مجلة جامعة البعث

سلسلة العلوم الاقتصادية والسياحية

مجلة علمية محكمة دورية

المجلد 46 . العدد 10

1445 هـ - 2024 م

الأستاذ الدكتور عبد الباسط الخطيب

رئيس جامعة البعث

المدير المسؤول عن المجلة

أ. د. محمود حديد	رئيس هيئة التحرير
أ. د. وليد حماده	رئيس التحرير

مدير مكتب مجلة جامعة البعث

د. إبراهيم عبد الرحمن

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

البريد الالكتروني : magazine@ albaath-univ.edu.sy

ISSN: 1022-467X

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.
- **اذا كان الباحث طالب دراسات عليا:**

يجب إرفاق قرار تسجيل الدكتوراه / ماجستير + كتاب من الدكتور المشرف بموافقته على النشر في المجلة.

- **اذا كان الباحث عضو هيئة تدريسية:**

يجب إرفاق قرار المجلس المختص بإنجاز البحث أو قرار قسم بالموافقة على اعتماده حسب الحال.

- **اذا 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.

- **اذا 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 17.5×25 B5.

ب- هوامش الصفحة: أعلى 2.54- أسفل 2.54 – يمين 2.5- يسار 2.5 سم

ت- رأس الصفحة 1.6 / تذييل الصفحة 1.8

ث- نوع الخط وقياسه: العنوان . Monotype Koufi قياس 20

. كتابة النص Simplified Arabic قياس 13 عادي . العناوين الفرعية Simplified Arabic قياس 13 عريض.

ج . يجب مراعاة أن يكون قياس الصور والجداول المدرجة في البحث لا يتعدى 12سم.

8- في حال عدم إجراء البحث وفقاً لما ورد أعلاه من إشارات فإن البحث سيهمل ولا يرد البحث إلى صاحبه.

9- تقديم أي بحث للنشر في المجلة يدل ضمناً على عدم نشره في أي مكان آخر، وفي حال قبول البحث للنشر في مجلة جامعة البعث يجب عدم نشره في أي مجلة أخرى.

10- الناشر غير مسؤول عن محتوى ما ينشر من مادة الموضوعات التي تنشر في المجلة

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

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

آ . إذا كان المرجع أجنبياً:

الكنية بالأحرف الكبيرة . الحرف الأول من الاسم تتبعه فاصلة . سنة النشر . وتتبعها معترضة (–) عنوان الكتاب ويوضع تحته خط وتتبعه نقطة . دار النشر وتتبعها فاصلة . الطبعة (ثانية . ثالثة) . بلد النشر وتتبعها فاصلة . عدد صفحات الكتاب وتتبعها نقطة.

وفيما يلي مثال على ذلك:

–MAVRODEANUS, R1986– **Flame Spectroscopy**. Willy, New York, 373p.

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

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

مثال على ذلك:

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

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

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

رسوم النشر في مجلة جامعة البعث

1. **دفع رسم نشر (40000) ل.س أربعون ألف ليرة سورية عن كل بحث لكل باحث يريد نشره في مجلة جامعة البعث.**
2. **دفع رسم نشر (100000) ل.س مئة الف 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 (6000) ل.س ستة آلاف ليرة سورية رسم موافقة على النشر من كافة الباحثين.**

المحتوى

اسم البحث	اسم الباحث	الصفحة
دور الاستثمار في المشاريع المتوسطة في تحقيق التنمية الاقتصادية دراسة تحليلية في الصناعات المتوسطة في سورية(حلب)	طيف حليم شماس د. عبير علي ناعسه	40-11
الفاقد التنموي للناتج المحلي الإجمالي في الجمهورية العربية السورية خلال فترة الأزمة باستخدام منهجية Box-Jenkins	د.زكريا محمد ديب الزلق	80-41
تأثير مخاطر السوق على مؤشرات الأداء المالي الحديثة للمصارف الخاصة العاملة في سورية	د. نهاد نادر صبا ايهاب جديد	118-81
"دور التسويق الأخضر في تعزيز القرار الشرائي للمستهلك – دراسة مسحية على عملاء مستحضرات التجميل في مدينة حلب"	د. محمد ديوب د. أحمد زهره منى غزال	156-119

دور الاستثمار في المشاريع المتوسطة في تحقيق التنمية الاقتصادية دراسة تحليلية في الصناعات المتوسطة في سورية(حلب)

طالب الماجستير: طيف حليم شماس – كلية الاقتصاد – جامعة تشرين

الاشراف: د.عبير علي ناعسه

^الملخص^

الغاية والهدف من هذه الدراسة اظهار واقع الاستثمار في المشروعات الصناعية المتوسطة وعلى وجه الخصوص في محافظة حلب، حيث ننظر واقعها الاستثماري بالإضافة الى مدى قوتها ومشاركتها واستمرارها في دعم الاقتصاد والناتج الوطني.

وللوصول الى هذه الأهداف وما تبغيه هذه الدراسة فقد استعان الباحث لجمع البيانات المطلوبة لأرقام وبيانات من مديرية الصناعة وغرفة الصناعة في حلب، وتألف مجتمع الدراسة من (53) مشروع في محافظة حلب لم يتوقفوا عن العمل رغم كل الصعوبات والعقبات والتدمير التي عانت منها المعامل وعلى اختلاف الصناعات ولكن تم التركيز في الدراسة العملية على سنة الذروة الاقتصادية لغاية الباحث.

توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج على اختلافها مثلاً المعوقات الأساسية الداخلية والعالمية، فعالية هذه المشاريع في معالجة أخطر المشاكل الاقتصادية(البطالة) ومدى تناغمها السريع مع حاجة المجتمع وسرعان دوران عجلة التطور مع وجود المنافسة والحاجة للإنتاج والتصدير.

الكلمات المفتاحية: المشروع الصناعي المتوسط، الاستثمار، حجم الإنتاج (الطاقة الإنتاجية).

The role of investment in medium-sized projects in Achieving economic development, an analytical study in medium-sized industries in Syria (Aleppo)

^Summary^

The aim and objective of this study is to show the reality of investment in medium-sized industrial projects, especially in Aleppo Governorate, where we look at their investment reality in addition to the extent of their strength, participation, and continuity in supporting the economy and national output.

To reach these goals and what this study aims to achieve, the researcher used numbers and data from the Directorate of Industry and the Chamber of Industry in Aleppo to collect the required data. The study population consisted of (53) projects in Aleppo Governorate that did not stop working despite all the difficulties, obstacles, and destruction that the factories suffered from in different ways. Industries, but the focus of the practical study was on the economic peak year for the purpose of the researcher.

The study reached a number of different results, for example: the basic internal and global obstacles, the effectiveness of these projects in addressing the most serious economic problems, the extent of their rapid harmony with the needs of society, and the rapid rotation of the wheel of development with the presence of competition and the need for production and export.

Keywords: medium industrial project, investment, Production volume (production capacity).

مقدمة:

إن نتيجة جوهر عملية التنمية الاقتصادية هو تحقيق الزيادة في الدخل الحقيقي للفرد عبر فترة ممتدة من الزمن، وهذا لا يأتي إلا من خلال إحداث تغيير في بنية الهيكل الاقتصادي عبر توجيه الاستثمارات إلى جهة واسعة من المشروعات المختلفة التي تناسب اقتصاديات الدول النامية.

وتشكل المشاريع الصغيرة والمتوسطة عموماً نقطة الانطلاق التي لا بد منها لتحقيق التنمية في الدول النامية، وترجع دراسة الاستثمارات في المشاريع الصغيرة والمتوسطة إلى أهميتها في تحقيق الأهداف التي تسعى لها الدول و التي تتمثل بتوفير فرص عمل لتخفيف البطالة ، وتحقيق معدلات نمو اقتصادية مرتفعة ، وتحقيق الأهداف التنموية الاجتماعية الأخرى، وتستحوذ المشروعات الصغيرة والمتوسطة على اهتمام كبير من مختلف الجهات والمنظمات الرسمية وغير الرسمية، لما لها من دور محوري في الانتاج والتشغيل وزيادة الدخل والابتكار والتقدم التكنولوجي .

وتأتي أهمية المشاريع المتوسطة لاعتبارها الأكثر فعالية في تنشيط الوضع الاقتصادي بشكل أسرع خاصة في الدول التي تعاني من كثافة اليد العاملة وانخفاض كثافة رأس المال التي تحتاجها المشاريع الكبيرة، ولذا لا بد من وجود استراتيجية واضحة ومناسبة لإدارة وتشغيل وتفعيل المشاريع المتوسطة في عجلة الاقتصاد.

وبجمع كل هذه المنطلقات والاساسيات مع أكثر القطاعات قوة وصلابة (الصناعة) سنصل الى أهمية المشاريع الصناعية المتوسطة فعند متابعة الاقتصاد في سورية يتبين كيفية النمو والتطور مع دخول عصر الصناعات في العمل والتركيز عليه وتطويره منذ (1975)، ويظهر تأثير هذه المشاريع جلياً في محافظة "حلب" على المواطنين وعلى الناتج الصناعي في سورية لما كانت تشكله من حجم الصناعة في هذه المحافظة.

مشكلة لبحث:

بالانطلاق من أهمية قطاع الصناعة، ولصعوبة المشاريع الصناعية الكبيرة على الدول النامية، نتطلع ألى مدى أهمية المشاريع الصناعية المتوسطة لقدرتها على المنافسة بعد بناء شبكة دعم وتشجيع وقوانين تنخرط من خلالها الدولة لتحقيق اقصى فائدة وتقليل المخاطر على هذه المشاريع.

وبالنظر الى ما تملكه الجمهورية العربية السورية من شبكة قوية قادرة على ربط قوة الصناعة وغزارة الثروات في دعم هذه المشاريع والموقع الجغرافي والشعب النشيط المنتج، حيث كانت الجمهورية العربية السورية حتى العام(2010) الدولة الرابعة عالمياً في حركة الترانزيت على حوض المتوسط بشبكة طرق بطول(1610كم) للطرق الدولية فقط بحسب بيانات الهيئات التي كانت تعمل ضمن الجمهورية وتتبع لبنك الدولي الذي كان يتواجد بصفة استشارية وتنموية وبيانات وزارة النقل، والذي ساعد في عملية التصنيع والتصدير واستيراد المواد الأولية.

أضافة لوجود(28) هيئة تتبع لوزارات الاقتصاد والنقل والصناعة ولها فروع في كافة المحافظات وأيضاً هيئات تتبع ل(25) وزارة التي تشكل دائرة رقابية دقيقة عند تنظيم طريقة عملها مما يجعل توقع نجاح هذه المشاريع وتأثيرها كبيراً جداً وبالأخص معالجة مشاكلها وتتبع عملها ولكن لا شك بوجود العديد من المشاكل والكثير.

في هذه البحث سننظر الى المشاكل التي تحقق غاية دراسة الباحث والتي تنطلق من عنوان البحث بالتساؤل التالي:

–الاستثمار في المشاريع المتوسطة الصناعية (بالنظر الى راس المال) ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية المطلوبة؟

ويتفرع عن السؤال الرئيس السؤالين الفرعيين الآتين:

1. ما هو دور الاستثمار في المشاريع المتوسطة الصناعية على حجم الإنتاج (الطاقة الإنتاجية)؟
2. ما هو دور حجم الاستثمار في المشاريع المتوسطة الصناعية على اختلاف القطاع؟

أهمية البحث:

من وجهة نظر الباحث يرى أن تطوير المشاريع المتوسطة يسهم في الإسراع بتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية وله دور حاسم في تحفيز النمو وخلق فرص العمل والمساهمة في الناتج المحلي الإجمالي، بالتالي لا بد من توجيه الموارد المتوفرة نحو المشاريع الأكثر فاعلية في الاقتصاد(المشاريع المتوسطة الصناعية) وايجاد اسلوب إدارة أفضل للوصول الى إنتاجية لها دورها في تحقيق معدلات النمو المطلوبة وتأتي أهمية البحث من خلال المساهمة في الاضاءة على اهمية الاستثمار في المشاريع المتوسطة الصناعية في الوقت الحالي لضرروه الاسراع في النمو لتحقيق الأهداف الاقتصادية المرجوة في سورية.

وتكمن الأهمية العلمية للبحث لأظهار أهمية المشاريع المتوسطة وخاصتا" الصناعية في مواجهة المخاطر والأزمات وذلك من خلال استمرار عملية الإنتاج لهذه المشاريع رغم الحرب التي تعرضت لها سورية والتدمير الممنهج، حتى وان كانت نسب الانتاج اقل من النصف فالمشاريع الكبيرة غالبيتها توقفت او أكملت الإنتاج في الدول المجاورة والمشاريع الصغيرة لم تستطع الصمود في تقلبات أسعار الصرف، ويظهر ذلك من خلال المكتب المركزي للإحصاء في اغلب المؤتمرات.

أهداف البحث:

ويهدف البحث الى:

1. التركيز على أهمية الاستثمار في المشاريع المتوسطة ودورها في تحقيق الأهداف الاقتصادية التي يسعى لها الاقتصاد السوري.
2. التركيز على المساهمة الفعالة والحقيقية للمشاريع المتوسطة من خلال دراسة تحليلية للمشاريع الصناعية المتوسطة في حلب ودورها في تحسين الأداء التنافسي لهذه المشاريع.
3. تحديد نقاط الضعف التي يعاني منها الاقتصاد السوري مثل عدم اعتماد عمل هيئات تنظم ارقام وانتاجية المشاريع المتوسطة وغيرها.

فرضيات البحث وحدوده:

يتمحور البحث حول الفرضية الرئيسة الآتية:

لا يوجد علاقة ذات دلالة معنوية لدور الاستثمار في المشاريع المتوسطة الصناعية وتحقيق التنمية الاقتصادية المطلوبة.

ويتفرع عنها الفرضيات الاتية:

1.لا يوجد علاقة ذات دلالة معنوية بين الاستثمار في المشاريع المتوسطة الصناعية على حجم الإنتاج (الطاقة الإنتاجية).

2.لا يوجد فروق معنوية بين حجم الاستثمار في المشاريع المتوسطة الصناعية على اختلاف القطاع.

حدود البحث:

الحدود المكانية: الجمهورية العربية السورية.

(عينة البحث: المشاريع المتوسطة الصناعية في مدينة حلب)

الحدود الزمانية: (2001كسنة أساس–2009سنة الذروة الصناعية).

مجتمع وعينة البحث:

يتألف مجتمع الدراسة من(53) مشروع صناعي على اختلاف الصناعات في محافظة حلب، حيث تمكن الباحث من الوصول الى اسمائها وتعداد عمالها ورأس المال الخاص بها، وقد تم اختيار هذه المشاريع فقط لأنها استمرت في العمل والإنتاج رغم الحرب التي تعرضت لها سورية والتحديات والسرقات التي تعرضت لها هذه المنشأت على وجه الخصوص حيث حتى العام(2023) هذه المشاريع كانت مستمرة في الإنتاج وتامين فرص عمل، وللوصول الى أهمية هذه المشاريع ركز الباحث في الدراسة القياسية على أفضل سنة انتاج لهذه المشاريع حيث كانت الحياة طبيعية.

ولأيمكن استمرار عمل هذه المشاريع دون تحقيق انتاج يعزز استمرارها، ولم يخض الباحث في كميات الإنتاج لهذه المشاريع لتنوع احتساب انتاجها منها (قطعة–متر–طن.) وكون عملية رصد كمية الإنتاج ليست بالدقة المطلوبة للباحث، ولكنه يرى ضرورة التنظيم والدقة مستقبلا" لهذه المشاريع لأنها اثبتت صوابيه العمل عليها ل استمرارها وتجاوزها المخاطر بسهولة ومرونة ولذلك تمت الدراسة على رأس المال فكونها استمرت في الإنتاج فأن كميات الإنتاج تحقق الربح والرغبة للمستثمر في الانتاج.

الدراسات السابقة:

1.دراسة (الجبوري، الدليمي)، عام(2017)[1]

إدارة الاستثمار في المشاريع الصغيرة والمتوسطة ودورها في الأداء (دراسة تحليلية في القطاع الصناعي الخاص في العراق):

هدف هذا البحث الى دراسة ممارسات الإدارة الفاعلة للاستثمار في المشاريع الصغيرة والمتوسطة والوقوف على التحديات التي يمكن أنْ تواجهها وتحديد أدوات قياس الأداء في القطاع الصناعي الخاص.

وتم طرح مشكلة البحث بجانبين نظري وتطبيقي على الشكل التالي:

من الناحية النظرية في الجدل الفكري والمعرفي الذي يدور في تحديد الدور والمستوى الذي تلعبه ممارسات إدارة الاستثمار في المشاريع الصغيرة والمتوسطة في تحسين الأداء.

وأما من الناحية التطبيقية فتتحدد مشكلة البحث من خلال ضعف إدراك الدور الذي تلعبه الإدارة الفاعلة للاستثمارات في المشاريع الصغيرة والمتوسطة والتي تساعد على اتخاذ القرار الملائم.

2.دراسة(فراجتية، نويوة) عام (2017)[1]

محددات الاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة لعينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

ركز البحث على أهمية كفاءة القرارات المالية المتعلقة بجانب الاستثمار في تعظيم واستمرار المشاريع الصغيرة والمتوسطة وسلط الضوء على العوائق التي تواجه المؤسسات

أ.م. د. الجبوري –مهدي عطية، 2017، بحث مقدم الى مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية والمالية، المجلد (9)، العدد 2، العراق.

الصغيرة وأهمها مشكلة التمويل التي تؤثر على اتخاذ قرار الاستثمار لهذه المؤسسات، بالإضافة لتحديد العوامل المؤثرة على الاستثمار في المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

وتمحورت مشكلة البحث حول السؤال التالي:

ماهي محددات الاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر؟

وتوصل البحث لنتيجة مفادها أن عملية اختيار المشاريع الاستثمارية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتأثر بمجموعة من العوامل أو المحددات وتختلف من مؤسسة لأخرى، بالإضافة للدور البالغ الأهمية الذي تلعبه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الوطني.

3.دراسة(الحموي، مخلوف)، عام(2018)[2]:

أثر الائتمان المصرفي على ربحية المشروعات الصغيرة والمتوسطة دراسة ميدانية على (المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مدينة دمشق وريفها):

ركز البحث على دراسة مصادر تمويل المشروعات الصغيرة مع التركيز على الائتمان المصرفي وأنواعه، والجهات التي تقدم القروض لهذه المشروعات في سورية، قام الباحث بجمع وتحليل البيانات من المصارف التي تقدم التمويل اللازم لهذه المشاريع.

وقد تمحورت مشكلة البحث حول السؤال التالي: هل توجد علاقة بين الائتمان المصرفي أو معوقات الحصول على الائتمان المصرفي الذي تحصل عليه المشروعات الصغيرة والمتوسطة وربحيها؟

وجاءت على أنه: يوجد علاقة بين الائتمان المصرفي وربحية المشاريع الصغيرة والمتوسطة وأيضا تؤثر معوقات الحصول على الائتمان المصرفي في ربحية المشروعات الصغيرة.

4.دراسة (م. د. الجنابي، حيدر) كلية الادارة الاقتصاد جامعة كربلاء عام (2018)[3]:

المشاريع الصغيرة والمتوسطة بين الواقع والطموح دراسة ميدانية على (مجموعة من المشاريع الصغيرة والمتوسطة في محافظة كربلاء المقدسة):

ركز هذا البحث على تسليط الضوء للدور الذي تلعبه المشاريع الصغيرة والمتوسطة على مستوى الاقتصاد والمشاكل والتحديات التي تواجه المشاريع لغرض وضع الحلول لمعالجتها والنهوض بواقع هذا النوع من المشاريع.

وكانت مشكلة البحث ان توفير التمويل الازم للمشاريع الصغيرة والمتوسطة ينهض بواقع الاقتصاد الوطني وهل تعد التشريعات القانونية للمشاريع ضرورة للنهوض بواقعها؟

وتوصل البحث الى ان المشاريع الصغيرة والمتوسطة تعد من الركائز الاساسية لأي اقتصاد بالعالم، وتواجه العديد من المعوقات، كما ان هناك ضعف في التشريعات التي تدعمها، ومساهمة هذه المشاريع في تشغيل أكثر من نصف القوى العاملة.

5.دراسة(Sattar, Mahmoud, Siobhan)، عام(2013):

.Innovation in Small and Medium Enterprises (SME's) and its impact on Economic Development in Pakistan

(الابتكار في الشركات الصغيرة والمتوسطة وأثره على التنمية الاقتصادية في باكستان)

ركزت الدراسة الحالية على أهمية الابتكار في المشاريع الصغيرة والمتوسطة وتأثيره على التنمية الاقتصادية لباكستان، وآثاره اللاحقة على التنمية الاقتصادية للبلد، واستخدم الباحث في بحثه لقياس الابتكار عدد طلبات براءات الاختراع للمقيمين وغير المقيمين، وطلبات العلامات التجارية للمقيمين وغير المقيمين، وصادرات التكنولوجيا الفائقة وحصة صادرات التكنولوجيا العالية في إجمالي صادرات التصنيع لقياس ابتكار العملية في الدولة.

هدف البحث بشكل اساسي الى: تحليل تأثير عملية الابتكار على نمو الشركات الصغيرة والمتوسطة بالإضافة لاستكشاف آثار الشركات الصغيرة والمتوسطة القوية على التنمية الاقتصادية في باكستان، تم إنشاء نموذج الانحدار الخطي للوغاريتم باستخدام E. Views، وامتدت فترة الدراسة من(1980-2012).

6.دراسة (منصور)، عام(2019) بعنوان[2]:

The Role of Small and Medium Enterprises in Economic Development, Case of Egypt

(دور المشروعات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية، حالة مصر)

يهدف البحث إلى التعرف على دور المشروعات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية في جمهورية مصر العربية والتعرف على أهم المشكلات والمعوقات التي تواجه هذه المشروعات، واعتمد البحث على المنهج الوصفي لوصف واقع المشاريع الصغيرة والمتوسطة بشكل دقيق بالاعتماد على بيانات صادرة من الجهات الحكومية.

وتمحورت مشكلة البحث حول السؤال التالي:

ما هو واقع هذه المشاريع الصغيرة والمتوسطة في جمهورية مصر العربية. ما هي اهم المشاكل التي تواجه هذه المشاريع؟

أظهرت النتائج أن مصر بها 2.5 مليون مشروع صغير ومتوسط ومتناهي الصغر. تمثل 99٪ من إجمالي المشاريع غير الزراعية، وحوالي 78٪ من هذه المشاريع لم تحصل على أي تسهيلات بنكية، وأداء الشركات الصغيرة والمتوسطة ضعيف للغاية من حيث التصدير للأسواق الخارجية.

. البياتي فارس رشيد،" التنمية الاقتصادية سياسيا في الوطن العربي"، (عمان :أطروحة الدكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك،2008)، ص:68

7.دراسة(Manzoor،Wei، Siraj)، عام(2021)[4]:

Small and medium-sized enterprises and economic growth in Pakistan: An ARDL bounds cointegration approach

(الشركات الصغيرة والمتوسطة والنمو الاقتصادي في باكستان: نهج التكامل المشترك)

ركزت الدراسة في العلاقات بين الشركات الصغيرة والمتوسطة (SMEs) والنمو الاقتصادي في باكستان من الفترة (1990-2019)، وتركز الدراسة على الشركات الصغيرة والمتوسطة والعوامل الأخرى المسؤولة عن النمو الاقتصادي من خلال تقييم آثارها على المدى الطويل والقصير من خلال استخدام الانحدار الذاتي، وتوصلت الدراسة الا أن قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة تعتبر القوة الدافعة الرئيسية وراء النمو الاقتصادي. ومع ذلك، في المدى القصير، يعتبر ناتج الشركات الصغيرة والمتوسطة، ومؤشر التنمية البشرية، والائتمان الممنوح للشركات الصغيرة والمتوسطة، ومعدل التصدير السنوي هي المحركات الرئيسية للتنمية الاقتصادية، وتوصلت الدراسة الى أن إنشاء وتطوير مثل هذه الأنواع من الشركات يؤدي إلى توليد الدخل والتوظيف والتخفيف من حدة الفقر، وبالتالي، فإن توفير فرص العمل من قبل الشركات الصغيرة والمتوسطة يعزز التنمية الاقتصادية في المناطق النائية.

اختلاف البحث الحالي عن الابحاث السابقة:

ان الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع ركزت في غالبها على المشاريع الصغيرة والمتوسطة معا، وبالتالي لم يتم توضيح دور المشاريع المتوسطة بشكل دقيق في تحقيق التنمية الاقتصادية، ولتحقيق تنمية اقتصادية صحيحة في الوقت الأصعب حاليا ،ولان جغرافية الجمهورية العربية السورية وتعدد خبرات اليد العاملة يتيح ويسهل الانطلاق بالصناعات المتوسطة بقوة .لا بد من التركيز على المشاريع الأهم التي تساهم بهذه التنمية، أيضا تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بتناول دور الاستثمار

في المشاريع المتوسطة الصناعية على بعض جوانب التنمية الاقتصادية (الطاقة الإنتاجية) بشكل مفصل وتحليلي لواقع المشاريع المتوسطة في مدينة (حلب) .

الإطار النظري للبحث:

1- مفهوم الاستثمار والمشاريع المتوسطة الصناعية:

عند الحديث عن الاستثمار او أي مفهوم اقتصادي مثل المشاريع المتوسطة على خلافها صناعية زراعية او غيرها، يمكنك مشاهدة بحر واسع من الاختلافات والتحاليل للباحثين الاقتصاديين وذلك شيء طبيعي ل الاختلاف الموجود بين دول او مجتمعات او سياسات وغيرها، ولكن الجميع يجمع على محاولة تبني مفهوم يتناسب مع الدولة والشعب والخيرات لتحقيق النمو الصحيح والسليم والمتكامل.

في سورية يعرف الاستثمار: بوجه عام هو عملية إنماء الذمة المالية لبلد ما، فهو العمليات التي تهدف إلى خلق رأس المال؛ بمعنى أنه عملية إيجاد مشروعات اقتصادية دائمة تعمل على توفير احتياجات اقتصادية مختلفة وتحقيق أرباح مالية[5].

من وجهة نظر الباحث المقصود بالاستثمار هو العمل الذي يؤدي الى اكتساب مالي او مادي للمستثمر كان شخص او شركة ليحقق ربح ودخل.

-اما المشاريع الصناعية المتوسطة: كل مشروع عدد عماله 26-150 ومبيعاته السنوية من 50 مليون ليرة الى اقل من250 مليون ليرة وموجوداته بقيمة من50 مليون ليرة الى اقل من 250 مليون ليرة[6].

وبلغت المشاريع الصناعية في القطاع الخاص في سورية عام (2009) مائة ألف مشروع مرخص ويعمل[7].

يرى الباحث انه من الأفضل اعتماد تصنيف ينصف المشروعات المتوسطة الصناعية وغيرها، من خلال بناء ميزان ل اجمالي صافي ربح هذه المشاريع كانت متوسطة وكبيرة

او صغيرة يتم من خلاله تصنيفها على اختلاف السنوات دون فرض أي ظلم على هذه المشاريع.

ومن خلال متابعة هذه الدراسة او غيرها نرى الاختلاف في التعاريف بين الباحثين والدول وذلك حسب الظروف الاقتصادية ربما او حجم الثروات عدد السكان وغيرها.

في هذه الدراسة تم الاعتماد على معيارين لتميز المشاريع المتوسطة الصناعية وهما: القوى العاملة، ورأس المال المسجل لهذه المشاريع، وذلك لان تنظيم هذه المشاريع في الاقتصاد السوري يعتمد عليهما.

2- التنمية الاقتصادية، من خلال حجم الانتاج (الطاقة الانتاجية):

بأنها عملية اقتصادية واجتماعية وثقافية وسياسية شاملة تستهدف التحسين المستمر لرفاهية السكان بأسرهم والأفراد جميعهم على أساس مشاركتهم النشطة والحرة والهادفة في التنمية وفي التوزيع العادل للفوائد الناجمة عنها[8].

<u>اما التنمية الاقتصادية والتي تختلف عن النمو الاقتصادي:</u>

التنمية الاقتصادية نتيجة سياسة اقتصادية وتخطيط استراتيجي متقن وأهم هدف من اهداف العمليات الاقتصادية التي تركز على تحسين الظروف الاقتصادية والمالية و والاجتماعية للبلدان وهي تأخذ بعين الاعتبار عوامل مختلفة تؤثر على هذا التحسين وجودته، مثل عوامل الصحة والتعليم وظروف العمل والسياسات المحلية والدولية وظروف الأسواق، وتهتم التنمية الاقتصادية أيضاً بعوامل الاقتصاد الكلي والجزئي وهياكل الاقتصاد للدول النامية والنمو الاقتصادي المحلي والدولي، فالتنمية الاقتصادية تعد تغيرات هيكلية او جذرية في ابعاد المجتمع الاقتصادية، كما تسعى الدول النامية او الناشئة الى دول اكثر ازدهارا"، وقد تكون التنمية الاقتصادية سبباً لتحسن عوامل الصحة والتعليم ومعدلات معرفة القراءة والكتابة وانخفاض مستويات الفقر[9-10].

من اهم اهداف التنمية الاقتصادية في الدول النامية في العصر الحديث:

-إعطاء الأهمية الكبرى للطاقة الإنتاجية في الصناعة او الزراعة وغيرها، لما يعكسه ارتفاع الإنتاج على زيادة الرفاهية من خلال تحقيق اقصى طاقة إنتاجية لوجود العوامل التي تساعد على الزيادة، والذي سينعكس بدوره على كافة مجالات الحياة صحة او تعليم بشكل إيجابي ل ازدياد الناتج المحلي الإجمالي.

