

مجلة جامعة البعث

سلسلة العلوم الاقتصادية



مجلة علمية محكمة دورية

المجلد 43 . العدد 35

1442 هـ . 2021 م

الأستاذ الدكتور عبد الباسط الخطيب

رئيس جامعة البعث

المدير المسؤول عن المجلة

رئيس هيئة التحرير	أ. د. ناصر سعد الدين
رئيس التحرير	أ. د. هائل الطالب

مديرة مكتب مجلة جامعة البعث

بشرى مصطفى

عضو هيئة التحرير	د. محمد هلال
عضو هيئة التحرير	د. فهد شريباتي
عضو هيئة التحرير	د. معن سلامة
عضو هيئة التحرير	د. جمال العلي
عضو هيئة التحرير	د. عباد كاسوحة
عضو هيئة التحرير	د. محمود عامر
عضو هيئة التحرير	د. أحمد الحسن
عضو هيئة التحرير	د. سونيا عطية
عضو هيئة التحرير	د. ريم ديب
عضو هيئة التحرير	د. حسن مشرقي
عضو هيئة التحرير	د. هيثم حسن
عضو هيئة التحرير	د. نزار عبشي

تهدف المجلة إلى نشر البحوث العلمية الأصيلة، ويمكن للراغبين في طلبها

الاتصال بالعنوان التالي:

رئيس تحرير مجلة جامعة البعث

سورية . حمص . جامعة البعث . الإدارة المركزية . ص . ب (77)

. هاتف / فاكس : 963 31 2138071 ++

. موقع الإنترنت : www.albaath-univ.edu.sy

. البريد الإلكتروني : [magazine@ albaath-univ.edu.sy](mailto:magazine@albaath-univ.edu.sy)

ISSN: 1022-467X

قيمة العدد الواحد : 100 ل.س داخل القطر العربي السوري

25 دولاراً أمريكياً خارج القطر العربي السوري

قيمة الاشتراك السنوي : 1000 ل.س للعموم

500 ل.س لأعضاء الهيئة التدريسية والطلاب

250 دولاراً أمريكياً خارج القطر العربي السوري

توجه الطلبات الخاصة بالاشتراك في المجلة إلى العنوان المبين أعلاه.
يرسل المبلغ المطلوب من خارج القطر بالدولارات الأمريكية بموجب شيكات

باسم جامعة البعث.

تضاف نسبة 50% إذا كان الاشتراك أكثر من نسخة.

شروط النشر في مجلة جامعة البعث

الأوراق المطلوبة:

- 2 نسخة ورقية من البحث بدون اسم الباحث / الكلية / الجامعة) + CD / word من البحث منسق حسب شروط المجلة.
 - طابع بحث علمي + طابع نقابة معلمين.
 - إذا كان الباحث طالب دراسات عليا:
يجب إرفاق قرار تسجيل الدكتوراه / ماجستير + كتاب من الدكتور المشرف بموافقة على النشر في المجلة.
 - إذا كان الباحث عضو هيئة تدريسية:
يجب إرفاق قرار المجلس المختص بإنجاز البحث أو قرار قسم بالموافقة على اعتماده حسب الحال.
 - إذا كان الباحث عضو هيئة تدريسية من خارج جامعة البعث :
يجب إحضار كتاب من عمادة كليته تثبت أنه عضو بالهيئة التدريسية و على رأس عمله حتى تاريخه.
 - إذا كان الباحث عضواً في الهيئة الفنية :
يجب إرفاق كتاب يحدد فيه مكان و زمان إجراء البحث ، وما يثبت صفته وأنه على رأس عمله.
 - يتم ترتيب البحث على النحو الآتي بالنسبة لكليات (العلوم الطبية والهندسية والأساسية والتطبيقية):
عنوان البحث .. ملخص عربي و إنكليزي (كلمات مفتاحية في نهاية الملخصين).
- 1- مقدمة
 - 2- هدف البحث
 - 3- مواد وطرق البحث
 - 4- النتائج ومناقشتها .
 - 5- الاستنتاجات والتوصيات .
 - 6- المراجع.

- يتم ترتيب البحث على النحو الآتي بالنسبة لكليات (الآداب - الاقتصاد - التربية - الحقوق - السياحة - التربية الموسيقية وجميع العلوم الإنسانية):
- عنوان البحث .. ملخص عربي و إنكليزي (كلمات مفتاحية في نهاية الملخصين).
- 1. مقدمة.
- 2. مشكلة البحث وأهميته والجديد فيه.
- 3. أهداف البحث و أسئلته.
- 4. فرضيات البحث و حدوده.
- 5. مصطلحات البحث و تعريفاته الإجرائية.
- 6. الإطار النظري و الدراسات السابقة.
- 7. منهج البحث و إجراءاته.
- 8. عرض البحث و المناقشة والتحليل
- 9. نتائج البحث.
- 10. مقترحات البحث إن وجدت.
- 11. قائمة المصادر والمراجع.
- 7- يجب اعتماد الإعدادات الآتية أثناء طباعة البحث على الكمبيوتر:
 - أ- قياس الورق 25×17.5 B5.
 - ب- هوامش الصفحة: أعلى 2.54- أسفل 2.54 - يمين 2.5- يسار 2.5 سم
 - ت- رأس الصفحة 1.6 / تذييل الصفحة 1.8
 - ث- نوع الخط وقياسه: العنوان . Monotype Koufi قياس 20
- . كتابة النص Simplified Arabic قياس 13 عادي . العناوين الفرعية Simplified Arabic قياس 13 عريض.
- ج . يجب مراعاة أن يكون قياس الصور والجداول المدرجة في البحث لا يتعدى 12سم.
- 8- في حال عدم إجراء البحث وفقاً لما ورد أعلاه من إشارات فإن البحث سيهمل ولا يرد البحث إلى صاحبه.
- 9- تقديم أي بحث للنشر في المجلة يدل ضمناً على عدم نشره في أي مكان آخر، وفي حال قبول البحث للنشر في مجلة جامعة البعث يجب عدم نشره في أي مجلة أخرى.
- 10- الناشر غير مسؤول عن محتوى ما ينشر من مادة الموضوعات التي تنشر في المجلة

11- تكتب المراجع ضمن النص على الشكل التالي: [1] ثم رقم الصفحة ويفضل استخدام التهميش الإلكتروني المعمول به في نظام وورد WORD حيث يشير الرقم إلى رقم المرجع الوارد في قائمة المراجع.

تكتب جميع المراجع باللغة الانكليزية (الأحرف الرومانية) وفق التالي:

آ . إذا كان المرجع أجنبياً:

الكنية بالأحرف الكبيرة . الحرف الأول من الاسم تتبعه فاصلة . سنة النشر . وتتبعها معترضة (-) عنوان الكتاب ويوضع تحته خط وتتبعه نقطة . دار النشر وتتبعها فاصلة . الطبعة (ثانية . ثالثة) . بلد النشر وتتبعها فاصلة . عدد صفحات الكتاب وتتبعها نقطة . وفيما يلي مثال على ذلك:

-MAVRODEANUS, R1986- Flame Spectroscopy. Willy, New York, 373p.

ب . إذا كان المرجع بحثاً منشوراً في مجلة باللغة الأجنبية:

. بعد الكنية والاسم وسنة النشر يضاف عنوان البحث وتتبعه فاصلة، اسم المجلد ويوضع تحته خط وتتبعه فاصلة . المجلد والعدد (كتابة مختزلة) وبعدها فاصلة . أرقام الصفحات الخاصة بالبحث ضمن المجلة . مثال على ذلك:

BUSSE,E 1980 Organic Brain Diseases Clinical Psychiatry News , Vol. 4. 20 – 60

ج . إذا كان المرجع أو البحث منشوراً باللغة العربية فيجب تحويله إلى اللغة الإنكليزية و التقيد

بالبنود (أ و ب) ويكتب في نهاية المراجع العربية: (المراجع In Arabic)

رسوم النشر في مجلة جامعة البعث

1. دفع رسم نشر (20000) ل.س عشرون ألف ليرة سورية عن كل بحث لكل باحث يريد نشره في مجلة جامعة البعث.
2. دفع رسم نشر (50000) ل.س خمسون ألف ليرة سورية عن كل بحث للباحثين من الجامعة الخاصة والافتراضية .
3. دفع رسم نشر (200) مئتا دولار أمريكي فقط للباحثين من خارج القطر العربي السوري .
4. دفع مبلغ (3000) ل.س ثلاثة آلاف ليرة سورية رسم موافقة على النشر من كافة الباحثين.

المحتوى

الصفحة	اسم الباحث	اسم البحث
28-11	د. محمد صقر منار محمد عقول	دراسة قياسية للتنبؤ بالأرقام القياسية لأسعار المستهلك في سورية للفترة 2011-2020
70- 29	د. مطيع أسعد الشلبي	أثر تغير سعر الذهب في حجم الودائع المصرفية دراسة حالة بنك سورية الدولي الإسلامي
102-71	محمد سعد سليمان د. حسن مشرفي	دور سياحة المحميات الطبيعية في دعم البنية التحتية في سورية "دراسة ميدانية على محمية الشعرة الشرقية في محافظة طرطوس"
126-103	محمد عصام رضا د. ندى علي	أثر التسويق المؤثر عبر وسائل التواصل الاجتماعية في قرار شراء المنتجات الطبية في ظل جائحة COVID 19

168-127	د. آلاء بركة	استخدام نماذج ARCH في قياس العوامل المؤثرة في سعر البيتكوين
---------	--------------	--

دراسة قياسية للتنبؤ بالأرقام القياسية لأسعار المستهلك في سورية للفترة 2011-2020

منار محمد عقول**

الدكتور محمد صقر*

الملخص

يهدف البحث إلى تحديد النموذج الأفضل الأكثر ملائمة للتنبؤ بسلسلة الأرقام القياسية لأسعار المستهلك في سورية للمدة (كانون الثاني 2011- آب 2020). اعتمدت الباحثة على المنهج التاريخي من خلال اعتماد فترة زمنية تمتد من شهر كانون الثاني عام 2011 إلى شهر آب عام 2020 ودراستها ومعرفة اتجاهها ونموها، حيث تم تحليلها بالاعتماد على برنامج Eviews. 10 كما اتبعت الباحثة المنهج الوصفي الذي يعتمد على جمع البيانات والمعلومات التي تساعد على الوصف الدقيق للمشكلة، وتحليلها للوصول إلى نتائج دقيقة.

أظهرت النتائج أنّ متوسط الرقم القياسي للأسعار CPI خلال فترة الدراسة بلغ (591)، بينما بلغت أعلى قيمة له (2107) في الشهر الثامن من عام 2020، وأدنى قيمة له (143.71) في الشهر الأول من عام 2011، كما أنّ هناك تشتت في قيم الرقم القياسي للأسعار، حيث تتضمن فترة الدراسة الكثير من التقلبات التي انعكست في حدوث قيم متطرفة كثيرة أدت إلى تغيير شكل التوزيع الطبيعي المتناظر. كما بينت النتائج أنّ النموذج الذي يعبر عن الحركة الزمنية للرقم القياسي للأسعار يمكن صياغته كما يأتي:

$$\Delta x_t = 0.88\Delta x_t + 0.19u_{t-2} - 0.45u_{t-3} + u_t$$

الكلمات المفتاحية: الأرقام القياسية لأسعار المستهلك، منهجية بوكس وجينكنز.

* أستاذ، قسم الاقتصاد والتخطيط، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

** طالبة دراسات عليا (دكتوراه)، قسم الاقتصاد والتخطيط، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

A Standard Study to Predict Consumer Price Indices in Syria for the Period 2011-2020

Dr. Mohammad Saker¹

Manar Muhammad Akkoul²

ABSTRACT

The research aims to determine the best and most appropriate model for predicting the series of consumer price indices in Syria for the period (January 2011 - August 2020).

The researcher relied on the historical method by adopting a time period extending from January 2011 to August 2020, studying it and knowing its direction and growth, as it was analyzed based on the Eviews 10 program. The researcher also followed the descriptive approach, which depends on collecting data and information that help in the accurate description of the problem, and analyzing it to reach accurate results.

The results showed that the average CPI price index during the study period amounted to (591), while its highest value reached (2107) in the eighth month of 2020, and its lowest value (143.71) in the first month of 2011. There is also a dispersion in the values of the price index, as the study period includes a lot of fluctuations that were reflected in the occurrence of many extreme values that changed the shape of the symmetrical normal distribution.

The results also showed that the model that expresses the time movement of the price index can be formulated as follows:

$$\Delta x_t = 0.88\Delta x_t + 0.19u_{t-2} - 0.45u_{t-3} + u_t$$

¹- Professor, Department of Economics and Planning, Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria.

²- PhD, Department of Economics and Planning, Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria.

Keywords: Consumer Price Indices, Box and Jenkins Methodology.

المقدمة:

يُعدّ الرقم القياسي لأسعار المستهلك أحد أهم المؤشرات الإحصائية التي تشكل مدخلاً مهماً في التخطيط والبحوث في مختلف المجالات، وتحرص مراكز الإحصاء في مختلف دول العالم على تركيب هذه الأرقام التي تعتمد على أسعار سلة من السلع والخدمات التي يستهلكها القطاع العائلي، وتشكل الأرقام القياسية المحتسبة سلسلة زمنية لقياس التغير الذي يطرأ على تكاليف المعيشة عبر الزمن. كما يعد الرقم القياسي لأسعار المستهلك من أكثر مقاييس التضخم انتشاراً، وهو يقيس مؤشر أسعار المستهلك لشراء سلة من السلع والخدمات اليومية في أوقات مختلفة عن طريق تقييم كل سعر وفقاً للأهمية الاقتصادية للسلعة المعنية، ويتم احتسابه عن طريق إعطاء وزناً لكل سلعة يتناسب مع أهميتها بالنسبة لميزانية نفقات الأسرة، ويتحدد هذا الوزن مع مجموع أنفاق المستهلكين على تلك السلعة (شنيش، 2013، ص 241).

تتعدد الأساليب المستخدمة في تحليل السلاسل الزمنية، ومن أهمها النماذج التي وضعت من قبل العاملين بوكس وجينكنز عام 1970، والتي تعتبر طفرة نوعية في تحليل البيانات من خلال وضع منهجية في دراسة وتحليل نماذج الانحدار الذاتي - الأوساط المتكاملة ويرمز لها $ARIMA(p,d,q)$ وهو الأسلوب الذي سيتم استخدامه في البحث الحالي لغرض إيجاد النموذج الأنسب للتنبؤ بالأرقام القياسية لأسعار المستهلك في سورية خلال المدة (كانون الثاني 2011 - آب 2020).

مشكلة البحث:

تُعدّ عملية التخطيط من بين أهم أسباب تطور الأمم، والتخطيط الجيد هو الذي يعتمد على الأساليب العلمية والإحصائية، لذلك تكمن مشكلة البحث في ضرورة إيجاد أسلوب مناسب لغرض التنبؤ بالأرقام القياسية لأرقام المستهلك في سورية، يُستخدم في وضع خطط مستقبلية من قبل صانعي القرار؟

ويمكن تحديد مشكلة البحث في التساؤل الآتي: ما النموذج الأمثل للتنبؤ بالأرقام القياسية لأسعار المستهلك في سورية خلال المدة (كانون الثاني 2011 - آب 2020).

أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث في إجراء دراسة قياسية لتطور الأرقام القياسية لأسعار المستهلك في سورية، يتم من خلالها بناء أفضل نموذج يستخدم للتنبؤ بالرقم القياسي لأسعار المستهلك، حيث يوفر دراسة وتحليل الأرقام القياسية لأسعار المستهلك مؤشرات هامة ذات علاقة وطيدة بنفقات الأسرة وتكاليف المعيشة، فالرقم القياسي لأسعار المستهلك أصبح مؤشر يُعتمد عليه في دراسة مستويات غلاء المعيشة ومستويات التضخم والانحسار الاقتصادي.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحديد النموذج الأفضل الأكثر ملائمة للتنبؤ بسلسلة الأرقام القياسية لأسعار المستهلك في سورية للمدة (كانون الثاني 2011 - آب 2020).

فرضيات البحث:

ينطلق البحث من الفرضية الرئيسية الآتية: تتطور معدلات الأرقام القياسية لأسعار المستهلك بصورة متزايدة مع الزمن خلال الفترة (كانون الثاني 2011 - آب 2020).

منهجية البحث:

اعتمدت الباحثة على المنهج التاريخي من خلال اعتماد فترة زمنية تمتد من شهر كانون الثاني عام 2011 إلى شهر آب عام 2020 ودراستها ومعرفة اتجاهها ونموها. كما اتبعت الباحثة المنهج الوصفي الذي يعتمد على جمع البيانات والمعلومات التي تساعد على الوصف الدقيق للمشكلة، وتحليلها للوصول إلى نتائج دقيقة.

أما فيما يخص أدوات البحث فقد اعتمدت الباحثة على مجموعة من الكتب والدوريات، بالإضافة إلى المجموعات الإحصائية الصادرة عن المكتب المركزي للإحصاء، والتي تتضمن بيانات شهرية عن معدلات الأرقام القياسية لأسعار المستهلك خلال الفترة

المدروسة، ثم تحليل هذه البيانات بالاعتماد على برنامج Eviews. 10

الدراسات السابقة:

1- دراسة (Josheski, 2011) بعنوان: تحليل العلاقة السببية بين الأجور والأسعار في المملكة المتحدة.

Causal relationship between Wages and Prices in UK

هدفت الدراسة إلى اختبار العلاقة بين الأجور والأسعار في المملكة المتحدة، وكان من أهم نتائج الدراسة حسب تحليل (OLS) ordinary least squares أنّ العلاقة بين الأسعار والأجور موجبة، وأنّ الإنتاجية غير معنوية في تحديد الأسعار أو الأجور، وتبين من نموذج تصحيح الخطأ (VECM) Vector Error Correction Model أنه إذا ازداد لوغاريتم الأجور 1% فإنّ لوغاريتم الأسعار من المتوقع أن يزداد بنسبة 5.24%، أي أنّ زيادة الأجور بنسبة 1% ستحفز زيادة الأسعار بنسبة 5.24%، وبين اختبار سببية -غرانجر أنّ الأجور الحقيقية فق تؤثر على الرقم القياسي لأسعار المستهلك CPI، وأنّ هذه العلاقة باتجاه واحد، أي أنّ الأسعار لا تؤثر في الأجور حسب النموذج المستخدم.

2- دراسة (ناظم وحמיד، 2013) بعنوان: دراسة وتحليل مستوى التذبذب للتضخم في أرقام القياسية بالاعتماد على السلاسل الزمنية ARIMA مقرونة مع نماذج الشبكات العصبية الاصطناعية ANN. ANNM.

هدفت الدراسة إلى دراسة نسبة التغير في التضخم للأسعار والتنبؤ بها لأخذها بالحسبان عند وضع الخطط المستقبلية، وإيجاد الأنموذج الإحصائي المناسب للتنبؤ بنسبة تغير تضخم الأسعار الشهرية. استعملت السلاسل الزمنية بإتباع منهجية أنموذج بوكس-جنكيز للتحليل، وهي: التشخيص، التقدير، اختبار ملائمة الأنموذج المشخص، التنبؤ (المستقبلي)، ومن ثمّ استعملت طريقة الشبكة العصبية الاصطناعية لتكامل التحليل الإحصائي من ناحية الاستعمال العملي والعلمي في التطبيقات الاقتصادية والتنموية. توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أنّ البيانات الغير منتظمة ذات الطابع الفصلي أو المتكرر عبر الزمن لكن غير مستقرة بالوسط الحسابي مثل سلوك التضخم فبالإمكان معالجتها بإحدى طرق الذكاء الاصطناعي والتي لا تحتاج إلى أنموذج مسبق.

3- دراسة (عكروش وآخرون، 2017) بعنوان: استخدام سلاسل ماركوف في دراسة تغيرات الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين في سورية.

هدفت الدراسة إلى التنبؤ بالأرقام القياسية لأسعار المستهلك ل: (الأغذية، والملابس، والأحذية، والاتصالات، والنقل، والصحة، والتعليم، وسكن ومياه وكهرباء)، وذلك باستخدام

مصفوفة ماركوف في التقدير، بالاعتماد على بيانات شهرية أخذت من المكتب المركزي للإحصاء في سورية خلال الفترة (2010/1/1، 2011/12/31)، حيث تم تحليل النتائج من خلال حساب شعاع احتمالات الوضعيات (الحالات) في اللحظة $t_0=2010$ ، واستخدامه مع مصفوفة الاحتمالات الانتقالية للتنبؤ بشعاع احتمالات الوضعيات على المدى الطويل والقصير لمعرفة الاتجاه الذي ستسلكه الأرقام القياسية في المستقبل، وكان من أهم نتائج الدراسة عدم ثبات شعاع الاحتمالات الانتقالية للوضعيات (ارتفاع، انخفاض، استقرار) أثناء فترة التنبؤ، كذلك الأمر بالنسبة لمصفوفة الاحتمالات الانتقالية.

4- دراسة (أبو عساف وآخرون، 2017) بعنوان: دراسة تحليلية للأرقام القياسية لأسعار المستهلك في سورية وفقاً لمنهجية التحليل العنقودي.

هدفت الدراسة إلى إجراء مقارنة تحليلية للأرقام القياسية لأسعار المستهلك في سورية، لتحديد مدى التقارب والتباعد فيما بينها باستخدام أسلوب التحليل الهرمي العنقودي، وذلك لإيجاد مصفوفة القرابة التي تعتمد على حساب مربع المسافة الإقليدية بين الوحدات المدروسة، وفقاً للمحافظات وأشهر السنة والمجاميع السلعية لعام 2014 ومقارنتها بعام 2010، وتمّ التوصل إلى أنّ هناك (10) محافظات شكلت العنقود الأول، وبدل ذلك على تجانس هذه الأرقام فيما بين هذه المحافظات، بينما توزعت الأشهر على أربعة عناقيد، وهو ما يدل على عدم تجانس الأرقام القياسية لأسعار المستهلك بين الشهر، في حين أنّ تسعة من المجاميع السلعية والخدمية قد تركزت في عنقود واحد، مما يدل على التجانس لهذه المجاميع.

5- دراسة (العلي، 2019) بعنوان: تخطيط دخل الأسرة السورية في مدينة حمص باستخدام الرقم القياسي لنفقة المعيشة قبل الأزمة وأثناءها.

هدفت الدراسة إلى دراسة التغيرات التي طرأت على مستويات الإنفاق للأسر السورية في مدينة حمص ومستواهم المعيشي خلال أعوام الأزمة السورية، وذلك باستخدام أحد أساليب التحليل القياسي، وهو الرقم القياسي التجميعي البسيط، وأجريت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة مؤلفة من (250) أسرة اختيرت بشكل عشوائي من أسواق وأحياء مدينة حمص. وشملت الدراسة ثلاث نقاط أساسية، وهي تغيير مستوى الدخل والإنفاق (الكلي

والغذائي) بين عامي 2010 و2016، بالإضافة للرقم القياسي لنفقة المعيشة لعام 2016 على اعتبار عام 2010 سنة أساس، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أنّ الرقم القياسي لنفقة المعيشة (أسعار المستهلك) بحسب العينة المدروسة بلغ 732.05%. بعد استطلاع مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت الرقم القياسي لأسعار المستهلك، تتميز الدراسة الحالية بأنها إدراء دراسة قياسية لتطور الأرقام القياسية لأسعار المستهلك لسلسلة زمنية شهرية تمتد من شهر كانون الثاني 2011 حتى أب 2020، يتم من خلالها تحديد النموذج الأمثل للتنبؤ بالأرقام القياسية لأسعار المستهلك.

النتائج والمناقشة:

يُعرّف الرقم القياسي بأنه: أداة إحصائية لقياس التغير النسبي في قيم أي ظاهرة أو مجموعة من الظواهر من زمان لآخر، أو من مكان لآخر، وتُعرف المدة التي يتم المقارنة معها بمدة الأساس والمدة التي يتم المقارنة معها بمدة المقارنة (شومان، 2009). أما السلاسل الزمنية فهي مجموعة من المشاهدات التي تتولد على التوالي خلال الزمن، أو ه مجموعة من المشاهدات المرتبطة مع بعضها ويتم تسجيلها في فترات متعاقبة لظاهرة ما، ووثقت في مدد زمنية ماضية متتالية، وغالباً ما تكون هذه الفترات منتظمة ويمكن أن تكون هذه المشاهدات بيانات أساسية أو أرقاماً قياسية نتجت عنه، وتتميز أية سلسلة زمنية يأنّ بياناتها مرتبة بالنسبة للزمن، وأنّ المشاهدات المتتالية غالباً ما تكون غير مستقلة، أي تعتمد على بعضها البعض، وسيستغل عدم الاستقلال في التوصل إلى تنبؤات موثوق بها (العامري وحبيب، 2009).

يُعدّ موضوع تحليل السلاسل الزمنية من المواضيع الإحصائية المهمة التي تعرف سلوك الظواهر وتفسيرها عبر حقب زمنية محددة، ويشترط أن تكون السلسلة الزمنية مستقرة، أي أنّ خصائصها الرياضية والإحصائية لا تعتمد على الزمن، ويبقى هذا الشرط مهماً نظراً لأنّ أغلب الظواهر لها سلوك غير مستقر.

ويبدأ تحليل السلسلة الزمنية بمرحلة التشخيص للنموذج الملائم للبيانات، أي تحديد متغيرات النموذج والشكل الرياضي له، أي صياغة العلاقة الرياضية، تليها مرحلة تقدير

معلومات النموذج وطرائق إيجاد المعلمات، ومن ثمّ مرحلة الاختبار والتدقيق (إيجاد معاملات التحديد واختبارات المعوية)، لنصل إلى المرحلة الأخيرة، وهي مرحلة التنبؤ (تقييم النموذج)، أي إيجاد القيم المستقبلية للمتغيرات المعتمدة.

قدم العالمان بوكس وجنكيز في عام 1970 منهجية حديثة تعتبر بداية حقيقية لتحليل السلاسل الزمنية فكانت سبباً للتطور الهائل في هذا المجال، وهذه المنهجية لا تشترط الاستقلال بين قيم السلسلة بل على العكس فإنها تستغل نمط الارتباط بين المشاهدات في عملية النمذجة، والتنبؤ، ومنها نحصل على مدد ثقة عالية الدقة للقيم المستقبلية لذا يمكن اعتبارها نظاماً كاملاً موثقاً به.

وقد اعتمد العالمان بوكس وجنكيز على نموذجي الانحدار الذاتي AR والأوساط المتحركة MA ومن ثمّ النماذج المختلطة ARMA ويتم تقدير معالم النموذج بالاعتماد على قيم السلسلة الزمنية لا سيما التي تجعل أخطاء التنبؤ أقل ما يمكن، ويستخدم في هذه الطريقة عدد من المؤشرات والتي تجعل الباحث قادراً على الحكم فيما إذا كان النموذج ملائماً أم لا، فإذا كان النموذج ملائماً فإنه يستخدم مباشرة في التنبؤ، أما إذا لم يكن كذلك فإنّ هذه الطريقة توفر للباحث كيفية الحصول على النموذج الملائم.

تمّ في هذا البحث دراسة تطور الرقم القياسي لأسعار المستهلك خلال فترة الدراسة، والتي تمتد من شهر كانون الثاني لعام 2011 إلى شهر آب من عام 2020، سيتم بداية عرض الإحصاءات الصفية، ومن ثمّ سيتم دراسة دينامية المتغيرات عبر الزمن، تمهيداً لبناء النموذج المطلوب.

1- الإحصاءات الوصفية للرقم القياسي لأسعار المستهلك:

الجدول (1) الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة

OBS	JB Normality	SD	Min	Max	Median	Mean	الرمز
116	0.000	385.51	143.71	2107	495.99	591	CPI

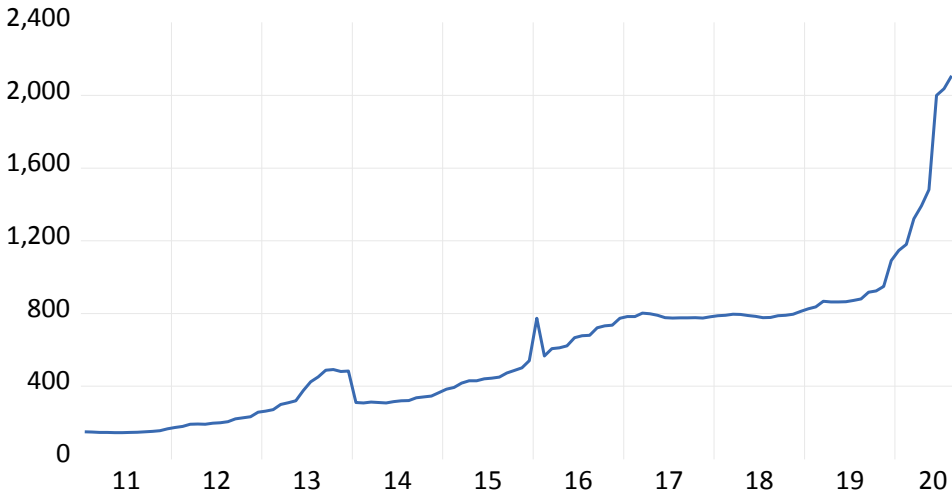
يبين الجدول رقم (1) أنّ متوسط الرقم القياسي لأسعار CPI خلال فترة الدراسة بلغ (591)، بينما بلغت أعلى قيمه له (2107) في الشهر الثامن من عام 2020، وأدنى قيمة له (143.71) في الشهر الأول من عام 2011.

كما نلاحظ أنّ هناك تشتت في قيم الرقم القياسي للأسعار، وهذا ما تبينه قيمة الانحراف المعياري، حيث بلغت $SD = 385.51$ وبالنظر لاحتمالية اختبار التوزيع الطبيعي Jarque Bera JB يتبين أنّها أقل من 0.05، وبالتالي فإنّ الرقم القياسي لأسعار المستهلك خلال فترة الدراسة لا يخضع للتوزيع الطبيعي، وهذا مرده إلى فترة الدراسة التي تضمن الكثير من التقلبات التي انعكست في حدوث قيم متطرفة كثيرة أدت إلى تغيير شكل التوزيع الطبيعي المتناظر. في إطار الدراسة الحالية، وخاصةً في مرحلة تقدير النموذج تمّ اختبار خضوع البواقي الناتجة عن النماذج للتوزيع الطبيعي، والذي يعتبر من الشروط الأهم لدراسة جودة النماذج المقدّرة.

2- دراسة دينامية الرقم القياسي للأسعار خلال الفترة المدروسة:

لدراسة دينامية سلسلة الرقم القياسي للأسعار عبر الزمن تمّ تنفيذ خطوتين: الأولى: عرض الرسم البياني لتطور الرقم القياسي للأسعار زمنياً، حيث يلقي الضوء على أهم المحطات التي مرّ بها الرقم القياسي للأسعار خلال الفترة المدروسة، إضافة لإظهار تاريخ الحركات الانتقالية (transitions shifts) وطبيعتها (إن وجدت).

CPI



الشكل (1) العرض البياني لتطور الرقم القياسي لأرقام المستهلك زمنياً

الثانية: تقدير نموذج لحركة الرقم القياسي للأسعار عبر الزمن:
يهدف هذا النموذج إلى اكتشاف العملية (process) التي يتحرك بها الرقم القياسي
للأسعار زمنياً فيما إذا كانت حركة ذاتية (Auto reressive AR) أو عبارة عن تراكم
صدّات (Moving average MA).
ولتنفيذ هذه الخطوة تمّ اعتماد منهجية Box Jenkins حيث تقوم هذه المنهجية على
الخطوات الآتية:

- a. تحديد مستوى استقرارية النموذج، تمهيداً لرسم دالة الارتباط الذاتي والجزئي.
- b. اختيار شكل النموذج المناسب (عدد مرات الفرق الأول وفترات التباطؤ)، وذلك
باستخدام مخطط دالة الارتباط الذاتي والارتباط الذاتي الجزئي.
- c. تقدير النموذج.
- d. اختبار جودة بواقي النموذج.

أولاً: اختبار استقرارية الرقم القياسي للأسعار:

نظراً لامتداد فترة الدراسة خلال فترة الأزمة السوريّة، سيتم الاشتباه بوجود تغير هيكل في
حركة متغيرات الدراسة، والتي قد تعتبر أحد الأسباب المباشرة لعدم استقرارية الرقم القياسي
للأسعار، لذلك وبهدف أخذ هذا الأمر بعين الاعتبار سيتم اتباع الخطوات الآتية:
1) تطبيق اختبار Phillip-Perron للاستقرارية على المتغيرات في المستوى، وذلك على النموذج المناسب
(قاطع Intercept، قاطع واتجاه عام Intercept with trend، بدون قاطع واتجاه
(Non).

- أ- إذا كان المتغير مستقر أي في حال تمّ رفض فرضية عدم الاستقرارية (فرضية العدم)،
عندها يتم الانتقال للخطوة الثانية وهي رسم دالة الارتباط الذاتي والجزئي.
- ب- إذا كان المتغير غير مستقر، قبل الانتقال للخطوة الثانية، وهي إجراء الفرق الأول
للمتغير، يتم اختبار فيما إذا كان عدم الاستقرارية يعود على وجود تغير هيكل في حركة
المتغير. أي يتم تطبيق الخطوة الفرعية (ج).

يتم تطبيق اختبار Zivot and Andrews (1992) الذي يختبر الاستقرارية مع الأخذ بعين الاعتبار وجود تغير هيكلية؛ فإذا كان المتغير مستقر (رفض فرضية العدم) نتيجة تطبيق هذا الاختبار بالتالي يتم الحكم بأن المتغير مستقر مع وجود تغير هيكلية، ويجب أخذ التغير الهيكلي بعين الاعتبار عند إدخال هذا المتغير في النموذج المقترح، بالمقابل إذا لم يكن رفض فرضية العدم ممكناً عندا يتم الانتقال للخطوة الرئيسية الثانية.

(2) يتم إعادة تطبيق اختبار Dicky_Fuller واختبار Phillip-Perron ولكن بعد إجراء الفرق الأول.

تم تطبيق المنهجية السابقة وتم التوصل إلى النتائج الآتية:

1- اختبار استقرارية الرقم القياسي للأسعار:

الجدول رقم (2) اختبار Dicky_Fuller (ADF) للاستقرارية لمتغير

الرقم القياسي للأسعار CPI

نوع استقرارية المتغير	اختبار الاستقرارية في الفرق الأول ADF		التغير الهيكلي ZA (1992)		اختبار الاستقرارية في المستوى ADF	
	احتمالية مؤشر الاختبار	النموذج المستخدم ⁴	احتمالية مؤشر الاختبار	يوجد حاجة	احتمالية مؤشر الاختبار	النموذج المستخدم ³
مستقر عند الفرق الثاني مع عدم وجود تغير هيكلية	1.00	Non	----	لا	1.00	Non

الجدول (3) اختبار Phillip-Perron (PP) للاستقرارية لمتغير الرقم القياسي للأسعار CPI

نوع استقرارية المتغير	اختبار الاستقرارية في الفرق الأول PP		التغير الهيكلي ZA (1992)		اختبار الاستقرارية في المستوى PP	
	احتمالية مؤشر الاختبار	النموذج المستخدم	احتمالية مؤشر الاختبار	يوجد حاجة	احتمالية مؤشر الاختبار	النموذج المستخدم
مستقر عند الفرق الأول مع عدم وجود تغير هيكلية	0.000	Trend and intercept	----	لا	1.00	Non

³ تم اختيار النموذج بناء على الاختبارات الدلالة لحدود كل من الحد الثابت Intercept، والاتجاه العام

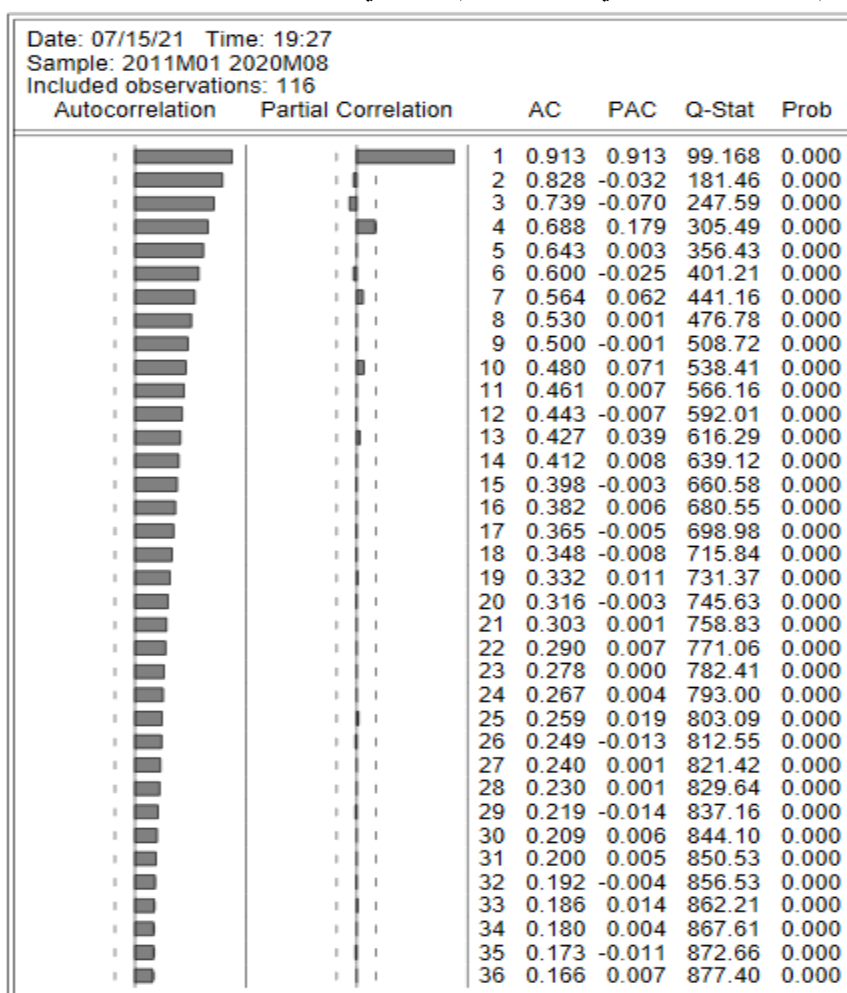
tredn في معادلة Dicky Fuller والتي يتم عرضها في برنامج Eviews.

⁴ تم اختيار النموذج بناء على الاختبارات الدلالة لحدود كل من الحد الثابت Intercept، والاتجاه العام

tredn في معادلة Dicky Fuller والتي يتم عرضها في برنامج Eviews.

