إقتصاد السوق يهتم بتحقيق افضل الارباح المادية التي ينظر اليها بانها من اكثر الحوافز فعالية وقدرة على حث الافراد والشركات على العمل والانتاج والمخاطرة والاستثمار وذلك، بالاعتماد على انتاج سلع ذات طبيعة قابلة للتداول، وذلك من خلال مساهمتها في تلبية رغبات وحاجات اكثر عدد ممكن من الافراد المستهلكين.

• ثالثاً: اشتراكية اقتصاد السوق

يشير (كاسيدي، 2013: 69) الى ان اشتراكية السوق الاقتصادي أو اشتراكية اقتصاد السوق التي تطلب العمل بها آنذاك كانت إستناداً الى دعوة البعض من الاقتصاديين التي كانت تقوم على إختيار طريق وسط مابين المؤيدين للتخطيط المركزي للأقتصاد، لانه يعمل على توجيه الموارد في النواحي الاجتماعية المرغوبة، ويضمن عدم التذبذب في الانتاج والاسعار، وبين الذين يدعون الى ان تعتمد هيئة التخطيط المركزي للدولة سياسة التوجه نحو الاقتصاد الحر، وذلك من خلال توجيه شركاتها العامة للتأقلم مع اقتصاد السوق (بالرغم من ملكيتها لوسائل الانتاج) ومعالجة تأثير متغيرات السوق على قراراتها بهدف تناسق الانتاج وتنظيمه باتجاه تحقيق اكبر عوائد إقتصادية ومنافع أجماعية ممكنة لأفراد المجتمع، وهذا ماجرت تسميته (بإشتراكية السوق). من ذلك، يرى (سويل، 2010: 17-18) انه، في ظل العمل بإقتصاد السوق يمكن ان تمثل متغيرات ظروف السوق صعوبات لبعض الافراد والشركات اثناء عملية التأقلم، ومنها الشركات العامة التي تطلب من السلطة السياسية التدخل لعلاج المشكلات الاقتصادية التي تتعرض لها، بسبب التكنولوجيا، أو القرارات الخاطئة التي ينتج عنها تغيرات في الاسعار، الاجور، المبيعات.... وغيرها.

وبما ان موضوع البحث يتأطر في حدود الاعمال الاقتصادية والادارية للشركات الصناعية العامة، فإن (النجفي، 2002: 4) يشير في هذا المجال الى تأثير التحولات في الاحداث الاقتصادية التي شهدها القرن العشرون، حيث تعرضت فيه برامج التنمية الاقتصادية لبلدان العالم الثالث التي تعمل ضمن دول المنظومة الاشتراكية، الى احباطات في تحقيق اهدافها في الرفاهية الاقتصادية، وكان في مقدمتها، عدم قدرة شركاتها العامة على تحقق الكفاءة الانتاجية والتنافسية والاستخدام الاقتصادي الكفاء لمواردها. هذا التراجع والاحباط في كثير من النماذج والتطبيقات الاقتصادية حفز للبحث عن بدائل لنماذج تنمية اكثر تفسيراً ومواءمة للمناخ الاقتصادي الجديد (التفكير الاقتصادي الليبرالي) الذي بدأ يسود في بداية السبعينات من القرن الماضي. وتعد (إشتراكية إقتصاد السوق) في مقدمة البرامج التنموية لتحقيق إصلاح اقتصادي واجتماعي واسع في تلك البلدان، التي اذا ما تخلفت اقتصادياتها النامية

عن عصرها (برأي النجفي نفسه) فسوف يزداد تخلفها اتساعا وعمقا مع الزمن، وتبتعد كثيرا عن مجريات وعوامل التطورات الاقتصادية في العالم.

وذلك ما يؤكد (الخفاجي، 2020: 5) عندما يشير الى ان نظام اقتصاد السوق واتباع آلياته اصبح دعوة عالمية لم تقتصر على النظم الاقتصادية الرأسمالية، وانما امتدت لتشمل النظم الاقتصادية الموجهة مركزيا من قبل الدولة ومنها البلدان النامية التي فقدت الفاعلية في ادارة اقتصادها الموجه مركزيا نتيجة لتهجها التنموي الذي ابتعد كثيرا عن السوق وآلياته وفي الجدوى من استمرار دور شركات القطاع العام في عملية التنمية. وبالتالي، لا يوجد سبب مقنع لافتراض ان ملكية الشركات العامة أو عائدتها للدولة كما يشير (كنعان ورحالة، 2016 : 35) تحول دون خضوع نشاطها لقوى السوق، فالاستقلال المالي والاداري للشركة العامة، يمكنها من حرية التنافس في اقتصاد السوق وتحقيق شروط كفاءة الاداء من دون تغيير الطبيعة العامة لملكيتها. وفي ضوء ذلك، نجد ان العديد من حكومات دول العالم الثالث (البلدان النامية) قد الزمت شركاتها العامة بإعادة التفكير باليات وضع الخطط والبرامج الحالية وطرق تنفيذها، واستبدالها ببرامج وخطط تنموية، يجري تنفيذها بقرارات ادارية موجهة اصلاً للعمل بسياسة اقتصاد السوق، وتأتي في مقدمة تلك القرارات، قرارات الانتاج.

المبحث الثالث: قرارات الانتاج واقتصاد السوق

1. أهمية قرارات الانتاج

يمكن القول، أن عملية اتخاذ القرارات الانتاجية في العصر الراهن اخذت تحتل أهمية خاصة في المشاريع والمؤسسات الصناعية العامة، حتى اصبح من الضروري للدول النامية التي تريد النهوض باقتصادياتها وجعله في خدمة مواطنيها، أن تختار من بين العمالة الحالية في الشركة مجموعة متقدمة عليهم ومتخصصة بإدارة انشطتها المختلفة، ومن تلك الادارات، إدارة وتنظيم انشطتها الانتاجية، والتي لا بد أن تتمتع بالكفاءة والخبرة وتدرک ضرورة تناسق قراراتها وتكاملها مع قرارات ادارة التسويق. كذلك، تبرز أهمية قرارات الانتاج بأنها محور أعمال الشركة، حيث تدور حولها وبسببها كافة قرارات الاقسام الرئيسية كالتسويق، والمالية، والموارد البشرية، والاقسام المساعدة لها مثل، الفنية والتجارية والبحث التطوير والعلاقات العامة والسيطرة النوعية، وذلك، عندما نجد اولاً، ان جميع هذه الاقسام تعمل في خدمة إدارة الانتاج لانها تعكس طبيعة عملها من كونها شركة انتاجية، وثانياً انها المصدر الرئيسي للأرباح التي تحصل عليها إدارة الشركة والمتأتية من مبيعات انتاجها من مختلف السلع والخدمات التي يرغب بها افراد المجتمع وله القدرة على شرائها، وذلك بعد طرح الكلفة المترتبة من ذلك الانتاج. ومن هنا تأتي الأهمية الرئيسية الأخرى لهذه الادارة من ان عمليات اتخاذ وتنفيذ قراراتها هي ذات طبيعة اقتصادية واجتماعية.

2. الاقتصاديات في قرارات الانتاج

يرى (القيسي، 2011 : 4) انه من المفيد الان للشركات الصناعية العامة وهي تشهد مرحلة التحول أو بدايات التكيف مع حالات وظروف اقتصاديات السوق، ان يمتلك متخذو القرارات فيها وخاصة مدراء الانتاج، الدراية والفهم الكافيين بأهمية العمل بسياسة إقتصاد السوق ودورها في تنظيم وتوجيه قراراتهم المتخذة وما تحققه من ارباح مقنعة أو اعتيادية، كمؤشر رئيس لبدايات التكيف السليم مع حركة عناصر اقتصاد السوق ومتابعة متغيراته.

يشير (الظاهر، 2009 : 145) الى أن العامل الأساس في رفع الكفاءة الانتاجية والاقتصادية لقرارات الانتاج للشركات العامة في البلدان النامية هو عندما تبنى هذه الشركات من جديد على اسس اقتصادية سليمة، اذ ان معظمها قامت لاعتبارات اجتماعية وسياسية وأيدولوجية.

