

الإنفاق الإستهلاكي للمرأة وإنعكاساته على المستوى العام للأسعار في العراق (دراسة استطلاعية)
أ. م. د. خليل إسماعيل إبراهيم

الملخص:

ربما يتصور البعض أن مستويات الأسعار هي من إهتمامات رجال الأعمال والباحثين في المجال الإقتصادي وأن المرأة بعيدة عن ذلك ، لكن الواقع يكشف أن المرأة لها علاقة في مستويات الأسعار ، ذلك لأنها مديرة شؤون الأسرة وأن تغيرات الأسعار تهم المرأة ، فإن مالت مستويات الأسعار نحو الإنخفاض كان سبباً في راحتها وإن حدث العكس جلب لها المتاعب، كما أن تصرفات النساء لاسيما ميسورات الحال ضعيفات الشعور بالمسؤولية تجاة التصرف بالموارد المتاحة لهن يسهم في رفع مستويات الأسعار من خلال اندفاع مثل هؤلاء النسوة للشراء من غير تخطيط وحساب للحاجات الممكن إشباعها وتلك التي يتم تأجيلها إلى وقت آخر أو إلغائها من قائمة المشتريات

ABSTRACT:

Perhaps some imagine price levels is businessmen and researchers in economic field care's and women is far away from this field, reality she arranged family concern, and changes price is one of women interest so when price levels tend to decline this will be reason for women to fell peace of mind, and if the opposite happening this will bring troubles to her, plus women behavior particular rich women with insensitive for irresponsibility and their endeavor to behave with available resources they have contribute in raising the price levels through pushing these women to purchase without planning and consideration for resources and needs which can be satisfy and those to be delay for another time or cancel from purchases list.

المقدمة

بين المرأة ومستويات الأسعار هناك أكثر من علاقة ذلك أن مستويات الأسعار تؤثر وتتأثر بتصرفات المرأة بالدخل المتاح لها، إذ أن ارتفاع مستويات الأسعار في العراق تسببت وما زالت تسبب معاناة للمرأة، فارتفاع الأسعار خلال موجات الغلاء كثيرة إذ أنها خلال المدة (2005 – 2011) لم تقل عن (2,7%) كما في سنة 2008 في حين ازدياد معدل التضخم إلى (53,2%) خلال عام 2006 (إبراهيم ، 2012 : 7)، وهذا ينعكس سلباً على المرأة فهي مديرة المنزل وهي التي يراود منها تدبير شؤون العائلة، إذ أن كثيراً من أفراد العائلة معتمدين اعتماداً يكاد يكون كلياً على ربة البيت فهي التي تدير شؤون المنزل من شراء الطعام وإعداده ، وإذا ما كانت ميزانية العائلة محدودة وحصل وإن ارتفعت مستويات الأسعار وهي حالات ليست بالقليلة فأن معاناة المرأة تكون كبيرة، إلا أن مستويات الأسعار من جهة أخرى تتأثر بتصرفات النساء اللواتي يندفعن نحو الشراء بصورة تكاد تصل إلى حد الإسراف بل أن بعض المشتريات تعد حالة مرضية لا تنطلق من حاجة حقيقية وإنما من اعتبارات أخرى كما سيتم تفصيله لاحقاً، ولا شك في ان الطلب الاستهلاكي يأتي من الرجال والنساء على حد سواء، بيد أن المرأة تسهم بنسبة اكبر من إجمالي الطلب الاستهلاكي وذلك لعدة عوامل أهمها:

1. طبيعة أكثر النساء التي تميل إلى الشراء لاسيما في المرحلة الراهنة إذ تزداد السلع وتتجدد بين مدة وأخرى.
2. زيادة اعداد النساء العاملات في الوظائف الإدارية إذ إزداد عدد النساء العاملات في دوائر الدولة والقطاع المختلط بمعدل (30,3%) خلال المدة (1989-2001) إذ كان عدد النساء العاملات في 1999/12/31 (280356) (المجموعه 1990) وارتفع إلى (356335) عام 2001 (المجموعه 2008-2009) ، وما يترتب على ذلك من قلة

الإنتاج من جهة وزيادة الطلب بسبب ارتفاع القدرة الشرائية ولاسيما بعد أن وضعت تشريعات من شأنها تحديد نسبة (25%) من مقاعد مجلس النواب للنساء وإعطاء رواتب او مكافآت عالية لهؤلاء النسوة.

3. تناقص أعداد النساء في الريف وزيادتها في المدينة وانعكاس ذلك على كل من العرض والطلب، إذ أن المرأة الريفية تسهم مساهمة كبيرة في الإنتاج ومن ثم العرض في حين أن استهلاكها (طلبها) قليل مقارنة باستهلاك المرأة التي تعيش في المدينة.

4. تناقص أعداد النساء المنتجات في المدينة عما كان عليه الحال قبل سنين ، فقد كانت النساء تسهم في الإنتاج عبر مهن عدة كالحياكة، الخياطة، وصناعة الخبز وغير ذلك.

مشكلة البحث

ميل غالبية النساء نحو زيادة المشتريات مما ينعكس سلباً على مستويات الأسعار.

فرضية البحث

إن زيادة الإنفاق الإستهلاكي للمرأة ساهم في زيادة إرتفاع المستوى للإسعار .

هدف البحث

تتبع العلاقة بين التغيرات في أعداد النساء في الريف والمدينة ، وكذلك أعداد النساء في الوظائف الإدارية وتأثير ذلك على مستويات الأسعار.

منهجية البحث

أعتمد البحث المنهج الإستنتاجي (Deductive Method) إذ تم الإستعانة بما هو متوفر من آراء عن توجهات المرأة في الشراء والدوافع التي تقف وراء تلك التوجهات وقد عزز هذا المنهج بإستبيان للتعرف على آراء عينات من النساء واستخدم البرنامج الإحصائي (spss) في إستنتاج وتحليل نتائج الإستبيان.

هيكلية البحث

لقد قسم البحث على المحاور الآتية:

الأول: دور المرأة في الأسرة.

الثاني: آثار بيئة المرأة في الإنتاج ومستويات الأسعار.

الثالث: الجانب الميداني (الاستطلاعي).

الاستنتاجات والتوصيات.

المحور الأول

دور المرأة في الأسرة

1. اختلاف طبيعة دور المرأة في الأسرة

كما يختلف دور الرجل في الأسرة هناك اختلاف في طبيعة دور المرأة في الأسرة ، وهذا الاختلاف قد يفسر من نواحي متعددة منها:

أ- اختلاف النشأة ومستوى الثقافة:

عندما تولد البنت وتجد نفسها في أحضان عائلة مستقرة تعنى بتربية أولادها بنات وبنين وتبصرهم بأمور الحياة المختلفة لاسيما الاقتصادية منها فان ذلك سوف ينعكس على تصرفات الأولاد تصرفاً سليماً بالموارد الاقتصادية المتاحة لهم، والبنت

غالباً ما تكون ملازمة لأمها وتراقبها في كيفية إدارة شؤون الأسرة، لذا فانه يتوقع أن تأخذ البنت من أمها المبادئ الأساسية في كيفية إدارة المنزل، وأن تصرفات الأم سلباً أو إيجاباً ستكون لها أصداء في نفس البنت وتصرفاتها عندما تنتقل إلى بيت زوجها إذ ستكون متأثرة بنشاطها الأولى لذلك نجد أن الأمهات ذوات اللحم يحرصن على أن يوصين بناتهن بوصايا عدة ، منها ما يتعلق بحسن التصرف بالموارد الاقتصادية المتاحة لهن وتجنب التبذير .

ب- اختلاف الظروف الاقتصادية:

الاختلاف سنة الحياة، لذا نجد أن الظروف الاقتصادية للعوائل متباينة، هناك عوائل فقيرة ، وأخرى متوسطة الحال، في حين تنعم الثالثة بوفرة الموارد الاقتصادية.

إن الظروف التي أحاطت بالعراق منذ مدة ليست بالقصيرة جعلت التركيبة الاقتصادية للعوائل تنقسم على قسمين رئيسيين هما:

- عوائل فقيرة
- عوائل غنية

لهذا نجد أن وضع المرأة أما يكون:

- بوضع فقر مدقع وان ارتفاع مستويات الأسعار له تأثير سلبي عليها، إذ يصعب عليها مواجهة الامور المعاشية للعائلة علماً أن نسبة الفقر في العراق لا تقل (23%) وفقاً لإحصاءات ميزانية العائلة عام 2007 (KR. G. 1:2009). وبصورة عامة هناك مايقارب (87%) من العوائل تعاني من صعوبات معاشية (خارطة الحرمان، 2006: 164).

- وضع غنى (أو ميسوري الحال) ونسبة هذه العوائل لا تزيد على (13%) (خارطة الحرمان، 2006: 164) وهذه النسب تعكس سوء توزيع للدخل القومي، ولاشك أن آثار ذلك على المرأة أكثر وطأة مما هو على الرجل وذلك:

- لأن الفرص المتاحة للمرأة في التعليم اقل مما هي متاحة للرجل

- كما أن فرص العمل بسبب الظروف الاجتماعية كذلك هي أقل أمام المرأة

لذا ففي هذه الحالة نجد أن النساء في الغالب الأعم يمكن تصنيفهن على شريحتين رئيسيتين:

آ- فأما أن تكون المرأة بوضع فقر مدقع مما جعلها متأثرة تأثيراً كبيراً بالظروف الاقتصادية السائدة ولاسيما تغيرات مستويات الأسعار وهي في تصاعد مستمر خلال السنوات الماضية ما عدا سنوات تعد استثناء عن الحالة العامة.

وبذلك فإن المرأة والحالة هذه نجدها في كفاح ومكابدة شديدة .

ولما كانت المرأة تمثل نصف المجتمع وان نسبة الحرمان تبلغ (87%) كما ذكر آنفاً فإن مأساة المرأة كبيرة إذا ما أخذنا في النظر :

- تزايد عدد الأرمال التي سببتها الحروب وأعمال العنف في سنوات ما بعد عام 2003 إذ هناك من يشير واستناداً إلى أرقام وزارة التخطيط والتي تعود إلى عام 2007 إلى أن عدد المطلقات والأرمال اقترب من مليون امرأة (الحوار المتمدن، 2011، العدد 3584).