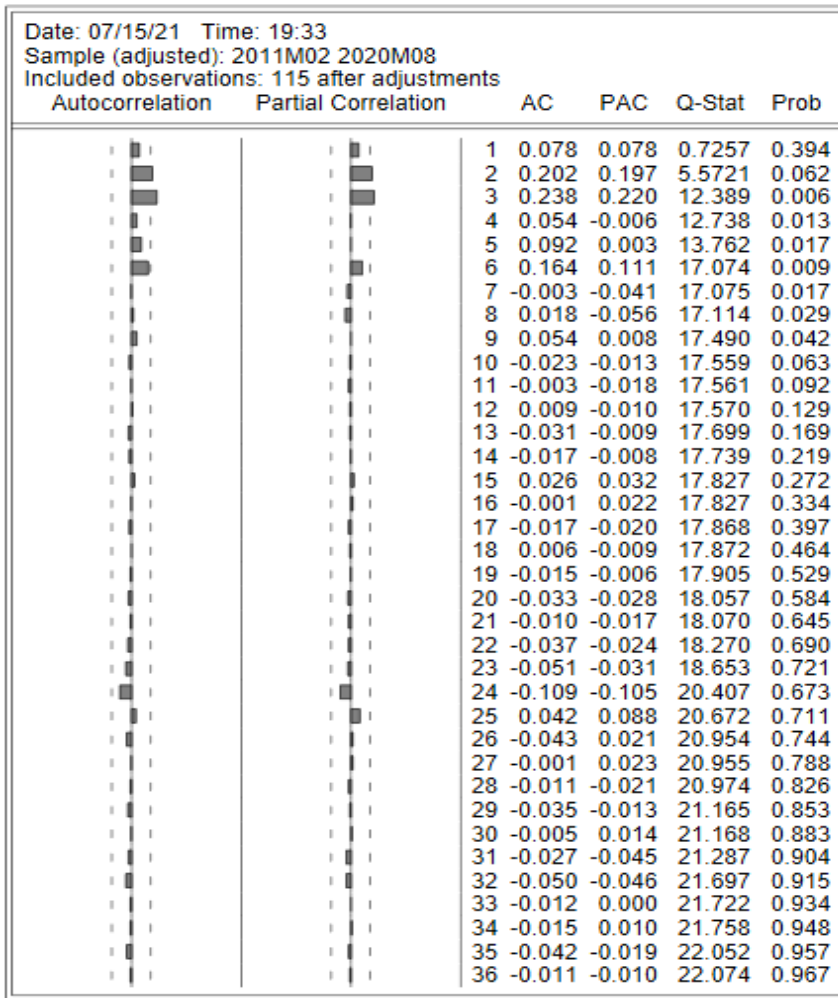
يبين الجدولين (2، 3) نتائج كل من اختبار ADF و PP حيث يتضح أنه وفقاً للاختبار الأول ADF فإنّ متغير الرقم القياسي للأسعار مستقر عند الفرق الاتي، بينما كانت النتيجة مغايرة وفقاً لاختبار PP الذي بيّن أنّ المتغير مستقر عند الفرق الأول، لذلك سيتم اعتماد نتيجة اختبار PP وذلك بسبب أنه بالرغم من كون هذا الاختبار يعتمد على منهجية Dicky_Fuller في اختبار الاستقرارية، إلا أنه يتميز عن اختبار ADF من ناحية مراعاة مشكلة الارتباط الذاتي لبواقي معادلة Dicky_Fuller.

2- رسم دالة الارتباط الذاتي لمتغير الرقم القياسي للأسعار:



الشكل (2) دالة الارتباط الذاتي والجزئي لمتغير الرقم القياسي للأسعار في المستوى

يتضح من الشكل البياني لدالة الارتباط الذاتي أنّ دالة الارتباط الذاتي تتحدر بشكل بطيء، وهذا يدل على عدم استقرارية المتغير في المستوى، وهذا يتوافق مع نتيجة اختبارات الاستقرارية التي تمّ تنفيذها سابقاً. كذلك يتضح من دالة الارتباط الذاتي الجزئي أنّ الدالة تنعدم بعد فترة التباطؤ الثانية، ما سبق يقود للقول أنّ الرقم القياسي للأسعار في المستوى يتبع عملة عشوائية ذات صفات انحدار ذاتي بفترة تباطؤ واحدة $AR(1)$ ، ولكن لما إنّ المتغير مستقر في الفرق الأول، يجب رسم دالة الارتباط الذاتي والجزئي للمتغير في الفرق الأول للوصول لتعريف دقيق لنموذج المتغير زمنياً.



الشكل (2) دالة الارتباط الذاتي والجزئي لمتغير الرقم القياسي للأسعار في الفرق الأول

بالنظر إلى كل من دالة الارتباط الذاتي والجزئي، يتضح أنّ تبلغ مستويات معنوية في فترة التباطؤ الثالثة، وهذا يدل على أثر موسمي مرتبط بمرور فترة ثلاثة أشهر أو يعبر عنه بفترة التباطؤ الثالثة. من هنا يمكن القول أنّ الرقم القياسي للأسعار يتبع نموذج

$$ARIMA(0,1,0)*(1,0,1)^3$$

بتقدير النموذج تم الحصول على النتائج الآتية:

Dependent Variable: D(CPI)

Method: ARMA Maximum Likelihood (OPG - BHHH)

Date: 07/15/21 Time: 19:44

Sample: 2011M02 2020M08

Included observations: 115

Convergence achieved after 51 iterations

Coefficient covariance computed using outer product of gradients

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
AR(3)	0.882999	0.191280	4.616267	0.0000
MA(2)	0.193934	0.090967	2.131911	0.0352
MA(3)	-0.455318	0.253056	-1.799274	0.0747
SIGMASQ	3204.638	224.3232	14.28580	0.0000
R-squared	0.187364	Mean dependent var		17.03287
Adjusted R-squared	0.165401	S.D. dependent var		63.07219
S.E. of regression	57.62049	Akaike info criterion		11.00009
Sum squared resid	368533.4	Schwarz criterion		11.09557
Log likelihood	-628.5051	Hannan-Quinn criter.		11.03884
Durbin-Watson stat	2.017648			
Inverted AR Roots	.96	-.48+.83i	-.48-.83i	
Inverted MA Roots	.69	-.34+.74i	-.34-.74i	

الجدول (3) نتائج تقدير النموذج الزمني للرقم القياسي للأسعار

مما سبق فإنّ النموذج الذي يعبر عن الحركة الزمنية للرقم القياسي للأسعار يمكن صياغته كما يأتي:

$$\Delta x_t = 0.88\Delta x_t + 0.19u_{t-2} - 0.45u_{t-3} + u_t$$

حيث تدل y_t على الرقم القياسي للأسعار، و u_t على حد الخطأ في النموذج.

للتأكد من بواقى النموذج تتبع صفات الغمامة البيضاء (white noise) يتم عرض دالة الارتباط الذاتي والجزئي لبواقى النموذج:

Date: 07/14/21 Time: 19:24
Sample: 2011M01 2020M08 IF DUMMY=1
Q-statistic probabilities adjusted for 2 ARMA terms

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob	
		1	-0.021	-0.021	0.0526	
		2	0.008	0.008	0.0603	
		3	0.072	0.072	0.6664	0.414
		4	0.153	0.157	3.4517	0.178
		5	0.072	0.082	4.0719	0.254
		6	0.095	0.097	5.1634	0.271
		7	-0.063	-0.081	5.6463	0.342
		8	0.055	0.013	6.0132	0.422
		9	0.045	0.010	6.2660	0.509
		10	0.043	0.022	6.4986	0.592
		11	0.048	0.057	6.7856	0.659
		12	-0.006	-0.015	6.7904	0.745
		13	0.038	0.033	6.9738	0.801
		14	0.059	0.029	7.4218	0.829
		15	-0.006	-0.022	7.4262	0.879
		16	-0.089	-0.108	8.4881	0.862
		17	0.064	0.036	9.0438	0.875
		18	0.202	0.211	14.608	0.553
		19	-0.236	-0.243	22.246	0.175
		20	-0.085	-0.097	23.255	0.181
		21	-0.074	-0.116	24.018	0.195
		22	-0.076	-0.126	24.848	0.207
		23	-0.050	-0.031	25.207	0.238
		24	-0.044	-0.002	25.488	0.274

الشكل (4) دالة الارتباط الذاتي والجزئي لبواقي النموذج الزمني لسعر الصرف

يلاحظ من الشكل (4) عدم وجود ارتباط ذاتي بين بواقي النموذج وهذا يدل على امتلاكها صفات الغمامة البيضاء وبدره دل على صحة تمثيل العملية العشوائية $ARIMA(0,1,2)$ لسلسلة سعر الصرف خلال الفترة المدروسة.

نتائج البحث:

1- أظهرت النتائج أنّ متوسط الرقم القياسي للأسعار CPI خلال فترة الدراسة بلغ (591)، بينما بلغت أعلى قيمه له (2107) في الشهر الثامن من عام 2020، وأدنى قيمة له (143.71) في الشهر الأول من عام 2011، كما أنّ هناك تشتت في قيم الرقم القياسي للأسعار، حيث تتضمن فترة الدراسة الكثير من التقلبات التي انعكست في حدوث قيم متطرفة كثيرة أدت إلى تغيير شكل التوزيع الطبيعي المتناظر.

2- أظهرت دالة الارتباط الذاتي والجزئي، والتي بلغت مستويات معنوية في فترة التباطؤ الثالثة، وجود أثر موسمي مرتبط بمرور فترة ثلاثة أشهر أو يعبر عنه بفترة التباطؤ الثالثة، وبالتالي فإنّ الرقم القياسي للأسعار يتبع نموذج $ARIMA(0,1,0)^3(1,0,1)$

3- أظهرت النتائج أنّ النموذج الذي يعبر عن الحركة الزمنية للرقم القياسي للأسعار يمكن صياغته كما يأتي:

$$\Delta x_t = 0.88\Delta x_t + 0.19u_{t-2} - 0.45u_{t-3} + u_t$$

حيث تدل y_t على الرقم القياسي للأسعار، و u_t على حد الخطأ في النموذج.

مقترحات البحث:

- 1- إتباع سياسات مالية ونقدية تسهم في توازن الأسعار، وتُخفّض من نسب التضخم التي طالت المجاميع السلعية والخدمية.
- 2- ضرورة تفعيل الاستثمار المحلي بوتيرة أسرع، وخاصة القطاعات الصناعية المحلية لضمان عودة عجلة الإنتاج.
- 3- ضرورة التركيز على دعم المشروعات الصغيرة ومولدات الدخل التي من شأها زيادة الإنتاج المحلي، الأمر الذي يساهم في تخفيض الأسعار.
- 4- ضرورة ربط أجور العاملين في القطاعين العام والخاص بالرقم القياسي لأسعار المستهلك، وذلك للحفاظ على المستوى المعيشي للمواطنين.
- 5- الاستفادة من النموذج الذي تمّ التوصل إليه من خلال وضع الخطط والسياسات المستقبلية الملائمة.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- 1- أبو عساف، صفوان معذى؛ صعب، رمال سلمان؛ العبد الله، مايا يوسف؛ العشعوش، سمر حسام الدين 2017- دراسة تحليلية للأرقام القياسية لأسعار المستهلك في سورية وفقاً لمنهجية التحليل العقودي، المجلة السورية للبحوث الزراعية، المجلد (24)، العدد (2)، 31-51.
- 2- شنيش، أحمد رمضان 2013- دراسة العلاقة بين التضخم وعرض النقود وسعر الصرف في الاقتصاد الليبي خلال الفترة 1992-2008، المجلة الجامعة، المجلد الأول، العدد (15)، 237-264.
- 3- شومان، عبد اللطيف حسن 2009- مقدمة في الإحصاء التطبيقي، العبدلي للطباعة والنشر، عمان، الأردن.
- 4- العامري، عباس علي؛ وحبي، نزار 2009- أساليب التنبؤ بالطلب قريب الأمد على مادة الدم، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (15)، العدد (53).
- 5- عكروش، محمد؛ دريبياتي، يسيرة؛ جلمودي، دارين محمد 2017- استخدام سلاسل ماركوف في دراسة تغيرات الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين في سورية، مجلة جامعة البعث، المجلد (039)، العدد (55)، 179-205.
- 6- العلي، صالح خضر محمد 2019- تخطيط دخل الأسرة السورية في مدينة حمص باستخدام الرقم القياسي لنفقة المعيشة قبل الأزمة وأثناءها، رسالة ماجستير، كلية الزراعة الثانية بإدلب، جامعة حلب، حلب، سورية.
- 7- المكتب المركزي للإحصاء، المجموعات الإحصائية للفترة (2011-2020)، دمشق.
- 8- ناظم، إيفان علاء؛ حميد، قصي عصام 2013- دراسة وتحليل مستوى التذبذب للتضخم في أرقام القياسية بالاعتماد على السلاسل الزمنية ARIMA مقرونة مع نماذج الشبكات العصبية الاصطناعية ANN، مجلة كلية الرافدين الجامعة للعلوم، العدد (31)، 75-96.

ثانياً: المراجع العربية باللغة الإنكليزية:

- 1 -Abu Assaf, Safwan Muadh; Saab, Ramal Salman; Al-Abdullah, Maya Youssef; Al-Ashush, Samar Husam Al-Din 2017- Analytical study of consumer price indices in Syria according to the cluster analysis methodology, Syrian Journal of Agricultural Research, Volume (24), Issue (2), 31-51.
- 2 -Shanbeesh, Ahmed Ramadan 2013- A study of the relationship between inflation, money supply and the exchange rate in the Libyan economy during the period 1992-2008, The University Journal, Volume One, Issue (15), 237-264.
- 3- Shoman, Abdul Latif Hassan 2009- Introduction to Applied Statistics, Abdali for Printing and Publishing, Amman, Jordan.
- 4 -Al-Amri, Abbas Ali; Wahabi, Nizar 2009 - Methods of Predicting the Short-Term Demand for Blood, Journal of Economic and Administrative Sciences, Volume (15), Issue.(53)
- 5 -Akroush, Muhammad; dribati, easygoing; Jalmudi, Dareen Muhammad 2017 - Using Markov Chains in Studying Changes in Consumer Price Indexes in Syria, Al-Baath University Journal, Vol. 039), No. (55), 179-205.
- 6- Al-Ali, Saleh Khader Al-Mohammed 2019- Planning the Syrian family's income in the city of Homs using the cost-of-living index before and during the crisis, Master's thesis, Second College of Agriculture in Idlib, University of Aleppo, Aleppo, Syria.
- 7 -Central Bureau of Statistics, Statistical groups for the period (2011-2020), Damascus.
- 8- Nazim, Evan Alaa; Hamid, Qusay Essam 2013- Study and analysis of the fluctuation level of inflation in index numbers based on ARIMA time series coupled with artificial neural network models ANNM, Journal of Al-Rafidain University College of Sciences, Issue (31), 75-96.

ثالثاً: المراجع العربية الأجنبية:

- 9- Jasheski, Dushko and others 2011- Causal relationship between Wages and Prices in UK: VECM analysis and Granger Causality testing, Munich Personal RePEc Archive (MPRA), Paper No34095.

أثر تغير سعر الذهب في حجم الودائع المصرفية

دراسة حالة بنك سورية الدولي الإسلامي¹

إعداد الدكتور: مطيع أسعد الشلبي

قسم المصارف والتأمين - كلية الاقتصاد - جامعة دمشق

المدرّس في قسم المصارف والتأمين - كلية الاقتصاد - جامعة دمشق

المُلخَص

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تغير سعر الذهب في حجم الودائع المصرفية الإسلامية، دراسة حالة بنك سورية الدولي الإسلامي. حيث تمّ استخدام المنهجين الوصفي والتحليلي الكمي في دراسة الظاهرة محل الدراسة خلال الفترة (الربع الأول لعام 2010 - الربع الرابع لعام 2018)، مستعيناً بالبرنامج الإحصائي إيفيز 10 لتحليل البيانات بطريقة ومنهجية الانحدار البسيط باستخدام التكاملي المشترك ونموذج تصحيح الخطأ. بيّنت النتائج بقاء حجم الودائع مرتفعاً خلال الأزمة حيث تجاوزت عتبة 135 مليار ل.س بنهاية 2018، وارتفاع سعر الذهب حيث تجاوز سعر الأونصة عتبة 1722 دولار الأمريكي في عام 2012، ووجود أثر لسعر الذهب في حجم الودائع في بنك سورية الدولي الإسلامي بقوة تفسيرية معدّلة بلغت 68%. واقترح الباحث بناءً على النتائج، العمل على توجيه السياسات الاقتصادية والمالية والنقدية لإيجاد بيئة وظروف مستقرة لأداء العمل المصرفي، وضرورة اهتمام المصارف الإسلامية بتنويع صيغ الاستثمار وتنويع الهيكل التمويلي لديها، وضرورة العمل على إدارة الودائع ضمن المعايير المقبولة دولياً عبر استثمار فائض الودائع لديها مما ينعكس إيجاباً على السلامة المصرفية والمركز المالي للمصرف.

الكلمات المفتاحية: بنك سورية الدولي الإسلامي، سعر الذهب، الودائع، مصارف إسلامية.

¹ بحث منشور في مجلة جامعة البعث: العدد 41 لعام 2019.

The effect of the change gold price in the volume of bank deposits

Case Study of Syria International Islamic Bank

Preparation : Dr.Motee` Alshalaby

Lecturer in Banking & Insurance Department

Faculty of Economics – University of Damascus.

Abstract

The study aimed to identifying the impact of the change in the price of gold on the volume of Islamic bank deposits, a case study of Syria International Islamic Bank. The two descriptive and quantitative analytical methods were used in the study of the phenomenon under study during the period (Q1 2010 – Q4 2018), using the statistical software EViews 10 to analyze data using simple regression method using common integration and error correction model. The results showed that the volume of deposits remained high during the crisis, where it exceeded the threshold of 135 billion SP by the end of 2018, and rise in the price of gold, where the price of an ounce exceeded the threshold of 1722 US dollars in 2012, and the presence of the price of gold in the volume of deposits in Syria International Islamic Bank with a modified explanatory force. It reached 68%. Based on the results, the researcher suggested working on directing economic, financial and monetary policies to create a stable environment and conditions for the performance of banking business. On the banking safety and financial position of the bank.

Key Words: Syria International Islamic Bank, Gold Price, Deposits, Islamic Banks.

المقدمة:

يعتبر موضوع تغير سعر الذهب واتجاه المصارف إلى تدعيم مراكزها المالية أحد أهم الاتجاهات الحديثة في إدارة المصارف، فالمصارف الإسلامية كغيرها من المصارف التقليدية معرضة لجميع أنواع المخاطر وخاصة مخاطر السيولة والمتمثلة في أغلب الأوقات بعجز السيولة، فكلما كانت نسب سيولة المصارف الإسلامية مرتفعة كلما كانت قادرة على الوفاء بالتزاماتها ورفع مستوى أدائها وسمعتها وتجاوز أية أزمات نقص سيولة تتعرض لها. ذلك أنّ السيولة المرتفعة تمثل الحاجز الذي يجنب المصرف الإفلاس في حال تعرضه لأزمة نقص سيولة، وكذلك مواجهة أية ظروف أخرى في حال تعرضه لمخاطر سوقية أو ائتمانية أو تشغيلية أو غيرها والتي تترك أثراً على السيولة المصرفية. يعتبر الذهب ملاذاً آمناً للعديد من المدخرين و المستثمرين ويعود السبب إلى كونه المعدن الأكثر أماناً من بين المعادن الأخرى. حيث أن الأفراد يعتبرونه ملاذاً آمناً لحفظ ثروتهم عند حصول الأزمات المالية والاقتصادية والاجتماعية مثل الحروب وغيرها. ويعود السبب إلى تراجع ثقة الأفراد بالعملة المتأثرة بالأزمات المختلفة بالإضافة إلى عدم إمكانية التحكم بمعدن الذهب من قبل أي منظمة أو هيئة حكومية ويعود أيضاً إلى تأثره بقوى العرض والطلب. لذلك نلاحظ أنه في أوقات الحرب يرتفع سعر الذهب مقارنة بالعملات والسلع الأخرى بسبب ارتفاع الطلب عليه. مما يعني أنّ زيادة الاضطرابات و الأزمات السياسية والاقتصادية والاجتماعية يؤدي بدوره إلى ارتفاع سعر الذهب. بالإضافة إلى أن خصائص الذهب تعزز دوره كملاذ آمن حيث يعتبره الأفراد ملاذاً آمناً لحفظ ثروتهم وذلك لأنه على عكس العملات الورقية لا يفقد الذهب قيمته ولا يتلف مع مرور الزمن بل يجري تداوله في أي مكان في العالم بسبب سهولة تدويبه وتشكيله مع الحفاظ على قيمته الأساسية.

مشكلة البحث:

شهدت سورية أزمة خلال الفترة (2011-2018) عانت منها كافة قطاعات الاقتصاد الوطني، والقطاع المصرفي جزءاً من هذه القطاعات التي تأثرت بهذه الأزمة.

حيث تعرضت أغلب المصارف السورية إلى مخاطر عديدة منها مخاطر ائتمانية (نتيجة عدم قدرة الزبائن على التسديد)، و مخاطر سيولة (نتيجة طلبات المودعين المفاجئة لسحب ودائعهم)، ومخاطر سعر الصرف (الارتفاع المستمر في سعر الصرف مما أدى إلى انخفاض قيمة العملة الوطنية) مما أدى إلى حدوث خسائر، إضافة إلى ارتفاع سعر الذهب الذي يعد ملاذاً آمناً زمن الأزمات و سلعة ادخارية في كافة الأوقات.

لما كانت المصارف الإسلامية ركن من أركان النظام المصرفي السوري، فإنها قد تأثرت بهذه الأزمة على الرغم من اختلاف درجة تأثرها بها لخصوصية طبيعة عملها الإسلامي، حيث تأثرت بالعديد من العوامل الاقتصادية وارتأت السلطات الرقابية إلى رفع رأس مال هذه المصارف عن غيرها من المصارف التقليدية حتى تدعم مركز سيولتها النقدية وتكون قادرة على الوفاء بالتزاماتها ومواجهة أية ظروف طارئة. وكان جديراً بأن تزداد ثقة المودعين تجاه تلك المصارف مما ينعكس إيجاباً على وضع الودائع.

فالسؤال الذي يتبادر إلى الأذهان:

هل كان هناك أثراً لتغيير سعر الذهب في حجم ودائع المصارف الإسلامية السورية؟
و للإجابة على هذا السؤال لابد من معرفة:

1. ماهي تغيرات سعر الذهب ؟
2. ماهي حجم الودائع في المصارف الإسلامية السورية؟
3. دراسة و تحليل أثر تغيير سعر الذهب في حجم ودائع المصارف؟

أهمية البحث:

1. بيان أثر تغيير سعر الذهب في ودائع المصارف الإسلامية.
2. الاستفادة من نتائج و توصيات البحث والتي يمكن أن تساعد بنك سورية الدولي الإسلامي في معرفة نقاط القوة أو الضعف في إدارة الودائع و إدارة المخاطر.
3. حافز مهم للباحثين والدارسين والمهتمين الذين يودون التعرف على أثر سعر الذهب في حجم ودائع المصارف الإسلامية، حيث يعتبر هذا البحث نقطة الانطلاق لمزيد من الأبحاث والدراسات حول هذا الموضوع.

أهداف البحث:

1. التعرف على العوامل المؤثرة في سعر الذهب، وتطور سعر الذهب.
2. التعرف على مفهوم الودائع في المصارف الإسلامية وأهميتها وأنواعها و العوامل المؤثرة فيها وأساليب إدارتها و مخاطرها.
3. تحديد درجة تأثير سعر الذهب في حجم ودائع بنك سورية الدولي الإسلامي.

فرضية البحث:

لا توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين سعر الذهب وحجم ودائع بنك سورية الدولي الإسلامي خلال الفترة (2010-2018).

حدود البحث:

الحدود المكانية: تتم هذه الدراسة في المصارف الإسلامية السورية، حالة بنك سورية الدولي الإسلامي.

الحدود الزمنية: الفترة ما بين (الربع الأول لعام 2010 - الربع الرابع لعام 2018).

منهجية البحث:

تم تقسيم البحث إلى قسمين:

القسم النظري: تم إنجاز هذا القسم بالاعتماد على المنهج الوصفي لأهم ما ورد في الكتب والمراجع العربية و الأجنبية والأبحاث والدراسات السابقة.

القسم العملي: تم إنجاز هذا القسم بالاعتماد على منهج التحليل الكمي في اختبار فرضيات البحث وباستخدام برنامج E-views10 معتمداً بذلك على التقارير المالية الصادرة عن بنك سورية الدولي الإسلامي، وسعر الذهب المنشور على موقع مجلس الذهب العالمي [World Gold Council:/https://www.gold.org](https://www.gold.org).

الدراسات السابقة:

1. RACHMAWATI,E,SYAMSULHKIM,E.(2004)–Factors

**Affecting Mudaraba Deposits in Indonesia, Department of
Economics Padjadjaran University , Indonesia.[1]**

الهدف من هذه الدراسة هو معرفة العوامل التي تؤثر على ودائع المضاربة في إندونيسيا باستخدام طريقة التكامل المشترك المعروفة في الاقتصاد القياسي. استخدمت سلسلة زمنية ربعية في الفترة (1993 – 2003). واستخدم أربعة متغيرات هي: الناتج المحلي الإجمالي، وعدد المكاتب الفرعية للبنك الإسلامي، ومشاركة الأرباح، وسعر الفائدة اعتقد أنّ لها تأثيراً على حجم ودائع المضاربة.

خلصت الدراسة إلى أن حجم ودائع المضاربة في إندونيسيا لا يعتمد على معدل الدخل أو الفائدة، بل يعتمد على معدل مشاركة الأرباح وعدد المكاتب الفرعية للبنوك التجارية الإسلامية. هذه النتيجة دعمت الرأي القائل بأن المودعين ينجذبون إلى وضع أموالهم في البنوك الإسلامية الإندونيسية جزئياً لأسباب تعظيم الرفاهية، ليس فقط بسبب اعتباراتهم الدينية. علاوة على ذلك، من أجل زيادة حجم ودائع المضاربة في إندونيسيا، اقترحت إنشاء المزيد من المكاتب الفرعية للبنوك التجارية الإسلامية. وأن توفر أيضاً معدل مشاركة أفضل للربح من أجل جذب المزيد من المودعين.

2. NAHAR,S,SARKER,N.(2016,JUN). Are Macroeconomic Factors Substantially Influential For Islamic Bank Financing? Cross–Country Evidence. IOSR Journal of Business and Management (IOSR–JBM). Volume 18, Issue 6 .Ver. I (Jun. 2016), PP 20–27.[2]

الهدف من هذه الدراسة هو معرفة تأثير عوامل الاقتصاد الكلي على تمويل المصارف الإسلامية. استخدمت الدراسة طريقة الانحدار FGLS لتحليل بيانات الألواح غير المتوازنة لـ 172 مصرفاً إسلامياً من 48 دولة تستوفي معايير الاختيار ولديها بيانات مالية لمدة ثلاث سنوات على الأقل للفترة الممتدة من 2004 إلى 2013. من نتائج

الدراسة أن معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي ومعدل التضخم لديهم علاقة إيجابية كبيرة مع تمويل المصارف الإسلامية. كما وجدت أن تأثير سعر الصرف على تمويل المصارف الإسلامية كان سلبياً، ومع ذلك، وعلى نحو مفاجئ وغير متسق مع التقارير العامة عن النمو الملحوظ للبنوك الإسلامية بعد الأزمات المالية العالمية، وجدت الدراسة نتائج ضئيلة بالنسبة لحجم تمويل المصارف الإسلامية خلال فترة ما بعد الأزمات المالية العالمية.

3. NDOUR,E (2017)-The Affecting Factors in the Volume of Deposits in the Banks , "Empirical Study on Private Banks in Syria". Master Thesis, Damascus University. Faculty of Economics.[3]

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على العوامل المؤثرة في حجم الودائع في المصارف، وتمت على عينة مكونة من سبعة مصارف خاصة عاملة في سورية خلال الفترة (٢٠٠٧-٢٠١٥). تضمن التحليل الإحصائي دراسة الارتباط والانحدار والفروق بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وخلصت الدراسة إلى مجموعة نتائج هي :

وجود أثر ذي دلالة إحصائية بشكل طردي بين سعر الصرف ومعدل الفائدة و بين حجم الودائع المصرفية خلال الفترة (٢٠١٢ - ٢٠١٥)، وجود أثر ذي دلالة إحصائية بشكل طردي بين معدل التضخم وحجم الودائع المصرفية خلال الفترة (٢٠٠٧-٢٠١٥)، وجود أثر ذي دلالة إحصائية بين الوعي المصرفي والسمات المادية للبنك وبين حجم الودائع المصرفية.

4. QAISAR,A, others.(2018,nov)-Impact of Macroeconomic Variables on Islamic Banks Profitability. Journal of Accounting and Applied Business Research, Vol. 1, No. 2, 2018.[4]

الهدف الرئيس من هذه الدراسة هو تحديد تأثير متغيرات الاقتصاد الكلي على ربحية البنوك الإسلامية في برونوي. تأثير معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي، التضخم، معدل الفائدة، سعر الصرف، وأسعار النفط والمنافسة وعرض النقود على ربحية بنك إسلام برونوي دار السلام (BIBD). خلال الفترة من عام 2012 إلى عام 2016. وقد تم تحليل البيانات التي تم جمعها باستخدام Stata 15. تم اعتماد تقنية الانحدار لوحة الآثار الثابتة لقياس تأثير كل متغير على ربحية البنوك الإسلامية. أظهرت النتائج أن متغيرات الاقتصاد الكلي المدروسة لها تأثير إيجابي كبير على الربحية. وكشفت النتائج كذلك أن أسعار النفط والناتج المحلي الإجمالي والتضخم كانت الأكثر أهمية، وكان سعر الصرف وعرض النقود من العوامل الأقل أهمية المحددة للربحية. المقترحات توجه المنظمون و واضعو السياسات لاكتشاف موارد بديلة لتجديد النظام الاقتصادي والمالي. تحت المصرفية الإسلامية لإيجاد استراتيجيات التسويق الخاصة بها للحد من تأثير متغيرات الاقتصاد الكلي.

ما يميز هذا البحث:

يتميز هذا البحث عن الدراسات السابقة من حيث الموضوع، كونه يبحث أثر تغير سعر الذهب في حجم الودائع المصرفية لدى بنك سورية الدولي الإسلامي خلال الفترة (2010-2018)، حيث تعاني سورية من أزمة، في بيئة تشهد قلة الدراسات السابقة عن هذا الموضوع. كما أنّ الدراسة ستصل إلى نتائج و مقترحات من الممكن أن تساعد المصرف المدروس والمصارف الإسلامية باتخاذ قرارات حول هذا الموضوع.

الإطار النظري:

أولاً - سعر الذهب:

1. مفهوم سعر الذهب:

على حد علمنا و اطلاعنا لم نجد ما يشير إلى وجود تعريف لسعر الذهب في كتابات الباحثين و المهتمين بالموضوع، و بناءً عليه حاولنا تقديم بعض التعاريف التالية:

يعبر سعر الذهب عن عدد الوحدات النقدية التي تُدفع للحصول على وحدة واحدة من الأونصة الذهبية. ويعرف أيضاً بأنه ذلك السعر الذي يتم على أساسه تداول (بيعاً و شراءً) الأونصة الذهبية. كذلك يطلق سعر الذهب على عدد الوحدات النقدية الوطنية التي تدفع للحصول على أونصة ذهبية واحدة، أو عدد الوحدات الأجنبية التي تدفع للحصول على أونصة ذهبية واحدة .

2. خصائص و وظائف الذهب: للذهب عدة خصائص و وظائف نذكر منها: [5]

- أ. أصل مالي سائل حيث يمكن تحويله إلى نقود بسهولة.
- ب. عملة صلبة عالية الجودة، لذلك تلعب دوراً مهماً في الادخار.
- ت. حماية ضد مخاطر التضخم.
- ث. ملاذاً آمناً لاسيما أثناء الأزمات.
- ج. أكثر استقراراً مقارنة بالأصول الأخرى.
- ح. يحقق الذهب عائداً أفضل مقارنة بالسلع الأخرى لاسيما على المدى الطويل.
- خ. يلعب دور غطاء للعملات.
- د. احتياطي دولي.
- ذ. يؤدي وظيفة الحماية والتحوط: يساهم الذهب في الحماية ضد المخاطر النظامية وتقليل تقلبات المحفظة وخسائرها، ويعد أحد أدوات التحوط من مخاطر أسعار صرف العملات الأجنبية. [6]

3. أوزان و عيارات الذهب: [7]

يتم وزن الذهب بالأوقية (الأونصة)، والكيلوغرام يعادل (32.1507465686) أونصة، والأونصة تساوي 31,1034768 غرام ذهب من عيار 24.

السبائك : عيار 24 ذهب خالص، لها الأوزان التالية (1-5-10-31.1035-50-100-116.6-250-500-1000-5000) غرام.

الليرة الذهبية (انكليزية أم سورية) أو الجنيه: يعادل 8 غرام عيار 22 أو عيار 21

يقاس عيار الذهب بالقيراط ومن أشهرها :

- عيار 24 قيراط يكون ذهب نقي وصافي ولكن ليس بنسبة 100% ولكن بنسبة 99.90% ولذلك فهو يحتوي على نسبة ضئيلة جداً من النحاس تقدر ب واحد في الألف (أيّ غرام واحد في الكيلوغرام) ، وذلك لأن الذهب النقي الصافي الخالص 100% يكون ليناً للغاية لدرجة أنه يصبح في الإمكان تشكيه باليدين، ولكن وجود هذه النسبة الضئيلة من النحاس تمنع من انبعاجه بشكل عفوي، والصاغة لا يسمون نسب الخلط بالغرام ولكن بالسهم يقولوا مثلاً: ذهب عيار 24 به 999.9 سهم وكأن عدد الأسهم المتاح هو 1000 سهم (أي كيلوغرام).
- عيار 22 قيراط ويكون الذهب بنسبة 916.666 غرام في الكيلو غرام (أي أن عيار 22 به 916.666 سهم بلغة الصاغة).
- عيار 21 قيراط ويكون الذهب بنسبة 875 غرام في الكيلو غرام (أي أن عيار 21 به 875 سهم بلغة الصاغة).
- عيار 18 قيراط ويكون الذهب بنسبة 750 غرام في الكيلوغرام (أي أن عيار 18 به 750 سهم بلغة الصاغة) .. وهكذا.

4. العوامل المؤثرة في سعر الذهب:

هناك الكثير من العوامل المباشرة و غير المباشرة التي تؤثر في سعر الذهب على الصعيد الدولي، يمكن أن تحدد السعر و نذكر من أهمها:

أ. قيمة الدولار الأمريكي: هناك علاقة عكسية تربط بين قيمة الدولار الأمريكي و سعر الذهب، فإذا ارتفعت قيمة الدولار الأمريكي انخفض سعر الذهب، أما إذا انخفضت قيمة الدولار الأمريكي أدى ذلك إلى ارتفاع سعر الذهب عالمياً.

ب. حجم الانتاج العالمي من الذهب: كلما كان حجم الانتاج العالمي من الذهب مرتفعاً فإن حجم العرض يزداد مما يؤدي إلى انخفاض سعر الذهب، وبالعكس كلما انخفض الانتاج أدى إلى ارتفاع سعر الذهب (شرط ثبات العوامل الأخرى). وفي

هذا السياق نذكر أن حجم الانتاج العالمي من الذهب وصل إلى 3502.6 طن في عام 2018. [7]

ت. حجم الطلب العالمي على المجوهرات: هناك علاقة طردية بين حجم الطلب على المجوهرات و سعر الذهب، فزيادة الطلب على المجوهرات سيؤدي إلى ارتفاع سعر الذهب. و تستحوذ المجوهرات على النسبة الأكبر من حجم الطلب على الذهب، حيث وصل إلى 2241.3 طن في عام 2018 من أصل 4396.8 طن. [7]

ث. تكاليف استخراج و تصنيع الذهب: تتأثر أسعار الذهب طرداً مع تكاليف استخراج الذهب و تصنيعه، فكلما ارتفعت التكاليف ازداد سعر الذهب والعكس صحيح.

ج. حجم الاحتياطات الدولية من الذهب في المصارف المركزية: تحتفظ البنوك المركزية بجزء من احتياطاتها على شكل ذهب، يزداد هذا الرصيد الذهبي عندما يكون لديها فائض بالنقد الأجنبي و ترغب بشراء الذهب، وينقص عندما تكون بحاجة إلى نقد أجنبي أو لا ترغب بالاحتفاظ به كاحتياطي. وتستخدم هذه الاحتياطات للوفاء بالالتزامات المالية، مثل تسديد الديون وتلبية الحاجة لتمويل ميزان المدفوعات أو التدخل في أسواق الصرف للتأثير على سعر صرف العملة، أو غير ذلك من الأغراض ذات الصلة. حيث أنّ زيادة حجم احتياطات الذهب سوف يؤدي إلى ارتفاع سعر الذهب نتيجة زيادة حجم الطلب. نذكر هنا أن حجم الطلب من البنوك المركزية على الذهب وصل إلى 656.3 طن في عام 2018. [7]

ح. نقطة تقاطع منحني عرض الذهب ومنحني الطلب عليه: حاله في ذلك كحال أيّ سلعة تعرض في السوق، يمكن تعريف الطلب على الذهب بأنه الكميات من الذهب التي يكون المتعاملون على استعداد لشراؤها عند مستوى مختلف من الأسعار خلال فترة زمنية معينة، أما عرض الذهب فيعرف بأنه الكميات المختلفة من الذهب والتي يكون المتعاملون على استعداد لبيعها عند مختلف الأسعار خلال فترة زمنية معينة، على افتراض ثبات العوامل الأخرى، وعند التقاء منحني الطلب مع منحني العرض

يمكن أن نحصل على السعر التوازني الذي يعكس سعر الذهب في السوق في لحظة زمنية معينة.

خ. عوامل أخرى: وهي عوامل لا يقل تأثيرها عن العوامل الاقتصادية والنقدية المذكورة أعلاه في التأثير على سعر الذهب غير أن تأثيرها يمكن أن يكون لفترة قصيرة ولأغراض محددة، وسرعان ما يعود سعر الذهب إلى ما كان عليه سابقاً، ويمكن ذكر بعض هذه العوامل في الآتي: الأزمات، العقوبات الاقتصادية، الإشاعات، أسعار النفط، الأخبار الاقتصادية، والتطورات السياسية والتوقعات.

أمّا على الصعيد الوطني لكل بلد فإن سعر الذهب يتحدد و يتأثر بسعر صرف العملة الوطنية مقابل الدولار الأمريكي، وسعر أونصة الذهب العالمي.

5. المراحل التاريخية للذهب: [8]

في الحقيقة لقد تسببت الظروف الاقتصادية والسياسية التي مرّ بها العالم خلال القرن التاسع عشر إلى حدوث تغيرات كبيرة في النظام النقدي العالمي، وقد ظلّ الذهب يقوم بدوره بشكل رئيس في النظام النقدي حتى انهيار نظام بريتون وودز لأسعار الصرف الثابتة في عام 1971 وبدأ هذا الدور ينحسر بالتدرج على الرغم من أن الذهب يعتبر من أهم الأصول في احتياطات عدد من البلدان، وقد مرّ الذهب بثلاث مراحل هي:

أ. نظام القاعدة الذهبية: تعتمد هذه القاعدة على أن كل دولة تحدد قيمة الوحدة الواحدة من عملتها الوطنية بوزن معين من الذهب، وفي الوقت نفسه تكون الدولة مستعدة لشراء أو بيع كمية من الذهب مقابل سعر عملتها الذي أعلنته، وبالتالي فإنّ هذه القاعدة كانت تضمن حرية تبادل الذهب بأشكال النقد المتداول ، كما تضمن أيضاً على الصعيد الخارجي، حرية تصدير واستيراد الذهب من دون قيد أو شرط. وطبقاً لهذه القاعدة فإن البنك المركزي لا يستطيع أن يقوم بإصدار كميات من الأوراق النقدية في التداول وذلك تجنباً لزيادة كمية النقود المتداولة عن حاجة النشاط الاقتصادي وبالتالي تنقص ثقة الجمهور في استعمال النقود الذي يسارع إلى تركه والحصول على الذهب مكانه.