-تغيير التركيز على قطاع واحد في بناء الاقتصاد القومي:

يجب على مخططي التنمية الاقتصادية العمل على خلق التوازن بين القطاعات من اجل مواجهة المخاطر والازمات المستقبلية دون حدوث خلل بين التنمية الاقتصادية والاقتصاد القومي، والعمل على تحقيق التكامل والتعاون بين المشاريع في القطاع نفسه مثل القطاع الصناعي من خلال التشجيع ودعمه بالقوانين[11].

منهجية البحث:

سوف يتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، لتوصيف الواقع الحقيقي للمشاريع المتوسطة الصناعية في سورية وخاصة في مدينة (حلب)، وتحليل المعلومات والبيانات التي سوف يتم التوصل اليها من خلال دراسة الواقع الميداني للمشاريع المتوسطة الصناعية في (حلب) لإيجاد العلاقة الترابطية بين الاستثمار في المشاريع المتوسطة الصناعية ومعدل تحقيق التنمية الاقتصادية.

كذلك سيتم الاعتماد على البيانات المنشورة في التقارير والأبحاث والدوريات حول المشاريع المتوسطة في سورية، بالإضافة للمعلومات والأرقام في الكتب والمراجع والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث.

الدراسة القياسية:

قام الباحث بدراسة أثر المشاريع الصناعية المتوسطة في محافظة حلب على مؤشر التنمية الاقتصادية (الطاقة الإنتاجية) حيث قمنا بزيارة الى غرفة صناعة حلب التي اردفتنا ببعض المعلومات وتم توجيهنا من قبل رئيس مجلس إدارة الغرفة وباهتمام بالغ

الى مديرية الصناعة في حلب للحصول على البيانات المطلوبة بدقة، ثم بعد ذلك يبدأ الباحث باختبار الفرضيات لأثبات صحة او نفي فرضيات الدراسة.

-أدوات الدراسة.

-اختبار فرضيات الدراسة.

-أدوات الدراسة:

من اجل الوصول الى نتائج ملموسة ودقيقة وتحقيق اهداف الدراسة واختبار فرضياتها، تم الحصول على بيانات ل (53) مشروع صناعي متوسط في حلب مرخص، وأكثر ما يميز هذه المشاريع استمراريتها بالعمل خلال السنوات(2000-2023) ورغم ما تعرضت له محافظة حلب من تدمير ورش هذه المشاريع، استطاع هؤلاء الصناعيين نقل جزء من مشاريعهم لداخل محافظة حلب والاستمرار بالإنتاج رغم سوء الوضع الأمني في الأعوام(2012-2013-2014).

كانت هذه المشاريع من عدة مجالات:

صحي(ادويـــــــة) "8".

متفرقات(هندســـية) "6".

كيميائـــــــــــي "30".

نسيجـــــــــــي "9".

تم الحصول على بعض المعلومات الهامة وذلك من خلال التواصل مباشرةً بأصحاب المنشآت من خلال الاتصال الهاتفي من قبل نائب مدير الصناعة للحصول على بعض الأرقام الدقيقة مثل رأس المال الحقيقي وذلك خدمة لمشروع البحث.

وباقي الأرقام تم الاستفادة من ارقام المديرية والتي كانت أرقام تثبت بالنهاية قدرة استمرارية المشاريع والتي استمرت.

اعتمدنا في هذه الدراسة تثبيت سنة أساس(2001) كون ارقام راس المال بالنسبة للمشاريع كانت دقيقة وواضحة، وقد تم دراسة ارقام سنة(2009) كونها كانت ذروة الإنتاج الصناعي وعدم وجود فرق كبير في سعر الصرف عن عام (2001)، وكان بإمكان الباحث اجراء الدراسة على سلسلة زمنية ولكن اقتصر العمل على هذا الشكل:

أولاً: من أجل اعتماد أرقام بنسبة خطأ ضئيلة نسبياً.

ثانياً: للاستفادة من هذه الدراسة والعمل عليها وتوسيعها على باقي السنوات في المرحلة التعليمية المقبلة.

الجدول (1-1): Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: الإنتاج

Parameter Estimates				Model Summary					
b3	b2	b1	Constant	Sig.	df2	df1	F	R Square	Equation
		5.929E-05	1488.863	.002	51	1	11.186	.180	Linear
		544.272	-6052.033	.000	51	1	43.598	.461	Logarithmic
		-154125642.781	2159.736	.000	51	1	15.406	.232	Inverse
	-2.644E-12	.000	998.497	.000	50	2	16.210	.393	Quadratic
1.099E-19	-1.136E-11	.000	863.450	.000	49	3	11.146	.406	Cubic
		1.000	898.814	.004	51	1	9.145	.152	Compound
		.505	.781	.000	51	1	65.033	.560	Power
		-166371.877	7.420	.000	51	1	31.525	.382	S
		4.585E-08	6.801	.004	51	1	9.145	.152	Growth
		4.585E-08	898.814	.004	51	1	9.145	.152	Exponential

The independent variable is 2001 راس المال حسب.

-اختبار الفرضيات:

الفرضية الرئيسية: لا يوجد علاقة ذات دلالة معنوية لدور الاستثمار في المشاريع المتوسطة الصناعية وتحقيق التنمية الاقتصادية المطلوبة.

ويتفرع عن هذه الفرضية حسب ابعاد التنمية الاقتصادية، الفرضيات الفرعية التالية:

1-الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد علاقة ذات دلالة معنوية بين الاستثمار في المشاريع المتوسطة الصناعية وحجم الإنتاج (الطاقة الإنتاجية).

H0: لا يوجد علاقة ذات دلالة معنوية بين الاستثمار في المشاريع المتوسطة الصناعية وحجم الإنتاج (الطاقة الإنتاجية).

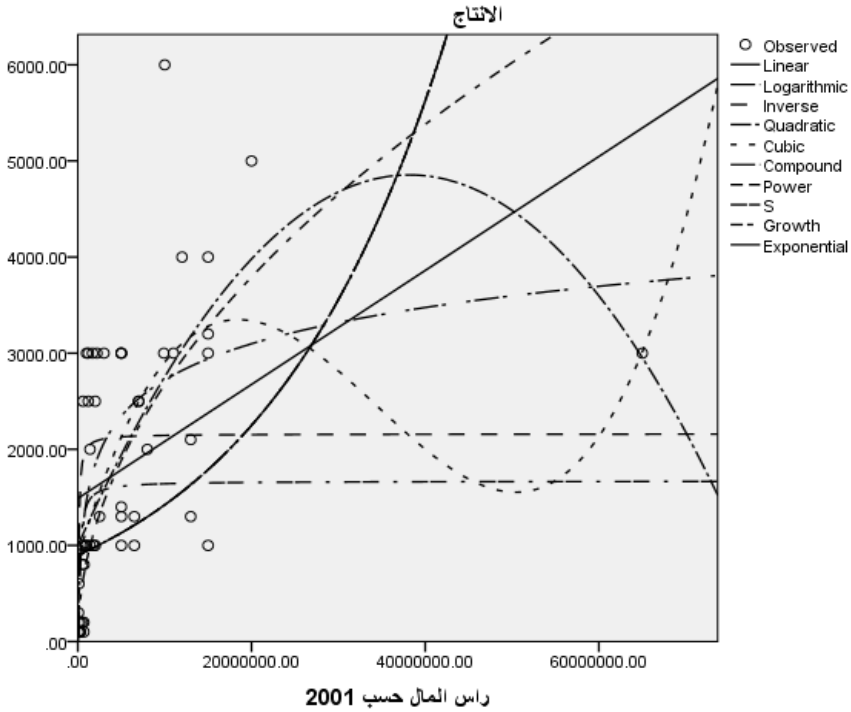
H1: يوجد علاقة ذات دلالة معنوية بين الاستثمار في المشاريع المتوسطة الصناعية وحجم الإنتاج (الطاقة الإنتاجية).

من أجل اختبار هذه الفرضية تم الاعتماد على كورف ايستميشن curve estimation وذلك من اجل الوصول الى نموذج الانحدار الأنسب للعلاقة بين كل من حجم الاستثمار للمشاريع المتوسطة الصناعية كمتغير مستقل والطاقة الإنتاجية كمتغير تابع، وكانت النتائج وفق الجدول:

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (spss).

من الجدول (1-1) كانت قيمة sig التي تقابل جميع النماذج أصغر من (0.05) مما يعني أن جميع النماذج معنوية ولكن من خلال مقارنة قيمة F كان النموذج الأكثر قدرة تقديرية هو نموذج القوة power وبالتالي تم أخذ هذا النموذج من اجل الدلالة على المعادلة الانحدارية بين رأس المالي كقيمة معبرة عن الاستثمار كمتغير مستقل (للمشاريع المتوسطة الصناعية) وحجم الإنتاج كقيمة معبرة عن الطاقة الإنتاجية كمتغير تابع وفق المعادلة المدروسة.

الشكل (1-1): الرسم البياني للنماذج المحتملة



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (spss).

ويظهر الشكل (1-1) الرسم البياني لكافة النماذج المدروسة والتي تعبر عن العلاقة بين المتغيرات المدروسة (رأس المال، الانتاج).

الجدول (1-2): ANOVA

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	38.624	1	38.624	65.033	.000
Residual	30.290	51	.594		
Total	68.914	52			

The independent variable is راس المال حسب 2001.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (spss).

من الجدول (1-2) كانت قيمة SIG تساوي (0.000) وهي أصغر من (0.05) لذلك نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة التي تقول بوجود أثر معنوي لحجم الاستثمار في المشاريع المتوسطة على حجم الإنتاج (الطاقة الإنتاجية) كأحد ابعاد التنمية الاقتصادية.

الجدول (1-3): Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.749	.560	.552	.771

The independent variable is 2001 راس المال حسب.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (spss).

من الجدول (1-3) كانت قيمة R تساوي (0.749) مما يدل على وجود أثر معنوي متوسط القوة لحجم الاستثمار في المشاريع المتوسطة على حجم الإنتاج (الطاقة الإنتاجية) كأحد ابعاد التنمية الاجتماعية، وكان قيمة R^2 تساوي (0.560) مما يعني أن 56% من التغيرات في المتغير التابع (الطاقة الإنتاجية) يعود سببها الى المتغير المستقل (حجم الاستثمار) وفق نموذج القوة المعمول به.

الجدول (1-4): Coefficients

Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		
		Beta	Std. Error	B	
.000	8.064	.749	.063	.505	ln(2001 راس المال حسب)
.279	1.095		.713	.781	(Constant)

The dependent variable is ln (الانتاج).

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (spss).

من جدول المعاملات رقم (1-4) كانت قيمة B تساوي (0.781) بقيمة موجبة مما يدل على وجود أثر معنوي إيجابي وعلاقة طردية بين المتغير المستقل (حجم الاستثمار) والمتغير التابع (الطاقة الإنتاجية) كأحد أبعاد التنمية الاقتصادية.

حيث يعبر عن العلاقة بين المتغيرين وفق النموذج الآتي:

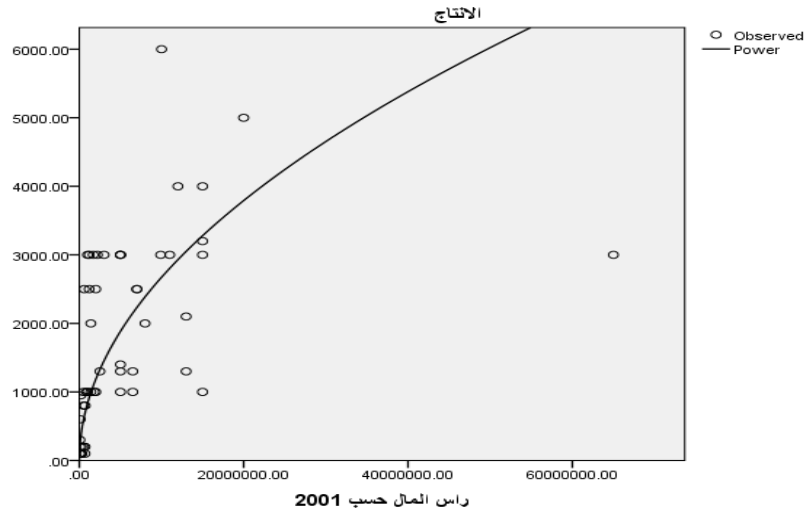
$$y=0.781x^{0.505}$$

حيث أن:

Y: تعبر عن المتغير التابع (الطاقة الإنتاجية).

X: يعبر عن المتغير المستقل (حجم الاستثمار).

الشكل (1-2): الرسم البياني للنموذج:



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (spss).

2-الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد فروق معنوية بين حجم الاستثمار في المشاريع المتوسطة الصناعية باختلاف الصناعة.

H0: لا يوجد فروق معنوية بين متوسط حجم الاستثمار بين المشاريع المتوسطة الصناعية المدروسة باختلاف الصناعة.

H1: يوجد فروق معنوية بين متوسط حجم الاستثمار بين المشاريع المتوسطة الصناعية المدروسة باختلاف الصناعة.

من اجل اختبار هذه الفرضية تم الاعتماد على اختبار الفروق (تحليل التباين أحادي الاتجاه) ANOVA، وكانت النتائج وفق الآتي:

الجدول (2-1): ANOVA

راس المال حسب 2001

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	
.916	.171	17204728687980	3	51614186063941	Between Groups
		100646308293651	49	4931669106388890	Within Groups
			52	4983283292452830	Total

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (spss).

من الجدول (2-1) كانت قيمة sig تساوي (0.916) وهي أكبر من (0.05) مما يعني قبول فرضية العدم التي تقول بعدم وجود فروق معنوية بين متوسط حجم الاستثمار بمختلف الصناعات.

الجدول (2-2): Descriptives

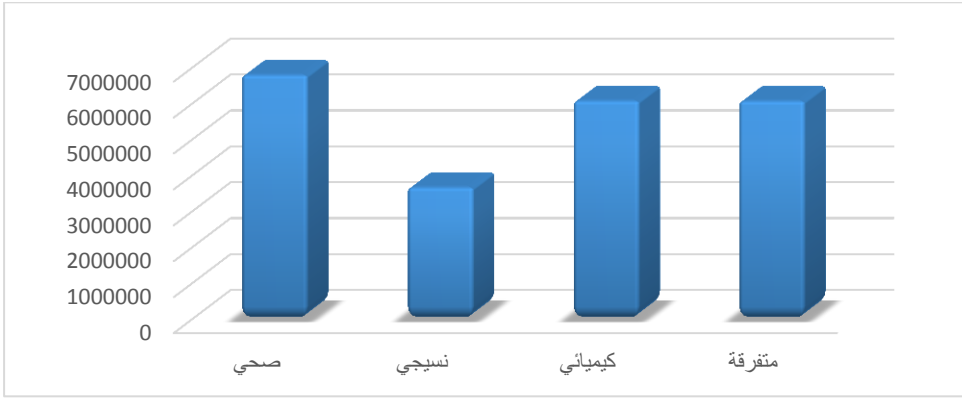
راس المال حسب 2001

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
صحي	8	6825000	7162152	2532203	837290	12812709	1000000	20000000
نسيجي	9	3695555	5906196	1968732	-844348	8235459	60000	15000000
كيميائي	30	6106166	12009233	2192576	1621845	10590488	50000	65000000
متفرقة	6	6100000	4713809	1924404	1153160	11046839	600000	120000000
Total	53	5804622	9789400	1344677	3106329	8502915	50000	65000000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (spss).

من الجدول (2-2) كانت متوسط حجم الاستثمار الأكبر هو من نصيب القطاع الصحي في حين أن المتوسط الأقل كان من نصيب القطاع النسيجي.

الشكل (2-1): الرسم البياني لتوزع الاستثمار بين الصناعات



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (EXCEL).

حيث يظهر الشكل (2-1) توزع الاستثمار بين القطاع المدروسة، ويظهر من الشكل التقارب النسبي بين حجوم الاستثمار باستثناء الصناعة النسيجية.

ومن هنا يدرك الباحث ان البيئة الجغرافية والسكانية للجمهورية العربية السورية تشجع الاستثمار في هذه المشاريع على اختلاف الصناعات بسبب حاجة السوق المحلية وايضاً حاجة الأسواق العالمية للاستيراد وبالأخص إذا كانت أسعار السلع منافسة ويتحقق ذلك من خلال تشجيع هذه المشاريع على الإنتاج لتحقيق ربح مرتفع وذلك من خلال دعمها بالقوانين والبيئة التحتية من كهرباء وماء وغيرها وبناء نظام ضريبي يحقق النتيجة المطلوبة لسياسة الجمهورية الاقتصادية وحافز للمشاريع للاستمرار في الإنتاج ضمن جغرافية الجمهورية.

الاستنتاجات والتوصيات:

بعد معالجة البيانات احصائيا" تمكن الباحث من استخلاص مجموعة من النتائج:

الاستنتاجات:

1. يوجد أثر ذو دلالة معنوية لحجم الاستثمار في المشاريع المتوسطة الصناعية على الطاقة الإنتاجية كأحد ابعاد التنمية الاقتصادية، كما يوجد أثر معنوي لمتوسط القوة لحجم الاستثمار في المشاريع المتوسطة الصناعية على الطاقة الإنتاجية كأحد ابعاد التنمية الاجتماعية.

2. وجود أثر معنوي إيجابي وعلاقة طردية بين المتغير المستقل (حجم الاستثمار للمشاريع المتوسطة) والمتغير التابع (الطاقة الإنتاجية) كأحد ابعاد التنمية الاقتصادية.

3. عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسط حجم الاستثمار في المشاريع المتوسطة الصناعية على اختلاف القطاعات الصناعية، حيث يظهر تقارب نسبي بين حجوم الاستثمار باستثناء القطاع النسيجي الذي تخدمه بعض التسهيلات القانونية.

التوصيات:

1. يقترح الباحث لوزارة الصناعة الاهتمام بترتيب الية عمل المشاريع الصناعية بشكل دقيق ومستمر وذلك لسهولة تنظيم اعمالها مستقبلا" ومعالجة مشكلاتها والحفاظ على استمراريتها لما تشكله من دعم لعملية التنمية الاقتصادية والذي سينعكس على مجمل الوضع الاقتصادي والثقافي والاجتماعي.

2. يقترح الباحث إعطاء الأهمية الكبرى لعمل المشاريع المتوسطة الصناعية لما اثبتته هذه المشاريع في عملها من جدارة واستمرار ومحاولة التغلب على المشكلات، وذلك من خلال تنظيمها بقوانين تعمل على تشجيع انشاء هذه المشاريع وسهولة تصريف انتاجها وتنشيط الجسم الاقتصادي من خلال تنوعها وكثرة اعدادها.

3. منح تسهيلات واعفاءات ضريبية للمشاريع التي تحقق نسبة اشغال معينة يتم دراستها بعد التعرف الى نسبة البطالة، وذلك لتحقيق دخل للعاملين من خلال فرصة عمل واحدة تتناسب مع مستوى المعيشة.

المراجع:

[1]. فراجتيه –سامية،2017 مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، اختصاص إدارة مالية للمؤسسات، خيرة نويوة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المجلد(6)، العدد(3)، الجزائر.

[2]. د. الحموي –فواز _ مخلوف –مي ، 2018، بحث مقدم الى مجلة جامعة طرطوس للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد(2)، العدد(1)،

[3]. م.د. الجنابي حيدر، بحث يتناول المشاكل والتحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في العراق، مجلة جامعة المثنى، المجلد(8)، العدد(11)، العراق.

[4]. مقري عبد الرزاق، مشكلات التنمية والبيئة والعلاقات الدولية، (دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2008)، ص:147-148.

[5]. قسم الاقتصاد الزراعي والادارة، اسلام اباد، باكستان.Faiza Manzoor، Mahwish Siraj،Longbao Wei اعداد، Heliyon بحث منشور في مجلة الجامعة.

[6]. (Tamer G. I. Mansour1, khairy H. Eleshmawiy2, Mahmoud A Abdelazez3 and Salah S. Abd El-Ghani4)[6] بحث منشور في المجلة العالمية لإدارة الأعمال اعداد والتكنولوجيا، عدد (2).

[7]. Prateek Agarwal (23/7/2019),"Economic Development", intelligent economist, Retrieved.7/10/2021.Edited .

[8]. CAROL M. KOPP (25/11/2020),"Development Economics", investopedia, Retrieved.7/10/2021.Edited .

[9]. بيانات المكتب المركزي للإحصاء،2009، سورية.

[10]. الهيئة العامة للاستثمار، سورية، 2008.

[11]. القانون رقم /2/ الصادر عن وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية في سورية، 2016.

ملحق: جداول بيانات رأس المال للمشاريع المدروسة فقط (واعتماده كمؤشر لحجم الاستثمار).

الشركة/سنة الاساس	الاساس	2001	2006	2009	2015
الصناعات الصحية					
الفا—99		48/15000	59/1300000	47/150000000	/100000000 313
الوطنية—94		48/15000	59/1000000	47/150000000	/100000000 313
ابن الهيثم-20		48/20000	59/1500000	47/200000000	/150000000 313
الصابوني-89		48/10000	59/1100000	47/80000000	313/50000000
بربر-91		48/7000	59/1000000	47/60000000	313/50000000
كزبرة-90		48/7000	59/1000000	47/65000000	313/50000000
مكي—90		48/12000	59/1300000	47/100000000	313/50000000
كيخا-98		48/12000	59/1300000	47/110000000	313/50000000
الصناعات النسيجية					
كسيح-96		48/13000	59/4000000	47/50000000	313/50000000
اكتع—011				47/150000000	313/50000000
سنان—92		48/16000	59/8000000	47/100000000	313/50000000
صباغ—93		48/14000	59/10000000	47/99000000	313/50000000
دبس—2009	10مليون/45				313/50000000
رضوان—93		48/20000	59/9000000	47/75000000	313/50000000
ناولو—98		48/6000	59/6000000	47/85000000	313/50000000
عبد القادر-97		48/6000	59/6000000	47/50000000	313/50000000
قصار—90		48/9000	59/6000000	47/50000000	313/50000000

الصناعات الكيميائية					
دبس—91		48/11000	59/6000000	47/50000000	313/50000000
عقيل—2012	120مليون/77				313/50000000
العجيل---2010	13مليون/47			47/61000000	313/50000000
عطط—2010	14مليون/47			47/77000000	313/50000000
صبره—2002	14الف/48		59/7000000	47/55000000	313/50000000
جربوع-2004	18الف/53		59/4000000	47/65000000	313/50000000
كليواتي2000		48/17000	59/11000000	47/110000000	313/50000000
قصاص-2006			59/2000000	47/79000000	313/50000000
خوجا-2014	70مليون/181				313/50000000
ارجيلو-2015					313/50000000
حريتاني-2004	20الف/53		59/3000000	47/69000000	313/50000000
حريتاني-2000		48/17000	59/11000000	47/65000000	313/50000000
قرقناوي-2002	48/6000		59/1800000	47/84000000	313/50000000
الدين وشركاه-99		48/13000	59/15000000	47/99000000	313/50000000
دواليبي—95		48/25000	59/13000000	47/65000000	313/50000000
حسن-92		48/6000	59/8000000	47/51000000	313/50000000
تركماني-02	48/6500		59/2500000	47/69000000	313/50000000
خليل-98		48/10000	59/3000000	47/68000000	313/50000000
الأرمنية-96		48/20000	59/15000000	47/65000000	313/50000000
مكتبي-90		48/10000	59/3000000	47/65000000	313/50000000
قطان-96		48/12000	59/6000000	47/70000000	313/50000000
الباشا-96		48/6000	59/2000000	47/80000000	313/50000000
عدنان-06			59/3000000	47/52000000	313/50000000
كريم-02	48/15000		59/3000000	47/60000000	313/50000000
جربوع-2000		48/3500	59/11000000	47/75000000	313/50000000
عقاد--95		48/15000	59/15000000	47/100000000	313/50000000

الصناعات الهندسية					
الافندي-97		48/5000	59/3000000	47/80000000	313/50000000
دياب-2000		48/10000	59/4000000	47/65000000	313/50000000
العكش-2015					313/80000000
حباري—2014					313/75000000
العكش—2015					313/91000000
مفرز—2010	6مليون/47			47/51000000	313/50000000

ملاحظات:

بسبب الحرب التي تعرضت لها سورية والأسلوب الممنهج في التدمير كان ل محافظة حلب الحصة الأكبر، لكثير من الاعتبارات واهمها قوتها الصناعية الممتدة من قديم السنوات وموقعها وخبرة صناعيها.

فتعرضت المحافظة لأسوء حرب وذلك من خلال تدمير المعامل سرقتها، ولم يستطع سوا قلة قليلة من الصناعيين ان يأخذوا جزء من معاملهم الى داخل المحافظة والعمل تحت الضغط بشقق سكنية.

فأصدرت الحكومة السورية بعض الإعفاءات الاقتصادية منها في العام 2015 باعتماد راس مال المشاريع على أساس العام 2011 لتشجيع المستثمرين على العمل.

تم انشاء الجدول واعتماد سعر الدولار حسب نشرة المصرف المركزي من على الموقع الرسمي:

السنة	الدولار
2001	48
2002	48
2004	53
2006	59
2009	47
2011	47
2012	77
2014	181
2015	313

وتم اعتماد السنوات(2001-2006-2009-2015) بسبب وجود ارقام لرأس مال المشاريع بسبب إعادة تشكيل الهيئات وعملها التي تشرف على آلية تنظيم المشاريع، والتركيز فقط على سنين المقارنة(2001-2009) على اعتبار اعتماد المشاريع سنة(2001) سنة أساس كونها بدأ تنظيم عمل المشاريع في هيئات، وسنة(2009) ذروة الإنتاج الصناعي في سورية.

الفاقد التنموي للناتج المحلي الإجمالي في الجمهورية العربية السورية خلال فترة الأزمة باستخدام منهجية Box-Jenkins

د.زكريا محمد ديب الزلق

عضو هيئة التدريس جامعة طرطوس – كلية الاقتصاد

Dr.zak2002@gmail.com

الملخص:

يهدف هذا البحث إلى دراسة وتحليل السلاسل الزمنية الخاصة بقيم الناتج المحلي الإجمالي في سورية بالاعتماد على بيانات المكتب المركزي للإحصاء خلال الفترة 1960-2020.

من خلال استخدام منهجية بوكس جنكيز في تحليل السلاسل الزمنية لتقدير الفجوة بين القيم الفعلية والقيم المتنبأ بها للناتج المحلي الإجمالي في سورية خلال الفترة 2011-2020 والناتجة عن الحرب، التي استمرت لمدة عشر سنوات، وكانت من أهم تبعاتها تدمير كافة جوانب الاقتصاد السوري.

أظهرت نتائج التقدير أن أفضل نموذج من نماذج بوكس جنكيز يصلح لتمثيل قيم الناتج المحلي الإجمالي في سورية هو نموذج الانحدار الذاتي والمتوسطات المتحركة ARIMA(0,2,1)، وتزايد حجم الفجوة بين القيم التنبؤية والقيم الفعلية للناتج المحلي الإجمالي الناتجة عن التدهور الاقتصادي المتراكم على مدى 10 سنوات.

فقد قدر مقدار هذه الفجوة إلى 611 مليار دولار وفق أسعار عام 2010 وذلك خلال الفترة من 2011 لغاية 2020، كما بلغ حجم خسائر الناتج المحلي التراكمي إلى 5.8 أضعاف الناتج المحلي.

Developmental loss of GDP in the Syrian Arab Republic during the crisis period using the Box-Jenkins methodology

dr.zakarya alzalak

Dr.zak2002@gmail.com

Abstract:

This research aims to study and analyze the time series of GDP values in Syria based on the data of the Central Bureau of Statistics during the period 1960-2020 through the use of the Box-Jenkins methodology in analyzing time series.

To estimate the gap between the actual values and the predicted values of GDP in Syria during the period 2011-2020 resulting from the ten-year war, one of the most important consequences of which was the destruction of all aspects of the Syrian economy.

The results of the estimation showed that the best model of Box-Jenkins models to represent the values of GDP in Syria is the model of self-regression and moving averages ARIMA (0,2,1), and the increasing size of the gap between the predictive values and the actual values of GDP resulting from the economic deterioration accumulated over 10 years.

This gap was estimated at 611 billion $ from 2011 to 2020. The cumulative GDP losses reached 5.8 times the GDP.

1- المقدمة:

في عالم يتسارع التطور الاقتصادي، تظهر حاجة حاسمة لقياس النشاط الاقتصادي وتحليله بشكل فعّال. ينطلق الناتج المحلي الإجمالي كمؤشر رئيسي يكشف عن نبض اقتصاد الدول. إنه ليس مجرد إحصاء، بل قصة تحكي عن صحة وقوة الاقتصاد ومدى تحقيقه للنمو المستدام، تُعتبر هذه القياسات الاقتصادية أداة أساسية لتحليل هياكل الأنشطة الاقتصادية وتوزيع الثروة. يُظهر الناتج المحلي الإجمالي لنا ليس فقط كمية الإنتاج، بل كذلك كيفية توزيعها بين القطاعات المختلفة. إنه يُلقي نظرة عميقة على أحوال الحياة، حيث يُعتبر مؤشرًا لمستوى المعيشة والرفاه في الدولة.