- تزايد عدد المطلقات فقد أعلن مجلس القضاء الأعلى إحصائية عن أعداد الدعاوى التي دخلت المحاكم التي تخص الطلاق وتحديداً لعام 2006 والتي بلغت (145444) دعوى للطلاق وقد تم حسم (142000) قضية منها (الاتحاد، 2012: العدد 2977).

- كما أن الهجرة من الريف إلى المدينة حرمت أكثر النساء من فرص العمل التي كانت متاحة لهن ومن ثم الاستمتاع بثمار العمل وجعل كثير من النساء حبيسات المنزل.

ب - وأما آن تكون المرأة في حالة غنى كبير مما يجعلها في أحيان كثيرة لا تدرك الواقع الذي تعيشه لذا فهي تتصرف بغير وعي، فهي تنفق الكثير ربما على أشياء لا تحتاجها وهذا النوع من النساء وان كانت نسبتهم لا تزيد على (13%) (خارطة الحرمان، 2006: 164) إلا أنهن من ذوات الدخل العالية لذا فقد تبتاع عدد من المواد من غير حاجة حقيقية حتى بأسعار عالية مما يسهم في رفع مستويات الأسعار.

2. العوامل المؤثرة في الطلب الاستهلاكي:

يعتمد الطلب الاستهلاكي بصورة عامة على عوامل عدة أهمها:

(Roger & Lawrence, 1982: 17)

- الجنس: إذ أن المشتريات الاستهلاكية لحاجات الأطفال أكثر من الكبار وذلك للنمو المطرد لدى الأطفال، لذا تضطر الأسرة إلى شراء المزيد من المواد الاستهلاكية لاسيما الملابس للأطفال. كما يبدو أن المرأة بطبيعتها لاسيما النساء العاملات في دوائر الدولة تميل إلى تبديل ملابسهن كل يوم كما يحصل لدى اغلب النساء مما يقتضي شراء عدد مناسب من الملابس لكي يفي بالغرض.
- البيئة الجغرافية: إذ أن المناطق الباردة يحتاج فيها الفرد إلى المزيد من السلع الاستهلاكية سواء كانت ملابس أم مواد غذائية لأجل القدرة على مواجهة انخفاض درجات الحرارة في حين يكون الفرد في المناطق المعتدلة أقل حاجة للمواد الاستهلاكية.
- البيئة الاجتماعية: كلما ارتفع مستوى رقي المجتمع زادت حاجة الفرد إلى أنواع مختلفة من المواد الاستهلاكية سواء أكانت مواد معمرة أم للاستهلاك اليومي.
- العرف أو القانون: في بعض المجتمعات هناك أعراف وتقاليدها تحتم على الفرد الالتزام بأنواع من الملابس في حين في مجتمعات أخرى تكون الأعراف أو القوانين أقل تشدداً في مثل هذه الأمور مما يقلل الطلب الاستهلاكي.
- التعليم: عادة ما يكون لمستوى التعليم انعكاس على نوع المأكّل والملبس، إذ أن الشخص المتعلم لا يستطيع النزول عن مستوى معين في حين الشخص غير المتعلم في كثير من الأحيان لا يبالي بمثل هذه الأمور مما له انعكاس في طبيعة المعاناة التي يتحملها المتعلم .
- الثروة (أو الدخل): إذ مما لا شك فيه أن للثروة (أو الدخل) اثر واضح في كمية ونوعية الطلب الاستهلاكي، إذ أن أصحاب الثروات الكبيرة يكون استهلاكهم أكثر لأنواع غالباً ما تكون ممتازة في حين أن ذوي الدخل الواطنة يميل استهلاكهم إلى الانخفاض ، كما أن نوعية المواد المشتراة تميل إلى البساطة أو الرداءة.

إن العوامل التي تدفع المرأة نحو المزيد من المشتريات تبدو للمختصين في الطب النفسي تتمثل بما يأتي:

1. إن الأسواق الآن صارت مكاناً شاملاً لكل سبل الراحة التي تغري بالشراء، فهي تحتوي الآن على مطاعم وحدائق ومعارض وإضاءة ونافورات وسلالم لاسيما بالمعاقين وحضانة يومية للأطفال وعربات مغرية لجرهم.
2. بعض المحلات تدرس الوجوه المألوفة التي تشتري وتقوم بتدريب البائع على حفظ أسماء الزبائن حتى يتحدث معهم بأسمائهم فيشعر المشتري بخصوصية أكثر ، ويعود للشراء من جديد.

3. إن بعض المحلات الكبرى توفر للزبائن أماكن فاخرة للجلوس عند الشراء وهناك خدمة تقدم له من بائع أو بائعة ذات مظهر لائق ، فيشعر المشتري بأنه شخص محبوب ومحترم، فترتفع ثقة الفرد المتعب المحبط بنفسه ويعاود للشراء.
4. التنزيلات التي تعلن عنها المحلات التجارية ما هي إلا حيلة للمحلات ، لكي تقوم بتصريف المزيد من المبيعات.
5. الدعاية التي تعرف أن المرأة تصاب أكثر من الرجل بالكآبة لذلك دائماً تظهر الإعلانات الأفراد الذين يشتررون سعادة ممثلين بالحيوية وإن الآخرين يلتفتون لهم ، ولهذا تسعى المرأة لشراء البضاعة لأجل الأمل الكاذب.
6. انتشار المجالات التسويقية.
7. انتشار أسواق السوبر ماركت التي هي أخطر من الأسواق والتنزيلات والدعاية والتلفزيون ، لان كل ما في هذه الأسواق مغر و صار مغلفاً بطريقة تغري أي امرأة .

www.Dijlh.net

المحور الثاني

آثار بيئة المرأة العراقية في الإنتاج ومستويات الأسعار

يبدو أن هناك تغيرات في أعداد النساء بين القطاعات المختلفة وهذه التغيرات تنبع أساساً من تغير مستوى التحضر الذي حصل في العراق منذ مده غير قصيرة إذ يلاحظ تزايد أعداد السكان الحضر (سكان المدن) في حين هناك تراجع في أعداد سكان الأرياف وذلك يمكن ملاحظته من الجدول (1).

جدول (1) توزيع السكان حسب البيئة لسنوات مختلفة

السنة	الحضر Urban	الريف Rural	المجموع	نسبة الحضر %	نسبة الريف %
1987	11468969	4866230	16335199	70,2	29,8
1997	15069048	6977196	22046244	68,4	31,6
2004	18211827	89277558	27139585	67,1	32,9
2007	19752833	9929248	29682081	66,5	33,5
2008	21286981	10608656	31895637	66,7	33,3
2009	21389267	10715721	32104988	66,6	33,4

المصدر:

الجهاز المركزي للإحصاء - العراق - المجموعة الإحصائية السنوية 1990.

الجهاز المركزي للإحصاء - العراق - المجموعة الإحصائية السنوية 2004.

الجهاز المركزي للإحصاء - العراق - المجموعة الإحصائية السنوية 2008-2009.

وعند النظر إلى جدول (1) يلاحظ:

إن نسبة التحضر عام 1987 كانت قد بلغت (70,2%) من إجمالي عدد نفوس العراق ** ، وإذا ما إتفقتنا مع الإحصاءات التي تشير إلى زيادة نسبة التحضر في العراق وهي كذلك كما هو حال أكثر إن لم تكن كل التغيرات الديموغرافية في دول العالم فإنه لا شك سوف تكون لهذه التحولات انعكاسات عدة منها ما يتعلق بالإنتاج ومستويات الأسعار إذ إنه :

* نسبة التحضر والريف: من عمل الباحثين

بما أن نسبة النساء موازنة الى عدد نفوس العراق تصل إلى (49%) (الجهاز ، 2012: 5) تقريباً فأن زيادة التحضر وان كانت من الامور المرغوبة بحد ذاتها إذا كانت في سياقها الصحيح إلا أنها في واقع العراق كما يبدو للباحث لها انعكاسات سلبية على الإنتاج ومستويات الأسعار وذلك للأسباب الآتية:

1. إن المرأة في الريف تعد عنصراً إنتاجياً في اغلب الأحوال وذلك لكونها تمارس أعمالاً إنتاجية في مجال الإنتاج الزراعي بشقيه النباتي والحيواني، هذا فضلاً عن قيامها بإعمال إنتاجية أخرى مثل صنع الخبز الذي تعتمد في صنعه على ما يتوفر من مواد زراعية في توفير الطاقة اعتماداً على مدخلات محلية، وعند انتقال المرأة إلى المدن فأنها تترك هذه النشاطات الإنتاجية مما له اثر سلبي على الإنتاج والأسعار لاسيما إذا أخذنا بعين النظر أن العراق لازال غير قادر على توفير المعدات الإنتاجية التي تعوض عن نقص الأيدي العاملة ويتضح من الدراسات التي أجريت في هذا المجال أن زيادة نسبة السكان الحضر واكلها انخفاض في إنتاجية القطاع الزراعي، إذ أن الهجرة من الريف إلى المدن لم يواكبها استخدام المكننة الحديثة لتحل محل الأيدي العاملة المهاجرة (وزارة التخطيط، 1992: 34) كما أن هناك نشاطات لازالت تحتاج إلى العمل اليدوي مثل جني الثمار لبعض الخضار، فهذه الأنواع من النشاطات تحتاج إلى اليد العاملة، ومن المؤكد أن المرأة في الريف تقوم بجزء من هذه النشاطات، وعند انتقالها إلى المدن فأنها تضاف إلى أعداد المستهلكين بدلاً من كونها عاملاً إنتاجياً مما له تأثير سلبي على الإنتاج ومستويات الأسعار.
2. ان وجود المرأة في الريف يعد عاملاً إنتاجياً من ناحية أخرى فالمرأة تعد عنصراً مرغوباً به بحد ذاته فهي تطلب لغرض إنتاج اليد العاملة رجلاً ونساءً إذ (لا ثروة ولا قوة من دون الرجال) كما يرى جان بودان (Jean Bodan)(زهير، 2010: 72) وهي عنصر مرغوب به في الريف أكثر مما عليه الحال في المدينة إذ أن متطلبات الزواج اقل في حين ان العائد من هذا الزواج كبيراً مادياً و بشرياً، لذا يتوقع أن يكون أعداد النساء المتزوجات في الريف أكثر مما عليه الحال في المدينة.
3. بما أن المرأة الريفية مندمجة في العمل وفي تربية الأطفال فأن لهذا الاندماج انعكاسات على استهلاك المرأة الريفية من الملابس ومواد الزينة إذ يتوقع أن يكون هذا الاستهلاك اقل من استهلاك المرأة في المدينة لاسيما العاملة في دوائر الدولة والنشاط الخاص، إذ المرأة في المدينة تحتاج إلى تغيير ملابسها بشكل مستمر وفي مدد قصيرة، كذلك فأن استهلاكها من مواد التزيين كبير مما له انعكاسات سلبية على مستويات الأسعار.
4. ومن آثار زيادة التحضر زيادة الطلب على الأراضي والشقق السكنية في المدينة فلما كان العرض من الأراضي السكنية في المدينة محدوداً وهناك قلة في البيوت والشقق السكنية لذا يلاحظ ارتفاع أسعار الأراضي والإيجارات بشكل مضطرب ومن الواضح إن رب الأسرة المتزوج يبحث عن مسكن خاص به وعدم السكن مع العائلة بسبب المشاكل الاجتماعية، كما انه في كثير من الأحيان يفضل المسكن المنفرد على الشقة بسبب الطبيعة المحافظة للعوائل الشرقية عموماً ومنها العائلة العراقية. أن السكن في بيت خاص لاشك سوف يحمل رب العائلة تكاليفاً باهضة من إيجار وكهرباء وماء وغير ذلك موازنة بتكاليف الشقة.
5. ومن العوامل الأخرى ذات التأثير في هذا المجال أن المرأة التي تهجر الريف وتسكن المدينة غالباً ما تحمل معها بعض سمات الريف ومنها:

- ميل بعض العوائل المهاجرة للمدينة إلى زيادة عدد الأولاد.

- عدم (أو ضعف) معرفة وسائل تنظيم النسل مما يتسبب بزيادة عدد الأولاد في حين ميزانية أكثر العوائل لا تتحمل العدد الكبير من الأولاد. ومما لاشك فيه أن لذلك انعكاسات سلبية على مستويات الأسعار.
- 6. وبسبب الطبيعة المحافظة للمرأة وبسبب شيوع الأمية التي بلغت نسبتها 20,6% من عدد سكان العراق (الجهاز ، 2011 : 62) ولكون الأمية بين النساء أكثر مما هي عند الرجال إذ تقدر ب (28,2%) موازنة ب (13%) بين الرجال (المصدر السابق) لذا يلاحظ أن مساهمة المرأة في الإنتاج تكون أقل بسبب الضغوط الاجتماعية وضالة فرص العمل أمام المرأة وهذا ما ينعكس سلباً على الإنتاج ومستويات الأسعار.
- 7. يمكن القول أن الانفتاح الاقتصادي الذي حصل في العراق لاسيما بعد عام 2003 كان له آثار سلبية على المرأة ومستويات الأسعار في آن واحد وذلك لكون الانفتاح الاقتصادي كان له تأثير سلبي على مساهمة المرأة في الإنتاج إذ اختفت أو كادت بعض المهن التي كانت تمارسها المرأة مثل الخياطة والحياسة لتوفر البدائل المستوردة، كما اختفت أو قلت مهنة الحفافة داخل المنازل وحل محلها صالونات الحلاقة النسائية ولكن بأسعار مرتفعة.
- 8. إن التغيرات في بيئة المرأة انعكست سلباً على الإنتاج الحقيقي وعلى مستويات الأسعار، وذلك لان:
 - انتقال المرأة من الريف إلى المدينة جعلها في اغلب الأحيان مستهلكه بعد أن كانت عنصر إنتاجي لاسيما إذا علمنا غياب (أو ضعف) التنظيمات التي توظف الطاقات النسوية داخل المنازل من خلال ورش العمل.
 - ثم أن انخراط المرأة في ميدان العمل استوعب كل وقتها وجعلها في اغلب الأحيان تبحث عن الطعام الجاهز الذي يستنزف الكثير من ميزانية العائلة.
 - كما أن انخراط المرأة إلى العمل دفع العائلة للبحث عن بدائل لدور ربة البيت مثل المعينات (الخدمات) أو الروضة للطفل مما يكلف العائلة مبالغ ليست بالقليلة لاسيما إذا أخذنا بعين الاعتبار غياب (أو ضعف) دور الدولة في تأمين رياض الأطفال المناسبة مما يدفع العوائل للبحث عن البديل الأفضل لدى القطاع الخاص الذي لا يتوانى في رفع الأسعار سنة بعد أخرى .

المحور الثالث

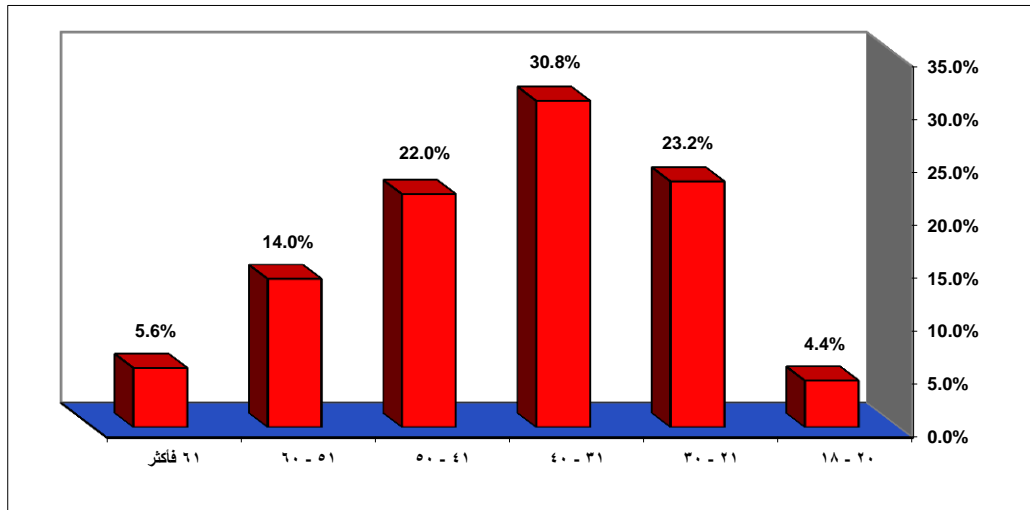
الجانب الميداني (الاستطلاعي)

لأجل الاستجلاء الميداني لمشكلة البحث والمتمثلة باندفاع أكثر النساء نحو الشراء من غير حاجة حقيقية ومن ثم انعكاس ذلك على مستويات الأسعار، إذ استعمل أسلوب الاستبانة للتعرف على آراء المستطلعات ثم استعمال البرنامج الإحصائي الجاهز SPSS في استنباط وتحليل نتائج الاستبيان.

أولاً: المعلومات الديموغرافية:

1. أعمار عينة البحث:

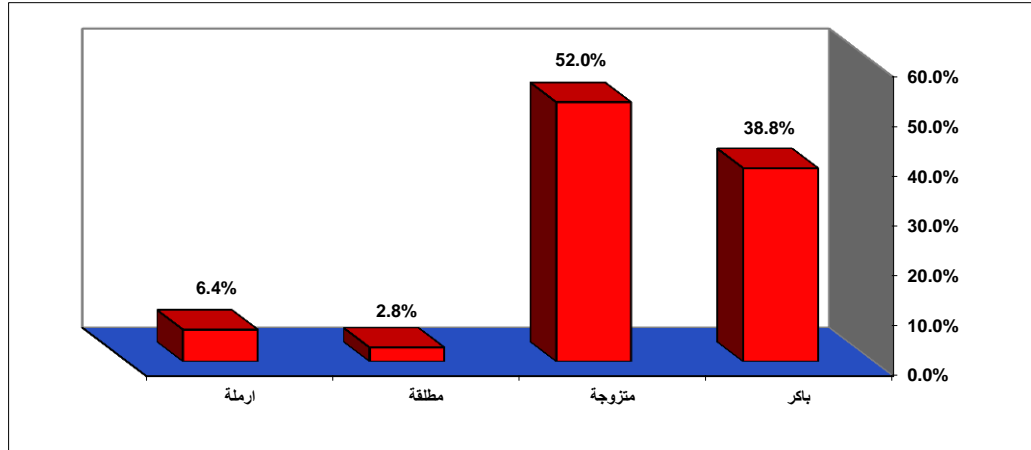
يبين التحليل الإحصائي أن أكثر من ثلاثة أرباع العينة التي شملها البحث كانت من النساء ذوات المسؤولية اللاتي تتراوح أعمارهن بين (21- 50) عاماً إذ بلغت (76%)، أما نسبة اللواتي تتراوح أعمارهن بين (18- 20) عاماً فبلغت (4,4)، وان (14%) منهن تتراوح أعمارهن ما بين (51- 60) عاماً، في حين اللواتي تكون أعمارهن (61) عاماً فأكثر فبلغت نسبتهن (6,5)، ينظر جدول (2)



شكل (1) أعمار عينة البحث

2. الحالة الاجتماعية لعينة البحث:

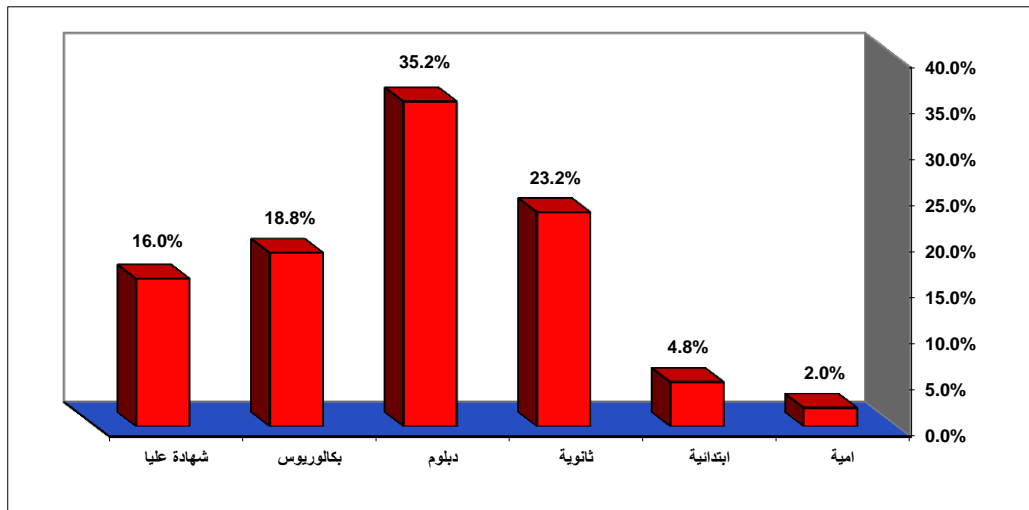
يوضح الجدول (2) أن أكثر من نصف العينة بقليل (52%) تمثل النساء المتزوجات، تليها نسبة النساء غير المتزوجات (8,38%)، أما ما بقي من العينة (2,9%) مثلت النساء الأرامل والمطلقات.