وهذا يعني، من وجهة نظر الباحث، ان إدارتها الانتاجية لم تأخذ بنظر الاعتبار دراسة وتحليل الطبيعة الاقتصادية من وراء اتخاذها لقرارات انتاجها، كمصدر رئيسي لتوليد الأرباح، وخفض الكلف، وتقليل التالف قدر الامكان، والانتاج بالكم القابل للاشباع، وبالجودة المطلوبة. وغيرها من الجوانب الاقتصادية الأخرى التي تحفز المنتجين على الاستمرار بالانتاج، ومن الجانب الأخرى تساعد حركة عناصر اقتصاد السوق مثل: الموردين، والمنافسين، والأسعار، وردود افعال المستهلكين تجاه السلع المنتجة، بشكل مباشر، في تكيف قرارات الانتاج نحو تحديد ملامح اقتصادياتها باتجاه الوصول الى تحقيق اهدافها الاقتصادية والاجتماعية. ومن هذه الملامح الاقتصادية الأخرى في القرارات الادارية ومنها وعلى مستوى القرارات الانتاجية خاصة، يشير (James&else, 1996 : 2) بأن نجاح القرارات الانتاجية المتعلقة بتخصيص الموارد التي تتخذ من قبل المشروعات في القطاع الاقتصادي (العام والخاص) في الوصول الى أهدافها مرتبط بما تحققة تلك القرارات من نتائج اقتصادية مهمة لا تقتصر أهميتها على المشروعات فقط وإنما على المجتمع وبشكل كبير. وهذا ما يؤكد (Keat & Young, 2006 : 3) عندما تناولوا أهمية تفحص الطبيعة الاقتصادية للقرارات الانتاجية في منشآت الأعمال التي تستوجب من مدراء الانتاج فيها صناعة قرارات تركز على كيفية تخصيص الموارد النادرة للشركة واستثمارها بشكل افضل، وبالتالي تؤثر في قدرة الشركة في الحصول على عوائد مقبولة من خلال التكيف السريع تجاه العديد من المتغيرات التي تحصل في السوق من جوانب عدة منها، المستهلكين، المنافسين، الموردين.. الخ وهنا، يقترب كثيرا (Christopher & Maurice, 2011) من تناول مفهوم الاقتصاديات في قرارات الانتاج الناجحة، من انها تلك العلاقات الاقتصادية الأساسية التي عادة ما تفسر الاختلافات بين النجاح والفشل في صناعة القرارات الاقتصادية. أما (Hormby&else, 1997:1) فأنهم يشيرون الى مفهوم إقتصاديات القرار، هو ما يعبر عن حاجة المدراء الى فهم الطبيعة الاقتصادية للقرارات من اجل تقليص الفجوة من داخل مجالات التطبيق للأنشطة التجارية، وكذلك فهم الخلفية الاقتصادية والمضامين المتعلقة باتخاذها، مثل التنبؤ بالطلب والأرباح والتكاليف والأسعار وقرارات الاستثمار، ووضعها في سياقاتها الاقتصادية من قبل إدارتها المتخصصة في شركات الأعمال. وعليه، يمكن القول، ان حجم الاقتصاديات المتحققة في القرارات الانتاجية تعكس مدى إمكانية تحقق الاهداف الاقتصادية من وراء اتخاذها مثل، تحقيق أقصى الأرباح مقابل تذنية الكلف،

والتي ترغب الادارة الوصول اليها كأهداف اقتصادية واجتماعية تحقق لها عوائد اقتصادية تعطي تكاليف اختيارها وتنفيذها وعوائد اجتماعية تقربها من مجتمعها الاستهلاكي.

3. قرارات الانتاج في اقتصاد السوق

يشير (السيفو وآخرون، 2007 : 50) بأن النشاط الاساسي المؤثر على الاداء الاقتصادي في مواقع العمل والانتاج في شركات الاعمال سواء العاملة منها بالقطاع الخاص أو بالقطاع العام، هو كيفية اختيار البديل الامثل من القرارات الادارية المتاحة، ذلك البديل الذي يواجهه أو يتعامل مع حالات ومتغيرات اقتصاد السوق وخاصة ما يتعلق منها ببدايات القرارات الانتاجية. وعلى الرغم من أن قرارات الانتاج تعد جوهر وظيفة الانتاج ووسيلتها في تقوية مركزها التنافسي وفي مواصلة انشطتها وتحقيق أهدافها في البقاء والنمو وذلك برأي (الطويل والدباغ، 2005: 13)، إلا أن واقع الحال يشير إلى أن العمل بسياسة اقتصاد السوق يقتضي أن تسترشد قرارات الانتاج بقرارات الادارة التسويقية، لأن إدارة التسويق من وجهة نظر (القيسي، 2021: 38) هي الاقدر على معرفة طبيعة ومتغيرات السوق وإحتياجات المستهلك وتفضيلاته من السلع والخدمات والاسعار وتحركات المنافسين والبيئة وتأثير كل ذلك على قرارات الانتاج وعلى باقي وظائف الشركة .

وانها كذلك برأي (البرواري والبرزنجي، 2004، 73) تعتبر المنظور الاستراتيجي الذي ينبغي ان تدركه القيادات الادارية العاملة في الشركات العامة. ومن الجانب الاخر، يشير (شبيحة، 1997: 3) الى ان الشركات العامة اذا ما ارادت العمل طبقاً لقواعد اقتصاد السوق فإن قراراتها الانتاجية المتعلقة باختيار افضل طريقة للانتاج تتأثر بالعناصر الطارئة والاحتمالية التي تسود هذه الطريقة والتي مصدرها هو السوق نفسه، ابتداءً: من تغير في ذوق المستهلك، تغيرات الطلب، التطوير المستمر للسلع، اختلاف الانتاجيات، تحركات المنافسين، تغيرات التكنولوجيا والاختراعات، وتغيرات اثمان عناصر الانتاج وخاصة العمل،... وغيرها، ويقابلها الاحتياج الى المدراء الاختصاصيين والى احدثات تغيرات على مستوى الشركة في النظم الادارية القائمة والقانونية، لتسهيل اعمالهم وخاصة في مجال اتخاذ القرارات واختيار افضلها للتنفيذ. ويؤكد على ذلك (Cauvery&Else, 2010: 15-16) عندما يشيرون الى اهمية ان تكون صناعة القرارات طبقاً لقواعد اقتصاد السوق، وانها اصبحت جزءاً لا يتجزأ من الادارة الحديثة وربما تكون اهم وظيفة لمدير الاعمال هي اتخاذ القرارات وان كل واحد من هذه القرارات يتطلب معرفة فريدة بالمتغيرات البيئية الداخلية والخارجية للشركة واهم ما في هذه المتغيرات التي يجب التركيز عليها هي تعامل الشركة مع متغيرات اسواقها مثل، طبيعة السوق و ذوق المستهلك و اسعار المنتجات النهائية وعوامل انتاجها واجور الموارد البشرية، إضافة الى متابعة التغيرات التي قد تحصل في مستوى التطور التكنولوجي للمنافسين سواء اكان ذلك على مستوى تطوير المنتجات أو الافكار الابداعية أو ادارة وتحسين الموجودات الثابتة من مكائن ومعدات واجهزة والمعلومات التي يمكن ان توفرها الادارة عن اسواقها ذات الاثر المباشر في قراراتها الانتاجية خاصة. وعليه، وفي تقدير الباحث، فإن المنهج الاصلاحي الذي يجعل القيادات العاملة في الشركات العامة في بلدان العالم الثالث ومنها العراق قادرة على الاستخدام الامثل لمواردها بهدف تعظيم الانتاج من مختلف السلع والخدمات، ورفع كفاءتها الاقتصادية الانتاجية، والتنافس مع الاخرين في اسواقها، هو ان تمتلك الحرية الكافية في اتخاذ قراراتها من دون أوامر فوقية أو بيروقراطية إدارية أو مركزية من داخل الشركة، أو أي تدخل من جانب الدولة (الا في الحدود التي تسمح بها ظروف السوق)، قد يحرف مسارات قراراتها عن الاتجاه الصحيح، أو يبطلها من عملها، وذلك كله: عندما تدرك إدارتها الانتاجية ان قراراتها لا يمكن ان تستقيم الا بترابطها مع قرارات إدارة التسويق. بمعنى آخر، ان العمل بسياسة اقتصاد السوق تستوجب من ادارة الانتاج وبقية الادارات الاخرى (اذا ما ارادت إدارة الشركة العامة العمل بسياسة اقتصاد السوق والحفاظ على مقومات بقائها واستمرارها في حياتها الاقتصادية) ان تستجيب لظروف ومتغيرات السوق والبيئة، من خلال قدرتها على استيعاب المفاهيم الحديثة للتسويق و اقتصاد السوق وان تكون قراراتها وفقاً لتلك المفاهيم، لأن ادارة التسويق هي عين الشركة ومجساتها المتقدمة لاستشعار اي تغير قد يحدث في اي من مكونات السوق والبيئة، والذي قد يؤثر على سير اعمالها الاقتصادية . لذا، لا بد من الاستجابة أو التكيف السريع مع أي من تلك المتغيرات التي قد تؤثر سلباً على قراراتها في الانتاج .