في ظل استمرار التحولات الاقتصادية، يصبح الناتج المحلي أداة أساسية لفحص صحة الاقتصاد واستدامته. يُمثل مؤشرًا حيويًا لمعدل النمو الاقتصادي، وهو ما يُمكن الحكومات وصناع السياسات من توجيه جهودهم نحو تحقيق التنمية المستدامة. حيث يُعَدّ النمو الاقتصادي من الأهداف الأساسية التي تسعى خلفها الحكومات، و تتطلع إليها الشعوب و ذلك لكونه يمثل الخلاصة المادية للجهود الاقتصادية وغير الاقتصادية المبذولة في المجتمع إذ يعد أحد الشروط الضرورية لتحسين المستوى المعيشي للمجتمعات، كما يعد مؤشراً من مؤشرات رخائها، ويرتبط النمو الاقتصادي بمجموعة من العوامل الجوهرية في المجتمع تعد بمثابة المناخ الملائم لتطويره كعامل توفر المؤسسات ذات الكفاءة العالية، الحكم الراشد، المشاركة المجتمعية، البحث العلمي، الصحة والتعليم

وبالتالي أصبحت عملية تحقيق مستوى نمو لابأس به مرتبطاً عضوياً بتوفر هذا المناخ المؤثر والعنصر المهم لحساب النمو الاقتصادي هو الناتج المحلي الإجمالي، إذ يكون النمو الاقتصادي هو حصة الفرد من الناتج المحلي الإجمالي ومن هنا تأتي أهمية قيم الناتج المحلي الإجمالي[15]. ويعد استعمال الطرق الإحصائية حاجة ملحة لدراسة وتحليل المتغيرات بشكل دقيق بهدف معرفة سلوكها في الماضي من أجل التنبؤ بقيمها في المستقبل وذلك من أجل بناء خطط مستقبلية مبنية على أسس صحيحة. يوجد العديد من النماذج لتحليل السلاسل الزمنية، ومن أحدث هذه النماذج والأكثر استخداماً منهجية بوكس جنكيز التي تهتم بتحليل السلاسل ذات الفترات المتباطئة زمنياً إضافةً إلى قدرتها على التنبؤ بسلوك الظاهرة في المستقبل. وهو ما يسعى الباحث لاستخدامه في هذا البحث وذلك لقياس الفجوة في الناتج المحلي نتيجة الأزمة في الجمهورية العربية السورية.

2- مشكلة البحث:

تتمثل المشكلة بعدم وجود بيانات كافية أو متاحة لفحص الفاقد التنموي للناتج المحلي الإجمالي في الجمهورية العربية السورية خلال فترة الأزمة، حيث أن معظم التقديرات لهذا الفاقد تم بنائها من خلال توقعات أو حتى من خلال النمو الخطي الذي كان من المفترض تحققه. علاوة على التحديات المرتبطة في تحليل تأثير الفاقد التنموي على الاقتصاد واتخاذ التدابير اللازمة لتعزيز التنمية المستدامة بسبب الظروف السياسية

والاقتصادية في الجمهورية العربية السورية، وبالتالي تتمثل مشكلة البحث في الجوانب الآتية :

1- النماذج المستخدمة في تقدير الناتج المحلي الإجمالي في سورية خلال الأزمة تفترض النمو الخطي البسيط وهو ما لا يتطابق علمياً مع واقع المتغيرات والظروف على الأرض.

2- عدم وجود أرقام دقيقة تحدد كمية الفاقد التنموي من الناتج المحلي الإجمالي في سورية خلال فترة الأزمة.

3- أهمية البحث:

تتجسد أهمية البحث في جانبين إثنين الأول اقتصادي يتمثل في رصد تطور الناتج المحلي الإجمالي في سورية نظراً لأهميته في حساب معدل النمو الاقتصادي، والفاقد الحاصل في الناتج المحلي الإجمالي نتيجة التغيرات الطارئة نتيجة الأوضاع التي سادت خلال فترة الحرب من 2011-2020. ويتمثل الجانب الثاني الإحصائي المتمثل باستخدام منهجية بوكس جنكيز-Box Jenkinsباعتبارها من أحدث الطرق والأدوات المستخدمة في عملية التنبؤ لمعرفة مسار هذه الظاهرة في المستقبل حيث يعتبر من المناهج القوية المستخدمة في التنبؤ بالظواهر وذلك بناء على تغيرات هذه الظاهرة في الماضي والحاضر في ظل الظروف الطبيعية وذلك لما تخضع له البيانات من فحص

قبل استخدام النموذج وهو ما سيساعدنا في تقدير حجم الفجوة الناتجة عن الحرب من خلال تحليل النمو الاقتصادي الذي يقدر صحة واستدامة الاقتصاد وما تعرض له خلال هذه الحرب.

4- أهداف البحث:

إن دراسة وتحليل الفاقد التنموي للناتج المحلي الإجمالي في الجمهورية العربية السورية خلال فترة الأزمة، باستخدام منهجية Box-Jenkins، وتقديم تقييم لتأثير هذا الفاقد على الاقتصاد السوري. كما يهدف البحث إلى مساندة متخذ القرار الاقتصادي إلى اقتراح التدابير اللازمة لتعزيز التنمية المستدامة في سورية استناداً إلى النتائج والأرقام التي يتم التوصل إليها من خلال منهجية علمية سليمة.

حيث يتمثل هدف البحث في الآتي :

1- صياغة نموذج قياسي باستخدام منهجية Box-Jenkins يمكن من خلاله تحليل والتنبؤ بقيم بالناتج المحلي الإجمالي في الجمهورية العربية السورية من خلال البيانات التاريخية من 1960 لغاية 2010 وذلك لتقدير القيم المتوقعة فيما استمرت الظروف وفق الاتجاه العام وبدون الظروف الطارئة (الحرب) للظاهرة لغاية فترة 2011 لغاية 2020.

2- مقارنة القيم المتوقعة الناتجة عن النموذج القياسي المتنبأ به من خلال منهجية بوكس جنكيز Box-Jenkins مع القيم الصادرة عن المكتب

المركـزي للإحصـاء للنـاتج المحلـي الإجمـالي خـلال ذات الفتـرة وذلـك لتقـدير حجـم الفجـوة النـاتج وبالتـالي تقـدير حجـم الفاقـد التنمـوي للنـاتج المحلي الإجمالي.

5- حدود البحث.

تتمثل حدود الدراسة في الحدود المكانية المتمثلة في الجمهورية العربية السورية، والحدود الزمانية خلال الفترة من عام 1963 لغاية 2020 .

6- فرضيات البحث:

أما الافتراضات المستخدمة هي نمو الناتج المحلي الإجمالي وفق النموذج المتنبأ به خلال الفترة من 2011-2020 بمعزل عن التغيرات الطارئة التي حدثت لتقدير الناتج المحلي الناتج عن الاتجاه العام خلال الفترة من 1960-2010.

7- الدراسات السابقة.

سيتم تناول الدراسات السابقة من خلال جانبين يتمثل الأول في على مفهوم الناتج المحلي الإجمالي وبشكل خاص في الجمهورية العربية السورية ومن تناول عدد من الدراسات التي تناولت الناتج المحلي الإجمالي على الصعيد المحلي والعربي والدولي، ومن ثم ننتقل إلى الجانب الثاني المتمثل في التعرف على منهجية Box-Jenkins بمراحله الرئيسة (تحديد النموذج، تقدير النموذج ، فحص النموذج ،التنبؤ).

6-1- الناتج المحلي الإجمالي في الجمهورية العربية السورية.

حيث يعد الناتج المحلي الإجمالي أفضل معيار لقياس الأداء الاقتصادي كونه يمثل القيمة الإجمالية لكل ما ينتجه الاقتصاد خلال فترة ما. وبمعنى آخر فإن إجمالي الناتج المحلي يمثل القيمة النقدية السوقية لجميع السلع والخدمات النهائية المنتجة في اقتصاد ما خلال فترة معنية عادة تكون سنة. ويقاس الناتج المحلي الإجمالي من خلال الدخل أو الإنتاج أو الإنفاق وتستخدم الطرق الثلاث كطرق متكاملة وليس كطرق بديلة.

يعرف الناتج المحلي الإجمالي على أنه إجمالي قيمة السلع والخدمات المنتجة والمسوقة داخل حدود دولة ما خلال فترة زمنية معينة (ثلاثة أشهر أو سنة)[14]

يعكس هذا المؤشر الحالة الاقتصادية للدولة. فزيادة الإنتاج في أي دولة تعكس تحسن الوضع الاقتصادي للدولة وقدرة اقتصاد هذه الدولة على توفير المزيد من فرص العمل، وبالتالي زيادة دخل الأفراد الذي ينعكس على زيادة استهلاكهم وكذلك مدخراتهم واستثماراتهم مما يؤدي إلى زيادة الإنتاج مرة أخرى والعكس صحيح. كما ويعكس مؤشر الناتج المحلي إجمالي الأنشطة الاقتصادية التي عمل المجتمع على إنتاجها خلال فترة زمنية معينة غالباً سنة. كما يستخدم في التحليلات الاقتصادية التي يقوم بها الاقتصاديون لمعرفة أداء الاقتصاد في الدولة والتنبؤ كذلك بالوضع المستقبلي من حيث معدل النمو أو الانكماش المتوقع على المدى القصير [15]. من جانب آخر، يستخدم هذا المؤشر للمقارنة بين الأداء الاقتصادي للدول. يقاس الناتج المحلي الإجمالي بعملة

الدولة المعنية، وعندما تتم مقارنة قيمة الناتج المحلي الإجمالي لأكثر من دولة، يتم تحويل قيمة ناتج كل دولة إلى القيمة المساوية له بعملة موحدة لتسهيل عملية المقارنة الاقتصادية.

يشمل الناتج المحلي الإجمالي كل ما يتم إنتاجه من سلع وخدمات نهائية داخل الحدود الجغرافية للدولة من قبل مواطني الدولة أو من قبل الأجانب الذين يعملون داخل الدولة. كما قد يتضمن أيضاً في بعض الدول جانباً من الإنتاج غير المسوق، مثل خدمات الدفاع أو التعليم التي تقدمها الحكومة، وفي بعض الدول كذلك تقديراً لقيمة الناتج في القطاع غير المنظم (القطاع غير الرسمي) بينما لا يشمل الناتج المحلي الإجمالي الأعمال التي تتم بلا مقابل أو بدون أجر مثل خدمات الطبيب لأهل بيته، أو خدمات ربات البيوت في منازلهن، وغيرها من الأعمال غير مدفوعة الأجر، أو تلك التي تتم من قبل متطوعين لأهداف خيرية.[16]

توجد ثلاث طرق أساسية لاحتساب الناتج المحلي الإجمالي لأي دولة، تتمثل في احتساب الناتج المحلي الإجمالي بحسب بنود الإنتاج، أو بنود الإنفاق، أو بنود الدخل، كما يحتسب الناتج المحلي الإجمالي إما بالأسعار الجارية أو الثابتة. هناك العديد من المؤشرات الاقتصادية التي يتم احتسابها من واقع بيانات الناتج المحلي الإجمالي ومن أهمها معدل النمو الاقتصادي، ومتوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي. تتابع الحكومات عن كثب التغيرات في الناتج المحلي الإجمالي وتستفيد من ذلك في عملية

رسم السياسات الحكومية لتحقيق المزيد من النمو الاقتصادي. فالانخفاض المستمر للمؤشر يشير إلى مجموعة من التحديات التي تواجه الاقتصاد والتي قد يتعلق بعضها بجانب العرض وهو ما يستلزم من الحكومة تبني سياسات قطاعية لدفع الإنتاج في هذه المجالات. أو قد يعكس تراجع الناتج المحلي الإجمالي تحديات تتعلق بجانب الطلب وهو ما يدفع صناع القرار إلى تبني سياسات حكومية ومن أهمها سياسات نقدية ومالية من شأنها زيادة مستويات الطلب المحلي بالتالي دفع الناتج المحلي الإجمالي والنمو الاقتصادي.

نظراً لأهمية هذا المؤشر تحرص الأجهزة الإحصائية على احتسابه بشكل سنوي، كما يتم احتسابه كذلك كل ثلاثة أشهر بهدف الرصد السريع لواقع القطاعات الإنتاجية وبنود الأنفاق المختلفة بما يمكن من الاستجابة السريعة لأية تحديات تواجه الاقتصاد المحلي. كما تقوم بعض الدول باحتسابه كذلك ليس فقط على المستوى المحلي وإنما على مستوى المناطق الجغرافية المختلفة لضمان التنمية الداخلية المتوازنة.

وتأتي أهمية الناتج المحلي الإجمالي من خلال الآتي:[12]

1. متابعة التقلبات الاقتصادية.
2. تشخيص واقع الاقتصاد موضوع الدراسة ومقارنته بالاقتصاديات الأخرى من حيث التخلف أو التقدم.

3. يمكن من الاعتماد على التنبؤات الاحتمالية والإسقاطات القياسية لمؤشرات الناتج المحلي الإجمالي.

4. تشخيص واقع النظام الاقتصادي.

5. يعد الناتج المحلي الإجمالي مؤشراً مهماً في إعداد السياسات الخاصة بالسكان.

وقد كانت الجمهورية العربية السورية بلداً سريع النمو فقد صنفت قبل الحرب من البلدان المتوسطة الدخل وبصورة إجمالية، كان الاقتصاد السوري آخذ في التحسن والتطور خلال العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، وإن كان قد بدأ من قاعدة متدنية وسجل إجمالي الناتج المحلي الإجمالي نمواً بمعدل 4.3% سنوياً بين عامي 2000 و2010 بالقيمة الحقيقية وكان مدفوعاً بالكامل تقريباً بالنمو في القطاعات غير النفطية. منذ عام 2011 وحتى نهاية عام 2016، قدرت الخسائر التراكمية في إجمالي الناتج المحلي بنحو 226 مليار دولار أي نحو أربعة أضعاف إجمالي الناتج المحلي السوري عام 2010

حيث قدّرت قيمة الخسائر المتراكمة بين عامي 2011 و 2015 بمبلغ إجمالي قيمته 259.6مليار دولار أميركي، منها 169.7 مليار دولار كخسائر في الناتج المحلي الإجمالي وتقريبا 90 مليار دولار كخسائر في رأس المال، وفي الفترة بين عامي 2012 و 2013 ، تزايدت الخسائر المتكبدة في الناتج المحلي الإجمالي فيما تراجع النشاط الاقتصادي واحتدم القتال وانتشر في أنحاء الدولة .ومن جهة ثانية، بدأت العقوبات الاقتصادية بالتأثير سلبًا على كافة القطاعات الاقتصادية في منتصف عام 2012 ، لا

سيّما على تلك التي تعتمد على مواد الإنتاج الأولية والمنتجات الغذائية والوقود .كما أن الانخفاض الكبير في إنتاج النفط و الغاز بين عامي 2010 و 2013 ، أدى إلى تفاقم خسائر الناتج المحلي الإجمالي [9].

حيث الحقت الحرب الدائرة في سورية والذي دخل الآن عامه الثاني عشر، دماراً وخسائر تفوق الخيال بالشعب السوري واقتصاده. فقد نزح أكثر من نصف السكان قبل الصراع (البالغ عددهم 21 مليون نسمة) سواء داخلياً أو كلاجئين، معظمهم في البلدان المجاورة. ونتيجة لتدمير رأس المال المادي، والخسائر البشرية، والنزوح القسري، وتفكك الشبكات الاقتصادية، انكمش إجمالي الناتج المحلي في سورية بأكثر من النصف بين عامي 2010–2020. ودفع الانخفاض الكبير في نصيب الفرد من إجمالي الدخل المحلي البنك الدولي إلى إعادة تصنيف سورية كبلد منخفض الدخل منذ عام 2018.[10]

تشير تقارير إلى أن الحرب في سورية تسببت في خسائر اقتصادية كبيرة. وفقًا لتقرير مشترك بين لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا) ومركز الدراسات السورية في جامعة سانت آندروز بعام 2020 ، تكبدت سورية خسائر اقتصادية تُقدّر بنحو 442 مليار دولار خلال ثماني سنوات بسبب الحرب. ووجد التقرير أن مؤشر التنمية البشرية في الجمهورية العربية السورية شهد انخفاضًا حادًا من 0.64 عام 2010 إلى 0.549 في عام 2018، مما قلل من مكانته من مظلة البلدان ذات التنمية البشرية المتوسطة إلى البلدان ذات التنمية البشرية المنخفضة. يشير التقرير إلى

أن 82% من الأضرار الناجمة عن الصراع تراكمت في سبعة من أكثر القطاعات كثافة في رأس المال: الإسكان والتعدين والنقل والأمن والتصنيع والكهرباء والصحة. وتُقدّر قيمة الدمار المادي لرأس المال بنحو 117.7 مليار دولار، والخسارة في الناتج المحلي الإجمالي بمبلغ 324.5 مليار دولار، مما يضع تكلفة الاقتصاد الكلي للصراع عند نحو 442 مليار دولار2 [10].

إن جميع الدراسات السابقة تناولت الناتج المحلي الإجمالي من خلال إما تقديرات عامة أو من خلال تقديرات للنمو الخطي الذي كان يفترض أنه يتحقق وهو ما يختلف عن بحثنا حيث يتم هنا استخدام منهجية بوكس جنكيز في تقدير الناتج المحلي الإجمالي فيما لو لم تتعرض سورية للحرب و الناتجة عن النمو وفق هذا النموذج وقبل التعرض لهذا النموذج بكل تفاصيله لابد من التعرض لعدد من الدراسات التي استخدمت النموذج كما في الفقرة اللاحقة.

6-2- دراسات عن منهجية Box-Jenkins

هنالك العديد من الدراسات التي تناولت نموذج بوكس جنكيز ومن أبرز هذه الدراسات :

حيث قدم مجوعة من الباحثين (عائشة عميش، سهام طرشاني، خليفة قصي قحطان)،(2019) باستخدام منهجية بوكس جنكيز للتنبؤ بمعدلات التضخم في الجزائر خلال الفترة (1970-2016) حيث كان هدف البحث دراسة وتحليل السلاسل الزمنية الخاصة بمعدلات التضخم في الاقتصاد الجزائري بالاعتماد على بيانات متوفرة خلال

الفترة 1970–2016 باستخدام منهجية بوكس جنكيز في تحليل السلاسل الزمنية نظراً لما تمتاز به هذه النماذج من دقة ومرونة عاليتين في تحليل السلاسل الزمنية. أظهرت نتائج التقدير أن أفضل نموذج من نماذج بوكس جنكيز يصلح لتمثيل معدلات التضخم في الجزائر هو نموذج الانحدار الذاتي والمتوسطات المتحركة ARIMA(1,1,0) [11] .

وفي دراسة طالب أحمد، 2018 تم استخدام منهجية بوكس جنكيز لبناء نموذج قياسي للتنبؤ بعدد المواطنين السوريين حيث هدفت الدراسة إلى وضع نموذج قياسي للتنبؤ بعدد المواطنين السوريين باستخدام منهجية بوكس جنكيز وتوفيق أفضل نموذج من نماذج ARIMA، تم استخدام برنامجي Eviews –Spss لتحليل البيانات، إذ توصلت الدراسة إلى أن أفضل النماذج المقترحة للحصول على تنبؤات دقيقة وفقاً للاختبارات الإحصائية واختبارات الدقة التنبؤية هو النموذج ARIMA (2,1,1) ، و أوضح هذا النموذج أن عدد المواطنين السوريين المقدر سيزداد حتى عام 2035[2].

وفي دراسة عمر أحمد محمد صغير، 2015، استخدام منهجية بوكس جنكيز للتنبؤ بمعدلات التضخم في السودان دراسة قياسية في الفترة 1978–2011: حيث هدف البحث إلى اختبار مدى فاعلية تطبيق نموذج Box-Jenkins في تحليل السلاسل الزمنية في التنبؤ بمتغير التضخم في السودان خلال الفترة 2011–2027، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى أهداف البحث، وتم استخدام برنامج E–views،

وتوصلت الدراسة إلى أن نموذج الانحدار الذاتي والمتوسط المتحرك(2.1) ARIMA هو النموذج الملائم لتمثيل دالة التضخم في السودان[1].

وفي دراسة في الفلبين بعام 2014 هدف البحث إلى الوصول إلى نموذج باستخدام منهجية بوكس – جنكيز يمكن من خلاله التنبؤ بالناتج المحلي الإجمالي للفلبين بمكوناته المختلفة من استثمار، استهلاك، مشتريات حكومية، صافي الصادرات، وشملت بيانات الدراسة الناتج المحلي الإجمالي الربعي للفلبين من عام 1995 حتى 2007 حيث كانت إجمالي المشاهدات 50. وكانت أهم نتائج البحث: أن النموذج الملائم للتنبؤ بالناتج المحلي الإجمالي في الفلبين هو نموذج ARMA (1,1) حيث تبين من خلال النموذج أن الناتج المحلي الإجمالي سيرتفع خلال الأعوام القادمة [17]. إضافة إلى العديد من الدراسات التي تناولت استخدام منهجية Box-Jenkins و التي لا مجال لحصرها لذلك سنعمل على شرح هذه المنهجية وفق خطواتها بالتفصيل.

8- منهجية البحث (Box & Jenkins).

تعتمد الدراسة استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال استخدام منهجية Box-Jenkins في السورية خلال الفترة الزمنية من 1963 لغاية 2010 ومن خلال استخدام أفضل نموذج يتم التوصل له لاستخدامه في التنبؤ في الناتج المحلي الإجمالي لغاية 2020 باستخدام برنامج E-Views-12 لتحديد الفاقد من الناتج المحلي الإجمالي، وقبل تطبيق ذلك لابد من شرح ألية عمل هذا النموذج ومفهومه بشكل عام

حيث يطلق على مجموعة المشاهدات التي تمثل قياسات لظاهرة معينة خلال فترات زمنية محددة تعبير السلسلة الزمنية، فالسلسلة الزمنية هي عبارة عن سجل تاريخي لنشاط معين بقياسات مأخوذة على فترات زمنية متساوية. وفكرة تحليل السلاسل الزمنية هي تقدير نموذج رياضي يمكنه أن يحاكي تقريباً التدرج التاريخي لتلك الظاهرة، بحيث يمكنه أن يقدر بدقة قيم السلسلة الزمنية ويمكن استخدامه بالتنبؤ بقيم مستقبلية لهذه الظاهرة، ويجعل بواقي النموذج أقل ما يمكن وليس بها أي نوع من الارتباط الداخلي فيما بينها، ويعتبر أسلوب تحليل السلسلة الزمنية أحد الأساليب المستخدمة في عمليات التنبؤ. هناك خطوات محددة لبناء نموذج السلاسل يمكن تكرارها حتى نجد النموذج الأكثر ملاءمة لطبيعة البيانات، ويصف التغيرات في الظاهرة موضوع الدراسة بأعلى دقة ممكنة، ويعتبر سلوب بوكس – جنكيز أحد الأساليب المستخدمة لبناء النماذج المختلفة في تحليل السلاسل الزمنية[13-8]. ويقصد بنماذج بوكس جنكيز تلك المنهجية التي طبقها كل من George Box و gwilyn Jenkins على السلاسل الزمنية عام 1970، حيث تمتاز هذه المنهجية عن باقي الطرائق الأخرى بقدرتها على النمذجة والتنبؤ بالظواهر العشوائية دون افتراض أي نموذج مسبق، وتقدم حلولاً شاملة لجميع مراحل تحليل السلاسل الزمنية بدءاً من اختيار النموذج المبدئي الملائم، ومروراً بتقدير معالم النموذج، وتشخيصه، وانتهاءً بالتنبؤ بالمشاهدات المستقبلية، ويرافق هذه المنهجية عدد من الاختبارات الإحصائية التي تمكننا من التعرف على النموذج المناسب للبيانات، عكس

الطرائق التقليدية التي لا يمكنها وصف التغيرات المعقدة في السلاسل الزمنية، وعدم قدرتها على استخدام الاختبارات الإحصائية الملائمة للتحقق من صحة النموذج الذي يتم توفيقه.[13]

تظل دقة البيانات هي العامل الأساسي في عدم فهم النتائج لأسلوب تحليل السلاسل الزمنية، لذلك لا بد من تناسق البيانات ووضوح كيفية جمعها أو قياسها، وحتى يكون التحليل الإحصائي دقيق لا بد من عدد كاف للبيانات، وتعتبر السلسلة بقيم تتراوح من 40 إلى 50 مشاهدة تم قياسها على فترات زمنية متساوية عدد مناسب لأغراض التنبؤ الإحصائي بدقة كافية [6]

تقوم فكرة أسلوب أو طريقة بوكس جنكيز لتحليل السلسلة الزمنية على توظيف تاريخ السلسلة الزمنية وسلسلة الأخطاء في التوصل لوصف ملائم لنمط تغير البيانات من خلال عدة مراحل. بداية يجب التحقق من سكون السلسلة الزمنية وتحويلها لسلسلة ساكنة إذا كانت غير ساكنة عن طريق تنظيف السلسلة من مصادر أو مكونات عدم السكون عن طريق إجراء العمليات أو التحويلات المناسبة[4].

7-1- مفهوم النموذج Box-Jenkins

يعتبر نموذج بوكس جنكيز من أبرز طرق التنبؤ الاقتصادي وهو ما يسمى نموذج الانحدار الذاتي المتكاملة مع المتوسطات المتحركة ARIMA وهي تعتمد على الدمج بين نماذج الانحدار الذاتي AR والمتوسطات المتحركة MA.[19]

1) **نموذج الانحدار الذاتي العام AR(p)** : وهو القيمة الحالية للسلسلة الزمنية والتي يعبر عنها بدلالة المجموع الموزون للقيم السابقة للسلسلة الزمنية مضافا

لهـا قيمـة الخطـأ الحـالي والصـيغة العامـة لنمـوذج الانحـدار الـذاتي مـن الدرجـة p يرمز له بالرمز AR(p) ويعبر عنه بالعلاقة الآتية:

$$Y_t = m + a_1 y_{t-1} + a_2 y_{t-2} + a_3 y_{t-3} + \ldots\ldots + a_p y_{t-p} + u_t \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots (1)$$

حيث m يمثل ثابت النموذج ، $a_1, a_2, a_3 \ldots$ معلمات النموذج t الزمن

$\{u_1, u_2, u_3 \ldots u_t\}$ حيث تمثل سلسلة الأخطاء العشوائية بمتوسط مقدره صفر وتباين σ_u^2 وتغاير مقداره صفر.

2) <u>نمـوذج العـام للأوسـاط المتحركـة (MA(q</u> :وهـو يعبـر عـن القيمـة الحاليـة للسلسـة الزمنيـة بدلالـة المجمـوع المـوزون للقـيم السـابقة للأخطـاء $\{u_t, u_{t-1}, u_{t-2} \ldots\}$ والصـيغة العامـة لهـذا النمـوذج مـن الدرجـة q والـذي يرمـز له بالرمز MA (q) ويعبر عنه بالعلاقة الآتية :

$$Y_t = m + u_t - b_1 u_{t-1} - b_2 u_{t-2} \ldots\ldots - b_q u_{t-q} \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots (2)$$

حيث m يمثل ثابت النموذج ، $b_1, b_2, b_3 \ldots$ معلمات النموذج t.

3) <u>النمـوذج المخـتلط ARMA</u>: وفـي هـذا النمـوذج يـتم الجمـع بـين النمـوذجين السـابقية للحصـول علـى نمـوذج لـه مرونـة أكبـر فـي تمثيـل بيانـات السلسـلة الزمنيـة

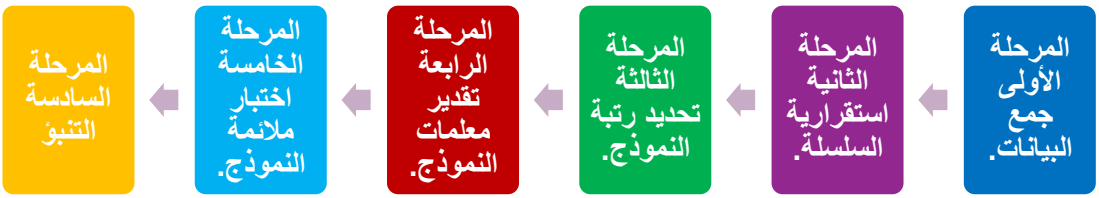
والصيغة العامة المختلطة لهذا النموذج يعبر عنها بالشكل (p,q) ARMA(وتعطى بالعلاقة الآتية [18] :

$$Y_t = m + a_1 y_{t-1} + a_2 y_{t-2} + a_3 y_{t-3} + \ldots + a_p y_{t-p} + u_t + u_t - b_1 u_{t-1} - b_2 u_{t-2} \ldots - b_q u_{t-q} \ldots\ldots\ldots(3)$$

حيث m يمثل ثابت النموذج، $a_1, a_2, a_3 \ldots$ معلمات النموذج ، $b_1, b_2, b_3 \ldots$ معلمات النموذج t الزمن.

2-7- مراحل منهجية Box-Jenkins

ويتم تطبيق أسلوب بوكس جنكيز من خلال المراحل الأساسية التالية وهي على الترتيب وفق الشكل الآتي[3]:



1-**جمع البيانات[5]:** من خلال مراجعة العديد من الأبحاث لوحظ أن أدنى عدد ممكن لاستخدام نموذج بوكس جنكيز هو 50 مشاهدة على الأقل، في حين يرى البعض أن 30 مشاهدة تكفي لبناء النموذج. ويرى الباحث أن عدد المشاهدات كلما كان أكبر كلما أعطى نموذج أفضل.