شكل (2) الحالة الاجتماعية لعينة البحث

3. التحصيل الدراسي لعينة البحث:

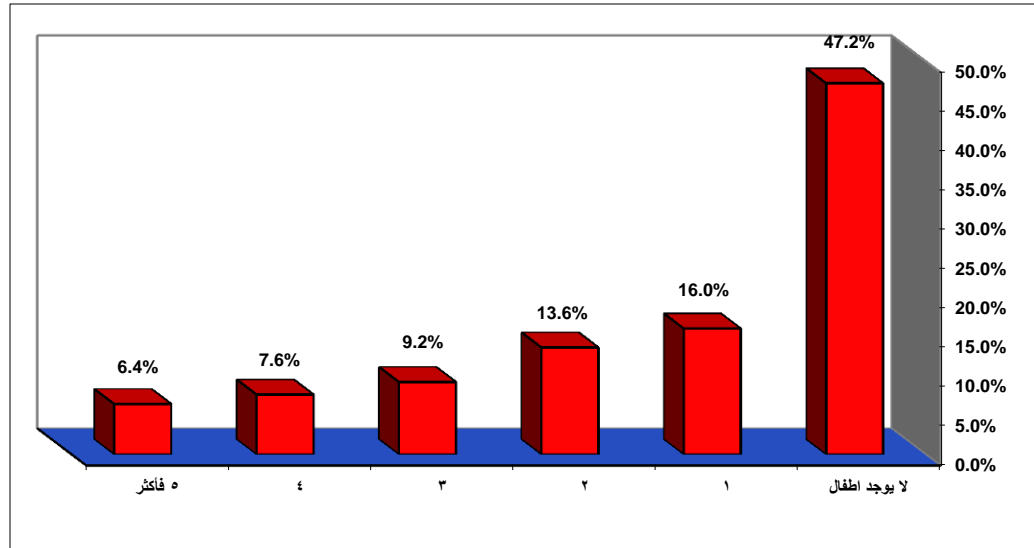
من خلال ما ورد في الجدول (2) يظهر أن (2,93%) من النساء لديهن تحصيل دراسي وقد بلغت نسبة الشهادات العليا منها (16%) والبيكالوريوس (8,18%) والدبلوم (35,2%) والثانوية (2,23%)، أما ما بقي من النسبة فكانت (8,4%) من اللواتي يتمتعن بشهادة الابتدائية و (2%) من النساء اللواتي لا يحملن أي شهادة.



شكل (3) التحصيل الدراسي لعينة البحث.

4. عدد الأطفال لعينة البحث:

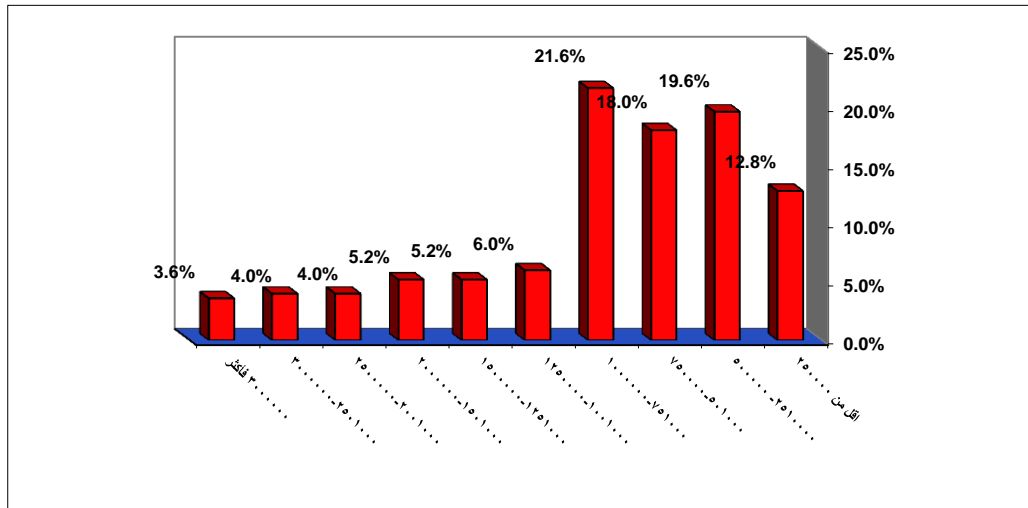
يوضح الجدول (2) أن نصف العينة تقريبا (47,4%) من النساء اللواتي ليس لديهن أطفال ويرجع السبب إلى أن نسبة النساء الباكرات كانت عالية في عينة البحث ، أما اللواتي لديهن أطفال فقد بلغت نسبتهن (52,8%) وان الميل إلى قلة الأطفال يرجع إلى الظروف الاقتصادية أو الاجتماعية.



شكل (4) عدد الأطفال لعينة البحث

5. مقدار دخل العائلة الشهري لعينة البحث :

إن النساء اللواتي دخولهن واطنة يشكلن نسبة عالية من عينة البحث إذ بلغت نسبة النسوة اللواتي لا تزيد دخولهن على (1000000) دينار (72%)، في حين كانت نسبة الدخل العالية (28%)، انظر الجدول (2).



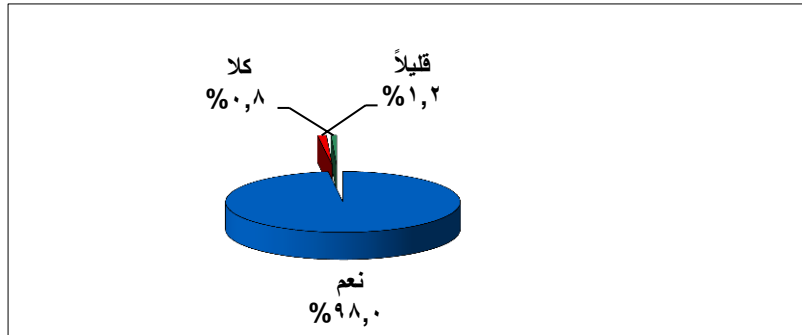
شكل (5) مقدار دخل العائلة الشهري لعينة البحث

جدول (2) الخصائص الديموغرافية لعينة البحث

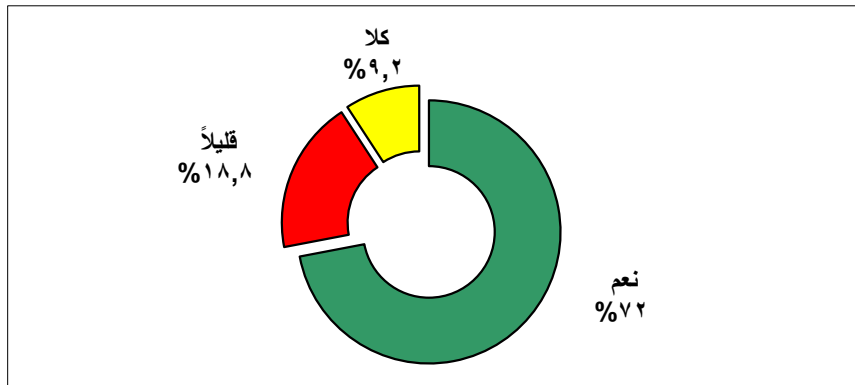
الخصائص	التكرار	النسبة المئوية %
الفئات العمرية	11	4,4
	58	23,2
	77	30,8
	55	22
	35	14
	14	5,6
الحالة الاجتماعية	97	38,8
	130	52
	7	2,8
	16	6,4
التحصيل الدراسي	5	2
	12	4,8
	58	23,2
	88	35,2
	47	18,8
	40	16
عدد الأطفال	118	47,2
	40	16
	34	13,6
	23	9,2
	19	7,6
	16	6,4
دخل العائلة (دينار)	32	12,8
	49	19,6
	45	18
	54	21,6
	15	6
	13	5,2
	13	5,2
	10	4
	10	4
	9	3,6
المجموع	250	100

ثانياً: العوامل المؤثرة في المشتريات:

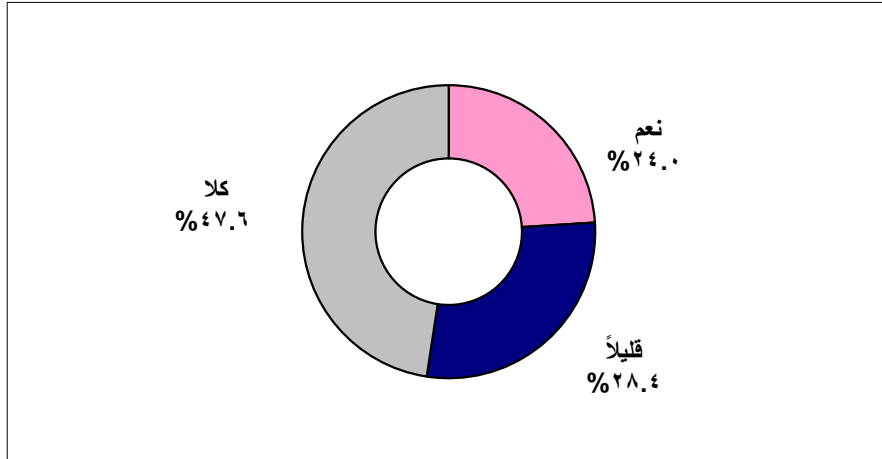
1. إن نسبة المطلعات على القرآن الكريم فيما يخص الإسراف عالية (98%)، إما اللواتي اطلعن ولكن بشكل قليل فكانت نسبتهن (1,2%)، في حين اللواتي لم يطلعن كانت نسبتهن قليلة (0,8%) وهو من العوامل التي تعمل على تقليل الإنفاق غير الضروري و تحفيز القدرة على مواجهة مستويات الأسعار، ينظر جدول (3).



