

# مجلة جامعة البعث

سلسلة العلوم الاقتصادية



مجلة علمية محكمة دورية

المجلد 44 . العدد 9

1443 هـ . 2022 م

الأستاذ الدكتور عبد الباسط الخطيب

رئيس جامعة البعث

المدير المسؤول عن المجلة

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

مديرة مكتب مجلة جامعة البعث  
بشرى مصطفى

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	عضو هيئة التحرير

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 : 2138071 31 963 ++

. موقع الإنترنت : [www.albaath-univ.edu.sy](http://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 ( كتابية 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
46-11	د. عبد القادر عزوز	(الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا "كوفيد 19")
76-47	د. عثمان نقار أ.د. محمد جمال طفطق رفاعة المللي	أثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية (دراسة قياسية خلال الفترة 1990-2020)
130-77	ريهام معلا د. أحمد السكري أ.د. صلاح شيخ ديب	دور استخدام الاستراتيجيات الترويجية على الحصة السوقية في مؤسسات القطاع العام في سورية





## (الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا "كوفيد 19")

الدكتور: عبد القادر عزوز

أستاذ مساعد في قسم الاقتصاد - كلية الاقتصاد - جامعة دمشق

### الملخص:

تناولت الدراسة أهم الآثار الاقتصادية للأوبئة بشكل عام، وعملت على إبراز الآثار الاقتصادية لفيروس كورونا على الاقتصاد العالمي وعلى الدول العربية، وسعت الدراسة إلى معرفة السياسات الاقتصادية التي انتهجتها الدول للتعامل مع الأزمة الاقتصادية واتباع الباحث المنهج الوصفي التحليلي للتعرف على الأثر الاقتصادي الذي خلفته أزمة كورونا وكذلك معرفة تعامل الدول مع إدارة مخاطر الأوبئة، وحاولت الدراسة تقديم أهم السياسات التي يجب اتباعها لتقليل مخاطر الآثار الاقتصادية لفيروس كورونا.

# **The economic effects of the Corona pandemic (Covid 19)**

## **Abstract:**

The study dealt with the most important economic effects of epidemics in general, and worked to highlight the economic effects of the Corona virus on the global economy and on the Arab countries, and the study sought to know the economic policies adopted by countries to deal with the economic crisis. Knowing the countries' handling of epidemic risk management, and the study attempted to present the most important policies that must be followed to reduce the risks of the economic effects of the Corona virus.

**- المقدمة:**

تصاعدت تهديدات الأمن البيولوجي على المستوى العالمي في ظل توقعات انتشار الأوبئة المعدية، وعودة بعض الأوبئة القديمة، وتزايد مقاومة الفيروسات والبكتيريا للمضادات الحيوية نتيجة للطفرات الجينية، وتداعيات التغير المناخي، والتطور في وسائل شن الحروب البيولوجية. ولقد شكّل انتشار وباء فيروس كورونا بالسرعة القصوى التي شهدها العالم صدمة للأنظمة الصحية والاجتماعية والاقتصادية في الدول سواءً المتقدمة منها أو غيرها، وامتدت الأزمة شيئاً فشيئاً حتى شملت أغلب دول العالم من النواحي الصحية والاقتصادية والاجتماعية، وبالنسبة للتأثيرات الاقتصادية، وجدنا أن جائحة فيروس كورونا (كوفيد 19) أحدثت اضطراباً شديداً في الاقتصاد العالمي على كل المستويات.

**- إشكالية البحث:**

نجد أنه مع جائحة كورونا اشتدت الأوضاع الاقتصادية والمالية بصورة حادة في مختلف أنحاء العالم، وأدت الأجواء العامة التي سادت في هذه الأزمة إلى الضبابية والاضطراب والقلق الشديد، خاصة إزاء ما يمكن أن يسفر عنه الوضع في حالة عدم التأكد بالغة التعقيد، مما اضطر البعض إلى إعادة النظر في توقعاتهم بين فترةٍ وأخرى.

لهذا يأمل الباحث من خلال دراسته لهذا الموضوع الإجابة عن عدد من الأسئلة ذات الأهمية:

- 1- ما هي مظاهر وأسباب انتشار التهديدات البيولوجية؟
- 2- ما هي الآثار الاقتصادية للأوبئة بشكل عام؟
- 3- ما هي أهم الآثار الاقتصادية لفيروس كورونا (كوفيد 19)؟

4- ما هي السياسات الاقتصادية التي انتهجتها الدول للتعامل مع الأزمة الاقتصادية؟

5- ما السياسات الواجب إتباعها لتقليل التداعيات الاقتصادية لفيروس كورونا؟

#### - أهمية البحث:

تعود أهمية البحث إلى الصدمة العالمية التي أحدثها انتشار فيروس كورونا على الاقتصاد العالمي سواءً المتقدمة أو الصاعدة أو المتخلفة، فمع أزمة الإغلاق التي لجأت إليها حكومات الدول لتقليل انتشار الوباء وجدنا تعطل القطاعات الانتاجية وتقليل حركة النشاط الاقتصادي بغية تقليل الاحتكاك بين الناس مما أدى إلى آثار قاسية على الاقتصادات كتعطل صناعات وإغلاق الأسواق التجارية وكساد بضائع نتيجة قلة الطلب عليها، وتوقف كامل للحركة السياحية وإغلاق للمطارات والحدود البرية والبحرية.

لذلك فإن البحث تناول بالدراسة والتحليل الأمن البيولوجي ومظاهر وأسباب انتشار التهديدات البيولوجية عالمياً، والآثار الاقتصادية للأوبئة بشكل عام وفيروس كورونا بشكل خاص، وطريقة تعامل الدول مع إدارة مخاطر وباء فيروس كورونا، واقتراح أهم السياسات التي يجب العمل بها لتقليل حدة الآثار الاقتصادية لفيروس كورونا.

#### - أهداف البحث:

حاول الباحث معالجة مشكلة البحث والإجابة عن تساؤلاته واختبار فرضيته من خلال تسليط الضوء على عدة نقاط أهمها:

- 1- مفهوم الأمن البيولوجي، والتهديدات البيولوجية، ومظاهرها وسبب انتشارها.
- 2- الآثار الاقتصادية للأوبئة بشكل عام.
- 3- أهم الآثار الاقتصادية لفيروس كورونا (كوفيد 19).

4- إدارة مخاطر الأوبئة والتعامل الدولي مع الأزمة الاقتصادية التي خلفتها أزمة كورونا.

5- اقتراح بعض السياسات الواجب اتباعها لتقليل الآثار الاقتصادية السلبية لفيروس كورونا.

#### - فرضيات البحث:

ينطلق البحث من الفرضية الآتية:

إنّ تداعيات جائحة كورونا لم تطل الأمن البيولوجي وصحة الإنسان فقط بل كان لها آثار وتداعيات اقتصادية عالمية معظمها سلبية ولكن بالمقابل كان لجائحة كورونا تأثيرات إيجابية على بعض القطاعات.

#### - منهجية البحث:

اتبع الباحث في دراسته المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على تفسير الوضع القائم وتحديد العلاقات والظروف الموجودة بين المتغيرات، ويتعدى عملية جمع البيانات، وربطها وتحليلها، وهذا ما حاول الباحث عمله في هذا البحث، وهو يركز بشكل أساسي على الآثار الاقتصادية للأوبئة بشكل عام، وأهم الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا (كوفيد 19) واقتراح السياسات للتعامل مع هذه الأزمة الاقتصادية.

#### خطة البحث:

بعد تناول الإطار العام للبحث عُرض البحث من خلال المحاور الأساسية الآتية:

أولاً: مفهوم الأمن البيولوجي.

ثانياً: الآثار الاقتصادية للأوبئة بشكل عام.

ثالثاً: الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا.

رابعاً: الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا على الدول العربية.

خامساً: نماذج إدارة مخاطر جائحة كورونا دولياً.

يلي ذلك عرض لأهم النتائج التي تم التوصل إليها، والانتقال بعدها لصياغة بعض التوصيات على ضوء هذه النتائج.

### أولاً: مفهوم الأمن البيولوجي:

#### 1- تعريف الأمن البيولوجي:

منظمة الصحة العالمية عرفته بأنه "الإجراءات المؤسسية الرامية إلى تقادي انتشار مسببات الأمراض كالفيروسات والبكتيريا أو سرقتها أو تحويل وجهتها أو إطلاقها عمداً".  
(1)

#### 2- تطور الاهتمام بالأمن البيولوجي:

لا تزال منظمة الصحة العالمية هي المعنية بتهديدات الأمراض المعدية ومعايير الأمن البيولوجي، إلا أن انتشار مفهوم الأمن البيولوجي قد أدى لتصاعد الاهتمام العالمي بهذه القضايا ووضعها ضمن التهديدات عالمية الانتشار التي يعتبرها مجلس الأمن الدولي ضمن تهديدات الأمن والسلم الدوليين، ففي 10 كانون الثاني 2000 عقد مجلس الأمن الدولي جلسة استثنائية لتقييم تأثير فيروس نقص المناعة البشرية الإيدز على القارة الإفريقية، وكانت هذه هي السابقة الأولى تاريخياً التي يتصدى بها مجلس الأمن لقضية

(1) أحمد حمدون: الأمن البيولوجي، مجلة اتجاهات الأحداث، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، الإمارات العربية المتحدة، العدد 28، 2018، ص 62.

صحية وتصنيفها ضمن تهديدات الأمن الدولي،<sup>(2)</sup> ولقد كان الدافع الأساسي لتحرك مجلس الأمن هو ارتفاع حصيلة الوفيات التي تسبب فيها هذا الوباء، والتي وصلت إلى حوالي 2,2 مليون نسمة؛ أي ما يزيد على عشرة أضعاف ضحايا الصراعات المسلحة في إفريقيا خلال العام نفسه.

### 3- التهديدات البيولوجية:

أ. هناك العديد من العوامل التي تُعقد إدارة مخاطر الأوبئة، فالأمراض يمكن أن تنتقل سريعاً داخل البلدان وعبرها، مما يشير إلى أن الاستجابات المناسبة زمنياً للفاشيات المبدئية جوهرية، إضافةً إلى استفحال الأوبئة بسبب العولمة، ازدادت مقاومة الأوبئة بسبب ظاهرتي تغير المناخ والتمدن "التحضر"، حيث إن تغير المناخ يساعد على توسع مواطن مختلف أنواع الحشرات الشائعة الحاملة للأمراض، مثل بعوضة "انديز ايجيبتي" التي تستطيع نشر "حمى الدنك"، و"الشيكونغونيا"، و"زيكا"، و"الحمى الصفراء". أما التمدن فيعني عيش مزيد من البشر في أحياء متقاربة، مما يزيد من قابلية انتقال الأمراض المعدية، ويجبر نمو العشوائيات في المناطق المتمدنة على نحو سريع مزيد من الناس على العيش في ظروف صحية دون المستوى، وسوء سبل الحصول على مياه نظيفة مما يزيد من تعقد المشكلة.

وربما يكمن التحدي الأكبر في المنظومة الهائلة للأسباب المحتملة للأوبئة، بما فيها مسببات الأمراض المجهولة حالياً، فمنظمة الصحة العالمية أصدرت في شهر كانون

Gerorge Koblenz, Biosecurity Reconsidered: CALibrating Biological threats and

(2) responses, International security:

VOL-34, No4, 2010 pp.96-132

الأول 2015 قائمة بالأمراض ذات مقومات الأوبئة حسب الأولوية والتي تتطلب الاهتمام العاجل بالبحوث والتطوير .

ب. بعيداً عن هذه القائمة، فالأمراض الوبائية في بعض المناطق حالياً والتي يحتمل انتشارها دون سيطرة مناسبة تمثل نوعاً آخرًا من التهديدات، مثل السل، والملاريا، وحمى الدنك، والإيدز. وتزداد مسببات الأمراض المقاومة للمضادات الحيوية في الانتشار في جميع أنحاء العالم علاوة على أن انتشار البكتيريا المقاومة قد يشكل تهديداً آخر، فالانتقال السريع لمسببات الأمراض المقاومة لن يحدث على الأرجح بنفس الطريقة التي يحدث فيها مع التهديدات الوبائية، إلا أن انتشار الميكروبات المقاومة للمضادات الحيوية يجعل من العالم مكاناً محفوفاً بالمخاطر على نحو متزايد. (1)

#### 4- مظاهر تصاعد التهديدات البيولوجية:

##### أ. الانتشار السريع للأوبئة:

تصاعد تركيز المنظمات الدولية على تهديدات الأمراض المعدية الجديدة والعائدة، حيث أشار تقرير منظمة الصحة العالمية لعام 2018 إلى أن القرن الحادي والعشرين لم يختلف عن سابقه من حيث ظهور وانتشار أمراض معدية تسببها فيروسات وبكتيريا سريعة الانتشار، كفيروس نقص المناعة البشرية، والملاريا، ومرض السل.. (2)

##### ب. مقاومة المضادات الحيوية:

تزايد تركيز الباحثين على مقاومة الميكروبات والبكتيريا للمضادات الحيوية، وهو ما تم اعتباره "أكبر المخاطر التي تواجه الصحة العالمية والأمن الغذائي والتنمية"، وفقاً لمنظمة

(1) ديفيد بلوم ودانيال كاداريت: الأوبئة والاقتصاد، مجلة التمويل والتنمية، صندوق النقد الدولي، حزيران 2018، ص 47.

(2) World Health statistics: monitoring health for the SDGs, world health organization, 2018 pp5-7 accessible at: <https://goo.gl/4mwu1y>

الصحة العالمية في تقريرها الصادر في كانون الثاني 2018، إذ يؤدي ذلك إلى تمديد فترة العلاج للأفراد وارتفاع التكاليف الطبية وزيادة معدل الوفيات.(3)

### ج. تزايد "الأوبئة العائدة":

يقصد بالأوبئة العائدة تلك التي سبق أن انتشرت على نطاق واسع وتمت السيطرة عليها عبر تطوير أدوات الوقاية والاحتواء والعلاج، كالفقاعات والعقاقير العلاجية وأنظمة الرصد والتشخيص وغيرها، ولكنها تعود للظهور مرة أخرى أو تنتشر جغرافياً إلى أقاليم جديدة، وتكون عودتها في الغالب بصورة أكثر فتكاً ومقاومة للعقاقير والأدوية.

ويأتي وباء الكوليرا كأحد الأمثلة على هذا النوع من الأوبئة العائدة، خاصة في الدول الفقيرة نتيجة لتصدع المنظومة الصحية والبنية التحتية فيها .

### 5- أسباب انتشار تهديدات الأوبئة: (4)

#### أ. تزايد تأثيرات العولمة:

مثلت التغيرات المصاحبة للعولمة بيئة خصبة لتفشي الأوبئة المختلفة على نطاق أوسع بكثير مما سبق، ويرتبط ذلك بانتشار المدن المليونية، وتزايد معدلات سفر وانتقال البشر والبضائع بين مختلف دول العالم بصورة غير مسبقة، وتدفق موجات الهجرة بين الأقاليم المختلفة بالإضافة إلى التغير المناخي.

#### ب. حدوث الطفرات الجينية:

شهدت العقود الماضية تسارعاً بصورة غير مسبقة لتطور التكنولوجيا الحيوية وانخفاض تكلفة البحوث البيولوجية، وترتب على ذلك تمكن بعض الفيروسات والبكتيريا من التكيف

(3) Global Antimicrobial resistance surveillance system report, world health organization, 2018 accessible at: <https://goo.gl/ozsvit>

(4) ديفد بلوم ودانيال كاداريت: الأوبئة والاقتصاد، مرجع سابق، ص 64.

مع المضادات الحيوية واستيعاب تأثيراتها نتيجة للطفرة الجينية التي شهدتها الأجيال الجديدة من مسببات الأوبئة للحفاظ على بقائها. (1)

#### ج. انتشار الاستخدامات المزدوجة:

تزايدت الاستخدامات المزدوجة للبحوث في المجالات البيولوجية، خاصة في ظل تصاعد إمكانية توظيف البحوث الطبية والبيولوجية في إنتاج الأسلحة، إذ باتت تقنيات الهندسة الوراثية تتيح لبعض الدول إمكانية إحداث تغييرات في تركيبة الفيروسات والبكتيريا لتصبح أكثر فتكاً ومقاومة للمضادات الحيوية واللقاحات، بالإضافة لإمكانية جعلها قادرة على تجاوز أنظمة الكشف والتشخيص. (2)

#### د. تفاقم الصراعات الداخلية:

تسهم الصراعات الداخلية في انتشار الأوبئة على نطاقات واسعة، حيث تشهد الحروب الأهلية غالباً تفشي الأمراض المعدية نتيجة تدمير البنية التحتية الصحية للدولة، ووجود أعداد ضخمة من النازحين الذين يفتقدون إلى الطعام والسكن والرعاية الصحية الملائمة، وهو ما يوفر تربة خصبة لتفشي الأوبئة والأمراض نظراً لغياب أنظمة الرصد والتشخيص والاحتواء في مثل تلك الظروف.

Carsten stroby Jensen, Risking Antimicrobial resistance (Cham, Switzerland: palgrave (1) Macmillan 2018) pp199-206

(2) Robert Carlson, the pace and proliferation of Biological Technologies, biosecurity and Bio terrorism: VOL,1,No,3, September 2003, pp1-12

## ثانياً: الآثار الاقتصادية للأوبئة بشكل عام: (3)

أ. ترسم المخاطر الصحية للفاشية والأوبئة - والخوف والفرع المصاحبان لهما - خريطة المخاطر الاقتصادية المختلفة.

فهناك في البداية، وربما على النحو الأكثر وضوحاً، التكاليف المتعلقة بالنظام الصحي، العام والخاص، للعلاج الطبي للحاملين للعدوى وللسيطرة على الفاشية، فاندلاع فاشية كبيرة قد تترك النظام الصحي، وتقوض القدرة على التعامل مع القضايا الصحية التقليدية، وتعدّد المشكلة، وبعيداً عن الصدمات التي يتلقاها القطاع الصحي تجبر الأوبئة كل من المرضى ومن يرعاهم على فقدان وظائفهم أو التقصير في عملهم، وبالتالي إبطاء عجلة الإنتاجية وتعطيلها، فالخوف من العدوى قد يُفضي إلى التباعد الاجتماعي أو إغلاق المدارس والشركات والكيانات التجارية، والنقل والخدمات العامة، وجميعها تعطل الأنشطة الاقتصادية وغيرها من الأنشطة الاجتماعية القيمة.

ب. إن القلق من انتشار مجرد حالة فاشية تحت السيطرة نسبياً قد يؤدي إلى تجارة أقل، فعلى سبيل المثال، استمر الحظر الذي فرضه الاتحاد الأوروبي على مصدري اللحوم البريطانيين لمدة 10 سنوات عقب اكتشاف فاشية مرض جنون البقر بالمملكة المتحدة على الرغم من انخفاض معدلات انتقاله إلى الإنسان، كما أن معدلات السياحة والسفر إلى المناطق المتأثرة ستخفّض على الأرجح، فالأوبئة المزمنة مثل الإيدز والملاريا تعوق الاستثمار الأجنبي أيضاً.

ج. إن المخاطر الاقتصادية للأوبئة ليست تافهة "هينة"، حيث تشير التقديرات أن التكلفة السنوية المتوقعة للإنفلونزا الوبائية حوالي 500 مليار دولار أمريكي "0,6% من الدخل العالمي"، بما فيها كل من تكلفة الدخل المفقود والتكلفة الفعلية لمعدل الوفيات المرتفع،

(3) ديفيد بلوم ودانيال كاداريت: الأوبئة والاقتصاد، مجلة التمويل والتنمية، مرجع سابق، ص 46.

حتى عندما يكون الأثر الصحي للفاشية محدود نسبياً قد تتعاظم تداعياته الاقتصادية سريعاً، فعلى سبيل المثال شهد معدل نمو إجمالي الناتج المحلي في ليبيريا انخفاضاً بنسبة 8% نقطة من 2013 إلى 2014 إبان فاشية فيروس "الإيبولا" في غرب إفريقيا، حتى مع انخفاض معدل الوفاة خلال نفس الفترة.

#### د. القطاعات الأكثر تضرراً من الأوبئة:

إن عواقب الفاشيات والأوبئة غير موزعة على نحو متكافئ عبر الاقتصاد، بل هناك بعض القطاعات التي قد تستفيد مالياً منها، في حين أن قطاعات أخرى ستعاني على نحو غير متوازن "متفاوت". فشركات الأدوية التي تنتج اللقاحات، والمضادات الحيوية أو غيرها من المنتجات اللازمة لمجابهة الفاشية تعتبر من المستفيدين المحتملين، أما بالنسبة لشركات التأمين الصحي والتأمين على الحياة ستتحمل على الأرجح تكاليف باهظة -على الأقل على المدى القصير - كما هو الحال بالنسبة لمنتجي المنتجات الحيوانية في حالة اندلاع فاشية مرتبطة بالحيوانات، وهكذا ستعاني على الأرجح مجموعات السكان الضعيفة، لا سيما الفقراء على نحو متفاوت نظراً لاحتمالية عدم توافر سبيل للحصول على الرعاية الصحية، وتوفير مدخرات أقل للحماية من الكوارث المالية.

#### هـ. الأثر الاقتصادي الدولي:

لكي ندرك حجم الكارثة، وإذا أخذنا فقط الولايات المتحدة الأمريكية والصين واليابان وألمانيا وبريطانيا وفرنسا وإيطاليا، فس نجد أنهم يمثلون 60% من العرض والطلب العالميين "الناتج المحلي الإجمالي"، و65% من التصنيع العالمي، و41% من الصادرات الصناعية العالمية.

وبتعبير أحد المحللين الاقتصاديين فإنه: "عندما تعطس هذه الاقتصادات, ستُصاب بقية دول العالم بالبرد", فهذه الاقتصادات, خاصة الصين وكوريا واليابان وألمانيا والولايات المتحدة, هي جزء من سلاسل القيمة العالمية, لذا فإن أزماتها ستنتج عدوى "سلسلة التوريد" في جميع الدول تقريباً.