2- استقراريه السلسلة stationary: يقصد بالاستقرارية أن المشاهدات تتذبذب بشكل عشوائي حول متوسط ثابت، ويمكن القول أن السلسلة المستقرة هي السلسلة التي تكون متجانسة زمنيا أي أن رسم السلسلة في اللحظة الزمنية (t,t+h) يكون مطابقاً لرسم السلسلة في فترة أخرى(s,s+h) وفي الحقيقة أن حالة الاستقرارية هي نادرة جدا وتوضع لغرض تسهيل التعامل الرياضي مع السلاسل الزمنية وهي ضمن نوعين[13]:

أ- الاستقرارية التامة حيث أن التوزيع المشترك لأي مجموعة من المشاهدات لا يتأثر بإزاحة كل الفترات الزمنية للمشاهدات إلى الأمام أو إلى الخلف بأية كمية.

ب- الاستقرارية من الدرجة الثانية حيث أن السلسلة تتحول إلى ثابتة بعد الإزاحة k أو من خلال أخذ log(k) ويكون ثابت لجميع القيم الصحيحة K. أو عدم استقراريه السلسة الزمنية.

وتستخدم دالة الارتباط الذاتي ودالة الارتباط الذاتي ودالة الارتباط الذاتي الجزئي وذلك للكشف عن استقرارية أو عدم استقرارية السلسلة الزمنية[7] :

- تعرف دالة الارتباط الذاتي Auto Correlation Function بأنه مقياس لدرجة العلاقة بين قيم السلسة مع نفسها لفترة زمنية بقرق ازاحات مختلف، وهي ذات أهمية كبيرة لأنها أحدى أساليب تحديد قيما إذا كانت العملية العشوائية مستقرة أم لا ، إن الصيغة الرياضية لإيجاد دالة الارتباط الذاتي للعملية العشوائية بفرق إزاحة k هي [13] :

$$\rho_k = \frac{\mathrm{cov}(y_t, y_{t+k})}{\sqrt{\mathrm{var}(y_t).\mathrm{var}(y_{t+k})}} \quad \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots (4)$$

وتكمن الفائدة من تحليل الارتباط الذاتي في المجالات:

1- وجود الاستقرارية أي عدم وجود صعود أو هبوط في المشاهدات حول محور الفواصل وإن وجد فهو متناظر. أو عدم الاستقرارية في السلسة أي وجود صعود أو هبوط حول محور الفواصل غير متناظر.

2- تحديد الموسمية في السلسة الزمنية أي وجود نمط معين يعيد نفسه خلال فترة زمنية معينة مثل زيادة المبيعات لسلعة معينة في الشتاء وانخفاضها بالصيف وهكذا كل عام أي تشير المبيعات لوجود نمط موسمي كل 12 شهر.

- تعرف دالة الارتباط الذاتي الجزئي Partial Auto Correlation Function ويشار إليها بالاختصار PACF وتعد هذه الدالة مؤشر يقيس العلاقة بين قيمة الظاهرة باللحظة t واللحظة t+k للسلسة نفسها مع افتراض ثبات بقية قيم السلسة ويساعد في عملية تحديد رتبة النموذج ونوعه لذلك فهو من الأدوات المستعملة في تحليل السلاسل الزمنية ويمكن تقديره من خلال المربعات الصغرى أو مجموع المعادلات التقريبية لتقطير معادلات الارتباط الذاتي الجزئي ϕ_{kk} وهي [20] :

$$\phi_{kk} = \frac{\begin{vmatrix} 1 & p_1 & p_2 \ldots\ldots p_{k-2} & p_1 \\ p_1 & 1 & p_1 \ldots\ldots p_{k-3} & p_2 \\ \ldots\ldots & \ldots\ldots & \ldots\ldots\ldots\ldots & \ldots\ldots \\ p_{k-1} & p_{k-2} & \ldots\ldots\ldots\ldots p_1 & p_k \end{vmatrix}}{\begin{vmatrix} 1 & p_1 & p_2 \ldots\ldots p_{k-2} & p_{k-1} \\ p_1 & 1 & p_1 \ldots\ldots p_{k-3} & p_{k-2} \\ \ldots\ldots & \ldots\ldots & \ldots\ldots\ldots\ldots & \ldots\ldots \\ p_{k-1} & p_{k-2} & \ldots\ldots\ldots\ldots p_1 & 1 \end{vmatrix}} \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots (5)$$

حيث تسمى المعلمات بدوال الارتباط الجزئي PACF وهي تساعد في تحديد درجة النموذج بأنواعه الثلاث الملائم لتمثيل السلسلة الزمنية.

3- **تحديد رتبة النموذج Model order selection criteria**: ويتم في هذه المرحلة اختيار نموذج ملائم لوصف بيانات السلسلة الزمنية من مجموعة نماذج الانحدار الذاتي المتوسطات المتحركة المختلطة ARMA(p,q) حيث تم وضع عدد من المعايير لمقارنة النماذج واختيار رتبة النموذج، وتأتي أهمية اختيار رتبة النموذج كون اختيار رتبة أدنى من الرتبة الفعلية للنموذج يعطي معلمات غير متسقة في حين أن اختيار رتبة أعلى من الرتبة الفعلية للنموذج يؤدي إلى زيادة تباين النموذج وهو بدوره يؤدي إلى فقدان الدقة بسبب زيادة عدد المعلمات للنموذج المختار. وفيما يلي عدد من معايير اختيار رتبة النموذج [19] :

❖ **تحديد الرتبة من خلال أدوات التشخيص:**

حيث وضع بوكس جنكيز أسلوب لتحديد رتبة النموذج الأفضل من خلال دراسة ومقارنة السلوك النظري لدالتي الارتباط ACF,

PACF لعدد من النماذج الشائعة حيث أن دالة AR(P) تكون متناقصة بشكل أسي أو بشكل موجات جيبيه متضائلة، أما دالة الارتباطات الجزئية فإنها تنقطع بعد الإزاحة P في حين أن دالة الارتباط الذاتي لنموذج MA(q) تنقطع بعد الإزاحة q في حين دالة الارتباط الذاتي الجزئي فإنها تتناقص بشكل أسي أو بشكل موجات جيبيه متضائلة بينما دالة الارتباطات الذاتية للنموذج المختلط بعد الإزاحة (q−p) تسلك سلوك مشابه إلى دالة الارتباط الذاتي لنموذج AR(P) ، كما أن دالة الارتباط الجزئي بعد الإزاحة (p−q) فإنها تتناقص بشكل أسي أو بشكل موجات جيبيه كما في دالة الارتباط الذاتي الجزئي النموذج MA(q).

❖ **معيار أكاي Akaike AIC :**

حيث وضع أكاي معيار اعتمد فيه على أن يكون الفارق بين كثافة النموذج وبين الكثافة الحقيقية للمشاهدات ضئيلاً أو بعبارة أخرى انخفاض التباين النموذج مقارنة بزيادة عدد المعالم المقدرة ويعطى بالعلاقة:

$$AIC = Log(\sigma_u^2) + 2V \quad \text{.....(6)}$$

❖ **معيار معلومات بيز Bayes Information Criterion BIC :**

وهذه الطريقة تعتمد على معيار معلومات بيز الذي تعطى قيمته من خلال عدد المشاهدات في السلسة والعدد الكلي لمعلمات النموذج وبالتالي النموذج الأفضل يكون الذي يعطي قيمة أقل من BIC ويعطى بالعلاقة :

$$BIC = 2Ln(\sigma_u^2) + V \cdot Ln(M) \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots(7)$$

حيث (M,V) هي عدد مشاهدات السلسة والعدد الكلي لمعلمات النموذج على التوالي، σ_u^2 يمثل متوسط مربعات الخطأ MSE .

4- **تقدير معلمات النموذج:** حيث يتم تقدير معلمات النموذج باستخدام أحد طرق التقدير الملائمة مثل طريقة المربعات الصغرى، حيث يتم تقدير معلمات النموذج باستخدام أحد طرق التقدير الملائمة مثل طريقة المربعات الصغرى، وفي هذه الحالة فإن أي برنامج يمكن أن يساعد في إعطاء معلمات الانحدار الخطي المتعدد، أما بحالة نموذج ARMA فإن تقديرات المعلمات يصبح أكثر تعقيداً ويمكن تقدير المعلمات من خلال عدة خوارزميات مثل طريقة المربعات الصغرى الاعتيادية أو طريقة الإمكان الأعظم.

5- اختبار ملائمة النموذج Significant test parameters: وفي هذه المرحلة يتم اختبار مدى ملائمة النموذج المقدر عن طريق اختبار عشوائية الأخطاء فإذا كان النموذج المستخدم ملائما يستخدم مباشرة في التنبؤ أما إذا كان النموذج غير ملائم فيجب تعديله في ضوء تحديد نموذج ملائم للأخطاء وإعادة تقديره ثم اختباره مرة أخرى وتستمر هذه العملية حتى الحصول على نموذج ملائم.

❖ **اختبار Ljung-Box :**

وهو اختبار إحصائي يستعمل لاختبار أية مجموعة من الارتباطات الذاتية الزمنية كونها تختلف معنويا عن الصفر أم لا، ويمكن استعمال هذا الاختبار للتحقق من عشوائية البيانات من خلال استعمال مجموعة من الإزاحات. وهي صيغة معدلة للصيغة الأصليةQBP التي أقترحها Box pierce & وقام كلا من **Ljung,G.M&Box,G.E.P** بتعديلها لتأخذ الشكل:

$$Q = m(m+2)\sum_{i=1}^{k} \frac{r_i^2(u)}{(m-i)} \text{.....(8)}$$

$$m = (n - d - SD)$$

❖ **اختبار البواقي :**

يتم استخراج معاملات الارتباط الذاتي والجزئي للبواقي (الأخطاء) للنموذج المقدر ورسمها فإذا كانت جميع قيم معلمات الارتباط الذاتي للبواقي تقع ضمن حدود الثقة يعني أن سلسة البواقي عشوائية وأن النموذج المستعمل جيد وملائم.

6- **التنبؤForecasting:** وفي هذه المرحلة يتم استخدام النموذج المقدر بعد مروره بنجاح من اختبارات فحص النموذج في التنبؤ بالقيم المستقبلية للسلسلة وهي تمثل المرحلة الأخيرة من طريقة بوكس جنكيز.

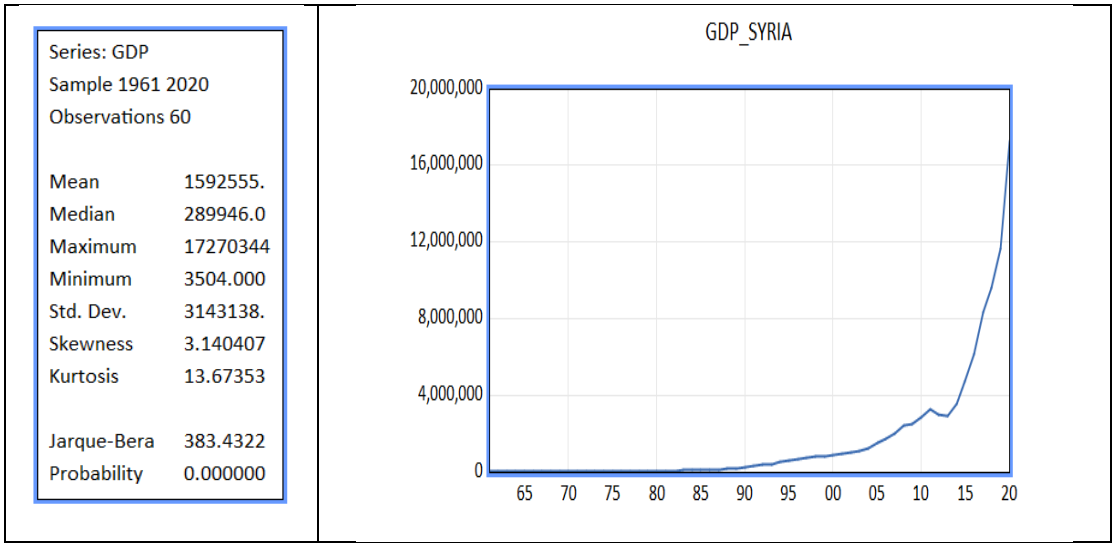
9- الناتج المحلي الإجمالي باستخدام منهجية (Box & Jenkins).

باستخدام أسلوب تحليل السلاسل الزمنية باستخدام برنامج Eviews v12 لتحليل بيانات الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة 1960 -2010، ومن ثم التنبؤ بالقيم خلال الفترة 2011-2020 في ظل عدم وجود ظروف طارئه ومقارنتها مع القيم الفعلية لذات الفترة وهي من 2010-2020. بهدف لتحديد الفجوة الناتجة عن الحرب في سورية خلال الفترة من 2010-2020. تم اتباع الخطوات التالية:

1- **جمع البيانات :** تكونت البيانات أو عينة الدراسة من الناتج المحلي الإجمالي في الجمهورية العربية السورية خلال الفترة من 1990 لغاية

2020 ومن بيانات المكتب المركزي للإحصاء وفق المجموعات الإحصائية، حيث يوضح الشكل(1) تطور الناتج المحلي الإجمالي بملايين الليرات السورية خلال الفترة من 1960-2020 والإحصاءات الوصفية الخاصة به.

الشكل (1) :تطور الناتج المحلي الإجمالي في الجمهورية العربية السورية 1960-2020(بالملايين)



من إعداد الباحث باستخدام البرنامج الإحصائي E-Views-12

2- **دراسة استقراريه السلسة** : لقد اشترط كل من بوكس وجينكنيز من أجل تطبيق طريقتهما أن يكون السياق العشوائي المولد للسلسلة مستقر بمعنى أن تكون بياناته متذبذبة حول وسط حسابي ثابت وتباين ثابت ولا تميل إلى الزيادة أو النقصان أي أن لا تحتوي على اتجاه عام، ولمعرفة ذلك سوف نعتمد على اختبار جذر الوحدة Dickey and Fuller test

جدول (1) نتائج اختبار جذر الوحدة للسلسلة GDP

Augmented Dickey-Fuller Unit Root Test on GDP

Null Hypothesis: GDP has a unit root
Exogenous: Constant
Lag Length: 7 (Automatic - based on SIC, maxlag=10)

	المستوى		الفرق الأول		الفرق الثاني	
	t-Statistic	Prob.*	t-Statistic	Prob.*	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	4.742944	1.0000	-0.177916	0.9343	-5.329051	0.0000
Test critical values: 1% level	-3.592462		-3.568308		-3.571310	
5% level	-2.931404		-2.921175		-2.922449	
10% level	-2.603944		-2.598551		-2.599224	

من إعداد الباحث باستخدام البرنامج الإحصائي E-Views-12

بعد إجراء اختبار جذر الوحدة على السلسلة الزمنية GDP والذي كانت نتائجه معطاة في الجدول رقم (1) اتضح أنها غير مستقرة عند المستوى وعند الفرق الأول، ولكنها استقرت عند الفرق الثاني وبالتالي يمكننا تطبيق منهجية Box – Jenkins ،ومن خلال رسم دالة الارتباط الذاتي ودالة الارتباط الذاتي الجزئي نلاحظ أن السلسلة استقرت بعد الفرق الثاني وهو ما يتوافق مع نتائج اختبار جزر الوحدة كما هو موضح بالشكل (2).

الشكل (2) : دلة الارتباط الذاتي ودالة الارتباط الذاتي الجزئي عند الفرق من الدرجة الثاني

Correlogram of D(GDP,2)

Date: 02/08/24 Time: 20:33
Sample (adjusted): 1962 2010
Included observations: 49 after adjustments

Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	-0.543	-0.543	15.344	0.000
		2	0.053	-0.343	15.494	0.000
		3	0.095	-0.084	15.987	0.001
		4	0.045	0.151	16.099	0.003
		5	-0.203	-0.093	18.429	0.002
		6	0.185	-0.004	20.418	0.002
		7	-0.117	-0.092	21.234	0.003
		8	0.136	0.132	22.362	0.004
		9	-0.146	0.002	23.701	0.005
		10	0.082	-0.033	24.127	0.007
		11	-0.040	-0.059	24.235	0.012
		12	0.116	0.122	25.137	0.014
		13	-0.156	0.038	26.834	0.013
		14	0.131	0.032	28.057	0.014
		15	-0.120	-0.114	29.120	0.016
		16	0.085	-0.046	29.669	0.020
		17	-0.031	0.069	29.747	0.028
		18	0.046	0.089	29.920	0.038
		19	-0.078	-0.013	30.427	0.047
		20	0.104	-0.019	31.355	0.051

من إعداد الباحث باستخدام البرنامج الإحصائي E-Views-12

حيث يظهر من الشكل (2) بشكل أولى أن النموذج هو من الشكل(1.2.2) ARIMA وللتأكد من ذلك من بشكل أدق لا بد من إجراء المقارنة بين عدد من النماذج المقترحة كما سنرى في تحديد رتبة النموذج.

تحديد رتبة النموذج الأفضل وتقدير معالمه : في هذه المرحلة يتم تحديد النموذج الأفضل وذلك بعد الحصول على السلسلة مستقرة ومن خلال مقارنة عدد من النماذج المقترحة عند الفرق الثاني حيث يعتمد تشخيص النموذج على مجموعة البيانات المدروسة وعلى فهم الخصائص الأساسية للسلسلة الزمنية خاصة دوال الارتباط الذاتي ACF والارتباط الذاتي الجزئي PACF أو بمعنى أدق تحديد الرتب (p,d,q) في نماذج ARIMA حتى يمكن تقديره، مع الأخذ بعين الاعتبار أن الأشكال البيانية للدوال المقدرة من بيانات السلسلة الزمنية المتاحة لا تنطبق تماماً على الأشكال النظرية ولكنها تكون قريبة منها، ومن خلال هذه المقارنة يمكن معرفة النموذج الملائم بشكل مبدئي، أي تحديد أولي لقيم (p,d,q) بتجريب جميع نماذج ARIMA(p,d,q) المناسبة لتحديد رتبة الانحدار الذاتي p ورتبة المتوسطات المتحركة q نجد أن النموذج ARIMA(1.2.2) هو المناسب لتمثيل سلسلة البيانات وهو النموذج الأمثل الذي يعبر عن تغير قيم الناتج المحلي الإجمالي في سورية.

كما هو موضح في الجدول (3) الذي يظهر النماذج المقترحة عند الفرق الثاني حيث يتم مقارنة النماذج المقترحة من خلال اختبار معنوية هذه النماذج من خلال اختبار معنوية معاملات هذه النماذج حيث يتم استبعاد النماذج التي ليس لها دلالة إحصائية حيث تظهر قيمة Prob بقيم أكبر من 0.05 وهنا يتم استبعاد أربعة نماذج هي :

ARIMA(1.2.1) : AR(1) & MA(1) ليست ذات دلالة إحصائية .

ARIMA(2.2.1) : AR(2) & MA(1) ليست ذات دلالة إحصائية .

ARIMA(2.2.0) : AR(2) ليست ذات دلالة إحصائية .

ARIMA(0.2.2) : MA(2) ليست ذات دلالة إحصائية .

حيث لا يمكن استخدام هذه النماذج في التنبؤ حيث أن المتغيرات التابعة لا تتأثر بالمتغيرات المستقلة مما يستدعي استبعادها. وهنا يتبقى أربع نماذج يمكن المقارنة فيما بينها من خلال عدد من المعايير وهي معامل الارتباط R_squared يتم استبعاد النموذج ARIMA(2.2.2) والنموذج ARIMA(1.2.0) حيث قيمة الارتباط ضعيفة مقارنة بالنموذجين المتبقيين حيث بلغت القيم على التوالي 0.102944 ، 0.212148

ويتبقى نموذجين مقترحين تتقارب فيما بينها معاملات الارتباط في حين هنالك فروق بالنسبة لمعامل الارتباط المصحح AdjustedR-squared حيث بلغ 0.265109 للنموذج ARIMA(1.2.2) كما بلغ 0.280010 للنموذج ARIMA(0.2.1)

كما ويتوافق ذلك مع انخفاض في قيمة كلا من SC & AIC كما هو موضح بالجدول (2) وبالتالي فإن النموذج الأكثر كفاءة للتنبؤ هو ARIMA(0.2.1). وهو أكثر ملائمة ودقة من النموذج ARIMA(1.2.2) الذي تم التوصل له بشكل أولي من دالة الارتباط الذاتي والجزئي (ACF،PACF).

جدول (2) النماذج المقترحة باستخدام منهجية Box – Jenkins

ARIMA(0.2.1)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.000328	0.003548	0.092571	0.9266
MA(1)	-0.815527	0.117278	-6.953765	0.0000
SIGMASQ	0.009415	0.001471	6.398483	0.0000

R-squared	0.310009	Mean dependent var	-3.98E-05
Adjusted R-squared	0.280010	S.D. dependent var	0.118020
S.E. of regression	0.100143	Akaike info criterion	-1.682845
Sum squared resid	0.461315	Schwarz criterion	-1.567019
Log likelihood	44.22970	Hannan-Quinn criter.	-1.638901
F-statistic	10.33378	Durbin-Watson stat	1.732745
Prob(F-statistic)	0.000197		

Inverted MA Roots	.82

ARIMA(0.2.2)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.000260	0.020870	-0.012464	0.9901
MA(2)	0.115576	0.154022	0.750388	0.4568
SIGMASQ	0.013500	0.002042	6.610878	0.0000

R-squared	0.010601	Mean dependent var	-3.98E-05
Adjusted R-squared	-0.032416	S.D. dependent var	0.118020
S.E. of regression	0.119918	Akaike info criterion	-1.344200
Sum squared resid	0.661494	Schwarz criterion	-1.228375
Log likelihood	35.93291	Hannan-Quinn criter.	-1.300256
F-statistic	0.246436	Durbin-Watson stat	2.807345
Prob(F-statistic)	0.782607		

Inverted MA Roots	-.00+.34i	-.00-.34i

ARIMA(1.2.0)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.000726	0.011398	-0.063692	0.9495
AR(1)	-0.454266	0.161168	-2.818585	0.0071
SIGMASQ	0.010750	0.001555	6.911033	0.0000

R-squared	0.212148	Mean dependent var	-3.98E-05
Adjusted R-squared	0.177893	S.D. dependent var	0.118020
S.E. of regression	0.107009	Akaike info criterion	-1.567819
Sum squared resid	0.526743	Schwarz criterion	-1.451993
Log likelihood	41.41157	Hannan-Quinn criter.	-1.523875
F-statistic	6.193283	Durbin-Watson stat	2.146161
Prob(F-statistic)	0.004152		

Inverted AR Roots	-.45

ARIMA(2.2.0)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.000235	0.020662	-0.011371	0.9910
AR(2)	0.091259	0.158583	0.575466	0.5678
SIGMASQ	0.013528	0.002127	6.358778	0.0000

R-squared	0.008556	Mean dependent var	-3.98E-05
Adjusted R-squared	-0.034550	S.D. dependent var	0.118020
S.E. of regression	0.120042	Akaike info criterion	-1.342343
Sum squared resid	0.662861	Schwarz criterion	-1.226517
Log likelihood	35.88741	Hannan-Quinn criter.	-1.298399
F-statistic	0.198489	Durbin-Watson stat	2.822467
Prob(F-statistic)	0.820667		

Inverted AR Roots	.30	-.30

ARIMA(1.2.1)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.77E-05	0.002093	-0.013210	0.9895
AR(1)	0.266769	0.212663	1.254420	0.2162
MA(1)	-0.999995	5715.215	-0.000175	0.9999
SIGMASQ	0.008514	2.231312	0.003816	0.9970

R-squared	0.375978	Mean dependent var	-3.98E-05
Adjusted R-squared	0.334377	S.D. dependent var	0.118020
S.E. of regression	0.096288	Akaike info criterion	-1.695876
Sum squared resid	0.417209	Schwarz criterion	-1.541442
Log likelihood	45.54897	Hannan-Quinn criter.	-1.637284
F-statistic	9.037618	Durbin-Watson stat	2.102020
Prob(F-statistic)	0.000085		

Inverted AR Roots	.27
Inverted MA Roots	1.00

ARIMA(2.2.1)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-9.05E-05	0.002011	-0.044996	0.9643
AR(2)	0.200381	0.215570	0.929541	0.3576
MA(1)	-1.000000	1565.531	-0.000639	0.9995
SIGMASQ	0.008764	0.308213	0.028435	0.9774

R-squared	0.357684	Mean dependent var	-3.98E-05
Adjusted R-squared	0.314863	S.D. dependent var	0.118020
S.E. of regression	0.097689	Akaike info criterion	-1.663162
Sum squared resid	0.429441	Schwarz criterion	-1.508728
Log likelihood	44.74747	Hannan-Quinn criter.	-1.604570
F-statistic	8.352980	Durbin-Watson stat	1.554347
Prob(F-statistic)	0.000159		

Inverted AR Roots	.45	-.45
Inverted MA Roots	1.00	

ARIMA(2.2.2)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.000697	0.033700	-0.020681	0.9836
AR(2)	1.000000	0.000500	1998.228	0.0000
MA(2)	-0.999964	0.000287	-3489.656	0.0000
SIGMASQ	0.012240	0.001807	6.774284	0.0000

R-squared	0.102944	Mean dependent var	-3.98E-05
Adjusted R-squared	0.043140	S.D. dependent var	0.118020
S.E. of regression	0.115446	Akaike info criterion	-1.347316
Sum squared resid	0.599755	Schwarz criterion	-1.192882
Log likelihood	37.00925	Hannan-Quinn criter.	-1.288724
F-statistic	1.721358	Durbin-Watson stat	2.794800
Prob(F-statistic)	0.176095		

Inverted AR Roots	1.00	-1.00
Inverted MA Roots	1.00	-1.00

ARIMA(1.2.2)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.000317	0.003458	0.091732	0.9273
AR(1)	-0.835033	0.138329	-6.036584	0.0000
MA(2)	-0.675706	0.190205	-3.552507	0.0009
SIGMASQ	0.009401	0.001514	6.211047	0.0000

R-squared	0.311039	Mean dependent var	-3.98E-05
Adjusted R-squared	0.265109	S.D. dependent var	0.118020
S.E. of regression	0.101174	Akaike info criterion	-1.642570
Sum squared resid	0.460626	Schwarz criterion	-1.488135
Log likelihood	44.24295	Hannan-Quinn criter.	-1.583977
F-statistic	6.771925	Durbin-Watson stat	1.690014
Prob(F-statistic)	0.000726		

Inverted AR Roots	-.84	
Inverted MA Roots	.82	-.82

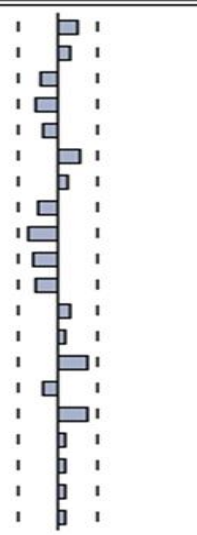
من إعداد الباحث باستخدام برنامج E–Views – 12

3- **اختبار ملائمة النموذج:** في هذه المرحلة يتم اختبار النموذج لمعرفة مدى ملائمته لتمثيل بيانات الظاهرة المدروسة واستخدامه للحصول على تنبؤات مستقبلية ومن أجل ذلك نوجد معاملات الارتباط الذاتي والارتباط الذاتي الجزئي للبواقي (الأخطاء) للنموذج المختار وهو ARIMA(0.2.1) حيث يلاحظ أن جميع القيم معاملات الانحدار الاتي والذاتي الجزئي تقع ضمن حدود الثقة وهو ما يظهر أن البواقي تتوزع توزع طبيعي وأن سلسلة البواقي مستقرة وبالتالي ملائمة النموذج المختار للتنبؤ كما هو موضح بالشكل (4).