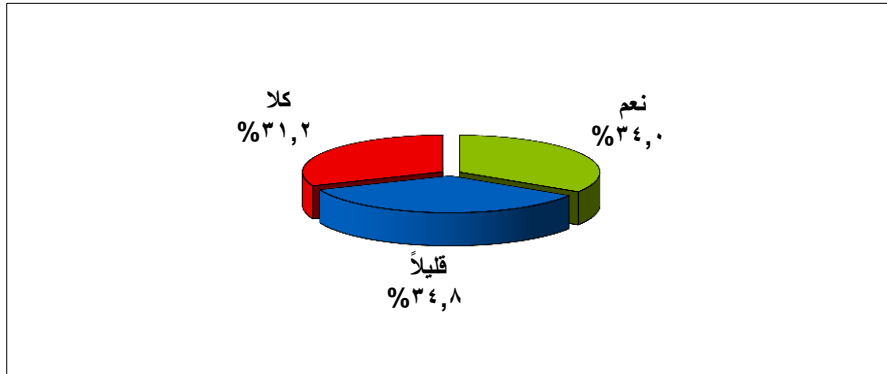
- شكل (6) نسب المطلعات وغير المطلعات على قوله تعالى ("وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ") (الأعراف- 31)
- 2- وعن العمل بمقولة (الذهب زينه وخزينه) يظهر أن ما يقارب ثلاثة أرباع العينة يعملن بهذه المقولة وهذا ما يعكس إيمان المستطلعات وقناعتهم بها ، أما النسوة اللواتي يعملن بهذه المقولة ولكن بشكل قليل فكانت نسبتهن (18,8%)، في حين اللواتي لا يعملن بهذه المقولة فكانت نسبتهن (9,2%)، وهو أمر ربما يساعد على تقليل الإنفاق على السلع والخدمات الاستهلاكية مما يساعد على مواجهة ارتفاع مستويات الأسعار.



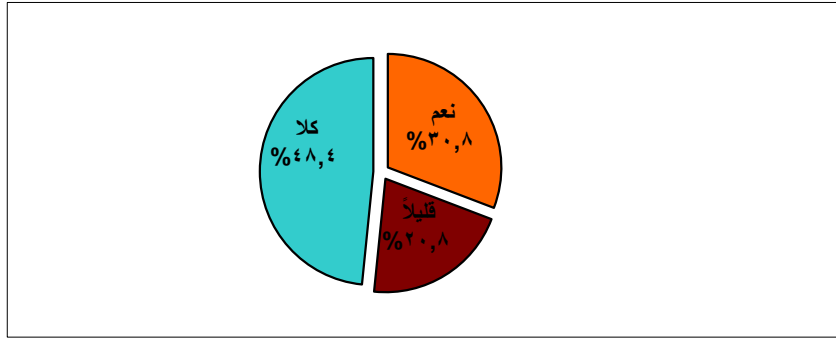
- شكل (7) نسب العاملات وغير العاملات بمقولة الذهب زينة وخزينة
3. إن نسبة العاملات بمقولة (اصرف ما في الجيب يأتيك ما في الغيب) قليلة (24%)، وأما اللواتي يتفقن مع هذه المقولة ولكن بشكل قليل فكانت نسبتهن (28,4%)، بينما اللواتي لا يتفقن مع هذه المقولة فكانت نسبتهن هي الأعلى إذ بلغت (47,6%) مما له اثر في مواجهة ارتفاع مستويات الأسعار.



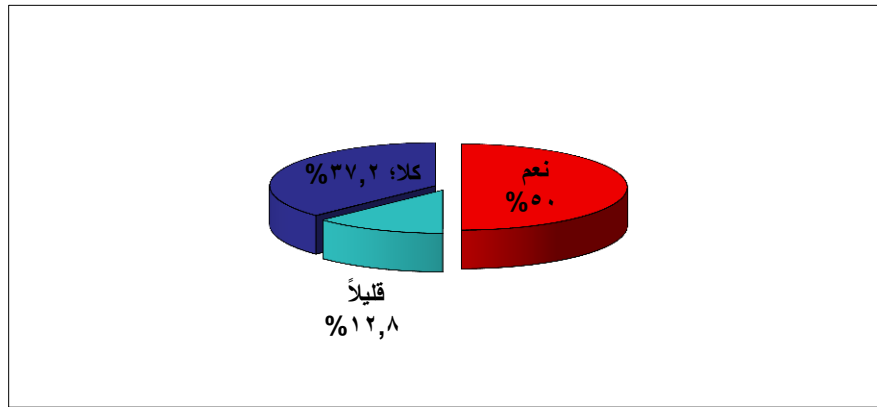
شكل (8) نسب التعاملات وغير التعاملات بمقولة (أصرف ما في الجيب يأتيك ما في الغيب) 4. هناك توازن في نسبة النساء اللواتي دخولهن تكفي لمواجهة المتطلبات الضرورية مع اللواتي لا تكفي دخولهن لمواجهة تلك المتطلبات إذ كانت اللواتي يؤيدن ذلك (34%)، بينما كانت نسبة المعارضات له (2,31%)، وأما اللاتي يؤيدن بشكل قليل فبلغت نسبتهن (8,34%)، ينظر جدول (3).



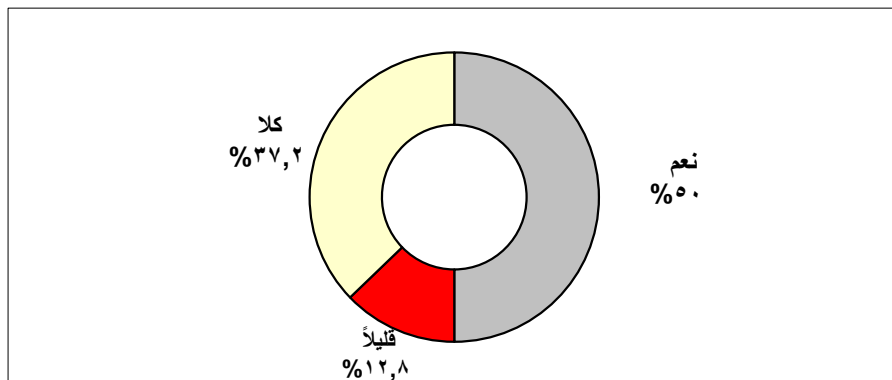
شكل (9) نسب كفاية وعدم كفاية الدخل لمواجهة المتطلبات الضرورية 5. معظم النساء دخولهن واطنة ومع ذلك لا تمارس النسبة الغالبة من النسوة اللواتي شملهن الاستطلاع نشاطاً إنتاجياً يسهم في مواجهة ارتفاع مستويات الأسعار (48,4%)، في حين كانت نسبة الممارسات للنشاط الإنتاجي (30,8%)، أما اللواتي يمارسن النشاط بشكل قليل فبلغت نسبتهن (20,8%) مما لا يسهم كثيراً في مواجهة ارتفاع مستويات الأسعار.



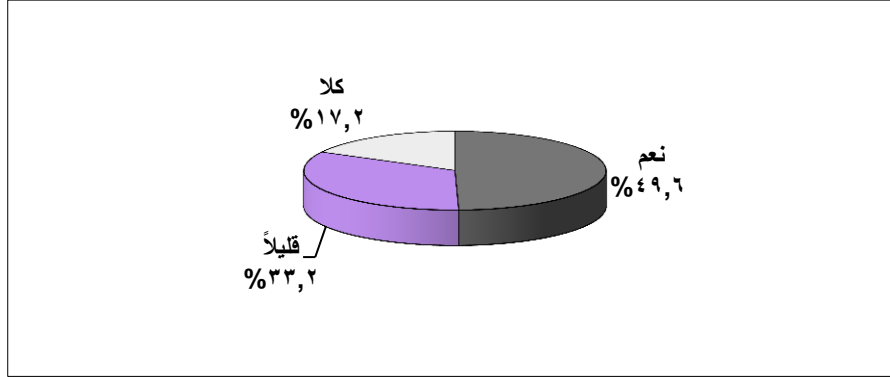
شكل (10) نسب ممارسة وعدم ممارسة النساء للنشاط الإنتاجي عند توافر الفرصة. 6. فيما يتعلق بالسؤال عن كون المرأة الريفية أكثر إنتاجاً من المرأة التي تعيش في المدينة تنوعت إجابات النساء اللواتي شملهن الاستطلاع، إذ أن ما يقارب نصف العينة (41,6%) لا تتفق على ذلك، في حين أن (24,4%) تتفق ولكن بشكل قليل، وأن (34%) لا تتفق مع هذا الرأي، ينظر جدول (3).



شكل (11) نسب الآراء أن المرأة الريفية أكثر إنتاجاً من المرأة التي تعيش في المدينة. 7. إن نصف العينة من المستطلعات لديهن رغبة واسعة لتعلم مهنة أخرى مثل (الخياطة والطبابة والحلاقة وغيرها) وبلغت (50%) وهذا يعكس طموحهن في رفع المستوى الاقتصادي للعائلة لمواجهة ارتفاع مستويات الأسعار، وأما اللواتي لا يرغبن فبلغت نسبتهن (2,37%)، وأن المتبقي (8,12%) يرغبن ولكن بشكل قليل، ينظر جدول (3). شكل (12) الرغبة بتعلم مهنة أخرى لمواجهة ارتفاع مستويات الأسعار.