### ثالثاً: الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا: (1)

#### 1. تراجع معدل نمو الاقتصاد. (2)

إنّ انخفاض العرض وانكماش الانتاجية, أدت إلى قيام السلطات والشركات في العديد من الدول بإغلاق أماكن العمل والمدارس. فمثلاً أمرت العديد من الشركات اليابانية الكبيرة موظفيها بالعمل من المنزل منذ أواخر شباط 2020 , وهو الحال في معظم دول العالم. فمن منظور اقتصادي, فإن عمليات الإغلاق وحظر السفر قللت الإنتاجية بشكل مباشر, بطريقة تشبه الانخفاض المؤقت في التوظيف. (3)

بحسب تقرير آفاق الاقتصاد العالمي World Economic Outlook الصادر عن صندوق النقد الدولي في كانون الثاني 2020, كان الاقتصاد العالمي في حالة تعاف, حيث كان متوقعاً أن يرتفع معدل النمو العالمي من 2,9% في العام 2019 إلى ما يعادل 3,3% في العام 2020 ليصل إلى 3,4% بحلول عام 2021, وقد أقام خبراء

(1). الأونكتاد: الاستثمار الأجنبي المباشر سينخفض 15% بسبب كورونا على الرابط الإلكتروني:

<https://www.bankingfiles.com>

(2). تأثير فيروس كورونا على الاقتصاد العالمي, على الرابط الإلكتروني: <http://alwatannews.net>

(3). جائحة كورونا تترك إرثاً من تزايد الفقر والتفاوتات المتباينة 2021/10/7:

<https://blogs.worldbank.org>

الصندوق هذه التقديرات المتفائلة - حينئذ - على نمو الناتج الصناعي العالمي، وتحسن وضع التجارة العالمية عندما لاحت في الأفق بوادر إحراز بعض التقدم على صعيد نزع فتيل أزمة الحرب التجارية القائمة بين عملاقي الاقتصاد العالمي، (الصين والولايات المتحدة). الآن ومع تفشي وباء كورونا الجديد، ذهبت موجة التفاؤل هذه أدراج الرياح، وتبعثرت معها توقعات النمو الإيجابية، وحلت محلها موجة تشاؤمية تُذّر بموجة كساد عالمية، فطبقاً لمنظمة مؤتمر التجارة والتنمية التابعة للأمم المتحدة UNCTAD، فإنه من المتوقع أن يخسر الاقتصاد العالمي حوالي تريليون دولار أمريكي - على أقل تقدير - كنتيجة لانتشار فيروس كورونا، وأن يتراجع النمو العالمي إلى أقل من 2,5% وأن تدخل مجموعة كبيرة من الدول في موجة كساد، ففي دول مثل كندا والمكسيك وأمريكا الوسطى، ودول مثل شرق وجنوب آسيا والاتحاد الأوروبي، فإنها سوف تشهد تباطؤاً في النمو بين 0,7% و 0,9%، كما أن من تربطها علاقات مالية قوية مع الصين ربما ستكون الأقل قدرة على التعافي من تأثير أزمة كورونا على الاقتصاد. (4)

إذ كشفت ألمانيا أكبر اقتصاد في أوروبا، عن هبوط تاريخي بنسبة 10,1% من ناتجها المحلي الإجمالي في الربع الثاني من عام 2020 وفي هذه الأثناء سجل الناتج المحلي الإجمالي الأمريكي خلال الفترة نفسها انخفاضاً بنسبة 32,9% تقريباً. وهي فترة الثلاثة أشهر الثانية على التوالي التي يسجل فيها أكبر اقتصاد عالمي انكماشاً، ما يعني دخوله في مرحلة ركود، وذلك وفق تقديرات أولية نشرتها وزارة التجارة الأميركية في وقت سابق. (5)

(4) كريستيانا غورغييفا: تقرير لمديرة صندوق النقد الدولي بعنوان: أزمة مالية منقطعة النظير تستدعي استجابة عالمية منقطعة النظير نيسان 2020 على الرابط: <https://www.IMF.org/ar/news/Articles/2020>  
(5) عبدالله الأمير رويح / شبكة النبا المعلوماتية، كيف سيتأثر الاقتصاد العالمي في ظل موجة ثانية لكورونا. annabaa.org :2020/9/22

أسفر الإعلان عن سلالة جديدة مكتشفة من فيروس كورونا (متحور دلتا) قد تكون مقاومة للقاحات عن خسائر فادحة بجميع الأسواق العالمية، حيث أعلن علماء في جنوب إفريقيا في 2021/11/25، عن اكتشاف متحورة جديدة مثيرة للقلق في جنوب إفريقيا، مشيرين إلى أن المتحورة تظهر عدداً مرتفعاً جداً من الطفرات وقدرة على أن تنتشر بسرعة كبيرة، ورغم عدم توفر معلومات تذكر بشأن السلالة الجديدة المكتشفة في جنوب إفريقيا وبوتسوانا وهونغ كونغ، لكن علماء قالوا أنه يوجد فيها مزيجاً غير مألوف من المتحورات، وقد تكون مقاومة للقاحات أو أكثر نشراً للعدوى، وتواجه الأسهم المرتبطة بالدورة الاقتصادية ضغوطاً، وعلى رأس الأسهم المتضررة. جاءت تلك المتعلقة بشركات السفر والسياحة والطيران، التي فقدت ما يفوق 20% لبعثها بعدما أعلنت دول عدة عبر العالم خصوصاً في أوروبا منع الرحلات الجوية الآتية من دول تقع في جنوب القارة الإفريقية. وعلى الصعيد العالمي، أدى ظهور متحورات جديدة من فيروس كورونا إلى قلق عالمي من عودة الاقتصاد الدولي إلى حالة الإنكماش، مع تزايد احتمالات لجوء كثير من الدول إلى تطبيق سياسة الإغلاق العام.

وأعلنت وزيرة الخزانة الأميركية (جانيت يلين) في مؤتمر صحفي بالبندقية، (إن الولايات المتحدة قلقة جداً من ظهور متحورات جديدة تهدد الانتعاش في ظل اقتصاد عالمي مترابط)، حيث إن متحورات كورونا أصابت الدول العظمى بالفزع، وحذر وزراء المال في مجموعة العشرين عقب اجتماعهم بمدينة البندقية من مخاطر انتشار متحورات كورونا وتأثيراتها على الانتعاش، ففي الوقت الذي بدأ فيه الاقتصاد العالمي يخرج من الكساد ويبدأ مرحلة الإنكماش بفضل انتشار اللقاح وتزايد نسبة الحاصلين عليه، فإن شبح الخوف من عودة الإنكماش عاد بقوة بعد ظهور المتحورات الجديدة، وقد حذرت مجموعة العشرين

(1) الاقتصاد العالمي يدخل مرحلة الإنكماش بعد انتشار متحورات كورونا 2021/11/27:

<https://dotalkhaleeg.co>

من استمرار (سلالة دلتا) في التأثير على الاقتصاد العالمي وخلقها بؤر وبائية في آسيا وإفريقيا وتزايد عدد المصابين بأوروبا والولايات المتحدة. (1)

وانتشار متحورات فيروس كورونا (متحور دلتا) الحالي تنبئ بركود تضخمي في الاقتصاد العالمي، حيث يواصل انتشار دلتا تدخله في الإمدادات العالمية للسلع، فالتفشي في دول جنوب شرق آسيا، ذات النسب المنخفضة من التلقيح يؤدي إلى إغلاق مؤقت للمصانع والشبكات اللوجستية الأمر الذي يمدد عرقلة الإمدادات الدولية، ففي الولايات المتحدة قامت شركات التجزئة مثل (نايكي) (غاب) بالضغط على البيت الأبيض لإعطاء المزيد من اللقاحات إلى فيتنام بما أن مصانعها أصبحت بالغة الحيوية بأعمالها، فالنقص في السلع يرفع الأسعار.

## 2. الآثار الاقتصادية على الاستثمار الأجنبي المباشر:

وفقاً لتقرير صادر عن الأمم المتحدة، من المتوقع أن تتخفف الاستثمارات الأجنبية المباشرة العالمية بنسبة 15% في عام 2020 بسبب انتشار فيروس كورونا، خاصة في قطاعات صناعات السيارات وشركات الطيران والطاقة والمواد الأساسية الأكثر تضرراً بسبب التداعيات الاقتصادية الناتجة عن تفشي فيروس كورونا، وإنّ التأثير سلبي على الاستثمار الأجنبي المباشر في البلدان الأكثر تضرراً من الوباء، على الرغم من أن صدمات الطلب السلبية والتأثير الاقتصادي لتعطل سلسلة التوريد سيؤثران على فرص الاستثمار في البلدان الأخرى.

\*أصدر أكثر من ثلثي الشركات متعددة الجنسيات في مؤشر الأونكتاد لأفضل 100 مؤسسة، وهو مؤشر رئيسي للاتجاهات الاستثمارية الشاملة، بيانات حول تأثير فيروس كورونا، Covid-19 على أعمالهم.

وقال التقرير إن العديد منها يبطئ الإنفاق الرأسمالي في المناطق المتأثرة، بينما أصدرت 41 شركة في القائمة تنبيهات بأنها ستشهد انخفاض الأرباح المعاد استثمارها، وهي عنصر رئيسي في الاستثمار الأجنبي المباشر، وقد شهدت أكبر 5000 شركة متعددة الجنسيات والتي تمثل حصة كبيرة من الاستثمار الأجنبي المباشر العالمي، مراجعات هبوطية لتقديرات أرباح 2020 بنسبة 9% بسبب فيروس Covid-19 صناعة السيارات "44- في المائة"، وشركات الطيران "42- في المائة"، وصناعات الطاقة والمواد الأساسية "13- في المائة"، و ذكر التقرير: "إن أرباح الشركات متعددة الجنسيات الموجودة في الاقتصادات الناشئة أكثر عرضة للخطر من أرباح الشركات متعددة الجنسيات في البلدان المتقدمة".

عمليات الدمج والاستحواذ شهدت تباطؤاً بسبب الوضع الحالي. وقال التقرير إن بيانات شهر شباط 2020 أظهرت انخفاضاً كبيراً في معدل إتمام عمليات الاستحواذ عبر الحدود، والتي انخفضت إلى أقل من 10 مليارات دولار ، من القيم الشهرية العادية التي تتراوح بين 40 إلى 50 مليار دولار.

وأشارت الأونكتاد إن التقلص في إنتاج الصين بسبب تفشي فيروس كورونا قد كلف الاقتصاد العالمي حوالي 50 مليار دولار بسبب انخفاض الصادرات، وتعاني التجارة العالمية من معاناة، وسلاسل التوريد تضررت في العديد من القطاعات حيث تستأنف المصانع في جميع أنحاء الصين عملها تدريجياً بعد توقف مطول للحد من انتشار الفيروس.

### 3. الآثار الاقتصادية على الأسواق المالية:

شهدت مؤشرات (FTSE، وداو جونز الصناعي، ونيكي) انخفاضات هائلة منذ بداية تفشي الوباء في 31 كانون الأول 2019، وقد حقق مؤشر داو جونز و FTSE مؤخراً أكبر انخفاض لهما في يوم واحد منذ عام 1987، واستجابةً لهذا الوضع، قررت البنوك المركزية في العديد من الدول خفض أسعار الفائدة.

\* تراجعت الأسواق المالية المحلية والعالمية إلى مستويات ما يقرب من عقد زمني، وقد عملت على تحسس خطواتها بشكل شبه يومي بناءً على جميع المستجدات العالمية سواء الآثار السلبية للفيروس أو للسياسات العالمية المحفزة لمواجهة تلك الآثار أو البرامج التحفيزية التي أعلنت عنها حكومات الدول حول العالم، وباتت بأحجام خيالية تتجاوز عشرة تريليونات دولار بشكل مباشر وغير مباشر سواء بحزم مالية من الحكومات أو إجراءات نقدية من البنوك المركزية لم تستطع تخفيف هلع المستثمرين في الأسواق المالية، ولم تقف سداً منيعاً أمام الإفلاسات التي طالت عدداً من القطاعات، وقد شمل الهبوط كل الأصول من أسهم وسندات إلى ذهب ومواد أولية و سلع و نפט.<sup>(1)</sup>

ومن المفترض أن تؤدي هذه الخطوة نظرياً إلى تقليل تكلفة الاقتراض، وبالتالي تشجيع الإنفاق، ثم تعزيز حالة الاقتصاد.

(1) محسن عادل: جائحة كورونا وانفجار الأزمة الاقتصادية، مجلة السياسة الدولية، العدد (221)، تموز، 2020،

ووصل عدد الأشخاص الذين تقدموا بطلبات للحصول على إعانة البطالة إلى مستوى قياسي في الولايات المتحدة، مما يشير إلى نهاية عقد من التوسع لأكبر اقتصاد في العالم.

#### 4. الآثار الاقتصادية على قطاع التصنيع العالمي:

أ. يمكن تحديد آثار جائحة كورونا على قطاع التصنيع العالمي من خلال ما يلي: (1).

##### أولاً:

إن تعطل الإمدادات المباشرة أعاق الإنتاج، حيث تركز الفيروس في قلب التصنيع في العالم "شرق آسيا"، وانتشر بسرعة في الشركات الصناعية العملاقة الأخرى في الولايات المتحدة الأمريكية، وألمانيا.

##### ثانياً:

أدت العدوى في سلسلة التوريد إلى تضخيم صدمات التوريد المباشرة، حيث وجدت قطاعات التصنيع في الدول الأقل تأثراً صعوبة أكبر وأكثر تكلفة في الحصول على المدخلات الصناعية المستوردة من الدول المتضررة بشدة، ومن ثم من بعضها بعضاً.

##### ثالثاً:

كان هناك اضطرابات في الطلب بسبب حالات الركود وانخفاض الاقتصاد الكلي، وبسبب حالة الترقب والتأخير في الشراء التي سيطرت على المستهلكين والمستثمرين.

(1) مركز أبحاث السياسات الاقتصادية : الصدمات الخمس للاقتصاد العالمي جراء كورونا، على الرابط الإلكتروني: <https://future.uae.com/>

ب. في القطاع الصناعي، كشفت الشركات الكبيرة أيضاً عن حصيلة كئيبة إذ سجلت شركة صناعة الصلب "أرسيلوميتال" خسارة صافية قدرها 559 مليون دولار في الربع الثاني من عام 2020، وأبدت صناعة المواد الغذائية مقاومة أفضل بقليل. ونشرت شركة "نستله" العملاقة السويسرية ربحاً صافياً نصف سنوي بنسبة 18,3%، تحت تأثير عمليات بيع.

ج. تعرضت صناعة الطيران لأضرار بالغة، مع تراجع حركة الطائرات، وخفضت شركات الطيران الرحلات الجوية، وألغى المسافرون حجوزات رحلات العمل والعطلات.

وتدفع صناعة الطيران أيضاً ثمناً باهظاً للأزمة، في حين لا يتوقع أن تعود الحركة الجوية إلى طبيعتها قبل عام 2023. وقد أعلنت شركة (ايرباص) الأوروبية لتصنيع الطائرات عن خسارة صافية قدرها 1,9 مليار يورو في النصف الأول من العام، مُستخدمة 12,4 مليار يورو من احتياطها النقدي خلال الأشهر الستة الأولى من العام وخفضت معدلات إنتاجها بنسبة 40%. وتخطط منافستها الكبرى (بوينغ) لزيادة التخفيض في معدلات إنتاجها وتسريح مزيد من الموظفين ووقف إنتاج طائرة "جمبوجيت" 747 الأسطورية في عام 2022 وقد خسرت في الربع الثاني ما مجموعه 2,4 مليار دولار.<sup>(2)</sup>

من جديد إنخفض سهم (إيه . إيه . جي . إس . إيه) وهي الشركة الأم لشركة الخطوط الجوية البريطانية (بريتش إيروايز) بنسبة 21%، وتراجعت أسهم شركة الطيران الألمانية (لوفتهانزا) بنسبة 14%، وسجلت (راين إير) و(إير فرانس - كيه إل إم) وغيرهما من شركات الطيران الأوروبية تراجعاً في أسهمها بنسب مماثلة.

د. يعتبر القطاع السياحي وصناعة الترفيه "كالسينما والمسارح" من أكثر القطاعات تضرراً بانتشار فيروس كورونا الجديد، حيث أثر سلباً على جانبي العرض والطلب، كنتيجة طبيعية لإجراءات منع السفر وإغلاق المطارات ودور الترفيه كإجراء احترازي للحد من

تفشي الفيروس، فطبقاً لمنظمة السياحة العالمية World Tourism Organization فإن التقديرات الأولية تشير إلى تراجع السياحة الدولية بشكل حاد بسبب حظر السفر وإلغاء العديد من الرحلات الجوية، وهو ما سبب خسائر تقدر بحوالي 30 إلى 50 مليار دولار أمريكي في عوائد السياحة.

هـ. الأثر الاقتصادي على قطاع النفط:

انخفضت أسعار النفط إلى مستويات غير مسبقة بعد تراجع الطلب العالمي نحو الثلث وهبطت أسعار عقود النفط الأمريكية المقرر تسلمها في أيار 2020 إلى أدنى مستوى لها في التاريخ متجاوزة الصفر بسبب فائض المعروض النفطي، نتيجة لقلّة الاستهلاك، فقد وقفت حركة النقل داخلياً وخارجياً في كثير من الدول أو تراجع مستوى حركتها، كما أن إجراءات حظر التجول والتباعد الاجتماعي قد ساهمت بذلك، وقد أدى توقف حركة الطيران وقطاع السياحة إلى انخفاض الطلب على المنتجات النفطية أيضاً، كما ساهم بذلك عدم التوافق بين السعودية وروسيا وأوبك على كميات الإنتاج واعتماد سياسة الإغراق في السوق النفطي، مما أدى إلى كثرة العرض بوقت شح فيه الطلب وتسبب في انخفاضات إضافية في سوق النفط، ومع توقف أو انحسار عمل المصانع تدهورت أسعار النفط في ظل أجواء عدم اليقين للمنتجين المستهلكين<sup>(1)</sup>.

## 5. الآثار الاقتصادية على سلاسل التوريد العالمية:

ترتبط مظاهر الصدمة بسلاسل التوريد، فاعتباراً من أوائل آذار 2020، كان وباء كورونا متمركزاً في الصين، وكانت بجانب اليابان وكوريا- أكثر الدول تضرراً.

(1) أحمد فايز الهرش: أزمة الإغلاق الكبير: الآثار الاقتصادية لفيروس كورونا كوفيد - 19، مجلة بحوث الإدارة والاقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة زيان عاشور، الجزائر 2020، ص121.

وبالنظر إلى مركزية هذه الدول في سلاسل التوريد العالمية في العديد من السلع المصنعة، يمكننا استكشاف آثار الوباء الحالي على سلاسل التوريد العالمية في العديد من السلع المصنعة، وقد تلقى قطاع التصنيع صدمات قوية في آسيا وأوروبا وأمريكا الشمالية، خاصة في ظل التأثير الواضح للوباء على دول مثل ألمانيا وإيطاليا وفرنسا وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية، فعلى سبيل المثال، هناك مقاطعة في الصين تسمى "هوبي"، يطلق عليها "وادي البصريات"، نظراً لوجود العديد من الشركات التي تصنع مكونات الألياف البصرية هناك "وهي مُدخلات أساسية لشبكات الاتصالات، حيث يوجد في المقاطعة ما يقرب من ربع كابلات وأجهزة الألياف الضوئية في العالم. مقاطعة "هوبي" أيضاً موقع لمصانع تصنيع الرقائق الدقيقة المتقدمة للغاية، والتي تُصنَع منها رقائق الذاكرة المحمولة المستخدمة في الهواتف الذكية على سبيل المثال، وإنَّ انتشار الوباء في "هوبي" فقط، خَفَّضَ 10% من الشحنات العالمية للهواتف الذكية.

إنَّ قطاع السيارات وخاصة في شرق آسيا، قد تعطل بالفعل بسبب تدهور سلاسل التوريد الدولية، فعلى سبيل المثال أجبر نقص الأجزاء القادمة من الصين شركة "هيونداي" الكورية لصناعة السيارات على إغلاق جميع مصانع السيارات في كوريا. كذلك أغلقت شركة "نيسان" اليابانية مصنعاً في اليابان مؤقتاً. وقد وصلت الصدمة إلى أوروبا، حيث حذرت شركة Fiat-Chrysler من أنها قد توقّف قريباً الإنتاج في أحد مصانعها الأوروبية.

\* كما تعطلت صناعة السيارات مع إغلاق المصانع ووكالات بيع السيارات خلال فترة العزل. وسجلت شركة رينو الفرنسية في النصف الأول من العام أكبر خسارة صافية في تاريخها بلغت 7,3 مليار يورو، متأثرة بشريكتها اليابانية "نيسان" وتراجع الأسهم. وأعلنت في نهاية أيار/مايو شطب 15 ألف وظيفة. وأعلنت شركة (فولكس فاغن الألمانية) العملاقة عن خسارة قبل الضرائب بلغت 1,4 مليار يورو في النصف الأول. وخفف

الرئيس التنفيذي لشركة رينو (لوكا دي ميو) من عبئ الأزمة بقوله إن "الوضع غير مسبوق، لكنه لن يدوم"، متوقعاً انتعاش السوق ولكن بأي شكل؟ إذ يتوقع أن تكون العودة إلى الوضع الطبيعي بطيئة، وقطاع السيارات مثل النقل الجوي يخضع لضغوط بيئية متزايدة.

إن فقدان ثقة المستهلك والمستثمر هي أكثر النتائج المباشرة لانتشار العدوى، حيث إن مزيجاً من انخفاض أسعار الأصول وضعف الطلب الكلي وتزايد أزمة الديون وتفاقم توزيع الدخل كل ذلك يمكن أن يؤدي إلى دوامة من التراجع تجعل من الوضع أكثر سوءاً، حيث إن حظر التجوال وتقييد حركة المواطنين والسفر سيقلل من حجم الطلب على السوق بنسبة ما وذلك على مستوى المستهلكين، أما على مستوى المستثمرين فستسود حالة من الحذر والترقب، التي ستمنعهم من ضخ أي أموال في مشروعات أو استثمارات جديدة.

## 6. الآثار الاقتصادية على معدلات الفقر:

إن تأثير جائحة كورونا هو الأكبر بالنسبة للفئات الأشد فقراً في العالم. ففي عام 2021، انخفض متوسط دخل الأربعة في المئة الأشد فقراً من السكان في توزيع الدخل العالمي بنسبة 6,7% عن توقعات ما قبل الجائحة، في حين انخفض متوسط دخل الأربعة في المائة الأشد ثراءً من السكان بنسبة 2,8%، والسبب في هذا الاختلاف الكبير هو أن الأربعة في المائة الأشد فقراً من السكان لم يبدأوا باستعادة خسائر دخلهم، في حين استعاد الأربعة في المائة الأكثر ثراءً ما تجاوز 45% من خسائر دخلهم الأولية، وبين عامي 2019 و 2021، انخفض متوسط دخل الأربعة في المائة الأشد فقراً من السكان

بنسبة 2,2%، في حين لم ينخفض متوسط دخل الأربعين في المائة الأعلى ثراءً إلا بنسبة 0,5%.(1)

وقد تحول انخفاض الدخل إلى زيادة حادة في معدلات الفقر في العالم، حيث يعيش نحو 97 مليون شخص آخرين على أقل من 1,90 دولار للفرد في اليوم بسبب الجائحة، مما رفع معدل الفقر العالمي من 7,8% إلى 9,1%، ويعيش 163 مليون شخص آخرين على أقل من 5,50 دولار للفرد في اليوم. وعلى الصعيد العالمي، تشير تقديرات إلى فقدان ما بين ثلاث وأربع سنوات من التقدم نحو إنهاء الفقر المدقع.(1)

زاد عدد الفقراء في جميع مناطق العالم، ولا سيما في منطقتي إفريقيا جنوب الصحراء وأمريكا اللاتينية والبحر الكاريبي. فعلى سبيل المثال، وجدت مسح استقصائية هاتفية عالية التواتر أجراها البنك الدولي أن 81% من الأسر المعيشية في (بيرو) و85% من الأسر في (السنغال) أبلغوا عن خسائر في الدخل بالأشهر الأولى من الجائحة، وزاد معدل الفقر المدقع في البلدان المنخفضة الدخل زيادةً سريعةً، ما أدى إلى انتكاسة التقدم المحرز لفترة تتراوح من ثماني إلى تسع سنوات، في حين تراجع التقدم المحرز في الشريحة العليا من البلدان المتوسطة الدخل بواقع خمس إلى ست سنوات.

والفئات الأشد فقراً ليست هي الوحيدة المتضررة لأن الأسر المعيشية في شريحة الستين في المائة الأشد فقراً على خريطة توزيع الدخل العالمي فقدت جزءاً من دخلها بسبب الجائحة. وتشير تقديرات قبل جائحة كورونا إلى أن نصيب الفرد من الدخل اليومي للأسر المعيشية التي تقع في منتصف خريطة توزيع الدخل العالمي سينمو من 7,15 دولار في 2019 إلى 7,44 دولار في 2021. ومن المتوقع الآن أن يبلغ دخل هذه الأسر 7,05 دولار في عام 2021، منخفضاً 5% عن تقديرات ما قبل الجائحة.

(1) <https://blogs.worldbank.org> 7/10/2021

(1) جائحة كورونا تترك إرثاً من تزايد الفقر والتفاوتات المتباينة، مرجع سابق.