الشكل (4) : نموذج الانحدار الذاتي والذاتي الجزئي للبواقي للنموذج ARIMA(0.2.1)

Correlogram of Residuals

Date: 02/09/24 Time: 01:04
Sample (adjusted): 1962 2010
Q-statistic probabilities adjusted for 1 ARMA term

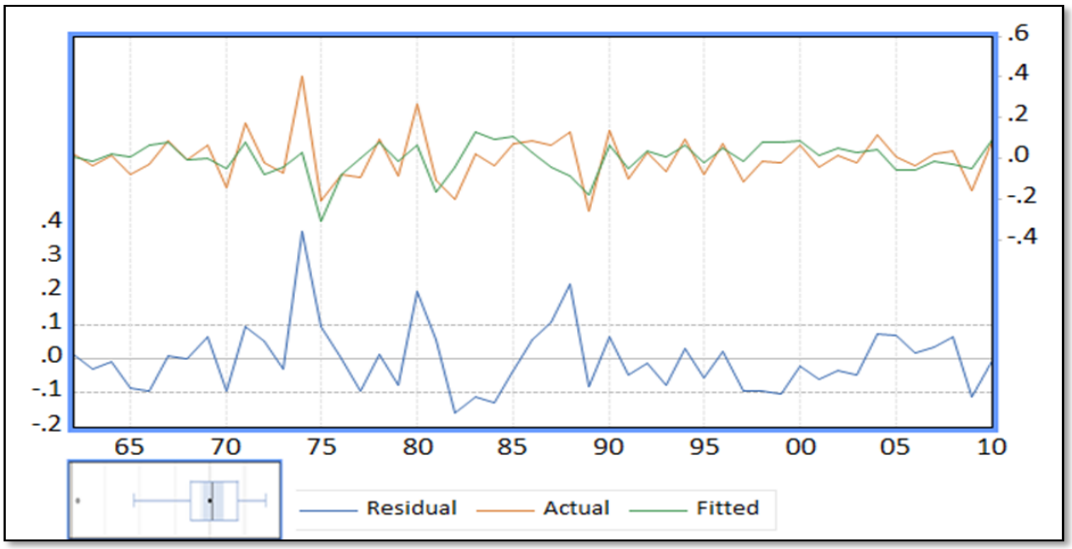


	Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
			1	0.133	0.133	0.9257	
			2	0.086	0.070	1.3212	0.250
			3	-0.116	-0.139	2.0562	0.358
			4	-0.166	-0.145	3.5852	0.310
			5	-0.115	-0.058	4.3325	0.363
			6	0.158	0.205	5.7828	0.328
			7	0.067	0.009	6.0497	0.418
			8	-0.155	-0.276	7.5233	0.376
			9	-0.229	-0.223	10.794	0.214
			10	-0.177	-0.022	12.811	0.171
			11	-0.170	-0.074	14.703	0.143
			12	0.085	0.005	15.192	0.174
			13	0.055	-0.111	15.402	0.220
			14	0.211	0.189	18.577	0.137
			15	-0.114	-0.126	19.530	0.146
			16	0.221	0.265	23.228	0.079
			17	0.049	0.047	23.413	0.103
			18	0.048	-0.077	23.601	0.131
			19	0.046	-0.043	23.779	0.162
			20	0.059	0.044	24.082	0.193

من إعداد الباحث باستخدام برنامج E-Views – 12

كما يظهر الشكل (5) القيم الحقيقة والقيم المتنبئ داخل السلسلة من خلال النموذج ARIMA(0.2.1) خلال الفترة من 1960- لغاية 2010 أي وجود شبه تطابق بين منحني السلسة الأصلية والسلسلة المقدرة، وهو ما يدل على كفاءة النموذج في التبوء، في حين أن سلسلة بواقي النموذج المقدر تتذبذب بشكل عشوائي حول محور الفواصل.

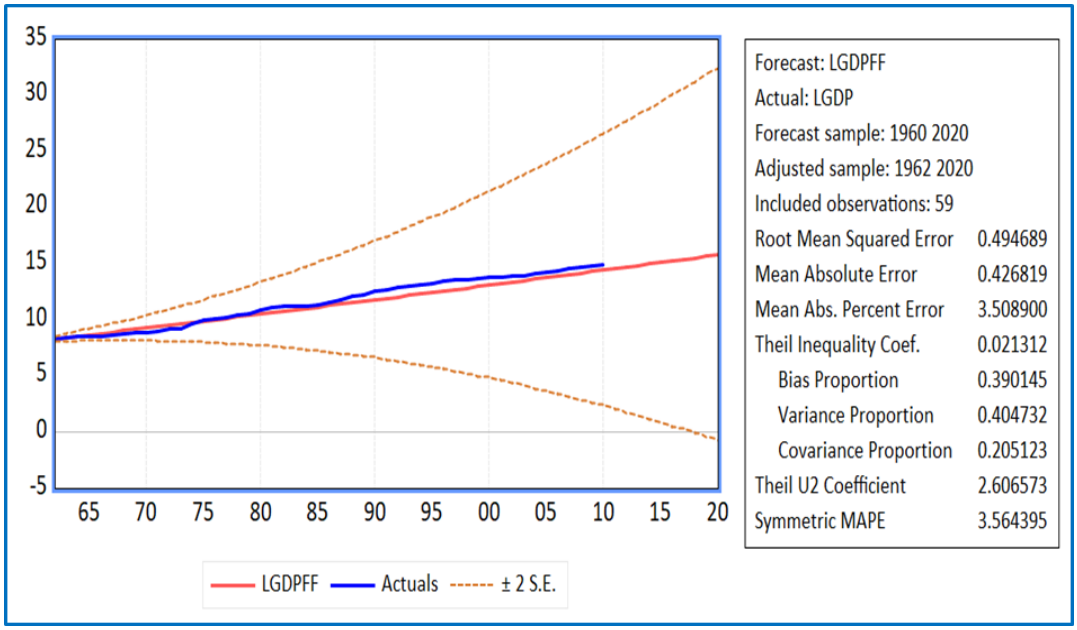
الشكل (5) : قيم كلا من السلسلة الحقيقية والمقدرة للناتج المحلي الإجمالي مع توزع البواقي



من إعداد الباحث باستخدام برنامج E-Views – 12

4- **التنبؤ:** بعد أن تم اختيار النموذج الملائم وتم فحصه واختباره يمكن استخدام هذا النموذج في التبوء بقيم الناتج المحلي مع حدود ثقة 95% خلال الفترة بين 2010-2020 من خلال استخدام النموذج ARIMA(0.2.1) والذي يتنبأ بقيم الناتج المحلي الإجمالي بحالة عدم وجود الأزمة في سورية كما هو موضح بالشكل(6).

الشكل (6) : قيم كلا من السلسلة الحقيقية و المتنبأ بها للناتج المحلي الإجمالي لغاية 2020



من إعداد الباحث باستخدام برنامج E–Views – 12

وبالتالي ومن خلال إرجاع القيم مقارنة بمتوسطات أسعار سعر الصرف يمكن المقارنة بين القيم الفعلية والقيم المتنبأ بها وتقدير نسبة الخطأ ومن ثم تقدير حجم الفجوة التي حدثت نتيجة التغيرات الطارئة أو الظروف التي سادت نتيجة الوضع خلال الأزمة من 2011 لغاية 2020 كما هو موضح بالجدول رقم (3).

جدول (3) : الفجوة بين القيم التنبؤية والقيم الفعلية للناتج المحلي الإجمالي في الجمهورية العربية السورية خلال الفترة 2011-2020 بملايين الليرات السورية

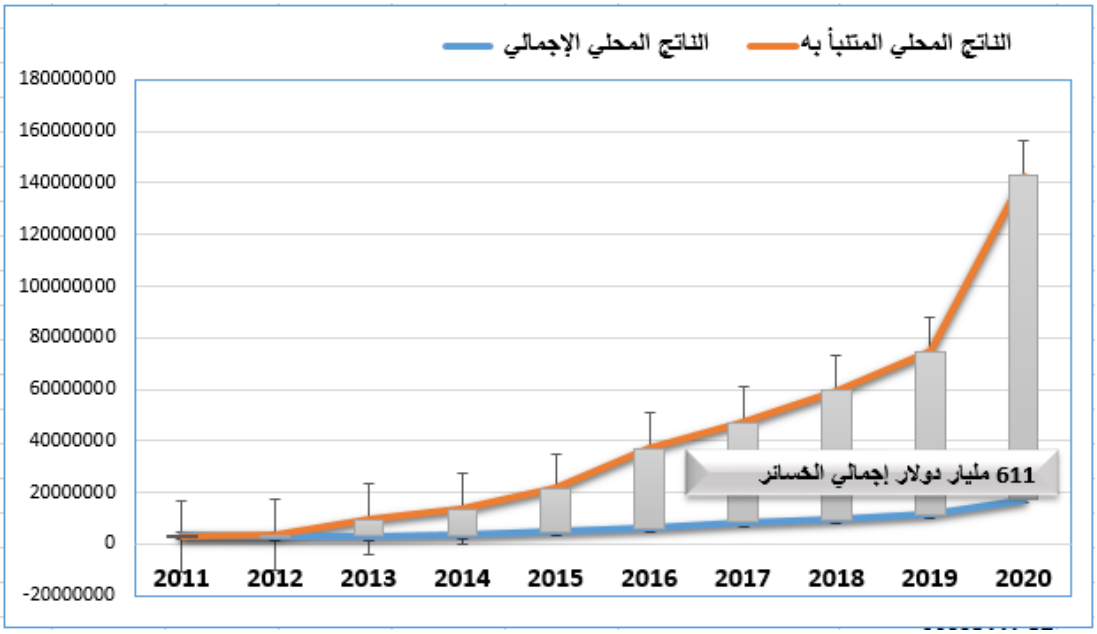
العام	متوسط سعر صرف الدولار	الرقم القياسي لسعر الصرف مقارنة 2010	الناتج المحلي الإجمالي	الناتج المحلي الإجمالي المتنبئ به	حجم الفجوة	حجم الفجوة حسب متوسط سعر الصرف بالدولار
2011	75	1.5	3252720	3109488.988	143231.0118	1909.746824
2012	75	1.5	3024842	3562597.769	-537755.7688	-7170.076917
2013	175	3.5	2937561	9527171.314	-6589610.314	-37654.91608
2014	215	4.3	3562623	13419224.32	-9856601.323	-45844.65732
2015	300	6	4783661	21474144.15	-16690483.15	-55634.94382
2016	450	9	6128044	36953485.57	-30825441.57	-68500.98127
2017	500	10	8348139	47119840.77	-38771701.77	-77543.40355
2018	550	11	9580729	59501791.75	-49921062.75	-90765.56864
2019	600	12	11620863	74540925.06	-62920062.06	-104866.7701
2020	1000	20	17270344	142712604	-125442260	-125442.26
إجمالي			**70509526**	**411921273.7**	**-341411747.7**	**-611513.8309**

من إعداد الباحث باستخدام بيانات المكتب المركزي للإحصاء ومتوسط سعر الصرف السنوي للسنوات 2011-2020.

حيث يظهر النموذج خسائر الناتج المحلي الإجمالي الفعلي بالدولار الأمريكي بمتوسط التغير بسعر الصرف وفق عام 2010 لغاية 2020 ما يقارب 611 مليار دولار تقريبا. وهو يتوافق نوعا ما مع تقرير الأسكوا[9] الذي قدره هذه الخسائر 170 مليار دولار حسب أسعار 2010 لغاية 2015 كما يلاحظ انخفاض حجم الناتج المحلي التراكمي بمقدار 5.8 ضعف وهو ما يتوافق مع

دراسة خسائر الحرب في الجمهورية العربية السورية التبعات الاقتصادية والاجتماعية للصراع في سورية والتي توقعت أن يخسر الناتج المحلي الإجمالي 6-7 أضعافه خلال العشرين سنة القادمة[10]. كما ويظهر حجم هذه الفجوة في الشكل(7).

الشكل (7) : الفجوة في للناتج المحلي الإجمالي 2011-2020 بملايين الليرات السورية



من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج نموذج بوكس جنكيز ومتوسط أسعار الصرف خلال الأعوام 2010-2020.

10- النتائج و التوصيات.

من خلال العرض السابق نتوصل إلى عدد من النتائج والتوصيات تتمثل في الآتي :

9-1- النتائج.

1- إن النموذج الأفضل والأكثر قبول في التنبؤ لغاية 2020 في الجمهورية العربية السورية بغض النظر عن الأزمة هو ARIMA (0.2.1) حيث يظهر كفاءة عالية من خلال اختبار البواقي كما لاحظنا ذلك.

2- إن قيمة الفجوة في الناتج المحلي التراكمي خلال الفترة من 2010-2020 تصل إلى ما يقارب 6 أضعاف الناتج المحلي الإجمالي.

3- وفق للنموذج السابق الذي تم اعتماده يصل حجم في الناتج المحلي الإجمالي 611 مليار دولار أمريكي وفق أسعار 2010 .

9-2- التوصيات.

1- إمكانية تطبيق نموذج السلاسل الزمنية ARIMA من خلال استخدام منهجية بوكس جنكيز لتقدير الناتج المحلي الإجمالي.

2- الاعتماد على النموذج الذي تم التوصل إليه من خلال منهجية بوكس جنكيز للاستفادة منه في التخطيط واتخاذ القرارات اللازمة.

3- إجراء عدد من الدراسات المستقبلية من خلال نماذج سلاسل زمنية غير خطية وباعتماد منهجيات مختلفة تتيح المجال للمقارنة واتخاذ القرارات المناسبة في تقدير الناتج المحلي الإجمالي وحجم الخسائر التي تكبدها الاقتصاد والتنمية الاقتصادية نتيجة الأزمة .

4- التأكيد على ضرورة تدوين البيانات بشكل مستمر وبصورة دقيقة لما لذلك من أهمية في تحليل البيانات بشكل مستمر.

11- قائمة المراجع.

[1] أحمد، عمر ، محمد صغير ، (2015)، "**استخدام منهجية بوكس جنكيز للتنبؤ بمعدلات التضخم في السودان**"، رسالة ماجستير ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

[2] أحمد، طالب، (2018)،" **استخدام منهجية بوكس – جنكيز لبناء نموذج قياسي للتنبؤ بعدد المواطنين السوريين**، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، المجلد40، العدد 6.

[3] الوصيفي، الشيماء،(2012)، " **التنبؤ باستخدام الدمج بين الشبكات العصبية الاصطناعية ونماذج بوكس – جنكيز** "، جامعة المنصورة، مصر.

[4] الجبوري، عبير حسن علي، "**التنبؤ بأسعار النفط العراقي لعام 2010**"، مجلة جامعة بابل ، العلوم الإنسانية، المجلد 18 العدد 1 لعام 2010.

[5] الشمراني، د. محمد موسى، (2013)، "**مقارنة بين بعض الأساليب الإحصائية التقليدية ونماذج بوكس جنكيز في تحليل بيانات السلاسل الزمنية**"، مجلة أم القرى للعلوم التربوية والنفسية، المجلد الخامس، العدد الأول يناير.

[6] الصراف وشومان، نزار مصطفى، عبد اللطيف حسن، (2013)، "**السلاسل الزمنية والأرقام القياسية**"، كتاب، دار الدكتور للعلوم الإدارية والاقتصادية، بغداد .

[7] العاني، احمد حسين بتال، (2005)، " **استعمال نماذج ARIMA في التنبؤ الاقتصادي**".

[8] بري، د. عدنان ماجد بري، (2002)، "**طرق التنبؤ الإحصائي**"، كتاب ، جامعة الملك سعود.

[9] تقارير ودراسات، اللجنة الاقتصادية لغرب أسيا،(2016)، "**سورية: خمس سنوات من الحرب**" E/ESCWA/EDID/2016/2.

[10] تقارير ودراسات، اللجنة الاقتصادية لغرب أسيا،(2020)، "**سورية: بعد ثمان سنوات من الحرب**" E/ESCWA/CL3.SEP/2020/TP.5

[11] عائشة عميش، سهام طرشاني، خليفة قصي قحطان،(2019)، " **استخدام منهجية بوكس-جينكينز للتنبؤ بمعدلات التضخم في الجزائر خلال الفترة (1970-2016)**"، مجلة الإبداع، العدد 9 ، ص 485-500.

[12] عكاشة، محمود خالد،(2002)، " **استخدام نظام spssفي تحليل البيانات الإحصائية**"، الطبعة الأولى، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.

[13] ماجد، هيثم حسون،(2012)،" **استعمال أساليب السلاسل الزمنية لمعالجة الاختلافات الموسمية في الرقم القياسي لسعر المستهلك**"، بحث دبلوم عالي، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.

[14] مجلة التمويل والتنمية، (2018). "**العودة للأساسيات" ما هو الناتج المحلي الإجمالي**"، صندوق النقد الدولي، ديسمبر.

[15] مجدي ، نرمين ، (2021)، "**مفاهيم اقتصادية أساسية: الناتج المحلي الإجمالي**"، صندوق النقد العربي، سلسلة كتيبات تعريفية، العدد 19.

[16] معروف، هوشيار، (2005)، " **تحليل الاقتصاد الكلي**"، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان.

[17] A. Azadeh , M. Zarrin , H. Rahdar Beik , T. Aliheidari Bioki",(2015), "**Gross Domestic Product Forecasting Using Box–Jenkins Methodology**", environmental and IT/IS indicators ,Journal of Petroleum Science and Engineering , volume 133 , p. 716.

[18] Box. G.E.P., & JENKINS, G.M. 1970, ' **Time series analysis: forecasting and control**", holden–Day, san Francisco

[19] Brown, R.G & Meyer, R.E., "**the fundamental theorem of exponential smoothin**g "O.R. vol9. No 6. P(673)m(1960)

[20] SHUMWAY; RH; AppliedStatistical Time Series Analysis; First Edition, Prentice Hall New jersey, USA, 1998, p537

تأثير مخاطر السوق على مؤشرات الأداء المالي الحديثة للمصارف الخاصة العاملة في سورية

*الدكتورة نهاد نادر
**صبا ايهاب جديد

المستخلص:

هدفت الباحثة من خلال هذا البحث إلى بيان تأثير مخاطر السوق على مؤشرات الأداء المالي الحديثة(القيمة الاقتصادية المضافة، القيمة السوقية المضافة)، واعتمدت الباحثة على الأسلوب التحليلي في دراستها العملية، حيث صممت استبانة مكونة من عدة أسئلة تتضمن محاور عن متغيرات البحث، وتم توزيعها على أفراد العينة، وتحليل اجاباتهم، بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي SPSS 20، ومن خلاله توصلت الباحثة إلى أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمخاطر السوق على مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة ومؤشر القيمة السوقية المضافة في المصارف الخاصة العاملة في سورية، كما أوصت الباحثة تفعيل استخدام نماذج فعالة لإدارة مخاطر السوق في المصارف محل الدراسة من ضمنها قد يكون نموذج القيمة المعرضة للخطر لما له أهمية في إدارة المخاطر بصفة عامة، وإيجاد أدوات مالية حديثة تسهم في إيجاد حلول للمخاطر السوقية التي من الممكن أن تؤثر على عمل المصارف كمحاولة لتخفيض أثارها السلبية على أدائها المالي إلى أدنى حد ممكن.

الكلمات المفتاحية: مخاطر السوق، الأداء المالي، القيمة الاقتصادية المضافة، القيمة السوقية المضافة

*أستاذ، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.
**طالبة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

The impact of market risks on recent financial performance idicators of private banks operating in syria

Abstract:

through this research, the researcher aimed to demonstrate the impact of market risks on modern financial performance indicators (economic value added, market value added). The researcher relied on the analytical method in her practical study, where she designed a questionnaire consisting of several questions that included topics about the research variables, and it was distributed. On the sample members, and analyzing their answers, based on the statistical analysis program SPSS 20, through which the researcher concluded that there is a statistically significant effect of market risks on the economic value added index and the market value added index in private banks operating in Syria. The researcher also recommended activating the use of models Effective market risk management in the banks under study, including the value-at-risk model, which is important in risk management in general, and creating modern financial tools that contribute to finding solutions to market risks that could affect the work of banks as an attempt to reduce their negative effects on their financial performance. To the lowest possible extent.

Keywords: Market Risk, Financial Performance, Economic Value Added, Market Value Added

1. مقدمة(interoduction):

يعد الأداء المالي الجيد هدف كل مؤسسة مالية تسعى إلى الاستمرار والنمو، إذ أنه يعكس كفاءة وفعالية المؤسسة في استغلال الموارد بأفضل شكل وأقل تكلفة، ولكن لايخلو الأمر من تعرض تلك المؤسسات لمخاطر قد تكون ناجمة عن التغييرات في أسعار الفائدة وأسعار الصرف وكذلك تسعيير الأصول وجميعها مرتبطة بمخاطر تدعى مخاطر السوق الارتفاع والتغيير المفاجئ والسريع لها يسبب خسائر فادحة ومنه قد تضطر المؤسسة المالية لبيع بعض أصولها بأسعار منخفضة لذلك يتوجب على إدارة المؤسسة السيطرة على تلك المخاطر تجنباً لتأثيرها على أدائها المالي والذي ينعكس بدوره على الاستقرار المالي للمؤسسة. لذلك يجب على المؤسسة المالية ضبط ومراقبة الوضع المالي والعمل على تحليله وتقييمه، باستخدام مؤشرات مالية حديثة تهدف إلى تحقيق نمو وقيمة مضافة للمؤسسة من جهة وللمساهم من جهة أخرى كالقيمة الاقتصادية المضافة والقيمة السوقية المضافة.

2. الدراسات السابقة:

- **دراسة (زرقون وأخرون، 2018) بعنوان:**

دراسة قدرة مؤشرات الأداء المالي التقليدية والحديثة في تفسير عوائد الأسهم دراسة حالة الشركات المدرجة في بورصة قطر للفترة(2010-2015)

برزت مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيس الآتي: مامدى قدرة مؤشرات الأداء المالي التقليدية والحديثة في تفسير عوائد أسهم الشركات المدرجة في بورصة قطر للفترة (2010-2015)؟، وتمثل هدف هذه الدراسة باختبار قدرة المؤشرات التقليدية المحاسبية للأداء المالي بالمقارنة مع المؤشرات الحديثة للأداء المالي في تفسير عوائد الأسهمو وذلك باستخدام نماذج الانحدار الخطي المتعدد والبسيط وكذلك اختبارا الاستقررية واختبارbos لاختبار الكفاءة عند المستوى الضعيف، وتوصلت

الدراسة إلى وجود علاقة طردية موجبة بين جميع مؤشرات الأداء التقليدية والحديثة المدروسة في تفسير عوائد الأسهم، كما توصلت الدراسة إلى أن بورصة قطر غير كفوءة عند المستوى الضعيف.

- **(دراسة بشرى و مروة،2021) بعنوان:**

قياس وتقييم الأداء المالي في المؤسسات الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة بريماتك المسيلة

تمثلت مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيس الآتي: كيف يتم قياس وتقييم الأداء المالي في المؤسسة الاقتصادية؟ وتسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها الآتي: إبراز أهمية تقييم الأداء المالي،وماهو دور أدوات التحليل المالي في قياس وتقييم أداء المؤسسات الاقتصادية، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة النظرية والتطبيقية، وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها الآتي: إن عملية التقييم الأداء مهمة لما يقدمها من معلومات للأطراف ذات الصلة مما يسمح الحكم على فعالية وكفاءة المركز المالي، وإن مؤشرات ونسب المالية تعدمن أهم الأدوات المعتمدة لتحليل الوضع المالي للمؤسسة.

- **دراسة (الأمين، 2022) بعنوان:**

أثر المخاطر المالية وإدارتها على سيولة الأسهم في سوق المال السعودي(بالتطبيق على المصارف الإسلامية)

برزت مشكلة الدراسة بالتساؤلات الآتية: ما مدى تأثير أدوات المخاطر المالية وإدارتها على سيولة الأسهم؟، ماهي المخاطر التي تعترض سيولة الأسهم وكيفية تقييمها؟ وهل توجد علاقة بين مخاطر السوق ومعدل دوران الأسهم؟، وتمثل هدف الرئيس للدراسة بالتعرف على أثر المخاطر المالية وإدارتها على سيولة الأسهم في

سوق المال السعودي،واستخدمت هذه الدراسة على المنهج التاريخي والمنهج الوصفي التحليلي والاستقرائي وكذلك اعتمدت على البيانات والقوائم المالية المنشورة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مخاطر الائتمان وسيولة الأسهم،وجود ارتباط طردي قوي بين مخاطر السوق ونسبة السيولة.

- **دراسة (Alrdaydeh et all,2022) بعنوان:**

Exploring the effect of market risks on bank profitability; evidence from jordan

استكشاف التأثير لمخاطر السوق على ربحية البنوك المدرجة (الأدلة من الأردن)

تمثلت مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيس الآتي: ماهو تأثير مخاطر السوق على ربحية المصارف المدرجة في بورصة عمان من عام 2010 إلى عام 2018، وهدفت هذه الدراسة إلى تحديد التأثير الديناميكي لمخاطر السوق على ربحية المصارف محل الدراسة،وتم استخدام المنهج التحليلي القياسي والتي اعتمدت على البيانات المنشورة للمصارف محل الدراسة، كما أظهرت نتائج هذا الدراسة إلى أن مخاطر السوق أثرت على ربحية المصارف الأردنية بالإضافةإلى تحديد العوامل التي أثرت على ربحية المصارف(رأس المال، التخصيص ، حجم المصرف) وكذلك هناك تأثير مباشر لعوائد سوق الأوراق المالية على العائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية.

- **دراسة (wang,2022) بعنوان:**

Research on financial market risks based on var model

البحث عن مخاطر السوق المالي بالاعتماد على نموذج القيمة المعرضة للخطر

تمثلت مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيس الآتي: ماهي المخاطر المالية التي يتعرض لها السوق وذلك باستخدام القيمة المعرضة للخطر؟، وهدفت هذه الدراسة إلى تحديد وقياس المخاطر السوق المالية باستخدام نموذج القيمة المعرضة للخطر، وقد اعتمدت

في دراستها العملية على ثلاث نماذج من خلالهم القيمة المعرضة للخطر من خلالهم(نموذج pot، نموذجarma، نموذجgarch) وذلك لقياس مخاطر السوق، وتوصلت هذه الدراسة إلى أنه يمكن اعتماد النموذج البارامتري، وأيضاً يمكن الاعتماد على نموذجpot إذا قمنا بدراسة الوضع الذيلي للسوق بأكمله.

- **دراسة(Al Mamari, et all ,2022) بعنوان:**

Risk management practices and financial performance: the case of sultanate of Oman

ممارسات إدارة المخاطر والأداء المالي (حالة سلطنة عمان)

تمثلت مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيس الآتي: هل يوجد علاقة بين ممارسات إدارة المخاطر على الأداء المالي للبنوك في سوق مسقط؟، هدفت هذه الدراسة إلى اختبار العلاقة بين ممارسات إدارة المخاطر والأداء المالي للبنوك في سوق مسقط، واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث تم جمع البيانات الثانوية من التقارير السنوية للبنوك، وتم تحليل البيانات التي تم جمعها باستخدام برنامج squarepls،جاءت نتائج الدراسة لتثبت وجود علاقة بين ممارسات إدارة المخاطر والأداء المالي، حيث وجدت أن هناك ارتباط قوي بين إدارة المخاطر والأداء المالي للبنوك في سوق مسقط، بالإضافة إلى أنه لا يوجد علاقة قوية بين إدارة المخاطر والعائد على حقوق الملكية بينما يوجد علاقة قوية بين إدارة المخاطر والعائد على الأصول.

وإن ما تميزت به الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في بيئة التطبيق، حيث أن الدراسة الحالية مطبقة على المصارف المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية في سورية، بالإضافة للمتغير التابع إذ تناولت الباحثة مؤشرات الأداء المالي الحديثة، بينما تناولت الدراسات السابقة مؤشرات أخرى لقياس الأداء المالي.

3. مشكلة البحث:

تعد المؤسسات المالية ركيزة الاقتصاد ولا سيما المصارف لما لها دور في تحقيق التطور والرفاهية في كافة مجالات الأعمال، وإن التطورات الاقتصادية والتكنولوجيا المالية فرضت على المصارف السعي الدائم لمواكبة تلك التطورات ومواجهة التحديات والمخاطر الملازمة لأنشطتها المصرفية والعمل على رفع مستوى أدائها المالي لكونه يعد أحد أهم الركائز التي يستند عليها في اتخاذ القرار وتقييمه فهو يعد نقطة البداية والنهاية لعمل المصارف سواء أكان عند بداية تأسيس المصارف والاعتماد على مصادر التمويل لتمويل استثماراته وإدارتها بطريقة جيدة، أو عند نقطة النهاية وذلك عندما يضعف مستوى الأداء ويترتب عليه مع مرور الوقت الافلاس وبالتالي الخروج من السوق.

لذلك قامت الباحثة بدراسة استطلاعية للمصارف الخاصة العاملة في سورية والاطلاع على القوائم المالية المنشورة، حيث لاحظت أن هناك العديد من المخاطر التي تتعرض لها المصارف ولا سيما مخاطر السوق وخاصة بمخاطر السوق المتعلقة بأسعار الأوراق المالية

وباستعراض البيانات المنشورة من قبل المصارف الخاصة حول المخاطر المالية نوضح الآتي:

الجدول (1-5) التغيرات في أسعار الأوراق المالية للمصارف المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية لعامي 2019-2020

رمز الشركة	اسم الشركة	السوق	أعلى سعر	أدنى سعر	سعر الإغلاق	سعر الإغلاق السابق	التغيّر	نسبة التغير	حجم التداول	قيمة التداول	عدد الصفقات	عدد أيام التداول
ARBS	البنك العربي- سورية	موازي-أ	420.00	335.00	418.75	369.00	49.75	13.48%	103,758	40,358,940	216	65
BASY	بنك عوده سورية	نظامي	794.00	650.00	682.50	729.00	-46.50	-6.38%	505,381	336,497,709	273	91
BBSF	بنك بيمو السعودي الفرنسي	نظامي	1,026.00	654.00	755.98	795.00	-39.02	-4.91%	400,310	318,073,502	546	142
BSO	بنك سورية والمهجر	نظامي	814.00	570.50	596.02	713.50	-117.48	-16.47%	795,895	520,365,836	625	127
IBTF	المصرف الدولي للتجارة والتمويل	نظامي	900.00	353.00	735.54	360.00	375.54	104.32%	524,892	341,054,021	607	125
SIIB	بنك سورية الدولي الإسلامي	نظامي	990.00	494.00	839.26	521.43	317.83	60.95%	7,198,197	5,557,855,290	5,414	206
BBS	بنك بيبلوس- سورية	نظامي	490.00	377.50	469.44	409.50	59.94	14.64%	3,174,780	1,321,227,088	131	60
QNBS	بنك قطر الوطني- سورية	نظامي	795.00	310.00	717.19	316.04	401.15	126.93%	2,880,670	1,667,118,191	2,075	190
BOJS	بنك الأردن - سورية	موازي-أ	485.00	378.00	484.36	403.00	81.36	20.19%	182,307	80,154,351	134	51
SGB	بنك سورية والخليج	موازي-ب	482.00	288.00	436.00	310.41	125.59	40.46%	2,985,194	1,115,458,340	381	104
SHRQ	بنك الشرق	نظامي	1,256.00	668.00	773.16	867.50	-94.34	-10.87%	809,502	634,415,844	536	124
FSBS	فرنسبنك - سورية	نظامي	490.00	313.50	402.03	328.00	74.03	22.57%	590,231	235,474,368	513	107
CHB	بنك الشام	نظامي	1,205.00	545.00	886.22	576.69	309.53	53.67%	1,808,279	1,702,094,383	2,395	194
BBSY	بنك البركة - سورية	نظامي	1,840.00	789.00	1,135.09	827.24	307.85	37.21%	5,027,985	5,874,401,937	5,156	207
	المجمـــوع								26,987,381	19,744,549,797	19,002	

من خلال الجدول السابق نجد أن نسبة التغير في أسعار الأوراق المالية للمصارف لم تكن في اتجاه واحد، مما يدل على وجود مخاطر ذات صلة بأسعار تلك الأوراق المالية أفضت إلى انخفاض في قيمتها السوقية.

