

# الحلقة سادسة وعشرون (الاعلانات والتنمية الاقتصادية) ASK

**الضيوف :** - شيركو جودت / خبير في مجال الاقتصاد.

- خليل اسماعيل/ مدير مكتب (اوتو) لنشر الدعاية والاعلان.

**تاريخ التسجيل :** ١٧ / ٨ / ٢٠٠٦ ستوديو رةسةن.

**مدة التسجيل :** ٤٥ دقيقة .

## الاخبار الاقتصادية:

١- وزارة الكهرباء تعقد اتفاقية لانتاج ٢٠٠ ميغا واط من الطاقة الكهربائية. تم عقد بين حكومة اقليم كردستان وشركة AI البريطانية لانتاج ٢٠٠ ميغا واط من الطاقة الكهربائية اعلن ذلك وزير الكهرباء في حكومة اقليم كردستان في مؤتمر صحفي انه حسب الاتفاقية سيتم انشاء محطة لانتاج الكهرباء في كردستان لانتاج ٢٠٠ ميغا واط من الطاقة الكهربائية واعلن ايضا ان مدة العقد ٦ اشهر لاكمال المشروع الذي يتكون من ثلاثة وحدات حيث ان الوحدة الثالثة سوف تكون احتياطية في حال وجود اي خلل في الوحدات الاولى والثانية سيتم تشغيلها والتي تعمل بالنفط الاسود كما اعلن السيد الوزير انه ينوي عقد عدة اتفاقيات مع عدة شركات اجنبية لانتاج ٤٠٠ الى ٦٠٠ ميغا واط من الطاقة الكهربائية كما ان هناك عدة مشاريع يتم مناقشتها من قبل خبراء الكهرباء في محاولة الوصول الى المشروع الانسب لواقع كردستان وذلك لتخفيف الزمة الحلية في الطاقة الكهربائية كما اوضح السيد الوزير بان العام الحالي والعام المقبل ستكون هناك مشاكل في الطاقة الكهربائية اما في العام ٢٠٠٨ ستقل مشاكل الكهرباء الى الحد الاقصى .

٢- اعلن رئيس مجلس محافظة كركوك ان وزارة النفط قد بدأت بوضع ثلاثة مصافي في اقليم كردستان الاول في السليمانية والتي تصفى ٧٠٠٠٠ برميل من النفط الخام يوميا والثانية في بازيان والثالثة في اربيل الذي يصفي ٢٠٠٠٠ برميل من النفط الخام يوميا كما اعلن ان وزارة النفط قررت العمل على رفع مستوى الانتاج في مصفى كركوك بحيث يصل الى ٥٥٠٠٠ برميل من النفط الخام يوميا .

**٣- التحضير لتنظيم معرض دولي لتعمير العراق في اربيل في شهر التاسع من العام الجاري .**

صرح مدير العام لشركة ( اكس بورت جورن ) ان مجموعة من الشركات السعودية يشاركون في معرض تعمير العراق والذي يعقد في ١٤ الى ١٧ /٩/ ٢٠٠٦ وقال ان ٣٥٠ شركة من ٢٤ دولة يشاركون في هذا المعرض من قبل مركز تطوير الاقتصاد العراقي بمساعدة ( اكس بورت جورن ) جدير بالذكر ان شركات اخرى من دول الامارات ومصر والاردن وسوريا سوف تشارك في هذا المعرض والذي يتوقع ان يشارك اكثر من الف شخص . المعرض تكون فرصة لمشاركة الشركات العربية في عملية اعمار العراق وايضا فرصة للمشاركة في الاستثمار بعد اصدار قانون جديد لجذب المستثمر الاجنبي وسيكون المعرض مدعوم من قبل الحكومة العراقية .

**٤- توقيع عقد بين العراق والبنك الاسلامي السعودي في عمان حول تأمين ١٢ مليون دولار لدعم وبناء ١٥ مدرسة ابتدائية وايضا لتقديم المساعدة التكنيكية لتمكين فدره وزارة التربية العراقية .** واعلن المصدر ان البنك الاسلامي بموجب الصفقة في المرحلة الاولى سوف يقوم بتقديم ١٢ ونصف مليون دولار كقرض لانشاء ١٥ مدرسة ابتدائية وتنفيذ هذا المشروع خلال ثلاثون شهرا وينتظر من ها المشروع استفاضة ٧٢٠٠ تلميذ من مختلف اماكن العراق جدير بالذكر انهذا القرض مدته عشرون عاما بحيث تكون فترة الاعفاء خمسة اعوام اما الصفقة الثانية تكون مخصصة بتقديم المساعدة التكنيكية بشك هبات ويكون المبلغ ٣٩٠ الف دولار لغرض تمكين قدرات وزارة التربية العراقية .