## 7. الآثار الإيجابية على بعض القطاعات الاقتصادية:

بالإضافة إلى التحسن الملحوظ في جودة الهواء نتيجة لتراجع النشاط الاقتصادي، فإن هناك العديد من المستفيدين الآخرين من انتشار فيروس كورونا الجديد، ويأتي على رأس المستفيدين صناع الأقمعة، والقفازات، وسوائل تعقيم اليدين، حيث سارع الأفراد إلى اقتناء هذه السلع في محاولة لحماية أنفسهم وذويهم من الإصابة بالفيروس، وتدرج -أيضاً- شركات قطاع التجارة الإلكترونية كالعلاقات التجاري "أمازون" تحت مظلة المستفيدين من انتشار الفيروس، حيث أنه في ظل القيود المفروضة على التجمعات في العديد من البلدان، أصبح التسوق عبر شبكة الانترنت هو الملجأ الوحيد لكثير من الأفراد، ومن المتوقع -أيضاً- أن تستفيد شركات الأدوية التي تعمل على إنتاج الأمصال المضادة للفيروسات مثل فيروس كورونا المستجد، كذلك فإن شركات الاتصالات أيضاً كانت مستفيدة، حيث أنه في ظل القيود على حركة الأفراد وكذلك على مجال الترفيه كدور السينما والمسارح، فإن الطلب زاد على تطبيقات الاتصال الإلكترونية، وكذلك مقدمي خدمات الترفيه عبر الانترنت. وفي ظل السياسات النقدية التوسعية والتي من شأنها إتاحة حجم كبير من السيولة بتكلفة منخفضة، فقد اقتنص بعض رجال الأعمال هذه الفرصة لتوسعة أعمالهم من خلال الاقتراض بسعر فائدة متدنٍ للغاية.

بعيداً عن التراجع، سجلت المتاجر، وخدمات التوصيل عبر الانترنت نمواً كبيراً في الطلب، مع اتجاه المستهلكين إلى تخزين السلع، وخصوصاً ورق التواليت والرز وعصير البرتقال مع استمرار التحذير من امتداد مدة العزل المنزلي وتنامي انتشار الوباء، خاصة أنه من أجل وقف انتشار وباء كورونا المستجد، بدأت العديد من دول العالم اتخاذ تدابير صارمة للغاية، وتم فرض حظر وإغلاق صارم على البلدان والعواصم، ما أدى إلى توقف تام لمعالجة الإنتاج الصناعي.

ولكن سجلت سامسونغ الكورية الجنوبية الرائدة عالمياً في الهواتف المحمولة وبطاقات الذاكرة ارتفاع صافي أرباحها ربع السنوية بنسبة 7,3%، في حين حقق المختبر الفرنسي للأدوية (إبسن) صافي أرباح نصف سنوي بارتفاع طفيف بنسبة 1%، على سبيل المثال، وحذر سوبران من أن "هذه الأزمة داروينية تماماً فهي تؤثر على البلدان والقطاعات بشكل مختلف للغاية". فبعد صدمة توقف النشاط الأولى، "سيتعين على القطاعات الضعيفة بالفعل من حيث الربحية أن تتكيف مع تغير بطيء في بيئة الأعمال". بحسب فرانس برس.(1)

#### رابعاً: الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا Covid-19 على الدول العربية (2)

قال تقرير صادر عن قطاع الشؤون الاقتصادية بالأمانة العامة لجامعة الدول العربية بشأن "الآثار والتداعيات الاقتصادية لفيروس كورونا Covid-19"، إنَّ إجمالي الخسائر في الأشهر الأولى لعام 2020 بلغ نحو 1,2 تريليون دولار، وسط توقعات بفقدان نحو 7,1 مليون عامل وظائفهم.

وذكر التقرير المتعلق بالآثار الاقتصادية لفيروس كورونا على الدول العربية في الأجل الطويل، أن الأزمة الحالية تترك تأثيراً سلبياً على النمو الاقتصادي في الدول العربية، مُفصِّحة عن تقديرات تشمل بيانات تبلغ في مجملها حتى الآن 1,2 تريليون دولار، بالإضافة إلى توقع فقدان 7,1 مليون عامل وظائفهم حتى نهاية عام 2020.

وأشار التقرير إلى أن الخسائر جاءت على النحو التالي: 420 مليار دولار من رؤوس أموال الأسواق، وخسائر بقيمة 63 مليار دولار من الدخل "الناتج المحلي الإجمالي" لدى الدول الأعضاء، وديون إضافية تبلغ 220 مليار دولار، وخسارة 550 مليون دولار يومياً

(1) قطاعات استفادت 2020/9/22: www.annabaa.org

(2) تقرير للجامعة العربية يكشف الخسائر الاقتصادية للدول الأعضاء ، على الرابط الإلكتروني:

<http://www.youm7.com>

من إيرادات النفط، وتراجع للصادرات بقيمة 28 مليار دولار، وخسارة أكثر من 2 مليار دولار من إيرادات التعريفات الجمركية، وفقدان حوالي 7,1 مليون وظيفة في عام 2020.

وتوقع التقرير أن تكون لتداعيات الفيروس تأثيرات بالغة بعيدة الأثر على الاقتصاد العالمي والعربي، خصوصاً لدى الدول التي لديها ارتفاع في معدلات البطالة، وفي مستويات سوء التغذية، التي ستشهد تفاقماً غير مسبوق في الأوضاع الاجتماعية للسكان، وسيزيد الضغط على قطاعات الأعمال الخاصة التي تضطر إلى إقفال أعمالها وتسريح الموظفين والعمال.

ولفت التقرير إلى أن قطاعات الرعاية الصحية، والأمن الغذائي، من القطاعات التي ستتأثر كثيراً بالأزمة، كما أن من أكثر القطاعات تضرراً بهذا الوباء قطاعات النفط، السياحة، والنقل الجوي، كما برزت أهمية الاهتمام بقطاعات صناعة المستلزمات الطبية، وتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.

وتناول التقرير الانعكاسات قصيرة الأجل في الدول العربية، موضحاً أنه "على الرغم من أن الوضع في الدول العربية أفضل كثيراً حتى الآن مما هو عليه في الولايات المتحدة الأمريكية ودول الاتحاد الأوروبي والصين، إلا أن أغلب الدول العربية قد لجأت للإجراءات الاحترازية كمحاولة لعدم تفشي الوباء بها تجنباً للوصول للأوضاع السيئة التي تعاني منها الدول، التي سجلت حالات إصابة تفوق قدرة النظام الصحي لمتابعتها.

وأضاف التقرير أن ذلك انعكس على خسائر كبيرة على قطاع الطيران والسياحة، وخسارة حوالي مليون وظيفة ومئات الآلاف من الوظائف الموسمية في العالم العربي، بالإضافة إلى التراجع الحاد لأسعار النفط إلى أدنى مستوياتها، ما أدى إلى ارتفاع مستويات البطالة، وأثر على دخل الأفراد والقدرة الشرائية، ما ينبئ بحدوث كساد وركود في الأسواق مقترنين بمستويات مرتفعة من التضخم.

خامساً: نماذج إدارة مخاطر جائحة كورونا دولياً:

1- التعامل الأوروبي مع أثر كورونا على أوروبا: (1)

أ. في مواجهة الركود التاريخي الذي لآخ في عام 2020 في منطقة اليورو "7,7- بالمئة وفقاً لتوقعات المفوضية"، أصر "سينتينو" وزير المالية البرتغالي، على أهمية اعتماد خطة طموحة لضمان انتعاش الاقتصاد الأوروبي ككل. وقال: "لا تتمتع كل الدخول بالقدرات نفسها وعلينا أن نضمن تكافؤ الفرص التنافسية".

وكُلِّفَت المفوضية الأوروبية بأن تقدم مقترحات بشأن هذه "الآلية" لإنهاء الأزمة إلى دول الاتحاد الأوروبي السبع والعشرين المنقسمة فيما بينها.

ومن أجل "المساهمة في النقاش"، وزعت باريس وثيقة تقترح "صندوق تحفيز" قيمته تتراوح بين 1000 و1500 مليار يورو.

وللقيام باستثمارات ضخمة على المدى الطويل، تكرر فرنسا الدعوة للحصول على قروض مشتركة لكل الاتحاد الأوروبي بطريقة تسمح لدول الجنوب بالاستفادة من أسعار فائدة مؤاتية لبلدان الشمال، لكن بلدان الشمال تعارض ذلك، وشدد وزير المالية الهولندي "فوبكه هوكسترا" على أنه يجب على الاتحاد الأوروبي أن يتأنى في وضع الخطة وأن الأولوية هي التوصل إلى ما هو ضروري حقاً.

ب. في 10 آذار 2020، عقد رؤساء الدول والحكومات الأوروبية مؤتمراً عبر الفيديو "كونفرانس" للاتفاق على السبل المشتركة لمواجهة فيروس كورونا، حيث تم التشديد على ضرورة اتباع نهج أوروبي مشترك وتنسيق وثيق مع المفوضية الأوروبية، والتأكيد على

(1) هل يتجه الاتحاد الأوروبي إلى التفكك بعد أزمة كورونا، على الرابط الإلكتروني:  
<http://future.uae.com/>

وزراء الصحة ووزراء الداخلية بضرورة التشاور يومياً لضمان التنسيق المناسب من أجل التوجيه الأوروبي المشترك. وخلال الاجتماع تم تحديد أربع أولويات:

### 1. التنسيق والمشاورة:

اتفقت الدول الأعضاء على أن التدابير التي سيتم اتخاذها يجب أن تستند إلى المشورة العلمية والطبية من خلال المركز الأوروبي للوقاية من الأمراض ومكافحتها ECDC , وأن تكون تلك التدابير متناسبة بحيث لا تكون لها نتائج مفرطة على المجتمعات الأوروبية. كما اتفق القادة كذلك على أنهم سيتبادلون جميع المعلومات ذات الصلة من خلال تعزيز آليات التنسيق القائمة.

### 2. توفير المعدات الطبية:

تم الاتفاق على تكليف المفوضية بتحليل الاحتياجات, والخروج بمبادرات لمنع نقص المعدات الطبية, وأبلغت المفوضية أنها ستواصل ارتباطها بالصناعة وتتابع المشتريات العامة المشتركة. علاوة على ذلك, تعتزم المفوضية شراء معدات الحماية الشخصية من خلال إطار الحماية المدنية الأوروبي RescEU , مع إيلاء اهتمام خاص للأقنعة وأجهزة التنفس.

### 3. دعم البحث العلمي:

شددت الدول الأعضاء على أهمية تعزيز الجهود في مجال البحث لا سيما فيما يتعلق بإنتاج اللقاح, وقد قامت المفوضية بالفعل بتوفير 140 مليون يورو للأبحاث العلمية, واختارت 17 مشروعاً للقيام بذلك .

### 4. مواجهة تداعيات الوباء:

اتفقت الدول الأعضاء على الاستعداد لاستخدام جميع الأدوات اللازمة لمواجهة التداعيات الناتجة عن الفيروس، بالتركيز على دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة والقطاعات المتضررة وموظفيها، وستكون هناك حاجة إلى تطبيق مرن لقواعد الاتحاد الأوروبي على وجه الخصوص فيما يتعلق بمساعدة الدول على الاستقرار والنمو.

وفي هذا الإطار، أعلنت المفوضية الأوروبية في آذار 2020 عن تخصيص نحو 40 مليار دولار لمواجهة أزمة "كورونا"، كما دعت تسع دول أوروبية في آذار 2020 نظراءها في الاتحاد الأوروبي إلى إصدار ما أسمته "سندات كورونا"، وهي أداة دين جديدة تجمع بين الأوراق المالية من دول أوروبية مختلفة، خاصة في ظل تزايد الضغط في القارة للتوصل إلى طرق جديدة للتخفيف من الأثر الاقتصادي لفيروس كورونا، وهو الأمر الذي يظل حتى الآن موضع جدل بين دول الاتحاد.

2- هناك إطارين رئيسيين حول استجابة حكومات العالم للتداعيات الاقتصادية المحتملة لانتشار فيروس كورونا ، والتي تمثلت في ما يلي:

أ. اتخذت البنوك المركزية قراراتها المتعلقة بالسياسة النقدية بناءً على تنسيق وتعاون مشترك فيما بينها، بدلاً من القرارات المنفردة، ففي الولايات المتحدة الأمريكية على سبيل المثال، فإن خفض سعر الفائدة الطارئة من قبل الاحتياطي الفيدرالي لم يجعل الوضع أسهل للبنوك المركزية، التي وصلت بالفعل للحد الأدنى الفعال.

ب. تم اتخاذ قرارات اقتصادية تستهدف مساعدة الأشخاص المتضررين من الحجر الصحي ونقص الدخل، كما تم بالفعل في إيطاليا، سواء من خلال تقديم دعم مالي مباشر، أو في هيئة خدمات أساسية مجانية أو ذات أسعار مخفضة، وذلك لمنع الناس من الإفلاس.

### خلاصة النتائج والتوصيات:

بعد أن تم بحمد الله وعونه وتوفيقه من عرض موضوع الدراسة (الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا) وذلك من خلال جهد علمي متواضع بُذِل في هذا البحث نعرض فيما يأتي لأهم النتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة:

1- شكّل انتشار جائحة كورونا وتهديداتها أحد أهم التهديدات البيولوجية التي واجهت العالم جميعاً وقد ساعد على ذلك عدد من الأسباب التي دفعت إلى ذلك أبرزها عولمة الأوبئة.

2- لم يقتصر أثر جائحة كورونا على الأمن البيولوجي فقط، بل تعدت ذلك لتحدث أثراً على الاقتصاد العالمي والعربي كترجع معدل نمو الاقتصاد العالمي نتيجة تأثر جانب العرض والطلب معاً وتراجع معدلات الطلب العالمية في الدول الصناعية الكبرى والصين، وانخفاض معدلات الاستثمارات الأجنبية، وتضرر الأسهم العالمية، وسلاسل التوريد العالمية...

3- وجدنا أنّ الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا لم تقتصر على المؤشرات الاقتصادية العالمية فقط، بل طالت بآثارها السلبية القطاعات الاقتصادية خاصة قطاع (صناعة السيارات - الطيران - قطاع النفط...).

4- وجدنا أنّ الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا لم تكن سلبيةً بالمطلق بل وجدنا أنّ جائحة كورونا أثرت إيجاباً على بعض القطاعات الاقتصادية: (شركات مواقع التواصل الاجتماعي ، قطاع الهواتف الذكية ، قطاع شركات الأدوية واللقاحات ، التجارة الإلكترونية..)

على ضوء النتائج التي تم التوصل إليها يمكن تقديم عدد من المقترحات عند البحث في آليات التعاطي مع مخاطر الآثار الاقتصادية لفيروس كورونا:

1. بالرغم من تعقد مخاطر الأوبئة، فإن صناعات السياسة لديهم الأدوات التي يمكنهم توظيفها لمجابهة ذلك، فبعض هذه الأدوات تعمل على تقليص احتمالات اندلاع الفاشيات، أو الحد من انتشارها، في حين أن البعض الآخر يحاول تخفيف الأثر الصحي للفاشيات التي لا يمكن منعها، أو احتوائها على الفور، ولا تزال الأدوات الأخرى تهدف إلى تقليص الأثر الاقتصادي.
2. إن الاستثمار في تحسين الصحة العامة، وتوفير المياه النظيفة، وتطوير البنية التحتية الحضرية من شأنها جميعاً أن تقلل من تكرار اتصال الإنسان بعوامل مسببات الأمراض، كما أن بناء نظم صحية قوية، وتدعيم التغذية السليمة سيساعد على ضمان توافر مستويات صحية أساسية جيدة مما يقلص فرص تعرض الناس للعدوى. وبالطبع يصبح تعزيز النظم والخدمات والبنية التحتية الأساسيين أسهل مع نمو الاقتصاد والتنمية، إلا أن وضع السياسات الهادفة إلى حماية الإنفاق في هذه المجالات حتى عندما تكون الموازنات محدودة قد يساعد في حماية الاقتصادات النامية من الصدمات الصحية الكبيرة التي قد تمس رأس المال البشري وتعوق النمو الاقتصادي.
3. الاستثمار أيضاً في المراقبة الفعالة للأمراض في التجمعات السكانية والحيوانية مهم، حيث إنه قد يكون من المفيد في نظم المراقبة الرسمية العالمية وضع حوافز، أما نظم المراقبة غير الرسمية، مثل "بروميد" و"هيلث ماب" اللتان تجمعان معلومات من تقارير المراقبة الرسمية، والتقارير الإعلامية، والمناقشات عبر الإنترنت والملخصات، وملاحظات شهود العيان فيمكنها أيضاً مساعدة النظم الصحية الوطنية والمسعفين الدوليين على اتخاذ خطوات استباقية عن المنحنى الوبائي أثناء المراحل الأولى من الفاشيات. كما توفر وسائل التواصل الاجتماعي فرصاً إضافية للاكتشاف المبكر للتحويلات في حوادث الأمراض المعدية.

4. يوفر التعاون من أجل مراقبة الجاهزية للأوبئة على المستوى الوطني, مثل "أجندة الأمن الصحي العالمي", و"تحالف التقييم الخارجي المشترك" معلومات مفيدة يمكن للحكومات الوطنية استخدامها لدعم استجاباتها المخطط لها لمواجهة الفاشيات, كما أنه قد يكون من المفيد إجراء مزيد من البحث في سبيل انتشار مسببات الأمراض المحتملة وأثرها الكبير.
5. ينبغي أن تكون البلدان مستعدة لاتخاذ تدابير مبدئية للحد من انتشار المرض عند اندلاع الفاشية.
6. النهوض بنظم الحماية الاجتماعية، من خلال توسيع نطاق تغطية برامج التحويلات النقدية والمعونة الغذائية واستحقاقات البطالة وغيرها من البرامج، وحماية الحق في الحصول على إجازة مَرضية مدفوعة الأجر.
7. تمديد آجال سداد القروض الفردية والرهون العقارية، ووقف سداد الرسوم الحكومية مؤقتاً، وإعفاء المحتاجين من الضرائب.
8. دعم الشركات المتضررة من تداعيات الوباء بهدف حفز الاقتصاد والحدّ من تسريح العاملين، عن طريق تمديد آجال سداد اشتراكات الموظّفين في الصناديق الوطنية للضمان الاجتماعي، وإتاحة الإعفاءات الضريبية، ودعم الأجور لضمان حصول العاملين على رواتبهم، ووقف سداد القروض مؤقتاً خلال هذه الأزمة.
9. تقديم دعم ائتماني وقروض معفاة من الفائدة للشركات الصغيرة والمتوسطة، وللعاملين لحسابهم الخاص.
10. حفز الطلب وخلق فرص العمل، من خلال زيادة الإنفاق الحكومي على المشتريات والمشاريع القائمة على كثافة اليد العاملة، ولا سيما الإنفاق على برامج الرعاية الصحية ونظم الاستجابة لحالات الطوارئ.

11. حصول المستهلكين من الفئات الضعيفة على المواد الغذائية الأساسية والسلع الضرورية بشكل مستمرّ وبأسعار معقولة، ومنع الاستئثار بالسلع المتاحة في أوقات الطوارئ والتلاعب بالأسعار .

12. إنشاء نظام حماية مخصّص لكبار السن والأشخاص ذوي الإعاقة المشمولين ببرامج حماية اجتماعية محدودة وغير المشمولين بأي برامج. فوباء كورونا العالمي سيزيد من عزلة هؤلاء الأفراد وضائقهم المالية، لا سيما من يعتمد منهم على الأسرة في تلبية احتياجاته اليومية .وينبغي إيجاد حلول مبتكرة وخلاقة لتقديم مساعدات مالية محدّدة الأهداف، وتوفير خدمات صحية متنقلة، وتقديم دعم مادي ونفسي .

13. ينبغي إطلاق نداء جدّي من أجل إحلال السلام في المنطقة. ففي ظلّ الصراعات، سيزداد الوباء حدّة، وستتفاقم تداعياته الاجتماعية والاقتصادية في البلدان العربية، بما فيها الجمهورية العربية السورية وليبيا واليمن .وينبغي لجميع الجهات المعنية الإقليمية والمجتمع العالمي تكثيف الجهود لإحلال السلام، والإعلان عن هدنة إنسانية فورية، لإتاحة إنشاء الممرات الإنسانية وإتاحة وصول المساعدات الإنسانية إلى المدنيين .وينبغي رفع الجزاءات القسرية أحادية الجانب المفروضة على عدة بلدان خاصة من قبل الولايات المتحدة الأمريكية، ولاسيما في سورية وحصار قطاع غزة؛ وعدم فرض أي قيود على المواد اللازمة لمكافحة وباء كورونا؛ وحماية سبل العيش .

### قائمة المراجع:

### Reference

#### 1. المراجع باللغة العربية:

- 1- أحمد حمدون: الأمن البيولوجي ، مجلة اتجاهات الأحداث، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، الإمارات العربية المتحدة، العدد 28، 2018.

- 2- أحمد فايز الهرش: أزمة الإغلاق الكبير: الآثار الاقتصادية لفيروس كورونا كوفيد - 19، مجلة بحوث الإدارة والاقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة زيان عاشور، الجزائر 2020.
- 3- الاقتصاد العالمي يدخل مرحلة الانكماش بعد انتشار متحورات كورونا 2021/11/27: <https://dotalkhaleeg.co>
- 4- الأونكتاد: الاستثمار الأجنبي المباشر سينخفض 15% بسبب كورونا على الرابط الإلكتروني: <https://www.bankingfiles.com>
- 5- تأثير فيروس كورونا على الاقتصاد العالمي، على الرابط الإلكتروني: <http://alwatannews.net>
- 6- تقرير للجامعة العربية يكشف الخسائر الاقتصادية للدول الأعضاء ، على الرابط الإلكتروني: <http://www.youm7.com>
- 7- جائحة كورونا تترك إرثاً من تزايد الفقر والفاقات المتباينة 2021/10/7: <https://blogs.worldbook.org>
- 8- ديفيد بلوم ودانيال كاداريت: الأوبئة والاقتصاد، مجلة التمويل والتنمية، صندوق النقد الدولي، حزيران 2018.
- 9- عبدالله الأمير رويح / شبكة النبا المعلوماتية، كيف سيتأثر الاقتصاد العالمي في ظل موجة ثانية لكورونا. 2020/9/22: [annabaa.org](http://annabaa.org)
- 10- قطاعات استقادت 2020/9/22: [www.annabaa.org](http://www.annabaa.org)
- 11- كريستالينا غورغييفا: تقرير لمديرة صندوق النقد الدولي بعنوان: أزمة مالية منقطعة النظير تستدعي استجابة عالمية منقطعة النظير نيسان 2020 على الرابط: <https://www.IMF.org/ar/news/Articles/2020>

12- محسن عادل: جائحة كورونا وانفجار الأزمة الاقتصادية، مجلة السياسة الدولية، العدد (221)، تموز، 2020.

13- مركز أبحاث السياسات الاقتصادية : الصدمات الخمس للاقتصاد العالمي جراء

كورونا، على الرابط الإلكتروني: <https://future.uae.com/>

14- هل يتجه الاتحاد الأوروبي إلى التفكك بعد أزمة كورونا، على الرابط الإلكتروني:

<https://future.uae.com/>

## 2. المراجع باللغة الأجنبية:

1. Carsten stroby Jensen, Risking Antimicrobial resistance (Cham, Switzerland: palgrave Macmillan 2018).
2. Gerorge Koblentz, Biosecurity Reconsidered: CALibrating Biological threats and responses, International security: VOL-34,No4, 2010.
3. Global Antimicrobial resistance surveillance system report, world health oeganization, 2018 accessible at: <https://goo.gl/ozsvit>
4. <https://blogs.worldbank.org> 7/10/2021
5. Robert Carlson, the pace and proliferation of Biological Technologies, biosecurity and Bio terrorism: VOL,1,No,3, September 2003.
6. World Health statistics: monitoring health for the SDGs, world health organization, 2018 pp5-7 accessible at: <https://goo.gl/4mwu1y>

## أثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية (دراسة قياسية خلال الفترة 1990-2020)

الباحثة: قمر المللي\* أ.د محمد جمال طقطق\*\* د.عثمان نقار

### المخلص

هدف البحث إلى دراسة أثر الإيرادات الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية خلال الفترة (1990-2020)، في الأجلين القصير والطويل حيث تم الحصول على البيانات المتعلقة بالسلاسل الزمنية اعتماداً على الأرقام الصادرة عن كل من وزارة المالية والمجموعة الإحصائية السورية، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أسلوب التحليل الإحصائي القياسي من أجل تحليل العلاقة بين الإيرادات الضريبية والنمو الاقتصادي باستخدام برنامج Eviews10، واستخدم البحث اختبارات جذر الوحدة، واختبار التكامل المشترك ونموذج تصحيح الخطأ، وأسلوب الانحدار الذاتي ذي الإبطاءات الموزعة غير المقيدة (ARDL)، وتوصلت الدراسة إلى أن تأثير الإيرادات الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية هو تأثير عكسي، كما تبين تراجع العبء الضريبي في الفترة 1990-2020 حيث لم يتجاوز 13% خلال فترة الدراسة.