ونظراً للحاجة الملحة اليوم إلى تقييم دقيق للأداء تساعد جميع الأطراف ذات المصلحة من مقرضين ومساهمين وموردين وعملاء وعيرها من المؤسسات الأخرى) محاولة تجنب للمخاطر المترافقة للوصل إلى مستوى جيد من الأداء وأيضاً استخدام مؤشرات حديثة لقياسه وتقييمه

ومن هنا يمكن طرح مشكلة البحث **بالتساؤل الرئيس الآتي:**

- ماهو تأثير مخاطر السوق على مؤشرات الأداء المالي الحديثة للمصارف الخاصة العاملة في سورية ؟

والتساؤلات الفرعية الآتية:

- ماهو تأثير مخاطر السوق على مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة للأداء المالي في المصارف الخاصة العاملة في سورية؟
- ماهو تأثير مخاطر السوق على مؤشر القيمة السوقية المضافة للأداء المالي في المصارق الخاصة العاملة في سورية؟

أهداف البحث (research objectives):

يساهم البحث في تحقيق الأهداف الآتية:

- تحديد تأثير مخاطر السوق على مؤشرات الأداء المالي الحديثة(القيمة الاقتصادية المضافة، القيمة السوقية المضافة) للمصارف الخاصة العاملة في سورية.
- التعرف على مؤشرات الأداء الحديثة للأداء المالي (القيمة الاقتصادية المضافة، القيمة السوقية المضافة) ومدى إمكانية وفعالية استخدامها.

1- أهمية البحث(research importance):

الأهمية النظرية: تكمن الأهمية النظرية لهذا البحث كونه تطرق إلى مؤشرات حديثة لقياس الأداء المالي في المصارف والتي تعد الأخيرة بمثابة حجر أساس للاقتصاد بأكمله، وكذلك التعرف على مخاطر السوق التي قد تعترض المصارف أثناء قيامها بأعمالها.

الأهمية العملية: يستمد هذا البحث أهميته العملية من خلال إبراز تأثير مخاطر السوق على مؤشرات الأداء المالي الحديثة بالجانب العملي، بالإضافة إلى إلقاء الضوء على مقترحات قدمتها الباحثة للاستفادة القصوى من هذا البحث ونتائجه.

فرضيات البحث(research hypothesis):

الفرضية الرئيسة: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمخاطر السوق على مؤشرات الأداء المالي الحديثة في المصارف محلِّ الدِّراسة.

الفرضيات الفرعية الآتية:

- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمخاطر السوق على مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة للأداء المالي في المصارف محلِّ الدِّراسة.
- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمخاطر السوق على مؤشر القيمة السوقية المضافة للأداء المالي في المصارف محلِّ الدِّراسة.

2- منهجية البحث(research methodology):

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفيّ وذلك لتقديم إطار نظري حول متغيرات البحث وتحليل أهم الدراسات ذات العلاقة بمتغيراته، أما بالجانب العملي فقد تم الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات وتحليلها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي spss والتي من خلاله تم التوصل إلى نتائج تم ذكرها في القسم العملي.

الجانب النظري:

مخاطر السوق

1. مفهوم مخاطر السوق:

تشهد الأسواق اليوم متغيرات كثيرة والتي تعرض المصارف عموماً لتغيرات في القيمة السوقية نتيجة مزاولة أنشطتها وتفاعلها مع البيئة المحيطة والتي لا يمكن السيطرة والتحكم بها ولكن تفرض عليهم البحث عن أساليب وطرق للتكيف معها والسيطرة عليها من خلال تقليل أثارها إلى أدنى حد ممكن (kelven, 2015,p2)

إذ عرفت مخاطر السوق بأنها: مخاطر عدم التأكد المتعلق بالمكاسب الناشئة عن تغيرات في ظروف السوق المرتبطة بأسعار الأصول وأسعار الفائدة والسيولة السوقية، وهي مخاطر منتظمة لا يمكن التخلص منها بالتنويع ويعبر عنها بتقلب عائد السهم أو محفظة مالية بالنسبة للعائد على المحفظة المالية. (مبارك، 2007، ص 230).

بناءً عليه تقدم الباحثة تعريفاً مختصراً لمخاطر السوق وتعرفها بأنها تلك المخاطر المنتظمة والمرتبطة بالبيئة المحيطة والتي لا يمكن التحكم بها، والتي تتفرع إلى مخاطر أسعار الفائدة، وأسعار الصرف، وأسعار الأوراق المالية، وكذلك التسعير)

2. أهمية قياس خطر السوق:

يعد خطر السوق من المخاطر المؤثرة التي يجب على إدارة المصارف الاهتمام بها، ويمكن إيضاح أهمية تحليل وقياس خطر السوق في الأسباب الآتية: (الخفاجي و الشكرجي، 2018،ص77)

1- إدارة المعلومات:

يساعد قياس خطر السوق الإدارة العليا في المصارف فهو يسهم بتوفير البيانات والمعلومات لها، وتقدم تصوراً واضح عن المخاطرة التي يتعرض لها المساهمين عن طريق مقارنة المخاطر مع رأس مال المؤسسات المالية.

2- وضع الحدود:

يساعد قياس خطر السوق المتداولون من خلال إيجاد حدود للمحافظ الاستثمارية، والتي تساعد على وضع ركائز موضوعية مرتبط بالمركز المالي لكل متداول في كافة الأقسام والمناطق في الأسواق.

3- توزيع الموارد:

يسهم قياس خطر السوق على توزيع الموارد بشكل موضوعي من خلال مقارنة المخاطر مع العوائد المحتملة لكل وحدة ولكل محفظة استثمارية لاتخاذ القرار المناسب بشأن توزيع الموارد

4- تقييم الأداء:

تسهم بتوفير نظام علاوة موضوعي منطقي إضافة للمتداول اعتماداً على نسبة العائد إلى المخاطرة.

5-الضبط والاجراءات:

إن قياس خطر السوق يمكن الهيئات الرقابية من وضع سياسات وإجراءات تساعد المصارف على مواجهة تلك المخاطر.

لاحظت الباحثة مما سبق أن لقياس مخاطر السوق دور فعال وبارز على كافة المستويات الإدارية، وكذلك تساعد المؤسسات على تجنب الوقوع في براثن المشكلات المالية التي يمكن أن تحدث، وذلك من خلال إعداد سيناريو يساعد على التخطيط المسبق لآليات التعامل مع أي طارئ أو خطر مالي يهدد استمراريتها.

3. أنواع مخاطر السوق:

تشمل مخاطر السوق عدد من المخاطر الفرعية (مخاطر سعر الفائدة،الصرف، التسعير، أسعار الأوراق المالية) والتي يمكن توضيحها كالآتي:

1. مخاطر سعر الفائدة:

يعرف خطر سعر الفائدة بالخسارة المحتملة للمصرف والناتجة عن التغييرات الغير ملائمة لمعدل الفائدة إذ يتمثل في مدى حساسية رأس المال والأرباح للتغييرات التي تطرأ على مستوى أسعار الفائدة.

2. مخاطر الصرف:

تحدث مخاطر سعر الصرف بسبب التغييرات المستمرة في أسعار سعر الصرف، ولا سيما عند ابرام صفقات والعقود بالعملات الأجنبية ، إذ من الممكن أن تحدث تغييرات في أسعار الصرف، وبالتالي يعد الفرق بين الدخل الفعلي والدخل المخطط لتلك الصفقات خسارة للمصرف، لذلك يجب أن يكون لدى المصرف دراية كاملة عن احتمالات التغييرات في أسعار الصرف كمحاولة لتخفيض المخاطر المرتبطة بتقلبات سعره. (بوشن، 2015، ص 52).

3. **مخاطر التسعير:**

تحدث نتيجة التغييرات التي تطرأ على مستوى الأسعار للأصول وخاصة الأدوات المالية، وتؤثر في مخاطر التسعير عوامل متعلقة بالظروف الخارجية للمشروع متمثلة بالوضع الاقتصادي العام وظروف المشروع التي ينتمي إليها من ازدهار أو وانكماش، وعوامل متعلقة بالوحدات التشغيلية والوحدات التمويلية في بيئتها الداخلية. (عبير و رحمة، 2020، ص7)

4. مخاطر أسعار الأوراق المالية:

هي المخاطر التي تحدث نتيجة التغييرات بأسعار الأدوات المالية التي يتم توظيفها من قبل المصارف في السوق المالية، وهذه التغييرات تكون مصدرها التقلبات في معدلات أسعار الفائدة وأسعار الصرف، الذي بدورها ينعكس على قيمة الأدوات المالية المكونة منها المحافظ الاستثمارية التي تمتلكها المصارف، وبالتالي تحقق له خسارة.(اوصغير،2020، ص72)

من خلال ماسبق تؤكد الباحثة على أن خطر السوق يحدث نتيجة لتقلبات وتغييرات خارجة عن السيطرة كالمخاطر سابقة الذكر، والتي ينتج عنها خسارة تتكبدها المؤسسات.

الأداء المالي:

يعد الأداء المالي أداة للتعرف على الوضع المالي القائم في المؤسسة في لحظة معينة على مستوى المؤسسة ككل أو لجانب معين من أداء المؤسسة او لأداء أسهمها في البورصة في يوم محدد ولفترة زمنية محددة.

ويسهم في إتاحة الموارد المالية وتزويد المؤسسة بفرص استثمارية في ميادين الأداء المختلفة والتي تلبي احتياجات أطراف ذات المصلحة وتساعدهم على تحقيق أهدافهم.(قسوم وآخرون، 2020، ص8)

وعرفه(عبد الرؤوف والعرابي، 2022، ص15) بأنه: مستوى الأعمال والانشطة التي تبين الوضع المالي للمؤسسة، ويقاس بمجموعة من المقاييس المالية.

أهمية الأداء المالي: (الصائغ، ص9، 2022)

تكمن أهمية الأداء المالي في الآتي:

1. **تقييم الربحية:** إن تقييم الربحية يساعد على تعظيم ثروة المستثمرين وبالتالي تعظيم قيمة وثروة المؤسسة بأكملها.
2. **تقييم الرفع المالي:** إذ يتمثل الهدف من تقييم الرفع المالي تحديد قيمة الدين وماهومدى اعتماد المؤسسة على الديون (أي تمويل أنشطتها من مصادر تمويل خارجية)
3. **تقييم تطور حجم المؤسسة:** والتي تكمن أهمية تقييمها لتطوير أنشطتها وتحسينها وزيادة حجمها بما ينعكس بسكل ايجابي على الصعيد الكلي للمؤسسة.
4. **تقييم توزيعات الأرباح:** إن تقييم عملية توزيع الأرباح يساعد أطراف ذات المصلحة من التعرف على سياستها المالية في توزيع الأرباح.
5. **تقييم السيولة:** إن تقييم السيولة يساعد أطراف ذات المصلحة من التعرف على وضع المؤسسة وأيضاً تحسين قدرتها على سداد التزاماتها في الوقت المحدد.

6. **تقييم تطور الأنشطة**: تساعد عملية تقييم تلك في التعرف على الطريقة التي تتبعها المؤسسة في استثمار وتوزيع مصادرها المالية.

مؤشرات الأداء المالي الحديثة:

القيمة الاقتصادية المضافة: هو مؤشر يستخدم لقياس الأداء المالي وذلك لتقدير الربح الحقيقي المرتبط بتعظيم ثروة المالكين على مدى زمني، ويتمثل بالفرق بين تكلفة رأس المال المملوك المقترض والمملوك وبين صافي الربح التشغيلي المعدل بعدالضريبة، ويعد هذا المؤشر امتداد لمفهوم الربح المتبقي تم تطويره بإدارج فكرة تكلفة رأس المال المملوك، أي هو عبارة عن الربح التشغيل بعدالضريبة مطروحاً منها تكلفة رأس المال المستثمر، وإن هذا المؤشر يقدم معلومات أكثر مما تقدمها الأساليب الإحصائية الأخرى. (لعقون و يوسفي، 2021، ص4)

$$EVA=(RCI-WACC)*CI$$

حيث:

EVA: القيمة الاقتصادية المضافة.

RCI: معدل المردودية على الأموال المستثمرة.

WACC: التكلفة المتوسطة المرجحة لرأس المال.

CI: الأموال المستثمرة.

القيمة السوقية المضافة:هي مقياس للأداء المالي، وتتمثل بالفرق بين القيمة الاقتصادية للمؤسسة والقيمة الإجمالية للأموال المستثمرة، وذلك من خلال الربط بين قيمة المؤسسة في السوق، والقيمة المحاسبية لها،حيث يتم حسابها لعدة سنوات، وهي تمثل السلسلة التاريخية لمجموع القيمة الحالية الاقتصادية المضافة،إذ قدم sewart مقياساً سمي بالقيمة السوقية المضافة(MVA) ويقول إن زيادة ثروة المساهمين تحدث فقط بزيادة الفرق

بين القيمة الكلية للمؤسسة وبين إجمالي رأس المال الذي تعهد به المستثمرون لها، وإن ذلك الفرق يسمى بالقيمة السوقية المضافة MVA. (الفوردي، 2022، ص25)

$$MVA=MEV-BVE$$

حيث:

MVA القيمة السوقية المضافة.

MEA القيمة السوقية لحقوق الملكية (عدد الأسهم مضروباً في السعر السوقي للسهم).

BVE القيمة الدفترية لإجمالي حقوق الملكية المفصح عنها بالميزانية.

الجانب العملي:

منهجية البحث : فقد تم الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات وتحليلها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS والتي من خلاله تم التوصل إلى نتائج الإحصائية، إذا صممت الباحثة استبانة مكونة من 16 سؤالاً، إذ تم توزيع 400 استبانة أعيد منه 390 استبانة وتم استبعاد 6 استبانات ومن ثم بلغ حجم العينة المعتمدة 384 مشاهدة لبيان تأثير مخاطر السوق على مؤشرات الأداء المالي الحديثة، ومن ثم تفريغها وتحليلها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS

مجتمع البحث: المصارف الخاصة العاملة في سورية.

عينة البحث: المدراء في المصارف محل الدراسة.

حدود البحث الزمانية: 2024

حدود البحث المكانية: المصارف الخاصة العاملة في سورية وعددها 14 مصرفاً .

- **متغيرات البحث:**

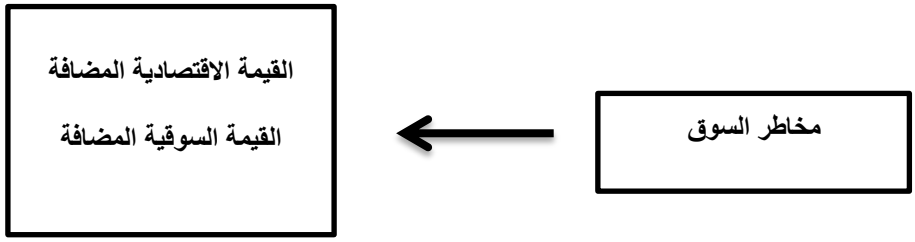
المتغير المستقل: مخاطر السوق

المتغير التابع: مؤشرات الأداء المالي الحديثة.

المتغيرات التابعة الفرعية:

القيمة الإقتصادية المضافة.

القيمة السوقية المضافة.



حيث تم اعتمدت الباحثة في تصميم الاستبانة على مقياس لكرت الخماسي، وكانت درجات المقياس كالآتي:

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

بلغ متوسط المقياس : 3=5/(1+2+3+4+5)

القسم الأول:

- **توصيف المتغيرات(الدّيموغرافيّة).**
- توزيع عينة الدّراسة حسب النّوع:

الجنس

		Frequency	Percent %	Valid Percent %	Cumulative %Percent
Valid	ذكر	201	52.3	52.3	52.3
	أنثى	183	47.7	47.7	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج التّحليل الإحصائي SPSS 20

لاحظت الباحثة من الجدول السابق ارتفعت نسبة عدد الذكور مقارنة بنسبة عدد الاناث إذ بلغت نسبة الذكور(52,3%) من حجم العينة المدروسة، ونسبة الاناث(47,7.%) من حجم العينة المدروسة.

- المستوى العلمي:

توزيع أفراد عينة البحث بالنسبة لمتغير المستوى العلمي:

المستوى العلمي

		Frequency	Percent %	Valid %Percent	Cumulative %Percent
Valid	بكالوريوس	115	29.9	29.9	29.9
	دبلوم	163	42.4	42.4	72.4
	ماجستير	67	17.4	17.4	89.8
	دكتوراه	39	10.2	10.2	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي SPSS الإصدار 20

يبين الجدول المذكور أعلاه بأن من حصل على تعليم دبلوم كان العدد الأكبر من حجم العينة الكلية ، وكانت 163 ونسبته 42.4٪ ، بينما أقل نسبة هي من الحائزين على شهادة دكتوراه والتي بلغ عددهم 39 بنسبة 10,2٪.

- سنوات الخدمة:

توزيع عينة البحث بالنسبة لسنوات الخدمة

سنوات الخدمة

			%	%	Cumulative %Percent
Valid	أقل من 5 سنوات	134	34.9	34.9	34.9
	من 10 -6 سنوات	187	48.7	48.7	83.6
	من 15 -11 سنة	44	11.5	11.5	95.1
	من 20 -16 سنة	18	4.7	4.7	99.7
	21سنة فأكثر	1	.3	.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

المصدر:إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي SPSS الإصدار20

تبين للباحثة من خلال الجدول السابق النسبة الأكبر كانت من لديهم خبرة عملية من ست سنوات إلى عشر سنوات ضمن حجم العينة الكلي، بمعدل 48.7٪ .

- الوظيفة التي يشغلها أفراد العينة:

توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة التي يشغلها الفرد:

الوظيفة التي يشغلها أفراد العينة:

		Frequency	Percent %	Valid Percent %	Cumulative %Percent
Valid	رئيس قسم	189	49.2	49.2	49.2
	رئيس دائرة	99	25.8	25.8	75.0
	معاون مدير	72	18.8	18.8	93.8
	مدير	24	6.3	6.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي SPSS 20

القسم الثّاني: دراسة ثبات وصدق المقياس:

تلاحظ الباحثة من الجدول المذكور أعلاه أن نسبة أفراد العينة التي يشغلون وظيفة رئيس قسم كانت 49.2٪ ، وهي النسبة الأكبر بينما الذين يشغلون وظيفة مديركانت نسبتهم أقل وهي 6.3٪

دراسة ثبات المقياس:

أ- معامل ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبانة معاً

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	12

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي SPSS 20

نلاحظ من الجدول السابق أن معامل الثبات الف كرونباخ لعبارات الاستبانة بلغت قيمتها 0,945 وهي أكبر من 0,60 وهذا يدل أن معامل الثبات ممتاز وأن عبارات الاستبانة جميعها جيدة ولا يوجد حاجة لحذف أي عبارة.

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
يتعرض مصرفكم لمخاطر السوق المتعلقة بالتقلبات في أسعار الأسهم والسندات.	43.0078	130.144	.759	.939
يتعرض مصرفكم لمخاطر السوق المتعلقة بالتقلبات في أسعار عقود المشتقات المالية.	43.2396	125.264	.870	.935
يسعى مصرفكم إلى التحوط من مخاطر محفظته المالية من خلال التنويع في عقود المشتقات المالية.	43.3542	123.629	.798	.938
يسعى مصرفكم إلى التحوط من مخاطر محفظته المالية من خلال التنويع في أدوات الهندسة المالية التقليدية من أسهم وسندات.	43.2292	125.488	.864	.936
يحقق مصرفكم قيمة اقتصادية مضافة لحاملي الأسهم من سنة لأخرى.	43.1094	130.009	.674	.943
يحقق مصرفكم فرقاً إيجابياً بين الربح الاقتصادي والربح المحاسبي.	43.0339	132.064	.705	.941

يقوم مصرفكم بإعداد القوائم المالية وفق المعايير المحاسبية الدولية من اجل حساب القيمة الاقتصادية المضافة بشكل دقيق.	42.9896	134.298	.701	.941
يحقق مصرفكم قيمة اقتصادية مضافة من خلال تخفيض رأس المال المستثمر عبر التنازل عن الأصول غير المنتجة.	42.8411	133.257	.798	.939
يقوم مصرفكم بشراء الأسهم التي تحقق زيادة في الأرباح من أجل خلق قيمة سوقية مضافة.	42.9766	130.294	.820	.938
يقوم مصرفكم ببيع الأسهم التي يتوقع انخفاض أرباحها من اجل عدم الإضرار بالقيمة السوقية المضافة.	42.9505	132.021	.790	.939
يقوم مصرفكم بزيادة الأرباح النقدية الموزعة على السهم من فترة لأخرى من أجل زيادة العوائد المتوقعة من السهم بفضل زيادة سعره وحجم تداوله.	42.7292	136.668	.687	.942
يمتلك مصرفكم مركزاً مالياً قوياً يمكنه من زيادة سعر وحجم تداول أسهمه ومنه تحقيق قيمة سوقية مضافة.	43.0521	133.277	.553	.947

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التّحليل الإحصائي SPSS 20

حيث يظهر أنّ جميع عبارات الاستبانة تتمتع بثبات جيّد، إذ أنّ جميع قيم (Corrected Item-Total Correlation) بين (0,553-0,87) أكبر من 0,19 وموجبة ،أيضاً لا يوجد حاجة لحذف أي عبارة.

دراسة صدق المقياس:

لاختبار صدق محتوى فقرات الاستبانة، قامت الباحثة بإيجاد معاملات الارتباط (مصفوفة الارتباط) بين متوسط العبارات التي تمثل كل محور على حدة وذلك لاختبار صدق محتوى فقرات الدّراسة وكانت النّتيجة كالآتي:

Correlations

		مخاطر السوق	القيمة الاقتصادية المضافة	القيمة السوقية المضافة
مخاطر السوق	Pearson Correlation	1	.802**	.818**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	384	384	384
القيمةالاقتصادية المضافة	Pearson Correlation	.802**	1	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	384	384	384
القيمة السوقية المضافة	Pearson Correlation	.818**	.820**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	384	384	384

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

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام SPSS 20

يبين الجدول السابق أنّ هناك ثبات داخلي دال إحصائيّاً ومقبول لأن (sig= p < a=0,01) قيمة الاحتمال الدالة أصغر من 0,01 وهذا يدل على وجود أثر بين متوسطات المتغيرات، والذي يعكس صدق المقياس.

وبناءً على ماسبق تكون الباحثة قد تأكّدت من ثبات وصدق الاستبانة، ويمكن اعتمادها و تطبيقها على العينة المدروسة.

القسم الثّالث: الإحصاءات الوصفيّة

قامت الباحثة بحساب متوسط إجابات أفراد العينة على العبارات الخاصّة بكل محور وكانت النتائج كالآتي:

متوسط إجابات أفراد العينة على العبارات الخاصّة بكل محور

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
مخاطر السوق	384	1.00	5.00	3.7480	1.29803
مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة	384	2.00	5.00	3.9622	1.02889
مؤشر القيمة السوقية المضافة	384	2.00	5.00	4.0286	.99369
Valid N (listwise)	384				

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام SPSS 20

لاحظت الباحثة من الجدول المذكور أعلاه أنّ متوسط المحاور جميعها أكبر من متوسط المقياس 3، والذي يشير إلى التّقييم الجّيد بالنسبة لعبارات الاستبانة جميعها.

وبالتّالي كان متوسط إجابات أفراد العينة على جميع عبارات الاستبانة المرتبطة بالمتغير المستقل والمتغيرات التابعة متوافقة وذات تّقييّم جيد لتلك العبارات، إذ حصلت جميعها على متوسط أكبر من 3 متوسط المقياس.

- **محور مخاطر السوق:**

الإحصاءات الوصفية واختبار الفروق عن الاجابة المحايدة3 لمحور مخاطر السوق

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
يتعرض مصرفكم لمخاطر السوق المتعلقة بالتقلبات في أسعار الأسهم والسندات.	384	1.00	5.00	3.9479	1.31169
يتعرض مصرفكم لمخاطر السوق المتعلقة بالتقلبات في أسعار عقود المشتقات المالية.	384	1.00	5.00	3.7161	1.40315
يسعى مصرفكم إلى التحوط من مخاطر محفظته المالية من خلال التنويع في عقود المشتقات المالية.	384	1.00	5.00	3.6016	1.59964
يسعى مصرفكم إلى التحوط من مخاطر محفظته المالية من خلال التنويع في أدوات الهندسة المالية التقليدية من أسهم وسندات.	384	1.00	5.00	3.7266	1.40150
Valid N (listwise)	384				

المصدر:إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي SPSS الإصدار20

ويلاحظ من الجدول السابق أن متوسطات الاستبيان ومحاوره تختلف عن متوسط الحياد (3). كما هو موضح في الجدول الآتي:

جوهرية فروق المتوسط لمحور مخاطر السوق

One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
يتعرض مصرفكم لمخاطر السوق المتعلقة بالتقلبات في أسعار الأسهم والسندات.	384	3.9479	1.31169	.06694
يتعرض مصرفكم لمخاطر السوق المتعلقة بالتقلبات في أسعار عقود المشتقات المالية.	384	3.7161	1.40315	.07160
يسعى مصرفكم إلى التحوط من مخاطر محفظته المالية من خلال التنويع في عقود المشتقات المالية.	384	3.6016	1.59964	.08163
يسعى مصرفكم إلى التحوط من مخاطر محفظته المالية من خلال التنويع في أدوات الهندسة المالية التقليدية من أسهم وسندات.	384	3.7266	1.40150	.07152
مخاطر السوق	384	3.7480	1.29803	.06624

المصدر :إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي SPSS الإصدار20

نلاحظ من الجدول السابق أن أغلبية عبارات المتعلقة بالمحور ، بالإضافة إلى المتغير الذي يعبر عن المحور ككل يمتلك قيمة SIG <0,05، مما يدل على أن أغلبية إجابات أفراد العينة تختلف عن متوسط الحياد (3). كما لاحظت الباحثة أن معظم متوسطات العبارات الخاصة بالمحور المدروس كانت أكبر من 3 ، وهذا يعني إن الإجابات تميل إلى التوافق.

- **محور القيمة الاقتصادية المضافة**

الإحصاءات الوصفية واختبار الفروق عن الاجابة المحايدة3 لمحور **القيمة الاقتصادية المضافة**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
يحقق مصرفكم قيمة اقتصادية مضافة لحاملي الأسهم من سنة لأخرى.	384	1.00	5.00	3.8464	1.45958
يحقق مصرفكم فرقاً إيجابياً بين الربح الاقتصادي والربح المحاسبي.	384	1.00	5.00	3.9219	1.28626
يقوم مصرفكم بإعداد القوائم المالية وفق المعايير المحاسبية الدولية من اجل حساب القيمة الاقتصادية المضافة بشكل دقيق.	384	1.00	5.00	3.9661	1.16359
يحقق مصرفكم قيمة اقتصادية مضافة من خلال تخفيض رأس المال المستثمر عبر التنازل عن الأصول غير المنتجة.	384	1.00	5.00	4.1146	1.09229
Valid N (listwise)	384				

المصدر :إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي SPSS الإصدار20

ويلاحظ من الجدول السابق أن متوسطات الاستبيان ومحاوره تختلف عن متوسط الحياد (3).

جوهرية فروق المتوسط لمحور القيمة الاقتصادية المضافة

One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
يحقق مصرفكم قيمة اقتصادية مضافة لحاملي الأسهم من سنة لأخرى.	384	3.8464	1.45958	.07448
يحقق مصرفكم فرقاً إيجابياً بين الربح الاقتصادي والربح المحاسبي.	384	3.9219	1.28626	.06564
يقوم مصرفكم بإعداد القوائم المالية وفق المعايير المحاسبية الدولية من اجل حساب القيمة الاقتصادية المضافة بشكل دقيق.	384	3.9661	1.16359	.05938
يحقق مصرفكم قيمة اقتصادية مضافة من خلال تخفيض رأس المال المستثمر عبر التنازل عن الأصول غير المنتجة.	384	4.1146	1.09229	.05574
القيمة الاقتصادية المضافة	384	3.9622	1.02889	.05251

المصدر :إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي SPSS الإصدار 20

نلاحظ من الجدول السابق أن أغلبية عبارات المتعلقة بالمحور ، بالإضافة إلى المتغير الذي يعبر عن المحور ككل يمتلك قيمة SIG <0,05، مما يدل على أن

أغلبية إجابات أفراد العينة تختلف عن متوسط الحياد (3). كما لاحظت الباحثة أن معظم متوسطات العبارات الخاصة بالمحور المدروس كانت أكبر من 3 ، وهذا يعني إن الإجابات تميل إلى التوافق.