**س١/استاذ خليل كيف تقييم دور الاعلام والدعاية في مجال الاقتصاد في اقليم كوردستان ؟**

- في الحقيقة ان دولتنا لا تقل شأنًا من الدول الاخرى . للدعاية دور خاص في تطوير الدولة والدعاية تعني شخصية او سير الدولة نحو التحضر في حال انعدامها يعني ان الدولة لم تصل الى الحضارة والتطور ولكي تصل الدولة الى التحضر يجب علينا ان نهتم بالدعاية وتعني الحصول على الاكثر والدعاية في كوردستان التي نحن بصددنا وخاصة الدعية الاقتصادية التي نتحدث عنها في الواقع ان هذه الدعاية لم تخلق تلقاء نفسها وكذلك اراء المواطنين والتجار لم

يكتمل تلقاء نفسه بل لا بد من وجود دعم وهذا الدعم يعود الى اننا  
ولسنسن طويلة استطعنا ان نطور ونكثر الدعاية ونحن وضعنا  
لانفسنا هذه الدعاية ورسمنا لها حدودها . الدعاية الاقتصادية في عهد  
النظام البعثي كانت ضمن اطار وحدود ضيق وكان يحجب عنا العالم  
ولم يكن يريد ان نعلم او نظهر كما يجب الان ومع تقدم دولتنا نحو  
دولة مستقلة وحررة نبين ان الاراء الاقتصادية والتجارية الموجودة  
في دولتنا يبشر بالخير ويجب ان نفكر في تطوير الدعاية ونحن  
كسائر البشر عندما نقوم بالدعاية لنا اهداف ومصالح خاصة وعامة  
ايضا .

### - استاذ شيركو حسب رأيكم كيف ترون مستوى الدعاية والاعلام في جانب الاقتصاد ؟

● نحن نجد الدعاية حسب المبادئ العلمية التي تطبق في العالم ففي  
كل مشروع يخصص ١٥ الى ٣٠ من ميزانية المشروع لغرض  
الدعاية وهذا يؤكد ان للدعاية دور كبير في الربح وهذا يعني ان  
للدعاية وزن وثقل في اي مشروع تنجز وبدون شك يكون لهذا  
المشروع تأثير وربح اكثر ، اذا عدنا الى بداية فلسفة الدعاية ولماذا  
ظهرت الدعاية نرى انه يكمن في الحقيقة العلمية على ان اي تغيير  
في سلوك الانسان او سلوك المستهلك يأتي من خلال تغيير القنوات  
والاراء بمعنى اخر اذا اردت ان اشترى سلعا ولا اشترى سلعا اخر  
يجب ان يتغير قناعاتي وفهمي لهذا السلعة ولهذا عندما اريد ان  
اشترى قلما ولا اشترى غيره قناعتى هي ان هذا القلم هو احسن او  
ارخص او يلبي احتياجاتي وليس لاني اتخذت قرارا ، ولهذا ان صنع  
قرار الشراء لدى المستهلك عملية فلسفية خاصة يقال له تأثير الدعاية  
عليه يعني الى اي مدى يؤثر هذا على المستهلك اليوم نجد ان الدعاية  
استطاعت ان يجني الفائدة للشركات بشكل يصرفون ويخصصون  
اعلى مستوى التكنولوجيا والتطور الى درجة يستطيع الحصول على  
اعلى مستوى الربح لكل البضاعة التجارية هكذا نستطيع ان نقول ان  
الدعاية لها تأثير مباشر على التبضع وتسويق البضائع وتجعل من  
الناس ان ينفقوا اموالهم من اجل الحصول على البضاعة ومن جانب  
اخر للدعاية اثر مباشر على ذوق المستهلك ويجعل من المستهلك ان  
يقنع بالبضاعة ويميل اليها ويحب شيأ ولا يحب شيء اخر وذلك كي  
يشترى وينفق امواله من اجلها وهكذا نصل الى القناعة ان الدعاية  
تستطيع ان تجعل من بضاعة رديئة بضاعة جيدة ويسوق اكبر كمية