كلمات مفتاحية: السياسة الضريبية، النمو الاقتصادي.

\* طالبة دكتوراة، تمويل ومصارف، جامعة حماة، كلية الاقتصاد.  
\*\* أستاذ في كلية الاقتصاد جامعة حماة، اختصاص تخطيط اقتصادي

# The impact of tax policy on economic growth in Syria

## (Econometric study during the period 1990- 2020)

Othman Nagar<sup>\*\*\*</sup>

\*\* Muhammad Jamal Taktak

\* Kamar milli

### Abstract

The research aimed to study the impact of tax revenues on economic growth in Syria during the period (1990-2020), in the short and long terms, as data related to time series were obtained based on figures issued by both the Ministry of Finance and the Syrian statistical group, and the study followed the descriptive approach using standard statistical analysis method in order to analyze the relationship between tax revenue and economic growth using Eviews10 program. Economic growth in Syria is a negative effect, as shown by the decline in the tax burden in the period 1990-2020, as it did not exceed 13% during the study period.

**Keywords:** tax policy, economic growth.

---

.PhD student, Finance and Banking, University of Hama, Faculty of Economics \*

Professor at the Faculty of Economics, University of Hama, specializing in economic planning \*\*

Administrative deputy in the Faculty of Economics, University of Hama, jurisdiction \*\*\* of automatic processing of information.

## 1. مقدمة:

تعد الضرائب في الوقت الحاضر من أهم أنواع الإيرادات العامة سواء من حيث حجمها المطلق أو نسبتها من إجمالي الإيرادات العامة، وفي معظم بلدان العالم، سواء في الدول المتقدمة أو الدول النامية ازدادت أهمية الضرائب نتيجة التطور الذي أدى إلى تغير دور الدولة وأهدافها، فبعد أن اقتصر نشاطها المالي في الفكر التقليدي على توفير الموارد اللازمة للخزينة للقيام بالنفقات المحدودة، إذ منع عليها التدخل في النشاط الاقتصادي وسيادة مبدأ حيادية الضريبة وعدم تأثيرها على الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية، بينما أصبح للضريبة في الوقت الحالي دور مهم وأداة للتأثير في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية، فمن خلالها يمكن المساهمة في تحقيق الاستقرار الاقتصادي والعدالة الاجتماعية في توزيع الدخل وتغير الهيكل الاقتصادي، كما أصبح للضريبة دور مهم في تدعيم وتطبيق الفكر السياسي في المجتمع الذي تعمل فيه.

## 2. مشكلة البحث:

يُعد النمو الاقتصادي أحد الأهداف المهمة لكل سياسة اقتصادية حكومية لتحقيق زيادة في مستوى دخل الفرد، ومن ثم تحسين الوضع الاجتماعي والاقتصادي الذي يمكنها من الاستمرار بشكل تلقائي في توجيه قدر ملائم من فائضها في النمو الاقتصادي، وتعد السياسة الضريبية والتي هي أحد أدوات السياسة المالية أداة هامة في التأثير في الاقتصاد، ويعتمد النظام الضريبي الحالي في سورية على مجموعة من الضوابط النوعية (المباشرة وغير المباشرة)، والتي تعود في معظمها إلى تشريعات قديمة لا تتماشى مع التغيرات البنوية التي تعوض لها الاقتصاد السوري وخاصة خلال فترة الحرب على سورية (2011-2020)، وبناء على ذلك تكمن مشكلة البحث في معرفة أثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية، ومعرفة طبيعة الأثر هل هو ايجابي أم سلبي.

أثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية (دراسة قياسية خلال الفترة 1990-2020)

### 3. أهمية البحث:

تأتي أهمية الدراسة من أهمية الضرائب العامة ودورها في التأثير في المتغيرات الاقتصادية الكلية، حيث أن سياسة الضرائب العامة تساهم في معالجة الأزمات الاقتصادية، وفي إعادة توزيع الدخل القومي، كما تلعب دوراً كبيراً في تشجيع الاستثمارات، ومن ثم التأثير في الناتج المحلي الاجمالي ومعدل النمو الاقتصادي.

### 4. أهداف البحث:

- 1- دراسة فعالية السياسة الضريبية في تحقيق النمو الاقتصادي في سورية من خلال نمذجة العلاقة بين السياسة الضريبية والنمو الاقتصادي في سورية خلال فترة الدراسة (1990-2020).
- 2- دراسة تأثير الضرائب في النمو الاقتصادي في سورية في الأجلين القصير والطويل خلال الفترة (1990-2020).
- 3- دراسة العبء الضريبي في سورية خلال الفترة (1990-2020).

### 5. منهجية البحث:

ستعتمد الدراسة المنهج الوصفي التحليلي فعلى صعيد الإطار النظري، سيتم الحصول على المعلومات عن طريق الكتب والمراجع العلمية والبحوث والدراسات السابقة، بالإضافة للبيانات الصادرة عن مصرف سورية المركزي وصندوق النقد العربي والمكتب المركزي للإحصاء، وفي الإطار التطبيقي ستقوم الدراسة باستخدام أساليب الاقتصاد القياسي الحديثة المناسبة لتحليل السلاسل الزمنية واختبار التكامل المشترك وإمكانية استخدام نموذج تصحيح الخطأ، وأسلوب الانحدار الذاتي ذي الإبطاءات الموزعة غير المقيدة (ARDL) والتي ممكن من خلالها الوصول إلى نتائج واقعية وتحليل سليم ومنطقي للعلاقات الاقتصادية يبني عليه اتخاذ قرارات سليمة.

## 6. فرضيات البحث:

- 1- السلسلة الزمنية تتضمن جذر وحدة وغير مستقرة.
- 2- لا تؤثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية في الأجل الطويل.
- 3- لا تؤثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية في الأجل القصير.

## 7. الدراسات السابقة:

- 1- أحمد عبد القادر صباحين "الضرائب والنمو الاقتصادي في الأردن) دراسة قياسية تحليلية للفترة (1970-1995)، 1999:

ركز الباحث على الاطار النظري لعلاقة الضرائب بالنمو الاقتصادي و استنتج بأن هذه العلاقة غير مباشرة، حيث أن الضرائب تؤثر في كمية رأس المال المتاح عن طريق تشجيع أو تثبيط المدخرات المحلية والاستثمار الأجنبي، كما أنها قد تؤثر في تخصيص الاستثمارات ومستويات العمالة وإنتاجيتها، كما تطرق إلى مختلف النماذج الاقتصادية التي درست علاقة الضرائب بالنمو الاقتصادي، واختار نموذج Rati Ram.1986 في الدراسة التطبيقية على حالة الأردن وهذا النموذج يعتمد على دالة الإنتاج كوب دوغلاس مع إضافة متغير نسبة الإيرادات الضريبية إلى الناتج المحلي ثم قام بتقدير دالة الإنتاج لمعرفة أثر الضرائب في النمو الاقتصادي في الأردن لسلسلة زمنية قدرها 24 سنة وخلصت نتائج التقدير إلى وجود علاقة موجبة بين نسبة الضرائب إلى الناتج المحلي ومعدل نمو الناتج المحلي الإجمالي حيث كانت المرونة تساوي 0,14 وهذه نتيجة متعارضة مع النظرية الاقتصادية التي ترى عكس ذلك، إلا أنه فسر هذه النتيجة باستخدام هذه الإيرادات في تمويل الانفاق الحكومي الذي له دور إيجابي في دعم النمو

أثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية (دراسة قياسية خلال الفترة 1990-2020)

الاقتصادي وذلك من خلال مشاريع البنية التحتية وتقديم الخدمات العامة كالصحة والتعليم التي تساهم في تطوير رأس المال البشري.

## 2- N Yilimon NANTOB, 2014, "Taxes and Economic Growth in Developing Countries". الضرائب والنمو الاقتصادي في البلدان النامية.

هدف البحث إلى دراسة العلاقة بين الضرائب والنمو الاقتصادي ممثلاً بالنواتج المحلي الاجمالي في 47 دولة وتوصلت الباحثة إلى أنه لا توجد إجابة بسيطة حول العلاقة بين الضريبة والنمو الاقتصادي في الدول النامية، حيث أن بعض البلدان يرتفع معدل النمو الاقتصادي لديها مع زيادة العبء الضريبي، وبعض البلدان ينخفض معدل النمو الاقتصادي مع انخفاض العبء الضريبي، وركزت الدراسة على اربع أنواع من الضرائب هي الضرائب على الإيرادات والضرائب على السلع والخدمات، والضرائب على الدخل والأرباح الرأسمالية والضرائب على التجارة الدولية، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة غير خطية بين الضرائب على الإيرادات والنمو الاقتصادي، وهذه الضرائب تؤدي إلى زيادة النمو الاقتصادي على المدى القصير ويزداد هذا التأثير بمرور الوقت مع زيادة هذه الضرائب، كما تبين وجود علاقة غير خطية بين كل من الضرائب على رأس المال و الأرباح والضرائب على التجارة الدولية والنمو الاقتصادي حيث أن هذه الضرائب تخفض النمو الاقتصادي على المدى القصير وتقل هذه الآثار مع زيادة الضرائب.

## 3-Masahiro SHINOHARA, 2014, "Tax Structure and Economic Growth.

هدف البحث قياس العلاقات الديناميكية بين الهيكل الضريبي والنمو الاقتصادي ممثلاً بالنواتج المحلي الاجمالي وذلك في دولة اليابان خلال الفترة (1960-2010)، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها، أن الضرائب المباشرة على أرباح الشركات تعرقل النمو الاقتصادي أكثر من غيرها، والضرائب على الاستهلاك والممتلكات تعيق النمو الاقتصادي وأثرها أقل من ضريبة الدخل، والضريبة العقارية أقل الضرائب تأثيراً على النمو الاقتصادي.

## 8. الاطار النظري للدراسة:

**1-8- السياسة الضريبية Taxing Policy** : يعد النظام الضريبي من الوسائل المهمة التي تمنح الدولة قوة التأثير على الانشطة الاقتصادية والاجتماعية والمالية بهدف تحقيق التنمية بكافة جوانبها المتنوعة، إذ يؤدي هذا النظام وفي مختلف الاقتصاديات وظائف عديدة بعضها يتعلق بتحديد الفائض الاقتصادي وتوجيهه نحو منحى الاستثمار وبعضها يتعلق بإعادة توزيع اكثر عدالة للدخل القومي، وتعد السياسة الضريبية ونظامها من أهم الوسائل التي تمنح الدولة القدرة على التأثير في النشاط الاقتصادي<sup>1</sup>، و تستطيع الدولة من خلال الضرائب أن تتحكم بحركة الاقتصاد القومي، فإذا كان الهدف على سبيل المثال حماية الصناعات المحلية من المنافسة الأجنبية فإنها تستطيع أن تفرض ضرائب جمركية عالية<sup>2</sup>. وكذلك فإن الضرائب تؤثر في معدل النمو من خلال تأثيرها على الادخار والاستثمار، وإن استعمال السياسة الضريبية لتحقيق أهداف السياسة المالية يعتمد على التوقيت المناسب لتدخل هذه الأداة وكذلك توفير جهاز ضريبي أمين ذو كفاءة عالية، فضلا عن وجود تشريعات ضريبية مناسبة.

**2-8- مفهوم الضريبة:** تعددت تعاريف الضريبة وتنوعت مفاهيمها من فترة لأخرى ومن باحث لآخر ويمكن أن نعرف الضريبة بأنها "استقطاع نقدي تفرضه السلطات العامة على الأشخاص الطبيعيين والاعتباريين وفقاً بقدراتهم التكلفة بطريقتة نهائية بقصد تغطية الأعباء العامة ولتحقيق أهداف ثابتة للدولة."<sup>3</sup>

<sup>1</sup> البعاج محمد قاسم، المحاسبة الضريبية (أطرها القانونية وتطبيقاتها العملية في العراق)، مجلة العلوم الادارية والاقتصادية، المجلد الرابع، 2014، ص 296.

<sup>2</sup> بركات عبد الكريم صادق، الاقتصاد المالي، مطبعة جامعة دمشق، بيروت، 1990، ص 134.

<sup>3</sup> بن صغير عبد المؤمن، (2013)، واقع واشكالية الجباية في الجزائر صعوبات الاقتطاع وآفاق التحصيل، مجلة الندوة للدراسات القانونية، العدد

وبناء على ما سبق فإن للضريبة عناصر تتميز بها وهي<sup>4</sup>:

- **الضريبة التزام نقدي:** أي تدفع الضريبة نقداً ولا يجوز دفعها في صورة خدمات أو في صورة عينية.
- **الضريبة فريضة اجبارية:** أي لا يجوز التهرب من دفع الضريبة للدولة سواء أكان الفرد مقتنعاً بها أم غير مقتنع، إلا إذا كان معفياً منها، حيث يتعرض للمعاقبة كل من يتهرب منها بالحجر على أمواله أو البيع الجبري لأمواله لسداد قيمة الضريبة.
- **الضريبة تفرض من قبل الدولة:** أي أن الدولة هي صاحبة الحق في فرض الضريبة وإلغائها وتعديلها، ويكون ذلك بقانون، والقانون لا يلغى إلا بقانون، علماً أن احكام قانون الضريبة ملزمة للدولة كما هي ملزمة للفرد.
- **تفرض الضريبة بدون مقابل:** أي يدفع المكلف الضريبة دون أن يحصل مقابلها على نفع خاص به باعتباره عضواً متضامناً من أعضاء المجتمع وعليه أن يتحمل قسطاً من أعباء الدولة.
- **الضريبة تفرض وفقاً لمقدرة المكلفين:** بمعنى أن كل مكلف يدفع الضريبة بحسب قدرته النسبية على الدفع.

وفي رأي الباحثة أن الضريبة ليست مجرد أداة مالية وإنما لها وظيفة اقتصادية قد تؤثر سلباً أو إيجاباً في النمو الاقتصادي.

**3-8- أهداف الضريبة:** رغم أن الغرض من الضريبة هو الانفاق لتحقيق منافع عامة، إلا أن لها أهدافاً أخرى اقتصادية واجتماعية يمكن شرحها فيما يلي:

4 العدي ابراهيم، رجوب علي(2011)، «دراسة تطور الإيرادات الضريبية في سورية(2000-2009) والتنبؤ بحصيلة هذه الإيرادات(2010-

2015)»، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات المجلد 33، العدد4 ص74-75.

- معالجة الأزمات الاقتصادية: تستخدم معظم الدول بعض أنواع الضرائب كأدوات لمعالجة الأزمات الاقتصادية التي تمر بها، ففي حالة التضخم وزيادة العرض النقدي على عرض السلع فإن أسعار السلع ترتفع، عندئذ يمكن للدولة أن تزيد من العبء الاجمالي الضريبي حيث تقطع جزءاً من دخول الأفراد لتخفيض من دخلهم وتقييد استهلاكهم، أما في حالة الانكماش الاقتصادي وانخفاض الطلب على السلع والخدمات فإن أسعار السلع تنخفض، عندئذ يمكن للدولة أن تخفض معدل الضريبة أو تزيد معدلات الإعفاءات الضريبية مما يؤدي إلى زيادة القوة الشرائية للأفراد وخصوصاً ذوي الدخل المحدود<sup>5</sup>.
- تستعمل الضرائب في علاج الركود الاقتصادي باستخدام معدلات ضريبية منخفضة تزيد من قدرة الفرد على الادخار ورفع القدرة الشرائية للمستهلك.
- تلعب الضرائب دور كبير في تشجيع الاستثمارات في مجال معين والتقليل منه في مجال آخر، ويكون ذلك بإعفاء بعض المشاريع كلياً أو جزئياً من الضريبة.
- تهدف الضرائب إلى حماية المنتجات الوطنية وزيادة قدرتها على المنافسة في السوق المحلية وذلك بفرض ضرائب مرتفعة على السلع والبضائع المماثلة من الخارج<sup>6</sup>.
- وتتمثل الأهداف الاجتماعية للضريبة في إعادة توزيع الدخل بين فئات المجتمع عن طريق زيادة الضرائب على ذوي الدخل المرتفع، بتطبيق مبدأ التصاعد الضريبي على دخولهم وبالتالي تقليل حدة التفاوت بين مستويات الدخل وتمويل الخدمات العامة من الضريبة لمصلحة الدخل المنخفضة، بالإضافة إلى ذلك تعد الضريبة في مضمونها وسيلة لضبط استهلاك السلع والخدمات من خلال

5 العدي ابراهيم، رجوب علي(2011)،"دراسة تطور الإيرادات الضريبية في سورية(2000-2009) مرجع سابق،ص25

6 العرابي حمزة، البرود أم الخير(2016)، "أثر الضرائب غير المباشرة على النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة تحليلية قياسية خلال

الفترة(1990-2013)"، مجلة المعارف، قسم العلوم الاقتصادية، العدد20،ص416-417.

أثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية (دراسة قياسية خلال الفترة 1990-2020)

قيام الدولة بتشجيع أو تقليل استهلاك سلعة أو خدمة معينة عن طريق تخفيض أو زيادة الضريبة المفروضة عليها<sup>7</sup>.

#### 4-8 مفهوم النمو الاقتصادي:

يعني النمو الاقتصادي حدوث زيادة في إجمالي الناتج المحلي أو إجمالي الدخل القومي، الأمر الذي يؤدي لتحقيق زيادة في متوسط الدخل الفودي الحقيقي مع مرور الزمن<sup>8</sup>.

كما يقصد بالنمو الاقتصادي حدوث زيادة مستمرة في متوسط دخل الفودي الحقيقي مع مرور الزمن، ويقصد بمعدل الدخل الفودي الكلي مقسوماً على عدد السكان<sup>9</sup>

كما يشتمل النمو الاقتصادي لزيادة مضطود في الانتاج الفعلي من السلع والخدمات، بالإضافة إلى زيادة قوة الاقتصاد على انتاج هذه السلع والخدمات<sup>10</sup>.

وهو الزيادة السنوية الحقيقية في الناتج القومي الاجمالي أي الزيادة في حجم السلع والخدمات التي ينتجها الاقتصاد في سنة معينة والتي يمكن قياسها بالتغير السنوي في متوسط المستوى المعيشي المادي للفرد<sup>11</sup>.

وهنا لا بد من التمييز بين الدخل النقدي والدخل الحقيقي فالدخل النقدي يشير إلى عدد الوحدات النقدية، أما الدخل الحقيقي يسوي نسبة الدخل النقدي إلى المستوى العام

7 العدي ابراهيم، رجوب علي(2011)، دراسة تطور الإيرادات الضريبية في سورية(2000-2009) مرجع سابق، ص75

8 عجمية عبد العزيز، نجا عبد الوهاب، ناصف علي، "التنمية الاقتصادية دراسات نظرية"، مصر، الاسكندرية، الدار الجامعية، 2006، ص22.

9 عبد القادر محمد عبد القادر عطية.. "اتجاهات حديثة في التنمية". مصر: الدار الجامعية، (2003)، ص22.

10 عجمية عبد العزيز، "التنمية الاقتصادية مفومها - نظرياتها - سياساتها"، مصر، الاسكندرية، الدار الجامعية، 2001، ص77.

11 Andre w Dunnett "Understanding The Economy" World Bank April 2002.

للأسعار، ويشير إلى كمية السلع والخدمات التي يحصل عليها الفرد من انفاق دخله النقدي خلال فترة زمنية معينة<sup>12</sup>.

ويمكن تعريف النمو الاقتصادي بأنه عبوة عن الزيادة في الناتج القومي الحقيقي من فترة إلى أخرى، وهو يعكس التغيرات الكمية في الطاقة الانتاجية ومدى استغلال هذه الطاقة، فكلما ارتفعت نسبة استغلال الطاقة الانتاجية المتاحة في جميع القطاعات الاقتصادية زادت معدلات النمو في الناتج القومي، والعكس صحيح فكلما انخفضت نسبة استغلال الطاقة الانتاجية انخفضت معدلات النمو في الناتج القومي<sup>13</sup>.

ويلاحظ من التعريف السابقة أنها أشرت أن وجود نمو اقتصادي حقيقي يتطلب أن يكون معدل الزيادة في الدخل أكبر من معدل زيادة في كل من معدل نمو السكان والمستوى العام للأسعار.

#### 5-8- تطور الضرائب المباشرة وغير المباشرة ونسبتها إلى الناتج المحلي الاجمالي:

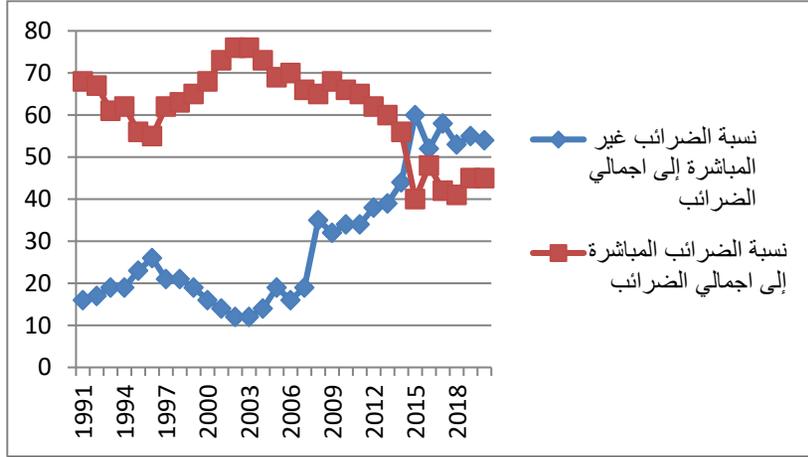
يظهر الشكل البياني الآتي تفاوتاً بين نسبة الضرائب المباشرة وغير المباشرة إلى إجمالي الضرائب خلال هذه الفترة مع تذبذب بين هاتين النسبتين، إلا أنه يبقى التفاوت كبير لصالح الضرائب غير المباشرة، بسبب تراجع الأرباح الصافية للشركات المملوكة من قبل الدولة، وتدهور بعض القطاعات الهامة كقطاع التجارة والصناعة، إضافة إلى اتساع ظاهرة التهرب من الضريبة والخسائر التي تلحق بالخرينة نتيجة ذلك بسبب اعتماد القانون على الضرائب النوعية وتعدد المسارب القانونية للتهرب الضريبي وضعف تطبيق التشريع الضريبي، وتقع المسؤولية في ذلك على عدم توفر الوعي الاجتماعي لدى المكلفين بالضريبة وعدم فاعلية الإدارة الضريبية في فرض الانضباط الضريبي لأسباب

<sup>12</sup> اسماعيل عبد الرحمن، عريقات محمد، " مفاهيم أساسية في علم الاقتصاد"، الطبعة الأولى، عمان 1999، ص61.

<sup>13</sup> الأمين عبد الوهاب، "مبادئ الاقتصاد الكلي"، عمان، دار الحالة للنشر، ط1، 2002، ص33.

## أثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية (دراسة قياسية خلال الفترة 1990-2020)

تعود إلى القانون الضريبي وضعف الصلاحيات المعطاة لجهاز الضرائب لضبط التهرب ومكافحته.<sup>14</sup>



المصدر: اعداد الباحثة اعتماداً على بيانات المكتب المركزي للإحصاء.