المبحث الرابع: الجانب العملي

دراسة وتحليل حقيقة واقع العمل بسياسة اقتصاد السوق في الشركة العامة للصناعات الكهربائية والإلكترونية

• أولاً: لمحة تاريخية موجزة حول الشركة

الشركة العامة للصناعات الكهربائية والإلكترونية، من الشركات العامة التي تملك تاريخاً طويلاً وحافلاً بالإنجازات على صعيد عرض المنتجات السلعية والخدمات الإلكترونية في اسواقها المحلية من مختلف الادوات والاجهزة والمعدات الكهربائية والإلكترونية طيلة فترة العقود الثلاثة الاخيرة من القرن الماضي، إلا أن مختلف انشطتها، تراجعت كثيراً ومنها الانتاجية، والتسويقية، والمالية، وحتى البشرية وذلك بفعل التداخيات السلبية التي افرزتها احداث عام 2003. وجرت محاولات من القيادات الادارية العاملة في الشركة لتبني منهجية اقتصاد السوق التي اعلنت عنها فعلياً الادارة العليا للشركة وذلك بهدف إستعادة موقعها وتحسين أدائها الاقتصادي ومكانتها التي كانت عليها في الماضي، وهو تحد ومشكلة بحد ذاتها تواجه إدارتها العاملة لتحقيق ذلك الهدف.

لذا، ترتب على الباحث تحديد وتحليل الموارد والامكانيات الاقتصادية والادارية المتاحة امام إدارة الشركة (خلال مدة البحث) تلك التي تمكنها بعد توظيفها على تحقيق الاقتصاديات في إدارة قرارات انتاجها، وذلك في اطار تعاملها مع مفاهيم ومبادئ اقتصاد السوق. وتم اختيار منتج السخان (120 لتر) (للسباب التي تمت الإشارة إليها في خطة البحث) كعينة يمكن الاعتماد عليها كأساس لتحليل المؤشرات الكمية لحركة هذا المنتج للمدة من (2012-2021) والتي توفرت من البيانات التاريخية المتحصلة من ادارة الشركة واقسامها ذات العلاقة، بهدف إثبات الفرضية الرئيسية للبحث من عدمها.

• **ثانياً: تحليل المؤشرات الاقتصادية في قرارات الانتاج في ظل تطبيق سياسة العمل بإقتصاد السوق**

ابتداءً، لا بد من تحديد قدرة الشركة في توظيف مالديها من إمكانيات تساعدها في الوصول الى التحقق من وجود المؤشرات الاقتصادية في قراراتها الانتاجية، ومن تلك القرارات وأهمها، قرارات التخطيط للطاقات الانتاجية التي يتضمنها الجدول (1) الآتي، وهو جدول الطاقات الانتاجية، لما لهذه الطاقات من أثر بالغ في توجيه القرارات، وفي مقدمتها القرارات المتعلقة بكيفية تحديد المسلك التكنولوجي (الترتيب الداخلي للمصنع)، وتنوع المنتجات وتعددتها. وكذلك تساعد عملية تحديد الطاقات الانتاجية، إدارة الانتاج من التخطيط للإحتياجات من المواد الأولية والمكانن والمعدات والاموال اللازمة لكل عملية انتاجية، والتحديد في الكم والنوع لمستويات العمالة (الماهرة وغير الماهرة) وتوزيعهم على مواقع العمل والانتاج، وكلما كانت قرارات الطاقة سليمة ومتخذة في وقتها ومكانها المناسبين (إستناداً الى الطلب الفعلي للسوق)، كلما أدى ذلك الى خفض ملحوظ في الكلف وارتفاع في نسبة الارباح، كمؤشرات إقتصادية تفرضها حالة التعامل والتكيف الصحيح للبيئة المحيطة وإستجابة لظروف وحالات إقتصاد السوق ومتغيراته الاقتصادية والاجتماعية وحتى السياسية.

1. مؤشرات الطاقات الانتاجية

جدول (1): مؤشرات الطاقات الانتاجية للسخان الكهربائي (120) لترا.

السنة :	الطاقة التصميمية (وحدة)	الطاقة المتاحة (وحدة)	المخطط السنوي (وحدة)	الانتاج الفعلي السنوي (وحدة)	نسب استغلال الطاقات %			تحققات السنة السابقة	نسبة النمو %
					التصميمية	المتاحة	المخططة		
2012	1050	725	255	567	54	78	222	483	17
2013	1050	725	150	752	72	103	501	567	33
2014	1050	725	100	463	45	64	46	752	38-
2015	875	438	945	107	12	24	11	463	-77
2016	1250	600	600	صفر	صفر	صفر	صفر	107	-100
2017	875	438	300	30	3	7	10	صفر	30
2018	875	438	300	صفر	صفر	صفر	صفر	30	-100
2019	875	438	600	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر
2020	1250	600	600	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر
2021	936	450	450	58	6	13	13	صفر	58

المصدر : قسم التخطيط والمتابعة - شعبة التوثيق والمعلوماتية .

أن عملية تحديد حجم الطاقات وتحريكها تتم ، تلبية لما يحتاجه المستهلكون من حجم معين من مختلف انواع السلع والخدمات وبالجودة المطلوبة وفي مدة زمنية معينة، وبالتالي فإن إختيار قرارات الانتاج التي تلبي وتؤمن توفير تلك الاحتياجات في الوقت المناسب وبأقل تكلفة ممكنة تعتمد بالاساس على التخطيط السليم للطاقات الانتاجية وخبرة ومهارة العامل.

ان قراءة وتحليل بيانات الطاقة التي يتضمنها الجدول (1) يمكن الإشارة اليها كالآتي:

أ. مؤشر الطاقة التصميمية: يلاحظ عن هذه المؤشرات عدم الاستقرار والتذبذب الواضح في تحديد اعلى كمية مخرجات من منتج السخان الكهربائي (120) لترا، يمكن ان تصل اليها الشركة خلال سنوات البحث من (2012-2021)، فبعد ان سجلت الشركة في سنة 2013 أعلى نسبة استغلال للطاقات التصميمية (72%) مقابل انتاج متحقق (752) وحدة من هذا المنتج، تراجعت هذه النسبة وبشكل حاد ابتداءً من سنة 2014، حتى وصلت الى أدنى مستوى لها في سنة 2021 وهو (6%) مقابل انتاج متحقق (58) وحدة من المنتج نفسه ..