منها وتجعل من المستهلك ان يقتنع بالبضاعة وفي النهاية يشتريها وكذلك بالعكس وعكذا نجد ان للدعاية اثر واضح على عملية البيع والشراء وكذلك العرض والطلب وكذلك خلق التضخم ( Inflation Rate ) وغلاء السوق ويبين لنا هنا الى ان الدعاية تغد من اهم المؤثرات البارزة في تغيير ذوق المستهلك واحتياجاته وتعتبر من اقوى العوامل المؤثرة في الاوساط الاقتصادية في المجتمعات .

**س٢ / السيد خليل حسب تقدير اترك وخبراتك في هذا المجال كيف ترى الدعاية الاقتصادية في كردستان ؟**

- انا اراه جيدا وامامنا مجال كبير ونأمل ان نوسعه اكثر في كردستان ونجزه على اسس علمية ونحن سعداء بالدعايات التي تجري في كردستان لانها تنظم على الدراية والمعرفة وخاصة نجد الناس قد تعود ان لا يخفي اموالهم بصرفه في اقيصاد كردستان وانا سعيد لان التجار والناس استطاعوا ان يملكو اموالهم ويصرفونه في الدعاية والعلان في خدمة اقتصاد كردستانمن الواضح في السنوات الماضية ان اقتصاد البلاد كان مرتبطا بمجموعة من المسائل ومن اهمها اننا لم نكن بوابة للتطوير والاستثمار الاقتصادي والان لدينا كثير من المنافذ مثلا في السابق التلفون والموبايل لم يكن موجودين والطريق الى الخارج لم يكن موجودا والان بدل مطار واحد لدينا عدة مطارات وبدلا من طريق لدينا العديد من الطرق لربط اقتصاد كردستان باقتصاد العالم والدول الاخرى .لذا انا ارى ان نشجع الناس اكثر وخاصة من قبل حكومة اقليم كردستان لكي يمهّد الطريق وتساند التجار لاجل تطوير اقتصاد كردستان.

**- استاذ شيركو كيف ترى مستوى الدعاية والاعلان في اقتصاد اقليم كردستان ؟**

- يجب ان ننظر الى بمنظار الماضي بمعنى انه يجب ان نبدأ من الماضي حيث التغيير الكبير الذي طرأ في النظام الاشتراكي نحو نظام السوق الحرة المرحلة التي تمت فيها حيث كان النظام السابق ذو فضاء مغلق وطريق واحد وعلاج واحد ونظرة واحدة وتحول الى طرق متعددة نحو سوق حرة ومستقبل والذي نعيش فيه الان بمعنى سوق حرة ونظام مفتوح لم يكن في السابق وجود للدعاية في النظام المركزي البعثي السابق لان كل الاشياء والقرارات كانت مركزية ولكن بعد انتفاضة كردستان في عام ١٩٩١ وبعدها الى سقوط النظام السابق في بغداد عام ٢٠٠٣ واضح انه طرأ تغييرات كبيرة في