محور مؤشر القيمة السوقية المضافة:

الإحصاءات الوصفية واختبار الفروق عن الاجابة المحايدة3 لمحور مؤشر القيمة السوقية المضافة:

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
يقوم مصرفكم بشراء الأسهم التي تحقق زيادة في الأرباح من أجل خلق قيمة سوقية مضافة.	384	1.00	5.00	3.9792	1.21762
يقوم مصرفكم ببيع الأسهم التي يتوقع انخفاض أرباحها من اجل عدم الإضرار بالقيمة السوقية المضافة.	384	1.00	5.00	4.0052	1.16743
يقوم مصرفكم بزيادة الأرباح النقدية الموزعة على السهم من فترة لأخرى من أجل زيادة العوائد المتوقعة من السهم بفضل زيادة سعره وحجم تداوله.	384	1.00	5.00	4.2266	1.04630
يمتلك مصرفكم مركزاً مالياً قوياً يمكنه من زيادة سعر وحجم تداول أسهمه ومنه تحقيق قيمة سوقية مضافة.	384	1.00	5.00	3.9036	1.49275
Valid N (listwise)	384				

المصدر :إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي SPSS الإصدار 20

ويلاحظ من الجدول السابق أن متوسطات الاستبيان ومحاوره تختلف عن متوسط الحياد (3).

جوهرية فروق المتوسط لمحور مؤشر القيمة السوقية المضافة

One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
يقوم مصرفكم بشراء الأسهم التي تحقق زيادة في الأرباح من أجل خلق قيمة سوقية مضافة.	384	3.9792	1.21762	.06214
يقوم مصرفكم ببيع الأسهم التي يتوقع انخفاض أرباحها من اجل عدم الإضرار بالقيمة السوقية المضافة.	384	4.0052	1.16743	.05958
يقوم مصرفكم بزيادة الأرباح النقدية الموزعة على السهم من فترة لأخرى من أجل زيادة العوائد المتوقعة من السهم بفضل زيادة سعره وحجم تداوله.	384	4.2266	1.04630	.05339
يمتلك مصرفكم مركزاً مالياً قوياً يمكنه من زيادة سعر وحجم تداول أسهمه ومنه تحقيق قيمة سوقية مضافة.	384	3.9036	1.49275	.07618
القيمة السوقية المضافة	384	4.0286	.99369	.05071

المصدر :إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي SPSS الإصدار 20

نلاحظ من الجدول السابق أن أغلبية عبارات المتعلقة بالمحور ، بالإضافة إلى المتغير الذي يعبر عن المحور ككل يمتلك قيمة SIG <0,05، مما يدل على أن

أغلبية إجابات أفراد العينة تختلف عن متوسط الحياد (3). كما لاحظت الباحثة أن معظم متوسطات العبارات الخاصة بالمحور المدروس كانت أكبر من 3 ، وهذا يعني إن الإجابات تميل إلى التوافق.

اختبار الفرضيات

إذ قامت الباحثة بإجراء اختبار الارتباط الخطي (بيرسون)، وأيضاً تحليل الانحدار بين المتغير المستقل (مخاطر السوق)، والمتغير التابع (مؤشرات الأداء المالي الحديثة)، وكانت نتيجة الفرضية كالآتي:

اختبار الفرضيَّة الرَّئيسة : لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لمخاطر السوق على مؤشرات الأداء المالي الحديثة في المصارف الخاصة العاملة في سورية

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850[a]	.722	.721	.68616

يتضح من الجدول أنّ قيمة معامل الارتباط (R=0,85)، مما يعني أنّ العلاقة جيدة وقوية بين مخاطر السوق ومؤشرات الأداء المالي الحديثة، كما يظهر الجدول السابق أنّ قيمة معامل التّحديد(R Squar=0,72) أي نستنتج أنّ مخاطر السوق تؤثر تقريباً بنسبة (72%) في مؤشرات الأداء المالي الحديثة.

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	465.932	2	232.966	494.819	.000[b]
	Residual	179.379	381	.471		
	Total	645.311	383			

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التّحليل الإحصائي باستخدام SPSS 20

من الجدول السابق نجد أن قيمة SIG =0,00 وهي أقل من مستوى المعنوية البالغ 0.05 وبالتالي الارتباط ذو دلالة معنوية.

مما سبق نرفض فرضية العدم: لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لمخاطر السوق على مؤشرت الأداء المالي الحديثة في المصارف الخاصة العاملة في سورية

ونقبل الفرضية البديلة: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لمخاطر السوق على مؤشرت الأداء المالي الحديثة في المصارف الخاصة العاملة في سورية

الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضيَّة الفرعية الأولى: لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لمخاطر السوق على مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة في المصارف الخاصة العاملة في سورية

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802[a]	.644	.643	.77597

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التّحليل الإحصائي باستخدام SPSS 20

يتضح من الجدول أنّ قيمة معامل الارتباط (R=0.80)، مما يعني أنّ العلاقة جيدة وقوية بين مخاطر السوق و مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة ، كما يبين الجدول السابق أنّ قيمة معامل التّحديد (R SQUARE=0.644) أي نستنتج أنّ مخاطر السوق تؤثرّ بنسبة (64%) في مؤشر القيمةالاقتصادية المضافة.

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	415.300	1	415.300	689.726	.000[b]
	Residual	230.011	382	.602		
	Total	645.311	383			

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التّحليل الإحصائي باستخدام SPSS 20

من الجدول السابق نجد أن قيمة SIG=0,00 وهي أقل من مستوى المعنوية البالغ (0,05) وبالتالي الارتباط ذو دلالة معنوية.

مما سبق نرفض الفرضية العدم: **لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لمخاطر السوق على مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة في المصارف الخاصة العاملة في سورية**

ونقبل الفرضية البديلة: **يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لمخاطر السوق على مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة في المصارف الخاصة العاملة في سورية**

الفرضيَّة الفرعية الثانية: لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لمخاطر السوق على مؤشر القيمة السوقية المضافة في المصارف الخاصة العاملة في سورية

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818[a]	.669	.668	.74746

يتضح من الجدول أنّ قيمة معامل الارتباط (R=0.81)، مما يدل على أنّ العلاقة جيدة وقوية بين مخاطر السوق و مؤشر القيمة اللسوقية المضافة ، كما يظهر الجدول السابق أنّ قيمة معامل التّحديد

(R SQUARE= o,669) أي نستنتج أنّ مخاطر السوق تؤثرّ تقريباً بنسبة (67%) في مؤشر القيمة السوقية المضافة.

ANOVAa						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	431.890	1	431.890	773.037	.000[b]
	Residual	213.421	382	.559		
	Total	645.311	383			

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التّحليل الإحصائي باستخدام SPSS 20

من الجدول السابق نجد أن قيمة SIG=0,00 وهي أقل من مستوى المعنوية (0,05) وبالتالي الارتباط ذو دلالة معنوية.

مما سبق نرفض الفرضية العدم: لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لمخاطر السوق على مؤشر القيمة السوقية المضافة في المصارف الخاصة العاملة في سورية

ونقبل الفرضية البديلة: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لمخاطر السوق على مؤشر القيمة السوقيةالمضافة في المصارف الخاصة العاملة في سورية

النتائج:

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمخاطر السوق على مؤشرات الأداء الحديثة في المصارف الخاصة العاملة في سورية.
- يوجد تأثير دلالة إحصائية لمخاطر السوق على مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة ومؤشر القيمة السوقية المضافة في المصارف الخاصة العاملة في سورية.

المقترحات:

- توصي الباحثة بتفعيل استخدام نماذج فعالة لإدارة مخاطر السوق في المصارف محل الدراسة من ضمنها قد يكون نموذج القيمة المعرضة للخطر لما له أهمية في إدارة المخاطر بصفة عامة.
- ايجاد أدوات مالية حديثة تسهم في إيجاد حلول للمخاطر السوقية التي من الممكن أن تؤثر عمل المصارف كمحاولة لتخفيض أثارها السلبية على أدائها المالي إلى أدنى حد ممكن.

قائمة المراجع:

- الفوردي، أحمد، (2022)، در تطبيق مدخل القيمة الاقتصادية المضافة EVA في تقييم الأداء الإستراتيجي كأحد متطلبات تحقيق التنمية المستدامة–دراسة تطبيقية على سوق الأوراق المالية الكويتية، مقالة، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية– م13، ع2.
- الخفاجي، علي، الشكرجي، بشار، (2018)، تقدير المخاطر السوقية التي تواجه المصارف دراسة على عينة من المصارف الخاصة المسجلة في سوقي العراق وعمان للأوراق المالية، مقالة، م27، ع119، مجلة تنمية الرافدين.
- الأمين، سارة، (2022)، أثر المخاطر المالية وإدارتها على سيولة الأسهم في سوق المال السعودي(بالتطبيق على المصارف الإسلامية)، مقالة، مجلة العلوم الإنسانية والإدارية، ع28، م8.
- الصائغ، مها، 2022، أثر الإفصاح عن المخاطر على الأداء المالي للبنوك المدرجة في سوق الأسهم العادي (تداول) دراسة تطبيقية المملكلة العربية السعودية، مقالة، مجلة البحوث التجارية م4، ع1.
- اوصغير، اليويزة،(2020)، مخاطر السوق في البنوك الدولية واستراتيجيات إدارتها حسب المعايير الدولية للجنة بازل مجموعة سوسيتي جنرال نموذجاً، مقالة، مجلة نور، ع10، م6.
- بوشن، زينب، 2015، الهندسة المالية ودورها في المخاطر في البنوك – دراس حالة البنك الفرنسي bnp paribas، رسالة ماجستير اختصاص إدارة مالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، الجزائر.
- زرقون، محمد، حجاج، نفيسة، حجاج، صليحة، (2018)، دراسة قدرة مؤشرات الأداء المالي التقليدية والحديثة في تفسير عوائد الأسهم دراسة حالة الشركات المدرجة في بورصة قطر للفترة(2010–2015)، مقالة، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والادارة، م2، ع3

- سارة، حمودة، وئام،بوحسان،2022، دور التشخيص المالي في تقييم الاداء المالي لمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسس سونلغاز بولاية قالمة للفترة (2019–2020)، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة 8ماي 1945، الجزائر
- عبد الرؤوف، نعيمة، العرابيو فتيحة، (2022)، استخدام تحليل القوائم المالية وادورها في الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة شركة سونلغازللإنتاج والتوزيع بأدارا للفترة (2017–2020)، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة أحمد دراية–أدرار، الجزائر.
- عبير، حاجي، رحمة، عباد،(2020)، تسيير المخاطر التشغيلية في البنوك التجارية وفق مقررات لجنة بازل دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري–وكالة 46 تبسة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة العربي التبسي –تبسة، الجزائر.
- قسوم، ربيحة، بروك، راوية، بلحاج، شريفة، (2020)، تأثير المخاطر المالية على الأداء المالي دراسة حالة بورصة الجزائر خلال الفترة الممتدة (2009–2018)، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، قسم العلوم المالية والمحاسبية، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، الجزائر.
- لعقون، أمال، يوسفي، امان (2021)، خلق القيمة في المؤسسة بإستخدام مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة eva دراسة حالة مؤسسة الأوراسي 2002–2019، مقالة، مجلة الدراسات الاقتصادية، م15، ع2.
- مروة، مبروكي، (2023)، دور المؤشرات الحديثة للبعد المالي لبطاقة الأداء المتوزان في تقييم الأداء المالي وقيادته نحو خلق القيمة بالمؤسسات الاقتصادية دراسة حالة مجمع صيدال، مقالة، مجلة الابداع، م13و ع1.
- مبارك، عائشة، 2007، المخاطر البنكية مع إشارة لحالة الجزائر، ملجة العلوم الإنسانية، العدد 27، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.

- Al Mamari,Sh Al Ghssani, A, Ahmed,E, 2022, risk Management Practices The Case Of Sultanate Of Oman, Jornal Of Accounting Science,Vol6,No1.
- Alrdadeh, mohmoud, hamouri, basem, abdul rahman,abud aziz, meero, abdelrhman, tabash, mosab, 2022, article, v17, n1, jounal banks and bank systems.
- Kelven, namesake, 2016, the effect of market risk om the financial performance of commercial banks in Kenya ,research project, school of business, university of Nairobi.
- Wang, rongming, 2022, Research on financial market risks based on var model, article, on line, http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

"دور التسويق الأخضر في تعزيز القرار الشرائي للمستهلك – دراسة مسحية على عملاء مستحضرات التجميل في مدينة حلب"

***الدكتور محمد عباس ديوب**

***الدكتور أحمد علي زهره**

****منى أحمد غزال[1]**

المستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين التسويق الأخضر والقرار الشرائي من خلال إيضاح دور التسويق الأخضر بأبعاده (المنتج الأخضر، السعر الأخضر، الترويج الأخضر، التوزيع الأخضر) في تعزيز القرار الشرائي للمستهلك بتطبيقه على عملاء مستحضرات التجميل في مدينة حلب، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي باعتباره يصف الظاهرة المدروسة كما هي في الواقع، وذلك من خلال توزيع 62 استبانة على عملاء مستحضرات التجميل في مدينة حلب، وكان عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل الاحصائي (47) بنسبة (75.80%).وكان من أهم النتائج التي تم الوصول إليها: يوجد أثر إيجابي لأبعاد التسويق الأخضر على القرار الشرائي لعملاء في عملاء شركات مستحضرات التجميل حيث كان أكثر الأبعاد تأثيراً هو المنتج الأخضر يليه السعر الأخضر ثم الترويج الأخضر ثم التوزيع الأخضر.

الكلمات المفتاحية: التسويق الأخضر – القرار الشرائي للمستهلك – شركات مستحضرات التجميل.

[1] * استاذ، قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة طرطوس، سورية.
*أستاذ مساعد، قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة طرطوس، سورية.
[1]طالبة كتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة طرطوس، سورية.

"The Role of Green Marketing in Enhancing the Consumer's Purchasing Decision - A Survey Study on Cosmetics Customers in the City of Aleppo"

ABSTRACT

This study aimed to identify the relationship between green marketing and the purchasing decision by clarifying the role of green marketing in its dimensions (green product, green price, green promotion, green distribution) in enhancing the consumer's purchasing decision by applying it to cosmetics customers in the city of Aleppo. The researcher used the descriptive approach. As it describes the studied phenomenon as it is in reality, through distributing 62 questionnaires to cosmetics customers in the city of Aleppo, and the number of questionnaires valid for statistical analysis was (47), with a rate of (75.80%). Among the most important results that were reached: There is a positive effect For the dimensions of green marketing on the purchasing decision of customers in cosmetic companies, where the most influential dimension was the green product, followed by the green price, then the green promotion, then the green distribution.

Keywords: Green Marketing- Consumer Purchasing Decision- Cosmetics Companies.

1- مقدمة:

مع تزايد النقد الاجتماعي الموجه للكثير من ممارسات التسويق خاصة الممارسات التي تؤذي الأفراد والشركات الأخرى كما هو الحال في بيع المنتجات بأسعار أعلى، والممارسات المخادعة، والمنتجات الرديئة وغير الآمنة، ومع هذا النقد كان الحديث يتزايد عن التسويق المسؤول اجتماعياً وبيئياً، وكان يجري التأكيد على دور التسويق في الحد من التأثيرات البيئية من خلال التسويق الأخضر (بورزاق، 2015)، حيث إن تبني التسويق الأخضر أصبح من المسلمات البالغة الأهمية لشركات الأعمال بكافة أنواعها، لأنه يعتبر من المفاهيم الحديثة والتي أثبتت كفاءتها ونجاحها في مجال التسويق، من خلال مساهمته في تحقيق ميزة تنافسية للشركات التي تتبناه، خاصة أن الشركات في عصرنا اليوم باتت تتنافس من خلال توجهاتها التسويقية ومسؤولياتها البيئية.

وقد بدأ الاهتمام البيئي بهذا المفهوم نتيجة للضغوط من قبل شركات المجتمع المدني، وتنامي الوعي البيئي، وزيادة وعي العملاء حول المنتجات والخدمات التي يرغبون في اقتنائها، والذي أصبح سلوكهم وقراراتهم الشرائية في استهلاك المنتجات يعتمد على النظر في أثرها على البيئة من جهة وعلى صحتهم من جهة أخرى، الأمر الذي أدى بالشركات إلى تصميم منتجات صديقة للبيئة أو خضراء تستجيب لمتطلباتهم وتوقعاتهم (نوال، عبد الله، 2020). ومن هنا جاءت هذه الدراسة للتعرف على مفهوم التسويق الأخضر ومن ثم تحديد دوره في تعزيز القرار الشرائي للمستهلكين على مستحضرات التجميل في مدينة حلب.

2- مصطلحات الدراسة:

التسويق الأخضر (Green Marketing): مجموعة الأنشطة التسويقية التي تؤديها شركات الأعمال بحيث تلتزم من خلالها بتقديم منتجات صديقة للبيئة وغير مضرة بها وتتفق مع رغبات واحتياجات المستهلك والمجتمع وتحقق الهدف الربحي للمنظمة (بدرانه، 2019).

القرار الشرائي: هو مجموعة الخطوات والمراحل التي يمر بها المشتري في حالة القيام بالاختيارات حول أي من المنتجات أو الخدمات التي يفضل شرائها (سعاد، هجيرة، 2019).

3- الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

1- (كنوش وجعدي، 2020): "تأثير التسويق الأخضر على سلوك شراء المستهلك: دراسة مقارنة بين تركيا والجزائر "

هدفت هذه الدراسة الى إلى كشف مدى إدراك ووعي المستهلكين في كل من الجزائر وتركيا للمشاكل البيئية الناجمة عن الاستهلاك، تم في هذه الدراسة استخدام المنهج الوصفي من خلال وصف وتحليل البيانات والمعلومات المجمعة عن موضوع الدراسة بهدف تحديد النتائج والوصول الى الأهداف المحددة، ومن النتائج التي توصلت اليها الدراسة وجود فروقات في مستوى الوعي البيئي والحساسية البيئية وكذلك التعليم البيئي بين المستهلكين، وعدم وجود فرص تسويقية كبيرة في السوق الجزائرية حيث أن المستهلك يجد صعوبة في الوصول للمنتجات الصديقة للبيئية، والسبب يرجع إما لوجود خلل في التوزيع أو ارتفاع السعر.

2- (بلدية، 2020): " القواعد الحديثة للتسويق الأخضر ودورها في توجيه العملاء نحو السلوك الشرائي الأخضر: دراسة استطلاعية في ظل المبادرة الخضراء للتنمية في سورية"

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد القواعد الحديثة للتسويق الأخضر ودورها في توجيه العملاء نحو السلوك الشرائي الأخضر في ظل المبادرة الخضراء للتنمية في سورية لاستطلاع الدوافع الأكثر تأثيراً في السلوك الأخضر لدى العملاء ومدى تجاوبهم مع فلسفة ومفهوم التسويق الأخضر ومدى وعيهم لقضايا البيئة، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي والاعتماد على الاستبيان كأداة للدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن القواعد الحديثة للتسويق الأخضر توجه السلوك الشرائي الأخضر لأفراد العينة بشكل جيد بالنسبة للدوافع التي تتعلق بأداء المنتج الأخضر ومراحل إنتاج المنتج الأخضر، وبشكل مقبول بالنسبة للدوافع المتعلقة بمدخل دورة الحياة للتحضير، وبشكل ضعيف بالنسبة للدوافع المتعلقة بالسعر الأخضر.

الدراسات الأجنبية:

1- (Tan,et al, 2022):

"Investigating the Impact of Green Marketing Components on Purchase Intention: The Mediating Role of Brand Image and Brand Trust."

" التحقيق في تأثير مكونات التسويق الأخضر على نية الشراء: الدور الوسيط لصورة العلامة التجارية وثقة العلامة التجارية "

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير التسويق الأخضر وعوامله على نية الشراء من خلال ثقة وصورة العلامة التجارية الخضراء. من خلال فحص العلاقة بين ستة مفاهيم:

المعرفة الخضراء ، والموقف والمعرفة البيئية ، والصورة الخضراء ، والثقة الخضراء ، ونية الشراء، وتم الاعتماد على المنهج تم استخدام مسح تجريبي لاختبار الفرضيات. تم جمع البيانات من إجمالي 300 مستجيب من باكستان ، وتم اقتراح نمذجة المعادلة الهيكلية (SPSS–AMOS) لتقييم علاقات نموذج البحث، وأشارت النتائج إلى وجود ارتباطًا إيجابياً مهماً بين مناهج التسويق الأخضر العملية (المعرفة الخضراء ، والموقف ، والمعرفة البيئية ، ونية الشراء للمنتجات الخضراء) ؛ بالإضافة إلى ذلك ، فإن المنتجات الخضراء ذات الصفات البيئية العالية تخلق نية إيجابية نحو اختيار المستهلك. علاوة على ذلك ، فإن مناهج التسويق الخضراء (المعرفة الخضراء ، والمواقف ، والمعرفة البيئية) تؤثر بشكل مباشر وكبير على الصورة الخضراء والثقة.

2- (**Wolok,2019**) :

" **Analysis of The Effect of Green Marketing on Consumer Purchasing Decisions on The Body Shop Gorontalo Product**

"**تحليل تأثير التسويق الأخضر على قرارات الشراء للمستهلكين على Body Shop منتج**"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير التسويق الأخضر على قرارات الشراء لدى المستهلك من خلال استخدام أدوات تسويق صديقة للبيئة وهي المنتجات الصديقة للبيئة ، والأسعار الممتازة ، والعروض الترويجية الصديقة للبيئة، والتوزيع الصديق للبيئة، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وتم استخدام الاستبيان كأداة للدراسة، حيث كان هناك 76 مستجيبًا يشاركون في هذه الدراسة، وأشارت النتائج إلى أن التسويق الأخضر كان له تأثير كبير على شراء المستهلك كقرارات في متجر جورونتالو بودي شوب، وأن

التسويق الأخضر يفسر 46.2٪ من قرارات شراء المستهلك في متجر جورونتالو بودي شوب من خلال عوامل التسويق الخضراء.

المقارنة مع الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة أعلاه نجد أن الدراسات السابقة تناولت موضوع التسويق الأخضر وعلاقته مع السلوك الشرائي للمستهلك واتخاذ قراره في الشراء، بينما اختلفت هذه الدراسة عن جميع الدراسات السابقة في المتغير التابع (القرار الشرائي) حيث يختلف القرار الشرائي باختلاف مجموعة من المتغيرات باعتبار أن المستهلكين يتميزون بسرعة التغيير في أذواقهم ورغباتهم وحاجاتهم وطرق الشراء وأوقات الشراء وبالتالي ينعكس ذلك على القرار الشرائي لهم، كما اختلفت في بيئة التطبيق فالدراسة الحالية أجريت على عملاء مستحضرات التجميل في مدينة حلب.

4- مشكلة الدراسة: أدى نمو النشاط الصناعي والتجاري إلى ظهور العديد من المشاكل البيئية التي نجمت عن الاستغلال غير العقلاني لعوامل الإنتاج، وخصوصاً ما يتعلق بالموارد البيئية التي تم استهلاكها بشكل غير مسبوق، ومع ازدياد الوعي البيئي توجهت الشركات اليوم إلى إنتاج وتسويق المنتجات الخضراء بوصفها ميزة تنافسية من جهة وأداة لمواجهة المخاطر البيئية من جهة أخرى وخاصة فيما يتعلق بالمنتجات تدخل في صنعها المواد الكيميائية كمستحضرات التجميل والتي يزداد عليها الطلب يوماً بعد يوم، وهذا لن يتحقق إلا من خلال اهتمام الشركات والشركات بدراسة سلوك المستهلك المتصف بالتعقيد بهدف فهم ومعرفة مجمل الظروف والعوامل المؤثرة في تفضيلاته وأنماطه الاستهلاكية المتنوعة وذلك عن طريق مواكبة حاجاته ورغباته والبحث عن إشباعها، وهذا ليس بالأمر السهل لأن سلوك المستهلك يتميز بالديناميكية والتغيير، وذلك بناءً على العديد من العوامل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المتعددة، وعليه فإن الاهتمام الجيد

بدراسة سلوك المستهلك يعد من أهم أدوات النجاح في التسويق للمنتجات الخضراء التي تعد بديلاً مهماً للمنتجات التقليدية، وأحد الميزات التنافسية التي تسعى الشركات اليوم إلى اكتسابها.

وبالتالي يمكن صياغة مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

"**ما هو دور التسويق الأخضر في تعزيز القرار الشرائي لعملاء مستحضرات التجميل في مدينة حلب**"

وتتفرع عنه الأسئلة الفرعية التالية:

1- ما مستوى إدراك مفهوم التسويق الأخضر لدى عملاء شركات مستحضرات التجميل في مدينة حلب؟

2- ما هو مستوى القرار الشرائي للعملاء بالنسبة للمنتجات الخضراء لشركات مستحضرات التجميل في مدينة حلب؟

3- ما هو دور التسويق الأخضر في تعزيز القرار الشرائي لعملاء شركات مستحضرات التجميل في مدينة حلب؟

5- فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية: لا توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين التسويق الأخضر بأبعاده وتعزيز القرار الشرائي لعملاء شركات مستحضرات التجميل في مدينة حلب.

6- أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية: تنبع أهمية هذا البحث من خلال موضوع يستحوذ على اهتمام كبير في الآونة الأخيرة وهو موضوع التسويق الأخضر ودوره في التأثير على اتجاهات وسلوك

العملاء لشراء منتجات صديقة للبيئة وبالتالي فإن تبني التسويق الأخضر والاعتماد على منتجات خضراء يزيد ثقة الزبائن بالشركات والشركات، إضافة إلى أن دراسة سلوك المستهلك تشهد العديد من التطورات المستمرة التي ينبغي على الشركات الوقوف عندها خاصة وأنها تعتمد عليها في إعداد سياساتها التسويقية، مما يساهم في علاج العديد من التحديات التي تواجه المجتمع حيث أصبح التوجه نحو البيئة والمنتجات الخضراء ضرورة ملحة.

الأهمية العملية: تقديم حلول للمشكلات التي تعاني منها الشركات ولاسيما في كيفية تطوير أبعاد التسويق المتبعة وتعزيزها عند العاملين فضلاً عن تقديم المؤشرات التي تساعد في تبني نهج التسويق الأخضر من قبل القائمين على عملية التسويق في الشركات يمكن من خلالها تفعيل استراتيجيات التسويق الأخضر وسبل تأثيرها على سلوك المستهلك واتخاذه للقرار الشرائي، وتعزيز سلوك المستهلك واتجاهاته البيئية من خلال طرح مواضيع تعزز التوجه نحو البيئة في مجالات التسويق والاستهلاك.

7- أهداف الدراسة:

- التحقق من مستوى إدراك العملاء لمفهوم التسويق الأخضر.
- تحديد العلاقة بين التسويق الأخضر والقرار الشرائي لمستهلكي مستحضرات التجميل في مدينة حلب.
- تقديم جملة من التوصيات التي من شأنها تعزيز ثقة المستهلكين بالمنتجات الخضراء من خلال تطوير وتحسين الأداء التسويقي للشركات والسعي إلى تبنيها للتسويق الأخضر بأبعاده المتنوعة.

8- منهجية البحث:

بغية تحقيق الأهداف العلمية المرجوة من البحث فقد تم اتباع المنهج الوصفي لإجراء الدراسة من خلال:

في الإطار النظري للبحث: تم الاعتماد على الأسلوب الوصفي لأهم المعلومات الواردة في الكتب والمراجع العربية والأجنبية المتعلقة بموضوع البحث.

في الجانب التطبيقي للبحث: تم الاعتماد على الاستبيان والذي وزع بشكل شخصي من قبل الباحثة في مدينة حلب على عينة من عملاء شركات مستحضرات التجميل من أجل تجميع البيانات الأولية من واقع مجتمع وعينة البحث عن طريق تصميم قائمة استقصاء مناسبة لهذا الغرض من أجل اختبار صحة فروض البحث اذ تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS 25، حيث تم تصميم استبانة تقيس محور فرضيات البحث.

9- مجتمع البحث: جميع عملاء مستحضرات التجميل في مدينة حلب

10- عينة البحث: نظراً لعدم امكانية حصر مجتمع البحث تم استخدام عينة عشوائية ميسرة وتكونت من (384) عميل وعميلة لشركات مستحضرات التجميل في مدينة حلب.

11- الحدود الزمانية: تم اجراء الدراسة في الربع الأول والثاني من العام 2023.

12- الحدود المكانية: مدينة حلب في الجمهورية العربية السورية.