ب. مؤشر الطاقة المتاحة : نجد ومن متابعة حركة كميات الطاقات المتاحة نجد ان هناك ثباتا في الطاقة المتاحة للسنوات الثلاث الاولى 2012، 2013، 2014 لكنها اتجهت نحو الانخفاض في السنوات المتبقية من مدة البحث لتصل الى (450) وحدة انتاجية لسنة 2021. حيث سجلت اعلى نسبة استغلال في سنة 2013 لتصل الى (103%)، ثم بدأت بالتراجع السريع والحاد لتصل الى (الصفر) للسنوات 2016، 2018، 2019، 2020، لتسجل نسبة قليلة جدا تبلغ (13%) في سنة 2021 مقابل انتاج متحقق وهو (58) وحدة انتاجية من منتج السخان الكهربائي.

ت. مؤشر الطاقة المخططة: كذلك من ملاحظة مايمكن التخطيط له سنويا من الطاقات المخططة، والتي تحدد اعتمادا على كمية الطلب، نجد ان نسبة استغلال الطاقات المخططة بعد ان سجلت اعلى نسبة لها في 2012 (222%) مقابل انتاج فعلي (567) وحدة، انحدرت الى الصفر وكذلك للسنوات 2016، 2018، 2019، 2020، ومن ثم تعاود لتسجيل نسبة استغلال (13%) أيضا، مقابل انتاج متحقق (58) وحدة انتاجية من السخان الكهربائي (120) لترا، وذلك يرجع الى تساوي كمية الطاقة المخططة مع الطاقة المتاحة في المقدار (450) وحدة إنتاجية في سنة 2021 .

2. مؤشرات تكاليف الانتاج

من قائمة المواد الاولية والقياسية توفرت لدى الباحث البيانات الكفوية المتعلقة بإنتاج السخان الكهربائي (120) لترا، كالآتي :

جدول (2): التكلفة الاجمالية السنوية الثابتة لانتاج السخان الكهربائي للمدة من (2012-2021) .

90250.000	تكلفة المبيعات
11732.500	مصاريف تشغيلية
7138.775	مصاريف إدارية وتسويقية
18871.275	مجموع
109250.000	سعر الكلفة الاجمالية بدون ربح ³
140.000	سعر البيع (إيراد المبيعات) ⁴
30.750	صافي الربح

المصدر: 1. قسم الانتاج - خارطة المسلك التكنولوجي للسخان الكهربائي (120) لتر.

2. قسم الشؤون المالية - شعبة حسابات التكاليف .

3. مؤشرات الربحية

من أهم الاهداف الاساسية التي تسعى شركات الاعمال الى تحقيقها والتي تعكس مدى قدرتها في جعل قرارات انتاجها تلبي طلب اسواقها، هو إرضاء زبائن الشركة عن طريق تحقيق أكبر حجم مريح من مبيعات المنتجات التي يرغبون بشرائها (لأن تزايد الارباح من بيع المنتجات المرغوبة يشير الى رضا المستهلك)، وذلك لا يمكن الوصول اليه إلا عن طريق وضع اسعار بيع تغطي كلف انتاجها من جهة وتقع ضمن حدود قوتهم الشرائية من الجهة الاخرى وتبين قدرتها على تلبية إحتياجات زبائنهم من خلال المعرفة باسواقها ودراسة وتحليل الطلب وما يحصل فيها من متغيرات وبالتالي الحصول على ارباح صافية تديم استمرارية عملها في حياتها الاقتصادية ونموها في المستقبل. حيث يرتبط نمو الشركة وتقدمها بما يتحقق ليس من ارباح ثابتة وانما من ارباح سنوية متزايدة تساعد إدارة الشركة على تطوير وتنويع منتجاتها في الكم والنوع وبما يتلاءم واحتياجات الزبائن، وتنمية حالات الابداع عند العاملين وتدريبهم وتحفيزهم ومواكبة التطورات التكنولوجية ذات العلاقة بطبيعة انشطتها الصناعية .. وغيرها. والجدول الآتي، يوضح المؤشرات السنوية لمجموع الربح المتحقق من مبيعات الانتاج الفعلي للسخان الكهربائي والمؤشرات الاخرى ذات العلاقة .

جدول (3): مجمل الربح المتحقق من مبيعات (السخان الكهربائي) .

السنة :	الانتاج الفعلي (وحدة)	المبيعات (وحدة)	إيرادات المبيعات (الف دينار)	تكاليف المبيعات (الف دينار)	مجمل الربح (الف دينار)
1	2	3	4	5	4-3
2012	567	686	96040	61912	34128
2013	752	433	60620	39078	21542
2014	463	258	36120	23285	12835
2015	107	162	22680	14621	8059
2016	صفر	196	27440	17689	9751
2017	30	75	10500	6769	3731
2018	صفر	73	10220	6588	3632
2019	صفر	23	3220	2076	1144
2020	صفر	32	4480	2888	1592
2021	58	61	8540	5505	3035

المصدر: قسم التخطيط والمتابعة - شعبة التوثيق والمعلوماتية . وبالاعتماد على الجدول رقم (2) .

ولمعرفة إمكانية الشركة في الوصول الى الربح الصافي كهدف إقتصادي رئيسي واساسي تسعى إدارة الشركة الى تحقيقه لضمان ديمومة اعمالها الاقتصادية ونموها في المستقبل. والجدول التالي يتضمن الارباح الصافية السنوية من مبيعات منتج السخان الكهربائي.

جدول (4): الارباح الصافية المتحققة من مبيعات السخان الكهربائي (120) لتر.

السنة :	مجمل الربح (الف دينار)	نفقات التشغيل (الف دينار)	صافي الربح (الف دينار)
1	2	3	2-1
2012	34128	12946	21182
2013	21542	8171	13371
2014	12835	4869	7966
2015	8059	3057	5002
2016	9751	3699	6052

³ ان التكاليف الاجمالية لمنتج السخان الكهربائي (120) لترا ، ظلت ثابتة لم تتغير طول المدة الزمنية للبحث.

⁴ وكذلك سعر بيع السخان نفسه بقي ثابتا من دون تغير في اسواقها.

2316	1415	3731	2017
2254	1378	3632	2018
710	434	1144	2019
988	604	1592	2020
1884	1151	3035	2021

المصدر : من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدولين (2 و3) .

ومن معاينة الجدولين (4 و3) يتضح لنا، التذبذب وعدم إستقرار المؤشرات الكمية من إنتاج السخان الكهربائي (120) لتر. فبعد ان سجلت للسنوات 2012 و 2013 أعلى كمية إنتاج بلغت (567 و 752) وحدة على التوالي، بدأت هذه المؤشرات بالانخفاض وبطفرات حادة ابتداءً من سنة 2014 حتى وصلت الى التوقف التام عن الانتاج للسنوات 2016 و 2018 و 2019 و 2020، ومن الطبيعي ان يؤثر ذلك على كميات وقيم المبيعات والايادات والارباح. حيث نجد بدلا" من ذلك أرباح إجمالية سنوية متناقصة، اندحرت وبشكل متواصل من أعلى قيمة لها (21094) دينار في سنة 2012 الى (1876) دينار في سنة 2021، ولتؤثر أعلى نسبة انخفاض في الارباح الاجمالية مقدارها (-91%) مقارنة بالسنة الاولى 2012.

4. مؤشر الانتاج (المتراكم) :

وللإستدلال على إمكانية الشركة في تسويق مايمكن إنتاجه وحسب طلب السوق وفي المكان والزمان المناسبين، لا بد من معرفة كميات المدور السنوي من انتاج السخان الكهربائي، إضافة الى تحديد ما يترتب من تلك الكميات من كلف إنتاجية إجمالية غير مغطاة باسعار بيع وما ينتج عنها من ارباح وخسائر ما بعد عمليات البيع. هذا المؤشر يشير الى مدى إمكانية الشركة في تسويق مايمكن إنتاجه وبيعه من الانتاج الجاهز أو المعد للبيع من منتج السخان الكهربائي وحسب طلب السوق وفي الوقت والمكان المناسبين. وبالاعتماد على بيانات الجدول السابق (3) نعرض الجدول (5) الذي يتضمن حركة كميات الانتاج السنوي المتراكم من هذا المنتج .