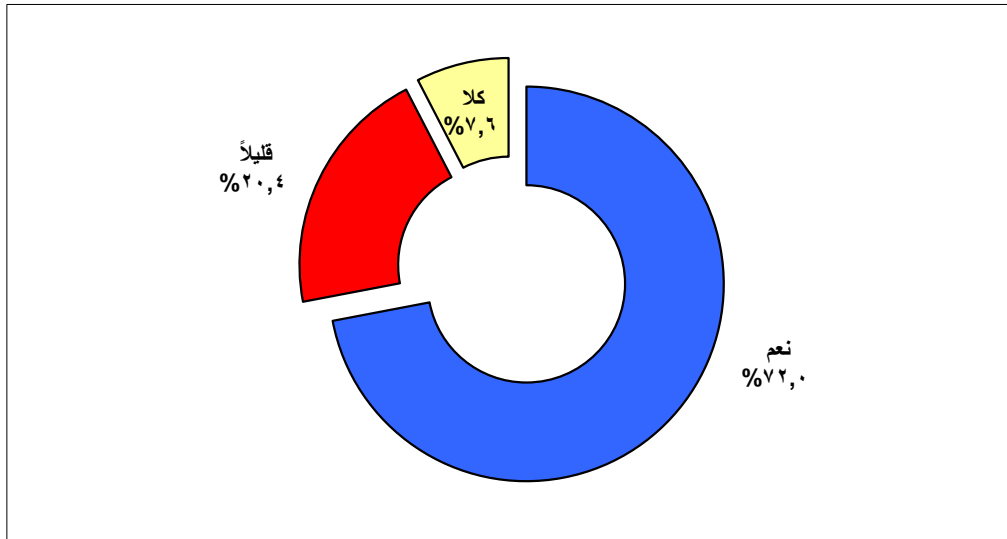


8. يبين الجدول (2) أن نصف عينة الدراسة (6,49%) يتابعن البرامج التي تهتم بالطبخ، أما النساء اللواتي يتابعن ولكن بشكل أقل فكانت نسبتهن (2,33%)، وأما النسبة الباقية وهي (17,2%) فهي غير راغبة في متابعة البرامج التي تهتم بالطبخ، مما له اثر لمواجهة ارتفاع مستويات الأسعار عن طريق التدبير المنزلي للحاجات اليومية.



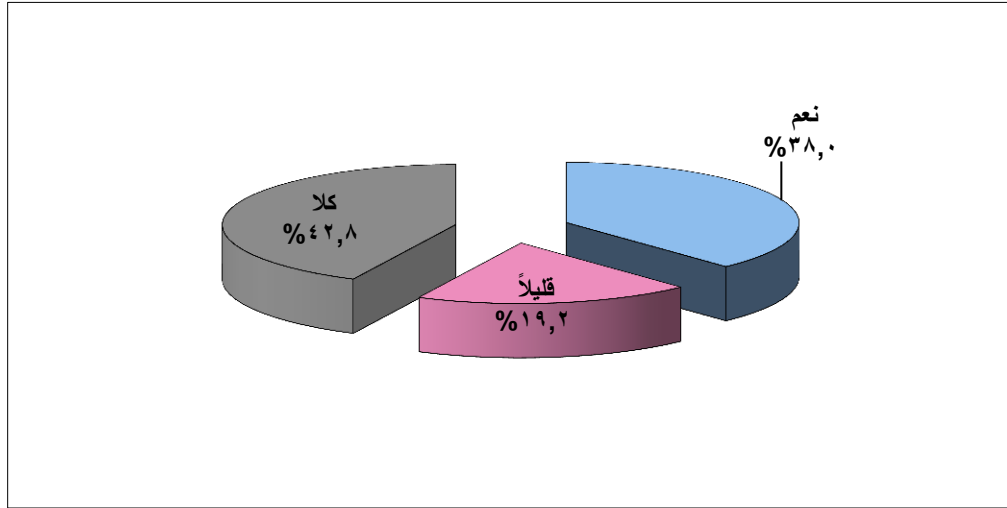
شكل (13) متابعة برامج الطبخ لمواجهة ارتفاع مستويات الأسعار.

9. بلغت نسبة اللواتي يعددن وجبة الغداء ثلاثة أرباع العينة تقريباً (72%) مما يعني هناك اثر لارتفاع الأسعار من جهة وارتفاع مستوى المسؤولية من جهة أخرى وهو من العوامل المساعدة في مواجهة ارتفاع مستويات الأسعار، بينما يعددن الوجبة ولكن بشكل قليل، وان (7,6%) مثلت النساء اللواتي لا يعددن الوجبة وهي قليلة جداً، ينظر جدول (3).



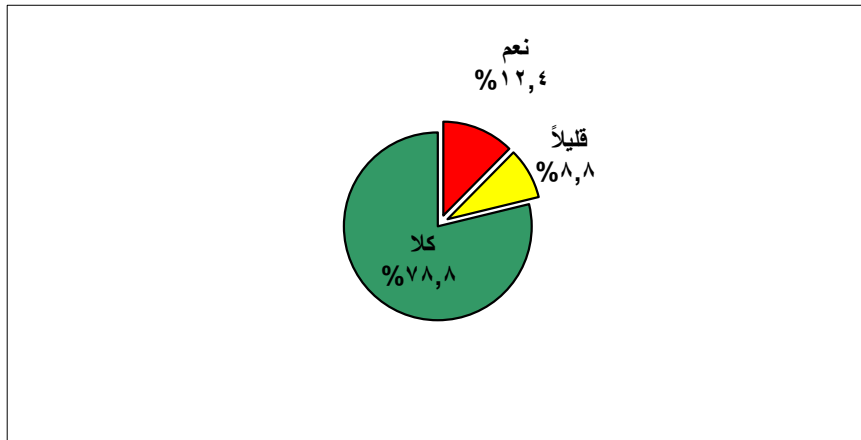
شكل (14) إعداد وجبة الغداء لتجنب الإنفاق غير الضروري

10. يوضح الجدول (2) عدم إمكانية النسبة الغالبة من النساء (42,8%) الاستغناء عن شراء الملابس لمدة سنة مما يعني حب النساء للشراء على الرغم من تدني مستوى دخل العائلة ، مما له أثر واضح في رفع مستويات الأسعار، تلتها نسبة اللواتي لديهن القدرة عن الاستغناء (38%)، ثم الاستغناء بشكل قليل شكل نسبة (19,2%).



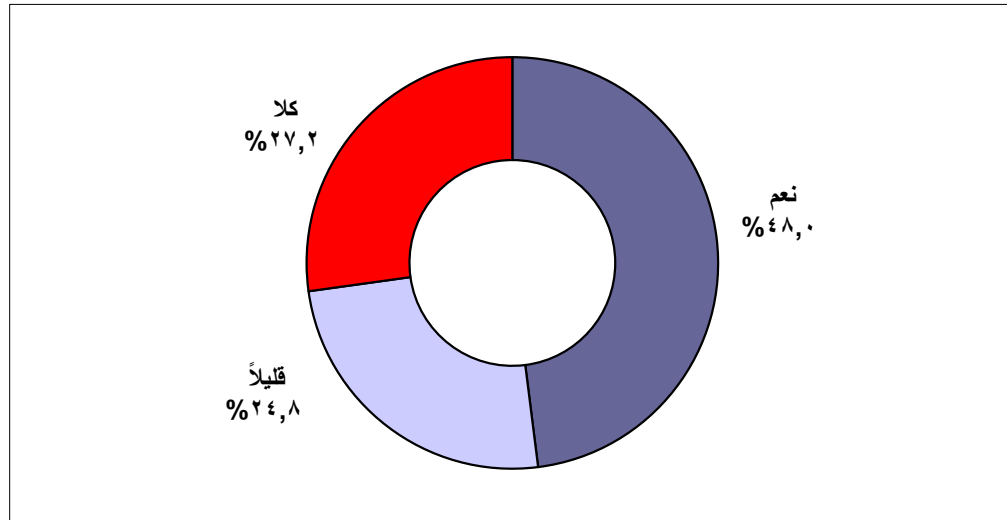
شكل (15) إمكانية الاستغناء عن شراء الملابس لمدة سنة.

11. لا توافق النسبة الغالبة من عينة الدراسة (78,8%) على السكن مع عائلة أخرى بإيجار منخفض مما يعني عدم القبول بتحمل المنازعات الاجتماعية الناتجة عن السكن مع عائلة أخرى على الرغم من تدني مستوى الدخل العائلية مما يسهم في ارتفاع إيجارات المساكن والشقق، تلتها (12,4) تؤيد السكن مع عائلة أخرى، ثم (8,8%) تؤيد قليلاً السكن مع عائلة أخرى، ينظر الجدول (3).



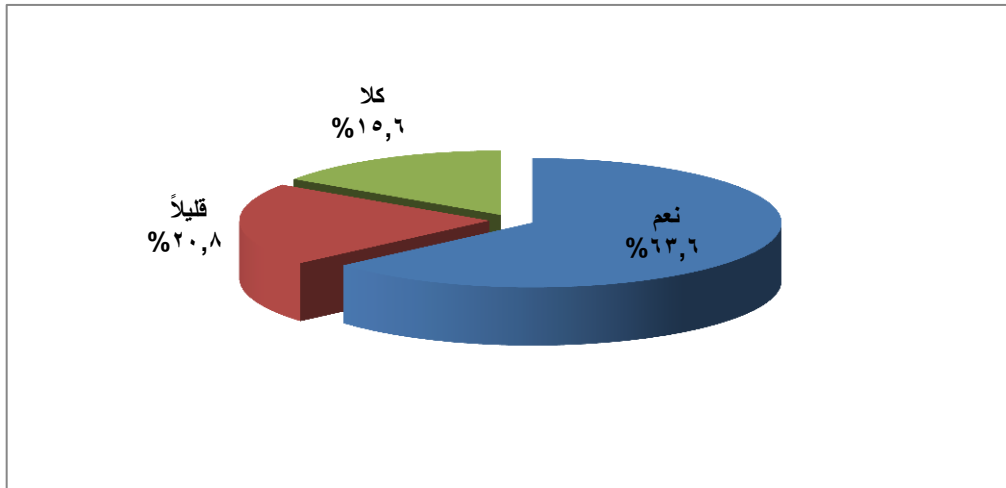
شكل (16) إمكانية السكن مع عائلة أخرى.

12. أظهر الجدول (3) أن نصف العينة تقريباً (48%) تعاني من ارتفاع تكاليف التعليم، بينما (27,2%) من العينة لا تعاني من ارتفاع تكاليف التعليم، أما المتبقي (24,8%) فهي تعاني ولكن بشكل قليل.