### الشكل رقم (1) تطور نسبة الضرائب المباشرة وغير المباشرة إلى إجمالي الضرائب في الموازنة العامة خلال الفترة (1990-2020)

#### 6-8- تطور العبء الضريبي في سورية خلال فترة الدراسة (1990-2020):

وهو يعبر عن مدى التوازن بين الدخل القومي وقدرة الدولة على تحقيق الاستقطاعات الضريبية من هذا الدخل، لتمويل الأعباء والالتزامات المترتبة عليها، كما يعبر عن المقدرة التكلفة العامة للاقتصاد الوطني، وعن المقدرة التكلفة للفرد، وهذه الأخيرة ترتبط بفكرة العدالة في توزيع العبء الضريبي، ونحصل على قيمة العبء الضريبي من خلال العلاقة الآتية:

$$\text{العبء الضريبي} = \text{حجم الاستقطاع الضريبي} / \text{الناتج المحلي الإجمالي.}$$

<sup>14</sup> بيطار محمد، "رؤية في الإصلاح الضريبي والجمركي في سورية"، جمعية العلوم الاقتصادية، الثلاثاء الاقتصادي، دمشق 2001، ص48.

وبتطبيق العلاقة السابقة نحصل على العبء الضريبي في سورية خلال الفترة (1990-2020)\*، يتبين تراجع العبء الضريبي في الفترة 1990-2020 بالنسبة إلى إجمالي الناتج من معدل وسطي 12% قبل الأزمة إلى 5% خلال الأزمة مما يعني تراجع العبء الضريبي بنسبة لا تقل عن 60% على الرغم من ارتفاع معدلات الضريبة المطبقة في سورية والتي تصل إلى 60%-63% من إجمالي الأرباح وهذا يعني خسارة كبيرة لموارد الخزينة العامة للدولة، ومن الملاحظ انخفاض نسبة الاقتطاع الضريبي في سورية بالمقارنة ليس فقط مع الدول الرأسمالية المتقدمة، بل وبالمقارنة مع دول العالم الثالث ويعزى ذلك إلى استثناءات واعفاءات لقطاعات واسعة في الاقتصاد الوطني، حيث نجده في ألمانيا 45% وفي الولايات المتحدة 32% المغرب 22,2% وفي تونس 25,6% وفي الأردن 24%.

ويمكن أن نعزو انخفاض معدل العبء الضريبي في سورية إلى الأسباب التالية:

- 1- ضعف الوعي والتهرب الضريبي: لأن معظم المكلفين بضريبة دخل المهن والحرف الصناعية والتجارية وغير التجارية يعملون على التهرب من التصريح عن أرباحهم الحقيقية نتيجة عدم نضج الوعي الضريبي.
- 2- الاعفاءات الضريبية بهدف تشجيع الاستثمار تؤدي إلى انخفاض أعداد المكلفين، حيث تم بموجب القانون رقم 19 لعام 1990 منح اعفاءات جمركية للسوريين المغتربين ممن يودون العودة لإقامة مشروعات استثمارية، وتبعه قانون الاستثمار رقم 10 لعام 1991 حيث صادق على اعفاءات ضريبية للمستثمرين لمدة خمس سنوات واعفائهم بالكامل من الرسوم الجمركية عند تأسيس المشروع، وفي العام 2000 صدر المرسوم رقم 7 القاضي بتخفيض ضريبة الشركات المساهمة من 32% إلى 25%، وسلسلة الاعفاءات تلك جعلت 60% من الدخل معفي من الضريبة، وحتى الوقت الراهن أصبحت ضريبة الدخل للشركات

\* انظر الملحق رقم(1)

أثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية (دراسة قياسية خلال الفترة 1990-2020)

المساهمة التي طرحت نصف أسهمها للاكتتاب العام 14% فقط، وضريبة الدخل على المصارف وشركات التأمين 25% فقط وفقاً للمرسوم التشريعي 43 لعام 2005.

## 9- الدراسة القياسية:

### 9-1- البيانات المستخدمة في الدراسة:

استخدمت الدراسة بيانات سنوية للسلاسل الزمنية محل الدراسة للفترة من عام 1990-2020، حيث تم اخذ اللوغرتم الطبيعي لجميع متغيرات الدراسة، والجدول الآتي يبين المتغيرات المستخدمة في الدراسة:

#### الجدول رقم (1) متغيرات الدراسة

المتغير	رمز المتغير
الناتج المحلي الاجمالي (المتغير التابع)	(log)Gdp
إجمالي الضرائب والرسوم (المتغير المستقل)	(log)tts

### 9-2- المنهج المستخدم في التحليل:

يتطلب استخدام السلاسل الزمنية في الدراسات القياسية إجراء اختبارات استقرار السلاسل الزمنية، وتعد اختبارات جذر الوحدة أهم طريقة في تحديد مدى استقرار السلاسل الزمنية، ومعرفة درجة تكاملها.

اختبار استقرار السلاسل الزمنية: غالباً تتصف بيانات السلاسل الزمنية بعدم ثبات المتوسط والتباين، وذلك نتيجة لنموها وتغيرها عبر الزمن، ويأتي اختبار الاستقرار لدراسة خصائص السلاسل الزمنية والتأكد من مدى استقرارها، يوجد هناك عدد من الطرق التي تستخدم في اختبار استقرار السلسلة الزمنية وتتمثل في دالة الارتباط الذاتي Autocorrelation Function، وكذلك اختبار جذر الوحدة لديكي فولر Dickey and

Fuller واختبار جذر الوحدة لديكي فولر الموسع Augmented Dickey and Fuller ، واختبار فيلبس بيرون Phillips and Perron (حامد عبد القادر مجيد، 2018). بتطبيق اختبار (Augmented Dickey and Fuller, 1981) على السلاسل الزمنية، بالاعتماد على معيار (SIC) لاختيار العدد الأمثل لفترات الارتباط التسلسلي في اختبار (ADF). تم الحصول على النتائج التالية:

جدول رقم (2) نتائج اختبار استقرارية السلاسل الزمنية عند مستوى معنوية 5%

المتغيرات	Level (عند المستوى) I(0)	First deference (الفرق) I(1) (الأول)
Gdp	-	-3.397325
Tts	-	-4.283600

المصدر: إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج Eviews10

استناداً على النتائج المبينة في الجدول السابق، وانطلاقاً من: \*

يقوم اختبار (ADF) على اختبار قيمة P فيما إذا كانت  $P=1$  أي إن فرضية العدم للاختبار هي:

السلسلة الزمنية تتضمن جذر وحدة وغير مستقرة.

وفقاً لنتائج اختبار الاستقرارية والتي يظهرها الجدول السابق فإننا نقبل فرضية العدم وبالتالي فإن متغير النمو الاقتصادي واجمالي الضرائب والرسوم يشكلان سياقاً عشوائياً غير مستقر، ويعني ذلك أن كلاً من النمو الاقتصادي الاجمالي والرسوم متكاملان من الدرجة الأولى I(1).

كنتيجة للجدول السابق، وبما أن أيّاً من المتغيرات ليس له رتبة تكامل تزيد عن I(1)، إذن نستطيع الشروع بتطبيق نموذج (ARDL).

\* هذه الفرضيات متعلقة بالنموذج القياسي للتأكد من شروط تطبيق نموذج (ARDL) المعتمد في البحث.

جدول رقم (3) تقدير نموذج (ARDL) للمتغيرات المدروسة

Dependent Variable: LOGGDP				
Method: ARDL				
Date: 12/03/21 Time: 06:00				
Sample (adjusted): 1991 2019				
Included observations: 29 after adjustments				
Maximum dependent lags: 2 (Automatic selection)				
Model selection method: Akaike info criterion (AIC)				
Dynamic regressors (1 lag, automatic): LOGTTS LOGP				
Fixed regressors: C				
Number of models evaluated: 8				
Selected Model: ARDL(1, 0, 1)				
Prob.*	t-Statistic	Std. Error	Coefficient	Variable
0.0000	63.83388	0.015272	0.974844	LOGGDP(-1)
0.0005	-4.020110	0.035462	-0.142560	LOGTTS
0.0058	3.028020	0.029964	0.090731	LOGP
0.0026	3.352944	0.030455	0.102115	LOGP(-1)
0.0008	-3.836233	0.389853	-1.495565	C
14.30337	Mean dependent var		0.996568	R-squared
0.995887	S.D. dependent var		0.995996	Adjusted R-squared
-2.535333	Akaike info criterion		0.063014	S.E. of regression
-2.299593	Schwarz criterion		0.095298	Sum squared resid
-2.461502	Hannan-Quinn criter.		41.76233	Log likelihood
1.930921	Durbin-Watson stat		1742.411	F-statistic
			0.000000	Prob(F-statistic)

المصدر: مخرجات برنامج Eviews10

تشير نتائج الجدول السابق إلى ان النموذج المقترح هو:  $ARD(1, 0, 1)$  :

حيث تم اختيار فترات الإبطاء لكل متغير في النموذج والتي تخلصه من مشكلة الارتباط الذاتي التسلسلي للبواقي، وكقراءة أولية لإحصاءات النموذج المقترح نجد أن النموذج معنوي وفقاً لاحتمال دلالة احصائية F-statistic فهي أقل من 0.05 %، وهو عالي التوفيق إذ تفسر المتغيرات المستقلة 99% من التغيرات في التابع وفقاً لقيمة Adjusted

R-squared، وقبل الشروع في اختبار علاقة التكامل المشترك لا بد من أن نتأكد من خلو النموذج المقترح من المشاكل القياسية (مشكلة الارتباط الذاتي- مشكلة عدم تجانس التباين- التوزيع الطبيعي للبواقي).

### 3-9- اختبار مشكلة الارتباط الذاتي لنموذج ARDL:

يقيس الارتباط الذاتي الارتباط بين مشاهدة  $Z_t$  في الفترة  $t$  ومشاهدة  $Z_s$  في الفترة  $s$ ، وحيث أن هذا الارتباط بين مشاهدات نفس السلسلة عند الفترات الزمنية المختلفة، فإنه من المناسب تسميته بالارتباط الذاتي، باستخدام القيم  $Z_1, Z_2, \dots, Z_n$  نجد أن الارتباط الذاتي بين  $Z_t$  و  $Z_{t-1}$  يساوي الارتباط بين أزواج القيم  $(Z_1, Z_2), (Z_2, Z_3), \dots, (Z_{n-1}, Z_n)$ ، ويرمز له بالرمز  $e_1$ ، وبالمثل الارتباط بين  $Z_t$  و  $Z_{t+2}$  ويرمز له بالرمز  $e_2$  يساوي الارتباط بين الأزواج  $(Z_1, Z_3), (Z_2, Z_4), \dots, (Z_{n-2}, Z_n)$  وعددها  $(n-2)$  وعموماً يقيس  $e_k$  الارتباط الذاتي بين أزواج المشاهدات التي تفصلها  $k$  من الفترات الزمنية<sup>15</sup> لهذه الغاية نخضع نموذج ARDL المقدر لاختبار-Breusch-Godfrey للكشف عن مشكلة الارتباط الذاتي للبواقي:

### جدول رقم(4) اختبار Breusch-Godfrey لارتباط الذاتي

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
0.5668	Prob. F(3,21)	0.692539	F-statistic
0.4556	Prob. Chi-Square(3)	2.610792	Obs*R-squared

المصدر: مخرجات برنامج Eviews10

يشير اختبار الارتباط التسلسلي Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test بين الأخطاء العشوائية في الجدول(4) إلى أن قيمة احصائية F-statistic

<sup>15</sup> محمد بن علي، سلطان، "السلاسل الزمنية من الوجة التطبيقية ونماذج بوكس جنكيز"، درار المريخ للنشر، الرياض، 1999، ص37.

أثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية (دراسة قياسية خلال الفترة 1990-2020)

باحتمال دلالة قدره 0.692539 أكبر من مستوى الدلالة 0.05، وبالتالي نقبل فرضية العدم القائلة بأنه لا توجد مشكلة ارتباط ذاتي تسلسلي لبواقي المعادلة.

#### 4-9- اختبار مشكلة عدم ثبات التباين ARDL:

لتحليل أية سلسلة زمنية يجب أن تكون السلسلة ساكنة على وجه الخصوص يجب ان يكون التباين ثابتاً خلال الزمن وإذا لم يكن التباين ثابتاً مع الزمن، فليس من الضروري أن يكون تقدير المعالم بنقطة غير صحيح أو أن تكون التنبؤات غير صحيحة، ولكن الاستنتاجات تكون مشوشة، ويوجد العديد من الطرق لتحويل البيانات بهدف تثبيت التباين، وتعتبر التحويلة اللوغاريتمية وتحويلة الجذر التربيعي اكثر التحويلات استخداماً<sup>16</sup>.

#### جدول رقم (5) اختبار Heteroskedasticity Test لعدم ثبات التباين

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
0.0994	Prob. F(4,24)	2.199885	F-statistic
0.1000	Prob. Chi-Square(4)	7.780191	Obs*R-squared
0.6486	Prob. Chi-Square(4)	2.477686	Scaled explained SS

المصدر: مخرجات برنامج Eviews10

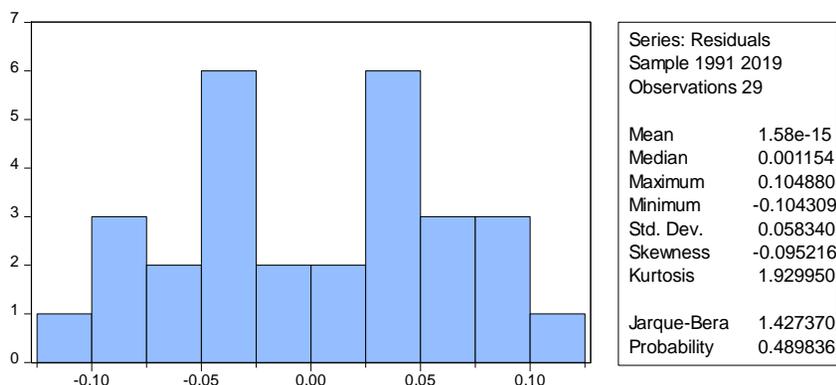
يشير اختبار ثبات التباين Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey بين الأخطاء العشوائية في الجدول رقم (5) إلى أن قيمة احصائية F-statistic باحتمال دلالة قدره 2.199885 أكبر من مستوى الدلالة 0.05، وبالتالي نقبل فرضية العدم القائلة بعدم وجود مشكلة اختلاف تباين في حد الخطأ العشوائي.

<sup>16</sup> محمد بن علي، سلطان، "مرجع سابق"، ص41.

## 5-9- اختبار الطبيعة لـ Jarque-Bera:

يتم تفسير هذا الاختبار على أساس مقارنة القيمة الاحتمالية للاختبار p-value بمستوى المعنوية، فكلما ارتفعت قيمتها الاحتمالية عن مستوى الدلالة المعنوية كلما كانت السلسلة تتوزع توزيعاً طبيعياً والعكس صحيح.

### الشكل رقم (2) اختبار الطبيعة Jarque-Bera



المصدر: مخرجات برنامج Eviews10

تظهر نتائج الشكل السابق أنه لا يمكن رفض فرضية العدم القائلة بأن بواقي معادلة الانحدار موزعة توزيعاً طبيعياً، حيث بلغت قيمة احصائية-Jarque (1.427370) (Bera) باحتمال دلالة p-value (0,489836) وهي أكبر من مستوى الدلالة 0,05، وبذلك نجد أن النموذج لا يعاني من مشكلة التوزيع غير الطبيعي لبواقي الانحدار.

## 6-9- اختبار التكامل المشترك اختبار الحدود Bound-Test

للتحقق من وجود تكامل مشترك بين المتغيرات في النموذج المقترح واختبار الفرضية الثانية: لا تؤثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية في الأجل الطويل، تم الاستعانة بمقاربة اختبار الحدود للتكامل المشترك الموضحة نتائجه في الجدول رقم (6).

الجدول رقم (6) اختبار التكامل المشترك اختبار الحدود Bound-Test

Null Hypothesis: No levels relationship			F-Bounds Test	
I(1)	I(0)	Signif.	Value	Test Statistic
	Asymptotic : n=1000			
3.35	2.63	10%	39.03315	F-statistic
3.87	3.1	5%	2	K
4.38	3.55	2.5%		
5	4.13	1%		
	Finite Sample: n=35		29	Actual Sample Size
3.623	2.845	10%		
4.335	3.478	5%		
6.028	4.948	1%		
	Finite Sample: n=30			
3.695	2.915	10%		
4.428	3.538	5%		

المصدر: مخرجات برنامج Eviews10

نجد من هذه النتائج أن قيمة احصائية  $F\text{-statistic}=39.03315$  وهي أكبر من القيمة الحرجة الاعلى عند مستوى الدلالة 0.05، ومن ثم نرفض فرضية عدم القائللة: لا تؤثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية في الأجل الطويل ونقبل الفرضية البديلة أي أن السياسة الضريبية تؤثر في النمو الاقتصادي في الأجل الطويل.

### 7-9- تقدير العلاقة طويلة الأجل:

للتحقق من وجود تكامل مشترك بين المتغيرات في النموذج المقترح، تم الاستعانة بمقاربة اختبار الحدود للتكامل المشترك الموضحة نتائجه في الجدول رقم (7) ، حيث أن فرضية العدم : لا يوجد تكامل مشترك بين متغيرات النموذج.

#### الجدول رقم (7) تقدير العلاقة طويلة الأجل

ARDL Long Run Form and Bounds Test				
Dependent Variable: D(LOGGDP)				
Selected Model: ARDL(1, 0, 1)				
Case 2: Restricted Constant and No Trend				
Date: 12/03/21 Time: 06:04				
Sample: 1990 2020				
Included observations: 29				
Conditional Error Correction Regression				
Prob.	t-Statistic	Std. Error	Coefficient	Variable
0.0008	-3.836233	0.389853	-1.495565	C
0.1125	-1.647247	0.015272	-0.025156	LOGGDP(-1)*
0.0005	-4.020110	0.035462	-0.142560	LOGTTS**
0.0003	4.215785	0.045744	0.192846	LOGP(-1)
0.0058	3.028020	0.029964	0.090731	D(LOGP)
* p-value incompatible with t-Bounds distribution.				
** Variable interpreted as $Z = Z(-1) + D(Z)$ .				

المصدر: مخرجات برنامج Eviews10

الجدول رقم (8) تقدير المعادلة عند المستوى:

Levels Equation				
Case 2: Restricted Constant and No Trend				
Prob.	t-Statistic	Std. Error	Coefficient	Variable
0.0593	-1.980206	2.861826	-5.667005	LOGTTS
0.1063	1.678018	4.568468	7.665969	LOGP
0.1678	-1.422224	41.80177	-59.45149	C
EC = LOGGDP - (-5.6670*LOGTTS + 7.6660*LOGP -59.4515 )				

المصدر: مخرجات برنامج Eviews10

تظهر المعادلة في الجدول السابق رقم (8) معاملات الأجل الطويل في إطار منهجية ARDL، ويظهر أن العبء الضريبي له تأثير عكسي ومعنوي في الناتج المحلي الاجمالي في الأجل الطويل.

8-9- تقدير معادلة الأجل القصير:

بعد تقدير العلاقة طويلة الاجل وفقاً لمعادلة التكامل المشترك، يتم تقدير نموذج تصحيح الخطأ (ESM) الذي يظهر ديناميكية المدى القصير بين المتغير التابع والمتغيرات المفسرة ويختبر العلاقة القصير الأجل بين المتغيرات المدروسة، وبناء على تقدير نموذج تصحيح الخطأ في إطار النموذج ARDL(1, 0, 1) يتم الحصول على معاملات المدى القصير كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول رقم(9) تقدير معادلة الأجل القصير

ARDL Error Correction Regression				
Dependent Variable: D(LOGGDP)				
Selected Model: ARDL(1, 0, 1)				
Case 2: Restricted Constant and No Trend				
Date: 12/03/21 Time: 06:05				
Sample: 1990 2020				
Included observations: 29				
ECM Regression				
Case 2: Restricted Constant and No Trend				
Prob.	t-Statistic	Std. Error	Coefficient	Variable
0.0001	4.633728	0.019581	0.090731	D(LOGP)
0.0000	-13.25327	0.001898	-0.025156	CointEq(-1)*
0.130774	Mean dependent var		0.566184	R-squared
0.088575	S.D. dependent var		0.550117	Adjusted R-squared
-	Akaike info criterion		0.059410	S.E. of regression
2.742230	Schwarz criterion		0.095298	Sum squared resid
-	Hannan-Quinn criter.		41.76233	Log likelihood
2.647934			1.930921	Durbin-Watson stat
-				
2.712697				

\* p-value incompatible with t-Bounds distribution.

المصدر: مخرجات برنامج Eviews10.

ونختبر الان صحة الفرضية الثالثة التي تقول : لا تؤثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية في الأجل القصير .

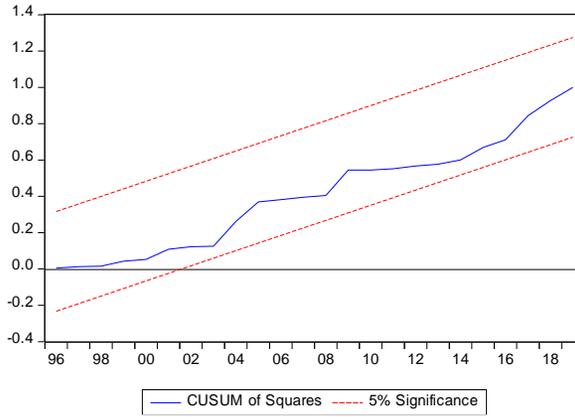
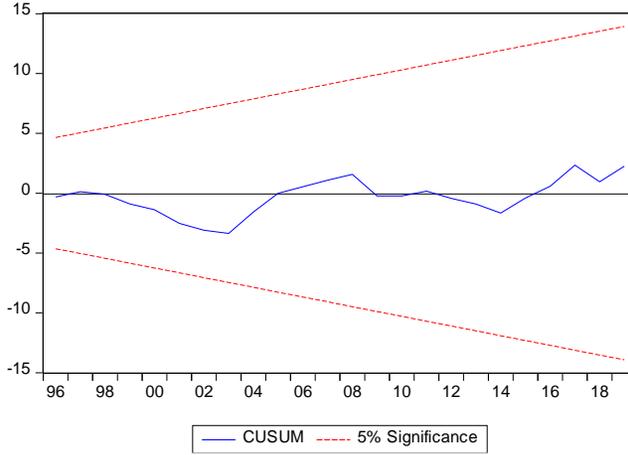
أثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية (دراسة قياسية خلال الفترة 1990-2020)

من الجدول السابق يبين أن قيمة معامل تصحيح الخطأ  $\text{CointEq}(-1) = -0.025156$ ، وهي تحقق الشرطين (سالبة ومعنوية)، وهي تكشف عن سرعة عودة متغير النمو الاقتصادي نحو القيمة التوازنية في الأجل الطويل، وتعني انه عندما ينحرف مؤشر النمو الاقتصادي في الفترة السابقة  $(t-1)$  عن قيمتها التوازنية في الأجل الطويل فإنه يتم تصحيح ما يعادل 0.025 من الأخطاء في الفترة  $t$  أي السنة إلى ان يصل إلى التوازن في الاجل الطويل، أي يتم لعودة إلى وضع التوازن بعد 40 سنة. ومن ثم نرفض فرضية العدم القائلة: لا تؤثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية في الأجل القصير ونقبل الفرضية البديلة أي أن السياسة الضريبية تؤثر في النمو الاقتصادي في الأجل القصير.

#### 10-9- اختبار الاستقرار الهيكلي لنموذج ARDL المقدر:

يتمثل اختبار الاستقرار الهيكلي لمعاملات الأجلين القصير والطويل في خلو البيانات المستخدمة في هذه الدراسة من أي تغيرات هيكلية عبر الزمن، ولتحقيق ذلك يتم استخدام اختبارين هما: اختبار المجموع التراكمي للبواقي المتابعة (CUSUM) واختبار المجموع التراكمي لمربعات البواقي المتابعة (CUSUMSQ)، ويتحقق الاستقرار الهيكلي للمعاملات المقدر بصيغة UECM لنموذج ARDL إذا وقع الشكل البياني لإحصائية الاختبارين السابقين داخل الحدود الحرجة عند مستوى معنوية 5%، ومن ثم تكون هذه المعاملات غير مستقرة إذا انتقل الشكل البياني لإحصاء الاختبارين المذكورين خارج الحدود عند هذا المستوى.