جدول (5): كميات الانتاج السنوي (المتراكم) من السخان الكهربائي (120) لتر.

السنة	المتراكم من السنة السابقة (وحدة)	1	الانتاج الفعلي (وحدة)	2	الانتاج الجاهز (وحدة)	3	المبيعات (وحدة)	4	المتراكم للسنة اللاحقة (وحدة)	5
2012	119	567	686	686	686	686	686	686	0	
2013	0	752	752	752	752	433	433	319	319	
2014	319	463	463	782	782	258	258	524	524	
2015	524	107	107	631	631	162	162	469	469	
2016	469	0	0	469	469	196	196	273	273	
2017	273	30	30	303	303	75	75	228	228	
2018	228	0	0	228	228	73	73	155	155	
2019	155	0	0	155	155	23	23	132	132	
2020	132	0	0	132	132	32	32	100	100	
2021	100	58	58	158	158	61	61	97	97	

المصدر : قسم المخازن- مخزن المنتجات النمطية / كميات المتراكم من الانتاج السنوي.

جدول (6): معدل مدة التخزين للسنة الواحدة .

السنة	1	2	3
2012	ك. الانتاج السنوي 140×	ك. المبيعات السنوية ÷ 365 × 140	معدل مدة التخزين (بالأيام) 2÷1
2012	96040	280	343
2013	105280	280	376
2014	109480	280	391
2015	88340	280	316
2016	65660	140	47
2017	42420	140	303
2018	31920	140	228
2019	21700	56	388
2020	18480	42	440
2021	22120	56	395

المصدر: من عمل الباحث، بالاعتماد على بيانات الجدول (5) .

• ثالثاً: المؤشرات الإحصائية في قرارات الإنتاج في ظل العمل بسياسة إقتصاد السوق.

اختار الباحث معادلة الانحدار الخطي البسيط المقدره كمؤشر إحصائي يمكن استخدامها (في المجال الاقتصادي)، في تحليل وقياس أثر كميات المبيعات السنوية من منتج (السخان الكهربائي) على كميات إنتاجه السنوي . وهذه المعادلة الإحصائية يمكن ان تبين مدى إمكانية الشركة وقدرتها الإنتاجية والتسويقية في تأمين إحتياجات زبائننا واسواقها بشكل عام من هذا المنتج ومايتوقع عن ذلك من عوائد اجتماعية (رضى الجمهور الاستهلاكي) وإقتصادية، وانها بذلك قادرة على الاستجابة لمتغيرات اسواقها عن قرب، وان لديها المعرفة بحركة المنافسين لها في السوق، وبالتبدلات التي قد تحصل في اذواق ومواقف المستهلكين تجاه منتجاتها واسعارها وذلك كله بطبيعة الحال يؤثر على مبيعاتها التي بدورها يترتب على ادارة الشركة أو إدارة الإنتاج فيها ان تتخذ قرارات الاستجابة للتحولات في المبيعات فإما ان تزيد من انتاجها تبعاً لزيادة الطلب وبالتالي زيادة المبيعات أو فالعكس صحيح . وعليه، فإن عمل الباحث سوف يقتصر على تفسير علاقة الإنتاج بالمبيعات فقط، في حدود كيف تتعامل إدارة الإنتاج في الشركة مع طلب اسواقها (كمية المبيعات /كمتغير مستقل) من خلال اتخاذها لقرارات الإنتاج التي يفترض ان تؤمن (كميات الإنتاج/كمتغير تابع) استجابة لطلب ظروف واحوال إقتصاد السوق، وذلك للتعرف على درجة العلاقة الارتباطية وقوتها بين المتغيرين (الإنتاج والمبيعات)، ودرجة تأثير كمية المبيعات على كمية الإنتاج. والتي يمكن قياسها وكالاتي :

جدول (7): العلاقة بين كمية المبيعات (X) وكمية الإنتاج (y) بالوحدات (2012-2021).

X المبيعات	Y الإنتاج	X-X	Y-Y	(X-X) (Y-Y)	(X-X)2	(Y-Y)2
686	567	486.1	369.3	179516.73	236293.21	136382.49
433	752	233.1	554.3	129207.33	54335.61	30724.49
258	463	58.1	265.3	15413.93	3375.61	70384.09
162	107	-37.9	-90.7	3437.53	1436.41	8226.49
196	صفر	-3.9	197.7	771.03	15.21	39085.29
75	30	-124.9	167.7	20945.73	15600.01	28123.29
73	صفر	-126.9	197.7	25088.13	16103.61	39085.29
23	صفر	-176.9	197.7	34973.13	31293.61	39085.29
32	صفر	-167.9	197.7	33227.41	28190.41	39085.29
61	58	-138.9	139.7	19404.33	19293.21	19516.09
1999	1977	0	0	461985.28	405936.90	726222.10

المصدر: الجدول من عمل الباحث.
نموذج معادلة الانحدار الخطية المقدره:

$$Y = a + bx$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum y}{n} = \frac{1977}{10} = 197.7$$

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} = \frac{1999}{10} = 199.9$$

الميل الحدي للإنتاج:

$$b^{\wedge} = \frac{\sum (x-x)(y-y)}{\sum (x-x)^2} = \frac{461985.28}{405936.9} = \underline{1.1}$$

$$a^{\wedge} = \bar{y} - b^{\wedge} \bar{x}$$

$$= 197.7 - (1.1) (199.9)$$

$$= 197.7 - 219.89$$

$$= \underline{-22.19}$$

$$Y^{\wedge} = a^{\wedge} + b^{\wedge} X$$

معادلة الانحدار الخطي التقديرية:

$$Y^{\wedge} = -22.19 + 1.1(X)$$

معامل الارتباط :

$$R = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}} = \frac{179516.73}{\sqrt{461985.28 * 726222.1}} = \underline{\underline{0.309}}$$

نتائج البحث

من خلال العديد من المقابلات المباشرة التي اجريت مع القيادات الادارية والعاملين معهم في مواقع العمل والإنتاج من داخل الشركة، وخاصة تلك المواقع ذات الصلة المباشرة بموضوع البحث، وما تم تسجيله من مشاهدات ميدانية وكذلك ماتم تحصيله من وثائق ومستندات رسمية، وبالاعتماد على تحليل جداول البحث وما تضمنته من حقائق وارقام كمية ومالية وإحصائية وغيرها، جاءت نتيجة البحث لتؤكد الآتي:

القبول بصحة الفرضية الرئيسية: إذ ان إدارة الشركة (عينة البحث) لا توجد لديها (في الوقت الحاضر) القدرات والامكانيات الاقتصادية التي تؤهلها للتعامل بكفاءة مع مايتطلبه إقتصاد السوق من قواعد ومبادئ وسلوك إقتصادي ، وبالتالي انعكس ذلك على عدم تحقق الاقتصاديات في قرارات انتاجها من منتج السخان الكهربائي (120) لتر .

لذا، فإن الأساس في تقييم إمكانية الشركة في الاستخدام أو التخطيط الامثل للطاقات والموارد المتاحة يتمثل في ما تنتجه فعلياً، لأن الإنتاج المتحقق (الفعلي) يؤشراولاً- للعديد من مواطن القوة ومواطن الضعف على حد سواء وثانياً- يدل على مصداقية خطط الشركة أو مدى موضوعيتها في التخطيط للطاقات الانتاجية اللازمة لمواجهة الطلب المتوقع على منتج السخان الكهربائي (120) لترا ، وثالثاً- والأهم من ذلك ما يجب عليها ان توفره من الاقتصاديات في تكاليف تشغيل تلك الطاقات من المكنات والمعدات والعمالة المباشرة وفي إدارة الوقت والجهود والافكار التي تتطلبها كل عملية إنتاجية ... وصولاً الى أعلى مايمكن من المبيعات (وحسب طلب السوق) وماينبغي أن يتأتى منها من إيرادات تغطي كلفها لتحقيق زيادات في الارباح للحفاظ على ديمومة بقائها في الأسواق ومواجهة المنافسين والتكيف مع البيئة المحيطة... وغيرها.