المنطقة وحصل نوع من النمو الاقتصادي نقدر ان نفييم الدعاية حسب قناعتني في اقليم كوردستان والذي يتضامن مع تطور القضاء الخاص ومن اجل ذلك يتبين ان للدعاية دور بارز في الصعود نحو القمة وتعيش في نمو جيد ويتضامن هذا النمو مع النمو وازدهار اقتصاد اقليم كوردستان لذا مع ازدهار القطاع الخاص في الاقليم طرأت تطورات على الدعاية ونظام الدعاية وتقنيات وابداعات الدعاية لانه اذا اراد مستثمر او منتج تقديم خدماته او بيع سلعة فان نظام التسويق والتسويق لا يتم بدون دعاية لذا لايمكن للقطاع الخاص والسوق الحرة العمل بدون دعاية مناسبة ولهذا السبب تم انشاء شركات او مكاتب خاصة للدعاية ويتجه نحو الازدهار لانه من الضروري للمعاملات التجارية . من هنا اقول ان الدعاية في اقليم كوردستان قد ازدهرت بشكل ملحوظ ولكن ليس بمستوى المطلوب لانه لو نظرنا الى تخصيصات المستثمرين مهما كان شركات او مستثمر مفرد او تاجر مفرد كم خصص للدعاية لمشروعه الجديد نرى بان المبلغ المخصص للدعاية لمشروعه قليل وليس بالشكل المطلوب لان ثقافة الدعاية لدى المستثمرين والتجار ليس بمستوى المطلوب لم يفهموا بعد كم هو دور الدعاية في نشر وتوزيع البضاعة وزيادة دخلهم وذلك لان المشتثمرين والتجار لم يتموا اعمالهم بشكل علمي وليسوا بالشكل المطلوب . من جهة اخرى بأن تكنولوجيا الدعاية ليس بمستوى المطلوب لذا من الناحية التقنية والتكنيكية والبحث العلمي وايجاد طرق لزيادة الدخل من خلال التخصيصات والميزانية المخصصة من قبل المستثمر او التاجر للدعاية في مشاريعهم نرى بانها قليلة ونجد بأن الثقافة الدعائية ليست بالشكل المطلوب اقول على المستثمر او التاجر زيادة التخصيصات والميزانية المحضضة للدعاية وذلك لترويج البضاعة وزيادة دخله من الربح وذلك من خلال استخدام طريقة علمية وتكنيكية متطورة.

**س٣/ السيد خليل ما هي المشاكل التي ترونها عائقة امام الدعاية  
واعلام قوي حول اقتصاد اقليم كوردستان ؟**

- المشاكل والعوائق التنب تعرقل الدعاية في نظري هو الخوف ، ويعود هذا الخوف الى قلة المعرفة لدى شعب كوردستان في مجال الاقتصاد والدعاية الاقتصادية واذا تجاوزنا هذا الخوف فأنا متأكد باننا سنصل الى مستوى الدول المتقدمة في الدعاية الاقتصادية و نموها .

## س/ من ماذا هذا الخوف ؟

\* على سبيل المثال كنا نرى في السابق ما كان يريد المستثمر استثمار امواله في التجارة ولكن الان فافتح قي التجارة وان هذه التجارة وان هذه التجارة يجب كسر حاجز الخوف في الوقت الذي كانت اموالنا في البيت او في الخارج او في اي مكان كانت لم تكن تصرف في الدعاية والدعاية الاقتصادية اما الان فان الدعاية الاقتصادية منفتحة ولكنها بنسبة ضئيلة ولم تصل الى الحد المطلوب .

لو تحدثنا عن الدعاية نجد بأن الدعاية في الدول المتقدمة نرى شركة مستثمرة تقيم معرضا وتصرف ملايين الدولارات وذلك لابرار اسم الشركة والدعاية لها . نحن في كوردستان لدينا طرق كثيرة لنعرف انفسنا منها اجهزة الاعلام بشكل عام والانترنت والمجلات لو قمنا بصرف نسبة مئوية قليلة فهذه دعاية زائدة لنا واننا نريد توصيل ما نبغيه للناس على سبيل المثال لو ان هناك شركة او مطعم في منطقة ما او شارع ما فأنا اهل المنطقة يعلمون بوجوده في اي مكان هو ولكن لو اضغنا الدعاية واعلنا عنه في اماكن عدة لذا يكون بمقدور اهل المحافظة ان يعلموا اين يقع هذا المطعم .