ب. نظام قاعدة الصرف بالذهب: وقد تم الاتفاق في مؤتمر بريتون وودز عام 1944 على أن يكون الذهب هو الأصل الذي يدور عليه نظام النقد الدولي الجديد، وكان من ضمن شروط المؤتمر أن يقوم الأعضاء بإعادة ربط عملتها بالذهب، من خلال تحديد كل دولة وزناً معيناً من الذهب الصافي لوحدها النقدية، وذلك من أجل تحديد وتثبيت سعر الصرف، ولكن هذا لا يعني حرية التبدل بالذهب، حيث لم يسمح للأفراد أو للمؤسسات بتبديل الذهب مقابل الأوراق النقدية من المصرف المركزي، إلا الدولار الأميركي وحده هو الذي يمكن خاصية تبديله بالذهب. ومن هنا أخذ الدولار الأميركي يتميز عن سائر نقود العالم لأنه فقط هو الذي اكتسب هذه الميزة، وقد حددت الولايات المتحدة سعر الدولار الرسمي بالذهب، بواقع 35 دولاراً للأونصة،

ت. فك الارتباط بين الدولار والذهب وإلغاء القاعدة الذهبية: انهيار اتفاقية بريتون وودز و ذلك عند إعلان الرئيس الأميركي نيكسون بتاريخ 15/أب/ 1971 عن فك ارتباط الدولار بالذهب، وفي كانون الأول من عام 1971 اجتمع ممثلو عشر دول في معهد سميثونيان بواشنطن في مقاطعة كولومبيا، لدراسة الوضع الجديد بعد انهيار بريتون وودز و توصلوا الى اتفاقية سميثونيان، ووافقوا على رفع سعر أوقية الذهب من 35 دولار إلى 38 دولار أمريكي للأوقية، هذا يعني تخفيض قيمة الدولار الأمريكي بنسبة 7,89% كما ارتفعت قيمة بعض العملات، مثل الين الياباني بنسبة 14% والمارك الألماني بنسبة 17%. كما تضمنت هذه الاتفاقية توسيع هامش تقلبات أسعار الصرف إلى 2,25% ارتفاعاً وانخفاضاً عن سعر التعادل، بدلاً من 1%، وهذا يعني أنه يمكن لسعر صرف أي عملة بخلاف الدولار أن يتقلب في حدود 4.5% ارتفاعاً وانخفاضاً، بالمقارنة مع سعر صرف أي عملة أخرى، وذلك في حالة زيادة قيمة إحداها بنسبة 2.25% عن سعر تعادلها بالدولار، وانخفاض قيمة العملة الأخرى بنسبة 2.25% عن سعر تعادلها بالدولار.

6. تطور سعر الذهب :

شهد سعر الذهب تقلباً واضحاً خلال الفترة (2010-2018) نتيجة العديد من العوامل الاقتصادية و غير الاقتصادية.

الجدول(1) تطور سعر أونصة الذهب بالدولار الأمريكي نهاية كل سنة خلال (2010-2018)

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
السعر	1,367	1,688	1,722	1,276	1,201	1,107	1,222	1,275	1,226

المصدر : إعداد الباحث بناءً على البيانات الصادرة عن مجلس الذهب العالمي.

يظهر الجدول السابق اتخاذ سعر الذهب منحى تصاعدياً حيث ارتفع سعر أونصة الذهب من 1367 دولاراً إلى 1722 دولاراً خلال الفترة (2010-2012)، ثم اتخذ منحى هابطاً حيث تراجع من 1722 دولاراً إلى 1107 دولار في نهاية عام 2015، إلا أنه عاود الارتفاع في نهاية عام 2017 إلى 1275 دولاراً، ليصل إلى 1226 دولاراً بنهاية عام 2018.

ولمعرفة هل كان هناك توافق في اتجاه أسعار الذهب في سورية مع اتجاه أسعار الذهب العالمية حسبنا سعر أونصة الذهب مقومة بسعر الصرف الرسمي لـ الليرة.

الجدول(2) تطور سعر أونصة الذهب بالليرة السورية نهاية كل سنة خلال (2010-2018)

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
السعر	64,162	94,055	133,267	183,147	237,829	372,503	632,092	659,930	534,667

المصدر: إعداد الباحث بناءً على بيانات مجلس الذهب العالمي و مصرف سورية المركزي و للوقوف على حقيقة اتجاهات أسعار الذهب في سورية نجد من الجدول السابق رقم (2) المذكور أعلاه أن سعر أونصة الذهب مقومة بالليرة السورية اتخذت منحى تصاعدياً خلال الفترة (2010-2017) حيث ارتفعت من 64162 ل.س في نهاية عام 2010 إلى 659930 ل.س في نهاية عام 2017، ثم هبطت إلى 534667 ل.س في نهاية عام 2018. بدأ سعر الذهب يأخذ منحى هابطاً.

مما سبق نجد أن اتجاهات أسعار الذهب في سورية لم تتفق واتجاهات أسعار الذهب العالمية، بل حافظت على الاتجاه الصاعد خلال نفس الفترة بسبب آثار الأزمة، والتضخم و انخفاض قيمة الليرة السورية.

ثانياً - الودائع المصرفية

1. تعريف الودائع:

هي النقود التي يعهد بها الأفراد أو الهيئات إلى البنك على أن يتعهد الأخير بردها أو رد مبلغ مساو إليهم لدى الطلب أو بالشروط المنفق عليها[9] أي أنها المبالغ المصرح بها بأي عملة كانت والمودعة لدى المصرف والواجبة الأداء عند الطلب أو بعد إشعار أو في تاريخ استحقاق معين[10]

2. مفهوم الودائع المصرفية في المصارف الإسلامية: احتفاظ المصرف بجزء من الأصول السائلة، لتمكينه من الوفاء بالالتزامات وتلبية طلبات التمويل ومواجهة احتياجات السحب الاعتيادية والطارئة، وذلك بما يضمن الاستقرار المصرفي، والاستثمار الرشيد للأموال المتاحة لتحقيق أقصى عائد ممكن في ضوء أحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية.

3. أهمية الودائع المصرفية:

تعمل إدارات المصارف على تعزيز ثقة المودعين بشكل دائم، لأن المودع عندما يقوم بإيداع الأموال في المصرف، فإنه يسعى للحصول على عائد ضمن مخاطرة معدومة، لذلك، فإن سلامة أموال المودعين يجب أن تكون ضمن أولوياته.[11]

تمثل الودائع لدى المصارف الإسلامية أهمية كبيرة وتشمل القسم الأكبر من الموارد المتاحة للمصرف بغية استخدامها في انشطته المتعددة، فهي ضرورية لعمليات الاستثمار والتمويل وتقديم الخدمات المصرفية وغيرها... الخ. بعبارة أخرى إن المصارف الإسلامية تتعامل بأموال الغير (أموال المواطنين أو الشركات أو المؤسسات الحكومية أو غيرها) واستنادا الى ما تقدم فان أهمية حسابات الودائع تبرز في النقاط الآتية:

أ. تؤدي المصارف الإسلامية دوراً أساسياً ومهماً في تعبئة المدخرات وتوجيهها إلى قنوات استثمارية منتجة تزيد من عملية التراكم الرأسمالي على مستوى الاقتصاد الكلي وخلق موجودات جديدة أو تحسين القدرة الانتاجية للموجودات القائمة مما يؤدي الى زيادة انتاجية المجتمع [12]

ب. تعد الودائع اكثر خصوبة وأقل تكلفة من رأس المال والاحتياطات اذ لا يمكن للمصرف أن يعتمد عليهما في تدعيم طاقته الاستثمارية، كما أن تكلفتها تفوق تكلفة الودائع المصرفية [13]

ت. تعد الودائع وسيلة للحد من الضغوط التضخمية التي ترافق عملية التنمية الاقتصادية ، وذلك لأن الودائع تمثل حجب جزءاً من الدخل الممكن التصرف به في شراء السلع والخدمات مما يؤدي الى تقييد الاستهلاك وهو يمثل شرطاً ضرورياً لتحقيق الاستقرار النقدي والتخفيف من الضغوط التضخمية [14]

ث. تعد الودائع من أقدم الخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية. ويطلق عليها الحسابات الجارية تحت الطلب بسبب إمكانية سحبها من قبل المودع في أي وقت يشاء إذ أصبحت هذه الودائع تمثل نسبة كبيرة من خدمات المصارف الإسلامية في الاقتصاد الوطني [15]

ح. تقوم المصارف الإسلامية بتعبئة المدخرات، وتوزيع الموارد المتاحة بكفاءة على الأنشطة الاستثمارية المختلفة، وبذلك تساهم في دعم الاقتصاد الوطني فعلى سبيل المثال تقوم المصارف الإسلامية بتمويل مشروعات التنمية الاقتصادية المختلفة وذلك عن طريق تقديم القروض والتسهيلات الائتمانية معتمدة على موارد المصرف الخارجية من الودائع بشكل أساس فضلاً عن مواردها الداخلية المتمثلة برأس المال والاحتياطات التي لا تشكل إلا نسبة قليلة. [16]

خ. تؤدي المصارف الإسلامية خدمة هامة للاقتصاد الوطني بقبولها للودائع لكونها تسهل عملية الدفع الناجمة عن عمليات التبادل التجاري بأمان وبأقل المخاطر أو

انعدامها، وتشجع الادخار الذي يمثل ركناً أساسياً في عملية التوازن الاقتصادي، والاستثمار النقدي فضلاً عن استخدام الأموال في المجالات الاقتصادية المختلفة. [17]

4. أنواع الودائع في المصارف الإسلامية: تقسم ودائع المصارف الإسلامية إلى:

أ. الحسابات الجارية (تحت الطلب): وهي الأموال التي يودعها الزبائن في المصرف الإسلامي بمثابة الأمانة بغرض التعامل عليها بالشيكات، أو رغبتهم الاحتفاظ بأموالهم في مكان آمن، ويستطيع الزبون أن يسحب من حسابه في أي وقت. ويمكن للمصرف استخدام أرصدة هذه الحسابات، فإذا حدثت خسارة عند استخدامها يتحمل تبعتها المصرف، وإذا تحقق الربح يحصل عليه المصرف بالكامل، وذلك تطبيقاً للقاعدة الفقهية التي تقول أن «الخارج بالضمان» ويقصد بها أن من ضمن أصل شيء جاز له أن يحصل على ما تولد عنه أو منه من منافع أو إيرادات حيث يعتبر المصرف ضامناً لهذه الحسابات، ويجوز للمصرف أن يفرض عمولات على إدارته لهذه الحسابات.

ب. الحسابات الاستثمارية: هي الأموال التي يودعها الزبائن بغرض قيام المصرف الإسلامي (المضارب) باستثمارها، وبذلك تكون شروط هذه الحسابات وقواعدها مستمدة من شروط عقد المضاربة وقواعده، فإنه يجب أن يتضمن فتح الحساب بنوداً تتعلق بكيفية توزيع الأرباح والخسائر، وتحديد نصيب المصرف المضارب مقابل عمله وإدارته، وكذلك الإذن للمصرف بخلط الأموال، ويوجد نوعان من حسابات الاستثمار:

- حسابات الاستثمار المشترك (المطلق): حيث تخضع هذه الحسابات لقواعد المضاربة المطلقة (لا ترتبط بمشروع أو برنامج استثمار معين)، وهي تشمل الودائع النقدية التي يتسلمها المصرف من الزبائن وتشارك هذه الأموال بالأرباح المتحققة وتحمل مخاطر الاستثمار. ويكون المصرف وكلياً و شريكاً عن

أصحاب هذه الودائع باستثمارها مباشرة، أو بدفعها إلى من يعمل فيها على شروط العقود التي يقرّها الإسلام، وذلك عن طريق المشاركات أو البيوع أو الأجازات وغير ذلك. [18]

و تقسم هذه الحسابات إلى أنواع تختلف شروط كل منها ونسبة مشاركة كل منها في الأرباح، وذلك وفقاً لآجال استحقاقها، وتختلف تسميتها وشروطها من مصرف إلى آخر.

■ حسابات الاستثمار المخصص (المُقيّدة): تخضع هذه الحسابات لقواعد المضاربة المُقيّدة، وهي الودائع النقدية التي يتسلمها المصرف من الزبائن لاستثمارها في مشروع محدد أو غرض معين يحدده الزبون، وبما أن الزبون هو الذي يقرّر نوع الاستثمار وطبيعته فإن المصرف يشارك في الأرباح المتحققة ووفق النسبة المُتفق عليها في حين يتحمل الزبون (بصفته صاحب رأس المال) وحده الخسائر، وتوجّه حسابات الاستثمار المخصص غالباً لتمويل المشروعات الاستثمارية متوسطة الأجل (سنتين فأكثر) وتُحقّق هذه الحسابات ميزة عدم خضوعها لنسبة الاحتياطي النقدي التي يفرضها المصرف المركزي.

ت. المحافظ الاستثمارية (الصكوك): وهي عبارة عن أوعية ادخارية يقبل فيها المصرف الأموال من أصحابها لإدارتها واستثمارها نيابة عنهم على أساس المضاربة الشرعية، وغالباً ما تكون لدى المصرف مجموعة من المحافظ الاستثمارية موزعة على القطاعات الاقتصادية المختلفة. حيث يتم تكوين محفظة مالية برأسمال محدّد، يستثمر كل أو جزء من أموال المحفظة في مشاريع مختلفة عقارية أو تجارية، وقد يجري استثمار جزء آخر من أموالها في شراء أسهم أو سندات إسلامية أو مرابحات، يوزع الربح أو الخسارة على المشاركين في المحفظة، يأخذ المصرف حصته بنسبة محددة سلفاً من الأرباح

(أتعاب مضاربة)، و يتحمل الخسائر فقط في حال التقصير أو التعدي.

من أهم أنواع الصكوك: الإجارة، السلم، الاستصناع، والمشاركة.

5. العوامل المؤثرة في ودائع المصارف الإسلامية: تتأثر الودائع بعدة عوامل نذكر منها:

ا. حجم العوائد على الوديعة: هناك علاقة طردية بين العوائد على الودائع و حجم الودائع، كلما ارتفعت العوائد أدى ذلك إلى ارتفاع حجم الودائع و العكس صحيح.

ب. سعر الصرف: كلما انخفضت قيمة العملة الوطنية أدى ذلك إلى انخفاض حجم الودائع، لأن المودع يبحث عن بديل آمن لحفظ ودائعه من انخفاض قيمتها.

ج. التضخم: لا شك أن التضخم يؤثر في حجم الودائع و يؤدي إلى تآكل قيمة الودائع مما يشجع المودعين إلى استبدال العملة الوطنية بعملات أجنبية أو ذهب.

د. البدائل المالية: وهي الأوراق المالية (الأسهم والصكوك وأذون الخزينة وغيرها) والتي أصبحت منافساً هاماً في مجال جذب المدخرات الفردية عندما يسمح للأفراد بشرائها.

هنا تتم دراسة العلاقة بين العائد على الأوراق المالية ومقدار العائد على الودائع.

ومن المتصور وجود علاقة عكسية أو سالبة بينهما. فارتفاع عائد على الصكوك مثلاً يؤدي إلى انخفاض عرض الودائع. ويمكن التعرف على درجة الحساسية للودائع المعروضة للتغيرات في عوائد البدائل المالية من خلال فكرة المرونة .

هـ. البدائل السلعية: تعدّ من البدائل الادخارية التي تؤثر في حجم الودائع و خاصة وقت الأزمات، وهي البدائل مثل الذهب والفضة والمجوهرات والأحجار الكريمة ، فارتفاع أسعار الذهب له علاقة على حجم الودائع بالانخفاض ، فالذهب أصل ثابت القيمة ويدفع الكثيرين ممن يحتفظون بمدخراتهم في شكل أوعية ادخارية في المصارف إلى سحبها والتحول لشرائه و خاصة في حالات التضخم و الأزمات.

و. حجم الادخار: يعدّ الدخل أحد العوامل المساهمة في زيادة الادخار، و من المعروف أن الادخار يساوي الدخل مطروحاً منه الاستهلاك، أي أن المدخرات هي ما لم ينفق من

الدخل على السلع و الخدمات، وطبعاً زيادة الودائع مرتبطة برغبة وحجم الأموال التي يرغب أصحابها إيداعها في المصارف. [19]

فتتأثر الودائع بالادخار طردياً، إذ كلما زاد الادخار زاد حجم الودائع
ز. **البدائل النقدية:** وهي العملات الأجنبية والتي تكتسب أهمية خاصة في الدول النامية نتيجة لندرة عرض هذه العملات، حيث أنه يدفع بأسعارها في السوق السوداء إلى الارتفاع المستمر مع تعاظم الطلب عليها، وقد يكون هذا الارتفاع بمعدلات أكبر من معدلات التضخم السائدة في السوق. ولكن يجدر الإشارة هنا إلى أن أثر ارتفاع هذه العملات أثر عكسي محدود على عرض الودائع لمحدودية المتعاملين في السوق السوداء لعدم قانونيتها. [20]

6. إدارة الودائع في المصارف الإسلامية:

تعرف إدارة الودائع المصرفية على أنها إدارة المركز النقدي في المصارف وهي من السياسات الهامة والمؤثرة على كافة العمليات المصرفية إضافة إلى مستقبل المصرف وكفاءته و ربحيته، لذلك يعمل في هذا المركز خبراء متخصصين لديهم الخبرة في استثمار وتوظيف الأموال، لأن الإدارة هنا تعني إعادة توزيع الاستثمارات والتوظيفات إما لدعم المركز المالي للمصرف، أو لإعادة التوظيف واستناداً لذلك تعني إدارة الودائع:

"دراسة كافة عناصر السيولة والتوظيفات والاستثمارات والمقارنة بينها من أجل تحسين واقع السيولة إذا كانت متدنية، أو إعادة توزيع الأموال على التوظيفات والاستثمارات بهدف تحقيق الأمان المصرفي وزيادة ربحية المصرف." [21]

وتعدّ إدارة الودائع عملية ديناميكية لأن الوضع النقدي للمصرف يتغير كل يوم، وفي أي وقت من الأوقات يصبح وضع السيولة الذي كان يبدو كافياً فجأة غير كافٍ والعكس بالعكس ومع مرور الوقت وحركة الأسواق وتدفق الأموال من وإلى المصرف وتوسع نطاق الأنشطة أو تقلصها يتغير وضع السيولة. [22]

وانطلاقاً من أهمية الودائع بالنسبة لأي مؤسسة مصرفية، فإن إدارة الودائع من الأنشطة الرئيسية التي تقوم بها المصارف و ذلك للتحوط من المخاطر المصرفية التي من الممكن التعرض لها مستقبلاً و تخفيضها قدر الإمكان.

وتختلف عمليّة إدارة الودائع والمخاطر المرتبطة بها باختلاف حجم المصرف ونوع نشاطه الرئيسي وحجم نشاطه الدولي internationalization إضافة إلى درجة تعقيده التنظيمي [23].organizational complexity

من أهم الأساليب والأدوات المالية المتاحة لإدارة الودائع في المصارف الإسلامية:

- أ- تبادل القروض
- ب- التصكيك
- ج- شهادات الاستثمار الإسلامية
- د- المضاربة في سوق الأوراق المالية
- هـ- الاتجار بالمعادن الثمينة (الذهب والفضة) و العملات الأجنبية

7. مخاطر الودائع:

يقصد بمخاطر الودائع تلك المخاطر التي تواجه المصارف عندما لا تتوفر لديها الأموال الكافية لمقابلة السحوبات العادية و الطارئة في الأوقات المحددة.

وتعرف مخاطر الودائع على أنها عدم قدرة المصرف على تسديد التزاماته من طلبات سحب الودائع عند مواعيد استحقاقها، بسبب ظروف خارجية أو داخلية.

أما مخاطر الودائع في المصارف الإسلامية فتظهر في عدم قدرة المصرف الإسلامي على الوفاء بالتزاماته من استحقاق الودائع مما يعرضه لخسائر محتملة، فالمصارف الإسلامية لا تقدم الأموال قروضاً لآجال محددة، بل تقوم باستثمار أموالها وفق صيغ تمويل إسلامية، فهي تقدم تمويل لاستثمارات ومشاريع فعلية من الصعوبة انضباط مواعيد تصفيتهما وتحصيل عوائدها مهما كانت دقة دراسات الجدوى وبرامج التنفيذ، وإن كان من الناحية العملية تشكو المصارف الإسلامية من زيادة حجم الودائع لديها أكثر

من قدرتها الاستيعابية، إلا أنّ ذلك لا يدفعها إلى المخاطرة غير المحسوبة في الاستثمارات طويلة الأجل.

إن تعرّض المصرف الإسلامي لمخاطر الودائع قد يسيء إلى سمعته، بأنه يعاني من نقص في السيولة، فيؤثر ذلك على استمرارية نشاطه، والأمر هنا أكثر صعوبة في حالة بنك إسلامي منه في بنك تقليدي، فالمصارف الإسلامية لا يوجد لها مصرف مركزي إسلامي يوفر لها السيولة في حالة العجز في السيولة النقدية.

ثالثاً - النتائج والمناقشة:

1 - لمحة عن بنك سورية الدولي الإسلامي: إنّ المصرف شركة مساهمة عامة سورية تأسس بتاريخ 7 أيلول 2006 بموجب قرار رئاسة مجلس الوزراء رقم 67/م وتاريخ 7 أيلول 2006 وحصل على السجل التجاري تحت رقم 14886 لدى وزارة التجارة الداخلية وحماية المستهلك ويخضع لأحكام المرسوم التشريعي رقم 35 لعام 2005 و تعديلاته الخاص بإحداث المصارف الإسلامية والقانون رقم 28 لعام 2001 و تعديلاته وقانون النقد الأساسي رقم 23 لعام 2002، وقانون التجارة رقم 23 لعام 2007 وقانون الشركات رقم 29 لعام 2011 وللأنظمة التي يضعها مجلس النقد والتسليف بما لا يتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية. تمّ تسجيل المصرف في سجل المصارف لدى مصرف سورية المركزي تحت الرقم 16 بوصفه مصرفاً خاصاً. وقد تأسس المصرف برأس مال قدره 5000.000.000 ليرة سورية موزعة على 10.000.000 سهم بقيمة اسمية 500 ليرة للسهم الواحد، وتطبيقاً لأحكام القانون رقم 3 لعام 2010 القاضي بتعديل المادة الرابعة من المرسوم التشريعي رقم 35 لعام 2005 والذي يحدد رأس مال المصرف الإسلامي المصرح به في صك الترخيص على ألا يقل عن 15 مليار ليرة سورية موزعة على أسهم اسمية خلال ثلاث سنوات من تاريخ صدور القانون. وقد تمّ إحداث عدة زيادات لرأس المال ليصل رأس المال الى 9.561.831.400 ليرة سورية. وفي عام 2011 تمت الموافقة على تجزئة القيمة الاسمية للسهم ليصبح 100 ليرة سورية بدلاً من 500 ليرة سورية للسهم الواحد. [24]

بلغت الحصة السوقية للمصرف على أساس حجم الموجودات 14.6%، و على صعيد الودائع 15.9%، وعلى أساس التمويلات 13.7% من إجمالي السوق المصرفية السورية الخاصة، وكان ترتيبه الثاني وفقاً لهذه المؤشرات، حافظ سهم البنك على تصنيفه القيادي في سوق دمشق للأوراق المالية في عام 2018 فقد استحوذ على ما نسبته 60% من تعاملات السوق بما يعادل 15.5 مليار ل.س، وبلغت القيمة السوقية للسهم 905 ل.س بينما القيمة الدفترية 200 ل.س بنهاية عام 2018. [25].
والمصرف على وجه الخصوص يقوم بالخدمات والأنشطة التالية:

- أ. فتح الحسابات الجارية.
 - ب. فتح حسابات الاستثمار المطلقة وخلقها مع أموال المصرف والأموال التي له حرية التصرف المطلق بها واستثمارها.
 - ت. فتح حسابات الاستثمار المقيدة خارج الميزانية واستثمارها.
 - ث. إدارة حسابات الاستثمار بصيغتي المضاربة أو الوكالة بالاستثمار.
 - ج. التمويل والاجارة والاستثمار المباشر من خلال إقامة المشاريع المنتجة وتأسيس الشركات، والاستثمار المالي من خلال شراء الأوراق المالية.
 - ح. تقديم الخدمات المصرفية التي تجيزها هيئة الرقابة الشرعية في المصرف.
 - خ. تقديم التمويلات الحسنة من الأموال الخاصة للمصرف أو الأموال التي له حرية التصرف المطلق بها، بصورة منفردة أو من خلال إنشاء الصناديق.
 - د. كل ما سبق وأي أعمال أو معاملات أو خدمات مصرفية أخرى تجيزها القوانين والأنظمة النافذة وتوافق عليها هيئة الرقابة الشرعية في المصرف.
- ويقدم المصرف هذه الخدمات والأنشطة المصرفية من خلال مركزه الرئيسي وفروعه ومكاتبه والتي بلغ عددها 23 فرعاً ومكاتبين.

2 - مصادر بيانات متغيرات الدراسة وفترة الدراسة:

سوف يتم الاعتماد في هذه الدراسة على المصادر الأولية والمتمثلة في جمع البيانات الأساسية المتعلقة بمتغيرات الدراسة من موقع مجلس الذهب العالمي: <https://www.gold.org/> (بالنسبة لمتغير سعر الذهب بالدولار الأمريكي)، ومن التقارير المالية المتعلقة بـ بنك سورية الدولي الإسلامي والصادرة من موقع سوق دمشق للأوراق المالية: www.dse.sy (بالنسبة للمتغير التابع حجم الودائع) خلال الفترة (الربع الأول لعام 2010- الربع الرابع لعام 2018) وذلك بهدف إيضاح العلاقة بين المتغير المستقل والمتمثل بسعر الذهب والمتغير التابع والمتمثل بحجم الودائع.

أ: نموذج الدراسة:

يمكن التعبير عن نموذج الدراسة كالآتي:

$$Dep = \alpha + \beta_1 * Gp + \beta_2 * @trend + e$$

حيث أن:

α : الحد الثابت

Dep: اجمالي الودائع.

Gp: سعر الأونصة العالمي.

@trend: الاتجاه العام.

$2\beta, 1\beta$: معاملات مرونة.

e : الخطأ المعياري.

ب: اختبار الفرضية: لمعرفة وجود علاقة بين سعر الذهب و حجم الودائع في بنك سورية الدولي الإسلامي، سيتم العمل على منهج التحليل الكمي وفق الخطوات الآتية:

تم إجراء الدراسة العملية وفق الخطوات الآتية:

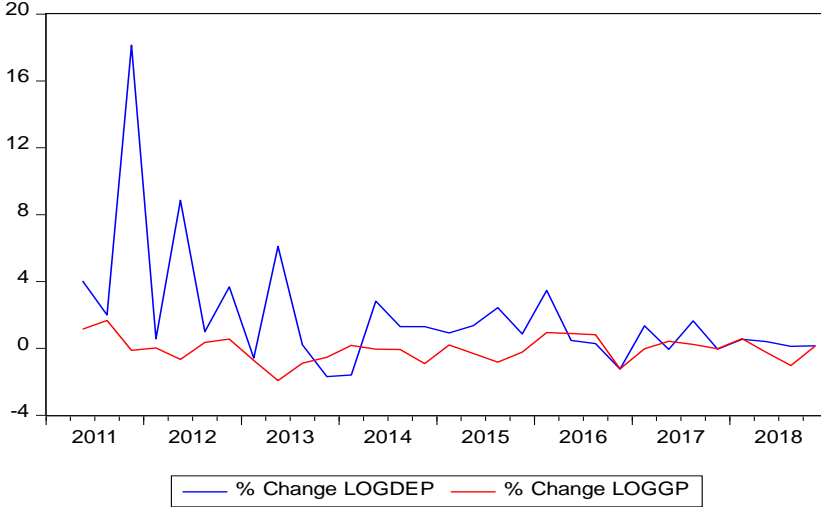
1. استخراج حجم الودائع وسعر الذهب العالمي
2. تطور متغيرات الدراسة عبر الزمن.
3. الوصف الإحصائي للبيانات.
4. إجراء اختبار استقرار السلاسل الزمنية.
5. اختبار عدد فترات التباطؤ المثلى.
6. اختبار التكامل المشترك.
7. تقدير نموذج تصحيح الخطأ.
8. إجراءات اختبار الاستقرار الهيكلي للنموذج.
9. إجراء اختبارات البواقي.
10. تحليل مكونات التباين.
11. تحليل دالة الاستجابة.

ج: تطور متغيرات الدراسة عبر الزمن:

يوضح الشكل الآتي كلاً من التغير المئوي في كل من لوغاريتم حجم الودائع ولوغاريتم سعر الذهب العالمي خلال فترة الدراسة:

الشكل رقم / 1 /: تطور كل من تغير حجم الودائع وسعر الذهب العالمي:

أثر تغير سعر الذهب في حجم الودائع المصرفية
دراسة حالة بنك سورية الدولي الإسلامي



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

يتضح من خلال الشكل السابق العلاقة الترابطية بين الودائع وسعر الذهب العالمي على الرغم من عدم وضوحها بشكل آني، ويتضح ذلك على نحو واضح خلال فترة الدراسة.

د: الوصف الإحصائي للبيانات:

يبين الجدول الآتي الوصف الإحصائي لمتغيرات الدراسة:

الجدول رقم / 3 /: الوصف الإحصائي لمتغيرات الدراسة:

GP	DEP	
1356.712	118341.2	Mean
1285.150	71562.00	Median
1721.800	300761.0	Maximum
1106.500	1306.000	Minimum
186.3739	104027.0	Std. Dev.
0.863295	0.490954	Skewness
2.362916	1.702546	Kurtosis

4.515982	3.530040	Jarque-Bera
0.104560	0.171183	Probability

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- بلغ المتوسط الحسابي لسعر الذهب 1356.7 دولار أمريكي للأونصة وبانحراف معياري قدره 186.4 دولار أمريكي، وهذا يشير إلى عدم وجود تشتت كبير، وقد بلغت أعلى قيمة له 1721.8، كما تشير القيمة الاحتمالية المقابلة لاختبار جاركو-بيرا البالغة 0.10 وهي أكبر من 0.05 مما يدل على وجود توزيع طبيعي للمتغير.
- بلغ المتوسط الحسابي لحجم الودائع 118341 مليون ل.س بانحراف معياري قدره 104027 مليون ل.س، وهذا يدل على وجود تشتت كبير في البيانات، وقد بلغت أعلى قيمة له 300761 مليون ل.س، كما تشير القيمة الاحتمالية المقابلة لاختبار جاركو-بيرا البالغة 0.17 وهي أكبر من 0.05 مما يشير إلى وجود توزيع طبيعي للمتغير.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أنّ هناك توزيعاً طبيعياً لكلا المتغيرين حيث بلغتا لكل من الودائع وسعر الذهب العالمي على التوالي 0.17 و 0.10 وهما أكبر من 0.05.

ه: اختبار استقرار السلاسل الزمنية:

يبين الجدول الآتي نتائج اختبار استقرار السلاسل الزمنية النهائي لمتغير الودائع:

الجدول رقم / 4 /: نتائج اختبار استقرار الودائع بالصيغة اللوغاريتمية:

Null Hypothesis: D(LOGDEP) has a unit root	
Exogenous: None	
Lag Length: 3 (Automatic – based on SIC, maxlag=7)	

أثر تغير سعر الذهب في حجم الودائع المصرفية
دراسة حالة بنك سورية الدولي الإسلامي

Prob.*	t-Statistic		
0.0257	-2.255569	Augmented Dickey-Fuller test statistic	
	-2.653401	1% level	Test critical values:
	-1.953858	5% level	
	-1.609571	10% level	

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

يتضح من خلال الجدول السابق أنّ المتغير مستقر عند الفرق الأول حيث بلغت القيمة الاحتمالية 0.0257 وهي أقل من 0.05

كما يظهر الجدول الآتي نتائج اختبار استقرار السلاسل الزمنية لمتغير سعر الذهب العالمي:

الجدول رقم / 5 /: نتائج اختبار استقرار سعر الذهب العالمي بالصيغة اللوغاريتمية:

Null Hypothesis: D(LOGGP) has a unit root			
Exogenous: None			
Lag Length: 0 (Automatic – based on SIC, maxlag=7)			
Prob.*	t-Statistic		
0.0002	-4.078511	Augmented Dickey-Fuller test statistic	
	-2.644302	1% level	Test critical values:
	-1.952473	5% level	
	-1.610211	10% level	
*MacKinnon (1996) one-sided p-values.			

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

يتضح من خلال الجدول السابق أنّ المتغير مستقر عند الفرق الأول حيث بلغت القيمة الاحتمالية 0.0002 وهي أقل من 0.05

وبما أنّ المتغيرين مستقرين عند الفرق الأول فيمكن تطبيق التكامل المشترك والذي يوضح العلاقة طويلة الأجل بين المتغيرات.

و: اختبار عدد فترات التباطؤ المثلى:

قبل الدخول إلى التكامل المشترك يجب معرفة فترة التباطؤ المثلى والتي توضح الوقت الذي سيصل له أثر المتغير المستقل في المتغير التابع، والجدول الآتي يبين نتائج اختبار عدد فترات التباطؤ المثلى:

الجدول رقم / 6 /: نتائج اختبار عدد فترات التباطؤ المثلى:

HQ	SC	AIC	FPE	LR	LogL	Lag
6.114386	6.179150	6.084854	1.505544	NA	-86.23038	0
-3.127430	-2.933139*	-3.216028	0.000138	248.9953*	52.63240	1
-3.170247*	-2.846428	-3.317909*	0.000125*	9.065846	58.10968	2
-3.006106	-2.552759	-3.212833	0.000141	3.757286	60.58607	3

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

يتضح من خلال الجدول السابق أنّ عدد فترات التباطؤ المثلى هو 2 باتفاق معظم المعايير.

ز: اختبار التكامل المشترك:

يوضح الجدول الآتي نتائج اختبار التكامل المشترك:

الجدول رقم / 7 /: نتائج اختبار التكامل المشترك بين المتغيرات:

Unrestricted Cointegration Rank Test (Trace)				
	0.05	Trace		Hypothesized
Prob.**	Critical Value	Statistic	Eigenvalue	No. of CE(s)
0.0014	15.49471	24.91360	0.533476	None *

أثر تغير سعر الذهب في حجم الودائع المصرفية
دراسة حالة بنك سورية الدولي الإسلامي

0.0941	3.841466	2.802652	0.092120	At most 1
Trace test indicates 1 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level				
* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level				
**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values				
Unrestricted Cointegration Rank Test (Maximum Eigenvalue)				
	0.05	Max-Eigen		Hypothesized
Prob.**	Critical Value	Statistic	Eigenvalue	No. of CE(s)
0.0024	14.26460	22.11094	0.533476	None *
0.0941	3.841466	2.802652	0.092120	At most 1

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

يتضح من خلال الجدول السابق أنّ هناك علاقة تكامل مشترك بين المتغيرات حسب اختباري الأثر والقيمة الكامنة العظمى، وبما أنّ ذلك أثبت أنّ هناك علاقة طويلة الأجل في المتغيرات، فيمكن تقدير نموذج تصحيح الخطأ.

د: نتائج نموذج تصحيح الخطأ:

يبين الجدول الآتي نتائج نموذج تصحيح الخطأ:

الجدول رقم / 8 /: نتائج نموذج تصحيح الخطأ:

	CointEq1	Cointegrating Eq:
	1.000000	LOGDEP(-1)
	1.690004	LOGGP(-1)
	(0.93596)	
	[1.80564]	
	-23.34220	C
D(LOGGP)	D(LOGDEP)	Error Correction:
-0.026634	-0.451099	CointEq1

(0.02463)	(0.09367)	
[-1.08127]	[-4.81571]	
0.066278	0.258916	D(LOGDEP(-1))
(0.03551)	(0.13503)	
[1.86656]	[-1.91743]	
0.006623	0.209208	D(LOGDEP(-2))
(0.03279)	(0.12468)	
[0.20200]	[1.67796]	
0.294123	0.295005	D(LOGGP(-1))
(0.18072)	(0.68726)	
[1.62749]	[0.42924]	
-0.401315	0.964003	D(LOGGP(-2))
(0.18782)	(0.71425)	
[-2.13671]	[1.34967]	
-0.113688	-0.438729	C
(0.06178)	(0.23496)	
[-1.84009]	[-1.86728]	
0.005341	0.036599	@TREND
(0.00332)	(0.01262)	
[1.60938]	[2.90021]	
0.282425	0.751611	R-squared
0.086723	0.683868	Adj. R-squared
0.048259	0.697921	Sum sq. resids
0.046836	0.178111	S.E. equation
1.443137	11.09512	F-statistic
51.62847	12.89149	Log likelihood
-3.077826	-0.406310	Akaike AIC
-2.747789	-0.076273	Schwarz SC
-0.011306	0.172457	Mean dependent

أثر تغير سعر الذهب في حجم الودائع المصرفية
دراسة حالة بنك سورية الدولي الإسلامي

0.049009	0.316780	S.D. dependent
6.93E-05	Determinant resid covariance (dof adj.)	
3.99E-05	Determinant resid covariance	
64.58328	Log likelihood	
-3.350571	Akaike information criterion	
-2.596201	Schwarz criterion	
16	Number of coefficients	

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

يتضح من خلال الجدول السابق أنه :

- على المدى القصير الأجل هناك أثر إيجابي للقيم السابقة للودائع في القيم الحالية، فمستويات الودائع المرتفعة أو المنخفضة ستجعل من المصرف يحافظ على هذه المستويات أو تحسينها ما يعني تعلق القيم الحالية بالقيم السابقة لها.
- هناك أثر إيجابي لسعر الذهب العالمي على المدى القصير، و يعود ذلك إلى أنّ ارتفاع سعر الذهب العالمي سوف يؤدي إلى بيع بعض الزبائن ما بحوزتهم من أموال لحني أرباح الارتفاع في سعر الذهب العالمي ويقوم بالإيداع في المصارف فترتفع الإيداعات.
- أما على المدى الطويل الأجل فإن ارتفاع أسعار الذهب العالمية سوف يشجع الزبائن على الاستثمار في الذهب عوضاً عن الاستثمار في المصارف كون العائد على الاستثمار في الذهب أعلى منه في المصارف الإسلامية.
- بلغ معامل تصحيح الخطأ -0.45 ما يعني أنه حتى نعود للعلاقة طويلة نحتاج إلى أقل من ثلاثة أرباع السنة، ويمكن أن تعزى هذه السرعة البطيئة إلى بطء تأقلم المصرف الإسلامي مع التغيرات في سعر الذهب.
- بلغت القوة التفسيرية 75%، و القوة التفسيرية المعدلة 68%، أي أنّ 68% من التغيرات في الودائع ناجمة عن التغير في سعر الذهب العالمي.