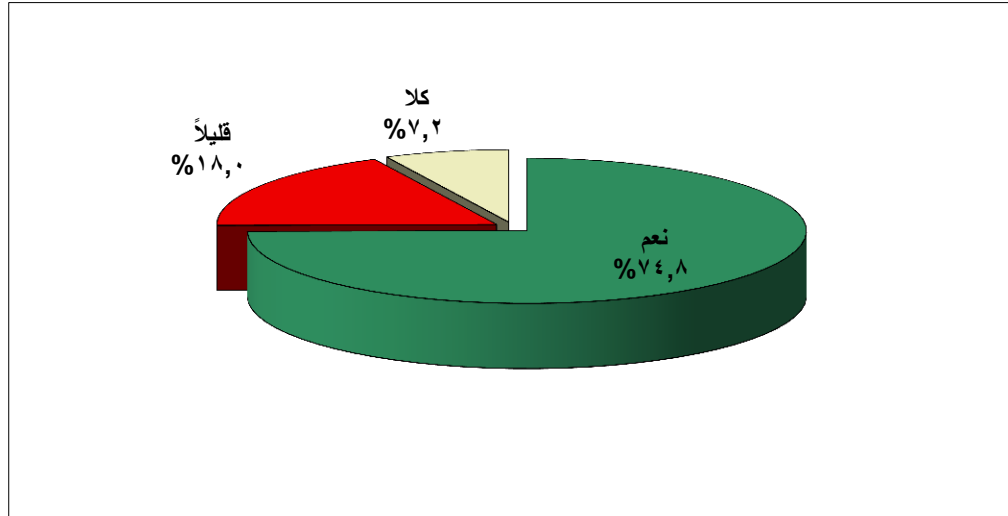
شكل (17) المعاونة من ارتفاع تكاليف التعليم.

13. يتضح من الجدول (3) أن نسبة عالية جداً من عينة البحث (84,4%) تخطط لمشترياتهما، أما العوائل التي لا تخطط لمشترياتهما فتبلغ (15,6) مما له اثر ايجابي في مواجهة ارتفاع مستويات الأسعار.



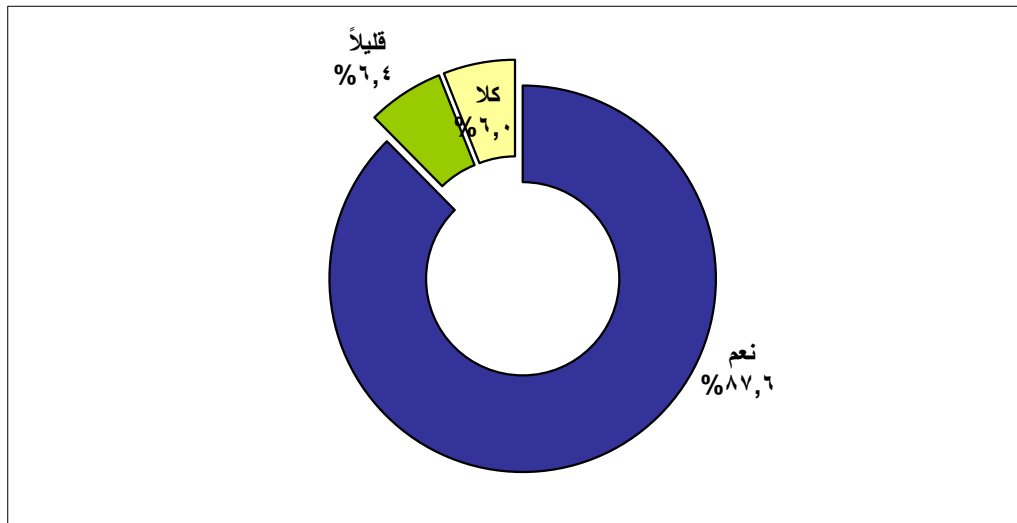
شكل (18) التخطيط للمشتريات لمواجهة ارتفاع مستويات الأسعار.

14. تتفق ثلاثة أرباع العينة (74,8%) من النساء المستطلعات على أن الكثير منهن يندفعن للشراء دون حاجة حقيقية مما يسهم في ارتفاع مستويات الأسعار، يأتيها الاتفاق بشكل قليل (18%) من العينة التي جرى استطلاعها، في حين (7,2%) لا يتفقن إطلاقاً مع هذا الرأي، ينظر الجدول (3).



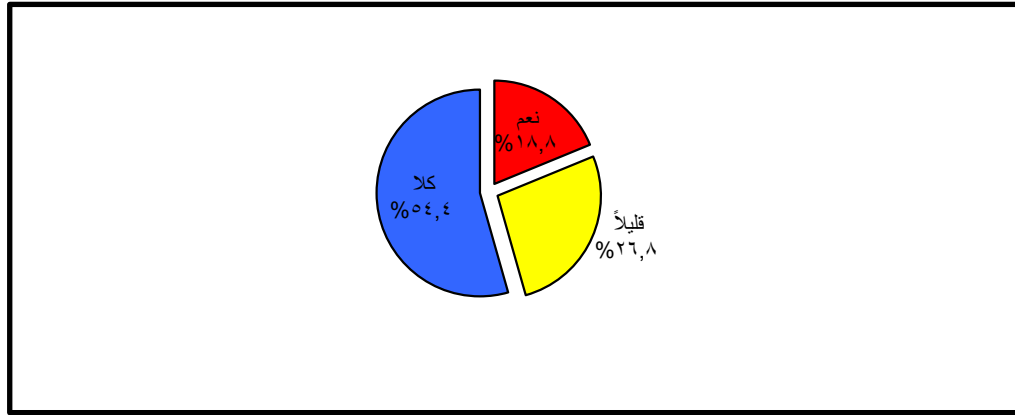
شكل (19) اندفاع النساء للشراء دون حاجة حقيقية

15. يبين الجدول (3) أن نسبة عالية جداً من العينة التي جرى استطلاعها (94%) ترى أن هناك ارتفاعاً في أسعار صالونات الحلاقة ومراكز التجميل مما يعني أن هناك طلباً كبيراً، ولا يمكن الاستغناء عن هذه الخدمة، مما يتطلب تشجيع المرأة لتعلم مهنة مثل الحلاقة لأجل المساهمة في الحفاظ على دخل العائلة من جهة واستقرار مستويات الأسعار من جهة أخرى، وإن (6%) ترى عكس ذلك.

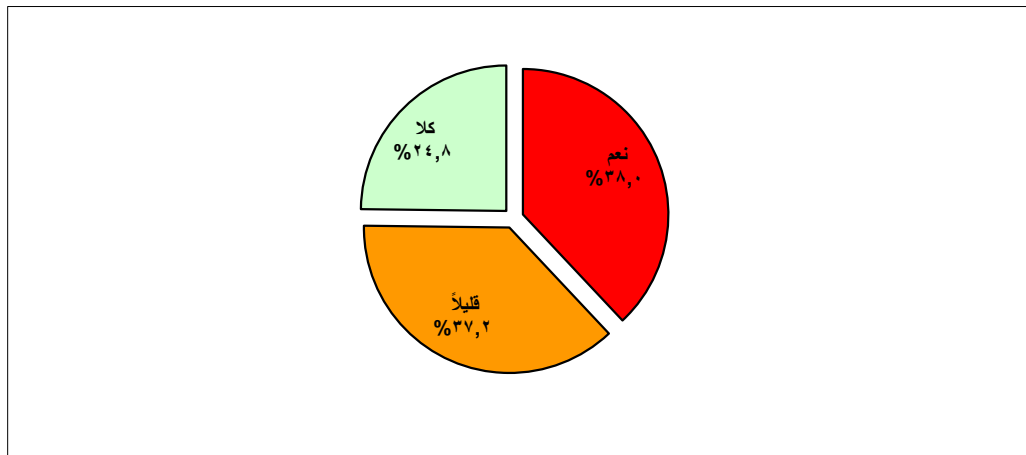


شكل (20) أثر ارتفاع أسعار صالونات الحلاقة النسائية على دخل العائلة

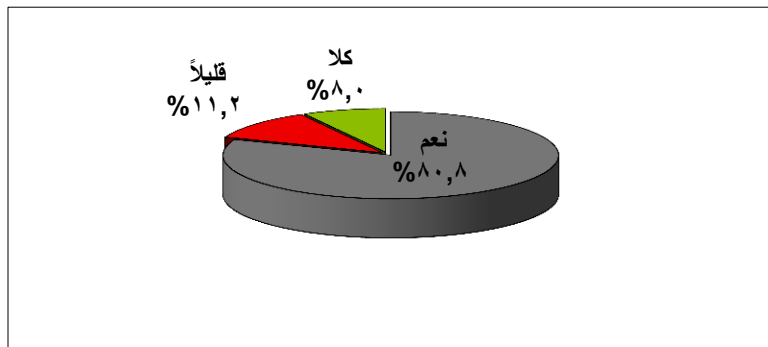
16. أن أكثر من نصف العينة (54,4%) لا تستجيب إلى إعلانات تخفيض الأسعار التي تعلن في القنوات الفضائية، بينما (45,6%) من النساء تستجيب إلى تلك الإعلانات، ينظر جدول (3).



شكل (21) نسب الاستجابة وعدم الاستجابة إلى إعلانات تخفيض الأسعار في القنوات الفضائية. 17. يوضح الجدول (3) أن أكثر من ثلث عينة البحث تستجيب إلى إعلانات تخفيض الأسعار التي تعلن على واجهة المحلات (38%) في حين هناك من النساء من تستجيب ولكن بشكل قليل (37,2%)، في حين أن (24,8%) تمثل عدم الاستجابة لهذه الإعلانات.



شكل (22) أثر إعلانات تخفيض الأسعار على مواجهة المحلات في زيادة مشتريات النساء. 18. تتفق أكثر من ثلاثة أرباع العينة (80,8%) على أن تكاليف الزواج في المدينة أعلى منها في الريف، بينما الاتفاق ولكن بشكل قليل شكل (11,2%) من العينة المدروسة، في حين عدم الاتفاق بلغ (8%)، ينظر جدول (3).



شكل (23) نسب الآراء أن تكاليف الزواج في المدينة أعلى من الريف.