واستناداً لما تقدم، يمكن تناول نتائج التحليل للجداول، وبالاعتماد على القانون والمنطق الاقتصادي والنظرية الاحصائية، فإن الاستنتاجات والتوصيات التي توصل اليها الباحث، هي كالاتي :

• أولاً: الاستنتاجات

1. ان إدارة الشركة ومن خلال إدارتها الانتاجية والتسويقية لا تتعامل مع اسواقها الحالية بقواعد ومبادئ التعامل مع مفهوم إقتصاد السوق، وانما لازالت تنظر الى أسواقها، كأسواق تقليدية وثابتة لا تتغيرقواها ولاعناصرها مثل العرض والطلب والاسعار والمنافسين، لأن أسواقها معروفة ومحددة لديها مسبقاً، وهي بالتالي تعتمد في تنظيم انتاجها على التخطيط من داخل الشركة (وليس من الدولة هذه المرة) بدلا من تطبيق سياسة إقتصاد السوق. ومعنى ذلك ان الشركة لاتعتمد في تنظيم وتسويق انتاجها على تطبيق سياسة إقتصاد السوق ولاسياسة التخطيط المركزي بسبب وجود الكثير من العوائق الاقتصادية التي تمنع محاولتها من تطبيق سياسة إقتصاد السوق.
2. لم يكن في تفكير متخذي قرارات التخطيط للطاقات الانتاجية التي يتضمنها الجدول (1)، إهتمامات تذكر أو دراية بوجود إقتصاد سوق بالمعنى الحقيقي له (ولطول سنوات البحث) على الرغم من ان هذا السوق يمتلك من التأثير على التوجيه الصحيح لخطوات إتخاذ القرارات الانتاجية المتعلقة بإختيار الافضل من مستويات الطاقات المتاحة اللازمة لإنتاج الكميات الكافية من منتج السخان الكهربائي (120) لترا، لمواجهة الطلب الواقع عليه في مدة زمنية معينة . حيث لاتشير قرارات الإنتاج الخاصة بتحديد مستوى الطاقات الانتاجية، ان الهدف من إتخاذها هو لوجود طلبات فعلية على منتج السخان الكهربائي (120) لترا قد وصلت الى إدارة التسويق، وبالتالي اصبح لزاماً على إدارة الإنتاج القيام بتشغيل طاقاتها الانتاجية لمقابلة ذلك الطلب . وهذا يفسران السبب في التذبذب وعدم الاستقرار في مستويات الطاقة التي يعرضها الجدول (1) هو ليس لمقابلة الارتفاع أو الانخفاض في كميات الطلب كمؤشر لتعامل الشركة مع حالات إقتصاد سوق، وانما كون هذه القرارات اعتادت ان تنفذ عن طريق إجراءات إدارية روتينية هي جزء من مهام إدارة الإنتاج المتعلقة بتحديد مستوى معين من الطاقات الانتاجية وليس لها علاقة بإقتصاد السوق.
3. يتم تشغيل الطاقات الانتاجية بهدف انتاج كم معين من منتج السخان الكهربائي ليس بهدف البيع لعدم وجود طلب فعلي عليه أثناء إنتاجه كما تمت الإشارة آنفاً، وانما في الغالب من أجل جعل هذا المنتج انتاجاً جاهزاً "يجري تخزينه ومن ثم تحريكه للبيع عند الطلب، والجدول (5) الذي يتضمن الإنتاج المدور ، يوضح ان الشركة لاتنتج حسب طلب السوق أو تتعامل مع مؤشرات سوق في مجال العرض والطلب وانما تستخدم سياسة(انتاج مايمكن تسويقه) والاصح مايمكن بيعه.
4. ان الإنتاج هنا يسبق طلب السوق بهدف زيادة الإنتاج المتراكم من السخان الكهربائي ومن ثم بيعه عند الطلب كإنتاج جاهز، حيث نلاحظ وبالعودة الى الجدول (5) الارقام الكبيرة من الإنتاج المدور والجاهز لكافة سنوات البحث بإستثناء 2013 وهذا يعني ان قرارات التخطيط لتحديد الطاقات الانتاجية لاتتخذ بموجب مؤشرات إقتصاد السوق وبواعثه، وبالتالي فإن قرارات الاختيار لمستوى معين من الطاقات الانتاجية وتشغيلها من دون وجود طلب فعلي على منتج السخان الكهربائي (120) لترا، يبرر تشغيلها، تفقد قرارات الإنتاج فرصة خفض كلف تنفيذها والحصول على ارباح سريعة من بيعه عند الطلب.