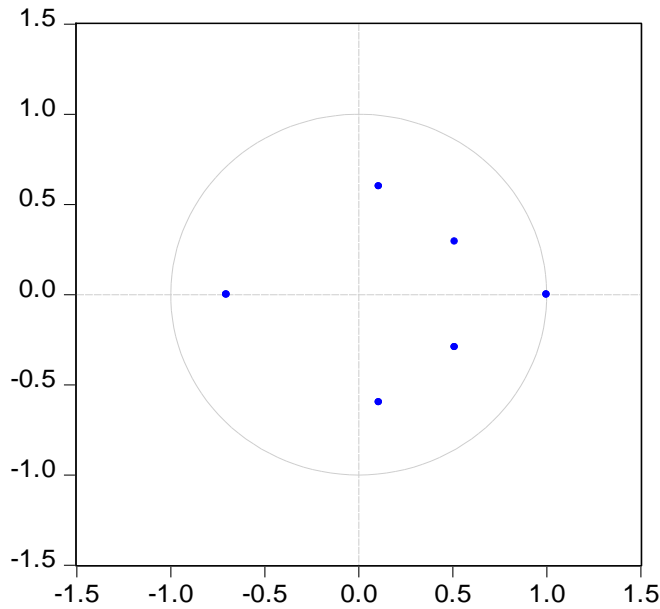
- بينما على المدى طويل الأجل هناك أثر سلبي لسعر الذهب العالمي في الودائع، حيث يعدّ الذهب استثماراً جيداً و سلعة ادخارية خلال الأزمات لأنه يعتبر ملاذاً آمناً في ظل انخفاض قيمة العملة. ويمكن أن يعزى ذلك إلى أنّ استمرار قيمة الليرة السورية بالانخفاض سيؤثر سلباً في نشاط المصرف، وتخفض قدرته على تلبية التزاماته.

ط: اختبار الاستقرار الهيكلي للنموذج:

يوضح الشكل الآتي نتائج اختبار الاستقرار الهيكلي للنموذج:

الشكل رقم / 2 /: نتائج اختبار الاستقرار الهيكلي للنموذج:

Inverse Roots of AR Characteristic Polynomial



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

يتضح من خلال الشكل السابق أنّ هناك استقراراً هيكلياً للنموذج حيث أنّ كافة الجذور كانت على الدائرة أو داخلها.

ي: اختبارات البواقي:

يبين الجدول الآتي نتائج التوزيع الطبيعي للبواقي:

الجدول رقم / 9 /: نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للبواقي:

Prob.	df	Jarque–Bera	Component
0.5689	2	1.128051	1
0.4601	2	1.552563	2
0.8684	9	4.591228	Joint

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

يتضح من خلال الجدول السابق أنّ القيمة الاحتمالية البالغة 0.8684 وهي أكبر من 0.05 وبالتالي فإنّ البواقي تتوزع توزيعاً طبيعياً.

كما يبين الجدول الآتي نتائج اختبار الارتباط الذاتي البواقي:

الجدول رقم / 10 /: نتائج اختبار الارتباط الذاتي بين البواقي:

Prob.	df	Rao F–stat	Prob.	df	LRE* stat	Lag
0.2678	(4, 38.0)	1.354547	0.2675	4	5.198397	1
0.3494	(4, 38.0)	1.146990	0.3491	4	4.445430	2

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

يتضح من خلال الجدول السابق أنّ القيمة الاحتمالية البالغة 0.3494 وهي أكبر من 0.05 وبالتالي فإنّ البواقي لا تعاني من مشكلة الارتباط الذاتي.

وفي النهاية يوضح الجدول الآتي نتائج اختبار عدم ثبات التباين للبواقي:

الجدول رقم / 11 /: نتائج اختبار عدم ثبات التباين للبواقي:

Prob.	df	Chi-sq
0.1284	30	45.72736

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

يتضح من خلال الجدول السابق أنّ القيمة الاحتمالية البالغة 0.1284 وهي أكبر من 0.05 وبالتالي فإنّ البواقي لا تعاني من مشكلة عدم ثبات التباين.

ك: تحليل مكونات التباين:

يبين الجدول الآتي نتائج تحليل مكونات التباين:

الجدول رقم / 12 /: نتائج تحليل مكونات التباين:

LOGGP	LOGDEP	S.E.	Period
0.000000	100.0000	0.178111	1
1.362205	98.63780	0.187136	2
1.094494	98.90551	0.209977	3
3.787914	96.21209	0.214014	4
8.519554	91.48045	0.223098	5
15.43818	84.56182	0.232086	6
20.25063	79.74937	0.239906	7
24.71630	75.28370	0.247083	8
28.30774	71.69226	0.254069	9
31.74982	68.25018	0.260863	10

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

يتضح من خلال الجدول السابق أنّه بعد سنة ما يقارب 31.75% من تباين الودائع ناجم عن سعر الذهب العالمي.

ل: نتائج اختبار الفرضيات:

فرضية البحث: لا توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين سعر الذهب وحجم ودائع بنك سورية الدولي الإسلامي خلال الفترة (2010-2018).
مما سبق وبما أنّ القيمة الاحتمالية المقابلة لاختبار T لمعلمة سعر الذهب أقل من 0.05 على المدى طويل الأجل، فذلك يعني رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة، ويدل ذلك على وجود أثر معنوي لسعر الذهب العالمي في حجم ودائع بنك سورية الدولي الإسلامي خلال الفترة (2010-2018).

رابعاً - الاستنتاجات و التوصيات:

• الاستنتاجات:

1. يُعتبر موضوع العلاقة بين سعر الذهب و الودائع المصرفية من المواضيع الحديثة والمعاصرة التي تستقطب اهتمام كل المصارف بها سواء كانت تقليدية أم إسلامية وخاصة وقت الأزمات، لأنّ الودائع كلما كانت جيدة ومرتفعة كلما كان المصرف قادراً على تجاوز المخاطر والصعوبات والأزمات التي يمرّ بها.
2. اتخذ سعر الذهب العالمي اتجاهاً تصاعدياً خلال الأزمة ليصل إلى أعلى سعر 1722 دولاراً أمريكياً بنهاية عام 2012، باستثناء الفترة (2013-2015) حيث شهد اتجاهاً تنازلياً ثم عاود الارتفاع. إلا أنّ سعر الذهب مقوماً بالليرة السورية شهد اتجاهاً تصاعدياً خلال الأزمة وانخفاضاً في عام 2018، مما سبق نجد أن اتجاهات أسعار الذهب في سورية لم تتفق واتجاهات أسعار الذهب العالمية، بل حافظت على الاتجاه الصاعد خلال نفس الفترة بسبب آثار الأزمة والتضخم.
3. انخفاض حجم ودائع بنك سورية الدولي الإسلامي في ظل الأزمة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لحجم الودائع 118 مليار ل.س، وقد بلغت أعلى قيمة له 136 مليار ل.س بنهاية عام 2018، باعتبار أنّ المصارف الإسلامية خفضت من الاستثمار وفق صيغ التمويل الإسلامي لارتفاع المخاطر، ولا تتعامل بأدوات السوق النقدية التقليدية لإدارة ودائعها، وكانت ملاذاً آمناً.

4. تُرفض الفرضية الرئيسية لهذا البحث والتي تقول بعدم وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين سعر الذهب وحجم الودائع في بنك سورية الدولي الإسلامي. بسبب وجود علاقة على الأجل الطويل بين المتغيرين، حيث بلغت القوة التفسيرية المعدلة 68%، أي أنّ 68% من التغيرات في حجم الودائع ناجمة عن التغير في سعر الذهب.

5. هناك أثر سلبي لسعر الذهب العالمي في حجم ودائع بنك سورية الدولي الإسلامي على المدى طويل الأجل، فارتفاع أسعار الذهب العالمية سوف يشجع الزبائن على الاستثمار في الذهب عوضاً عن الاستثمار في المصارف كون العائد على الاستثمار في الذهب أعلى منه في المصارف الإسلامية، أو الادخار بشراء الذهب تفادياً لانخفاض قيمة العملة ولأنه يعد ملاذاً آمناً خلال الأزمات.

• التوصيات:

1. تعتبر مسألة إدارة الودائع المصرفية نوعاً من التحوّط و الوقاية من آثار تعرّض المصارف للمخاطر المصرفية، وبالتالي ضرورة العمل على إدارتها في المصارف الإسلامية ضمن المعايير المقبولة دولياً مما ينعكس إيجاباً على السلامة المصرفية والمركز المالي للمصرف، بالإضافة إلى ارتفاع ثقة المودعين بالمصرف مما يؤدي إلى زيادة الودائع.
2. نظراً لوجود فائض في حجم الودائع في بنك سورية الدولي الإسلامي خارج النشاط الاقتصادي، كان لا بدّ من تشجيع المصارف الإسلامية على استثمار فائض الودائع لديها، مما يساعد في زيادة الإنتاج و التصدير و بالتالي تحسن قيمة الليرة السورية.
3. لتخفيض المخاطر المصرفية الناتجة عن ارتفاع أسعار و عائد الأدوات الاستثمارية و البدائل السلعية و النقدية، لابد من ضرورة اهتمام المصارف الإسلامية بتنوع صيغ الاستثمار و تنوع الهيكل التمويلي لديها.

4. العمل على توجيه السياسات الاقتصادية و المالية و النقدية للحفاظ على استقرار قيمة الليرة السورية لإيجاد بيئة و ظروف مستقرة لأداء العمل المصرفي، وزيادة الأمان و الاستقرار المصرفي.
5. القيام بدراسات بحثية عن الأدوات الاستثمارية و البدائل السلعية و النقدية و أثرها على الودائع المصرفية (الإسلامية و التقليدية) في جميع الأحوال (السلم، الحرب، الأزمات، العقوبات، والتضخم،...الخ).

المصادر والمراجع

1. RACHMAWATI,E,SYAMSULHAKIM,E(2004)-Factors Affecting Mudaraba Deposits in Indonesia, Department of Economics Padjadjaran University , Indonesia.
2. NAHAR,S., SARKER,N.(2016,JUN). Are Macroeconomic Factors Substantially Influential For Islamic Bank Financing? Cross-Country Evidence. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM). Volume 18, Issue 6 .Ver. I (Jun. 2016), PP 20-27.
3. NDOUR,E 2017-The Affecting Factors in the Volume of Deposits in the Banks , "Empirical Study on Private Banks in Syria". Master Thesis, Damascus University. Faculty of Economics.
4. QAISAR,A ,and others.(2018,nov). Impact of Macroeconomic Variables on Islamic Banks Profitability. Journal of Accounting and Applied Business Research, Vol. 1, No. 2, 2018.
5. <https://www.gold.org/goldhub/research/relevance-of-gold-as-a-strategic-asset-2019>
6. World Gold Council ,(2018)-Using gold to hedge emerging market risk- May 2018 www.gold.org - <http://www.gold.org/>
7. World Gold Council Website: <https://www.gold.org/>

8. HASHEM,A- History of Gold and its Future Trends.
Mohamed El Gendy Blog. Retrieved 8/10/2019.
9. SHABIR, M.(2004)- Contemporary Financial Transactions,
The Egyptian Book House, Cairo, 2004, p. 264
10. SHAMAA, KH,()-Fundamentals of Banking Operations,
Arab Academy for Banking and Financial Sciences,
Damascus, p. 485.
- 11.CHARUMATHI,B,(2013)- Banking and Indian Financial
System, Kalapet, Pondicherry University,2013,p51
- 12.QUINN, A, (1999) - Factors Affecting Demand for Bank
Deposits, Unpublished Master Thesis, Mustansiriya
University, College of Business and Economics, 1999
13. HINDI, M, (2000) - Management of Commercial Banks,
Introduction to Decision Making, Third Edition, Modern Arab
Office, Alexandria, 2000.
- 14.AZZAWI, H, (1997) - The study of government banking
activity in Iraq during the period 1947-1994, unpublished
doctoral thesis, Mustansiriya University, College of
Management and Economics, 1997.
- 15.Rose, Peter s,(1991)- Commercial Bank Management,
producing and selling financial services, Boston Richard D,
Irwin Inc, USA, 1991.

- 16.KOCH, T.MACDONALD,S.(2000)- "Banking Management"
4th Ed, The Dryden Press Harcourt College Publishers,
2000.
- 17.HINDI, M, (1996) – Management of commercial banks, the
decision-making approach. First edition, Orabi Office.
Hadith, Alexandria 1996
- 18.AJLOUNI, M, (2008) – Islamic banks provisions, principles
and banking applications, Amman, Dar Al-Masirah for
Publishing, Distribution and Printing, 2008, p 192
- 19.GATEV, E, (2005)- Managing Bank Liquidity Risk , Boston
College , 2005 , p 9.
- 20.ABU SAMRA,R (2007) – Development of the bank deposit
policy under the theory of liability management. Master
Thesis. Islamic University of Gaza. Pp. 86--90
- 21.KANAAN, A 2015 – Management of banks and banking
policies. University of Damascus,608.P197.
- 22.BANKS,E 2005- Liquidity risk: managing asset and funding
Palgrave Macmillan UK,230,p. 15.
- 23.RUOZI,R. FERRARI,P 2013- Liquidity risk management in
banks: economic and regulatory issues. Springer. p. 7
- 24.Annual Report of the Syria International Islamic Bank–
www.dse.sy
- 25.Damascus Securities Exchange website: www.dse.sy

أثر تغير سعر الذهب في حجم الودائع المصرفية
دراسة حالة بنك سورية الدولي الإسلامي

دور سياحة المحميات الطبيعية في دعم البنية التحتية في سورية

"دراسة ميدانية على محمية الشعرة الشرقية في محافظة طرطوس"

طالب الماجستير: محمد سعد سليمان كلية السياحة - جامعة البعث
اشرف الأستاذ الدكتور: حسن مشرفي

ملخص البحث:

هدف البحث إلى دراسة العلاقة بين وجود محمية طبيعية في منطقة معينة وبين دعم بنيتها التحتية في الجمهورية العربية السورية، حيث قام الباحث بتوزيع استبانة على مفردات عينة الدراسة من الأسر العاملة في منطقة محمية الشعرة الشرقية في محافظة طرطوس وبلغت "100" استبانة تم استرداد "86" استبانة منها، وكان صالحاً منها للتليل الاحصائي "80" استبانة، ولاختبار صدق الاستبانة قام الباحث باستخدام اختبار الفاكرومباخ وكذلك استخدم معامل ارتباط بيرسون .
توصل البحث على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة معنوية بين وجود محمية طبيعية في منطقة الشعرة الشرقية في محافظة طرطوس وبين دعم البنية التحتية لهذه المنطقة. كما خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات اهمها ضرورة التنسيق بين الجهات الحكومية والمجتمع المحلي كي تتجح المحمية الطبيعية في أي منطقة سياحياً واقتصادياً وبالتالي تخدم في دعم البنية التحتية ونجاح المشروعات الحكومية.

الكلمات المفتاحية: المحميات الطبيعية، البنية التحتية، السياحة البيئية.

ABSTRACT:

The aim of the research is to study the relationship between the existence of a natural reserve in a specific area and support for its infrastructure in the Syrian Arab Republic, where the researcher distributed a questionnaire on the items of the study sample of working families in the area of the Sharqiya reserve in Tartous governorate and reached "100" questionnaire that was retrieved "86" A questionnaire from it, and it was valid for statistical analysis, "80" questionnaire. To test the validity of the questionnaire, the researcher used the Fachrombach test and also used the Pearson correlation coefficient.

The research found that there was a significant correlation between the existence of a nature reserve in the Sharqiya area in Tartous Governorate and the infrastructure support for this area.

The study also concluded with a set of recommendations, the most important of which is the necessity of coordination between government agencies and the local community in order for the nature reserve to succeed in any tourist and economic region, and thus serve in support of infrastructure and the success of government projects.

Key words: nature reserves, infrastructure, ecotourism.

1- مقدمة البحث:

افرزت عمليات التنمية الاقتصادية آثاراً سلبية في البيئة والمجتمعات البشرية وقد اسهمت السياحة بمختلف انشطتها في تدمير هذه البيئة بشكل أو بآخر، لذا اصبحت سياحة المحميات الطبيعية حلاً جزئياً لمواجهة هذه الآثار ولدعم ما يمكن دعمه خلال وجودها في مناطق معينة.

وقد انتشرت سياحة المحميات الطبيعية في معظم دول العالم ولا سيما منذ النصف الثاني من القرن العشرين وذلك للحد من تهديد الانسان للبيئة ومحيطها، ولتفعيل دوره في حماية البيئة وتنمية السياحة وخاصة السياحة البيئية باعتبار هذه المحميات احد عناصر الجذب السياحي لنوع معين من السائحين والدارسين والمهتمين بشؤون البيئة.

ويسبب ادراك اهمية الحفاظ على البيئة في العالم، سعت العديد من الدول لإنشاء مناطق محمية حتى اصبحت مع مرور الوقت سياحة قائمة بحد ذاتها، وجزء لا يتجزأ من السياحة البيئية عموماً، فضلاً على العمل في تحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات ذات الصلة الجغرافية والمكانية مع هذه المحميات.

وسيتم التركيز في هذا البحث على موضوع دعم البنية التحتية في منطقة تواجد محمية الشعرة الشرقية في محافظة طرطوس، لمعرفة الدور الذي تقوم به هذه المحمية في دعم البنية التحتية لمنطقة المحمية .

2- مشكلة البحث:

من خلال الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث لعدد من المراجع من كتب وابحاث علمية مختصة في مجال السياحة البيئية والمحميات الطبيعية والبنية التحتية لاحظ الباحث خلل بين اسلوب تطبيق عمل المحميات الطبيعية على ارض الواقع وبين ما هو

موجود في تلك المراجع من كتب وابحاث لذلك وضع الباحث العديد من التساؤلات بعين الاعتبار وتمكن من صياغة مشكلة البحث من خلال التساؤل الرئيس الآتي:

ما هو دور المحميات الطبيعية في دعم البنية التحتية في سورية؟

ويتفرع عنه التساؤل الآتي:

- ما هو دور محمية الشعرة الشرقية في محافظة طرطوس في دعم البنية التحتية لمنطقة المحمية؟.

3- اهمية البحث:

الأهمية العلمية: ايضاح دور المحميات الطبيعية التي تمثل السياحة البيئية وقدرتها على خلق فرص داعمة لمحيطها المادي والحيوي من خلال دعمها للبنية التحتية في منطقة وجودها.

الأهمية العملية: يحاول الباحث ابراز دور المحمية الطبيعية بشكل خاص في دعم البنية التحتية والنهوض بواقع المنطقة قيد الدراسة.

4- أهداف البحث:

أ- التركيز على المحميات الطبيعية كنشاط سياحي بيئي وانعكاسها على المناطق الريفية وتبيان دورها وفعاليتها.

ب- التعريف بدور المحميات الطبيعية في دعم البنية التحتية في المناطق التي تتواجد فيها.

ج- اقتراح بعض التوصيات اللازمة من خلال ما يتم التوصل إليه من نتائج عملية ونظرية.

5- متغيرات البحث:

- المتغير المستقل: المحميات الطبيعية (محمية الشعرة الشرقية في محافظة طرطوس).

- المتغير التابع: دعم البنية التحتية.

6- فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية: لا توجد علاقة معنوية بين المحميات الطبيعية وبين دعم البنية التحتية في سورية.

الفرضية الفرعية: لا توجد علاقة معنوية بين محمية الشعرة الشرقية في محافظة طرطوس وبين دعمها للبنية التحتية في منطقتها.

7- منهجية البحث:

في الجانب النظري: اعتمد الباحث على المنهج الوصفي من خلال مراجعة الادبيات المتاحة من الكتب والمجلات والدراسات السابقة سواء العربية منها أو الاجنبية المتعلقة بموضوع الدراسة.

في الجانب العملي: اشتمل على الدراسة الميدانية من اجل تجميع البيانات من واقع مجتمع البحث حيث تم الاعتماد على اسلوب الاستقصاء من خلال تصميم استبانة مناسبة لهذا الغرض تتألف من قسمين يتضمن كل منهما مجموعة من الاسئلة الخاصة لإختبار فرضيات البحث باستخدام الاساليب والبرامج الاحصائية المناسبة.

8- مجتمع وعينة البحث:

مجتمع البحث: يتكون من الاسر العاملة في المجال السياحي ضمن مناطق المحميات الطبيعية في الجمهورية العربية السورية.

عينة البحث: وهي عينة قصدية للعاملين في المجال السياحي ضمن منطقة محمية الشعرة الشرقية في محافظة طرطوس. وقام الباحث بتوزيع "100" استبانة تم استرداد "86" استبانة منها، وكان صالحاً منها للتحليل الاحصائي "80" استبانة.

9- حدود البحث:

- الحدود الزمانية : عام 2021م.
- الحدود المكانية: الجمهورية العربية السورية، محافظة طرطوس، منطقة القدموس، محمية الشعرة الشرقية.
- الحدود العلمية: تم دراسة دور المحميات الطبيعية فيما يتعلق بموضوع دعمها للبنية التحتية فقط .

10- الدراسات السابقة:

أ- الدراسات باللغة العربية:

1- دراسة: اسبر، ميساء (2014): تفعيل دور السياحة في التنمية الريفية (مع دراسة حاله في المنطقة الساحلية السورية).

تهتم هذه الدراسة بالدور الذي تلعبه السياحة عموماً بالاقتصاد الريفي، وكيف تؤثر السياحة على الحد من الهجرة من الأرياف، وتفعيل دور المرأة الريفية وماذا يمكن ان تفعل السياحة لتحسين واقع المجتمع الريفي بشكل عام. أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أنه يحتاج تفعيل دور السياحة الريفية مساهمة فعالة من الجهات العامة المسؤولة عن السياحة، في نواحي عدة منها ما يتعلق بتخطيط استخدام الأرض Land-use planning ، واصدار

القرارات المناسبة لواقع الريف لتنظيم العمل فيه، وذلك لأجل أن تكون السياحة الريفية منسجمة مع الواقع الريفي للدولة؛ ومنها ما يتعلق بالترويج والتسويق السياحي وتدريب الموارد البشرية ولمساعدة في تنويع المنتج السياحي والاهتمام بالبيئة وتقديم الدعم المادي و تنمية البنية التحتية.

2- دراسة (الملكي، محمد منصور، 2014): المحميات الطبيعية في اليمن

دراسة حالة محمية وادي عنة باستخدام نظم المعلومات الجغرافية.

ركزت هذه الدراسة على محمية وادي عنة باستخدام نظم المعلومات الجغرافية لتحديد وتصنيف وتحليل البيانات وصولاً إلى إنتاج قواعد بيانات جغرافية مختلفة يتم من خلالها تحليل خريطة رقمية كأساس لتحديد قطاعات محمية وادي عنة.

وأهم نتائج الدراسة أنه لا بد من السماح لإدارة المحمية بدراسة إطار المحمية وداخلها لكي تتمكن من التأثير في المحمية ايجابياً عبر نظم معلومات جغرافية تقود لتحسين واقع المحمية.

3- (طربوش، أمين، 2017): السياحة المستدامة في المحميات الطبيعية في

البادية السورية" التليّة نموذجاً"

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل المقومات الطبيعية لمحمية التليّة وتوضيح أهمية السياحة المستدامة في الحفاظ على الموارد الطبيعية.

واهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن صناعة السياحة المستدامة في المحميات الطبيعية ظاهرة جديدة ذات بعد بيئي تنموي فهي تدرم الهوة بين قضيتي التنمية والحماية، وذلك من خلال تطوير استراتيجيات تعمل على دمج قطاع السياحة مع المحميات الطبيعية، وتربط الاستثمار والمشاريع الانتاجية للمجتمع المحلي والوطني مع حماية قيم واهداف المناطق المحمية.

ب- الدراسات باللغة الأجنبية:

1- دراسة: Rabbany, : Environmental Effects Of Tourism.

Ghulam(2013)

وجاءت بعنوان الآثار البيئية للسياحة.

تهتم هذه الدراسة بالتنمية الاقتصادية في المناطق السياحية المرتبطة مباشرة بالبيئة ، وركزت على موضوع العلاج بالسياحة مع البيئة والآثار البيئية الضارة الناجمة عن السياحة ، بما تحتويه من طرق مواصلات وفنادق وغيرها .
وأيضاً الدور الايجابي الذي تخلقه السياحة على البيئة من خلال المساهمة في حمايتها كونها وسيلة لزيادة الوعي البيئي، وقامت هذه الدراسة بشرح الآثار البيئية للسياحة على المستوى المحلي.

2- دراسة: Nsukwini, Sakhile (2016): The socio-economic

impacts of ecotourism in rural areas

والاقتصادية للسياحة الإيكولوجية في المناطق الريفية

ركزت هذه الدراسة على أهمية مشاركة المجتمع المحلي في الحفاظ على البيئة من اجل قيام سياحة بيئية نظيفة ، وتبحث بشكل خاص الأثر الاجتماعي والاقتصادي للسياحة الايكولوجية في المناطق الريفية المتاخمة لمنطقة الدراسة (HiP) .

وتتطلع الدراسة الى تحسين هذا النوع السياحي لتحفيز خفض الفقر في تلك المناطق والتقليل من البطالة.

ت- اختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بأن الدراسات السابقة تناولت مواضيع

توسيع القاعدة السياحية والاستثمار العقلائي في هذا القطاع بيئياً، ودور السياحة عموماً في التنمية الريفية، والمشاكل الخدمية في تلك المناطق، وكيفية علاجها بالسياحة البيئية والحفاظ على البيئة من التلوث بالإضافة إلى تركيزها على مناطق عالمية مختلفة.

أما بالنسبة لدراستنا هذه تتمحور حول المواضيع الآتية:

- تأثير سياحة المحميات الطبيعية على دعم البنية التحتية من خلال تنميتها .
- التركيز على المحميات الطبيعية كنوع من انواع السياحة البيئية للارتقاء بواقع مناطق الدراسة.
- تناولت أهم عناصر التنمية الريفية وهي دعم البنية التحتية.
- دراسة المحميات الطبيعية السورية (الشعرة الشرقية) والتي يتفرد بها بحثنا من حيث نوعيتها .
- كما أن دراستنا تمتاز عن كل الدراسات السابقة في اختيار المكان والزمان وطريقة اختيار العينة وحجمها.

الإطار النظري للبحث:

المبحث الأول: السياحة البيئية والمحميات الطبيعية:

1-1- تعريف السياحة البيئية:

لا بد في البداية من التعرّيج إلى توضيح مفهوم السياحة البيئية لأن المحميات الطبيعية جزء لا يتجزأ منها:

تعد السياحة البيئية من أشكال السياحة الحديثة مقارنة مع غيرها ، لوجود مجموعة من أفكار وخطوط العريضة التي تهدف جميعها إلى المحافظة على مقومات السياحة الحضارية الأثرية والطبيعية بكل عناصرها، ومن هنا وجدت عدة تعاريف للسياحة البيئية نذكر أهمها:

عرف الصندوق العالمي للبيئة بأنها " السفر إلى المناطق الطبيعية، التي لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الخلل، وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها البرية وتجليات حضاراتها ماضياً وحاضراً، ويعتبر هذا النوع من السياحة هاماً جداً للدول النامية لكونه يمثل مصدراً للدخل، إضافة إلى دوره في الحفاظ على البيئة وترسيخ ثقافة وممارسات التنمية المستدامة"¹ .

كما عرفت أنها الاحترام أو الصداقة الجسدية للبيئة والثقافية ، أي تطوير شكل من أشكال السياحة غير ضار وغير مهين ؛ تخضع لضوابط ادارية لائقة ومناسبة؛ والتي تقدم مساهمات مالية لحماية الثقافات والبيئات الأصلية.²

¹ علي، طهراوي دومه، المسؤولية البيئية للمنشآت السياحية، المركز الجامعي في غليزان، الجزائر، 2016م، ص 4.

² Holden, A. and Kealy, H, 'A Profile of UK Outbound Environmentally Friendly Tour Operators?', Tourism Management, 1996, 60.

ويمكننا القول أن "السياحة البيئية هي نشاط التجول في الطبيعة بقصد التنزه والاستجمام والراحة والعلاج ، والتمتع بالمناظر الطبيعية والكائنات التي تعيش فيها، وأخذ المعرفة عنها بالإضافة إلى القيام بالأنشطة الرياضية الرشيدة غير الخطرة والتي لا تلوث البيئة كمرقبة الحيوانات والمخيمات البيئية والتجول ضمن الطبيعة".

1-2- تعريف المحميات الطبيعية:

المحمية الطبيعية أو المنطقة المحمية هي منطقة جغرافية محددة المساحة تُخصص للمحافظة على الموارد البيئية المتجددة وتطبيق النظم الجيدة لاستغلالها، ويُشرف عليها من قبل هيئة معينة، تتميز هذه المناطق بأنها قد تحتوي على نباتات أو حيوانات مهددة بالانقراض مما يستلزم حمايتها من التعديات الإنسانية والتلوث بشتى الصور.³

1-3- أنواع المحميات الطبيعية:

صنف (الاتحاد العالمي لصون الطبيعة) المحميات إلى ست مجموعات رئيسية هي:

- 1- المحمية الطبيعية البرية: وهي تدار لأغراض علمية أو حماية الفقار
- 2- المنتزه الوطني: وهو منطقة محمية تدار بصورة رئيسية لأغراض حماية المنظومات الإيكولوجية (البيئية).
- 3- المعلم الطبيعي: وهو محمية تدار لأغراض الحماية من خلال إجراءات إدارية تدخلية.
- 4- منطقة المناظر الطبيعية البرية ، والبحرية: وهي محمية الغاية منها صون المناظر الطبيعية البرية والبحرية والترويج لها.

³ حسن، سوزان، السياحة والبيئة (قضايا- سياسات- خطط وبرامج)، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، مصر، 2009، 146.

5- منطقة الموارد المدارة: وهي محمية تدار لغرض الاستخدام المستدام للمنظومات الإيكولوجية الطبيعية.

6- المنطقة الواحدة أو اكثر ، الطبيعية و/ أو الثقافية المحمية: نظرا إلى ما تتمتع به من قيمة فريدة ممثلة في الصفات الجمالية أو الثقافية البارزة والنادرة.⁴

وبحسب التقييم البيئي لـ (البنك الدولي) لسنة 1999، فإن المناطق المحمية هي تلك المساحات التي اعترفت بها المجتمعات المحلية، كالحدايق والمواقع التي تحافظ على منظومات حيوية لسلامة هذه المناطق المحمية.

1-4- أهداف المحميات الطبيعية:

1- الحفاظ على النظم البيئية التي ترتبط باستمرار الحياة وبقاء الإنسان ، وذلك من خلال حماية الأنواع النباتية والحيوانية الموجودة، وخاصة المهددة منها بالانقراض.

2- دعم البحث العلمي في مجال الأحياء والنظم البيئية، بالإضافة إلى صون وحفظ المصادر الوراثية النباتية والحيوانية المتوطنة.

3- الاستخدام المستدام للموارد الحيوية والنظم البيئية الطبيعية.

4- الاستثمار السياحي البيئي للمحمية بالشكل الذي لا يؤثر سلبا من مكوناتها الحيوية.

5- التربية البيئية وزيادة الوعي الاجتماعي بأهمية الأحياء.⁵

1-5- علاقة الصناعة السياحية مع البيئة والمحميات الطبيعية:

⁴ دراسة دور المحميات الطبيعية في حماية التنوع الحيوي والمشروعات المقترحة للتطوير، المنظمة العربية للتنمية الزراعية، جامعة الدول العربية، الخرطوم، 1999، 14.

⁵ فرج، شعبان، السياحة الريفية في مصر بين المعوقات والاحتياجات، معهد بحوث الارشاد الزراعي، مصر، 2010، 551.

تعتمد مواقع السياحة الأكثر نجاحاً في الوقت الحاضر على المحيط المادي النظيف، والبيئات المحمية والأنماط الثقافية المميزة للمجتمعات المحلية. أما المناطق التي لا تقدم هذه المميزات فتعاني من تناقص في الأعداد ونوعية السياح، وهو ما يؤدي إلى تناقص الفوائد الاقتصادية للمجتمعات المحلية

ومن الجائز أن تكون السياحة عاملاً بارزاً في حماية البيئة عندما يتم تكييفها مع البيئة المحلية، والمجتمع المحلي، وذلك من خلال التخطيط والإدارة السليمة. ويتوفر هذا عند وجود بيئة ذات جمال طبيعي وتضاريس مثيرة للاهتمام، وحياة نباتية برية وافرة وهواء نقي وماء نظيف، مما يساعد على اجتذاب السياح.

ويتساوى كل من التخطيط والتنمية السياحية في الأهمية من أجل حماية التراث الثقافي لمنطقة ما. وتشكل المناطق الأثرية والتاريخية، وتصاميم العمارة المميزة وأساليب الرقص الشعبي، والموسيقى، والدراما والفنون والحرف التقليدية والملابس الشعبية والعادات والتقاليد وثقافة وتراث المنطقة عوامل تجذب الزوار، خاصة إذا كانت على شكل محمية يرتادها السياح بانتظام، فتتبرز مكانتها أو تبقى ذات أهمية أقل، وكل ذلك يرجع للطريقة التي يتم بها تنمية السياحة وإدارتها.⁶

ويمكننا القول أن وجود محمية طبيعية لا يعني أنها مقصد سياحي أو منطقة جذب ما لم يتم الاعتناء بها بنويماً وخدمياً من خلال الاهتمام بالسكان المحليين ومشاركتهم فيها وبأعمالها مثل الحرف التقليدية اليدوية، ودعم الدولة لها من خلال البنية التحتية وتشبيد الطرقات والفنادق وغيرها...

⁶ AUBREY, S, B, The Profitable Hobby Farm, How to Build a Sustainable Local Foods Business, Op.Cit, 2012, p 107

المبحث الثاني: المحميات الطبيعية ودعم البنية التحتية:

2-1- تعريف البنية التحتية:

تعد مشاريع البنية التحتية من أهم المشاريع التي تعزز وتيرة النمو الاقتصادي في بلد معين من خلال ما تؤديه من تنمية لمنطقة أو بلد ما، كما تمثل معياراً مهماً للحكم على تنمية الدولة أو المنطقة، كما تسهم في توفير السلع والخدمات الضرورية اللازمة لتمكين أو استدامة أو تحسين ظروف الحياة المجتمعية، وهي تشمل مجموعة من الوسائل التي تستخدم في توفير الخدمات الأساسية مثل تصميم وبناء المرافق والأماكن التي تتكون منها القرى والاحياء من طرق وجسور، وحدائق عامة، وشبكات المياه والصرف الصحي والمعابر والانفاق ومولدات الطاقة والكهرباء والاتصالات وغيرها من البنية التحتية الأخرى التي تساهم في بناء ونهضة المجتمع وتوفير حياة أفضل للأفراد والمجتمع.

وقد ارتبط مفهوم البنية التحتية منذ البداية بالثورة الصناعية حيث عرفت بانها " مجموعة الخدمات المساعدة المطلوبة للصناعة أو ما يسمى بالبنية الصناعة أو البنية الهيكلية اللازمة للصناعة.⁷

⁷ عبد الباسط، وفاء، التنمية السياحية المستدامة بين الاستراتيجية والتحديات العالمية المعاصرة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005، ص99.

وتعد البنية التحتية المحرك الرئيس للنشاط الاقتصادي لذلك لن يتحقق هدف الدول في تحقيق التنمية والتكامل دون وجود البنية التحتية المناسبة، ويمكن تعريفها حسب مفهوم واسع بأنها " مجموع الخدمات التي تتولى الدولة تقديمها ، والمنشآت التي تتولى تشييدها وتشغيلها، إضافة إلى الخدمات التي تعتمد على العمالة الكثيفة ، كجمع النفايات وتقديم خدمات النقل العامة ، وتشكل البنية التحتية من الطرق والمطارات والموانئ والسكك الحديدية ومحطات مياه الشرب وشبكتها ومحطات توليد الكهرباء وشبكتها وشبكات الغاز الطبيعي والصرف الصحي والاتصالات ومرافقها بالإضافة إلى الخدمات الصحية والاسكان والتعليم.⁸

2-2- السياحة ودعم البنية التحتية:

إن زيادة الحركة السياحية تتطلب تطوير خدمات النقل وخدمات البنية التحتية الأخرى خصوصا مصادر المياه وشبكة الصرف الصحي وأنظمة التخلص من النفايات والاتصالات، من أجل تلبية حاجات قطاع السياحة. وخاصة في ظل وجود مناطق للجذب السياحي حيث ان وجود النشاط السياحي في منطقة ما يحتم على الدول تطوير بنيتها التحتية لكي يسهل التعامل معها كمقصد سياحي يعود إليه السائح ويكرر زيارته وخاصة اذا كانت مناطق طبيعية أو محميات طبيعية فمن الضروري تشييد الطرق والمراكز الصحية حتي يتمكن السائح المستهلك من الوصول والتعامل بأريحية مع منطقتة السياحية وإلا فلن يكرر زيارته مرة ثانية ، ونلاحظ قلة اعداد السياح في انواع معينة من السياحة كالسياحة الخطرة مثل تسلق الجبال والقفز المظلي حيث تنفرد هذه السياحة بخاصية خطيرة هذه الخاصية هي التي تجذب سياح معينين من فئة الشباب المفعم بالحيوية وحب الاثارة أما بالنسبة لمناطق المحميات الطبيعية التي تشكل احد

⁸ اسماعيني، نسيبة، دور السياحة في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في الجزائر، جامعة وهران، 2014، ص118.

أكبر المقاصد السياحية في العالم بعد السياحة الثقافية فهي تجذب سياح من جميع الفئات العمرية ولا بد من وجود بنية تحتية مريحة لجميع السياح تساهم في تكرار الزيارة مرات ومرات ، ويلاحظ أن نجاح البنية التحتية في تغطية مناطق المحميات يجعلها مناطق زيارة موسمية في ظل توفر جميع مقومات السياحة فيها كالطرق والجسور والفنادق البيئية والمراكز الصحية وغيرها، حيث تعد المحميات الطبيعية غير المدعومة بنويماً ذات سياحة وقتية بسبب صعوبة التأقلم مع طبيعة المناطق وصعوبة الوصول فتتحول من سياحة بيئية شاملة إلى سياحة مغامرة تستهوي محبي الخطورة من فئة الشباب فقط.⁹

ويمكننا القول أنه تحتاج السياحة حتى تؤدي مهمتها على أكمل وجه، إلى بنى تحتية متنوعة كالطرق ومشروعات صرف المياه، ومياه الشرب، وسائل النقل، بالإضافة إلى مطارات وموانئ مناسبة، إضافة إلى التطوير العمراني للمناطق الرئيسية من أجل الجذب السياحي.

2-3- دور سياحة المحميات الطبيعية في دعم البنية التحتية :

لابد أولاً من التعريف بالبنية التحتية فهي من أهم المشاريع التي تعزز وتيرة ونمو الاقتصاد، كما تمثل معياراً مهماً للحكم على تنمية الدولة أو المنطقة و كما تسهم في توفير السلع والخدمات الضرورية اللازمة لتمكين أو استدامة أو تحسين ظروف الحياة المجتمعية، وهي تشمل مجموعة من الوسائل التي تستخدم في توفير الخدمات الأساسية مثل تصميم وبناء المرافق والاماكن التي تتكون منها القرى والأحياء من طرقات وحدائق عامة وشبكات المياه والصرف الصحي والجسور والانفاق ومولدات الطاقة والكهرباء

⁹ نصر الله، عبد الفتاح، دور البنية التحتية في تحقيق النمو الاقتصادي في فلسطين، مرجع سابق، ص17، 2019.