ويتضح من خلال الشكلين أن المعاملات المقدر لنموذج ARDL المستخدم مستقر هيكلياً عبر الفترة محل الدراسة مما يؤكد وجود استقرار بين متغيرات الدراسة وانسجام في النموذج بين نتائج تصحيح الخطأ في المدى القصير والطويل، حيث وقع الشكل البياني لإحصائية الاختبارين المذكورين لهذا النموذج داخل الحدود الحرجة عند مستوى معنوية 5%.



الشكل رقم (3) الاستقرار الهيكلي لنموذج ARDL المقدر

## 10- النتائج والمقترحات:

### أولاً: النتائج

1- تبين أن تأثير الايرادات الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية هو تأثير عكسي وهذا ينافي وجهة نظر التقليديين في أن للضريبة أثر طردي على الحافز على الانتاج من حيث أنها تدفع صاحب المشروع إلى الزيادة في الانتاج، لكن هذا القول الذي تقول به النظرية التقليدية يمكن أن يجد سنداً إذا كان عدد الضرائب محدود وسعر الضريبة عادلاً، عكس ما هو في الاقتصاد السوري

أثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية (دراسة قياسية خلال الفترة 1990-2020)

فارتفاع الضريبة يؤدي إلى انقاص قدرة الأفراد على العمل وبالتالي مقدرتهم على الانتاج.

2- تبين وجود تفاوت بين نسبة الضرائب المباشرة وغير المباشرة إلى إجمالي الضرائب خلال الفترة المدروسة 1990-2020 إلا أنه يبقى التفاوت كبير لصالح الضرائب غير المباشرة بسبب تراجع الأرباح الصافية للشركات المملوكة من قبل الدولة، وتدهور بعض القطاعات الهامة كقطاع التجارة والصناعة.

3- تراجع العبء الضريبي في الفترة 1990-2020 حيث لم يتجاوز 13% خلال فترة الدراسة، ومن الملاحظ انخفاض نسبة الاقتطاع الضريبي في سورية بالمقارنة ليس فقط مع الدول الرأسمالية المتقدمة، بل وبالمقارنة مع دول العالم الثالث ويعزى ذلك إلى استثناءات واعفاءات لقطاعات واسعة في الاقتصاد الوطني، حيث نجده في ألمانيا 45% وفي الولايات المتحدة 32% المغرب 22,2% وفي تونس 25,6% وفي الأردن 24%.

### ثانياً: المقترحات

1- تخفيض معدلات الضريبة بحيث تصبح قريبة من معدلات الضرائب في الدول ذات الاقتصاديات المماثلة والدول المجاورة مما يساعد في تخفيض التهرب وزيادة حصيلة الإيرادات الضريبية وينعكس ايجاباً على الناتج.

2- تصحيح الخلل في هيكلية الضريبة من خلال تخفيض الضرائب غير المباشرة ولاسيما ضريبة المبيعات .

3- توسيع القاعدة الضريبية وزيادة نسبة الضرائب إلى الناتج دون زيادة نسبة الضريبة.

## المراجع:

### أولاً: المراجع باللغة العربية

- 1- أحمد عبد القادر صباحين "الضرائب والنمو الاقتصادي في الأردن) دراسة قياسية تحليلية للفترة (1970-1995)،1999.
- 2- اسماعيل عبد الرحمن، عريقات محمد، " مفاهيم أساسية في علم الاقتصاد"، الطبعة الأولى، عمان 1999.
- 3- الأمين عبد الوهاب، "مبادئ الاقتصاد الكلي"، عمان، دار الحالة للنشر، ط1، 2002.
- 4- البعاج محمد قاسم، المحاسبة الضريبية (أطرها القانونية وتطبيقاتها العملية في العراق)، مجلة العلوم الادارية والاقتصادية، المجلد الرابع، 2014، ص 296.
- 5- بركات عبد الكريم صادق ، الاقتصاد المالي، مطبعة جامعة دمشق، بيروت، 1990.
- 6- بن صغير عبد المؤمن، "واقع واشكالية الجباية في الجزائر صعوبات الاقتطاع وآفاق التحصيل"، مجلة الندوة للدراسات القانونية، العدد الأول، 2013.
- 7- بيطار محمد "رؤية في الاصلاح الضريبي والجمركي في سورية"، جمعية العلوم الاقتصادية، الثلاثاء الاقتصادي، دمشق. 2001.
- 8- العدي ابراهيم، رجوب علي، "دراسة تطور الايرادات الضريبية في سورية(2000-2009) والتنبؤ بحصيلة هذه الايرادات(2010-2015)"، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات المجلد 33، العدد4 2011.
- 9- العربي حمزة، البرود أم الخير، "أثر الضرائب غير المباشرة على النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة تحليلية قياسية خلال الفترة(1990-2013)"، مجلة المعارف، قسم العلوم الاقتصادية، العدد20، 2016.
- 10- عجمية عبد العزيز، نجا عبد الوهاب، ناصف علي، "التنمية الاقتصادية دراسات نظرية"، مصر ، الاسكندرية، الدار الجامعية، 2006..

أثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية(دراسة قياسية خلال الفترة 1990-2020)

11- عبد القادر محمد عبد القادر عطية.. "اتجاهات حديثة في التنمية" . مصر: الدار الجامعية،، 2003.

12- عجمية عبد العزيز، "التنمية الاقتصادية مفهوما - نظرياتها - سياساتها" ، مصر، الاسكندرية، الدار الجامعية، 2001.

13- محمد بن علي سلطان "السلاسل الزمنية من الوجة التطبيقية ونماذج بوكس جنكيز"، درار المريخ للنشر، الرياض، 1999.

ثانياً: المراجع باللغة الانكليزية:

-Masahiro SHINOHARA (2014), "**Tax Structure and Economic Growth** "A Survey of Empirical Analyses, Masahiro

SHINOHARA Faculty of Economics Chuo University,p:01

-N'Yilimon NANTOB(2014),**Taxes and Economic Growth in Developing Countries** : A Dynamic Panel Approach, University of Lome, TOGO, 22 October, p:01

### الملحق رقم (1)

نسبة الضرائب الى الناتج المحلي (العبء الضريبي)	إجمالي الضرائب والرسوم	الناتج المحلي الاجمالي بسعر السوق	العام
10	26800	268328	1990
8.9	27720	311500	1991
7.9	29408	371600	1992
7.1	29489	413600	1993
7.8	39423	506101	1994
8.6	48903	570975	1995
8.3	57371	690857	1996
9.3	69296	745569	1997
9.6	75516	790444	1998
10.1	82686	819092	1999
9.5	85913	904623	2000
12.2	115932	954137	2001
13.4	135844	1014541	2002
14.1	151558	1074163	2003
12.7	161028	1266890	2004
11.7	176931	1506438	2005
11.1	191317	1726404	2006
10.0	202627	2020838	2007
9.0	219268	2448060	2008
9.5	240640	2520705	2009
10	278428	2834517	2010
10.0	325005	3252720	2011
8.0	242885	3024842	2012
5.6	165221	2937561	2013
3.6	117252	3612015	2014
4.0	172000	4732656	2015
4	253450	6117033	2016
4	322489	8317173	2017
4.4	409500	9220511	2018
5	563050	10623000	2019
7	811990	11065000	2020

أثر السياسة الضريبية في النمو الاقتصادي في سورية (دراسة قياسية خلال الفترة 1990-2020)

## دور استخدام الاستراتيجيات الترويجية على الحصّة السوقية في مؤسسات القطاع العام في سورية (دراسة ميدانية في المؤسسة السوريّة للتجارة محافظة في اللاذقية)

\*أ.د. صلاح شيخ ديب

\*\*د.أحمد السكري

\*\*\*ريهام حسين معلا

### □ ملخص □

هدف البحث إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الاستراتيجيات الترويجية والحصّة السوقية في المؤسسة السوريّة للتجارة في اللاذقية، من خلال تحديد مدى تأثير كل من أبعاد الاستراتيجيات الترويجية والمتطلبات الأساسية لتطبيقها على الحصّة السوقية، وقد اعتمدت الباحثة على المقاربة الاستنباطية وعلى المنهج الوصفي كمنهج عام للبحث، وقامت الباحثة بتوزيع استبيان على (200) فرداً من مختلف المستويات في المؤسسة السوريّة للتجارة في اللاذقية ، وقد خلصت هذه الدراسة إلى عدّة نتائج، أهمها وجود علاقة مباشرة بين استخدام الاستراتيجيات الترويجية والحصّة السوقية، وهذه العلاقة مقبولة وموجبة، ويعود السبب إلى ضعف وجود إمكانيات ترويجية ووجود برنامج ترويجي غير مناسب، وقدمت العديد من التوصيات أهمها ضرورة وضع استراتيجية مناسبة لاستخدام الاستراتيجيات الترويجية الداعمة لعملياتها في إطار الاستراتيجية العامة للمنظمة، ومتابعة تنفيذها وتقييمها بما يحقق الأهداف الأساسية للمنظمة.

الكلمات المفتاحية: الحصّة السوقية؛ الاستراتيجيات الترويجية؛ البيع الشخصي.

\* \* أستاذ في قسم إدارة الأعمال-كلية الاقتصاد-جامعة تشرين- سورية.(المشرف)

\*\* مدرس في قسم إدارة الأعمال-كلية الاقتصاد-جامعة تشرين- سورية

\*\*\* طالبة دراسات عليا (دكتوراه) في قسم إدارة الأعمال-كلية الاقتصاد-جامعة تشرين- سورية.

**The Role of Use The Promotion Strategies on Market Share in Public Sector Institutions in Syria  
(A Field Study in The Syrian Trading Corporation in Lattakia)**

**\*Dr. Salah shikh Deeb**

**\*\*Ahmad Al-sokkary**

**\*\*\* Reham Hussain Moala**

□ **Abstract** □

The research aimed to identifying the relationship between the use of promotion strategies and enhance of market share in Study in the Syrian trading corporation in Lattakia. By identifying the extent of the impact of each dimensions of promotion strategies, by determining the extent to which both the promotion strategies dimensions and the basic requirements of the application of promotion strategies role market share, the researchers relied on the prescriptive approach and the descriptive approach as a general approach to research, the questionnaire was distributed to 200 person from different levels in the Syrian trading corporation in Lattakia, and this study concluded several results, the most important of which was a moral relationship between the use of promotion strategies and the market share, this relationship is acceptable and positive, and is due to the lack of human resource skills and an inappropriate promotion programme, the researchers have reviewed many important results and made several suggestions and recommendations, the most important of which was the need to develop an appropriate strategy for the use of promotion strategies supporting its operations within the overall strategy of the Enterprises and following up on its implementation and evaluation in order to achieve the basic objectives of the Enterprises.

**Keywords :** Promotion Strategies; Market Share; Personal selling.

\* Assistant Professor in Department of Business Administration, Faculty of Economics, Tishreen University, Syria.

\*\* Teacher in Department of Business Administration, Faculty of Economics, Tishreen University, Syria.

\*\*\*Postgraduate Student, in Department of Business Administration, Faculty of Economics, Tishreen University, Syria.

## **1-المقدمة Introduction:**

إنّ المنظمات على اختلاف أنواعها وحجمها تعدّ أساس النشاطات الاقتصادية في البلدان، حيث تحتاج إلى تطبيق الاستراتيجيات التسويقية من أجل تحقيق الأهداف المخطط لها، وذلك من خلال قياس مدى فعالية هذه الاستراتيجيات المطبقة وخاصة الاستراتيجية الترويجية في قدرتها على المحافظة على العملاء الحاليين وزيادة ثقتهم تجاهها، والعمل على كسب عملاء جدد، وإقامة علاقات طويلة الأجل معهم، باعتبار الترويج عامل أساسي لدى العملاء لأنّه بنظرهم يعرّف الزبائن على المنتجات التي تشبع احتياجاتهم؛ الأمر الذي يتطلب من الإدارة اتخاذ القرارات التصحيحية والمناسبة للانحرافات في الوقت المناسب من أجل تحقيق أهدافها.

إنّ الهدف من هذه الدراسة هي بيان دور الاستراتيجية الترويجية والحصة السوقية في القطاع العام وخاصة في المؤسسة السورية للتجارة، وذلك نتيجة لوجود قصور في الدراسات السابقة والقيام بإظهار دور الاستراتيجية الترويجية والحصة السوقية في القطاع العام وخاصة المؤسسة السوريّة للتجارة في سورية، مما قاد الباحثة للبحث في هذا الموضوع، لما له من فوائد عديدة للمنظمة السوريّة للتجارة بشكل خاص.

## **الدراسات السابقة Literature Review:**

### **الدراسات العربية Arabic Studies**

**1-دراسة (معلا، 2017) تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات على الحصة السوقية في المصارف التجارية السورية.**

**المشكلة:** تركزت مشكلة البحث بالإجابة عن: ما هو دور تكنولوجيا المعلومات على الحصة السوقية في المصارف التجارية العامة والخاصة في سورية.

**هدف البحث:** التعرف على مستوى تكنولوجيا المعلومات المناسب الذي يسهم في تعزيز الحصة السوقية للمصارف التجارية السورية العامة والخاصة، وتحديد أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات من أجل تحسين الحصة السوقية لها.

**المنهجية:** اعتمدت الباحثة على المقاربة الاستنباطية، وعلى المنهج الوصفي، حيث تمّ تصميم استبانة من خلال اطلاع الباحثان على الأدبيات والدراسات السابقة، وتمّ توزيع (300) استبانة على عينة مأخوذة من مدرّاء عامين، نواب، ومديرو أقسام في المصارف التجارية السورية العامة والخاصة العاملة في سورية، استُردّ حيث تم تحليل (183) استبيان من خلال الأساليب الإحصائية: الانحراف المعياري والمتوسط واختبار أنوفا وتحليل الانحدار باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

**أهم النتائج:** توصلت الباحثة إلى أن هناك علاقة ارتباط قوية وموجبة بين مهارات الموارد البشرية والحصة السوقية، وهناك علاقة ارتباط جيدة وموجبة بين البرمجيات تسهم في تحسين الحصة السوقية للمصارف التجارية السورية العامة والخاصة.

## 2-دراسة (أحمد، 2020) أثر المزيج الترويجي في زيادة الحصة السوقية:

**مشكلة البحث:** ظهرت المشكلة بالإجابة عن التساؤل الآتي: ما هو أثر المزيج الترويجي في زيادة الحصة السوقية في الشركات العاملة بولاية الخرطوم؟  
**هدف البحث** إلى إبراز مدى أثر المزيج الترويجي في زيادة الحصة السوقية في شركات الخرطوم.

**المنهجية:** حيث تم استخدام المنهج الوصفي، والاعتماد على المقابلات والزيارات فقط، والوثائق الخاصة بموضوع الدراسة، حيث تم توزيع استبيان وتحليل البيانات من خلال الأساليب الإحصائية: الانحراف المعياري والمتوسط واختبار أنوفا وتحليل الانحدار باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

**أهم النتائج:** إن البرامج الترويجية في الشركة ساهمت في زيادة الحصة السوقية.

## الدراسات الأجنبية Foreign Studies

### 1-دراسة (Choi; Kim, 2017) الحصة السوقية واستغلال الشركات للبراءات:

#### **Market share and firms' patent exploitation**

**المشكلة:** تركزت مشكلة البحث على الإجابة عن التساؤل الآتي: ما هو تأثير الحصة السوقية على استغلال براءات الاختراع للشركات في كوريا؟

**هدف البحث** معرفة تأثير الحصة السوقية على استغلال براءات الاختراع للشركات في كوريا.

**المنهجية:** تم استخدام بيانات رقمية من النشرة الإحصائية السنوية، وبيانات ثانوية، وتم تحليلها من خلال معادلات رياضية لعدة شركات.

**أهم النتائج:** هناك أثراً كبيراً وإيجابياً للحصة السوقية من خلال ثلاثة أنماط لاستغلال براءات الاختراع: الاستخدام الخاص، الاستغلال المتزامن للاستخدام والترخيص الخاصين، والاعتماد على النظريات والسياسات والتدريبات.

2--دراسة ( Eunice; et al, 2020) أثر الاستراتيجيات الترويجية على نمو الأعمال التجارية وتنميتها: دراسة لشركة De-United Foods Limited Lagos في نيجيريا.

#### **The Impact of Promotional Strategies on Business Growth and Development: A Study of De-United Foods Limited Lagos, Nigeria**

**المشكلة:** تركزت مشكلة البحث على الإجابة عن التساؤل الآتي: ما هو تأثير الاستراتيجيات الترويجية على نمو الأعمال التجارية في نيجيريا؟

**هدف البحث:** التعرف على تأثير الاستراتيجيات الترويجية على نمو الأعمال التجارية في نيجيريا. **المنهجية:** حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، والاعتماد على المسح المكتبي، والوثائق الخاصة بموضوع الدراسة، والمقابلات والزيارات، حيث تم توزيع (150) استبيان وتحليل البيانات من خلال الأساليب الإحصائية: الانحراف المعياري والمتوسط واختبار أنوفا وتحليل الانحدار المتعدد باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

**أهم النتائج:** هناك علاقة هامة من حيث الاتجاه والحجم بين الترويج ( الإعلان، النمو، البيع الشخصي) والمبيعات، وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية عند استخدام الاستراتيجيات التسويقية.

3-(Lqbal; et al, 2021) تعزيز الترويج المستدام من خلال تقنيات الطاقة تحليل الاستراتيجيات الترويجية باستخدام النمذجة الهيكلية

### **Promoting Sustainable Construction Through Energy-Efficient Technologies: an Analysis of Promotional Strategies Using Interpretive Structural Modeling Promoting Sustainable Construction.**

**المشكلة:** تركزت مشكلة البحث على الإجابة عن التساؤل الآتي: ما هو تأثير الاستراتيجيات الترويجية باعتماد التكنولوجيا الموفرة للطاقة في باكستان؟

**هدف البحث:** التعرف على تأثير الاستراتيجيات الترويجية باعتماد التكنولوجيا الموفرة للطاقة في باكستان.

**المنهجية:** تم استخدام بيانات رقمية من النشرة الإحصائية السنوية، وبيانات ثانوية، وتم تحليلها من خلال تحليل مصفوفة MICMAC .

**أهم النتائج:** للأنظمة والمعايير الحكومية هي أهم استراتيجية من استراتيجيات الترويج ويمكن أن تعتمد على تكنولوجيا الطاقة في باكستان.

**التشابه والاختلاف عن الدراسات السابقة:** معظم الدراسات السابقة تناولت الحصة السوقية كمتغير مستقل وبعضها تناولها متغير تابع وتأثيرها على متغيرات مختلفة وفي قطاعات متنوعة، إلا أن هذه الدراسة هدفت لدراسة الاستراتيجية الترويجية معتمدة على أنواعها مجتمعة معاً كمتغير مستقل من وجهة نظر العاملين في المؤسسة السورية للتجارة، وتأثيرها على الحصة السوقية كمتغير تابع، واختلفت عن دراسة أحمد من خلال تحليل البيانات والأبعاد التي تم اعتمادها، واعتمدت أغلب الدراسات السابقة على الاستراتيجية الترويجية من عدة أبعاد، إلا أن

هذه الدراسة عملت على قياس الاستراتيجية الترويجية من خلال عدة أبعاد (البيع الشخصي، العلاقات العامة، تنشيط المبيعات، الإعلان، النشر) وتطبيقها على بيئة جديدة في المؤسسة السورية للتجارة.

### **مشكلة البحث Research Problem:**

تعد عملية الترويج من العناصر المهمة والمكملة للمزيج التسويقي حيث يرتبط الترويج ارتباطاً وثيقاً بالعناصر الأخرى؛ نظراً لما له من تأثير على الأداء الكلي للمنظمة حيث يساعد في توليد المزيد من الأرباح، والمبيعات بالإضافة إلى دورها في تحقيق رضا العملاء وبالتالي زيادة حصتها السوقية، حيث أنه هناك اختلاف في الاستراتيجيات الترويجية بين منظمات القطاع العام والقطاع الخاص وخاصة من حيث الأهداف (يهدف القطاع الخاص إلى الربح، أما القطاع العام قد تكون غير ربحية) وهذا ينعكس على مضمون الاستراتيجية وطرق تطبيقها لكل منهما. ومن خلال الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة في بعض فروع المؤسسة السورية للتجارة في اللاذقية لاحظت وجود العديد من المظاهر التي أثارت اهتمامهم، وقد توصلت الباحثة إلى مؤشرات المشكلة والتمثلة بالآتي:

- ضعف مهارات بعض المديرين في ترويجهم للمنتجات في المؤسسة السورية للتجارة الأمر الذي سبب عزوف العملاء عن التعامل معها.
- عدم وجود استراتيجية ترويجية واضحة مبنية على أسس علمية في فروع المؤسسة السورية للتجارة في اللاذقية.
- ضعف الحصة السوقية للعديد من فروع المؤسسة السورية للتجارة وعدم تحقيق الأهداف البيعية المخططة لها.

ومن هنا وجدت الباحثة ضرورة تناول موضوع استخدام الاستراتيجيات الترويجية التي تساعد المؤسسة في السعي لزيادة حصتها السوقية، ونتيجة لتحليل الدراسات السابقة التي تم الاطلاع عليها، واستناداً إلى الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة، الأمر الذي مما أثار اهتمامها ودفعتها لطرح التساؤل الآتي:

هل يؤثر استخدام الاستراتيجيات الترويجية على الحصة السوقية في المؤسسة السورية للتجارة في اللاذقية؟

**متغيرات البحث: المتغير المستقل:** الاستراتيجيات الترويجية المتمثلة في العلاقات العامة، البيع الشخصي، تنشيط المبيعات، الإعلان، النشر.  
**المتغير التابع:** الحصة السوقية.

### **أهداف البحث Research Objectives:**

- 1- تحديد مدى استخدام وتطبيق الاستراتيجيات الترويجية في المؤسسة السورية للتجارة في اللاذقية.
- 2- تحديد كيفية العمل على تحديد وزيادة الحصة السوقية في المؤسسة السورية للتجارة في اللاذقية.
- 3- دراسة العلاقة بين استخدام وتطبيق الاستراتيجيات الترويجية وزيادة الحصة السوقية في المؤسسة السورية للتجارة في اللاذقية.

### **أهمية البحث The Importance of Research:**

**الأهمية النظرية:** أتت أهمية هذا البحث النظرية من كونه محاولة من الباحثة لدراسة دور استخدام الاستراتيجيات الترويجية على زيادة الحصة السوقية في المؤسسة السورية للتجارة، حيث أن امتلاك واستخدام المؤسسة للاستراتيجيات الترويجية يساعد في رفع الحصة السوقية في الأسواق التي تعمل فيها، وفتح أسواق جديدة، بالإضافة إلى أنها تقدم إسهاماً في مجال الدراسات العلمية المتعلقة بالمؤسسة السورية للتجارة في اللاذقية.

**الأهمية العملية:** تكمن الأهمية العملية للبحث بأنه من المتوقع أن تُسهم النتائج التي تم التوصل إليها في دعم وتشجيع أصحاب القرار في المؤسسة السورية للتجارة للاهتمام بالاستراتيجيات الترويجية من البيع الشخصي، العلاقات العامة وتنشيط المبيعات والإعلان والنشر وغيرها، بالشكل الذي ينعكس على تحقيق رضا العملاء، وذلك بهدف تحقيق أكبر حصة سوقية للمؤسسة السورية للتجارة في اللاذقية.