## - استاذ شيركو ما هي مشاكل الدعاية والاعلام القوي في اقليم كوردستان ؟

- في الحقيقة لو امعنا النظر في اقتصاد اقليم كوردستان و دور الدعاية احدى هذه المشاكل التي تعرقل المسيرة التغيرات في ذوق المستهلك يعني المواطن او المستهلك يطلب يوميا شيئا معيناً ويطلب الجديد باستمرار هذه بحد ذاته مشكلة التي تكون في تماس مع الدعاية طبعا هناك اجهزة دعاية قوية في الدول المتقدمة التي تحس بهذه التغيرات والتي هي مستحبة من قبل المستهلك وتضع لها برنامج محكم ولكن عندنا لان لا توجد اجهزة دعاية قوية لا يمكن مع التغيرات ومطالب المستهلك لذا نرى بانها تتراجع او اي الدعاية تقليدية او كلاسيكية او غير متطورة احدى المشاكل الاخرى هي وللأسف المستثمرين والتجار فلدينا بقدر ما يخصصون الاموال في التجارة لا يخصصون اموالا في الانتاج والمجال الصناعي ولا يعلمون في المجالات التجارية الاخرى وهذا يؤدي الى استيراد السلع من الدول الاخرى او نقل السلع من بلادنا الى بلاد اخرى وهذا يؤدي الى بان المستثمر يأتي يوميا بنوع من انواع السلع او نوع من انواع الانتاج الخارجي يقبل على اقليم كوردستان وهذا يؤدي بالمستثمر او التاجر ليتجه الى

صرف بضاعته اكثر مما هو يتجه الى الدعاية لبضاعته من الممكن ان يكون هو المستثمر اي صاحب المال او لا تكون البضاعة لاناس يقوم هو بتصريفه او ارسالها الى دولة اخرى عبر اقليم كردستان وهذه اصبحت مشكلة كبيرة تواجه الدعاية وان المستثمر بقدر ما هو منشغل بالتجارة او الربح لم يشغل نفسه بمؤسسات طويلة الامد يعني ثلاثة اعوام قادمة يجب الدعاية لانتاج اقليم كردستان بمعنى ان من اهم المشاكل التي تواجه الدعاية في اقليم كردستان هي لو تمت الدعاية فأنها نعمل للدعاية للسلع المستوردة ولا يتم اتلادعاية للمنتوجات الوطنية وايضا لخدمة اقتصاد مناطق خارج اقليم كردستان التي هي بحد ذاتها مشكلة ايضا نوع من انواع الضعف او الاساس باهمية الدعاية من قبل المجتمع والرأسماليين يكون واضحا ،المجتمع ينظر بانه من السهل تغيير القناعات والتي في الدول المتقدمة ليست هكذا بمعنى ان المجتمع في المراحل الابتدائية في التعامل مع الدعاية في الوقت الذي ينظر ان هذه الدعاية معمولة بشكل جيد او في مستوى متقدم يقتنع به فورا في حست ان هذه السلعة ليست بمستوى الدعاية المعمول لها لان المواطن والمسؤول يستسلم و بسرعة للدعاية لماذا ؟ لان المجتمع في المرحلة الابتدائية ولكن في الدول المتقدمة ليست هكذا لا يستسلم الكواطن بسهولة للدعاية في الوقت نفسه يتأكد من حقيقة و صلب السلعة التي يتم الدعاية لها لانه ممارس وواعي ويغلم ان الدعاية المعمولة الى اي حد صحيحة او لا ، وعلى هذا الاساس يصدر قراره الاقتصادي وكيف يصرف امواله نقطة اخرى من النقاط الضعيفة للاسف عدم وجود مؤسسات و معاهد مختصة لحد الان لتعلم الناس الدعاية والذين يعملون في هذا المجال لم يدرسوا الاسس العلمية للدعاية ولم يدخلوا اية دورات وانما كلها تأتي عن طريق السرقة واقتارهم الشخصية ووصلوا الى هذا المستوى الذي قلنا عنه جيد ولكن ليس بمستوى الطموح لانها تحتاج الى مؤسسات مختصة وتحتاج ايضا الى فنون الدعاية وتقنيات واجهزة وكومبيوتر وتكنولوجيا متقدم .

النقطة الاخيرة في قناعاتي من اهم النقاط المعرقلة للدعاية المتقدمة في اقليم كردستان عدم وجود قانون للدعاية في الاقليم يعني على سبيل المثال اذا اراد مستثمر او تاجر في الترويج لبضاعة معينة يقوم بدعاية غير صحيحة وغير قانونية وبعد ذلك تظهر بأن البضاعة ليست كما هي ، ليس هناك قانون يحاسبه ومن الضروري

جدا مناقشة موضوع الدعاية لمن الحق في عمل الدعاية ؟ وحدودها ؟ هل هي محدودة ام هي بلا حدود واذا كانت الدعاية صحيحة ومطابقة للسلعة ماذا يجني من ورائها ؟ واذا كانت غير صحيحة ما هي العقوبة الموجهة لصاحب الدعاية ؟ هذه كلها تجتمع الاضافات لتكون قانونا واضحا او صريحا يعتمد عليه .