والاتصالات وغيرها من البنية التحتية الاخرى التي تساهم في بناء ونهضة المجتمع وتوفير حياة افضل للأفراد والمجتمع، وقد ارتبط مفهوم البنية التحتية منذ البداية بالثورة الصناعية حيث عرّفت بأنها " مجموعة الخدمات المساعدة المطلوبة للصناعة أو ما يسمى بالبنية الصناعية او البنية الهيكلية اللازمة للصناعة .¹⁰

ويمكن تعريف البنية التحتية حسب المفهوم الواسع بانها" مجموع الخدمات التي تتولى الدولة تقديمها، والمنشآت التي تتولى تشييدها وتشغيلها، إضافة إلى الخدمات التي تعتمد على العمالة الكثيفة ، كخدمات النقل العامة، وتشكل البنية التحتية من الطرق والمطارات والموانئ والسكك الحديدية ومحطات مياه الشرب ومحطات توليد الكهرباء وشبكتها وشبكات الغاز الطبيعي والصرف الصحي والاتصالات بالإضافة لخدمات الصحة والاسكان والتعليم.

إن البنية التحتية هي القاعدة الاساسية للدولة والمؤسسات فيها فهي المستشفيات والمدارس والطرق وغيرها..، وعلى صعيد المناطق، البنية التحتية هي اساس كل منطقة أيضاً فهي المياه والكهرباء والاتصالات وغيرها..، وهي الداعم الرئيسي لازدهار ونجاح أي منطقة أو دولة أو مؤسسة، ومن الناحية الخدمية تعتبر البنية التحتية مركز الخدمات الاجتماعية كافة." بتصرف".¹¹

إذاً أي عمل أو نشاط مؤسساتي خدمي يحتاج لبنية تحتية كي يتم الوصول إليه أو العمل به، فالمصنع بحاجة للألات والأرض لإقامته، وكذلك المحميات الطبيعية بحاجة

¹⁰ داغر، محمد، الانفاق العام على مشروعات البنية التحتية وأثره في النمو الاقتصادي في ليبيا، مجلة البحوث الاقتصادية العربية، 2010، ع 51، ص 19.

¹¹ Katarzyna Klimek, " European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation, University of Applied Sciences of Western Switzerland, 2013.

للطرق والجسور وغرف ومياه وصرف صحي واتصالات و.... ، كل هذا يندرج تحت مسمى البنية التحتية. " بتصرف".

وإذا كانت المحميات الطبيعية نشطة" أي عليها طلب سياحي "فإنها بحاجة إلى معابر وظروف وخدمات " بنى تحتية" للوصول عليها وزيارتها. " بتصرف".

في سياق هذا الموضوع يتحدث " Katarzyna Klimek " ان المنطقة النشطة سياحياً تحفز الدولة على دعمها خديماً لما تقدمه للدولة من مردود اقتصادي نتيجة وجود السياح وانفاقهم للعملات الصعبة فيها، وبالتالي كلما كانت هذه الخدمات " البنى التحتية" مجهزة بشكل اكمل واشمل كلما كانت سهولة الوصول وسهولة التعامل والمشاركة اسهل واكبر وتعطي ارباح اقتصادية اوفر للدولة والمنطقة والمجتمع.

ومنه نستنتج أن وجود المحميات الطبيعية كنشاط سياحي في المنطقة الريفية سيقود في النهاية إلى دعم هذه المنطقة خديماً من حيث البنية التحتية " كهرباء، اتصالات، طرق، مياه، مستشفيات... " بتصرف.

الاطار العملي للبحث:

مجتمع وعينة البحث:

مجتمع البحث: يتكون من الاسر العاملة في المجال السياحي ضمن مناطق المحميات الطبيعية في الجمهورية العربية السورية.

عينة البحث: وهي عينة قصدية للعاملين في المجال السياحي ضمن منطقة محمية الشعرة الشرقية في محافظة طرطوس. وقام الباحث بتوزيع "100" استبانة تم استرداد "86" استبانة منها، وكان صالحاً منها للتحليل الاحصائي "80" استبانة.

❖ توضيح المقياس المعتمد في الاستبيان

تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي كما هو موضح في الجداول رقم (1) و(2):

جدول رقم (1): مقياس ليكرت الخماسي

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الاستجابة
5	4	3	2	1	الدرجة

جدول رقم (2): المتوسط المرجح ودلالته

الدالة	المتوسط المرجح
موافق بشدة	من 1 إلى 1.79
غير موافق	من 1.80 إلى 2.59
محايد	من 2.60 إلى 3.39
موافق	من 3.40 إلى 4.19
غير موافق بشدة	من 4.20 إلى 5

المصدر: من إعداد الباحث

❖ تقييم صدق وثبات أداة البحث (الاستبيان)

1- الصدق الظاهري:

وذلك بهدف التأكد من صحة وسلامة لغة الاستبيان، وأن عبارات الاستبيان تمثل بشكل كبير مضمون الأبعاد التي يتم قياسها حيث تعرض الاستبانة على عدد من المحكمين وتؤخذ ملاحظاتهم بعين الاعتبار ليصبح الاستبيان قابل للنشر.

2- طريقة ألفا كرونباخ:

دور سياحة المحميات الطبيعية في دعم البنية التحتية في سورية
"دراسة ميدانية على محمية الشعرة الشرقية في محافظة طرطوس"

ألفا كرونباخ هو مقياس أو مؤشر لثبات الاستبيان، وتم توزيع الاستبيان على عينة تجريبية مكونة من 20 شخصاً ثم تفريغ الاستبيانات وحساب معامل الثبات والمصدقية لكل محور من محاور الاستبيان والحصول على النتائج التالية.

جدول رقم (3) : مقياس الصدق والثبات

Reliability Statistics

المحور	عدد العبارات	قيمة ألفا كرونباخ الثبات	الصدق = الجذر التربيعي للثبات
المحور الأول: المحميات الطبيعية	5	0.811	0.902
المحور الثاني: دعم البنية التحتية	8	0.722	0.948
الاستبيان الكلي	13	0.950	0.985

المصدر: من إعداد الباحث

إن هذه النتيجة تدل على مستوى مصداقية وثبات عالية للاستبيان لأن كل النتائج أكبر من 0.60 وبالتالي يمكن توزيع الاستبيان على كامل عينة الدراسة.

❖ نتائج الدراسة التحليلية:

نتائج المحور الأول:

جدول رقم (4) عبارات قياس محور المحميات الطبيعية (محمية الشعرة الشرقية)

وصف المتغيرات/Descriptive Statistics					
رقم العبارة	العبارات	N العدد	Mean المتوسط	Std. Deviation الانحراف المعياري	دلالة المتوسط
1	تساهم المحميات الطبيعية في منطقتك في حماية البيئة من التلوث	124	4.2500	.71710	موافق بشدة
2	ي دعم وجود محمية طبيعية في منطقتك تحسين الخدمات العامة " اتصالات، طرقات، كهرباء.."	124	3.7661	1.53076	موافق
3	أنعشت المحمية الطبيعية في منطقتك السياحة البيئية واقامة فنادق بيئية.	124	2.9758	1.10036	محايد

4	ساهم وجود محمية طبيعية في منطقتك دعم بنيتها التحتية " الصرف الصحي، المدارس، المراكز الطبية.."	124	3.8306	1.35983	موافق
5	ساهم وجود محمية طبيعية في مكافحة الحرائق والتعديلات على البيئة، واشادة مراكز الطوارئ.	124	3.0968	1.58970	محايد
	نتيجة المحور	124	3.5839	1.04207	موافق

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج التحليل الاحصائي

نلاحظ من النتائج أن المتوسط المرجح لإجابات أفراد العينة عن السؤالين الثالث والخامس هي على التوالي 3.09/2.97 أي أن أفراد العينة كان رأيهم محايداً بالنسبة لمضمون الأسئلة حسب مقياس ليكرت الخماسي (المتوسط المرجح أعلى من 2.60 وأقل من 3.39).

كما أن المتوسط المرجح لإجابات أفراد العينة عن السؤالين الثاني والرابع هي على التوالي 3.83/3.76 أي أن أفراد العينة يوافقون على مضمون الأسئلة حسب مقياس ليكرت الخماسي (المتوسط المرجح أعلى من 3.40 وأقل من 4.19) أي أن عينة الدراسة تجد أن وجود محمية طبيعية في منطقتك تدعم حفظ الأنواع من الانقراض وأن المحمية الطبيعية أنعشت السياحة البيئية وجذبت سياحاً.

المتوسط المرجح لإجابات أفراد العينة عن السؤال الأول 4.25 أي أن أفراد العينة يوافقون بشدة على مضمون السؤال حسب مقياس ليكرت الخماسي (المتوسط المرجح أعلى من 4.20 وأقل من 5) أي أن عينة الدراسة تجد أن المحميات الطبيعية تساهم في حماية البيئة من التلوث

نتائج المحور الثاني:

جدول رقم (5) عبارات قياس محور دعم البنية التحتية

وصف المتغيرات/Descriptive Statistics

دور سياحة المحميات الطبيعية في دعم البنية التحتية في سورية
"دراسة ميدانية على محمية الشعرة الشرقية في محافظة طرطوس"

رقم العبارة	العبارات	N العدد	Mean المتوسط	Std. Deviation الانحراف المعياري	دلالة المتوسط
1	تم تشييد العديد من الفنادق البيئية ذات الطابع البيئي في منطقة المحمية.	124	2.4435	.94828	غير موافق
2	يوجد أكثر من مركز طوارئ في منطقة المحمية " اسعاف، اطفاء"	124	3.2984	1.51941	محايد
3	يوجد اهتمام واضح في البنية التحتية الخاصة بمنطقة المحمية بالمقارنة مع جوارها.	124	3.7016	1.22295	موافق
4	يوجد العديد من الطرقات وشبكات الصرف الصحي في منطقة المحمية.	124	3.1855	1.67413	محايد
5	انخفضت نسبة التلوث بعد احداث محمية طبيعية في المنطقة	124	3.5323	1.35212	موافق
6	ازداد الاهتمام بحماية الحياة البرية من خلال حفظ الأنواع ومكافحة الحرائق.	124	4.2984	.63732	موافق بشدة
7	يوجد العديد من المدارس والمراكز الصحية في منطقة المحمية.	124	4.0403	.19751	موافق
8	تحسنت خدمات الاتصالات المتنوعة في منطقة المحمية.	124	4.1384	.13967	موافق
	نتيجة المحور	124	3.6310	.65833	موافق

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج التحليل الاحصائي

نلاحظ من النتائج أن المتوسط المرجح لإجابات أفراد العينة عن السؤالين الثاني والرابع كان محايداً بالنسبة لمضمون الأسئلة.

المتوسط المرجح لإجابات أفراد العينة عن السؤال الثالث والخامس والسابع والثامن هي على التوالي 3.70/ 3.53/ 4.04/ 4.13 أي أن أفراد العينة يوافقون على مضمون الأسئلة حسب مقياس ليكرت الخماسي (المتوسط المرجح أعلى من 3.40 وأقل من

4.19) أي أن عينة الدراسة تجد أنه يوجد اهتمام واضح في البنية التحتية الخاصة بمنطقة المحمية بالمقارنة مع جوارها. كما انخفضت نسبة التلوث بعد أحداث محمية طبيعية في المنطقة بالإضافة إلى وجود العديد من المدارس والمراكز الصحية في منطقة المحمية، كما تحسنت خدمات الاتصالات المتنوعة في منطقة المحمية.

اختبار الفرضيات:

اختبار الفرضية الفرعية:

لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة معنوية بين وجود المحميات الطبيعية كنشاط سياحي بيئي وبين دعم البنية التحتية في منطقتها.

تطبيق اختبار العلاقة الارتباطية

يمثل الجدول رقم (6) معامل الارتباط بين وجود المحميات الطبيعية كنشاط سياحي بيئي وبين دعم البنية التحتية في منطقتها.

جدول رقم (6): معامل الارتباط بين وجود المحميات الطبيعية وبين دعم البنية التحتية في الأرياف.

Correlations الارتباط				
			وجود المحميات الطبيعية	دعم البنية التحتية في الأرياف
Spearman's rho الارتباط سبيرمان	وجود المحميات الطبيعية	Correlation Coefficient	1.000	.839**
		Sig. (2-tailed) درجة المعنوية	.	.000
		N	124	124
	دعم البنية التحتية في الأرياف	Correlation Coefficient	.839**	1.000
		Sig. (2-tailed) درجة المعنوية	.000	.
		N	124	124

دور سياحة المحميات الطبيعية في دعم البنية التحتية في سورية
"دراسة ميدانية على محمية الشعرة الشرقية في محافظة طرطوس"

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

الارتباط ذو معنوية عند الدرجة 0.01

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج spss

تشير النتائج الموضحة في الجدول السابق الى أن معامل الارتباط بين وجود المحميات الطبيعية كنشاط سياحي بيئي وبين دعم البنية التحتية في منطقتها تساوي (+0.839) وأن القيمة الاحتمالية sig تساوي (0.000) وهي ذات دلالة إحصائية عالية جداً (أقل من 0.05)، فبذلك توجد علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين وجود المحميات الطبيعية كنشاط سياحي بيئي وبين دعم البنية التحتية في الأرياف.

تطبيق اختبار الانحدار البسيط

1- الفرضية الفرعية:

تم بناء نموذج انحدار بسيط Simple Regression Model يتضمن إجابة عينة الدراسة على محور وجود المحميات الطبيعية كمتغير مستقل وإجابته على محور دعم البنية التحتية كمتغير تابع وتبين النتائج التالية نتائج الاختبار

الجدول رقم (1): معامل التحديد لنموذج الانحدار البسيط الخاص بأثر وجود المحميات الطبيعية كنشاط سياحي بيئي وبين دعم البنية التحتية في منطقتها.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.875	.765	.763	.32032

a. Predictors: (Constant), المحميات الطبيعية

الجدول رقم (2): المعنوية الإحصائية للقدرة التفسيرية لنموذج الانحدار البسيط الخاص بأثر وجود المحميات الطبيعية

كنشاط سياحي بيئي وبين دعم البنية التحتية في منطقتها.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.790	1	40.790	397.538	.000
	Residual	12.518	122	.103		
	Total	53.308	123			

a. Dependent Variable: دعم البنية التحتية.

b. Predictors: (Constant), المحميات الطبيعية

الجدول رقم (3): ثوابت معادلة نموذج الانحدار البسيط الخاص بأثر وجود المحميات الطبيعية كنشاط سياحي بيئي دعم البنية

التي في منطقتها.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.651	.103		15.961	.000
	المحميات الطبيعية	.553	.028	.875	19.938	.000

a. Dependent Variable: دعم البنية التحتية.

حسب الجدول رقم (1) بلغت قيمة معامل التحديد R Square لنموذج الانحدار البسيط الذي يدرس تأثير وجود المحميات الطبيعية كنشاط سياحي بيئي وبين دعم البنية التحتية في منطقتها 0.765 وهذا يعني بأن وجود المحميات الطبيعية كنشاط سياحي بيئي في الأرياف يفسر 76.5% من التغيرات التي قد تطرأ على دعم البنية التحتية في منطقة المحمية.

دور سياحة المحميات الطبيعية في دعم البنية التحتية في سورية
"دراسة ميدانية على محمية الشعرة الشرقية في محافظة طرطوس"

ويبين الجدول رقم (2) بأن نموذج الانحدار البسيط المذكور كان جوهرياً من الناحية الإحصائية حيث بلغت قيمة إحصائية فيشر (F) 397.538 وقيمة المعنوية الموافقة (Sig.) 0.000 P value، حيث أن هذه القيمة الأخيرة أصغر من 0.05، وهذا يدل على وجود تأثير ذو معنوية إحصائية لوجود المحميات الطبيعية كنشاط سياحي بيئي وبين دعم البنية التحتية في الأرياف ويبين الجدول رقم (3) ثوابت معادلة الانحدار البسيط لهذه العلاقة ويمكن صياغتها كما يلي:

دعم البنية التحتية في الأرياف = $1.651 + 0.553 \times$ وجود المحميات الطبيعية
كنشاط سياحي بيئي في منطقة المحمية)*
بالتالي يوجد علاقة خطية بين وجود المحميات الطبيعية كنشاط سياحي بيئي في منطقة المحمية وبين دعم البنية التحتية فيها.

من نتائج الارتباط والانحدار الخطي البسيط تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين وجود المحميات الطبيعية كنشاط سياحي بيئي وبين دعم البنية التحتية في منطقة المحمية بالتالي نرفض الفرضية الفرعية.

مناقشة تحليل الفرضية الفرعية:

يطلق الارتباط على العلاقة بين متغيرين وتُقاس تلك العلاقات بمقياس يسمى معامل الارتباط ويرمز له بالرمز r ويأخذ القيم من 1- إلى 1.

- ✓ يكون الارتباط طردي تام إذا كانت قيمة معامل الارتباط تساوي 1
- ✓ يكون الارتباط عكسي تام إذا كانت قيمة معامل الارتباط تساوي -1
- ✓ لا يوجد ارتباط إذا كانت قيمة معامل الارتباط تساوي صفر.
- ✓ كلما كانت القيمة المطلقة لمعامل الارتباط قريبة من الواحد كان الارتباط قوياً.

✓ كلما كانت القيمة المطلقة لمعامل الارتباط قريبة من الصفر كان الارتباط ضعيفاً.

جدول رقم(7): معامل الارتباط بين السياحة البيئية (المحميات الطبيعية) وعناصر التنمية الريفية.

إثبات الفرضية	التفسير	القيمة الاحتمالية sig	درجة الارتباط سبيرمان	محاور الاستبيان
نرفض الفرضية الفرعية الثالثة	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة	.000	0.839	دعم البنية التحتية

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج spss

بعد رفض الفرضية الفرعية يمكننا رفض الفرضية الرئيسية وبالتالي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية للمحميات الطبيعية (محمية الشعرة الشرقية) على دعم البنية التحتية في منطقتها.

النتائج:

النتائج العملية:

- 1- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية للمحميات الطبيعية (محمية الشعرة الشرقية) على دعم البنية التحتية في منطقتها.
- 2- حسن وجود محمية الشعرة الشرقية الخدمات في المنطقة مقارنة مع جوارها.

النتائج النظرية

- 1- يوجد اهتمام واضح في البنية التحتية الخاصة بمنطقة المحمية بالمقارنة مع جوارها من المناطق، لكن ليس بمستوى تطلعات سكان المنطقة.
- 2- ان وجود محمية الشعرة الشرقية دفع الاهالي للاهتمام بالبيئة والحماية من التلوث.
- 3- تعد المحميات الطبيعية جزء لا يتجزأ من السياحة البيئية والتي تعتبر السياحة الضامنة والحاضنة لمستقبل السياحة ككل.
- 4- ازداد الاهتمام بالغطاء النباتي والتنوع الحيوي من خلال التشجير ومكافحة الحرائق سيما في المناطق التي توجد فيها محميات طبيعية.
- 5- تعتبر محمية الشعرة الشرقية اليوم من اهم اسباب الراحة لسكان المنطقة بعد ان خففت من الهجرة وبفضل ما ينفقه السياح من عملة، والدعم لها من قبل الحكومة لأنها معلم سياحي حيث توفر اجود خدمات الاتصالات والمدارس والصرف الصحي وغيرها.

التوصيات:

- 1- ضرورة التنسيق بين الجهات الحكومية والمجتمع المحلي كي تنجح المحمية الطبيعية في أي منطقة سياحياً واقتصادياً وبالتالي تخدم في دعم البنية التحتية ونجاح المشروعات الحكومية.

- 2- لا يوجد سياحة ناجحة بدون وعي اجتماعي، مدرك لأهميتها، لذلك يحفز الباحث على ضرورة وضع مناهج تعليمية في المدارس بالإضافة لورشات عمل ترمي إلى شرح اهمية المحميات والمشاريع السياحية في نهوض المجتمع.
- 3- الإهتمام بالعنصر النسائي الفعال اثناء ممارسة الانشطة السياحية وخاصة في المحميات الطبيعية نظراً لما تقدمه المرأة الريفية من طابع سياحي يعكس حياة الريف وجمالة.
- 4- العمل على اشادة الفنادق البيئية الخاصة بالمحميات والمواقع السياحية البيئية.
- 5- يوصي الباحث بوضع ادارة لكل محمية طبيعية تقوم بشرح اهمية المحمية وطريقة عمل الاهالي والمجتمع لخدمتهم وخدمتها، كي تكون السياحة بأبهى حلة لها.
- 6- العمل على تدريب الاهالي والسكان المحليين سياحياً وتأهيلهم لاستقبال السياح وطريقة التعامل معهم.

المراجع:

أ- المراجع العربية:

- 1- اسماعيني، نسبية، دور السياحة في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في الجزائر، جامعة وهران، 2014.
- 2- حسن، سوزان، السياحة والبيئة (قضايا- سياسات- خطط وبرامج)، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، مصر، 2009.
- 3- داغر، محمد، الانفاق العام على مشروعات البنية التحتية وأثره في النمو الاقتصادي في ليبيا، مجلة البحوث الاقتصادية العربية، 2010.
- 4- دراسة دور المحميات الطبيعية في حماية التنوع الحيوي والمشروعات المقترحة للتطوير، المنظمة العربية للتنمية الزراعية، جامعة الدول العربية، الخرطوم، 1999.
- 5- عبد الباسط، وفاء، التنمية السياحية المستدامة بين الاستراتيجية والتحديات العالمية المعاصرة، دار النهضة العربية ، القاهرة، 2009.
- 6- علي، طهراوي دومه، المسؤولية البيئية للمنشآت السياحية، المركز الجامعي في غليزان، الجزائر، 2016م
- 7- فرج، شعبان، السياحة الريفية في مصر بين المعوقات والاحتياجات، معهد بحوث الارشاد الزراعي، مصر، 2010.
- 8- نصر الله، عبد الفتاح، دور البنية التحتية في تحقيق النمو الاقتصادي في فلسطين ، فلسطين، 2019.
- 9- يونس، غيداء، الغابات الطبيعية: الوضع الراهن والآفاق المستقبلية، دائرة سلامة الموارد الطبيعية، مديرية البيئة، اللاذقية، سورية، 2019.

ب- المراجع الأجنبية:

- 1- AUBREY, S, B, The Profitable Hobby Farm, How to Build a Sustainable Local Foods Business, Op.Cit, 2012
- 2- Holden, A. and Kealy, H, 'A Profile of UK Outbound Environmentally Friendly Tour Operators?', Tourism Management, 1996.
- 3- Katarzyna Klimek," European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation, University of Applied Sciences of Western Switzerland, 2013.

دور سياحة المحميات الطبيعية في دعم البنية التحتية في سورية
"دراسة ميدانية على محمية الشعرة الشرقية في محافظة طرطوس"

أثر التسويق المؤثر عبر وسائل التواصل الاجتماعية في قرار شراء المنتجات الطبية في ظل جائحة COVID 19

طالبا الدراسات العليا: محمد عصام رضا

جامعة دمشق - كلية الاقتصاد - قسم إدارة الأعمال.

إشراف الدكتورة: ندى علي

ملخص البحث

هدف البحث دراسة أثر التسويق المؤثر في قرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية عبر وسائل التواصل الاجتماعية، وذلك من خلال دراسة أثر المتغير المستقل (التسويق المؤثر) بأبعاده المتمثلة بالجاذبية والخبرة والثقة، في المتغير التابع (قرار الشراء)، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وتم تصميم استبيان إلكتروني وتوزيعه على عينة عشوائية عددها 384 مفردة عبر وسائل التواصل الاجتماعية، وتم استخدام برنامج spss في إجراء التحليل الإحصائية الوصفية وفي اختبار الفرضيات. وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج وأهمها: وجود تأثير بين التسويق المؤثر وقرار شراء المنتجات الطبية، وأن لكل من الأبعاد (الجاذبية، الخبرة، الثقة) تأثير هام إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05 في قرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية. وكان بعد الثقة هو الأكثر تأثيراً في قرار شراء المستهلكين ويليه الجاذبية وأخيراً الخبرة. واقترح الباحث على شركات المنتجات الطبية الاهتمام بمفهوم التسويق المؤثر والاعتماد عليه لما له من فوائد في استهداف فئة معينة وقدرته على الوصول إلى أكبر عدد من المستهلكين.

الكلمات المفتاحية: التسويق المؤثر، المؤثرون، قرار الشراء

The impact of influencer marketing via social media on the decision to purchase medical products in light of the COVID 19 pandemic

ABSTRACT

The aim of the research is to study the impact of influencer marketing on the decision to purchase medical products by social media consumers, by studying the impact of the independent variable (influential marketing) with its dimensions represented by attractiveness, experience and trust, on the dependent variable (purchasing decision), and the researcher relied on the descriptive analytical approach, and the researcher relied on the descriptive analytical approach. An electronic questionnaire was designed and distributed to a random sample of 384 individuals via social media, and the spss program was used to conduct descriptive statistical analyzes and to test hypotheses. The researcher reached a set of results, the most important of which is: There is an effect between influencer marketing and the decision to purchase medical products, and that each of the dimensions (attractiveness, experience, trust) has a statistically significant effect at the 0.05 level of significance in the decision to purchase medical products consumers. The trust dimension had the most influence on consumers' buying decision, followed by attractiveness and finally experience. The researcher suggested that medical product companies pay attention to the concept of influencer marketing and rely on it because of its benefits in targeting a specific category and its ability to reach the largest number of consumers.

Keywords: influencer marketing, influencers, purchase decision

1. مقدمة:

في الوقت الحاضر، تمثل وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً أساسياً من الحياة اليومية، وغالباً ما يستخدمها المسوقون لتوصيل رسالة معينة (Hanna, Rohm & Crittenden, 2011). وتقدم وسائل التواصل الاجتماعي بديلاً تقنياً للتواصل وجهاً لوجه مما يسمح للأشخاص بالتواصل مع أقرانهم وأن يكونوا جزءاً من مجتمعات الإنترنت حيث يتفاعل الأفراد وينشئون المحتوى ويشاركونه مع مستخدمين آخرين (Gruzd, 2011; Lai & Turban, 2008)

وشكل التسويق المؤثر عبر وسائل التواصل الاجتماعي قوة جذب في السنوات الأخيرة، على عكس التسويق التقليدي الذي يركز على السوق المستهدف ككل، التسويق المؤثر يركز على الوصول إلى المؤثرين والأفراد الذين لديهم تأثير قوي على المشترين المحتملين. عن طريق توجيه جهود التسويق تجاه هؤلاء المؤثرين، تأمل الشركات أن ينشروا كلاماً إيجابياً حول منتجات أو خدمات العلامات التجارية في شبكتها (Wang, 2014). ويتم تعريف التسويق المؤثر على أنه شركات تقنع الأفراد في الشبكة الاجتماعية الذين لديهم عدد كبير من الأتباع لنشر ودعم منتجاته (De Veirman et al. 2017) وبالتالي لإنشاء نوايا الشراء. (Knoll 2016).

ثبت وفقاً لإحصاءات حديثة، أن الشركات ستزيد من إنفاقها في التسويق المؤثر، والذي سيصل حجم السوق إلى 2 مليار دولار يمثل حوالي 25 مليون وظيفة مؤثرة في عام 2018. (influencermarketinghub.com 2017; Sweeney 2017).

وفقاً لدراسة أجراها TapInfluence and Nielsen Catalina Solutions حول فعالية التسويق المؤثر، يُظهر أن التسويق المؤثر ينتج سنوياً عائداً أكبر ب 11 مرة من الاستثمار في الأشكال التقليدية للإعلان (Kirkpatrick, 2016) وبسبب أهمية التسويق المؤثر جاء البحث ليسلط الضوء على أثر التسويق المؤثر عبر وسائل التواصل الاجتماعي في قرار الشراء .

2. الدراسات السابقة :

• دراسة Klaus-Peter Wiedmann and Walter von Mettenheim 2020 في ألمانيا

بعنوان : Attractiveness, trustworthiness and expertise – social influencers' winning formula?

الجاذبية والثقة والخبرة ، الصيغة الناجحة للمؤثرين الاجتماعيين .

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الكمي في تحليل البيانات، وتهدف الدراسة إلى فحص متطلبات نجاح المؤثرين واستكشاف ما إذا كانت متطلبات جاذبية المؤثر وخبرتهم والثقة ذات صلة بحملات المؤثرين عبر الإنترنت في قطع الأزياء الفاخرة، وتم توزيع استبيان على مجموعة من 288 مشارك عبر الإنترنت لتقييم ملامح المؤثرين من خلال العناصر الثلاثة وتأثيرها على نية الشراء وخلصت الدراسة إلى أن مصداقية المؤثرين في المقام الأول ومن ثم الجاذبية وأما الخبرة تكاد أن يكون تأثيرها معدوم .

• دراسة . 2017 Xin Jean Lim et all ماليزيا

Purchase The Impact of Social Media Influencers on Intention and the Mediation Effect of Customer Attitude

تأثير المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعية على قرار الشراء وتأثير موقف العميل كوسيط.

تهدف الدراسة للتحقق من فعالية المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والتركيز على مصداقية المصدر، وجاذبية المصدر، ومطابقة المنتج، وموقف المستهلكين كمتغير وسيط. وتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم جمع البيانات باستخدام استبيان من 200 مستجيب من طلاب الجامعة، وخلصت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي للمؤثرين في قرار الشراء لدى المستهلكين وأن مصداقية مصدر المؤثرين غير مهمة بالنسبة للمستهلكين وكذلك الجاذبية.

• دراسة 2019 Youssef Chetioui et all المغرب

to consumers' purchase How fashion influencers contribute intention

كيف يساهم مؤثرو الأزياء على قرار شراء المستهلكين

تعتمد الدراسة على المنهج الكمي في تحليل البيانات، وتبحث الدراسة في تأثير المؤثرين على موقف من العلامة التجارية وقرار شراء المستهلك، وتم اعتماد المصداقية والخبرة والثقة كأبعاد للمؤثرين وتم توزيع استبيان على 610 مستجيب وخلصت الدراسة أن المصداقية أقوى عامل يؤثر في الموقف تجاه المؤثرين ويليه الخبرة والثقة، وتوضح النتائج أن المؤثر الذي يُنظر إليه على أنه ذو مصداقية من المرجح أن يؤثر على موقف المتابعين وقرار الشراء .

• دراسة 2018 Christian Maier، Lea Müller،Jens Mattke

Exploring the Effect of Influencer Marketing on Purchase Intention

استكشاف تأثير التسويق المؤثر في قرار الشراء

تعتمد هذه الدراسة على استخدام التحليل النوعي المقارن لتقييم (تصورات الإعلان أو المؤثر أو المنتج) تولد قرار الشراء عبر مقابلة على الإنترنت مع عدد من المؤثرين، وخلصت الدراسة أن المنتج المفيد ومصداقية المؤثر تؤثر في قرار الشراء لدى المستهلكين، وأن كلاً من التقييم العقلاني والعاطفي للإعلانات المؤثرة يمكن أن تحفز قرار الشراء .

• دراسة 2017 Ida Kristin Johansen & Camilla Sveberg Guldvik ، Influencer Marketing and Purchase Intentions ،

التسويق المؤثر وقرار الشراء .

تهدف الأطروحة إلى التحقيق في كيفية تأثير التسويق المؤثر في نوايا الشراء لدى المستهلكين و تم جمع البيانات من خلال استبيان عبر الإنترنت يتم توزيعه عبر Facebook. تم توزيع الاستبيان على 180 مستجيب ، وأظهرت النتائج أن التسويق المؤثر يؤثر بشكل إيجابي على " موقف المستهلكين . " ومع ذلك ، كان من المدهش أن النتائج أظهرت أن التسويق المؤثر ليس له تأثير مباشر في نية شراء المستهلكين ، وأن التسويق المؤثر ليس استراتيجية تسويق أكثر كفاءة من الإعلان العادي عبر الإنترنت .

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

تأتي هذه الدراسة مكملة للدراسات السابقة التي ركزت على أثر التسويق المؤثر في قرار شراء المستهلكين ، إلا أنها تتميز عن الدراسات السابقة في أنها أخذت قطاع المنتجات الطبية في ظل أزمة كورونا في البيئة السورية.

3. مشكلة البحث:

في الآونة الأخيرة، اتبعت العديد من الشركات الاتجاه للتخلي عن الأشكال التقليدية للإعلان، مثل الشعارات أو الإعلانات المنبثقة، إلى أنواع جديدة (Knoll 2016). واحتمال واحد للقيام بذلك، يكمن في التحالف مع ما يسمى المؤثر (De Veirman et al. 2017). ويتم تعريف المؤثرين كأفراد لديهم عدد كبير من المتابعين على شبكات التواصل الاجتماعية ، يعملون كخبراء جديرين بالثقة (De Veirman et al. 2017; Evans et al. 2017) وبسبب شبكاتهم الواسعة ، فهم مهمين بالنسبة للشركات ، حيث أن اعتماد المنتج من خلال المؤثر له إمكانات النمو الفيروسي (De Veirman et al. 2017; Ohanian 1990)، وأصبح التسويق المؤثر عبر وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة شائعة للغاية بالنسبة للعلامات التجارية لإشراك المستهلكين على الإنترنت.(Phua, Jin and Kim 2016).

ومع ذلك ، خلال الوباء ، يمكننا ملاحظة المؤثرين يكافحون من أجل الاستمرار في التواصل وإشراك جمهورهم، في سياق الأزمة. قد تكون عدة عوامل ساهمت في ذلك

أولاً ، تغيير سلوك المستهلكين خلال الأزمة ،ثانياً :يقضي المستهلكون وقتاً أطول على وسائل التواصل الاجتماعي ،إما للبحث عن المعلومات حول الأزمة أو التواصل مع الأقارب والأصدقاء. و ليس من المستغرب أن نرى أن العديد من الأطباء الممارسين وخبراء اللياقة البدنية والصحة شهدت زيادة كبيرة في متابعيهم خلال هذه الأزمة (Meg Lee and Arcas,2020).

وفي ظلّ ظهور هذا المفهوم التسويقي الجديد يسعى هذا البحث إلى فهم تأثير التسويق المؤثر عبر وسائل التواصل الاجتماعي بأبعاده (الثقة في المؤثر، وجاذبية المؤثر ،وخبرة المؤثر) في قرار شراء المنتجات الطبية خلال أزمة كورونا ، فيسعى هذا البحث إلى الإجابة على التساؤلات التالية :

1. ما مدى أثر التسويق المؤثر في قرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية خلال أزمة كورونا؟ ويتفرّع عن هذا التساؤل التساؤلات الفرعية الآتية:
 01. ما مدى أثر الثقة في المؤثر في قرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية خلال أزمة كورونا؟
 02. ما مدى أثر جاذبية المؤثر في قرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية خلال أزمة كورونا؟
 03. ما مدى أثر خبرة المؤثر في قرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية خلال أزمة كورونا؟
- 3- أهداف الدراسة :**

تندرج هذه الدراسة في إطار الدراسات ذات الهدف الوصفي التفسيري ،فهي تسعى لوصف واقع التسويق المؤثر وأثره في قرار الشراء ، ويهدف البحث بشكل رئيسي إلى دراسة أثر التسويق المؤثر في قرار الشراء ، واستكشاف ما إذا كانت متطلبات الجاذبية والثقة والخبرة ذات صلة بحملات المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعية وأن لها تأثيراً في قرار شراء المستهلكين.

4- أهمية البحث:

تظهر أهمية هذه الدراسة على المستويين العلميّ والعملّيّ كما هو موضح فيما يلي:

4-1- الأهمية العلمية:

تكمن أهمية البحث العلمية من خلال توضيح أثر التسويق المؤثر بأبعاده الثقة والخبرة والجاذبية في قرار الشراء عند المستهلكين ،ومن جهة أخرى معظم الدراسات طبقت في قطاع الأزياء مثل دراسة (Youssef Chetioui et all,2019) و (Suryana) (et all,2018) وقطاع مستحضرات التجميل مثل دراسة (Baramidze ,2018) و(Hermanda et all ,2019) و(Isyanto et all,2020) وقطاع التعليم (shenand et all,2020) و(Taillon and muller ,2020) وقطاع السياحة

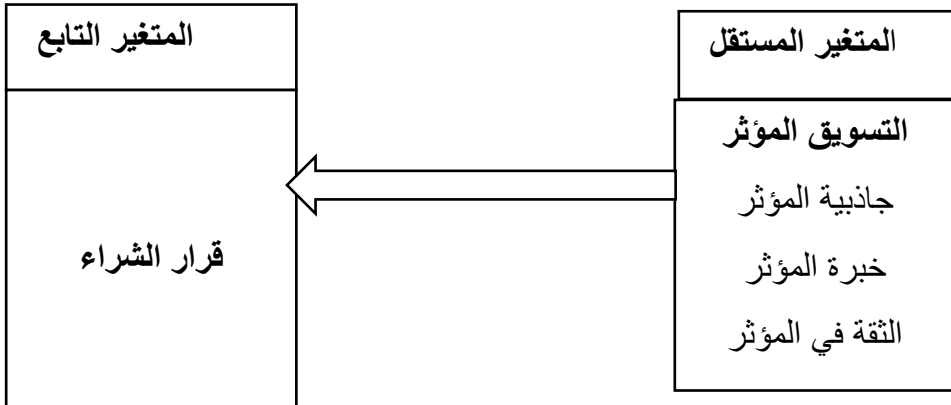
(Shulman and Bokunewicz, 2017) وقطاع الصحة واللياقة البدنية (Belanche et all, 2020) و (Baranow,2019) و (Dodd,2018) أما هذا البحث سوف يطبق في قطاع المنتجات الطبية في ظل أزمة كورونا وبالتالي سوف يضيف قيمة علمية في هذا المجال .

4-2- الأهمية العملية:

1. ستساعد المسوقين والمدراء في معرفة كيف يؤثر التسويق المؤثر في قرار الشراء، والاستفادة من الإنترنت والتكنولوجيا الحديثة لتسويق منتجاتها وخدماتها بطريقة سريعة وبتكاليف قليلة والقدرة على إرسال الرسالة التسويقية إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين .
 2. يساهم هذا البحث على فهم التغيرات في قرار شراء المستهلكين خلال جائحة كورونا
 3. سيساعد البحث في معرفة أي بُعد من أبعاد التسويق المؤثر أكثر تأثيراً في قرار شراء المستهلكين للمنتجات الطبية.
 4. سيساعد البحث الشركات في معرفة كيفية اختيار المؤثر المناسب في مجال المنتجات الطبية.
- #### 5- متغيرات البحث:
- المتغيرات المستقلة : التسويق المؤثر بأبعاده (الجاذبية ،الخبرة ،الثقة).
المتغير التابع : قرار شراء المنتجات الطبية.

ويوضح الشكل التالي نموذج البحث.

الشكل رقم (1) : نموذج البحث.



6- فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التسويق المؤثر وقرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية.