### **فرضيات البحث Hypotheses Research:**

**الفرضية الرئيسية:** توجد علاقة معنوية بين مستوى استخدام الاستراتيجيات الترويجية والحصة السوقية في المؤسسة السورية للتجارة. ويتفرع عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

**الفرضية الأولى:** توجد علاقة معنوية بين استراتيجية العلاقات العامة والحصة السوقية في المؤسسة السورية للتجارة.

**الفرضية الثانية:** توجد علاقة معنوية بين استراتيجية البيع الشخصي والحصة السوقية في المؤسسة السورية للتجارة.

**الفرضية الثالثة:** توجد علاقة معنوية بين استراتيجية تنشيط المبيعات والحصة السوقية في المؤسسة السورية للتجارة.

**الفرضية الرابعة:** توجد علاقة معنوية بين استراتيجية الإعلان والحصة السوقية في المؤسسة السورية للتجارة.

**الفرضية الخامسة:** توجد علاقة معنوية بين استراتيجية النشر والحصة السوقية في المؤسسة السورية للتجارة.

#### **حدود البحث: Research Limits:**

**الحدود الزمانية:** تم إنجاز البحث في الفترة الزمنية الممتدة بين (2020/9) - (2021/3).

**الحدود المكانية:** يتضمن البحث العاملين في المؤسسة السورية للتجارة في محافظة اللاذقية.

**الحدود الموضوعية:** تتمثل في المتغيرات المدروسة: المتغير المستقل: الاستراتيجية الترويجية، أما المتغير التابع: الحصة السوقية.

#### **منهجية البحث: Research Methodolog:**

اعتمدت الباحثة على المقاربة الاستنباطية، وعلى المنهج الوصفي، حيث تم تصميم استبانة من خلال إطلاع الباحثة على الأدبيات والدراسات السابقة، وتم توزيع (200) استبانة على عينة مأخوذة من العاملين الذين يعملون في المؤسسة السورية للتجارة، استُرد منها (180) استبانة، كان منها (14) استبانة غير صالحة للتحليل، وبالتالي أصبح عدد الاستمارات الصالحة للتحليل هو (166) استبانة.

#### **مجتمع البحث وعينه: Research Community and Sample**

مجتمع البحث: هو العاملين في فروع المؤسسة السورية للتجارة في اللاذقية.

بلغ عدد العاملين في فروع المؤسسة السورية للتجارة في محافظة اللاذقية تقريباً (325) عامل، وبتطبيق قانون العينة الإحصائية:

بتطبيق قانون العينة الإحصائية:

$$n = \frac{c(1 - c)}{\frac{d^2}{2} + \frac{c(1 - c)}{1n}}$$

**حيث أن:**

ن: حجم العينة، ق: نسبة عدد المفردات التي تتوافر فيها خصائص الدراسة، وهي (50%) على أساس أنه أكبر احتمال للحصول على أكبر حجم ممكن للعينة، د: الخطأ المسموح به وهو (5%)، د.م: الدرجة المعيارية عند معامل ثقة معين، وغالباً يتم أخذها عند مستوى ثقة (95%)، وهي تساوي (1.96)، ن: حجم مجتمع البحث.

وبتطبيق قانون العينة يصبح حجم عينة البحث تقريباً 200/ مفردة/.

### **الإطار النظري للبحث Theoretical Framework for the research:**

**مفهوم الاستراتيجيات الترويجية (Promotion Strategies):** يعد الترويج من أهم الوظائف التي تعتمد عليها المؤسسات الحديثة، إنتاجية أو خدمية، صغيرة، متوسطة أو كبيرة، لأن المؤسسة تهدف من خلاله إلى تصريف وبيع منتجاتها من سلع وخدمات، وبذلك فإن الترويج يرافق المنتج قبل صنعه وأثناء صنعه وعند بيعه، وحتى بعد بيعه وذلك من خلال تفاعل مجموعة من العناصر هي المنتج، السعر، التوزيع والترويج (مصطفاوي؛ مصالي، 2017). نظراً لأهمية الاستراتيجيات في تحقيق النجاح والتفوق فقد تم اللجوء إلى استخدامها فيما بعد في مجال الأعمال، وللاستراتيجية تعريفات عديدة فقد عرفها ميا وشيخ ديب بأنها خطط طويلة الأجل توضح طرق تحقيق المنظمة لأهدافها والأساليب والموارد اللازمة لتحقيق هذه الأهداف (ميا؛ شيخ ديب، 2009، 31). كما عرفها آخرون بأنها الرؤية بعيدة المدى لما يجي أن تكون عليه المنظمة في المستقبل مع حشد الموارد اللازمة لذلك في إطار البيئة التي تعمل فيها (كنجو؛ وآخرون، 2004، 192).

وعرفت الباحثة استراتيجية الترويج بأنها النشاط الذي تقوم به المؤسسة لإيصال المعلومات عن المنتج للمستهلكين بحيث يصبح المستهلك على دراية كاملة بالمنتج وخصائصه، الأمر الذي يسهم في تحقيق الأرباح وزيادة المبيعات وتحقيق رضا العملاء وبالتالي القدرة على مواجهة المنافسين.

#### **عناصر المزيج الترويجي:**

**أولاً: العلاقات العامة:** تعرف الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة أنها النشاط الذي تقوم به أية صناعة أو اتحاد أو مهنة أو حكومة أو أي مؤسسة أخرى، لإقامة وتدعيم علاقات طيبة مع فئات خاصة من الجماهير، العملاء، المشترين وكذلك مع الجمهور العام بغرض التماسي مع الظروف المحيطة ولتعريف المجتمع بها، إن مجمل التعاريف المقدمة توضح مدى تميز وظيفة العلاقات العامة عن غيرها من عناصر المزيج الترويجي بالخصائص التالية (سعداوي؛ داودي، 2017، 24):

- إن العلاقات العامة تعتبر فلسفة الإدارة، وهذه الفلسفة تقوم على أساس دور اجتماعي ولتحقيق أهداف مالية، فهي تضع الجمهور في المقام الأول.
- إن العلاقات العامة وظيفة إدارية فهي نشاط تمارسه الإدارة ويجب على الإدارة أن تستخدمه في كل ما تقوم وتفعله للوصول إلى علاقات طيبة.

ثانياً: **البيع الشخصي (المباشر)**: يعرف على أنه ذلك النشاط الشخصي من الأنشطة الترويجية التي يتضمن إجراء المقابلة بين رجل البيع وبين المستهلك النهائي والمشتري الصناعي وجها لوجه، بغرض تعريفه بالمنتج ومحاولة إقناعه بشرائه (عبيدات، 1999، 78).

ثالثاً: **الإعلان**: تعرفه جمعية التسويق الأمريكية أنه وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات بواسطة جهة مقابل أجر مدفوع (أبو غزالة، 2007، 19)، ويتم الإعلان باستخدام بعض الوسائل مثل المجلات والصحف والملصقات ولوحات الإعلان والإذاعة والتلفزيون، ويتميز بالانتشار الجغرافي والقدرة على تكرار الرسالة الإعلانية، ورغم ارتفاع تكلفته إلا أنه منخفض لكل مستهلك (المؤذن، 2002، 428).

رابعاً: **النشر**: هو وسيلة اتصالية ناجحة لما يحدث من تأثير على العملاء، فهو يمثل دعاية غير مباشرة تولد إيجاباً جيداً، وتكون صورة ذهنية لدى الجمهور (الحسين، 2013، 54).

خامساً: **تنشيط المبيعات**: تعرف الجمعية الأمريكية للتسويق تنشيط المبيعات بأنه أسلوب يتكون من أنشطة تسويقية غير البيع الشخصي والإعلام أو النشر الدعائي، والتي تهتم بالسلوك الشرائي للمستهلك، وترفع من الكفاية التوزيعية للسلع والخدمات، وتتضمن الطرق المختلفة، كالمعارض وغيرها من الأنشطة البيعية التي تخرج عن طريق الروتين العادي (سعداوي؛ داودي، 2017،

23)

ثانياً: **مفهوم الحصة السوقية (Market Share)**: تمثل الحصة السوقية أحد المؤشرات المهمة والفاعلة، وقد قام الكثير من رجال الأعمال بالربط بين زيادة حصة المؤسسة في السوق وزيادة العائد على الاستثمار الذي تحصل عليه المؤسسة (Cranfieldschool, 2001, 79)، حيث عرفها كلارك بكونها مؤشراً فاعلاً وقوياً للتدفق النقدي والربحية (Clark, 1999, 715)، وأن حصة السوق أو الحصة السوقية تعبر عن نسبة مبيعات المؤسسة لمنتج ما مقابل النسبة المئوية لمجموع المبيعات في الصناعة ككل، كما تُعد الحصة السوقية مقياساً أو أداة للتمييز بين المنظمات الرابحة والخاسرة، لذلك فإن مؤسسات الأعمال في سباق دائم فيما بينها بهدف اقتناص الفرص والحصول على أكبر حصة في السوق (Genchev, 2012). وعرف Jiang الحصة السوقية بأنه الدور الذي تلعبه في المنظمات من خلال بناء الشهرة، الأمر الذي يضمن لها المزيد من العملاء، وبالتالي فإن هذا الأمر ينعكس على نجاح المؤسسة وتفوقها. (Jiang; et al, 2015) وكما كانت الحصة السوقية للمنظمة أكبر كلما زاد ولاء العملاء لها. وأن وجود حصة سوقية للمنظمة يسهم في زيادة ربحيتها واستمراريتها بشكل جيد في بيئة الأعمال (Doyle; et al, 2013).

وعرفت الباحثة الحصة السوقية بأنها المقدار الذي تمتلكه المنظمة ضمن بيئة الأعمال التي تعمل ضمنها مقارنةً بالحصة التي تملكها المنظمات المنافسة، فهي المؤشر الذي يبين للمنظمة مقدار قوة وضعف التدفق النقدي إليها.

العوامل المؤثرة على الحصة السوقية: فيما يلي بعض العوامل التي تؤدي إلى زيادة الحصة السوقية للمنظمة (شهاب، 2017، 30):

- 1- العمل على إشراك المؤسسة بأكملها في عملية البيع ومتطلباتها.
- 2- الاهتمام بنشاط البحث والتطوير وعدم الاعتماد على منتج واحد.
- 3- الاهتمام بتدريب الموارد البشرية للمنظمة والعمل على استقطاب العناصر البشرية المتخصصة القادرة على تقديم الإضافة لها.
- 4- الاهتمام بالقيمة المضافة للزبون من خلال التميز في حزمة الخدمات المقدمة له من المنظمة.
- 5- الاهتمام بسياسة التسعير وجعلها أكثر تنافسية مع أسعار المنافسين.

#### 10- الإطار العملي للبحث:

**10-1 أداة الدراسة:** اعتمدت الباحثة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، مع قيامها بالمقابلات الشخصية مع معظم أفراد عينة البحث، وقد قسمت الباحثة الاستبيان إلى ثلاثة أقسام: **القسم الأول:** تناول توصيف المتغيرات الديموغرافية للعينة المدروسة، أما **القسم الثاني:** تناول اختبار صدقية وثبات المقياس، و**القسم الثالث:** اختبار الفرضيات

**القسم الأول:** توصيف المتغيرات الديموغرافية

**المؤسسة السورية للتجارة:** تم اختيار عينة من العاملين في المؤسسة، وقد جاءت على الشكل الآتي:

الجدول رقم (1): اسم فروع المؤسسة

التكرار النسبي التجمعي الصاعد	النسبة المئوية المصححة	النسبة المئوية	عدد عاملي المؤسسة	
13.9	13.9	13.9	23	مجمع أقاميا
26.5	12.7	12.7	21	صاله 8 آذار
36.1	9.6	9.6	16	تشرين Valid
46.4	10.2	10.2	17	صاله الكرامة
58.4	12.0	12.0	20	صاله 7 نيسان

المجمع الاستهلاكي	16	9.6	9.6	68.1
مركز المدينة	21	12.7	12.7	80.7
مركز الزراعة	21	12.7	12.7	93.4
مركز البلدية	11	6.6	6.6	100.0
Total	166	100.0	100.0	

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

من الجدول رقم(1) نجد أن عدد العاملين في المؤسسة السورية للتجارة في مجمع أفاميا بلغ (23) بنسبة(15.6%) من الحجم الكلي للعيّنة.

الجنس: يبين الجدول التالي رقم(2) توزع أفراد العينة حسب الجنس(ذكر، أنثى):

الجدول رقم (2): الجنس

	عدد العاملين من ذكور وإناث	النسبة المئوية	النسبة المئوية المصححة	التكرار النسبي التجميعي الصاعد
ذكر	101	60.8	60.8	60.8
أنثى	65	39.2	39.2	100.0
Valid Total	166	100.0	100.0	

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

من الجدول رقم(2) لاحظت الباحثة أنّ هناك ارتفاعاً بعدد الذكور حيث بلغ(101) بنسبة(60.8%) من الحجم الكلي للعيّنة، وانخفاضاً بعدد الإناث بنسبة(39.2%) من الحجم الكلي للعيّنة.

القسم الثاني: دراسة ثبات المقاييس: تم استخدام طريقة ألفا كرونباخ لاختبار مدى ثبات المقاييس(غدير، 2012، 234-244)، حيث تم حساب معامل ألفا كرونباخ لكل من الاستبانة الموزعة على المؤسسة السورية للتجارة، كما تم قياس صدق المقياس من خلال مصفوفة الاتساق الداخلي.

حساب معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات المقاييس:

الجدول رقم(3):Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha	N of Items
الاستبانة الموزعة في فروع المؤسسة السورية للتجارة	.868	19

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

من الجدول رقم (3) نجد أن قيمة معامل ألفا كرونباخ بالنسبة للاستبانة الموزعة على العاملين في المؤسسة السورية للتجارة محل الدراسة بلغ (0.868)، وهي أكبر من (0.6) وهذا ما يدل على ثبات البيانات وصلاحتها للدراسة ولا داعي لحذف أي من العبارات.

حساب مصفوفة الاتساق الداخلي لقياس صدق المقياس: لقياس صدق المقياس قامت الباحثة بحساب مصفوفة الاتساق الداخلي على الشكل الآتي:

#### الجدول رقم(4): Correlations

		الحصة السوقية	الإعلان	العلاقات العامة	البيع الشخصي	النشر	تنشيط المبيعات	الاستراتيجية الترويجية
الحصة السوقية	Pearson Correlation	1	.911**	.911**	.833**	.903**	.854**	.964**
	Sig. (2- tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166	166
الإعلان	Pearson Correlation	.911**	1	.851**	.929**	.864**	.679**	.976**
	Sig. (2- tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166	166
العلاقات العامة	Pearson Correlation	.911**	.851**	1	.929**	.864**	.679**	.976**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166	166
البيع الشخصي	Pearson Correlation	.833**	.929**	.929**	1	.799**	.594**	.928**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166	166
النشر	Pearson Correlation	.903**	.864**	.864**	.799**	1	.651**	.911**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000

	tailed)							
	N	166	166	166	166	166	166	166
تنشيط المبيعات	Pearson Correlation	.854**	.679**	.679**	.594**	.651**	1	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	166	166	166	166	166	166	166
الاستراتيجية الترويجية	Pearson Correlation	.964**	.976**	.976**	.928**	.911**	.789**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166	166

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

يشير الجدول رقم (4) إلى أن هناك ثبات داخلي مقبول ودال إحصائياً لأن قيمة احتمال الدلالة:

$(Sig = p = 0.000 < a = 0.01)$ . وهذا يدل على وجود علاقة مباشرة بين

متوسطات المتغيرات، مما يدل على صدق المقياس. وبذلك تكون الباحثة قد تأكدت من صدق وثبات فقرات الاستبانة وبالتالي فإن الاستبانة صالحة للتطبيق على عينة الدراسة الأساسية.

القسم الثالث: اختبار الفرضيات: حساب متوسطات إجابات أفراد العينة على العبارات التي

تقيس متغيرات الدراسة.

متوسط إجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس متغير (استخدام الاستراتيجية الترويجية).

قامت الباحثة بحساب متوسط إجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس مدى استخدام الاستراتيجية الترويجية لدى المؤسسة السورية للتجارة والذي تم إعطاؤه الرمز (الاستراتيجية

الترويجية) فكان المتوسط يساوي (4.26)، كما هو وارد في الجدول رقم (5).

للحكم على نتيجة الفرضية قامت الباحثة باختبار وجود فرق جوهري بين المتوسط المحسوب ومتوسط المقياس في مقياس ليكرت المستخدم وهو (3)، وذلك لتبيان إمكانية اعتماده كمؤشر

للمقارنة، حيث تم الاعتماد على اختبار *t-student* لعينة واحدة، وظهرت النتائج كما هو وارد في الجدول رقم (6)، حيث نجد أن قيمة احتمال الدلالة  $p(sig)=0.000$  وهي أصغر من

مستوى الدلالة  $\alpha=0.05$  مما يعني وجود فروق جوهريّة بين متوسط الإجابات ومتوسط المقياس، الأمر الذي يتيح اعتماد متوسط المقياس (3) للمقارنة بين مستويات الموافقة من عدمها.

-نتيجة اختبار الفرضية القائلة: لا توجد فروق مباشرة بين متوسط إجابات العاملين عن متغير استخدام الاستراتيجية الترويجية ومتوسط الحياد (3): بما أن قيمة المتوسط المحسوب هي (4.26) وهي أكبر من متوسط المقياس (3)، فإن أفراد العينة يميلون إلى الموافقة على العبارات التي تظهر مدى وجود استراتيجية ترويجية في المؤسسة السورية للتجارة، وبالتالي فإن نتيجة الاختبار يظهر وجود استراتيجية ترويجية في المؤسسة السورية للتجارة بنسبة مرتفعة.

الجدول رقم(5): One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
الاستراتيجية الترويجية	166	4.26	.528	.041

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

الجدول رقم(6): One-Sample Test

	Test Value = 3					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
الاستراتيجية الترويجية	30.925	165	.000	1.26948	1.1884	1.3505

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

متوسط إجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس متغير (الإعلان): قامت الباحثة بحساب متوسط إجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس الإعلان لدى المؤسسة السورية للتجارة، والذي تم إعطاؤه الرمز (الإعلان) فكان المتوسط يساوي (4.32)، كما هو وارد في الجدول رقم (7).

للحكم على نتيجة الفرضية قامت الباحثة باختبار وجود فرق جوهري بين المتوسط المحسوب ومتوسط المقياس في مقياس ليكرت المستخدم وهو (3)، وذلك لتبيان إمكانية اعتماده كمؤشر للمقارنة، حيث تم الاعتماد على اختبار t-student لعينة واحدة، وظهرت النتائج كما هو وارد في الجدول رقم (8)، حيث وجدوا أن قيمة احتمال الدلالة /p(sig)=0.000 وهي أصغر من مستوى الدلالة /α=0.05 الأمر الذي يعني وجود فروق جوهريّة بين متوسط الإجابات ومتوسط المقياس، الأمر الذي يعطي إمكانية في اعتماد متوسط المقياس (3) للمقارنة بين مستويات الموافقة من عدمها.

-نتيجة اختبار الفرضية القائلة: لا توجد فروق مباشرة بين متوسط إجابات العاملين عن متغير الإعلان ومتوسط الحياد(3): بما أن قيمة المتوسط المحسوب هي(4.32) وهي أكبر من متوسط المقياس(3)، فإن أفراد العينة يميلون إلى الموافقة على العبارات التي تقيس الإعلان لدى المؤسسة السورية للتجارة، وبالتالي فإن نتيجة الاختبار تظهر ارتفاع مستوى الإعلان لدى المؤسسة السورية للتجارة.

الجدول رقم (7) One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
الإعلان	166	4.32	.57022	.04426

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

الجدول رقم(8) One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
الإعلان	29.900	165	.000	1.32329	1.2359	1.4107

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

متوسط إجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس متغير(العلاقات العامة): قامت الباحثة بحساب متوسط إجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس العلاقات العامة لدى المؤسسة السورية للتجارة، والذي تم إعطاؤه الرمز(العلاقات العامة) فكان المتوسط يساوي(4.32)، كما هو وارد في الجدول رقم (9).

للحكم على نتيجة الفرضية قامت الباحثة باختبار وجود فرق جوهري بين المتوسط المحسوب ومتوسط المقياس في مقياس ليكرت المستخدم وهو(3)، وذلك لتبيان إمكانية اعتماده كمؤشر للمقارنة، حيث تم الاعتماد على اختبار t-student لعينة واحدة، وظهرت النتائج كما هو وارد في الجدول رقم(10)، حيث وجدوا أن قيمة احتمال الدلالة/ $p(\text{sig})=0.000$  وهي أصغر من مستوى الدلالة/ $\alpha=0.05$  الأمر الذي يعني وجود فروق جوهرية بين متوسط الإجابات ومتوسط المقياس، الأمر الذي يعطي إمكانية في اعتماد متوسط المقياس(3) للمقارنة بين مستويات الموافقة من عدمها.

-نتيجة اختبار الفرضية القائلة: لا توجد فروق مباشرة بين متوسط إجابات العاملين عن متغير العلاقات العامة ومتوسط الحياد (3): بما أن قيمة المتوسط المحسوب هي (4.32) وهي أكبر من متوسط المقياس (3)، فإن أفراد العينة يميلون إلى الموافقة على العبارات التي تقيس العلاقات العامة لدى المؤسسة السورية للتجارة، وبالتالي فإن نتيجة الاختبار تظهر ارتفاع مستوى العلاقات العامة لدى المؤسسة السورية للتجارة.

الجدول رقم (9) One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
العلاقات العامة	166	4.32	.57022	.04426

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

الجدول رقم (10) One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
العلاقات العامة	29.900	165	.000	1.32329	1.2359	1.4107

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

متوسط إجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس متغير (البيع الشخصي): قامت الباحثة بحساب متوسط إجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس البيع الشخصي لدى المؤسسة السورية للتجارة، والذي تم إعطاؤه الرمز (البيع الشخصي) فكان المتوسط يساوي (4.26)، كما هو وارد في الجدول رقم (11).

الحكم على نتيجة الفرضية قامت الباحثة باختبار وجود فرق جوهري بين المتوسط المحسوب ومتوسط المقياس في مقياس ليكرت المستخدم وهو (3)، وذلك لتبيان إمكانية اعتماده كمؤشر للمقارنة، حيث تم الاعتماد على اختبار t-student لعينة واحدة، وظهرت النتائج كما هو وارد في الجدول رقم (12)، حيث وجدوا أن قيمة احتمال الدلالة/  $p(\text{sig})=0.000$  وهي أصغر من مستوى الدلالة  $\alpha=0.05$  الأمر الذي يعني وجود فروق جوهريّة بين متوسط الإجابات ومتوسط المقياس، الأمر الذي يعطي إمكانية في اعتماد متوسط المقياس (3) للمقارنة بين مستويات الموافقة من عدمها.

-نتيجة اختبار الفرضية القائلة: لا توجد فروق مباشرة بين متوسط إجابات العاملين عن متغير البيع الشخصي ومتوسط الحياد (3): بما أن قيمة المتوسط المحسوب هي (4.26) وهي أكبر من متوسط المقياس (3)، فإن أفراد العينة يميلون إلى الموافقة على العبارات التي تقيس البيع الشخصي لدى المؤسسة السورية للتجارة، وبالتالي فإن نتيجة الاختبار تظهر ارتفاع مستوى البيع الشخصي لدى المؤسسة السورية للتجارة.

الجدول رقم (11) One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
البيع الشخصي	166	4.26	.58708	.04557

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

الجدول رقم(12) One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
البيع الشخصي	27.851	165	.000	1.126908	1.1791	1.3590

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

متوسط إجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس متغير(النشر): قامت الباحثة بحساب متوسط إجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس النشر لدى المؤسسة السورية للتجارة، والذي تم إعطاؤه الرمز(النشر) فكان المتوسط يساوي (4.13)، كما هو وارد في الجدول رقم (13).  
للحكم على نتيجة الفرضية قامت الباحثة باختبار وجود فرق جوهري بين المتوسط المحسوب ومتوسط المقياس في مقياس ليكرت المستخدم وهو (3)، وذلك لتبيان إمكانية اعتماده كمؤشر للمقارنة، حيث تم الاعتماد على اختبار t-student لعينة واحدة، وظهرت النتائج كما هو وارد في الجدول رقم (14)، حيث وجدوا أن قيمة احتمال الدلالة/  $p(\text{sig})=0.000$  وهي أصغر من مستوى الدلالة/  $\alpha=0.05$  الأمر الذي يعني وجود فروق جوهرية بين متوسط الإجابات ومتوسط المقياس، الأمر الذي يعطي إمكانية في اعتماد متوسط المقياس (3) للمقارنة بين مستويات الموافقة من عدمها.