جدول (3) العوامل المؤثرة في المشتريات

مقياس ليكرت*			الفقرات
1	2	3	
ك	ب	ج	
2	3	245	التكرار
0,8	1,2	98	%
23	47	180	التكرار
9,2	18,8	72	%
119	71	60	التكرار
47,6	28,4	24	%
78	87	85	التكرار
31,2	34,8	34	%
121	52	77	التكرار
48,4	20,8	30,8	%
85	61	104	التكرار
34	24,4	41,6	%
93	32	125	التكرار
37,2	12,8	50	%
43	83	124	التكرار
17,2	33,2	49,6	%
19	51	180	التكرار
7,6	20,4	72	%
107	48	95	التكرار
42,8	19,2	38	%
197	22	31	التكرار
78,8	8,8	12,4	%

* مقياس ليكرت (likert)

هو أسلوب لقياس السلوكيات والتفضيلات مستعمل في الاختبارات النفسية استنبطه عالم النفس رينسيس ليكرت، يستعمل في الاستبانات وبلاسيما في مجال الإحصاءات ويعتمد المقياس على ردود تدل على درجة الموافقة أو الاعتراض على صيغة ما: (Harry and Deborah, 2012: 1-5)

68	62	120	التكرار	12. هل تعانيين من ارتفاع تكاليف التعليم
27,2	24,8	48	%	
39	52	159	التكرار	13. هل تخططين لمشترياتك
15,6	20,8	63,6	%	
18	45	187	التكرار	14. هل تلاحظين اندفاع الكثير من النساء للشراء دون حاجة حقيقية
7,2	18	74,8	%	
15	16	219	التكرار	15. هل تلاحظين ارتفاع أسعار صالونات الحلاقة ومراكز التجميل
6	6,4	87,6	%	
مقياس ليكرت			الفقرات	
1	2	3		
١	٢	٣		
136	67	47	التكرار	16. هل تستجيبين إلى إعلانات تخفيض الأسعار التي تعلن في القنوات الفضائية
54,4	26,8	18,8	%	
62	93	95	التكرار	17. هل تستجيبين إلى إعلانات تخفيض الأسعار التي تعلن على واجهات المحلات
24,8	37,2	38	%	
20	28	202	التكرار	18. هل تتفقين أن تكاليف الزواج في المدينة أعلى منها في الريف
8	11,2	80,8	%	

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات:

1. تحملت المرأة ولا زالت تتحمل أعباء كثيرة نتيجة جنوح مستويات الأسعار نحو الارتفاع ومهما حاولت مواجهة ارتفاع الأسعار إلا أن تلك المحاولات في أحيان كثيرة تبقى محدودة.
2. وإذا كانت الكثير من النسوة يكابدن في مواجهة ارتفاعات الأسعار الباهضة ، فأن هناك نساء تسهم في رفع مستويات الأسعار من خلال زيادة المشتريات غير العقلانية.
3. ويبدو أن طبيعة أكثر النساء تميل إلى حب الشراء مما يسهم في رفع مستويات الأسعار.
4. إن التغيرات السكانية وما أدت إليه من زيادة عدد سكان الحضر (المدن) ساهم في زيادة المشتريات نظراً لكون المتطلبات الحضرية غالباً ما تكون أكثر مما هي عليه في البوادي والأرياف مما له انعكاس سلبي على مستويات الأسعار.
5. إن زيادة دخول المرأة لمجالات العمل لاسيما الإداري منه فرض على المرأة زيادة مشترياتها من السلع ومنها الملابس لكي تظهر بالمظهر المناسب مما انعكس على زيادة مستويات الأسعار.
6. يبدو أن هناك آثار سلبية للمتغيرين المحددين للسعر هما (العرض) و (الطلب) فمن جهة العرض هناك تراجع في الإنتاج المحلي بسبب عوامل كثيرة، وأما من ناحية الطلب فهناك بصورة عامة تزايد ، بسبب قيام الحكومة بزيادة

الموازنة العامة سنة بعد أخرى ، مما ينعكس سلباً على مستويات الأسعار لاسيما وان هناك تعثراً في أنجاز الكثير من المشاريع التي يجرى تنفيذها

7. إن زيادة نسبة التحضر في العراق كما اتضح من البحث عادت بنتائج سلبية على مستويات الإنتاج والأسعار.
8. على الرغم من التطورات الاجتماعية الايجابية التي حصلت عليها المرأة إلا أن هناك رواسب اجتماعية لازالت تلقي بظلالها على المرأة ومنها زيادة الأمية بين النساء بنسبة أعلى مما هو بين الرجال مما ينعكس سلباً على إنتاجية المرأة ومكابدتها لمستويات الأسعار.
9. وبسبب:

آ- القيود الاجتماعية.

ب- غياب التنظيمات المهنية التي تستفيد من طاقات المرأة.

تعنت أكثر النساء إلى مستهلكات بعد أن كن يمارسن أعمالاً إنتاجية لاسيما في أوساط النسوة اللواتي يسكن المدن مما انعكس سلباً على مستويات الإنتاج والأسعار.

ثانياً: التوصيات

1. لأجل تقليل تهافت الكثير من النساء على المزيد من المشتريات من غير حاجة حقيقية ينبغي اتخاذ الإجراءات الكفيلة بتوعية المرأة من مخاطر هذه الظاهرة على سعيد العائلة والمجتمع والدولة.
2. نظراً لزيادة التحضر ووجود أعداد كثيرة من النساء حبيسات المنازل عاطلات عن العمل، لذا ينبغي التفكير الجدي للاستفادة من طاقتهن عن طريق المنظمات المهنية، مما يدعم الإنتاج ويحافظ على استقرار مستويات الأسعار.
3. إن الكثير من مؤسسات الدولة أصبحت مجالات لعرض الأزياء لذا يقترح البحث التفكير باتخاذ الإجراءات لتوحيد أزياء العمل مما يسهم في انصراف العاملين للعمل من ناحية والتقليل من ارتفاع مستويات أسعار الملابس من ناحية أخرى.
4. نقترح أن تقوم وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ووزارة التربية التنسيق من اجل إعادة هيكلة التعليم ودفع النساء نحو المجالات الإنتاجية ومنها التمريض و القبالة والحلاقة والتجميل والخياطة مما يسهم في زيادة الإنتاج والخدمات الإنتاجية والحفاظ على مستوى أسعار هذه الخدمات في السوق العراقية.
5. وبسبب المعضلات الاقتصادية وما تفضي إليه من نزاعات تفقد في كثير من الحالات إلى حصول الطلاق بين الأزواج لذا فانه ينبغي اتخاذ الإجراءات المالية والإسكانية والتعليمية مثل:
 - الإعانة المالية للعوائل الفقيرة ولغاية الطفل الرابع.
 - العمل على توفير السكن بأسعار مناسبة.
 - العمل على توعية العوائل بوسائل تنظيم النسل إذ أن قلة العيال احد اليسارين كما يقول الرسول محمد (ص)
6. وبالنظر لانخراط المرأة في مجالات العمل فإن هناك حاجة حقيقية للتفكير بمساعدتها لتذليل المصاعب أمامها مثل:
 - توفير حضانات ورياض أطفال في مواقع العمل أو بالقرب منها بأسعار مناسبة.
 - توفير مجمعات سكنية بالقرب من مواقع العمل وتزويدها بالخدمات اللازمة (مركز صحي، مدارس ابتدائية ومتوسطة، سوق).

7. لأجل العمل على رفع الوعي الاقتصادي للمرأة فإنه لاغنى عن:
- زيادة وعيها بضرورة استثمار جزء من دخلها لأجل تنميته وعدم الإسراف في الإنفاق على حاجات غير ضرورية.
 - ادخار (أو اكتناز) جزء من دخلها بشراء الذهب وعدة زينة وخزينة.
 - إطلاع المرأة على التعاليم الدينية والاجتماعية لتجنب الإسراف في الإنفاق.
 - توسيع البرامج التي تفيد في توسيع مدارك المرأة في المجالات الإنتاجية مثل الطبخ، والخياطة، وغير ذلك.
 - التوسع في المواد الدراسية ضمن التربية الأسرية والاهتمام الجدي بذلك وليس بوصفها مادة ثانوية مكملة للمقررات المعتمدة.
 - المصادر
1. القران الكريم.
 2. إبراهيم، خليل إسماعيل (2012) آثار تطورات النفقات العامة في مستويات الأسعار خلال المدة (2005 – 2011) بحث منشور، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، العدد (1) المجلد (4) .
 3. الأعلمي، علاء الدين (1423هـ - 2002م) حكم رسول الله (ص)، مؤسسة الاعلمي للمطبوعات، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان .
 4. جريدة الاتحاد، ظاهرة ارتفاع نسبة الطلاق تشكل كارثة حقيقية، العدد (2977)، الاثنين، 2012/5/21، السنة الثامنة عشر.
 5. الجهاز المركزي للإحصاء - العراق - المجموعة الإحصائية السنوية 1990.
 6. الجهاز المركزي للإحصاء - العراق - المجموعة الإحصائية السنوية 2004.
 7. الجهاز المركزي للإحصاء - العراق - المجموعة الإحصائية السنوية 2008 - 2009
 8. الجهاز المركزي للإحصاء _ العراق - مسح شبكة معرفة العراق ، نظام مراقبة الظروف الإجتماعيه والإقتصادييه في العراق 2011.
 9. الجهاز المركزي للإحصاء - العراق - ارقام ومؤشرات 2012 .
 10. زهير، ظافر (2012) النظريات السكانية وانعكاساتها على الاقتصاد والمجتمع، الباحثين الاجتماعي، العدد (10)، سبتمبر.
 11. وزارة التخطيط والتعاون الانمائي (2006) ، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات، برنامج الأمم المتحدة الانمائي، خارطة الحرمان ومستويات المعيشة في العراق، دراسة في ثلاثة أجزاء، الجزء الأول: التقرير التحليلي .
 12. نبيل جعفر عبد الرضا (2011 /12 /22) الغلاء أنك الكثير من النساء العراقيات، الحوار المتمدن، العدد (3584)
 13. وزارة التخطيط، هيئة التخطيط الاقتصادي (1992) التغيرات الهيكلية وأثرها في النمو الاقتصادي العراقي دراسة رقم (918) .
 14. WWW. Djlh. Net.
 15. Harry N. Boone, Jr and Deborah A. Boone (2012) Analyzing likert Data, Journal of Extension (www. Joe.org) , April 2012 volume 50Number 2, Article Number 2ToT2
 16. Ministry of Planning & Development Cooperation, Ministry of Planning - Kurdistan Region Government (K. R. G) (2009) National Strategy for Poverty Reductions Summary, First Edition.
 17. Roger D. Blair/ Lawrence W. Kenny (1982) Microeconomics for Managerial Decision Making, International Student Edition.