ويتفرع عنها الفرضيات التالية:

- 1- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين جاذبية المؤثر وقرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية.
- 2- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين خبرة المؤثر وقرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية.
- 3- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الثقة في المؤثر وقرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية.
- 7- **حدود البحث:** وتشمل حدود البحث الآتي:
 - **الحدود الموضوعية:** اقتصر هذا البحث على دراسة مفهوم التسويق المؤثر بأبعاده (الجاذبية، الخبرة، الثقة) وتأثيرها في قرار شراء المنتجات الطبية لدى المستهلك السوري.
 - **حدود زمانية:** تتمثل في الفترة الزمنية للأزمة لإعداد البحث، حيث أجريت هذه الدراسة في الربع الثالث من عام 2021.
 - **حدود مكانية:** تتمثل الحدود المكانية للبحث على الاقتصار على مواقع التواصل الاجتماعية دون التطرق إلى الوسائل الأخرى مثل الايميل وواتس اب.
 - **الحدود البشرية:** تناول البحث المستهلكون عبر وسائل التواصل الاجتماعية.
- 8- **مصطلحات الدراسة:**
 - ✓ **المؤثرون:** على وسائل التواصل الاجتماعي هم أشخاص لديهم عدد كبير من المتابعين على واحد أو أكثر من الشبكات الاجتماعية. (Woods, 2016).
 - ✓ **التسويق المؤثر:** هو استراتيجية تسويقية تعتمد عليها الشركات للاستثمار في المؤثرين الذين تم تحديدهم لإنشاء أو ترويج محتوى علامة تجارية لمتابعيهم في محاولة لتحفيز الوعي بالعلامة التجارية ونوايا الشراء (Lou and Yuan, 2019; Scott, 2015)
 - ✓ **قرار الشراء:** تشير إلى احتمال أن يخطط المستهلك أو أن يرغب في شراء شيء معين من العلامة التجارية في المستقبل (Huang, 2011).
- 9- **الإطار النظري للبحث:**

أولاً: مفهوم التسويق المؤثر:

التسويق المؤثر يمكن تعريفه على أنه التسويق الرقمي الشفهي الذي يركز على القادة الرئيسيين المتواجدين على وسائل التواصل الاجتماعية لتوجيه رسالة العلامة التجارية إلى سوق كبير (Byrne, Kearney, & MacEvilly, 2017)

والمؤثرون: هم أشخاص يتمتعون بمعرفة كبيرة حول فئة أو منتجات معينة، والتي يأخذها الآخرون على محمل الجد. هؤلاء الناس لديهم القدرة على التأثير في آراء الآخرين وسلوكهم ومواقفهم. وليصبح المرء مؤثراً على وسائل التواصل الاجتماعية

يجب عليه تقديم محتوى عالي الجودة بانتظام وبشكل منهجي . بمرور الوقت ، سيتم الاعتراف بهذه الجهود وسيُنظر إليه على أنه خبير (Tuten & Solomon 2013, 90-94).

والمؤثرون هم الأشخاص الذين تتوافر لديهم من الصفات والسلوك ما يميزهم عن غيرهم ويجعلهم موضع ثقة من الآخرين. فهم يؤثرون في أفكارهم من أجل تحقيق أهداف محددة، ويتوقف هذا التأثير على تقييم الجمهور لهم وتقبله لأفكارهم باعتبارهم مصدرًا موثوقًا به، وليس من الضروري أن يكونوا من أصحاب المناصب الرسمية(طنطاوي،2009).

من جهة أخرى يركز التسويق المؤثر على إيجاد قادة الرأي المستعدين لنشر الرسالة، وهم عادةً يستفيدون من العلامة التجارية ، سواء كانت فائدة مادية أو منتجات مجانية أو غير ذلك (TapInfluence, 2018).

بواسطة التسويق المؤثر يمكن للشركات الاستفادة من الثقة التي يتمتع بها المؤثرون والسماح لهم بالتحدث نيابة عنهم .بالإضافة إلى ذلك، يثق العملاء بالطرف الثالث أكثر من الشركة .وبالتالي، يمكن أن يكون وجود المؤثرين من جانب الشركات مفيداً .ويمكن للمؤثرين تقديم مشاركة سريعة للمعلومات عن الشركات .إذا تابع المستهلكون المؤثر على وسائل التواصل الاجتماعية الخاصة بهم، فمن المرجح أنهم مهتمون بالفعل بالموضوعات التي يغطيها المؤثر، مما يزيد من احتمالية مشاركة المتابع للمنشور، وبالتالي خلق المزيد من الضجة حول العلامة التجارية أو المنتج . (Independent.co.uk, 2016).

المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي هم أشخاص لديهم عدد كبير من المتابعين على واحد أو أكثر من الشبكات الاجتماعية.(Woods, 2016) وعادة ما يكون للمؤثرين الإعلاميين تأثير على شريحة معينة في السوق- مثل الأشخاص النباتيين أو الأشخاص المهتمين باللياقة البدنية وما إلى ذلك – أي يجعل من السهل التأثير على أنماط الاستهلاك(Charlesworth, 2018)

.ونظراً لأن المتابعين يثقون بشدة في شخصيات معينة عبر الإنترنت، فهم يتبعون نصائحهم بشأن المنتجات أو الشركات أو العلامات التجارية (Charlesworth, 2018). ويعتبر المؤثرون أفراداً مميزين يمكنهم إبداع محتوى ذات قيمة ، و لديهم سمعة عالية ،ويتبعهم عدد كبير من المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي . (Cha et al.,2010; Kim et al., 2017) .

• فوائد التسويق المؤثر:

أجرت وكالة التسويق Tapinfluence دراسة مع شركة Nielsen في عام 2016 ، حيث وجدوا أن التسويق عبر المؤثرين يعطي "عائداً على الاستثمارات" أعلى بمقدار

11 مرة من الأشكال التقليدية للتسويق الرقمي (Tapinfluence & Nielsen)،
(2016).

في نفس الدراسة ، وجد كل من Nielsen و Tapinfluence أن المستهلكين الذين تعرضوا للتسويق المؤثر اشتروا منتجات أكثر بكثير في كل مناسبة شراء من المجموعة الضابطة التي تعرضت للتسويق التقليدي عبر الإنترنت. كما سجلوا تحولاً تنافسياً بعيداً عن منتجات المنافسين. كان سبب زيادة المبيعات أولاً : مع التسويق عبر المؤثرين ، يجب أن تكون المشاركة الحقيقية. يسعى المستهلكون أنفسهم بنشاط إلى استخدام منصة وسائل التواصل الاجتماعي مقارنةً بالإعلان العادي عبر الإنترنت حيث قد يُشاهد أو لا يُشاهد. ثانياً : يخلق التسويق المؤثر تأثيراً هائلاً ينقله المؤثر عن العلامة التجارية التي ينشئ محتوى لها (Tapinfluence & Nielsen ، 2016). وجدت مجموعة Keller Fay Group and Berger (2016) أن المؤثرين لديهم ما يصل إلى 22.2 ضعف "محادثات الشراء" التي تتضمن توصيات المنتجات كل أسبوع مقارنة بالمستهلك العادي. بالإضافة إلى ذلك، وجدوا أن المؤثرين لديهم تأثير أكبر من الشخص العادي. ويُنظر إلى المؤثرين على أنهم أكثر مصداقية وقابلية للتصديق ومعرفة، وهم أفضل في شرح كيفية عمل المنتج (Berger & The Keller Fay Group)،
(2016).

ميزة إضافية مع التسويق المؤثر هي التأثيرات الثانوية مثل إعادة استخدام محتوى المؤثر، والذي يمكن أن يغذي خط أنابيب الوسائط الاجتماعية الكامل للعلامة التجارية. لا يتم توزيع العلامة التجارية على جمهور المؤثرين فحسب، بل إنها أيضاً أكثر فعالية من حيث التكلفة من استخدام فرق التصميم الداخلي. عند الانتهاء من الحملة ، ستظل الفرصة متاحة أمام المستهلكين لعرض المنتجات / الخدمات ، مما يمنح حملات التسويق المؤثر تأثيراً مستمراً (Nielsen & Tapinfluence ، 2016). وجد Keller Fay Group و Berger (2016) في بحثهما أن المؤثرين يُنظر إليهم على أنهم أكثر مصداقية ومعرفة ، وأن 82٪ من المرجح أن يتبعوا نصيحة المؤثرين. مقارنةً بالمشاهير الذين قد يساعدون في زيادة الوعي بالعلامة التجارية ، فإن المؤثرين سيدفعون مشاركة المنتج بشكل أكبر ويزيدون المبيعات والولاء للعلامة التجارية ، وغالباً ما يركز المؤثرون على مجال معين ، مما قد يؤدي بسهولة إلى زيادة المشاركة حول منتج ما. (Tapinfluence ، 2017).

• أنواع المؤثرين :

هناك أربعة أنواع رئيسية من المؤثرين (Vyatkina,2020) و (Isyanto et all ، 2020)

➤ **المؤثرون الكبار (Mega-influencers):** النجوم الاجتماعيون الذين لديهم أكثر من مليون مشترك . هم غالباً مشهورون ، ويتم استخدام مدى وصولهم لزيادة الوعي بالعلامة التجارية.

➤ **المؤثرون الكليون (Macro-influencers):** المؤثرون الذين يتراوح عدد متابعيهم بين 100000 و مليون متابع . ومزاياهم (تغطية عالية الاستهداف في سوق معين ، وجودة المحتوى) .

➤ **المؤثرون الصغار (Micro-influencers):** شخص لديه ما بين 1000 إلى 100000 متابع . يمكن أن يكون عدد المتابعين قليل لكن أصالتهم عالية يقدم جمهوراً صغيراً لكن مخلص، مثل هؤلاء المؤثرين لديهم مستوى عال من الثقة والمشاركة . نظراً لانخفاض السعر ، حيث يكون من المربح أن تقوم العلامات التجارية بعمل إعلان بمشاركة العديد من أصحاب النفوذ الجزئي بدلاً من الاتصال بجمهور سلبي من " النجوم "

➤ **المؤثرون النانو (Nano-influencers):** شخص لديه أقل من 1000 متابع ، وله تأثير هائل في مجتمع خاص . على سبيل المثال ، قد يكون المؤثر النانو هو الشخص الأكثر مصداقية في حي معين . تبدو إعلاناتهم وكأنها نصيحة ودية ، لذا فهم يتمتعون بأعلى مستوى المشاركة ، ولكن لا تقدم الكثير من التغطية.

ثانياً: قرار الشراء :

قرار الشراء هي مؤشر رئيسي للشركات تساعد على التنبؤ باحتمالية قيام المستهلك بعملية شراء خلال فترة زمنية معينة ويتصرف كبديل للسلوك الفعلي (Farris et al., 2010) يمكن وصف قرار الشراء بالسلوك المعرفي فيما يتعلق بنية شراء علامة تجارية معينة (Shah et al., 2012). يعرف سبيرز وسينغ (2004) قرار الشراء على أنها "خطة واعية للفرد لبذل جهد لشراء علامة تجارية". تعتبر قرارات شراء المستهلكين عملية معقدة ونية الشراء جزء من هذه العملية (Kotler & Armstrong, 2010). يوضح (Ghosh 1990) أن فهم نوايا الشراء للمستهلكين له أهمية كبيرة ، لأنه يرتبط بسلوك المستهلكين وتصورهم وموقفهم ، وبالتالي يمكن استخدامه للتنبؤ بعملية الشراء. وتعرف نية الشراء بأنها النمط الذي يتبعه المستهلك في سلوكه للبحث أو الشراء أو الاستخدام أو تقييم السلع، والخدمات، والأفكار، التي يتوقع منها أن تشبع حاجاته ورغباته (عبد الحميد، 2002).

وتحدد الأدبيات قرار الشراء من زاويتين: الأولى: كفضيل لإعادة شراء منتج معين وتشير إلى سلوك ما بعد الشراء للعملاء الحاليين ، والثانية: كاحتمال أن يختار العميل منتجاً معيناً، وتشير إلى تفضيلات العميل العامة فيما يتعلق بما إذا كان يرى أن المنتج أو العلامة التجارية تفي بتوقعاته واحتياجاته ورغباته أم لا. كما تمثل نية الشراء إمكانية قيام المستهلكين بالتخطيط أو الاستعداد لشراء منتج أو خدمة معينة في المستقبل . وبالتالي ، فهو متغير ذو أهمية كبيرة (Hsiao&Yeh,2011).

وتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي أكثر مصداقية بالنسبة للمستهلكين لأنها تنقل ماهية العلامة التجارية بدلاً من محاولة التحكم في صورتها. هذا النوع من التفاعل يعزز المواقف الإيجابية تجاه العلامات التجارية، ويؤدي إلى التزام أقوى في عملية اتخاذ قرار الشراء (Hutter et al, 2013)، وتشير الأدبيات السابقة إلى أن التسويق المؤثر له تأثير على مواقف المستهلكين تجاه علامة تجارية معينة تؤثر بشكل مباشر في قرار الشراء لديهم (Pradhana et al., 2016)

ثالثاً: علاقة التسويق المؤثر في قرار الشراء :

أظهرت العديد من الدراسات السابقة وجود تأثير إيجابي بين التسويق المؤثر وقرار الشراء (Porral, Fernández, Boga & Mangín, 2013; Semeijn, دراسة (McCormick, 2016; Lisichkova & Oth-man, 2017) معهم في وجود تأثير إيجابي للتسويق المؤثر في قرار الشراء وعلى الثقة بالعلامة التجارية. ومع ذلك فإن نتائج أخرى تتعارض معهم، ففي دراسة (Haron et al. (2016 لم يكن لخبرة المؤثرين أي تأثير في قرار الشراء، وفشلت دراسة Johansen and Guldvik (2017) في إثبات أنه يوجد تأثير إيجابي للتسويق المؤثر في قرار الشراء عند اختياره على محتوى المدونة. وقد تم تبني أبعاد التسويق المؤثر المعتمدة في دراسة (Mettenheim and Wiedmann, 2020) و (Xin Jean Lim et all (2017, و (Youssef Chetioui et all, 2019) كونها الأكثر مناسبة للدراسة وهي (الجاذبية، والخبرة، والثقة).

علاقة جاذبية المؤثر في قرار الشراء :

يُنظر إلى الجاذبية الجسدية للمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي على أنها عالية الميل في دفع معدل قبول الإعلان، وجاذبية المصدر تركز على السمات الجسدية أو الصفات الشخصية للمُظهر (Erdogan 1999) والعديد من الأبحاث في الماضي اكتشفت وجود علاقة إيجابية بين الجاذبية وسلوك المستهلك وكذلك قرار الشراء.

وتشير الجاذبية إلى مظهر المؤثر ورشاقته وشخصيته وحضوره القوي وقبوله أو مستوى الإعجاب به من قبل مشاهديه، ومن ثم القيمة الاجتماعية المدركة للمؤثر، وبذلك فإن الجاذبية لا تعني ببساطة الجاذبية الجسدية أو جاذبية مظهر المؤثر فقط، بل تمتد لتشمل أي عدد من الخصائص الجيدة التي يراها المستهلكون في مظهر المؤثر (حماد، 2021).

ينظر إلى الأفراد الجذابين على أنهم: الأفراد الذين يتصرفون بإحساس بالهدف، في حين أن الأفراد غير الجذابين هم أكثر عرضة لأن ينظر إليهم بالإكراه والتأثر بشكل عام بالآخرين أو بالظروف البيئية. هذه الظاهرة قد تعني أن رسالة إيجابية صادرة عن المؤثر الجذاب حول العلامة التجارية أو المنتج هي أكثر إقناعاً (Horai et, 1970

علاوة على ذلك ، فإن الأفراد الجذابين يكتسبون المزيد من الشعبية (Petty et al; Erdogan 1999)، و أشار (1985) McGuire إلى أن الجاذبية تؤثر بشكل مباشر في فعالية المصادقية . وجاذبية المؤثر على وسائل التواصل الاجتماعي قادرة على التأثير في المستهلكين بنتائج إيجابية وفي قرار الشراء لديهم (Till and Busler 2000) و أظهر (2017) Behm-Morawitz أن جاذبية المؤثر حفزت المشاهدين على إنشاء مقاطع فيديو خاصة بهم.

علاقة خبرة المؤثر في قرار الشراء:

تصف الخبرة مستوى معرفة المصدر. وما يمتلكه من مهارات حل المشكلات داخل مجال معين (Bourne et al., 2014; Garrett et al., 2009) والخبرة هي عامل رئيسي يساهم في مواقف المستهلكين تجاه المؤثرين وقرار الشراء . من المرجح أن يأخذ المستهلكون المحتوى و التوصيات التي ينقلها المؤثرون الذين يُنظر إليهم على أنهم خبراء في مجالهم (Yadav et al.,2013) .

يُنظر إلى الخبير عموماً على أنه مؤهل بدرجة عالية وبالتالي من المرجح أن يقدم تقييمات دقيقة وصحيحة . وتكشف العديد من الدراسات أن المؤثرين الخبراء يمكنهم التأثير بشكل كبير على مواقف المستهلكين تجاه علامة تجارية معينة (Hayes And Carr, 2015; Bergkvist et al., 2016) وتزيد خبرة المؤثر من مستوى الثقة بين العملاء وبالتالي يؤثر في مواقفهم تجاه المؤثر و قرار الشراء (Smith et al., 2005).

وجد (Till and Busler, 2000) أن الخبرة لها تأثير إيجابي في موقف العلامة التجارية وقرار الشراء ،ويتفق (Jinand Sung, 2010) في أن الخبرة تولد رضا أعلى للعلامة التجارية وتؤثر في قرار الشراء ،ومع ذلك ، فشل Balabanis and Chatzopoulou (2019) في إثبات أن خبرة المؤثرين كان لها تأثير في قرار الشراء.

علاقة الثقة في قرار الشراء :

يتم تعريف الثقة على أنها الدرجة التي يثق العملاء في المؤثرين ، سواء في ما يقولونه أو في ما يفعلونه . وخلق الثقة مع العملاء أمر بالغ الأهمية لتحقيق تسويق ناجح في العالم الرقمي الحالي (Jab and Zheng,2017) .المعلومات المقدمة من مصدر موثوق مثل المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تؤثر على معتقدات المستهلكين وآرائهم ومواقفهم وسلوكهم (Wang et al. 2017).

(2003) Metzger et al. لاحظ أن المؤيد الذي يُنظر إليه على أنه مرتفع الثقة والخبرة من شأنه أن يؤدي إلى قبول أعلى للرسالة التي يستلمها. نسبياً ، المؤثرون على

وسائل التواصل الاجتماعية الذين يتمتعون بخبرة عالية و يُنظر إليهم أنهم موثوقون لهم تأثير في سلوك اتباعهم (Xin jean et all, 2017).

وأكدت دراسة (Hsuet al., 2013) أن الثقة تجعل المستهلكين يتقنون في توصيات المؤثر ويمكن أن يتغير موقفه تجاه المنتج وقرار الشراء لديه .

وتتفق دراسة (Mayzlin (2004) and Chatterjee (2006), Godes and Mayzlin (2006); أن الثقة تؤثر بشكل إيجابي في صورة العلامة التجارية وفي نية الشراء. في حين (Balabanis and Chatzopoulou (2019) لم يستطع إثبات أن مصداقية المؤثرين كان لها تأثير في قرار الشراء.

10- منهجية الدراسة :

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي الأكثر استخداماً في وصف الظواهر الاجتماعية والإنسانية، الذي يقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها وتصنيف العلاقات بينها، إذ لا يقتصر هذا المنهج على عملية وصف الظاهرة وإنما يشمل تحليل البيانات وقياسها وتفسيرها والتوصل إلى تقييم دقيق للظاهرة أو المشكلة للوصول إلى أسبابها وتحديد العوامل التي تتحكم بها بهدف الانتهاء إلى وصف كمي وكيفي علمي دقيق ومتكامل للظاهرة أو المشكلة واستخلاص النتائج لتعميمها والخروج بتوصيات لتحقيق أهداف الدراسة، واعتمدت الدراسة في جمع البيانات على مصدرين :

المصادر الثانوية : وتمثلت بالأبحاث المنشورة والكتب الأكاديمية العربية والأجنبية والدراسات السابقة التي تناولت موضوع التسويق الفيروسي وسلوك المستهلك.

المصادر الأولية : تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية.

سيتم الاعتماد في تحليل البيانات بعد جمعها وتجهيزها على مجموعة من الأساليب الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS).

11- النتائج والمناقشة

11-1- مجتمع وعينة الدراسة:

يتكوّن مجتمع الدراسة من عدد من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من مستهلكي المنتجات الطبية في المجتمع السوري ،وأما بالنسبة لعينة البحث فهي عبارة عن الأفراد التي يتم اختيارها من مجتمع البحث لتمثل هذا المجتمع في البحث محل الدراسة ،ومن أجل توفير البيانات التي يرغب الباحث في الحصول عليها ليتمكن من الإجابة عن أسئلة البحث وفرضياته بشكل يقبل التعميم ،وقد اختار الباحث عينة ميسرة لأن المجتمع لا يمكن حصره وكبير ،فقد تم تحديد حجم العينة باستخدام قانون حجم العينة لمجتمع غير معلوم حيث أن حجم العينة الكلي 384 مفردة.

2-11- أداة الدراسة :

بهدف دراسة أثر المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعية على قرار شراء المنتجات الطبية في ظل جائحة كورونا وبعد الاطلاع على الدراسات السابقة التي تناولت موضوع البحث، تم تصميم استبانة إلكترونية، ونشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعية وقد تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي للاتجاهات، وذلك لكل العبارات التي تضمنتها استمارة الاستبيان كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم 1 : درجات مقياس ليكرت الخماسي المعتمد في البحث					
المعيار	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1
مجال الإجابة	4.2-5	3.4-4.19	2.6-3.39	1.8-2.59	1-1.79

3-11- اختبار ثبات أداة الدراسة :

تم استخدام اختبار الفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة، ويقاس هذا الاختبار نسبة تباين الإجابات، ومدى قدرة المقياس على إعطاء النتائج نفسها في حال تطبيقها مرة ثانية، ويشير (Sekaran,2002,p291) أن معامل الفا يعد ضعيفاً إذا كان أقل من (60%)، ومقبولاً إذا كان بين (60%-70%)، وجيداً إذا كان بين (70% - 80%)، وممتازاً إذا زاد عن (80%). ويبين الجدول التالي أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لكامل الاستبيان بلغت (0.893)، وهذا يشير إلى الثبات الممتاز للاختبار بشكل عام. وأن قيمة معامل الفا كرونباخ لجميع المحاور تفوق (0.6)، وبالتالي تتمتع هذه المحاور بثبات جيد، فيمكن القول أن الاستبيان جيد الثبات ويمكن تطبيقه على مجتمع الدراسة وبدرجة عالية من الموثوقية.

جدول رقم 2: قيمة معامل الفا كرونباخ		
عدد العبارات	Cronbach's Alpha	البعد
4	.757	الجاذبية
4	.832	الخبرة
4	.904	الثقة
4	.871	نية الشراء
16	.893	كامل الاستبيان

4-11- الإحصاءات الوصفية واختبار One Sample T-tes :

جدول رقم 3: الإحصاءات الوصفية لمحاور الدراسة			
المتغير	متوسط الحسابي للبعد	الانحراف المعياري للبعد	قيمة T=3
			Sig
			T

.000	4.436	.67474	3.5527	الجاذبية
.000	3.819	.75031	3.5462	الخبرة
.000	3.315	.77502	3.2689	الثقة
.000	1.811	.77059	3.3288	قرار الشراء

من خلال ملاحظة نتائج الجدول السابق نلاحظ أن متوسط الإجابات لجميع المحاور كانت أكبر من القيمة الحيادية (3)، وقد بين اختبار T-test وجود فرق جوهري بين متوسط الإجابات لجميع المحاور والقيمة الحيادية، وبالتالي يمكن الاستنتاج بأن متوسط الإجابات على جميع المحاور كانت بالموافقة على عبارات جميع المحاور، وأن لجاذبية وخبرة وثقة المؤثر تأثيراً إيجابياً في قرار شراء المنتجات الطبية في ظل أزمة كورونا.

11-5- اختبار الفرضيات :

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التسويق المؤثر وقرار الشراء لدى المستهلكين .

ويتفرع عنها الفرضيات التالية:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين جاذبية المؤثر وقرار شراء المستهلكين .

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين خبرة المؤثر وقرار شراء المستهلكين.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الثقة في المؤثر وقرار شراء المستهلكين.

ولاختبار هذه الفرضيات قام الباحث باستخدام أسلوب الانحدار البسيط والمتعدد .

• تحليل الانحدار البسيط :

تم تطبيق اختبار الانحدار البسيط بين التسويق المؤثر وقرار الشراء، ويوضح الجدول المتغير المستقل الذي تضمنه نموذج الانحدار البسيط بالإضافة إلى المتغير التابع المدخل في النموذج، في حين يبين الجدول القيمة المعدلة لمعامل التحديد لنموذج الانحدار أي قيمة والتي بلغت 0.572 ويمثل النسبة التي يفسرها التسويق المؤثر من تباين قرار الشراء، والتي تبين أن نموذج الانحدار يفسر نحو 57.2% من التباين الحاصل في المتغير التابع. وبالمقابل بلغت قيمة (F=510.807) وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، وهذا يدل على أن النموذج هام من الناحية الإحصائية . وبما أن قيمة (B) موجبة وبلغت 756. بالتالي فإن التأثير إيجابي ومعنوي. وبالتالي يمكن القول بأن التسويق المؤثر يلعب دوراً هاماً وذا معنوية إحصائية في التنبؤ بقرار الشراء. إذاً نستنتج بأن الفرضية الأولى لدراستنا محققة، ويوجد تأثير لتسويق المؤثر في قرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية عبر وسائل التواصل الاجتماعية

جدول رقم 4: نتائج اختبار الانحدار البسيط				
الأبعاد	Sig	B	R	R

F	Sig		Square			
510.807	.000	.756 ^a	.572	.756	.000	محصلة أبعاد التسويق المؤثر
a. Dependent Variable: لشراء						
b. Predictors: (Constant) محصلة أبعاد التسويق المؤثر						
الانحدار المتعدد :						

يوضح الجدول (Model Summary) القيمة المعدلة لمعامل التحديد لنموذج الانحدار أي قيمة (R Square)، والتي بلغت 0.727. ويمثل النسبة التي يفسرها التسويق الفيروسي من تباين سلوك المستهلك، والتي تبين أن نموذج الانحدار يفسر نحو 72.7% من التباين الحاصل في المتغير التابع. وبالتالي يمكن القول بأن المحاور الفرعية الثلاثة الخاصة بالتسويق المؤثر تفسر مجتمعة حوالي (72.7%) من التباين الحاصل في قرار الشراء.

جدول رقم 5: قيمة معامل التحديد لنموذج الانحدار المتعدد				
Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.853 ^a	.727	.725	.40424
a. Predictors: (Constant), الثقة, الخبرة, الجاذبية				

وبالمقابل يبين الجدول التالي قيمة (F) والبالغة (337.257) وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، وهذا يدل على أن النموذج هام من الناحية الإحصائية. وبالتالي يمكن القول بأن مجمل المحاور الفرعية الخاصة بالتسويق المؤثر تلعب دوراً هاماً وذا معنوية إحصائية في التنبؤ بقرار الشراء.

جدول رقم 6: اختبار الأهمية الإحصائية لنموذج الانحدار المتعدد						
ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	165.334	3	55.111	337.257	.000 _b
	Residual	62.096	380	.163		
	Total	227.430	383			
a. Dependent Variable: قرار الشراء						
b. Predictors: (Constant), الثقة, الخبرة, الجاذبية						

وبالنسبة لتأثير كل محور فرعي من المحاور الخاصة بالتسويق المؤثر في قرار الشراء، يبين الجدول التالي الثوابت المتعلقة بمعادلة الانحدار المتعدد ودور كل متغير من المتغيرات المستقلة الثلاثة في التنبؤ بالمتغير التابع، وسوف نوضح تأثير كل متغير على حدا:

جدول رقم 7: ثوابت معادلة الانحدار وتأثير كل بعد من أبعاد التسويق المؤثر في نية الشراء	
Coefficients^a	

في ظل جائحة أثر التسويق المؤثر عبر وسائل التواصل الاجتماعية في قرار شراء المنتجات الطبية
COVID 19

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant	.066-	.140		.475-	.635
	الجاذبية	.141	.033	.123	4.210	.000
	الخبرة	.123	.029	.120	4.313	.000
	الثقة	.752	.030	.756	25.359	.000

a. Dependent Variable: قرار الشراء

من خلال الجدول السابق تستنتج ما يلي:

- 1- يوجد تأثير هام إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05 لبند الجاذبية في نية الشراء حيث كانت قيمة Beta الخاص بهذا المحور (0.123). وهذا يعني بأن كل تغير مقداره درجة واحدة في إجابة المستهلك على محور الجاذبية سيؤدي إلى تغير موافق في الاتجاه قدره (0.123). درجة في إجابته على محور قرار الشراء، وباعتبار أن إشارة Beta موجبة فالتأثير إيجابي (طردى). أي أن قرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية تتأثر بالجاذبية الجسدية للمؤثر والطريقة التي يتحدث فيها وكلما تحدث المؤثر بلباقة أكثر كان قادراً على تأثير أكثر على قرار المستهلكين. إذاً نستنتج بأن الفرضية الفرعية الأولى لدراستنا محققة، ويوجد تأثير لجاذبية المؤثر في قرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية عبر وسائل التواصل الاجتماعية.
- 2- يوجد تأثير هام إحصائياً لبند الخبرة في قرار الشراء حيث كانت قيمة Beta الخاص بهذا المحور (0.120). وهذا يعني بأن كل تغير مقداره درجة واحدة في إجابة المستهلك على محور الخبرة سيؤدي إلى تغير موافق في الاتجاه قدره (0.120). درجة في إجابته على محور قرار الشراء، وباعتبار أن إشارة Beta موجبة فالتأثير إيجابي (طردى). أي أن قرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية تتأثر بمدى معرفة المؤثر في المنتج والكفاءة والخبرة التي يتمتع بها المؤثر، ومدى قدرة المؤثر على تقديم الأدلة والبراهين. إذاً نستنتج بأن الفرضية الفرعية الثانية لدراستنا محققة، ويوجد تأثير لخبرة المؤثر في قرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية عبر وسائل التواصل الاجتماعية.
- 3- يوجد تأثير هام إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05 لبند الثقة في قرار الشراء حيث كانت قيمة Beta الخاص بهذا المحور (0.756). وهذا يعني بأن كل تغير مقداره درجة واحدة في إجابة المستهلك على محور الثقة سيؤدي إلى تغير موافق في الاتجاه قدره (0.756). درجة في إجابته على محور قرار الشراء، وباعتبار أن إشارة Beta موجبة فالتأثير إيجابي (طردى). أي أن قرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية تتأثر بمدى تمتع المؤثرين بصدق في عرض المنتجات المعلن عنها. إذاً نستنتج بأن الفرضية الفرعية الثالثة لدراستنا محققة، ويوجد تأثير الثقة في المؤثر في قرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية عبر وسائل التواصل الاجتماعية.

النتائج :

توصل الباحث بعد الدراسة العملية إلى النتائج التالية:

- 1- يوجد تأثير هام للتسويق المؤثر في قرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية، كما أن التغيير في التسويق المؤثر كمتغير وحيد يفسر حوالي (72.7%) من التباين الحاصل في قرار الشراء .
- 2- يوجد تأثير هام إحصائياً لبند الجاذبية في قرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية عبر وسائل التواصل الاجتماعية وأن كل تغيير مقداره درجة واحدة في إجابة المستهلك على محور الجاذبية سيؤدي إلى تغيير موافق في الاتجاه قدره (120). درجة في إجابته على محور قرار الشراء .
- 3- يوجد تأثير هام إحصائياً وإيجابي لبند الخبرة في قرار الشراء وأن كل تغيير مقداره درجة واحدة في إجابة المستهلك على محور الخبرة سيؤدي إلى تغيير موافق في الاتجاه قدره (120). درجة في إجابته على محور قرار الشراء .
- 4- يوجد تأثير هام إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05 لبند الثقة في قرار الشراء، وأن كل تغيير مقداره درجة واحدة في إجابة المستهلك على محور الثقة سيؤدي إلى تغيير موافق في الاتجاه قدره (756). درجة في إجابته على محور قرار الشراء .
- 5- أن البعد الأكثر تأثيراً في قرار الشراء هو الثقة يليه الجاذبية وأخيراً الخبرة.
- 6- يتأثر قرار شراء مستهلكي المنتجات الطبية في الجاذبية الجسدية للمؤثر والطريقة التي يتحدث فيها، ومدى قدرته على إقناع المستهلكين في المنتج المعلن عنه، وكلما كان المؤثر لديه معلومات وخبرة أكثر عن المنتج المعلن عنه يؤثر أكثر في قرار الشراء لدى المستهلكين .

المقترحات:

- 1- ضرورة العمل على تعزيز دور التسويق المؤثر في الاستراتيجية التسويقية لشركات المنتجات الطبية واعتماده لما له من فوائد وأهمية في الانتشار السريع وقدرته على استهداف فئات معينة.
- 2- نوصي الشركات العاملة في مجال المنتجات الطبية على اختيار المؤثر بحيث يكون ذا مظهر حسن ويتحدث بلطف مع المستهلكين
- 3- نقترح على الشركات العاملة في المجال الطبي اختيار المؤثر الذي يتمتع بخبرة ولديه معلومات كافية عن المنتجات الطبية .
- 4- نقترح على الشركات العاملة في المجال الطبي أن تهتم بشكل دقيق عند اختيار المؤثر، وأن يتمتع بالثقة من قبل المستهلكين لما له من تأثير في قرار الشراء فحسب نتائج الدراسة كان بعد الثقة هو الأكثر تأثيراً في قرار شراء المستهلكين .

المراجع :

أولاً: المراجع العربية:

- 1- طنطاوي , نسرين حسام الدين حسن(2009) . دور الصحافة المصرية في ترتيب أوليات الاهتمام بالقضايا القومية لدى قادة الرأي بالمجتمع المحلي , بالتطبيق على محافظة المنيا. رسالة ماجستير .كلية الآداب , جامعة المنيا , مصر.
 - 2- عبد الحميد ، طلعت أسعد،(2002)التسويق الفعال ،مكتبة الشقري،الرياض.
 - 3- حماد، شيماء محمد إبراهيم ،2021، أثر مصداقية وجاذبية وخبرة مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء للمنتجات النسائية من خلال تطبيقات الفيس بوك –اليوتيوب، المجلة المصرية للدراسات التجارية،المجلد الثاني عشر ،العدد الأول.
- ثانياً: المراجع العربية باللغة الإنكليزية:

- 1- Tantawi, Nasreen Hosam El Din Hassan (2009). The role of the Egyptian press in arranging the priorities of interest in national issues among opinion leaders in the local community, applying to Minya Governorate. Master Thesis. Faculty of Arts, Minia University, Egypt.
- 2- Abdul Hamid, Talaat Asaad, (2002) Effective Marketing, Al Shukri Library, Riyadh.
- 3- Hammad, Shaima Mohamed Ibrahim, 2021, The Impact of the Credibility, Attractiveness and Experience of Famous Social Media on the Intent to Buy Women's Products through Facebook-Youtube Applications, The Egyptian Journal of Commercial Studies, Volume Twelve, Issue One.

ثالثاً: المراجع الأجنبية:

1. Hanna, R., Rohm, A., & Crittenden, V. L. (2011). We're all connected: The power of the social media

- ecosystem. *Business Horizons*, 54(3), 265-273. doi: 10.1016/j.bushor.2011.01.007
2. Gruzd, A., Wellman, B. & Takhteyev, Y. (2011). Imagining Twitter as an imagined community. *American Behavioral Scientist*, 55(10), 1294-1318.
 3. Hajli, N., Lin, X., Featherman, M. S., & Wang, Y. (2014). Social word of mouth: How trust develops in the market.
 4. Knoll, J. 2016. "Advertising in social media: A review of empirical evidence," *International Journal of Advertising* (35:2), pp. 266–300.
 5. De Veirman, M., Cauberghe, V., and Hudders, L. 2017. "Marketing through Instagram influencers: The impact of number of followers and product divergence on brand attitude," *International Journal of Advertising* (36:5), pp. 798–828.
 6. Muk, A. 2013. "What factors influence millennials to like brand pages?" *Journal of Marketing Analytics* (1:3), pp. 127–137.
 7. Ohanian, R. 1990. "Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness," *Journal of Advertising* (19:3), pp. 39–52.
 8. Babić Rosario, A., Sotgiu, F., Valck, K. de, and Bijmolt, T. H.A. 2016. "The Effect of Electronic Word of Mouth on Sales: A Meta-Analytic Review of Platform, Product, and Metric Factors," *Journal of Marketing Research* (53:3), pp. 297–318.
 9. Lafferty, B. A., and Goldsmith, R. E. 1999. "Corporate Credibility's Role in Consumers' Attitudes and Purchase Intentions When a High versus a Low Credibility Endorser Is Used in the Ad," *Journal of Business Research* (44:2), pp. 109–116.
 10. Evans, N. J., Phua, J., Lim, J., and Jun, H. 2017. "Disclosing Instagram Influencer Advertising: The Effects of Disclosure Language on Advertising

- Recognition, Attitudes, and Behavioral Intent,” *Journal of interactive advertising* (17:2), pp. 138–149.
11. Wu, Y.-L., and Chen, P.-C. 2016. “The Synesthesia effects of Online Advertising Stimulus Design on Word-of-Mouth and Purchase Intention: From the Perspective of Consumer Olfactory and Gustatory,” *AMCIS 2016 Proceedings* .
 12. Brouwer, B. (2017), “Why brands are investing more into influencer marketing in 2017”, available at: www.econtentmag.com/Articles/Column/Screen-Time/Why-Brands-Are-Investing-More-Into-Influencer-Marketing-in-2017-117732.htm (accessed 5 September 2019)..
 13. Yang, B., Kim, Y. and Yoo, C. (2013), “The integrated mobile advertising model: the effects of technology- and emotion-based evaluations”, *Journal of Business Research*, Vol. 66 No. 9, pp. 1345-1352.
 14. Hayes, R.A. and Carr, C.T. (2015), “Does being social matter? Effects of enabled commenting on credibility and brand attitude in social media”, *Journal of Promotion Management*, Vol. 21 No. 3, pp. 371-390.
 15. Smith, D., Menon, S. and Sivakumar, K. (2005), “Online peer and editorial recommendations, trust, and choice in virtual markets”, *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 19 No. 3, pp. 15-37.
 16. Bourne, L.E., Jr., Kole, J.A. and Healy, A.F. (2014), “Expertise: defined, described, explained”, *Frontiers in Psychology*, Vol. 5, pp. 186-186.
 17. Garrett, S.K., Caldwell, B.S., Harris, E.C. and Gonzalez, M.C. (2009), “Six dimensions of expertise: a more comprehensive definition of cognitive expertise for team coordination”, *Theoretical Issues in Ergonomics Science*, Vol. 10 No. 2, pp. 93-105.
 18. Balabanis, G. and Chatzopoulou, E. (2019), “Under the influence of a blogger: the role of

- information-seeking goals and issue involvement”,
Psychology & Marketing, Vol. 36 No. 4, pp. 342-353.
19. Tuten, T. L. & Solomon, M. R. 2013. Social media marketing. International ed. Pearson Education. Upper Saddle River, New Jersey
 20. Wang, S. W., Kao, G. H. -Y. and Ngamsiriudom, W., (2017), “Consumers’ attitude of endorser credibility, brand and intention with respect to celebrity endorsement of the airline sector”, *Journal of Air Transport Management*, vol. 60, pp. 10-17.
 21. Balabanis, G. and Chatzopoulou, E. (2019), “Under the influence of a blogger: the role of information-seeking goals and issue involvement”, *Psychology & Marketing*, Vol. 36 No. 4, pp. 342-353
 22. Brown, D. & Hayes, N. (2008). *Influencer Marketing: Who really influences your customers?* Elsevier/Butterworth-Heinemann..
 23. Sammis, K., Lincoln, C. & Pomponi, S. (2016). *Influencer marketing for dummies*. John Wiley & Sons, Inc.: Hoboken, New Jersey.
 24. Byrne, E., Kearney, J., & MacEvelly, C. (2017, June). The Role of Influencer Marketing and Social Influencers in Public Health. *Proceedings of the Nutrition Society*, 76(OCE3), E103.
doi:10.1017/S0029665117001768.
 25. Huang, Y.C., Wu, Y.C.J., Wang, Y.C. and Boulanger, N.C. (2011), “Decision making in online auctions”, in Rausch, E. (Ed.), *Management Decision*, Emerald Group Publishing, Vol. 49 No. 5, pp. 784-800.
 26. Farris, P. W., et al. (2010). *Marketing metrics: The definitive guide to measuring marketing performance*, Pearson Education.
 27. Hutter, K., et al. (2013). "The impact of user interactions in social media on brand awareness and purchase intention: the case of MINI on Facebook."