#### س ٤ / استاذ خليل ماهي الحلول المناسبة للعقبات التي تواجه الدعاية ؟

- الحلول تكمن في زيادة الممارسة و زيادة الثقة بالنفس نحن ككورد لم تكن لدينا تجارب كثيرة لذلك ليس من السهل في عدة سنوات نصل الى مستوى متقدم خصوصا التجار يجب عليهم جمع المعلومات الكثيرة لترويج الدعاية اذا حاولنا التعامل بصدق مع الناس انذاك يثق الناس اكثر بالدعاية و يعتقد بأنها صادقة في النهاية الذين يشتركون في الدعاية يجب ان يكونو اناس ممارسين .

#### - استاذ شيركو كيف نقدر وبأي طريقة نتغلب على العوائق التي تواجه الدعاية في اقليم كوردستان ؟

- ابدأ من المستهلك لان الوضع متوقف على المستهلك هو الذي يشتري السلعة ويصرف المال وتوعية المستهلك حول الدعاية شيء في غاية الاهمية ويسمى من الناحية العلمية ( بترشيد الاستهلاك ) بمعنى ان يكون واضحا امام المستهلك الاساليب المتلوية للدعاية لان المستثمر يدفع اموالا طائلة في سبيل الدعاية وفي حال عدم اقناع المستهلك بالبضاعة يضطر المستثمر الى صرف اموال اكثر وذلك لا قناع المستهلك لشراء بضاعته لذا تنبيه المستهلك الى الاعيب الدعاية ضروري جدا اذا كان المستهلك منتبها في الشراء والتعامل مع السوق فهذا جيد واذا كان العكس فيقوم بشراء السلع باي شكل من الاشكال وبدون اي برامج ويتم تحيل عليه بسهولة نتيجة ذلك تكون الاسعار مرتفعة ويؤدي الى التضخم Inflation Rate من الناحية الثانية ان اهمية الدعاية تكمن في توضيح المستثمر للدعاية باي شكل من الاشكال واسوة بالمستثمرين الاجانب عسى ان يدخلو دورات تعليمية كيف يصبحون مستثمرين ناجحين كيف يعقدون صفقات تجارية ناجحة وكيف تكون مديرا اقتصاديا ناجحا وكيف تدير شركة تجارية بنجاح هذه تتم من خلال الدورات و اجهزة مختصة ومن جهة اخرى حبذا لو كان هناك رغبة لدى المستثمرين لتطوير فابلياتهم او استحداث دوائر و اجهزة مختصة في هذا المجال وذلك لاستيعاب القدرات والطاقات التي العمل في مجال الدعاية لان

الدعاية واحدة من الاسباب التي تكمن في تطور المجتمع . في الختام نتمنى معالجة هذه الحالة من هلال ايجاد قانون واضح و صريح و مصيري في هذا المجال هذا لو استحدث قانون جديد ولم يتم التعامل مع القانون القديم في الدعاية و ذلك يكون هذا التطور يحتاج الى السيطرة قانونية لا يمكن التحيل على المستهلك وتنبهه ولا يكون هم المستثمر الربح فقط بل الربح وتطوير الخدمات المقدمة الى المستهلك .

## ● البث /

<u>ساعة</u>	<u>تاريخ البث</u>	<u>الاذاعة</u>	<u>محافظة</u>
٤,٠٠ مساء	٢٥ / ٨ / ٢٠٠٦	مئة لبة ندي سي ( PUK )	- اربيل
١٠,٠٠ صباحا	٢٠ / ٨ / ٢٠٠٦	زة حمات كيشان	- سلیمانية
٦,٣٠ مساء	٢٣ / ٨ / ٢٠٠٦	دة نكي بادينان	- دهوك
١٠,١٥ صباحا	٢٧ / ٨ / ٢٠٠٦	زاري كرمانج	- سوران
٤,٠٠ مساء	٢٦ / ٨ / ٢٠٠٦	دة نكي ية كرتوو	- كركوك
١٠,٣٠ صباحا	٢٩ / ١٠ / ٢٠٠٦	دة نكي نوي	- حلبجة