5. ان تخزين ما يتم انتاجه ومن ثم بيعه بعد حين⁵ يؤدي الى تراكم الخزين ولفترات زمنية طويلة وهذا ما بينته لنا الجدول (6) بدلاً من استلامه مباشرة عند إنتاجه من قبل زبائن الشركة وما يترتب عليه من زيادة في تكلفة إنتاج السخان الكهربائي تكلفة إضافية تتمثل في كلف الخزن والنقل والتقاعد، إضافة الى ان الارباح المتحصلة من بيع المنتج بعد حين وبسبب طول فترة الخزن تفقد قيمتها الزمنية وهذا يؤثر على عدم إمكانية الشركة تحقق الاقتصاديات في قرارات انتاجها، مثلاً، في مجال الاستخدام الامثل لطاقت المكنان والموارد الانتاجية المتاحة وكذلك الوقت وكيفية استثماره، وعدم إمكانيةها في خفض تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة من السخان الكهربائي (120) لترا، وفي تحقق ارباح متزايدة والابقاء على سعر ثابت له من دون تغير لطول مدة البحث.
6. أن التكلفة الانتاجية للسخان الواحد وللمدة من 2012 ولغاية 2021 ظلت ثابتة ولعقد زمني كامل وبتكلفة إجمالية (109250) ألف دينار ولم تتمكن الشركة من خفضها أو العمل على الاتيان بأفكار جديدة أوأبداعية لإيجاد طريقة انتاجية جديدة تمكنها من خفض التكلفة وبالتالي تعطيها مرونة في خفض سعر البيع للسخان نفسه والذي بقي ثابتاً كذلك لطول الفترة الزمنية نفسها وبسعر مرتفع جداً (140) الف دينار، مقارنة بأسعار السلع الاستيرادية وحتى المنتجات المحلية المثيلة له والمعروضة في اسواق الشركة.
7. وبالعودة الى الجدول (2) وتحليل خارطة المسلك التكنولوجي للسخان الكهربائي (120) لترا، التي تضمنت الوقت لاجراء كل عملية جزئية من عمليات إنتاج السخان وعدد العاملين لكل عملية جزئية، وجد الباحث ان الوقت اللازم لإنتاج السخان الواحد يستغرق (222) دقيقة، اي بمعدل (4) ساعات عمل يومي تقريباً" من اصل (6) ساعات، وفي احسن الظروف يمكن انتاج (2) في اليوم الواحد وهذا نادرا ما يحصل، اذ يقتصر انتاج السخان الواحد على وجبة عمل واحدة فقط في اليوم الواحد (خلال الدوام الرسمي فقط) حيث لا توجد وجبات عمل إضافية بعد انتهاء الدوام الرسمي للشركة. وتتطلب عملية انتاج السخان الواحد (41) عاملاً، ومعظمهم يخضع لدوام جزئي ويساهمون في الانتاج حسب متطلبات العمل الداخلي في الشركة وليس لطلب من اسواقها وانما هو من أجل الانتاج لذاته ومن ثم تخزينه على أمل بيعه في المستقبل في اسواق معروفة وتقليدية، مثل اسواق مؤسسات الدولة ودوائرها وعندما يتراكم انتاجها تضطر الى بيعه الى الموظفين والعاملين لديها وبشروط سهلة ومرنة.
8. من تفسير مؤشرات كميات الانتاج السنوية التي يستعرضها الجدول (3) نتلمس أثر السعر المرتفع للسخان الكهربائي في الانخفاضات السنوية الحادة في كميات انتاجه ومبيعاته وكذلك قيم الهوامش الربحية المتحققة من بيعه، فبعد ان سجل اكبر إنتاج ممكن (567) وحدة في سنة 2012 مقابل كمية مبيعات (686) وحدة وبهامش ربحي قيمته (34128) ديناراً، انخفضت كمية انتاجه لتصل الى (الصفير) في سنة 2019 مقابل كمية مبيعات (23) وحدة من الانتاج المدور للسنة السابقة وبهامش ربحي قيمته (1144) ديناراً، ثم ان الشركة لم تحقق اي انتاج يذكر من منتج السخان الكهربائي للسنوات 16، 18، 20، 19، الا ان مبيعاتها كانت من المدور من الانتاج الجاهز لسنوات سابقة ولم تتمكن من معاودة انتاجها الا في سنة 2021 وبكمية قليلة جداً" مقارنة بالسنوات الثلاث الاولى من مدة البحث.
9. من ذلك، يجد الباحث ان الشركة بسبب عدم تمكنها من ضغط كلف انتاج السخان الكهربائي (120) لترا وما تعرضت له من تداعيات الازمات الاقتصادية التي تعرضت لها ما بعد أحداث 2003 ولا زالت، وبسبب قدم مكائن انتاجه وما يتولد عنها من كلف اندثار وكلف الصيانة الدورية اللازمة لاستمرارية تشغيلها إضافة الى رواتب العاملين وغيرها ، هذه كلها تمثل نفقات تشغيلية والمبينة في الجدول (4) والذي يعرض صافي الارباح المتحققة من طرح النفقات التشغيلية من مجمل الربح، ولهذا ابقت الشركة على بيع منتجها من السخانات الكهربائية بهذا السعر المرتفع الذي يتعارض ومبادئ التعامل مع إقتصاد السوق في تحديد مستويات سعرية تناسب دخول اكبر عدد ممكن من زبائن الشركة ومواجهة المنافسين، ولهذا نجد انه على الرغم من عدم تحقق إنتاج فعلي للسنوات الاربع التي تمت الاشارة اليها انفا الا ان الشركة حققت بهذا السعر المرتفع أرباحاً صافية وصلت الى أعلى مستوى لها في سنة 2012 حيث سجل صافي الربح المتحقق قيمة مقدارها (21182) الف دينار ليصل الى ادنى مستوى له (710) الف دينار ليعود يرتفع من جديد الى (988) الف دينارو (1884) الف دينار للسنتين 20 و 21 على التوالي، لثبات سعر البيع المرتفع (140) الف دينارولبقاء نفس الاسباب أو الازمات التي تشهدها الشركة حالياً.
10. وللتأكيد على صحة فرضية البحث المشتقة من فرضيته الرئيسية، في ان الشركة تفتقر الى خطة تسويقية توجه وتنظم وتنسق قرارات انتاجها لمنتج السخان الكهربائي (120) لترا مع قراراتها التسويقية لتحقيق أهدافها الاقتصادية في كلف متدنية وارباح متزايدة وعوائد إجتماعية مرضية، وذلك من خلال العمل بسياسة إقتصاد السوق. لذا، تم إختيار طريقة الانحدار الخطي البسيط للاستدلال على وجود علاقة طردية قوية من عدمها مابين المبيعات كعامل مؤثر ومستقل وبين الانتاج كعامل تابع، وعلى وجود قواعد ومبادئ إقتصادية ينبغي ان تلتزم بها الشركة إن كانت تتخذ قراراتها الانتاجية والتسويقية في ظل العمل بإقتصاد السوق.
- معادلة الانحدار الخطي البسيط :

$$Y^A = -22.1 + 1.1(X)$$

⁵ مقابلة مع السيد مدير التسويق بتاريخ 2021/10/22 ، حول ما يمكن انتاجه ليس لغرض البيع وانما لتخزينه (كإنتاج جاهز) يستخرج من المخازن (بعد حين) عند حصول الطلب عليه من الجهات المستفيدة (مؤسسات الدولة ودوائرها الرسمية). وليس من مستهلكها أو زبائنها أو عملائها، اي لاتتعامل مع الافراد العاديين في اسواقها والذين يعدون بالملايين.

ماذا تعني معادلة الانحدار الخطي التقديرية، المستخرجة من الجدول (7): بأنه عند زيادة كمية المبيعات وحدة واحدة من منتج السخان الكهربائي (120) لترا فإن الانتاج يزيد بمقدار (1.1) من الوحدة الواحدة أي ان هناك علاقة طردية ولكنها ضعيفة جدا بين كمية المبيعات وكمية الانتاج في السنوات 14 و 15 و 17 و 21 وتتعدم في السنوات 16 و 18 و 19 و 20 حيث يصل الانتاج فيها الى الصفر في سنة 2013 . واذا كانت المبيعات تساوي صفرا، فإن الانتاج التلقائي يصبح (-22.1) للتعبير عن وجود علاقة عكسية قوية بينهما لسنوات التقويم كافة.

ولبيان درجة العلاقة بين المبيعات والانتاج ومدى قوتها، فإن قيمة معامل الارتباط (0.3) توضح بأن هناك ارتباطا طرديا ضعيفا جداً بين المبيعات والانتاج. والتفسير العام للمعادلة يشير الى عدم وجود حالة من الثبات والاستقرار في العلاقة بين كمية المبيعات وكمية الانتاج .

• ثانياً: التوصيات

1. محاولة الادارة العليا للشركة تطبيق سياسة العمل بإقتصاد السوق في تنظيم وعرض إنتاجها في أسواقها المحلية يتطلب الآتي :
1. إيجاد قيادات إدارية متخصصة في مجال عملها، تمتلك من الفهم والدراية بأهمية وتأثير دور إقتصاد السوق في الاختيار الافضل لقراراتها الادارية ولمختلف اقسام الشركة وفي مقدمتها اقسام الانتاج والتسويق والموارد البشرية والمالية.
2. منح إدارة الانتاج وبقية الادارات القيادية، الحرية الكافية في إختيار الافضل من بدائل القرارات المتاحة امامها من دون ضغط إداري من قبل الادارة العليا أو جهات أخرى مثل الدولة، أو من قبل اصحاب عقود المشاركة (المستثمرين) في الشركة.
3. استناداً الى الفقرة (1)، ضرورة إعادة النظر في مسألة إشغال عدد من المناصب القيادية المهمة لمن لا يؤهله إختصاصه أو يتقاطع مع وظيفة هذا المنصب، وخاصة في أقسام التسويق والمالية والتجارية .
4. مشكلة التدريب، حيث تمت ملاحظة عدم الاهتمام بالتدريب من جانب معظم رؤساء الاقسام، وكذلك عدم متابعة الادارة العليا لمعالجتها بشكل جدي. لذا، وفي موضوعة فهم ومتابعة اسواق الشركة، يتوجب على إدارة التسويق زيادة مهارات العاملين لديها من خلال ادخالهم دورات تدريبية للتعرف على قواعد التعامل مع إقتصاد السوق ودوره ومدى تأثير مكوناته الاقتصادية في توجيه قرارات الانتاج والتسويق على حد سواء، ومنهم خاصة، العاملين في شعب دراسات السوق والترويج والمبيعات لأنهم اقرب الى الاسواق من غيرهم.⁶
5. من الضروري شراء خط جديد لمنتج السخان الكهربائي بدلا من الخط الحالي المتهاك، وإعادة تركيبه وتجميع العاملين عليه في موقع جديد بدلا" من تواجدهم في أكثر من مكان داخل الشركة .
6. من الواجبات الاساسية التي يجب ان تضطلع بها الادارة العليا في الشركة، إستحداث وحدة متخصصة تعنى بالاساس، بدراسة وتحليل قوى السوق وما يستجد فيها من متغيرات إقتصادية واجتماعية ومتابعة تحركات المنافسين ومن ثم، إختيار الافضل من بدائل قرارات الانتاج تلك التي تستجيب لما يتطلبه إقتصاد السوق وتحقق الاقتصاديات من وراء إختيارها، وبذلك تتمكن الشركة من العمل على تحقيق التوازن بين متطلبات تنفيذ قرارات الانتاج ومتطلبات إقتصاد السوق.