- Journal of Product & Brand Management. **22**(5-6): 342-351.
28. Lou, C. and Yuan, S. (2019), "Influencer marketing: how message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media", Journal of Interactive Advertising, Vol. 19 No. 1, pp. 58-73.

استخدام نماذج ARCH في قياس العوامل المؤثرة في سعر البيتكوين

إعداد الدكتورة: آلاء بركة

الملخص

تتقارب العملات المشفرة مع باقي أنواع العملات في وجود جملة من العوامل تؤثر في العرض منها والطلب عليها وتؤثر بشكل نهائي في سعرها. مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصية هذه العملات المشفرة؛ هدف هذا البحث إلى دراسة أثر مجموعة من العوامل الخاصة بالعملات المشفرة (أسعار بعض العملات المشفرة الأخرى، الاعتراف الدولي بها، اهتمام المستثمرين بها) والعوامل الاقتصادية والمالية في سعر واحدة من أشهر هذه العملات وأكثرها شيوعاً وهي عملة البيتكوين. وظّف البحث أساليب القياس الاقتصادي الحديثة في تحليل السلاسل الزمنية للبيانات المالية بدءاً من اختبارات جذر الوحدة مروراً بنماذج الانحدار الذاتي ذات المتباطئات الموزعة وانتهاءً بنماذج الانحدار الذاتي المشروطة بعدم ثبات التباين والتي أثبتت أنها الأكثر كفاءة في نمذجة العلاقة بين سعر البيتكوين والعوامل المؤثرة فيه.

خلص البحث إلى وجود أثر إيجابي ودال إحصائياً لأسعار العملات المشفرة الأخرى (ETH و XRP) في سعر البيتكوين، إضافة إلى وجود أثر للمؤشرات الاقتصادية الكلية قيد الدراسة (معدل العائد على سندات الخزينة الأمريكية قصيرة الأجل، مؤشر ستاندرز أند بورز) في تحديد سعر البيتكوين. من جهة أخرى، توصل البحث إلى عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية لمؤشر اهتمام المستثمرين بهذه العملة في سعرها، في حين أدى تزايد الاعتراف الدولي بالبيتكوين إلى زيادة سعر البيتكوين وبشكل دال إحصائياً.

الكلمات المفتاحية: العملات المشفرة، البيتكوين، اختبار جذر الوحدة، نماذج الانحدار الذاتي المشروط بعدم ثبات التباين، التطاير، عدم التناظر.

USING ARCH MODELS IN MEASURING Factors Influencing BITCOIN'S PRICE

Abstract

Cryptocurrencies converge with other types of currencies in the presence of a set of factors that affect supply and demand, and permanently affect their price. Taking into account the privacy of these cryptocurrencies; this research aims to study the effect of a set of factors specific to cryptocurrencies (other cryptocurrency' prices, international recognition, and investor interest) and economic and financial factors in the price of one of the most important and popular of these currencies, the Bitcoin currency. The research employed modern econometrics methods in analyzing the time series of financial data, starting with unit root tests, autoregressive distributed lags models, and autoregressive conditional heteroscedasticity models, which proved to be the most efficient in modeling the relationship between the price of the bitcoin and the factors affecting it.

The research concluded that there is a positive and statistically significant effect of other cryptocurrency' prices (ETH and XRP) on the bitcoin price, in addition to the effect of the macroeconomic indicators under study (the rate of return on short-term US treasury bonds, the S&P 500 index) in determining the price of bitcoin. On the other hand, the research found that there is no statistically significant effect of the index of investor interest in price of this currency, while increasing international recognition of bitcoin has increased statistically significant the bitcoin' price.

Key Words: Cryptocurrency, Bitcoin, unit root test, autoregressive conditional heteroskedasticity models, asymmetry, volatility.

1. المقدمة التمهيديّة

جاءت فكرة العملات المشفرة (Cryptocurrencies) من العملات الرقمية (Digital Currencies)، حيث يتشابه النوعان في بعض النواحي ويختلفان في نواح أخرى، ويكمن الاختلاف الجوهرى بينهما في التقنية التي بُنيت عليها العملات المشفرة.

حيث نشر عالم الحاسوب ديفد شاوم¹ (David Chaum) في عام 1982 بحثاً؛ قدّم فيه بديلاً للتعاملات الإلكترونية التي تتم من خلال المصارف، ويعدّ هذا البحث الأول من نوعه والذي يتحدث عن العملات الإلكترونية في التاريخ. وفي عام 1994 أنشأ شاوم شركة باسم (DigiCash) لطرح عملة - تحمل اسم الشركة نفسه- على الإنترنت والإشراف عليها، وتميزت هذه العملة بتوفيرها خصوصية كبيرة نظراً لاعتمادها على عدد من البروتوكولات التشفيرية، ورغم ذلك باءت شركته بالفشل بسبب عدم انتشار التجارة الإلكترونية حينها.

بعد ذلك؛ قدم عالم التشفير البريطاني آدم باك² (Adam Back) في 1997 خوارزمية هاش كاش (Hashcash) التي مثّلت إجراءً مضاداً لهجوم الحرمان من الخدمة (Denial of Service) باستخدام البريد الإلكتروني، حيث بُنيت خوارزميته على أساس فكرة تمثّلت بإضافة جهد قليل من الحاسب كمتطلب لإرسال أي بريد إلكتروني، بحيث لا يؤثر هذا الجهد على مستخدم البريد الإلكتروني العادي ولكنه يبطل منقذ هجوم (DoS)

¹ Chaum, D., 1998, "Blind Signatures for Untraceable Payments", Springer, available at: <https://sceweb.sce.uhcl.edu/yang/teaching/csci5234WebSecurityFall2011/Chaum-blind-signatures.PD>, visited on 13/5/2020.

² Back, A., 2002, "Hashcash – A Denial of Service Counter-Measure", available at: https://www.researchgate.net/publication/2482110_Hashcash_

ويرفع من استهلاكه للكهرباء، وتستخدم هذه الخوارزمية حالياً في تقنية البلوك تشين³ تحت اسم "إثبات صحة العمل (proof-of-work)".

تلت ذلك في عام 1998 محاولة لإنشاء عملة إلكترونية لامركزية تسمى (Bit Gold) وباقتراح من عالم الحاسوب والتشفير المعروف بمخترع تقنية العقود الذكية Nick Szabo⁴، الذي انطلقت فكرته من ضرورة عدم حاجة الأنظمة المالية التقليدية إلى كمية كبيرة من المعلومات الشخصية من أجل معالجة العمليات المالية. حيث كان من المخطط أن تقوم هذه العملة بتطبيق خوارزمية إثبات صحة العمل، إلا أنها لم تر النور ولكنها مهّدت الطريق للعملة المشفرة.

تلا ذلك ظهور العديد من العملات الإلكترونية كـ (E-Gold) في 1996 التي كانت مدعومة بالذهب، والـ (Liberty Reserve) في 2006. اتصفت كلتا العملتين باللامركزية، وتم إيقاف التعامل بهما لاحقاً من قبل الجهات التنظيمية بسبب الاستخدامات الغير شرعية لهما لاسيما في غسل الأموال.

في 31 تشرين الأول 2008، قام فرد أو مجموعة من الأفراد العاملين تحت الاسم المستعار (Satoshi Nakamoto) بنشر ورقة عمل عن البيتكوين وتم وصفها بأنها: "إصدار نقدي إلكتروني من نظير إلى نظير مباشرة تسمح بإرسال المدفوعات عبر الإنترنت مباشرة من طرف إلى آخر دون المرور بمؤسسة مالية"، ومن هنا نشأت عملة

³ تعرف تقنية البلوك تشين بأنها سجل معاملات رقمي يتمتع باللامركزية و متاح للجميع على شبكة الانترنت، حيث يتم تجميع عدد من السجلات لتشكل كتلة (Block) مع بعضها البعض ليتم بعدها تشكيل سلسلة (Chain). عندما يتم إضافة كتلة جديدة من السجلات إلى البلوك تشين؛ يتم ربطها مع آخر كتلة عن طريق رقم مشفر يتولد من محتويات الكتلة السابقة. هذا يخلق سلسلة من البيانات صعبة الكسر لأن كل كتلة مريوطة بالتي تليها وبالتالي إذا عدلت إحدى الكتل يجب تعديل كل الكتل التي تليها في السلسلة.

⁴ هي عقود تستخدم تقنية البلوك تشين لمبادلة كافة أنواع الأصول بطريقة شفافة خالية من الصراعات ومن دون الحاجة إلى وسطاء بعد موافقة الطرفين عليها وتثبيتهم للأصول التي سيتم تبادلها، كما يتم تنفيذ العقوبات الواردة في العقد بشكل تلقائي وذلك في حال مخالفة أحد الطرفين لشروط العقد.

⁵ Szabo N., 1998, *Secure Property Titles with Owner Authority*, available at:

<https://nakamotoinstitute.org/secure-property-titles/>, visited on 15/4/2020.

البيتكوين كعملة رقمية لامركزية مدعومة من قبل مستخدميها ومثلت بداية لنظام دفع جديد.

مشكلة البحث

تتمتع البيتكوين كعملة مشفرة بخصائص الأصول المالية وأصول المضاربة⁶، أي أنها تخضع لتقلبات كبيرة في سعرها بحيث تسلك سلوك فقاعة انفجارية⁷، لذا يمكن عدّها من الأصول الخطرة التي تتأثر بالعديد من العوامل في تحديد سعرها، من هذه العوامل ما يتعلق بجانب العرض ومنها ما يتعلق بجانب الطلب. انطلاقاً من أهمية ذلك واستناداً إلى تزايد الاعتراف الدولي بالبيتكوين وشيوع استخدامها من قبل الأفراد والمؤسسات، وتأسيساً على ما توصلت إليه نتائج الدراسات السابقة من عدم وجود أثر لعوامل العرض في تحديد سعر البيتكوين؛ تتمثل مشكلة هذا البحث في تحديد أهم العوامل المساهمة في تسعير البيتكوين وإحداث التقلبات في سعرها.

أسئلة البحث

يسعى البحث للإجابة عن السؤال الرئيس التالي:

1- ما أهم العوامل المحددة لسعر البيتكوين؟ وما طبيعة وحجم تأثير هذه العوامل؟

يتفرع عن هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية تتمثل في:

أ- هل يؤثر سعر العملات المشفرة الأخرى في سعر البيتكوين؟

ب- هل تؤثر المؤشرات المالية والاقتصادية العالمية في سعر البيتكوين؟

⁶ Kristoufek, L. 2015 "What Are the Main Drivers of the Bitcoin Price? Evidence from Wavelet Coherence Analysis", PLoS One 10(4), available at: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0123923>.

⁷ Cagli, E.C. 2019 "Explosive Behavior in the Prices of Bitcoin and Altcoins", Finance Research Letters, Vol. 29, PP. 398-403.

- ت- هل لتزايد اهتمام المستثمرين كمؤشر عن حجم الطلب على البيتكوين دور في تحديد سعر البيتكوين؟
- ث- هل يساهم الاعتراف الدولي بقانونية التعامل بالبيتكوين في تحديد سعرها؟

فرضيات البحث

- ✓ يوجد أثر لأسعار العملات المشفرة المغايرة للبيتكوين في سعر البيتكوين
- ✓ يوجد أثر لمؤشر ستاندرز أند بورز في سعر البيتكوين
- ✓ يوجد أثر معدل العائد على سندات الخزينة الأمريكية قصيرة الأجل في سعر البيتكوين
- ✓ يوجد أثر لتزايد اهتمام المستثمرين بالبيتكوين في سعر البيتكوين ذاته
- ✓ يوجد أثر لزيادة الاعتراف الدولي بعملة البيتكوين في سعرها

أهداف البحث

تتمثل أهداف البحث في التعريف بالعملات الرقمية والمشفرة وأوجه الاختلاف بينهما، إضافة إلى تحديد أهم العوامل المؤثرة في تحديد سعر العملات المشفرة (وتختص الدراسة الحالية بعملة البيتكوين)، مما يسهل على المستثمرين والمحللين الماليين معرفة الأسباب الكامنة وراء التقلبات الكبيرة التي تشهدها أسعار هذه العملات وإمكانية التنبؤ بمسارها المستقبلي.

أهمية البحث

تتبع أهمية البحث من استمرار تزايد شعبية البيتكوين والحاضنة الدولية لها - ولا سيما أن سعرها كاد أن يصل إلى 20,000 دولار أمريكي في نهاية 2017 وبلغت حصتها السوقية الكبيرة (67 مليار دولار أمريكي) - وزيادة اهتمام المستثمرين والمضاربين سواء

كانوا مؤسسات مالية أو أفراد بها، الأمر الذي يستوجب فهم الأسباب الكامنة وراء تطور هذه العملة والعوامل المؤثرة في سعرها.

منهجية البحث

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الاستقرائي، حيث تمّ جمع البيانات المتعلقة بسعر البيتكوين وعدد من العملات المشفرة الأخرى (كالاثيريوم والـ XRP) إضافة إلى مجموعة من المتغيرات الاقتصادية والمالية كمؤشر ستاندرز أند بورز 500 و معدل العائد على سندات الخزينة الأمريكية قصيرة الأجل كمؤشرين عن المتغيرات الاقتصادية والمالية العالمية التي بيّنت بعض الدراسات وجود أثر لها والاعتراف الدولي بقانونية عملة البيتكوين واهتمام المستثمرين بها كمؤشرين عن حجم الطلب على البيتكوين. ثم تمّ تحليل هذه المتغيرات باستخدام نماذج متقدمة في القياس الاقتصادي تتمثل في نماذج الانحدار الذاتي ذات المتباطئات الموزعة ونماذج الانحدار الذاتي المشروط بعدم ثبات التباين التي تعد من أفضل النماذج المستخدمة في تحليل البيانات المالية.

الدراسات السابقة

1- دراسة (Buchholz et al., 2012) التي بحثت في قوى العرض والطلب كمحددات لسعر البيتكوين باعتبارها عوامل تؤثر في سعر أي سلعة، يتمثل العرض بعدد الوحدات المتاحة للتداول أي ندرة العملة، أما الطلب فيتمثل في حجم التعامل بالبيتكوين. امتدت فترة الدراسة من 2010/7 إلى 2012/3 مستخدمة نماذج GARCH، وخلصت إلى أن التغيرات الحاصلة في سعر البيتكوين يمكن تفسيرها عن طريق التفاعل بين قوى العرض والطلب.

2- دراسة (Kristoufek, 2013) التي هدفت إلى قياس أثر اهتمام المستثمرين في سعر البيتكوين باستخدام مؤشرين: الأول يتمثل في عدد استعلامات البحث عن كلمة "Bitcoin" في محرك البحث غوغل (Google) حيث استخدم نموذج متجه الانحدار الذاتي (VAR) بعد التأكد من عدم وجود علاقة تكاملية بين

المتغيرين، أما الثاني فتمثل في عدد زائري صفحة البيتكوين على الويكيبيديا وقيس هذا الأثر باستخدام نموذج متجه تصحيح الخطأ (VECM).
تتلخص نتائج الدراسة في وجود أثر متبادل (feedback) موجب وذو دلالة إحصائية بين المؤشر الأول و سعر البيتكوين، أي أن ارتفاع سعر البيتكوين يؤدي إلى زيادة البحث عن كلمة "Bitcoin" في محرك البحث غوغل، والعكس صحيح. في حين لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمؤشر الثاني في سعر البيتكوين، ولكن يوجد أثر لسعر البيتكوين في عدد مشاهدات صفحة البيتكوين على الويكيبيديا.

3- دراسة (Wijk, 2013) التي بيّنت أهمية عدد من العوامل المالية العالمية في تحديد سعر البيتكوين. تمثلت هذه العوامل في مؤشر داو جونز الصناعي، سعر صرف اليورو-دولار، وأسعار النفط، واستخدم نموذج (ECM) في تقدير هذه الأهمية. توصل الباحث إلى أن جميع العوامل المدروسة تؤثر في سعر البيتكوين في الأجل الطويل، في حين يتأثر سعر البيتكوين في الأجل القصير فقط وبشكل كبير بمؤشر داو جونز الصناعي.

4- دراسة (Bouoiyour and Selmi, 2015) التي سعت إلى الإجابة عن السؤال التالي: هل يشكّل البيتكوين ملاذاً آمناً - أي أن سعرها لا ينخفض في فترات الركود- أم هي أصل للمضاربة؟ وذلك من خلال دراسة أثر عدد من العوامل كاهتمام المستثمرين و حجم التداول وسرعة دوران النقد ومؤشر سوق شنغهاي في سعر البيتكوين باستخدام بيانات يومية من 2010 إلى 2014. حيث تمّ توظيف نموذج الانحدار الذاتي ذي المتباطئات الموزعة (ARDL) في قياس هذا الأثر. وجد الباحثان أنه لا يوجد أي دليل على كون البيتكوين ملاذاً آمناً للمستثمرين، وأنها تسلك سلوك فقاعة مضاربة.

5- دراسة (Ciaian et al., 2016) التي هدفت إلى قياس أثر جميع العوامل التي ورد ذكرها في الدراسات السابقة والممثلة لقوى العرض والطلب في تحديد سعر البيتكوين وذلك باستخدام منهجية التكامل المشترك المستندة إلى نماذج (ARDL). حيث قام الباحث بتقسيم فترة دراسته إلى فترتين: الأولى ممتدة من الشهر 11 من عام 2009 ولغاية نهاية الشهر التاسع من عام 2013، أما الثانية فامتدت من الشهر العاشر من العام 2013 وحتى الشهر الخامس من عام 2015، ويرجع سبب التقسيم إلى اختلاف السعر بشكل كبير بين هاتين الفترتين.

خلصت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لقوى العرض والطلب في سعر البيتكوين، ووجود أثر كبير لاهتمام المستثمرين في الفترة الأولى مقارنة بحجم أثره في الفترة الثانية. أما العوامل المالية العالمية فلم يكن لها أي أثر في الأجل الطويل وذلك مخالف للنتائج التي جاءت بها دراسة (Wijk, 2013).

6- دراسة (Kjærland et al., 2018) التي خلصت إلى وضع نموذج لتسعير البيتكوين من أجل مساعدة المستثمرين في اتخاذ القرارات الاستثمارية الصحيحة، حيث تم استخدام منهجية التكامل المشترك المستندة إلى نماذج (ARDL) بالإضافة إلى نماذج (GARCH) لإجراء انحدار سعر البيتكوين على الـ (Hashrate)⁸ ومؤشر ستاندرد آند بورز وعدد مرات البحث عن كلمة "Bitcoin" في غوغل. خلص الباحث إلى عدم وجود أثر لـ (Hashrate) في سعر البيتكوين نظراً لثبات العرض مهما اختلفت السرعة، وأن التفاؤل في

⁸ هو متوسط سرعة الوصول إلى الرقم المشفر (Hash) وتعدين كتلة ما.

الأسواق المالية المتمثل في مؤشر ستاندرد أند بوررز والاهتمام بالعملية يزيد من رغبة المستثمرين في الاستثمار بالبيتكوين.

7- دراسة (Narayan et al., 2019) التي بحثت في أثر تطور سعر البيتكوين في النظام المالي الإندونيسي، وذلك من خلال مجموعة من المؤشرات كمعدل التضخم وسعر الصرف الحقيقي وسرعة دوران النقود. استخدمت الدراسة نماذج الـ GARCH، وتوصلت إلى أن التغيير في سعر البيتكوين يزيد من التضخم ويخفض أسعار الصرف ويخفض من سرعة دوران النقود.

8- دراسة (Guizani and Nafti, 2019) التي حاولت تحديد العوامل المؤثرة في تقلبات سعر البيتكوين وطبيعة أثر هذه العوامل في تلك التقلبات، وذلك خلال الفترة الممتدة بين 2011/9/11 ولغاية 2018/2/6 موظفة مجموعة من الأساليب القياسية كنماذج ARDL واختبار السببية لجرانجر واختبار التكامل المشترك لـ (Pesaran 2001). خلصت نتائج الدراسة إلى وجود أثر كبير وذي دلالة إحصائية لعدد العناوين ومؤشر الجاذبية وصعوبة التعدين في سعر البيتكوين، مقابل عدم وجود أي أثر لحجم التعاملات والمخزون وسعر صرف اليورو دولار ومؤشرات التطور المالي والكلي في سعر البيتكوين سواء في الأجلين القصير أو الطويل.

2. الإطار النظري للبحث

ظهرت أولى العملات الرقمية في عام 1994 كبديل للتعاملات الإلكترونية التي تجريها المصارف، لكنها لم تلقَ نجاحاً بسبب عدم تطور التجارة الإلكترونية في ذلك الوقت. فيما بعد طوّرت عملات أخرى كـ (E-Gold) والـ (Liberty Reserve) واستخدمت لفترة من الزمن إلى أن تم إجبار الجهات المسؤولة على إيقافها بسبب الاستخدامات غير الشرعية لها.

2.1 نشأة البيتكوين: طوّرت البيتكوين كأول عملة مشفرة من قبل شخص او

مجموعة أشخاص يعملون تحت الاسم المستعار (Satoshi Nakamoto)⁹ حيث استخدمت تقنية (peer-to-peer) لتعمل بدون إشراف جهة معينة أو مصرف محدد، وتعد البيتكوين إجرائية مفتوحة المصدر (open-source) الأمر الذي يمنع أي جهة من احتكار النظام بشكل كامل ويمنحها الشفافية والأمان العالي. تتم إدارة التعاملات وإصدار عملات بيتكوين جديدة بشكل جماعي عن طريق الشبكة التي تعمل عليها. حيث يقَدّم مجموعة من المستخدمين يسمون بالمُعدّنين (Miners) عمليات حسابية طويلة يقوم بها المعالج من أجل الوصول إلى الهاش (Hash) وهو الرقم المشفّر الذي يربط الكتل ببعضها ويستخدم لتأكيد آخر كتلة قبل إضافتها للسلسلة، تدعى هذه العمليات بإثبات صحة العمل (proof of work). يتم تعويض المُعدّنين عن طريق إصدار عملات بيتكوين جديدة وتحويلها إلى محفظتهم عند إكمال عملية تأكيد كل كتلة. بهذا الشكل يتزايد عرض البيتكوين مع الوقت لكن بمعدل متناقص بسبب آلية التخفيض بمقدار النصف (Halving) التي تخضع لها عملية توليد هذه العملة.

⁹ Nakamoto, S., 2008, Bitcoin A Peer-to-Peer Electronic Cash System.

<http://bitcoin.org/bitcoin.pdf>, visited on 17 Feb 2019

ظهر أول موقع لتداول البيتكوين (BitcoinMarket.com) في بداية عام 2010 ممهداً الطريق أمام ظهور عملات أخرى تدعى العملات البديلة (Altcoins) حيث ظهرت عملة (XRP) في عام 2012 وهي ثالث أكبر عملة من حيث الحصة السوقية، وتلا ذلك ظهور عملة (Ether) في 2015 لتحتل المرتبة الثانية بعد البيتكوين مباشرة من حيث حصتها السوقية.¹⁰

2.2 التعريف بالبيتكوين وخصائصها: يمكن تعريف العملات المشفرة ومن أهمها البيتكوين بأنها عملات افتراضية تستخدم للتشفير من أجل ضبط السلامة الأمنية للمعلومات، وينتج عن ذلك صعوبة تزوير هذه العملات. تتسم العملات المشفرة بجملة من الخصائص تميزها عن العملات العادية تتمثل فيما يلي:

1. اللامركزية (Decentralization): وتعني عدم وجود جهة واحدة تتولى إدارة العمليات المالية أي لا يوجد أي حاجة للوثوق بجهة معينة لضمان عمل شبكة العملة المشفرة مقارنة بحاجة أي عملة عادية إلى سلطة مركزية (كالمصرف المركزي) تتحكم بالنظام المالي ويثق بها الجميع لكي يتم اعتمادها والعمل بها. وبذلك تكون العملات المشفرة غير متركزة سياسياً (أي لا أحد يملك كامل السلطة المطلقة للتحكم بها) وغير متركزة بنوياً (أي أن البيانات لا تحفظ في مكان واحد) لكنها متركزة منطقياً لاعتمادها على فكرة واحدة ولكون جميع أجزاء النظام تعمل كوحدة واحدة.¹¹ إذ يتم تأكيد العمليات المالية في شبكات العملات المشفرة بشكل جماعي، بحيث تكون هذه الشبكات (البلوك تشين) موزعة والوصول إليها متاح للجميع.

¹⁰ <https://coinmarketcap.com/>, visited on 10 Mar 2020.

¹¹ Buterin, V., 2017, the Meaning of Decentralization, available at: <https://medium.com/@VitalikButerin/the-meaning-of-decentralization-a0c92b76a274>.

2. غير قابلة للتعديل (Immutable): تأتي هذه السمة لكونه من الصعب جداً تغيير العمليات التاريخية، وهي تكاد تكون غير موجودة في العملات العادية. حيث تستطيع المصارف العودة والغاء أو تعديل العمليات الاحتمالية في بعض الأحيان.

3. الخصوصية (Anonymity): نظراً لعدم وجود جهة مركزية مصدرة للعملات المشفرة؛ فإنه لا حاجة لأن يعرف مستخدم العملة المشفرة بنفسه عند استخدامه لها. إذ تتم التعاملات بشكل مجهول عن طريق نظام المفاتيح العمومي (Public key) والمفتاح الخصوصي (Private key)، بحيث يتشابه المفتاحان في سماحهما لمستخدميهما باستعمال محفظة رقمية (Digital Wallet) خاصة بهذين المفتاحين. في حين يختلف المفتاح العمومي عن الخصوصي بأنه يسمح بالدخول إلى المحفظة بصلاحيات محدودة (كالسماح بعمليات الإيداع فقط)، أما المفتاح الخصوصي فيكون مملوكاً من قبل صاحب المحفظة ويسمح بجميع الصلاحيات. فعندما يقدم المستخدم طلباً لإجراء تحويل مبلغ معين من حسابه إلى حساب آخر؛ تتحقق الشبكة من وجود محفظته والمحفظة المراد التحويل إليها أولاً ومن ثم تتحقق من وجود المبلغ المراد تحويله وبعدها تتم عملية التحويل، وبالتالي لا يوجد حاجة لاستعمال هوية المستخدم لإتمام العمليات المالية. من جهة أخرى سببت هذه الخاصية الكثير من الجدل بسبب سوء استخدامها، إذ أنها سهلت عمليات تبادل الممنوعات وتبييض الأموال وتمويل العمليات الإرهابية.

2.3 تطورات سعر البيتكوين: أصدرت أول نسخة من عملة البيتكوين في 2009/1/9، حيث لم يكن هنالك أية تعاملات في الأيام الأولى لها إلا من خلال بعض مهووسي التكنولوجيا، كما لم تتوفر أسواق مالية لتداول هذه العملة، ليتم فيما بعد وتحديداً في 2010/7/18 افتتاح موقع (Mt. Gox)¹² لتداول

¹² New Bitcoin Exchange, available at: www.mtgox.com

البيتكوين وتسهيل عمليات البيع والشراء. كما بدأت العديد من الشركات والتجار بقبولها كطريقة دفع مما أدى إلى زيادة سعرها من بضع سنتات إلى 35 دولار في 2011/6/10. تلا ذلك انخفاض كبير في سعر البيتكوين بدءاً من تاريخ 2011/6/19 وحتى نهاية سنة 2011 بسبب اختراق موقع (Mt. Gox) ليصل سعر البيتكوين حينها إلى 2.29 دولار محققاً انخفاضاً نسبته 93% من قيمته.¹³ فيما بعد عاود سعر البيتكوين الارتفاع تدريجياً لكن دون أن يتجاوز الـ 20 دولار للبيتكوين الواحد وذلك حتى بداية شهر 12 عام 2012 الذي تمّ فيه تعدين أول 210000 كتلة وانخفضت جائزة التعدين من 50 إلى 25 بيتكوين، الأمر الذي أدى إلى ارتفاع سعر البيتكوين بشكل كبير ليصل إلى 198 دولار في 2013/4/10.

أثر إغلاق موقع (Silk Road) من قبل مكتب التحقيقات الفيدرالي (FBI) خلال الشهر العاشر من 2013 سلباً في سعر البيتكوين، لكن هذا لم يمنع من مواصلة ارتفاع السعر لاحقاً ليصل إلى 1120 دولار في نهاية شهر 11 من العام نفسه. بعد ذلك؛ قامت الحكومة الصينية بحظر تعامل المؤسسات المالية بالبيتكوين في كانون الأول من 2013، كما تم اختراق موقع (Mt. Gox) مرة أخرى في الشهر الثاني من عام 2014 وسرقة 744408 بيتكوين منه، مما دفعه إلى إعلان إفلاسه في نهاية الشهر، وبالنتيجة خسارة البيتكوين 61% من قيمته.¹⁴

¹³ Chapman, S., 2011, Bitcoin market flash-crash and database leak from Mt.Gox, available at: <https://www.zdnet.com/article/bitcoin-market-flash-crash-and-database-leak-from-mt-gox/>, visited on 10/5/2020.

¹⁴ Cawrey, D., 2014, Mt. Gox Trading Halts as Bitcoin Businesses Move to Assure Investors, available at: <https://www.coindesk.com/mt-gox-trading-halts-bitcoin-businesses-move-assure-investors>, visited on 1/5/2020.

لاحقاً في 2014 بدأت كل من شركة (Dell) و (Braintree) التابعة لـ (Paypal) و (Microsoft) بقبول عملة البيتكوين كوسيلة للدفع، الأمر الذي زيادة سعر البيتكوين مرة أخرى ولكن بشكل طفيف.

لم يشهد سعر البيتكوين أية تغيرات جوهرية في عام 2015 وبقي مستقراً عند متوسط 271 دولار للبيتكوين الواحد وذلك حتى تاريخ 2016/7/9 حيث حصل التصنيف الثاني لجائزة التعدين وأصبحت 12.5 بيتكوين لكل كتلة، مما أثار إيجاباً في سعر هذه العملة ودفعه للارتفاع. اعترض هذه الزيادة انخفاض واضح سببه اختراق موقع (Bitfinex) وسرقة 119756 بيتكوين منه، لكن السعر عاود الارتفاع مجدداً ليصل إلى 952 دولار في نهاية عام 2016.

استمر عدد الشركات التي قبلت التعامل بالبيتكوين بالزيادة، إضافة إلى إصدار بعض الدول عدة قوانين تجيز التعامل بالبيتكوين ومن بينها اليابان وروسيا. يُضاف إلى ذلك قيام أكبر المصارف النرويجية التي تعمل على الإنترنت بالسماح لعملائها بالوصول إلى محافظ البيتكوين التي يملكونها من خلال موقع المصرف.¹⁵

لكن السبب الرئيس للنمو الهائل في سعر العملة يكمن في تلاعب بعض الجهات المرتبطة بموقع (Bitfinex) ومطوّر عملة (Tether) بسعرها، حيث استُخدمت هذه العملة في شراء كميات كبيرة من البيتكوين كلما بدأ سعرها بالانخفاض وإصدار المزيد من الـ (Tether) عند الحاجة.¹⁶ يمكن إرجاع ما

¹⁵ Redman, J., 2017, Norway's Largest Online Bank Integrates Bitcoin Accounts, available at: <https://news.bitcoin.com/norways-online-bank-bitcoin-accounts/>, visited on 9/5/2020.

¹⁶Griffin, M.J., Shams, A., 2018, Is Bitcoin Really Un-Tethered?, available at: https://whartonliquidity.files.wordpress.com/2018/09/is_bitcoin_really_untethered.pdf, visited on 9/5/2020.

حصل إلى طبيعة عملة (Tether) الناتجة عن إيداع مطورها بأن كل وحدة من (Tether) مدعومة بـ 1 دولار أمريكي، مما أدى لزيادة سعر البيتكوين بمعدل 1833% ليصل بذلك إلى 19300 في نهاية عام 2017.

لم يبقَ السعر مرتفعاً لوقت طويل؛ إذ ما لبث أن انخفض إلى 7000 دولار خلال الربع الأول من 2018، ولعل من أهم الأسباب الكامنة وراء ذلك تهديد كوريا الجنوبية بإغلاق بعض مواقع تداول العملات المشفرة¹⁷ وقيام كل من (Facebook) و (Google) و (Twitter) بمنع نشر إعلانات ترويج هذه العملات، ودور القانون الذي فرضه اجتماع لجنة الأوراق المالية والبورصات (SEC) على مواقع تداول العملات المشفرة- والذي ينص على ضرورة تسجيل هذه المواقع على أنها بورصات رسمية- في نشر القلق بين المستثمرين.¹⁸

كذلك أدى انقسام عملة البيتكوين إلى بيتكوين و بيتكوين كاش في 2018/11/15 إلى تدهور سعرها وخسارتها ما نسبته 38% من قيمتها ليصل سعر البيتكوين الواحد إلى 3832 في نهاية العام نفسه.¹⁹

¹⁷ Cho, K., Lam, E., 2017, Bitcoin Drops as South Korea Says It Could Close. Exchanges, available at: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-12-28/bitcoin-drops-as-south-korea-says-exchange-closures-are-possible>, visited on 9/5/2020.

¹⁸ Frank, T., 2018, Bitcoin just tanked below \$10,000 after SEC says crypto exchanges must register with agency, available at: <https://www.cnbc.com/2018/03/07/bitcoin-just-tanked-below-10000-after-sec-says-crypto-exchanges-must-register-with-agency.htm>, visited on 11/5/2020.

¹⁹ Bovaird, C., 2018, What Triggered Bitcoin's Sharp Price Plunge?, available at <https://www.coindesk.com/bitcoins-sharp-price-drop-may-have-been-prompted-by-100m-scam-selloff>, visited on 25/3/2020.

أما خلال العام 2019 فقد شهد سعر البيتكوين الواحد تقلبات حادة إذ سجل في 2019/12/21 قيمة 4175 دولار مقابل 19383 دولار في 2019/1/3، وافتتح سعره في 2020/1/1 بقيمة 10757 دولار ليتراجع فيما بعد إلى 6688 دولار في 2020/3/9.²⁰

4.2 العملات المشفرة الأخرى: رافق ظهور عملة البيتكوين وانتشارها ظهور عملات مشفرة أخرى أهمها الـ ETH و الـ XPR نظراً لكبر حصتهما السوقية إذ تليان حصة البيتكوين مباشرة، وسنعرض فيما يلي شرحاً مبسطاً لهاتين العملتين والتي تم استخدام سعريهما كمتغيرات في الدراسة العملية:

ETH (Ethereum): تعدّ ETH العملة الأصلية لمنصة Ethereum – وهي منصة تعاقدية ذكية تمكن المطورين من إنشاء تطبيقات لامركزية طوّرت من قبل Vitalik Buterin في عام 2013- وتستخدم كرسوم لمعاملات المعدّنين على شبكة Ethereum. يبلغ إجمالي العرض الحالي من هذه العملة ETH 110,038,936. كما وصل سعر ETH الواحد في 2020/3/10 إلى 198.58 دولار أمريكي.²¹

XRP: هو أحد الأصول الرقمية المستقلة الأصلية لسجل XRP (Ledger). يعدّ XRP خيار التسوية الأكثر كفاءة للمؤسسات المالية ومقدمي السيولة الذين يبحثون عن الوصول العالمي والتسوية النهائية للتدفقات بين المصارف نظراً للتأكيدات السريعة للمعاملات، ووفقاً لـ Ripple؛ يمكن لأولئك الذين يستخدمون الأصول الرقمية XRP كمصدر للسيولة أن ينجزوا ذلك خلال ثوانٍ. يبلغ العرض المتداول من هذه العملة حوالي XRP 43,818,008,717 في حين يبلغ إجمالي العرض منها XRP 99,991,068,479 بحد عرض

²⁰ Available at www.coinmarketcap.com, visited on 10/3/2020.

²¹ <https://coinmarketcap.com/currencies/bitcoin/> visited on 10/3/2020

أقصى يصل إلى مئة مليار XRP. كما وصل سعر XRP الواحد بتاريخ 2020/3/10 إلى 0.20974 دولار أمريكي.²²

5.2 محددات الطلب على البيتكوين: يحدد الطلب على البيتكوين عاملان أساسيان يتمثلان في:

1. العوامل المالية العالمية التي تتكون من:

- أ- مؤشرات أسواق الأسهم: كمؤشر داو جونز الصناعي (DJIA) ومؤشر ستاندرد أند بورز (S&P 500) ومؤشر سوق شنغهاي وغيرهم من مؤشرات أسواق المال العالمية.
- ب- أسعار صرف العملات العالمية (كاليورو دولار) والعملات الرقمية والعملات المشفرة الأخرى.
- ت- أسعار بعض السلع العالمية: كأسعار النفط وأسعار الذهب.
- ث- سعر الفائدة على سندات الخزينة الأمريكية قصيرة الأجل.

2. اهتمام المستثمرين الذي يمكن قياسه من خلال عدد عمليات البحث في محرك البحث غوغل (Google) عن كلمة "Bitcoin" أو الكلمات المشابهة مثل "bitcoin" و "BitCoin" بالإضافة إلى عدد زيارات صفحة البيتكوين على الويكيبيديا وغيرها... يضاف إلى اهتمام المستثمرين الاهتمام الدولي بهذه العملة والسماح بالتعامل بها.

3. الإطار العملي للبحث

²² المرجع السابق.

يندرج ضمن هذا الإطار استعراض نموذج الدراسة ومتغيراته ومصادر البيانات الخاصة بهذه المتغيرات، إضافةً إلى نتائج الاختبارات القياسية المطبقة، ويخلص إلى إدراج أهم النماذج المقدره لمحددات سعر البيتكوين. طُبقت الدراسة على بيانات سلاسل زمنية يومية شملت الفترة الزمنية الممتدة من 2016/4/1 ولغاية 2020/3/9 بواقع حجم عينة 1439 مشاهدة.

1.3 نموذج الدراسة والمنهجية القياسية

تهدف الدراسة إلى قياس أثر مجموعة من العوامل في تحديد سعر عملة البيتكوين من خلال تقدير النموذج القياسي التالي:

$$BTC=f(ETH, XRP, S\&P500, BOND, VIEW, LEGAL)$$

يوضح الجدول التالي (رقم 1) مدلولات هذه المتغيرات والمصادر التي تم جمع بيانات الدراسة منها، ليتم الانتقال فيما بعد لتوضيح الخصائص الإحصائية لهذه المتغيرات.