-نتيجة اختبار الفرضية القائلة: لا توجد فروق مباشرة بين متوسط إجابات العاملين عن متغير النشر ومتوسط الحياد (3): بما أن قيمة المتوسط المحسوب هي (4.13) وهي أكبر من متوسط المقياس (3)، فإن أفراد العينة يميلون إلى الموافقة على العبارات التي تقيس النشر لدى المؤسسة السورية للتجارة، وبالتالي فإن نتيجة الاختبار تظهر ارتفاع مستوى النشر لدى المؤسسة السورية للتجارة.

الجدول رقم (13) One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
النشر	166	4.13	.56851	.04412

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

الجدول رقم (14) One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
النشر	25.712	165	.000	1.13454	1.0474	1.2217

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

متوسط إجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس متغير (تنشيط المبيعات): قامت الباحثة بحساب متوسط إجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس تنشيط المبيعات لدى المؤسسة السورية للتجارة، والذي تم إعطاؤه الرمز (تنشيط المبيعات) فكان المتوسط يساوي (4.29)، كما هو وارد في الجدول رقم (15).

للحكم على نتيجة الفرضية قامت الباحثة باختبار وجود فرق جوهري بين المتوسط المحسوب ومتوسط المقياس في مقياس ليكرت المستخدم وهو (3)، وذلك لتبيان إمكانية اعتماده كمؤشر للمقارنة، حيث تم الاعتماد على اختبار t-student لعينة واحدة، وظهرت النتائج كما هو وارد في الجدول رقم (16)، حيث وجدوا أن قيمة احتمال الدلالة/  $p(\text{sig})=0.000$  وهي أصغر من مستوى الدلالة/  $\alpha=0.05$  الأمر الذي يعني وجود فروق جوهريّة بين متوسط الإجابات ومتوسط المقياس، الأمر الذي يعطي إمكانية في اعتماد متوسط المقياس (3) للمقارنة بين مستويات الموافقة من عدمها.

-نتيجة اختبار الفرضية القائلة: لا توجد فروق مباشرة بين متوسط إجابات العاملين عن متغير تنشيط المبيعات ومتوسط الحياد (3): بما أن قيمة المتوسط المحسوب هي (4.29) وهي أكبر من متوسط المقياس (3)، فإن أفراد العينة يميلون إلى الموافقة على العبارات التي تقيس تنشيط المبيعات لدى المؤسسة السورية للتجارة، وبالتالي فإن نتيجة الاختبار تظهر ارتفاع مستوى تنشيط المبيعات لدى المؤسسة السورية للتجارة.

الجدول رقم (15) One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
تنشيط المبيعات	166	4.29	.59405	.04611

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

الجدول رقم (16) One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
تنشيط المبيعات	28.134	165	.000	1.2979	1.29719	1.3882

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

متوسط إجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس متغير (الحصة السوقية): قامت الباحثة بحساب متوسط إجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس الحصة السوقية، والذي تم إعطاؤه الرمز (الحصة السوقية) فكان المتوسط يساوي (4.23)، كما هو وارد في الجدول رقم (17). وللحكم على نتيجة الفرضية قامت الباحثة باختبار وجود فرق جوهري بين المتوسط المحسوب ومتوسط المقياس في مقياس ليكرت المستخدم وهو (3)، وذلك لتبيان إمكانية اعتماده كمؤشر للمقارنة، حيث تم الاعتماد على اختبار t-student لعينة واحدة، وظهرت النتائج كما هو وارد في الجدول رقم (4-18)، حيث نجد أنّ قيمة احتمال الدلالة/  $p(\text{sig})=0.000$  وهي أصغر من مستوى الدلالة/  $\alpha=0.05$  الأمر الذي يعني وجود فروق جوهرية بين متوسط الإجابات ومتوسط المقياس، الأمر الذي يعطي إمكانية في اعتماد متوسط المقياس (3) للمقارنة بين مستويات الموافقة من عدمها.

نتيجة اختبار الفرضية القائلة: لا توجد فروق مباشرة بين متوسط إجابات العاملين عن متغير الحصة السوقية ومتوسط الحياد (3): بما أن قيمة المتوسط المحسوب هي (4.23) وهي أكبر من متوسط المقياس (3)، فإن أفراد العينة يميلون إلى الموافقة على العبارات التي تظهر الحصة السوقية، وبالتالي فإن نتيجة الاختبار تظهر ارتفاع مدى الحصة السوقية.

الجدول رقم (17): One-Sample Test

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
الحصة السوقية	166	4.23	.51479	.03996

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

الجدول رقم (18): One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
الحصة السوقية	30.983	165	.000	1.23795	1.1591	1.3168

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

حساب معامل الارتباط بين المتغيرات الممثلة لمتوسط قيم إجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس متغيرات الدراسة.

فرضية العدم  $H_0$ : لا توجد علاقة معنوية بين استخدام الاستراتيجية الترويجية والحصة السوقية.

الفرضية البديلة  $H_1$ : توجد علاقة معنوية بين استخدام الاستراتيجية الترويجية والحصة السوقية.

الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة معنوية بين الإعلان في المؤسسة السورية للتجارة والحصة السوقية: قامت الباحثة بحساب معامل الارتباط بين المتغيرين الممثلين لمتوسط قيم إجابات العبارات التي تقيس متغير الإعلان، والعبارات التي تقيس متغير الحصة السوقية، حيث ظهرت النتائج كالآتي:

الجدول رقم (19) Correlations

	الإعلان	الحصة السوقية
Pearson Correlation	1	.911**
الإعلان Sig. (2-tailed)		.000
N	166	166
Pearson Correlation	.911**	1
الحصة السوقية Sig. (2-tailed)	.000	
N	166	166

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

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

ويظهر من خلال الجدول رقم (19) أن قيمة احتمال الدلالة  $P=0.000 < \alpha=0.05$ ، لذلك تم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة معنوية بين الإعلان من جهة والحصة السوقية من جهة، وملاحظة أن قيمة معامل الارتباط /بيرسون/ بين الإعلان، والحصة السوقية تبلغ (0.911) مما يدل على وجود علاقة طردية وقوية بينهما. الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة معنوية بين العلاقات العامة في المؤسسة السورية للتجارة والحصة السوقية: قامت الباحثة بحساب معامل الارتباط بين المتغيرين الممثلين لمتوسط قيم إجابات العبارات التي تقيس متغير العلاقات العامة، والعبارات التي تقيس متغير الحصة السوقية، حيث ظهرت النتائج كالآتي:

الجدول رقم (20) Correlations

	العلاقات العامة	الحصة السوقية
Pearson Correlation	1	.911**
العلاقات العامة Sig. (2-tailed)		.000
N	166	166
Pearson Correlation	.911**	1
الحصة السوقية Sig. (2-tailed)	.000	
N	166	166

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

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

ويظهر من خلال الجدول رقم (20) أن قيمة احتمال الدلالة  $P=0.000 < \alpha=0.05$ ، لذلك تم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة معنوية بين العلاقات العامة من جهة والحصة السوقية من جهة، وملاحظة أن قيمة معامل الارتباط /بيرسون/ بين العلاقات العامة، والحصة السوقية تبلغ (0.911) مما يدل على وجود علاقة طردية وقوية بينهما. الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة معنوية بين البيع الشخصي في المؤسسة السورية للتجارة والحصة السوقية: قامت الباحثة بحساب معامل الارتباط بين المتغيرين الممثلين لمتوسط قيم إجابات العبارات التي تقيس متغير البيع الشخصي، والعبارات التي تقيس متغير الحصة السوقية، حيث ظهرت النتائج كالتالي:

الجدول رقم (21) Correlations

	البيع الشخصي	الحصة السوقية
Pearson Correlation	1	.833**
Sig. (2-tailed)		.000
N	166	166
Pearson Correlation	.833**	1
Sig. (2-tailed)	.000	
N	166	166

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

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

ويظهر من خلال الجدول رقم (21) أن قيمة احتمال الدلالة  $P=0.000 < \alpha=0.05$ ، لذلك تم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة معنوية بين البيع الشخصي من جهة والحصة السوقية من جهة، وملاحظة أن قيمة معامل الارتباط /بيرسون/ بين البيع الشخصي، والحصة السوقية تبلغ (0.833) مما يدل على وجود علاقة طردية وقوية بينهما. الفرضية الفرعية الرابعة: توجد علاقة معنوية بين النشر في المؤسسة السورية للتجارة والحصة السوقية. قامت الباحثة بحساب معامل الارتباط بين المتغيرين الممثلين لمتوسط قيم إجابات العبارات التي تقيس متغير النشر، والعبارات التي تقيس متغير الحصة السوقية، حيث ظهرت النتائج كالتالي:

الجدول رقم(22) Correlations

	النشر	الحصة السوقية
Pearson Correlation	1	.903**
النشر		

	Sig. (2-tailed)		.000
	N	166	166
	Pearson Correlation	.903**	1
الحصة	Sig. (2-tailed)	.000	
السوقية	N	166	166

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

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج إصدار SPSS20

ويظهر من خلال الجدول رقم (22) أن قيمة احتمال الدلالة  $P=0.000 < \alpha=0.05$ ، لذلك تم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة معنوية بين النشر من جهة والحصة السوقية من جهة، وملاحظة أن قيمة معامل الارتباط /بيرسون/ بين النشر، والحصة السوقية تبلغ (0.903) مما يدل على وجود علاقة طردية وقوية بينهما.

الفرضية الفرعية الخامسة: توجد علاقة معنوية بين تنشيط المبيعات في المؤسسة السورية للتجارة والحصة السوقية: قامت الباحثة بحساب معامل الارتباط بين المتغيرين الممثلين لمتوسط قيم إجابات العبارات التي تقيس متغير تنشيط المبيعات، والعبارات التي تقيس متغير الحصة السوقية، حيث ظهرت النتائج كالاتي:

الجدول رقم (23) Correlations

	تنشيط المبيعات	الحصة السوقية
Pearson Correlation	1	.854**
Sig. (2-tailed)		.000
N	166	166
Pearson Correlation	.854**	1
Sig. (2-tailed)	.000	
N	166	166

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

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج إصدار SPSS 20

ويظهر من خلال الجدول رقم (23) أن قيمة احتمال الدلالة  $P=0.000 < \alpha=0.05$ ، لذلك تم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة معنوية بين تنشيط المبيعات من جهة والحصة السوقية من جهة، وملاحظة أن قيمة معامل الارتباط /بيرسون/ بين تنشيط المبيعات، والحصة السوقية تبلغ (0.854) مما يدل على وجود علاقة طردية وقوية بينهما.

**الفرضية الرئيسية:** توجد علاقة معنوية بين استخدام الاستراتيجية الترويجية والحصة السوقية: قامت الباحثة بحساب معامل الارتباط /بيرسون/ بين المتغيرين الممثلين لمتوسط قيم إجابات العبارات التي تقيس متغير مستوى استخدام الاستراتيجية الترويجية، والعبارات التي تقيس متغير الحصة السوقية، حيث ظهرت النتائج كالتالي:

الجدول رقم (24): Correlations

	الحصة السوقية	الاستراتيجية الترويجية
Pearson Correlation	.964**	1
Sig. (2-tailed)	.000	
N	166	166
Pearson Correlation	1	.964**
Sig. (2-tailed)	.000	
N	166	166

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

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

ويظهر من خلال الجدول رقم (24) أن قيمة احتمال الدلالة  $\alpha=0.05 < P=0.000$ ، لذلك تم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة مباشرة بين الاستراتيجية الترويجية من جهة والحصة السوقية من جهة، وملاحظة أن قيمة معامل الارتباط /بيرسون/ بين الاستراتيجية الترويجية، والحصة السوقية تبلغ (0.964) مما يدل على وجود علاقة طردية وقوية بينهما.

**11-النتائج:** تبين من خلال نتائج الارتباط العلاقة بين استخدام الاستراتيجية الترويجية، والحصة السوقية ما يأتي:

1- هناك علاقة ارتباط قوية وطردية بلغت (0.964) بين استخدام الاستراتيجية الترويجية والحصة السوقية في المؤسسة السورية للتجارة في اللاذقية، أي كلما توفرت برامج ترويجية، وكان هناك موارد وإمكانيات مادية متطورة، كلما تطورت وتحسنت علاقة المؤسسة مع العملاء. أي تحتاج المؤسسة السورية للتجارة في اللاذقية إلى دعم البرامج الترويجية بشكل أكبر من أجل جذب العملاء إليها.

2- هناك علاقة ارتباط قوية وطردية بلغت (0.911) بين الإعلان والحصة السوقية، أي أنّ قيام المؤسسة بحملات إعلانية مدروسة بشكل منظم يسهم في زيادة الحصة السوقية للمؤسسة السورية للتجارة.

3- هناك علاقة ارتباط قوية وطردية بلغت (0.871) بين العلاقات العامة والحصة السوقية، أي أنّ امتلاك المؤسسة عدد غير محدود من العلاقات، واستخدام وبناء علاقات طيبة مع العملاء يسهم في زيادة الحصة السوقية للمؤسسة السورية للتجارة.

4- هناك علاقة ارتباط قوية وطردية بلغت (0.916) بين البيع الشخصي، والحصة السوقية، أي أنّ امتلاك المؤسسة لعدد كبير من العاملين المهرة القادرين على التعامل مع العملاء بشكل مباشر وشخصي الأمر الذي يزيد الحصة السوقية للمؤسسة السورية للتجارة.

5- هناك علاقة ارتباط قوية وطردية بلغت (0.903) بين النشر، والحصة السوقية، أي أنّ اعتماد المؤسسة على النشر يزيد الحصة السوقية للمؤسسة السورية للتجارة.

6- هناك علاقة ارتباط قوية وطردية بلغت (0.916) بين تنشيط المبيعات، والحصة السوقية، أي اعتماد المؤسسة على الأساليب المختلفة في تنشيط المبيعات مثل العروض والهدايا المجانية والكوبونات والعينات المجانية لتنشيط مبيعاتها يسهم في رفع الحصة السوقية للمؤسسة السورية للتجارة.

#### 12-التوصيات: توصي الباحثة بما يأتي:

1- إخضاع العاملين في المؤسسة السورية للتجارة في اللاذقية لدورات تدريبية متخصصة في الاستراتيجيات الترويجية، ومعرفة الأهداف الترويجية واكتساب الخبرات اللازمة للنهوض والارتقاء من أجل زيادة الأرباح والنمو والبقاء وخاصة من أجل رفع مستوى الحصة السوقية في المؤسسة السورية للتجارة.

2- على المؤسسة السورية للتجارة في اللاذقية العمل بشكل أكثر فعالية بمجال النشر وتنشيط المبيعات من خلال الاهتمام أكثر بالعروض والهدايا و القنوات الإعلامية واسعة الانتشار

3- الاطلاع المستمر على آخر المستجدات التي تظهر في مجال الاستراتيجيات الترويجية من أجل السعي للبقاء وزيادة الأرباح، وذلك بغرض زيادة الحصة السوقية للمؤسسة

- السورية للتجارة في اللاذقية، وكذلك استخدام قنوات الترويج المختلفة والفعالة يزيد من قدرة المؤسسة على منافسة المنظمات الأخرى في الداخل والخارج.
- 4- تعميق وعي إدارة وعاملي المؤسسة السورية للتجارة في اللاذقية بأهمية موضوع الاستراتيجيات الترويجية لما لها من دور بارز في ظلّ التغيرات والظروف المختلفة التي يشهدها العالم من خلال الاطلاع على التجارب العالمية وما توصلت إليه في مجال الاستراتيجيات الترويجية، ووضع إعداد خطط ورسم سياسات لتدريب القيادات الإدارية حول أهمية استخدام الاستراتيجيات الترويجية وذلك من أجل صقل مهاراتهم وكفاءاتهم في استخدام الاستراتيجيات الترويجية.
- 5- ضرورة وضع استراتيجية مناسبة لاستخدام الاستراتيجيات الترويجية الداعمة لعملياتها في إطار الاستراتيجية العامة للمؤسسة السورية للتجارة في اللاذقية، ومتابعة تنفيذها وتقييمها بما يحقق الأهداف الأساسية للمؤسسة.

**المراجع العربية**

1. AHMED, M, 2020- **The Promotional Mix Has Affected The Increase in Market Share. Applied to The D Food Factory.** Supplementary research for a bachelor's degree in business administration, Faculty of Management Sciences, Department of Business Administration, University of Science and Technology, Sudan.
2. ABU GHAZALA, S. 2007-**Promotion Of Tourism Services,** Zahran Publishing and Distribution House, Jordan, p. 198.
3. AL-HUSSEIN, N, 2013- **Measuring The Effectiveness of The Promotional Mix in Increasing The Demand For Insurance Services, A Comparative Study on A Company in Lattakia Province.** Master's thesis, department of business administration, faculty of economics, University of Tishreen, Syria. Pp.54
4. KENGO, K, 2004- **International Business Department,** Directorate of University Books and Publications.
5. MIA, A; SHEIKH DIB, S, 2009- **Strategic Management,** University of Tishrin, Syria.
6. MOALA, R; MORHIJ, M, 2017 The Impact of The Use of Information Technology on The Market Share of Syrian Commercial Banks. Field Study in Public and Private Commercial Banks, Tishreen University Journal, Scientific Research and Studies **Economic and Legal Sciences Series,** Vol.39(5).
7. MUEZZIN, M. 2002. **Marketing Principles,** Culture Publishing and Distribution House, Amman Jordan, p. 428.
8. MUSTAFAAOUI, B; MASALI, F, 2017- **The Role of Public Relations in Tourism Promotion. Study of The Status of The Ambassador's Residence As A Model,** master's thesis, faculty of social humanities, department of humanities, specialty of tourism communication, University Abdul Hamid Ben Badis: Mostaghanem.
9. OBEIDAT, M, 1999-. **Department of Sales and Personal Sales,** Wael Publishing House, Amman, p. 78.
10. SAADAWI, M; DAOUDI, R, 2017- **The Impact of Promotion on Purchasing Decision, Case Study of Malabana Arib,** Master's thesis in Management Sciences, Department of Management Sciences,

Faculty of Economics, Commerce and Management Sciences,  
Specialty of Business Administration, Jilali University, Bonameh  
University, Thursday, Meliana.

11. SHIHAB AL-DIN, A, 2017- **Market Share of Banking Facilities And Their Impact on The Profitability of Jordanian Commercial Banks, A Test Study on Jordanian Commercial Banks For The Period 2010-2014**, Master's Thesis, Accounting Department, Business School, Middle East University.

### **Forigen References:**

- 1) CHOIA, D; KIMB, Y 2017 Market Share and Firms' Patent exploitation, journal Elsevier, **Tecnovation**, <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2017.12.001>.
- 2) CRANFIELD School Of Management, 2001, **Marketing Management A Eelationship Marketing Perspective**, Macmillan Press,Ltd.
- 3) CLARK, H 1999 Marketing Performance Measures: History Interrelationship, **Journal of Marketing Management**, No. 15. 130.
- 4) DOYLE, P; FILO, K; MCDONALD, H; FUNK, C 2013 Exploring Sport Brand Double Jeopardy: The Link Between Team Market Share And Attitudinal Loyalty. **Sport Management Review**. 16, 285-297.
- 5) EUNICE, A; GADDAFI, M 2020 The Impact Of Promotional Strategies On Business Growth And Development: A Study Of De-United Foods Limited Lagos, Nigeria, **Journal Of Economics, Management & Social Science** Volume 6 No.2.
- 6) GENCHEV, E 2012 Effects of Market Share on The Bank's Profitability. Review of Applied Socio- **Economic Research**. Vol.3(1), 87-95.
- 7) JIANG, G; TADIKAMALLAB, R; SHANG, J; ZHAO, L 2015 Impacts of Knowledge on Online Brand Success: an Agent-Based Model For Online Market Share Enhancemen, **European Journal of Operational Research**. 1-11.
- 8) IQBAL, M.; AHMAD, N.; HUSSAIN, K.; USMANI, M.S 2021. Promoting Sustainable Construction Through Energy-Efficient Technologies: an Analysis of Promotional Strategies Using Interpretive Structural Modeling, **International Journal of**



الجمهورية العربية السورية

وزارة التعليم العالي

جامعة تشرين

كلية الاقتصاد

قسم إدارة الأعمال

اختصاص تسويق

الملحق

تقوم الباحثة بإجراء دراسة تحت عنوان: " دور الاستراتيجيات التسويقية في تقويم الأداء التنافسي لمؤسسات القطاع العام في سورية: دراسة ميدانية للمؤسسة السورية للتجارة في الساحل السوري". لغايات البحث العلمي واستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في إدارة الأعمال - جامعة تشرين.

أرجو التكرم بتعبئة الاستبانة التي بين أيديكم بكل صراحة، وموضوعية، وشفافية، مؤكدة لكم أن إجاباتكم سوف تعامل بسرية تامة، وهذه المعلومات سوف تستخدم لغايات البحث العلمي فقط.

شكراً لتعاونكم

المشرف: أ. د صلاح شيخ ديب

الباحثة: ريهام حسين معلا

المشرف المشارك: د. أحمد السكري

القسم الأول: البيانات الشخصية:

يرجى وضع إشارة (x) أمام الإجابة التي تنطبق عليك:

1	الجنس	ذكر
		أنثى
2	العمر	30-20
		40-31
		50-41
		60-51
3	المستوى التعليمي	معهد فما فوق
		إجازة جامعية
		دبلوم
		ماجستير
		دكتوراه
		نائب مدير
		رئيس قسم

القسم الثاني: يرجى وضع علامة (x) أمام العبارة الأقرب إلى رأيك بكل دقة وموضوعية.

الرقم	البند	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً
الإعلان						
6	يتميز الإعلان لدينا بوصوله إلى عدد كبير من الجمهور					

					يوجد لدى المؤسسة الحرية الكافية في الوسيلة الاتصالية المستخدمة للإعلان	7
					يتسم الإعلان لدى المؤسسة بالتجديد المستمر	8
					تستخدم المؤسسة للإعلان عن خدماتها وسائل إعلان عديدة مثل الصحف، والمجلات، والقنوات التلفزيونية وغيرها.	9
العلاقات العامة						
					إن الهدف الرئيس لعملية تنشيط المبيعات جذب عملاء جدد	10
					تحفز العملاء الحاليين على تكرار عملية الشراء	11
					تساعد في جذب عملاء المنظمات المنافسة	12
البيع الشخصي						
					تتميز الرسالة الاتصالية بالمرونة.	13
					يمكن التحكم بمصاريف البيع الشخصي	14
					يتسم أسلوب المؤسسة في البيع الشخصي بأنه واسع الانتشار	15
تنشيط المبيعات						
					تحفز تنشيط المبيعات العملاء الحاليين على تكرار عملية الشراء	16
					تساعد في جذب عملاء المنظمات المنافسة	17
					تعمل على زيادة شراء العميل الحالي من الخدمات المقدمة.	18
النشر						

					19	يتم استخدام قنوات إعلامية واسعة الانتشار في عملية النشر
					20	يساهم النشر في استقطاب أكبر عدد من العملاء
					21	يوفر أسلوب النشر المتبع تغطية إعلامية ملائمة.
الحصة السوقية						
					22	تكون الحصة السوقية للمؤسسة كبيرة بالمقارنة مع المنافسين.
					23	تقوم المؤسسة بالدخول إلى قطاعات سوقية جديدة.
					24	تهيأ المؤسسة أساليب متعددة للعمل تحسباً لأي طارئ لحماية حصتها السوقية.
					25	تدافع المؤسسة عن حصتها السوقية من خلال تسويق المنتجات الأكثر طلباً من الزبائن.

تم تحكيم الاستبانة من قبل كل من:

- د. منذر مرهج أستاذ مساعد في قسم إدارة الأعمال في كلية الاقتصاد-جامعة تشرين.
- د. رامي محمد أستاذ مساعد في قسم إدارة الأعمال في كلية الاقتصاد-جامعة تشرين.
- د. فداء شيخ حسن أستاذ مساعد في قسم إدارة الأعمال في كلية الاقتصاد-جامعة تشرين.