المصادر:

- أولاً: الكتب العربية
- [1] التكريتي، هيفاء عبد الرحمن ياسين، آليات العولمة الاقتصادية، دار الحامد للنشر والتوزيع – عمان – الاردن (2009) .
- [2] سامويلسون، بول A ونورهاوس، William D، علم الاقتصاد، مكتبة لبنان – الطبعة الاولى (2006) .
- [3] الخفاجي، احمد جاسم محمد، تحول العراق نحو إقتصاد السوق ، الطبعة الاولى – بغداد (2020) .
- [4] كنعان، طاهر حمدي ورحاحلة، حازم تيسير، الدولة وإقتصاد السوق، المركز العربي للابحاث ودراسة السياسات – الطبعة الاولى – بيروت (2016) .
- [5] الظاهر، نعيم إبراهيم ، مبادئ الادارة الاقتصادية، عالم الكتب الحيث للنشر والتوزيع – عمان – إربد – الطبعة الاولى (2009) .
- [6] السيفو، وليد إسماعيل وبلعربي، عبد الحفيظ قدور والرهمي، سعد خضير عباس، الاقتصاد الاداري، الاهلية للنشر والتوزيع – الاردن – عمان – الطبعة الاولى (2007) .
- [7] القيسي، ظاهر عباس سلمان، إقتصاديات المنشأة الصناعية، دار الدكتور للعلوم الادارية والاقتصادية- الطبعة الاولى – بغداد (2021) .
- [8] البرواري، نزار عبد المجيد والبرزنجي، احمد محمد فهمي، استراتيجية التسويق، دار وائل للنشر والتوزيع – الطبعة الاولى – عمان – (2004) .

⁶ مقابلة مباشرة مع السيدة مسؤولة شعبة التدريب والتطوير في الشركة.

- **ثانياً: الكتب المترجمة**
 - [9] باودن، توم باتلر، (50) كتاباً "كلاسيكيا" في الاقتصاد/ خلاصة أعظم الكتب، ترجمة مكتبة جرير- الطبعة العربية الاولى (2020) .
 - [10] 10 – سكويسين، مارك، الثلاثة الكبار في علم الاقتصاد، ترجمة مهدي عبد الهادي – المركز القومي للترجمة- القاهرة – الطبعة الاولى (2018) .
 - [11] رول، أريك ، تاريخ للفكر الاقتصادي، ترجمة راشد البراوي- دار الكتب للطباعة والنشر- القاهرة (1968) .
 - [12] كاسيدي، جون ، كيف تفشل الاسواق ، ترجمة سمير كريم – الطبعة الاولى – القاهرة (2013) .
 - [13] سويل، توماس، الاقتصاد التطبيقي، ترجمة رشا سعد زكي – كلمات عربية للترجمة والنشر – الطبعة الاولى – القاهرة – (2010).
- **ثالثاً: الدوريات**
 - [14] المنصور، أشرف حسن، "موقف الليبرالية الجديدة من مفهوم العدالة الاجتماعية- فريدريك هايك نموذجاً"، مجلة الحوار المتمدن، العدد، 2793 ، (2009).
 - [15] خليل، عبد القادر، "الحوكمة وثنائية التحول الى اقتصاد السوق وتفشي الفساد"، مجلة بحوث إقتصادية عربية، العدد (46)، (2009) .
 - [16] واتس، مايكل، ماهو إقتصاد السوق، ترجمة مفيد الديك - الناشر – مجلة وزارة الخارجية الامريكية – الطبعة الاولى (2004) .
 - [17] النجفي، سالم توفيق، "إشتراكية السوق"، مجلة دراسات إقتصادية – بيت الحكمة – العدد (14)، (2002) .
 - [18] القيسي، ظاهر، "دراسة في واقع إقتصاديات قرارات الانتاج والتسويق في عينة من شركات القطاع الصناعي العام"، مجلة كلية الادارة والاقتصاد – الجامعة المستنصرية – (2011) .
 - [19] الطويل، أكرم احمد والدباغ، محمد منيب، "أثر بعض قرارات الانتاج والعمليات في انتاجية العمل"، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية – العدد 3 (2005) .
 - [20] شبيحة، مصطفى رشدي، "ضمانات التشغيل في إقتصاد السوق (1)", مجلة البحوث القانونية والاقتصادية – جامعة المنصورة – العدد 21 (1997) .
- **رابعاً: الكتب الاجنبية**
 - [21] McGuigan, James R & else, Managerial Economics, West publishing company, (1996)
 - [22] Keat, Paul G & Young Philip ky, Managerial Economics, Pearson Education International (2006).
 - [23] Tomas, Christopher R . & Maurice, S. Charles , Managerial Economics. McGraw – Hill (2011).
 - [24] Hornby, win, Gammie, Bob, & Wall, Stuart, Business Economics, longman Limited (1997).
 - [25] Cauver, R, & Else, Managerial Economics , S.chand & company LTD, (2010) .



AL- Rafidain
University College

PISSN: (1681-6870); EISSN: (2790-2293)

**Journal of AL-Rafidain
University College for Sciences**

Available online at: <https://www.jruc.s.iq>

JRUCS

Journal of AL-Rafidain
University College for
Sciences

The Extent to Which Economies Can Be Achieved in Production Decisions, Within the Framework of the Market Economy Policy - A Case Study in the General Company for Electrical and Electronic Industries for the Period from (2012 - 2021)

Assist. Prof. Dr. Dhahir Al-Qaisi

dhahiralqaisi54@gmail.com

Department of Accounting and Banking Sciences, Al-Farabi University College, Baghdad, Iraq

Article Information

Article History:

Received: August, 30, 2022
Accepted: October, 5, 2022
Available Online: August,
31, 2023

Keywords:

Market Economy -
Economics Of Production
Decisions - Costs - Profits

Correspondence:

Assist. Prof. Dr. Dhahir Al-
Qaisi
dhahiralqaisi54@gmail.com

Abstract

The research aims to evaluate the possibility of transforming the General Company for Electrical and Electronic Industries from central planning to the market planning for what the market needs, which requires to identify the economic, administrative and technical capabilities of the company, and employ them to achieve economies in its production decisions, which is represented in reducing costs in exchange for an increase in profits, by coordinating and integrating these decisions with marketing decisions in response to the rules and principles of the market economy and the changes in the movement and trends of its economic and social elements. The research results of the evaluation process for the main production decisions of the company are:

- 1. The company was not able to achieve economies of scale in its production decisions of the electric heater product (120) liters, in terms of reducing its production costs and achieving increased profits. Rather, it kept setting a fixed and high selling price for it in its local markets throughout the calendar period (2012-2021), which contradicts with the requirements or methodology of dealing with the market economy.*
- 2. The company lacks a marketing and sales plan that takes into account the requirements of the market economy policy in directing its production decisions of the electric heater (120) liters, which led to its accumulation in its stores for many years, as shown by the results of the analysis of the tables of quantities from the accumulated annual production.*

Accordingly, the researcher raised a number of recommendations in this regard, the most important of which were:

- 1. Finding specialized administrative leaders in their workplaces, possessing experience, knowledge and understanding of the conditions of the market economy, and aware of its importance and its influential role in guiding production and marketing decisions, as well as other decisions such as finance and human resources .. and others.*

-
2. *It is very necessary to create an economic/technical unit specialized in studying and analyzing indicators of market economic forces and working continuously to follow up the competitors' movements and analyze the reactions of the company's customers, and then choose the best productive decisions that respond to the needs of the market and the consumer (the company's customers and clients), with the aim of working to achieve a balance between the requirements for implementing production decisions and the requirements of dealing with the market economy rules.*
-

[doi: https://doi.org/10.55562/jrucs.v53i1.563](https://doi.org/10.55562/jrucs.v53i1.563)