الجدول رقم (1): متغيرات الدراسة ومصادر بياناتها

المتغير	الرمز	الوصف	المصدر
سعر البيتكوين	BTC	سعر الإغلاق مقدراً بالدولار الأمريكي	coinmarketcap.com
معدل العائد الخالي من المخاطرة	BOND	معدل العائد على سندات الخزينة الأمريكية قصيرة الأجل (ذات فترة استحقاق 3 شهور)	investing.com

coinmarketcap.com	سعر الإغلاق مقدراً بالدولار الأمريكي	XRP	سعر XRP
coinmarketcap.com	سعر الإغلاق مقدراً بالدولار الأمريكي	ETH	سعر Ether
tools.wmflabs.org	عدد مشاهدات صفحة البيتكوين على الويكيبيديا	VIEW	مؤشر اهتمام المستثمرين
investing.com	سعر الإغلاق لمؤشر ستاندرد آند بورز	S&P500	مؤشر ستاندرد آند بورز
bitcoinregulation.world.gov.uk wikipedia.org	عدد الدول التي يعدّ فيها تداول البيتكوين قانونياً	LEGAL	الاعتراف الدولي بالبيتكوين

المصدر: من إعداد الباحثة

تم توضيح كافة المتغيرات المدرجة في الدراسة خلال الإطار النظري للبحث باستثناء متغيرين هما (معدل العائد الخالي من المخاطرة والاعتراف الدولي بالبيتكوين) اللذين يمثلان ما يلي:

معدل العائد الخالي من المخاطرة: وهو العائد على استثمار ذو خطر معدوم، ونظراً لكونه مفهوماً نظرياً غير موجود على أرض الواقع لأن أكثر الاستثمارات أماناً تحوي درجة من المخاطرة، لذا يتم استخدام مؤشر تقريبي لقياسه. وفي هذا البحث تم استخدام العائد على أدوات الخزينة الأمريكية التي تستحق خلال ثلاثة أشهر كمؤشر عن هذا العائد. تم اختيار هذا النوع من الأصول المالية بسبب انخفاض احتمال تعثر الولايات المتحدة الأمريكية عن سداد ديونها، ولأن قصر فترة الاستحقاق يعني أن التقلبات في أسعار الفائدة لن يؤثر فيها بنفس درجة تأثيره في السندات الأخرى لاسيما طويلة الأجل.

الاعتراف الدولي بالبيتكوين: حيث انقسمت دول العالم في اعترافها بالبيتكوين ما بين دول مرحبة بالتعامل بها ودول محايدة لم تمنع ولم تسمح بالتعامل بها وأخرى حظرت التعامل بها إما بشكل كلي أو بشكل جزئي يقتصر التداول فيه على المؤسسات المالية فقط. إذ لم يكن بين أكثر 20 عملة وطنية تداولاً في العالم سوى ثلاث عملات فقط لم تعترف دولها بالبيتكوين كعملة قانونية، وهذه الدول هي نيجيريا، إندونيسيا وفيتنام. كما صنّفت منصة Coin Dance البيتكوين على أنها قانونية في 111 دولة من أصل 251 دولة ومنطقة. في الوقت الذي يعدّ البيتكوين غير قانوني ويحظر التعامل به في الدول العشر التالية: أفغانستان والجزائر وبنغلاديش وبوليفيا وباكستان وقطر وجمهورية مقدونيا والمملكة العربية السعودية وفانواتو وفيتنام. بالمقابل وفي دول أخرى؛ يُحظر على المصارف ومقدمي الخدمات المالية الآخرين التعامل مع بورصات وشركات العملات المشفرة، وهذه الدول هي: الهند، الإكوادور، إندونيسيا، المغرب، زامبيا، نيبال، مصر، وساموا الأمريكية وعلى الرغم من الحظر والقيود المفروضة في هذه الدول، إلا أن هذه القوانين لم تقض على تداول البيتكوين أو تداولات العملات الرقمية الأخرى واستخدامها نظراً لطبيعتها اللامركزية.²³

2.3 النتائج العملية

تستعرض نتائج الدراسة العملية خصائص الإحصاء الوصفي للمتغيرات قيد الدراسة ونتائج اختبارات استقرار سلاسلها الزمنية خلال الفترة المدروسة وصولاً لتقدير أثر العوامل المختلفة التي تمت دراستها في هذا البحث في سعر عملة البيتكوين باستخدام نماذج

²³ Kuprovskiy, O., 2019, "Findings Show Bitcoin is Completely Legal in at Least 111 Countries", <https://cryptonews.com/guides/countries-in-which-bitcoin-is-banned-or-legal.html>, visited on 9/3/2020.

الانحدار الذاتي ذات الفجوات الموزعة ARDL ونماذج الانحدار الذاتي المشروطة بعدم ثبات التباين ARCH.

1.2.3 الخصائص الإحصائية لمتغيرات الدراسة: أظهرت النتائج الواردة في الجدول

رقم (2) أن متوسط سعر البيتكوين خلال فترة الدراسة بلغ حوالي 5360 دولار بانحراف معياري قدره 3893 تقريباً وبمعامل اختلاف نسبته 72.6%، مما يشير لعدم تجانس بيانات سعر البيتكوين وانحرافها بشكل كبير عن المتوسط وتراوح سعر البيتكوين الواحد بين 417.9 كحد أدنى و19497.4 كحد أعلى، كما بينت نتائجه اختبار (Jarque-Bera) عدم خضوع بيانات هذا المتغير للتوزيع الطبيعي. أما بالنسبة لمتوسط سعر عملة (ETH) خلال الفترة المدروسة فقد بلغ 237.25 دولار بانحراف معياري كبير قدره 241.65 ومعامل اختلاف قدره 102%، مما يشير للتشتت الكبير لسعر هذه العملة حول سعره الوسطي مع الانتباه لوجود التواء واضح نحو اليمين وفقاً لمقياس الالتواء (Skewness) وكذلك وجود تفلطح كبير في توزع بيانات هذا المتغير (معامل التفلطح يساوي 6.8 وهو أكبر من معامل التفلطح للتوزيع الطبيعي 3) مما يشير إلى عدم خضوع هذا البيانات للتوزيع الطبيعي وهذه النتيجة يدعمها اختبار (Jarque-Bera).

أما متوسط سعر عملة (XPR) فقدّر بحوالي 0.31 دولار وبانحراف معياري كبير يعادل 0.357 ومعامل اختلاف قدره 115%، مما يشير لعدم تجانس توزع بيانات هذا المتغير حول وسطها الحسابي، كما أشارت نتيجة اختبار (Jarque-Bera) إلى عدم خضوع توزع هذه البيانات للتوزيع الطبيعي.

كذلك الأمر بالنسبة لباقي متغيرات الدراسة؛ إذ كانت جميعها غير خاضعة للتوزيع الطبيعي وكان أكثرها تشتتاً حول وسطه الحسابي مؤشر اهتمام المستثمرين، حيث بلغ وسطي عدد مشاهدات صفحات البيتكوين في الويكيبيديا 19758 مشاهدة يومياً بانحراف معياري قدره 28134.5 مشاهدة ومعامل اختلاف نسبته 142%.

الجدول رقم (2) : الخصائص الإحصائية لمتغيرات الدراسة

	BTCL	ETHCL	XRPL	LEGAL	S_P_500	VIEW	BOND
Mean	5360.337	237.2563	0.312302	68.90827	2456.486	19758.40	1.197659
Median	5399.370	181.5200	0.268351	61.00000	2385.260	11109.00	1.129000
Maximum	19497.40	1396.420	3.380000	111.0000	3386.150	344686.0	2.473000
Minimum	417.9600	6.820000	0.005408	40.00000	1829.080	4157.000	-0.013000
Std. Dev.	3892.748	241.6524	0.357961	28.02455	369.9534	28134.50	0.823213
Skewness	0.479194	1.730365	3.487683	0.649881	0.426235	5.448421	0.061642
Kurtosis	2.729738	6.317720	22.44024	1.755036	2.048243	43.54481	1.546845
Jarque-Bera	59.45163	1378.078	25576.95	194.2239	97.88480	105683.9	127.5228
Probability	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد إلى مصادر بيانات الدراسة الواردة في الجدول رقم (1)

2.2.3 نتائج اختبار جذر الوحدة: تمثلت المرحلة التالية من الدراسة في تطبيق اختبار

ديكي فوللر الموسع (ADF) لتحديد درجة استقرار السلاسل الزمنية للمتغيرات المدروسة، حيث أظهرت نتائج التطبيق المدرجة في الجدول رقم (3) استقرار سلاسل متغيرات الدراسة من درجات مختلفة (حيث كانت سلسلة سعر عملة الـ XPR ومؤشر اهتمام المستثمرين مستقرة في المستوى وباقي السلاسل للمتغيرات المدروسة مستقرة بعد أخذ الفرق الأول)، وبالتالي فإن المنهجية المثلى في تقدير أثر المحددات قيد الدراسة في سعر البيتكوين تتمثل في منهجية التكامل المشترك وذلك باستخدام نماذج الانحدار الذاتي ذات المتباطئات الموزعة (ARDL) المستندة إلى اختبار الحدود (Bounds Test).

الجدول رقم (3): نتائج اختبار جذر الوحدة لديكي فوللر الموسع (ADF)

درجة الاستقرار	الفرق الأول		المستوى		اسم المتغير
	مع ثابت ومتجه زمني	مع ثابت	مع ثابت ومتجه زمني	مع ثابت	
I(1)	- ***36.40298	- ***36.41297	2.145266-	1.781717-	BTC
I(1)	-	-	2.690508	0.954253-	BOND

	***7.125388	***6.251881			
I(0)			**3.638379-	-	XRP
I(1)	-	-	2.546545-	*2.586308-	ETH
	***5.975387	***5.960908			
I(0)			-	-	VIEW
I(1)	-	-	***4.737118	***4.630938	
	***37.38576	***37.40060	2.752975-	1.243658-	S&P500
I(1)	-	-	2.557113-	0.667685-	LEGAL
	***6.829315	***6.820796			

3.2.3 نماذج الدراسة المقدره: بناءً على النتائج السابقة تم إجراء اختبار الحدود للتأكد من وجود علاقة تكامل مشترك بين متغيرات الدراسة، وأدرجت نتيجته في الجدول رقم (4) وبيّنت وجود هذه العلاقة باحتمال ثقة قدره 99%، أي وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بين سعر البيتكوين والعوامل قيد الدراسة المفسرة له.

الجدول رقم (4): نتيجة اختبار الحدود

Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
F-statistic	7.906498	10%	1.99	2.94
K	6	5%	2.27	3.28
		2.5%	2.55	3.61
		1%	2.88	3.99

أما شكل هذه العلاقة المقدره في الأجل الطويل فكان على النحو التالي:

$$BET = -5385.23 + 20.05 ETHCL + 46.85 LEGAL + 1.39 S\&P500 - 11560 XRPCL + 0.046 VIEW + 1854.78 BOND + e$$

وقبل اعتماد نتائج التقدير السابقة وتفسيرها يتوجب تقييمها والتأكد من خلوها من المشاكل القياسية وجودة توفيقها. تبين نتائج تطبيق الاختبارات التشخيصية خلو النموذج من مشكلة

الارتباط الذاتي (كما تبين نتيجة Breusch-Godfrey LM المدرجة في الجدول رقم 6) مقابل وجود مشكلة عدم ثبات تباين الأخطاء العشوائية (وفقاً لاختبار ARCH المدرج في الجدول رقم 5)، كما بيّن الشكل البياني رقم (1) الممثل لتوزع هذه الأخطاء وجود ظاهرة التطايرات المكسدة (Clustering Volatility)²⁴، مما يستوجب إعادة تقدير نموذج الدراسة بما يتناسب وهذه الخاصية، وتعدّ نماذج ARCH الخيار الأفضل في تقديره.

الجدول رقم (5): اختبار عدم الثبات ARCH لنموذج ARDL المقدر

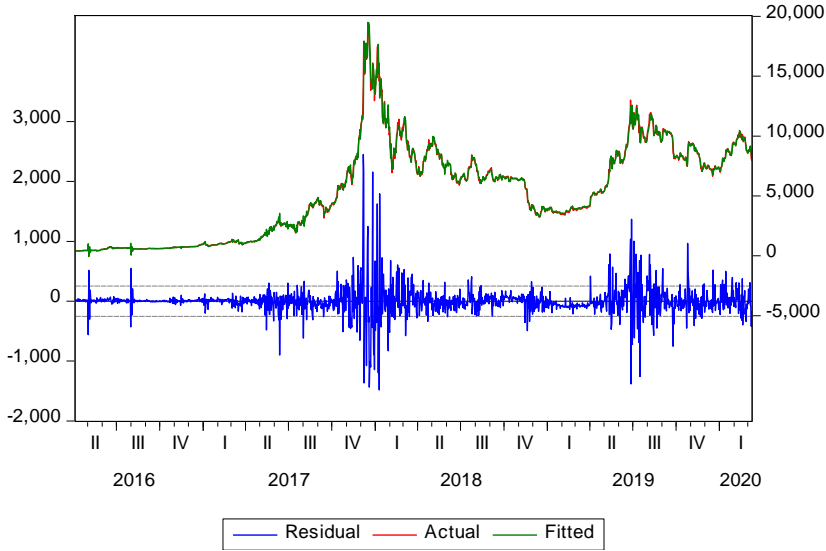
F-statistic	346.4343	Prob. F(1,1432)	0.0000
Obs*R-squared	279.3394	Prob. Chi-Square(1)	0.0000

الجدول رقم (6): اختبار الارتباط الذاتي لبواقي نموذج ARDL المقدر

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	0.132868	Prob. F(2,1411)	0.8756
Obs*R-squared	0.270206	Prob. Chi-Square(2)	0.8736

²⁴ التطايرات المكسدة أو المجمعة هي تقلبات كبيرة تستمر لفترة معينة تعقبها تقلبات أقل حدة تستمر أيضاً لفترة من الزمن، وتعرف الأولى بفترات الهيجان والثانية بفترات الركود ويطلق عليها ظاهرة تكسّ الأسواق وتقاس بالانحراف المعياري أو تباين العوائد وبالتالي فهي مقياس خام لإجمالي المخاطر الناتجة عن الاستثمار في الأصول المالية.



الشكل رقم (1): الأخطاء العشوائية لنموذج ARDL المقدر

بعد تقدير العديد من نماذج ARCH سواء التي تأخذ بعين الاعتبار خاصية التناظر²⁵ (symmetry) أو عدم التناظر (Asymmetry)؛ يمكن تليخيص أفضل هذه النماذج في الجدول التالي:

الجدول رقم (7): المفاضلة بين نماذج ARCH المقدر

النموذج	GARCH(1,1)	EGARCH(1,1)	PGARCH(1,1)
BOND	**11.413	-1.6418	***-82.009
XRP	***1528.154	***1543.344	***2284.884
ETH	***7.6028	***7.5841	***6.6905

²⁵ التناظر هو تماثل أثر التقلبات التي تحدثها الصدمات السالبة الناتجة عن الأخبار السيئة مع أثر الصدمات التي تحدثها الصدمات الموجبة الناتجة عن الأخبار الجيدة، في حين يفترق عدم التناظر بين هذه الصدمات أي يهتم بشكل تأثير عدم تجانس التباين (سالباً أم موجباً).

استخدام نماذج ARCH في قياس العوامل المؤثرة في سعر البيتكوين

-0.000098	-0.00023	-0.000276	VIEW
***1.802	0.009	-0.006678	S&P500
***64.291	*-0.1809	***1.1687	LEGAL
		***0.2561	أثر ARCH
***0.2237	***0.9897	***0.8185	أثر GARCH
0.0057	***0.0607		²⁶ RESID >0
***1.0813	***0.3681		RESID <0
4.56E+09	1.09E+08	1.08E+08	RMSE ²⁷
15.23724	12.05764	12.06706	AIC
15.28120	12.15310	12.15885	SC
(0.0773) 3.1216	(0.552) 0.3524	²⁸ (0.000) 279.33	اختبار ARCH
(0.000) 1770.4	(0.000) 3050.2	(0.000) 2070.3	Jarque Bera

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد لمخرجات برمجية Eviews 10

يمثل أول هذه النماذج المختارة نموذج GARCH(1,1) المتناظر والذي كان أفضل النماذج المتناظرة التي تم تقديرها، ولكن نظراً لوجود مشكلة عدم ثبات التباين في أخطائه العشوائية (حيث بينت نتيجة اختبار ARCH TEST رفض فرضية عدم القائلة بثبات تباين الأخطاء العشوائية للنموذج وقبول الفرضية البدلة القائلة بعدم ثباتها) فقد تم الانتقال إلى تجريب النماذج غير المتناظرة بهدف نمذجة هذا التباين النمذجة المثلى. كان أفضل النماذج غير المتناظرة المقدره نموذج EGARCH(1,1) الأسّي ونموذج PGARCH(1,1) الاحتمالي، وتم ذلك الانتقاء استناداً إلى مجموعة من المعايير الإحصائية والقياسية المعتمدة ممثلة في أقل قيمة لمتوسط مجموع مربعات الأخطاء

²⁶ تشير RESID إلى الأخطاء العشوائية

²⁷ الجذر التربيعي لمتوسط مربعات الأخطاء

²⁸ القيم بين قوسين هي القيم الاحتمالية لإحصائية كاي مربع

العشوائية للنموذج، معيار المعلومات AIC، معيار معلومات SC، وأخيراً اختبار ARCH لنبات التباين.

يمكن تلخيص النتائج الواردة في الجدول رقم (7) في النقاط التالية:

- أجمعت النماذج الثلاثة المقدرة على وجود أثر إيجابي وذو دلالة إحصائية لأسعار العملات المشفرة المغايرة للبيتكوين (ETH و XRP) في سعر البيتكوين ولكن حجم تأثير سعر الـ XRP كان أكبر من حجم تأثير سعر الـ ETH.
- تباين أثر معدل العائد على سندات الخزينة الأمريكية في سعر البيتكوين بين النماذج الثلاثة، إذ ظهر بأثر إيجابي وذو دلالة إحصائية في النموذج الأول، وبأثر سلبي لكن غير دال إحصائياً في النموذج الثاني وهذا موافق لدراسة (Sovbetov, 2018)، وأخيراً بأثر سلبي ودال إحصائياً باحتمال ثقة قدره 99% في النموذج الثالث.
- وجود أثر إيجابي لمؤشر اهتمام المستثمرين في سعر البيتكوين، إلا أن التأثير كان ضعيفاً لذا تم قبول الفرضية الرابعة وهي تتفق مع دراسة (Kristoufek, 2013) ومع دراسة (Ciaian et al., 2016) بشكل جزئي.
- عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية لمؤشر ستاندرد أند بورز في سعر البيتكوين في النموذجين الأول والثاني، في حين أظهر النموذج الثالث وجود أثر إيجابي ودال إحصائياً باحتمال ثقة قدره 95% لهذا المؤشر في سعر البيتكوين، ومنه تم رفض الفرضية الثالثة وهذا موافق لدراسة (Kjærland, 2018) ومقاربة لحجم الأثر فيها والبالغ (1.47) ولكنه مخالف لنتيجة دراسة (Sovbetov, 2018) التي كان الأثر فيها سلبياً ودال إحصائياً.
- عدم وجود أثر دال إحصائياً لمؤشر اهتمام المستثمرين -معبراً عنه في هذه الدراسة بعدد مشاهدات صفحة البيتكوين في ويكيبيديا- في سعر البيتكوين وهذا مخالف لنتائج دراسة (Kjærland, 2018) و دراسة (Sovbetov, 2018) اللتين اعتمدتا عدد الباحثين عن كلمة " بيتكوين" في متصفح غوغل كمؤشر عن اهتمام المستثمرين بالبيتكوين.

- كان تأثير الاعتراف الدولي بالبيتكوين إيجابياً ودال إحصائياً في سعر البيتكوين وذلك باحتمال حد ثقة قدره 99% في النموذجين الأول والثالث، حيث أن زيادة عدد الدول المعترفة بعملة البيتكوين بمقدار دولة واحدة سيؤدي إلى زيادة الطلب على العملة وبالتالي رفع سعرها بمقدار 12.5 دولار.
- قدرت قيمة أثر GARCH في النموذج الأول بـ 0.818 وهي ذات الدلالة الإحصائية باحتمال ثقة 99%، وتشير إلى أن 81% تقريباً من التباينات الحاصلة في سعر البيتكوين اليوم تعود إلى التباينات الحاصلة في سعره في اليوم السابق، واختلفت قيمة هذه النسبة في النموذجين الآخرين إلا أنها بقيت ذات دلالة إحصائية باحتمال ثقة 99%.
- يلاحظ في كلا النموذجين الثاني والثالث الآخذين بخاصية عدم التناظر؛ وجود أثر كبير للصددمات السالبة مقارنة بأثر الصدمات الموجبة، وهذا يتفق مع النظرية المالية التي تفترض تأثر الأصول المالية بالأخبار والأحداث السيئة بشكل أكبر من تأثرها بالصددمات والأخبار الجيدة.
- تشير نتائج اختبار (Jarque-Bera) المطبق على النماذج المقدره عدم خضوع الأخطاء العشوائية في كافة هذه النماذج للتوزيع الطبيعي، كما كانت قيمة معامل الالتواء موجبة مما يشير لالتواء شكل التوزيع نحو اليسار.
- لدى المفاضلة بين النماذج الثلاثة السابقة وفقاً لمعايير المفاضلة المعتمدة في مثل هذه الحالة؛ تبين أن أفضلها النموذج الثاني، حيث أن قيمة كل من معياري AIC و SC كانتا أصغر فيه من قيمتهما في النموذجين الباقيين، وكذلك الأمر بالنسبة لقيمة الجذر التربيعي لمتوسط مربعات الأخطاء (RMSE). كما تمت فيه -وأيضاً في النموذج الثالث- نمذجة التباين النمذجة المثلى، إذ أظهرت نتيجة تطبيق اختبار ARCH عليه ثبات تباين أخطائه العشوائية وذلك باحتمال ثقة قدره 99%. كذلك بين الشكل البياني لدالتي الارتباط الذاتي والذاتي الجزئي -المدرج في الملحق شكل رقم (3)- خلو هذا النموذج من مشكلة الارتباط الذاتي بين أخطائه العشوائية.

النتائج:

تكون السلطة الرقابية المركزية في كثير من الحالات نقطة ضعف العملة العادية، الأمر الذي يؤدي إلى فشل العملة في بعض الأحيان وخروجها من التداول، كما يحدث في حالات التضخم الهائل الناتجة عن طباعة العملات وزيادة العرض النقدي عن حاجة الاقتصاد، تم تلافي نقطة الضعف هذه في بيئة العملات المشفرة لأن عرضها محدود ويتم زيادته بشكل مضبوط ومعقد وغير خاضع لتحكم جهة معينة، وبالتالي تأثير هذا العرض في السعر سيكون ضعيفاً. الأمر الذي شكل حافزاً لدراسة العوامل المحددة لسعر أكثر هذه العملات تداولاً وشعبية من جانب الطلب، حيث تم اختبار أثر مجموعة من العوامل لإنجاز ذلك وخلص البحث إلى قبول الفرضية الأولى القائلة بوجود أثر لأسعار باقي بعض العملات المشفرة المغايرة للبيتكوين في سعر البيتكوين وكان هذا الأثر إيجابياً ودال إحصائياً، كذلك الأمر بالنسبة للفرضية الثانية والثالثة القائلتين بوجود أثر لمؤشر ستاندرز أند بورز ومعدل العائد على سندات الخزينة الأمريكية قصيرة الأجل كمؤشرين من المؤشرات الاقتصادية الكلية في سعر البيتكوين في سعر البيتكوين. في حين تم رفض الفرضية الرابعة التي تنص على وجود أثر لاهتمام المستثمرين بعملة البيتكوين في سعر هذه العملة. كما تم قبول فرضية البحث الخامسة والقائلة بوجود أثر لزيادة الاعتراف الرسمي للدول بالبيتكوين في سعرها وكان هذا الأثر إيجابياً ودال إحصائياً باحتمال ثقة قدره 99%.

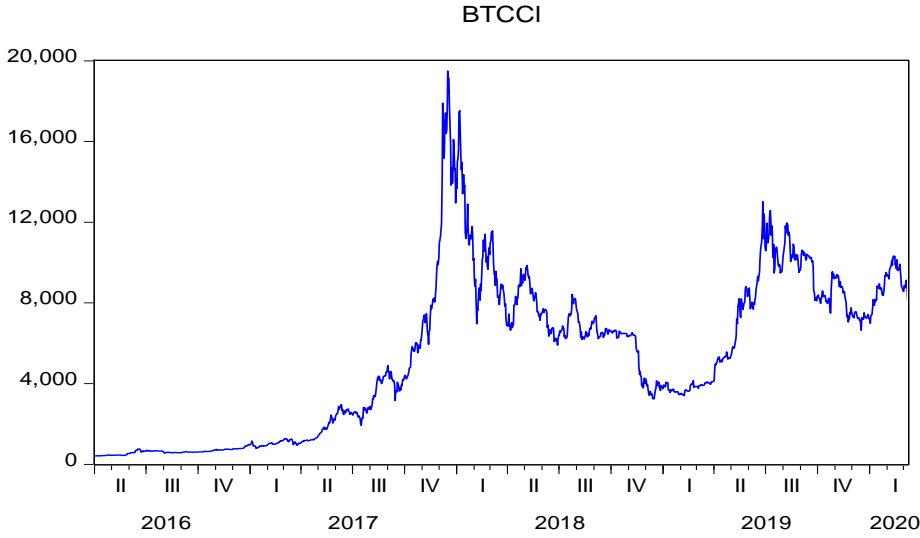
قائمة المراجع:

1. BACK, A., 2002- **Hashcash - A Denial of Service Counter-Measure**, available at: https://www.researchgate.net/publication/2482110_Hashcash
2. BOUOUIYOUR, J., SELMI, R., 2015- **What does Bitcoin look like?** University of Pau, ESC, Tunis Business School.
3. BUCHHOLZ, M. et al., 2012- **Bits and Bets, Information, Price Volatility, and Demand for Bitcoin**, Economics 312, available at: <https://www.reed.edu/economics/parker/s12/312/finalproj/Bitcoin.pdf>, visited on 13/5/2020.
4. BUTERIN, V., 2017- **the Meaning of Decentralization**, available at: <https://medium.com/@VitalikButerin/the-meaning-of-decentralization-a0c92b76a274>
5. CAGLI, E.C., 2018- **Explosive Behavior in the Prices of Bitcoin and Altcoins**, Finance Research Letters 29, PP 398-403.
6. CHAPMAN, S., 2011- **Bitcoin market flash-crash and database leak from Mt.Gox**, available at: <https://www.zdnet.com/article/bitcoin-market-flash-crash-and-database-leak-from-mt-gox/>, visited on 10/5/2020.
7. Chaum, D., 1998- **Blind Signatures for Untraceable Payments**, Springer, available at: <https://scweb.sce.uhcl.edu/yang/teaching/csci5234WebSecurityFall2011/Chaum-blind-signatures.PD>, 13/5/2020.
8. CIAIAN, P., et al., 2016- **The Economics of Bitcoin Price Formation**, Journal of Applied Economics, V. 48, Issue 19, PP. 1799-1815.
9. GUIZANI, S., NAFTI, I., 2019, **The Determinants of Bitcoin Price Volatility: An Investigation with ARDL Model**, Procedia Computer Science, No.164, pp 233–238.
10. GRIFFIN, M.J., SHAMS, A., 2018- **Is Bitcoin Really Un-Tethered?**, University of Texas, available at:

- <https://hacked.com/is-bitcoin-really-un-tethered-yes-says-university-researcher/> 13/5/2020.
11. KJÆRLAND, F., et al., 2018- **An Analysis of Bitcoin's Price Dynamics**, Journal of Risk and Financial Management V. 11, No. 63.
 12. KRISTOUFEK, L., 2013- **BitCoin meets Google Trends and Wikipedia: Quantifying the relationship between phenomena of the Internet era**, Scientific Reports 3, No. 3415
 13. KRISTOUFEK, L., 2015- **What Are the Main Drivers of the Bitcoin Price? Evidence from Wavelet Coherence Analysis**, PLoS One 10(4), available at: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0123923>.
 14. KUPROVSKIY, O., 2019- **Findings Show Bitcoin is Completely Legal in at Least 111 Countries**”, available at: <https://cryptonews.com/guides/countries-in-which-bitcoin-is-banned-or-legal.html>, visited on 9/3/2020.
 15. NAKAMOTO, S., 2008- **Bitcoin A Peer-to-Peer Electronic Cash System**, available at: <http://bitcoin.org/bitcoin.pdf>, visited on 17/2/ 2019.
 16. NARAYAN, S., et al., 2019- **Bitcoin price growth and Indonesia's monetary system**, Emerging Markets Review, V. 38, PP. 364-376.
 17. SOVBETOV, Y., 2018- **Factors Influencing Cryptocurrency Prices: Evidence from Bitcoin, Ethereum, Dash, Litecoin, and Monero**, London School of Commerce, MPRA Paper No. 85036.
 18. SUKAMULJA, S., SIKORA, C., 2018- **The New Era of Financial Innovation: The Determinants of Bitcoin's Price**, Journal of Indonesian Economy and Business, Vol. 33, No. 1, PP. 46-64.
 19. SZABO, N., 1998- **Secure Property Titles with Owner Authority**, available at: <https://nakamotoinstitute.org/secure-property-titles/>, visited on 15/4/2020

20. WIJK, D.V., 2013- **What can be expected from the Bitcoin?**, Erasmus Universities Rotterdam.
21. www.coinmarketcap.com
22. www.investing.com
23. www.tools.wmflabs.org
24. www.bitcoinregulation.worldloc.govwikipedia.org
25. www.mtgox.com

قائمة الملاحق:



الشكل رقم (1): تطور سعر الإغلاق لعملة البيتكوين خلال فترة الدراسة

الجدول رقم (1): نتائج تقدير نموذج ARDL في الأجلين الطويل والقصير

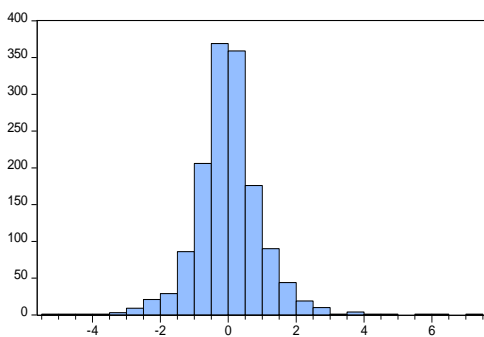
الأجل الطويل

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ETHCL	20.04583	3.948175	5.077240	0.0000
LEGAL	46.84698	24.42997	1.917603	0.0554
S_P_500	1.391558	1.982754	0.701831	0.4829
XRPL	-11560.01	3390.645	-3.409383	0.0007
VIEW	0.046188	0.014665	3.149477	0.0017
BOND	1854.780	882.0888	2.102714	0.0357
C	-5385.227	3685.212	-1.461307	0.1442

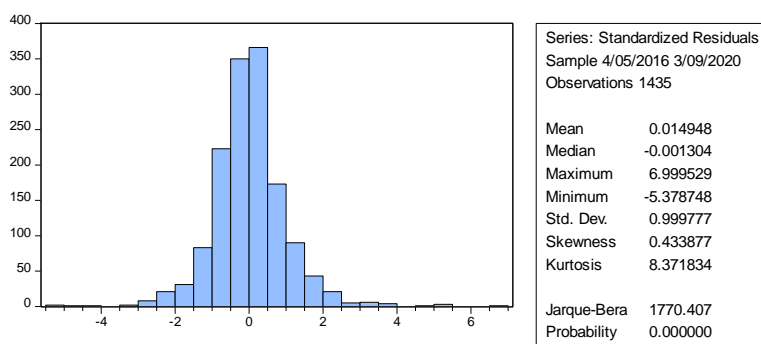
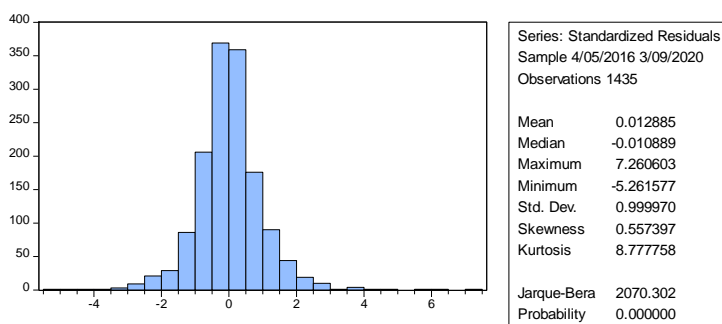
الأجل القصير

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(BTCCL(-1))	0.100989	0.026241	3.848562	0.0001
D(BTCCL(-2))	-0.087069	0.026458	-3.290869	0.0010
D(BTCCL(-3))	-0.045107	0.026162	-1.724148	0.0849
D(ETHCL)	8.401251	0.370493	22.67586	0.0000
D(ETHCL(-1))	-1.507146	0.431618	-3.491849	0.0005
D(ETHCL(-2))	0.154813	0.426817	0.362716	0.7169
D(ETHCL(-3))	1.336070	0.398081	3.356275	0.0008
D(XRPCL)	452.8859	149.0889	3.037691	0.0024
D(XRPCL(-1))	220.3393	154.5514	1.425669	0.1542
D(XRPCL(-2))	916.3407	155.5033	5.892742	0.0000
D(VIEW)	0.006827	0.000775	8.806387	0.0000
D(VIEW(-1))	-0.003191	0.000792	-4.031061	0.0001
D(VIEW(-2))	2.48E-05	0.000798	0.031100	0.9752
D(VIEW(-3))	0.002264	0.000788	2.870950	0.0042
CointEq(-1)*	-0.021819	0.002737	-7.972787	0.0000

R-squared	0.410904	Mean dependent var	5.228014
Adjusted R-squared	0.405096	S.D. dependent var	328.1312
S.E. of regression	253.0877	Akaike info criterion	13.91575
Sum squared resid	90955836	Schwarz criterion	13.97082
Log likelihood	-9969.549	Hannan-Quinn criter.	13.93631
Durbin-Watson stat	2.000222		



Series: Standardized Residuals	
Sample	4/05/2016 3/09/2020
Observations	1435
Mean	0.012885
Median	-0.010889
Maximum	7.260603
Minimum	-5.261577
Std. Dev.	0.999970
Skewness	0.557397
Kurtosis	8.777758
Jarque-Bera	2070.302
Probability	0.000000



الشكل رقم (2): شكل توزيع الأخطاء العشوائية للنماذج الثلاثة المقدره على الترتيب

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob*	
*	*	1	0.082	0.082	9.7804	0.002
		2	0.060	0.054	15.010	0.001
		3	0.061	0.053	20.393	0.000
		4	0.006	-0.006	20.444	0.000
		5	0.042	0.036	23.008	0.000
		6	0.052	0.043	26.857	0.000
		7	0.026	0.015	27.796	0.000
		8	0.040	0.029	30.163	0.000
		9	-0.010	-0.023	30.318	0.000
*	*	10	0.085	0.082	40.715	0.000
		11	0.061	0.045	46.185	0.000
		12	0.009	-0.009	46.299	0.000
		13	0.025	0.007	47.219	0.000
		14	0.034	0.026	48.881	0.000
		15	0.021	0.012	49.549	0.000

				16	0.035	0.017	51.307	0.000
				17	0.014	0.000	51.600	0.000
				18	0.023	0.011	52.374	0.000
				19	0.035	0.028	54.133	0.000
				20	0.034	0.021	55.840	0.000
				21	0.046	0.026	58.978	0.000
				22	-0.017	-0.035	59.403	0.000
				23	0.020	0.015	60.015	0.000
				24	0.014	0.001	60.289	0.000
				25	-0.012	-0.021	60.509	0.000
				26	0.003	-0.009	60.522	0.000
				27	0.019	0.014	61.055	0.000
				28	0.000	-0.003	61.055	0.000
				29	0.031	0.021	62.453	0.000
				30	0.012	0.001	62.650	0.000
				31	0.006	-0.007	62.697	0.001
				32	-0.006	-0.010	62.748	0.001
				33	0.047	0.048	65.999	0.001
				34	0.025	0.011	66.906	0.001
*			*	35	0.093	0.085	79.629	0.000
				36	0.026	0.009	80.646	0.000

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob*	
		1	0.034	0.034	1.6902	0.194
		2	0.047	0.046	4.8301	0.089
		3	0.060	0.057	10.059	0.018
		4	-0.006	-0.012	10.109	0.039
		5	0.042	0.037	12.606	0.027
		6	0.035	0.031	14.412	0.025
		7	0.008	0.004	14.511	0.043
		8	0.031	0.023	15.883	0.044
		9	-0.019	-0.024	16.387	0.059
*		10	0.081	0.079	25.830	0.004
		11	0.047	0.039	29.074	0.002
		12	-0.003	-0.011	29.090	0.004
		13	0.026	0.012	30.103	0.005
		14	0.022	0.019	30.838	0.006
		15	0.016	0.010	31.189	0.008
		16	0.039	0.026	33.377	0.007
		17	0.007	0.001	33.451	0.010
		18	0.015	0.006	33.783	0.013
		19	0.028	0.024	34.946	0.014
		20	0.022	0.014	35.657	0.017
		21	0.035	0.021	37.472	0.015
		22	-0.026	-0.035	38.446	0.016
		23	0.014	0.010	38.750	0.021
		24	0.007	-0.001	38.832	0.028

استخدام نماذج ARCH في قياس العوامل المؤثرة في سعر البيتكوين

				25	-0.012	-0.014	39.044	0.036
				26	-0.015	-0.026	39.362	0.045
				27	0.011	0.009	39.538	0.057
				28	-0.004	-0.002	39.568	0.072
				29	0.017	0.012	40.012	0.084
				30	0.002	-0.003	40.021	0.104
				31	-0.010	-0.017	40.169	0.125
				32	-0.012	-0.011	40.387	0.147
				33	0.040	0.043	42.740	0.119
				34	0.005	-0.001	42.770	0.144
				35	0.073	0.069	50.545	0.043
				36	0.015	0.011	50.893	0.051

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob*	
		1	0.070	0.070	7.0256	0.008
		2	0.071	0.066	14.265	0.001
*		3	0.077	0.069	22.913	0.000
		4	0.005	-0.009	22.950	0.000
		5	0.048	0.039	26.210	0.000
		6	0.050	0.040	29.814	0.000
		7	0.016	0.005	30.167	0.000
		8	0.031	0.019	31.590	0.000
		9	-0.019	-0.030	32.136	0.000
*	*	10	0.079	0.078	41.229	0.000
		11	0.050	0.038	44.920	0.000
		12	0.003	-0.011	44.931	0.000
		13	0.026	0.008	45.924	0.000
		14	0.020	0.014	46.524	0.000
		15	0.021	0.015	47.184	0.000
		16	0.039	0.023	49.424	0.000
		17	0.009	-0.003	49.531	0.000
		18	0.024	0.013	50.361	0.000
		19	0.030	0.025	51.666	0.000
		20	0.022	0.012	52.394	0.000
		21	0.042	0.024	55.022	0.000
		22	-0.024	-0.038	55.897	0.000
		23	0.015	0.010	56.224	0.000
		24	0.017	0.009	56.656	0.000
		25	-0.013	-0.017	56.899	0.000
		26	-0.006	-0.019	56.954	0.000
		27	0.013	0.012	57.213	0.001
		28	-0.003	-0.001	57.230	0.001
		29	0.025	0.017	58.125	0.001
		30	0.008	0.002	58.223	0.002
		31	0.004	-0.007	58.244	0.002
		32	-0.007	-0.009	58.313	0.003
		33	0.047	0.050	61.552	0.002
		34	0.017	0.005	61.964	0.002

*		*		35	0.086	0.079	72.923	0.000
				36	0.027	0.012	73.990	0.000

الشكل رقم (3): دالتي الارتباط الذاتي والذاتي الجزئي للنماذج الثلاثة المقدره على الترتيب