الإطار النظري:

مقدمة: نتيجة الجهود التي بذلتها الجهات المختلفة اتجاه حماية البيئة أصبح المجتمع أكثر اهتماماً ووعياً بالبيئة الطبيعية واتجهت الشركات إلى تعديل سلوكها البيئي والسعي

في تبني الاهتمامات الاجتماعية و البيئية الجديدة، و ترجم ذلك في تفعيل نظم الإدارة البيئية التي تقوم على التوفيق بين أنشطة المنظمة والقضايا البيئية المعاصرة، وعلى ضوء هذه المتغيرات جاء مفهوم التسويق الأخضر كمفهوم معاصر يتصدى للمشكلات البيئية والأخلاقية الناجمة على الممارسات السلبية للتسويق التقليدي، وأيضاً يعتبر استجابة للقلق العالمي اتجاه البيئة من خلال الاستهلاك الذكي الذي يعطي بيئة نظيفة وبذلك بدأت الشركات تضع الاعتبارات البيئية والاجتماعية في تحديد خياراتها واستراتيجياتها بما فيها الجانب التسويقي و ترجم ذلك في طرح منتجات خضراء أي صديقة للبيئة، حيث تؤثر هذه المنتجات الخضراء على خيارات المستهلك في اتخاذ قراراته الشرائية.

– **مفهوم التسويق الأخضر** يمكن القول بأن مفهوم" التسويق الأخضر "ورغم انتشاره اليوم وتعاظم استخدامه وأهميته، إل أنه ككل المفاهيم والمصطلحات المختلفة لم يأتي فجأة أو من فراغ بل هو نتاج مراحل عديدة من التغيرات والتفاعلات التي شهدها ومازال يشهدها العالم ، ولقد تظافرت العديد من الأسباب في زيادة هذا الوعي ابتداء من ارتفاع المخاطر البيئية وأهمية البعد الإعلامي الذي يلعب دوره في هذه المسألة، حيث يعد موضوع التسويق الاخضر واحداً من أكثر المواضيع حداثة في حقل إدارة التسويق لذلك أصبحت أغلب الشركات بحاجة الى تبني هذا المفهوم كونها تحقق لها ميزة تنافسية وسمعة حسنة بين العملاء تؤثر على قراراتهم وخياراتهم الشرائية.

حيث يعرفه Pride and Ferrel بأنه "عملية تطوير و تسعير و ترويج منتجات لا تلحق أي ضرر بالبيئة الطبيعية" .(Mamanshetty ,2020)

التسويق الأخضر هو ممارسة الأنشطة التسويقية ضمن التزام قوي بالمسؤولية البيئية مثل الالتزام بالتعامل بالسلع الصديقة للبيئة فقط ، والترويج لها ضمن هذا الإطار. (بوشاشي و بوعكيرة، **2020**)

وتعرف الجمعية الأمريكية (AMA) التسويق الأخضر بأنه عملية دراسة النواحي الإيجابية ، والسلبية للأنشطة التسويقية ، وأثرها في تلوث البيئة واستنفاذ الطاقة الطبيعية .

من خلال ما سبق ترى الباحثة أن التسويق الأخضر هو نهج استراتيجي جديد ومتطور للتسويق يعتمد على أدوات صديقة للبيئة تساهم في حماية البيئة من التلوث، وبنفس الوقت تساهم في تحقيق رضا المستهلك عن المنتجات الخضراء.

3- أهمية التسويق الأخضر

تقوم الشركات بإنتاج منتجاتها بطرق صديقة للبيئة، فعلى الرغم من ارتفاع أسعار المنتجات الصديقة للبيئة، إلا أن الناس أصبحوا على دراية بأهمية هذه المنتجات، كما بدأت الكثير من الشركات في مختلف أنحاء العالم في العمل على تلبية رغبات عملائها فيما يتعلق بالحفاظ على البيئة، حيث أصبحت هذه الشركات تنتج سلعها ضمن معايير معينة تظهر من خلالها مسؤولياتها في الحفاظ على البيئة، ويمكن ايراد العديد من الفوائد من تطبيق التسويق الأخضر في الشركات وهي تحسين سمعة ومصداقية الشركات وتحقيق الأمان في تقديم منتجات، تحقيق الميزة التنافسية، إنتاج سلع يمكن إعادة تدويرها، تحسين الموقع التنافسي للشركات وتحسين حصتها السوقية على المدى الطويل، العلامات التجارية التي تهتم بهذا النوع من الأنشطة تكون أكثر موثوقية لدى العملاء ، وتبني علاقات طويلة الأجل معهم(ميمون، 2018).

أبعاد التسويق الأخضر:

1- المنتج الأخضر: يعرف المنتج الأخضر على أنه "أي منتج مصمم ومصنع وفقاً لمجموعة من المعايير التي تهدف إلى حماية البيئة، وتقليل استنزاف الموارد الطبيعية، مع المحافظة على خصائص الأداء، ومن الخصائص الواجب توافرها في المنتجات الخضراء هي عدم احداث أي ضرر بالبيئة وأن لا يكوم مصدر تهديد لحياة الإنسان، وأن يكون ذو استهلاك قليل للطاقة وللموارد الطبيعية، وأن يكون قابل لإعادة التدوير وأن يحقق الأداء المطلوب والمتوقع منه (الخوالدة، الشورة، 2018).

2- السعر الأخضر: غالباً ما تحمل المنتجات الخضراء إضافة سعرية وذلك بسبب التكاليف الإضافية لإنتاجها وفقاً لاعتبارات حماية البيئة لأن المنتجات الخضراء عادة ما تتطلب تكاليف مرتفعة في مجال البحث والتطوير والتعديل في الأساليب الانتاجية بما ينسجم مع هدف الاستخدام الكفئ للطاقة وتقليل التلف والضياع في استعمال المواد الأولية، وعلى ذلك ما زالت العديد من الشركات تسعر المنتجات الخضراء على أساسا قيمتها التي تدركها مجموعات أو فئات معينة من العملاء(عيد الأغا، 2017).

3- التوزيع الأخضر: وهو مجموعة الأنشطة التي تهدف من خلالها المنظمة إلى تدفق وانسياب المنتجات لتصل إلى المستهلك قصد تحقيق الانتشار المطلوب لمنتجاتها مع الحرص على الحفاظ على البيئة، فالتوزيع الأخضر نشاط هام، يستهدف تخفيض التكاليف، وحماية البيئة من الملوثات، والحفاظ على الموارد حيث يجب أن تسعى الشركات من خلال التوزيع الأخضر إلى استخدام وسائل النقل التي من شأنها الحفاظ على البيئة من الملوثات، بالإضافة إلى عدم الإفراط في استخدام مواد التعبئة والتغليف حيث أن ذلك يؤدي بشكل مباشر أو غير مباشر إلى تخفيض تكاليف التوزيع (سعاد، هجيرة، 2019).

4- الترويج الأخضر: إن عملية الترويج الاخضر لا تركز على مضمون الربحية فحسب وانما تذهب لأبعد من ذلك وهو نحو كيفية اقناع المستهلك وعبر حوار تفاعلي بما يمكن أن يقدمه المنتج من خدمة للبيئة وتحقق الرضا لديه بذات الوقت . وللحصول على كل ذلك لابد من وجود أدوات تخدم هذه العملية بالطريقة المثلى والتي تتمثل بعناصر المزيج الترويجي الاخضر(اسماعيل، 2016).

القرار الشرائي:

يلعب القرار الشرائي دوراً كبيراً سواء بالإيجاب أو بالسلب في الاقتصاد العائلي والوطني والقومي وحتى العالمي حيث أن القرارات الشرائية للعملاء أو السلوك الاستهلاكي لهم يؤثر على جانب العرض والطلب من مختلف السلع والخدمات إلى جانب تأثيرها على حجم العائلة أو البطالة وتوزيع الموارد بين الطبقات أو الأفراد ونجاح أو فشل الصناعات (المقطري، يحيى، 2019). وعليه يجب أن يهتم رجل التسويق بالتعرف على السلوك الشرائي للمستهلك وخاصة فيما يتعلق باختياره للماركات المختلفة، فالمستهلك يصنع العديد من القرارات التي يتعلق بسلوك الشراء أو عدمه ويتم الاختيار بينها وفق معايريه الخاصة، فالقرار إذ هو خلاصة محاكمة عقلية وصولاً للسعر المنطقي العادل والإنفاق الاستهلاكي المتوازن وإشباع الحاجات على أكمل وجه، ويرتبط هذا القرار بمجموعة من المخاطر كالخطر الوظيفي والناتج عن انحراف المنتج عن ما وجد لأجله ويضر بالفرد كالأدوية والخطر المالي والمتضمن فقدان المال في حاجة غير ملحة أو ظهور حاجة غير متوقعة كشراء هدية في ظل إنجاز مذكرة، والخطر الاجتماعي بنظرة الآخرين له كإعلانات عروض الزواج وغيرها مما يلزم المسوق التفكير في كيفية تخفيض هذا الخطر لينجح في الوصول إلى مبتغاه (جولاقيان، 2021).

مفهوم القرار الشرائي:

تعتبر القرارات الشرائية من القرارات التي يتخذها المستهلك والتي يكون لها أثر في سلوكه وحياته اليومية حيث يعبر الفرد عن رغبته في منتج أو سلعة بواسطة قرارا يصدر عنه يتم ترجمته إما بشرائه للمنتج أو عدم شرائه، حيث يختلف القرار الشرائي من مستهلك لآخر لأنه يرتبط ارتباط مباشر بشخصية الفرد واختياراته، إن أي فرد أو منظمة تقدم سلعة أو خدمة ما يلعب فيها المستهلك دوراً هاماً لأنه يدفع لشراء هذه السلع والخدمات المنتجة لذا فإن نية الشراء تعني التخطيط لشراء السلع والحصول على الخدمات وتشير إلى رغبة المستهلك لشراء منتج معين لعلامة تجارية معينة (Shahid,2017)، وإن عملية اتخاذ القرار الشرائي هي الإجراءات التي يقوم المستهلكون من خلالها بجمع المعلومات وتحليلها والاختيار بين البدائل المختلفة من السلع والمنتجات (بدرانه، 2019).

القرار الشرائي هو السلوك الذي تقوم به وحدات صنع القرار في شراء السلع والخدمات واستخدامها والتخلص منها (Khuong,2016).

بأنه مجموعة التصرفات التي تتضمن الشراء واستخدام السلع والخدمات وتشمل أيضاً القرارات التي تسبق وتحدد هذه التصرفات (فدسي، مسعودي، 2015).

يعرف اتخاذ القرار الشرائي على أنه اختيار البديل الأفضل من مجموعة البدائل المتاحة من السلع والخدمات والتي توفر أقصى درجة ممكنة من الإشباع لدى المستهلك وبأقل التكاليف (محمد وآخرون، 2023).

مراحل اتخاذ القرار الشرائي: سعت الكثير من الدراسات المهتمة بسلوك المستهلك إلى فهم التكيفية التي تتم بها عملية الشراء من طرف المستهلك وتحديد مراحلها كوحدة متكاملة والتعمق أكثر لفهمها وعم التركيز على قرار الشراء فقط، وهذه المراحل هي:

مرحلة إدراك الحاجة : تبدأ عملية الشراء بادراك الحاجة اي ادراك المشتري لمشكلة او حاجة و يمكن ان تستثار الحاجة من خلال منبه داخلي مثل الحاجات الطبيعية مثل الجوع و العطش كما قد تستثار الحاجة بواسطة منبه خارجي من خلال الإعلان و هنا يأتي دور مسئول التسويق في البحث عن الدوافع القابلة للتأثير و المرتبطة بمنتج و علامة الشركة و تمثل الحاجة احد العوامل التي تلعب دوراً اساسياً في تحديد السلوك ويأتي الشعور بالحاجة إلى التغيرات على مستوى الفرد – عدم رضا المستهلك على السلعة الحالية – نشوء حاجات جديدة لدى الفرد (لحسن، 2016).

مرحلة البحث عن المعلومات: بعد الشعور بالحاجة يشرع المستهلك في العمل على اشباعها من خلال البحث عن المعلومات من مصادر مختلفة أي أن المستهلك يخزن الحاجة في ذهنه، ولكن في بعض المواقف الشرائية يكون لدى المستهلك المعلومات الكافية والخبرات اللازمة فيتخذ القرار الشرائي مباشرة، كما هو الحال للمنتجات متكررة الشراء أو المنخفضة الثمن (لمنور، 2023).

تقييم البدائل: بعد قيام المستهلك بجمع المعلومات اللازمة عن مختلف البدائل المتاحة التي يراها تشبع حاجاته ورغباته، يقوم بالمفاضلة بينها قصد الوصول للبديل الأفضل معتمداً على معايير معينة، ابتداءاً بتحديد معايير التقييم كالسعر والعلامة والجودة، ثم تحديد أهمية هذه المعايير حيث تختلف درجة أهمية المعاييرمن مستهلك لأخر، وتحديد قيمة السلعة للمستهلك من خلال المقارنة بين مختلف البدائل المتاحة وفقاً لمعتقداته واتجاهاته (عبد الله وآخرون، 2022).

مرحلة القيام بعملية الشراء: وهنا يقوم المستهلك باختيار بديل واحد من بين البدائل المتاحة والذي يحقق له أقصى إشباع في نظره، ويكون قرار الشراء للمستهلك هو شراء العلامة الأفضل من بين العلامات البديلة، وهناك عوامل تتوسط بين نية الشراء لدى

المستهلك واتخاذ قرار الشراء قد تساعد أو قد تحول بين المستهلك وعملية الشراء (داود، 2017).

مرحلة التقييم بعد الشراء: يقوم المستهلك النهائي بتقييم قراره، فإذا اشترى المستهلك سلعة معينة، فلتكن جهاز الجوال، ووجد أنها تستهلك البطارية بشكل أكبر، فإنه يحاول التخلص منه في أقرب أي أن هذه المرحلة ألأخيرة مهمة جدا تحدد ما إذاً فرصة ممكنة بالنسبة للمنظمة التسويقية، إذ كانت السلعة أدت إلى االشباع المطلوب من المستهلك النهائي أم ال، مما يترتب عليه تكرار عملية الشراء أو إرشاد غيره إلى شراء السلعة نفسها، أو الامتناع عن شراء العلامة التجارية نفسها (شريف، 2021).

العوامل المؤثرة على القرار الشرائي للمستهلك:

باعتبار أن الفرد اجتماعي بطبعه فهو يؤثر ويتأثر بالمجتمع الذي يعيش فيه وعليه فإن هناك العديد من العوامل المؤثرة على سلوك الزبون بصورة مباشرة أو غير مباشرة ومن ثم التأثير على قراراته الشرائية وتتمثل هذه العوامل في:

1- المؤثرات الداخلية: وتلعب هذه المؤثرات دوراً كبيراً ومتفاعلاً في تحديد التصرفات النهائية للمستهلك تجاه السلوك الشرائي للسلع والخدمات وتنقسم إلى عوامل نفسية وهي المتعلقة بالمستهلك بحد ذاته حيث تعمل على دفعه للقيام بأنماط سلوكية مختلفة ومحددة وهذه العوامل هي (الدوافع –الحاجات– التعلم – الإدراك – الاتجاهات – الشخصية (ياسين، 2019)، وعوامل تتعلق بالشخصية المتمثلة في ردود الفعل أو الاستجابة المتوقعة من الفرد والتي تميزه عن غيره من خلال طريقة إداركه وأفعاله وأقواله وتفاعله مع البيئة المحيطة به (الهدى، 2019)

2- المؤثرات الخارجية: تتعد المؤثرات الخارجية المؤثرة على القرار الشرائي وتتمثل هذه العوامل بالعوامل الاجتماعية حيث أن البحوث الاجتماعية لسلوك المستهلك تهتم بفحص

مجموعة من التأثيرات التي تشكل هذا السلوك مثل تأثير الأصدقاء والقيم السائدة في المجتمع ، والجماعات المرجعية والتي تملك تأثير مباشر أو غير مباشر على اتجاهات الأفراد وسلوكهم وقد تكون قريبة من الفرد كالأسرة وزملاء العمل أو بعيدة كالجماعات المهنية والنقابات العمالية (الفضل، 2015)، والعامل الثالث يتمثل في الأسرة والتي تؤثر تأثير كبير في المستهلك خاصة أنها تنظم شراء المستهلك الأكثر أهمية في المجتمع وخاصة أن أدوار الشراء تتغير مع أنماط حياة المستهلك المتطورة (علي، 2017)، أما العامل الرابع فهو الأدوار والمراكز حيث أن الأفراد يقوموا باختيار المنتجات التي تعكس مراكزهم ومكانتهم التي يحتلونها داخل مجتمعاتهم التي يعيشون بها (صابر، 2017)، أما العامل الخامس فهو الثقافة وهي تعبر عن المزيج المشترك من المعتقدات والقيم والعادات والتقاليد المتعلقة والمطبقة بين مجموعة من الأفراد والتي يتم انتقالها بين الأجيال والتي تؤثر بقوة على القرار الشرائي للمستهلك (خضار، 2017).

– الدراسة الميدانية:

أداة الدراسة: تم الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات وعند تصميم هذه الاستبانة تم وضع أبعاد التسويق الأخضر وهي أربع أبعاد وتضم (المنتج الأخضر– السعر الأخضر – الترويج الأخضر – التوزيع الأخضر) وذلك بالاعتماد على الدراسات السابقة وتم قياس بعد القرار الشرائي بالاعتماد على دراسة (بدرانه،2019)، وتم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وتم استخدام اختبار الانحدار البسيط والانحدار المتعدد لمعرفة أثر أبعاد التسويق الأخضر على اتخاذ القرار الشرائي لعملاء مستحضرات التجميل في مدينة حلب.

وقد كانت الإجابات لكل فقرة وفق مقياس ليكرت الخماسي كالتالي:

التصنيف	غير موافق بشدة	غير موافق	حيادي	موافق	موافق بشدة
النقاط	1	2	3	4	5

متوسط المقياس: 5+4+3+2+1/ 5 = 3.

صدق المقياس:

الصدق البنائي (Structure Validity): يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقيق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل مجال من مجالات الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبانة.

الجدول (1) معامل الارتباط بين كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للمجالات

م	الفقرة	معامل الارتباط بيرسون	القيمة الاحتمالية (SIG)
1	**المنتج الأخضر**	0. 711	**0,000
2	**السعر الأخضر**	0.861	**0,000
3	**الترويج الأخضر**	0.613	**0,000
4	**التوزيع الأخضر**	0.794	**0,000

** الارتباط دال احصائياً عند مستوى دلالة 0.05 . المصدر: من مخرجات spss25

يوضح الجدول معامل الارتباط بين كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبنية دالة عند مستوى معنوية a=0.05 وبذلك تعتبر جميع مجالات الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

ثبات الاستبانة Reliability :

وقد تحققت الباحثة من ثبات استبانة الدراسة من خلال معامل الفا كرونباخ كالتالي:

جدول (2) معامل الفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

م	المجال	معامل ألفا كرونباخ
1	**المنتج الأخضر**	0.937
2	**السعر الأخضر**	0.853
3	**الترويج الأخضر**	0.870
4	**التوزيع الأخضر**	0.796
5	**القرار الشرائي**	0.817

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال النتائج الموضحة نستنتج أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة لكل مجال، وتتراوح بين (0.796،0.937) لكل مجال من مجالات الاستبانة وهي أكبر من (0.60)، وبذلك تكون الباحثة قد تأكد من صدق وثبات استبانة الدراسة مما يجعله على ثقة تامة بصحة الاستبانة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

الإحصاءات الوصفية:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل بعد من أبعاد التسويق الأخضر وكانت النتائج كالآتي:

البعد الأول: المنتج الأخضر

الجدول(3) آراء عينة الدراسة فيما يتعلق بفقرات مجال المنتج الأخضر

المنتج الأخضر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أفضل المنتجات الخضراء لأنها أمنة وصحية	3.40	0.653
أفضل المنتجات الخضراء لأنها مصنوعة من مواد طبيعية قابلة للتحلل وذات جودة أعلى من غيرها	3.37	0.745
هناك بدائل خضراء للمنتجات التجميلية متنوعة ومرضية للعملاء	3.24	0.621
تقوم شركات التجميل بتسويق منتجات خضراء تتلائم مواصفاتها مع الأسعار المعروضة	3.31	0.816
إن تسويق المنتجات الخضراء يعبر عن التزام الشركة بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع	3.23	0.709
إن تسويق الشركة للمنتجات الخضراء يزيد من الميزة التنافسية لها	3.35	0.815
المتوسط الحسابي العام	3.31	0.618

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات spss25.

يتضح من الجدول (3) أن متوسط إجابات أفراد العينة على المحور الأول (المنتج الأخضر) هو (3.31) وهو أكبر من متوسط القياس المستخدم(3) وبانحراف معياري قدره (0.618)، أي أن عملاء مستحضرات التجميل في مدينة حلب لديهم تصور إيجابي حول (المنتج الأخضر) الموجود في الأسواق من قبل شركات التجميل، حيث كان أكبر متوسط حسابي هو للعبارة (أفضل المنتجات الخضراء لأنها أمنة وصحية) بمتوسط وقدره (3.40) وبانحراف معياري قدره (0.653)، فيما حازت العبارة (إن تسويق المنتجات الخضراء يعبر عن التزام الشركة بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع) على أصغر متوسط حسابي وقدره (3.23) وبانحراف معياري قدره (0.709).

البعد الثاني: السعرالأخضر:

الجدول (4) آراء عينة الدراسة فيما يتعلق بالسعر الأخضر

السعر الأخضر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
إن أسعار المنتجات الخضراء تتلائم مع دخل المستهلك	3.10	0.641
إن أسعار المنتجات الخضراء تعكس كفاءة المنتج بيئياً	3.27	0.725
إن الوعي والدعم الحكومي للمنتجات الخضراء يمكن أن يخفض سعرها	3.09	0.669
هناك عروض وحسومات لتحفيز المستهلكين على شراء المنتجات الخضراء	3.35	0.847
المتوسط الحسابي العام	3.20	0.814

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات spss25.

يتضح من الجدول (4) أن متوسط إجابات أفراد العينة على المحور الثاني (السعر الأخضر) هو (3.20) وهو أكبر من متوسط القياس المستخدم (3)، أي أن عملاء مستحضرات التجميل في مدينة حلب لديهم تصور إيجابي على العبارات الخاصة بهذا المحور، حيث جاءت عبارة (هناك عروض وحسومات لتحفيز المستهلكين على شراء المنتجات الخضراء) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي وقدره (3.35) وبانحراف معياري قدره (0.847)، وجاءت عبارة (إن الوعي والدعم الحكومي للمنتجات الخضراء يمكن أن يخفض سعرها) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي وقدره (3.09) وانحراف معياري قدره (0.669).

البعد الثالث: الترويج الأخضر

الجدول (5) آراء عينة الدراسة حول الترويج الأخضر

الترويج الأخضر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تساهم اعلانات المنتجات الخضراء بدور كبير في التمييز بين المنتج الأخضر والمنتج التقليدي	3.12	0.645
يتمتع رجال البيع بالقدرة على اقناع المستهلكين لاقتناء المنتجات الخضراء	3.20	0.765
تقوم الشركة بتقديم عينات مجانية لمنتجاتها الخضراء لتنشيط مبيعاتها	2.96	0.645
تروج الشركة لمنتجاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة	3.43	0.681
المتوسط الحسابي العام	3.17	0.790

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات spss25.

يتضح من الجدول (5) أن متوسط إجابات أفراد العينة على المحور الثالث (الترويج الأخضر) هو (3.17) وهو أكبر من متوسط القياس المستخدم(3)، أي أن عملاء مستحضرات التجميل في مدينة حلب لديهم تصور ايجابي حول بعد الترويج الأخضر، حيث حازت عبارة (تروج الشركة لمنتجاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة) على أعلى متوسط حسابي وقدره (3.43) وبانحراف معياري قدره (0.681)، فيما حازت عبارة (تقوم الشركة بتقديم عينات مجانية لمنتجاتها الخضراء لتنشيط مبيعاتها) على أقل متوسط حسابي وقدره (2.96) وبانحراف معياري قدره (0.645).

البعد الثالث: التوزيع الأخضر:

الجدول (6) آراء عينة الدراسة فيما يتعلق بالتوزيع الأخضر

التوزيع الأخضر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
يتم توزيع المنتجات الخضراء بشكل يسهل على المستهلك الحصول عليها	3.25	0.641
تستخدم الشركة منافذ توزيع قادرة على ايصال منتجاتها إلى السوق	3.30	0.725
أعتقد أن أدوات وسائل النقل المستخدمة في نقل المنتجات الخضراء أمنة وصديقة للبيئة	3.15	0.612
توفر الشركة قنوات توزيعية آمنة وصحية لاسترداد الواد المراد إعادة تدويرها	3.18	0.847
المتوسط الحسابي العام	3.22	0.914

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات spss25.

يتضح من الجدول (6) أن متوسط إجابات أفراد العينة على المحور الرابع (التوزيع الأخضر) هو (3.22) وهو أكبر من متوسط القياس المستخدم (3)، أي أن عملاء مستحضرات التجميل في مدينة حلب لديهم تصور إيجابي على العبارات الخاصة بهذا المحور، حيث جاءت عبارة (تستخدم الشركة منافذ توزيع قادرة على ايصال منتجاتها إلى السوق) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي وقدره (3.30) وبانحراف معياري قدره (0.725)، وجاءت عبارة (أعتقد أن أدوات وسائل النقل المستخدمة في نقل المنتجات الخضراء أمنة وصديقة للبيئة) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي وقدره (3.15) وانحراف معياري قدره (0.612).

5- الإحصاءات الوصفية لمحور التسويق الأخضر:

جدول (7) الإحصاءات الوصفية لمحور التسويق الأخضر

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التطبيق
المنتج الأخضر	3.31	0.618	متوسطة
السعر الأخضر	3.20	0.814	متوسطة
التوزيع الأخضر	3.22	0.914	متوسطة
الترويج الأخضر	3.17	0.790	متوسطة
المحور العام: التسويق الأخضر	3.22	0.857	متوسطة

بلغ المتوسط الكلي لمحور التسويق الأخضر (3.22) بانحراف معياري (0.857)، وبالتالي فإن درجة تطبيق محور التسويق الأخضر جاءت بدرجة متوسطة من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة، حيث جاء بعد المنتج الأخضر أولاً بمتوسط حسابي وقدره

(3.31) وبانحراف معياري قدره (0.618) فيما حل بعد (الترويج الأخضر) أخيراً بمتوسط حسابي وقدره (3.17) وبانحراف معياري وقدره (0.790)، وبالتالي على إدارة الشركة السعي إلى رفع درجة تطبيق هذا المعيار لما له من أهمية في وتأثير واضح في عملية تحسينها وتطويرها حيث أن الاهتمام بإدارة الموارد البشرية التي تستخدمها المنظمة يعتبر نقطة قوة بالنسبة لها وتستخدمها في تحقيق أهدافها وزيادة حصتها السوقية وتحقيق الميزة التنافسية التي تسعى إليها.

المحور الثاني: اتخاذ القرار الشرائي

الجدول (7) آراء عينة الدراسة بما يتعلق ب اتخاذ القرار الشرائي

القرار الشرائي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارة
أفاضل بين سعر المنتج المقدم ومستوى الجودة قبل الشراء	3.24	0.916	6
أهتم بجمع المعلومات عن المنتج المقدم قبل عملية الشراء	3.21	0.829	7
إني على على استعداد لشراء أي منتج ينال إعجابي	3.32	0.791	3
أهتم بما يتم تداوله من أحاديث وآراء حول المنتج المقدم	3.29	0.949	4
أهتم بسعر المنتج المقدم قبل عملية الشراء	3.36	0.847	1
أشعر بالرضا عن مستحضرات التجميل التي أقوم بشرائها	3.34	0.917	2
أنصح الآخرين باختيار مستحضرات التجميل التي أقوم بشرائها	3.25	0.843	5
المتوسط الحسابي العام	3.28	0.816	

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات .spss

يتضح من الجدول (7) أن متوسط إجابات أفراد العينة على المحور الثاني (القرار الشرائي) هو (3.28) وهو أكبر من متوسط القياس المستخدم(3)، أي أن عملاء مستحضرات التجميل في مدينة حلب لديهم تصور إيجابي حول هذا البعد، حيث حازت عبارة (أهتم بسعر المنتج المقدم قبل عملية الشراء) على أعلى متوسط حسابي وقدره (3.36) وبانحراف معياري قدره (0.847)، فيما حازت عبارة (أهتم بجمع المعلومات عن المنتج المقدم قبل عملية الشراء)على أدنى متوسط حسابي وقدره (3.21) وبانحراف معياري (0.829).

- الإحصاءات الاستنتاجية واختبار الفرضيات:

اختبار الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد التسويق الأخضر والقرار الشرائي لعملاء مستحضرات التجميل في مدينة حلب.

ولتحديد العنصر ذات الدور الأكبر في اتخاذ القرار الشرائي من أبعاد التسويق الأخضر من وجهة نظر عملاء مستحضرات التجميل في مدينة حلب، قامت الباحثة باختبار أنموذج الانحدار المتعدد للعلاقة بين التسويق الأخضر واتخاذ القرار الشرائي، وذلك انطلاقاً من الفرضية الرئيسة للبحث، وكانت النتائج وفق الجداول الآتية:

الجدول (8): ملخص النموذج (الانحدار المتعدد) للعلاقة بين التسويق الأخضر والقرار الشرائي

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.854[a]	.729	.715	.11354
a. Predictors: (Constant), المنتج الأخضر, السعر الأخضر , التوزيع الأخضر, الترويج الأخضر				

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج **SPSS**.

الجدول (9): تحليل التباين (الانحدار المتعدد) للعلاقة بين التسويق الأخضر والقرار الشرائي

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34.564	4	8.371	616.407	.000[b]
	Residual	1.346	42	.014		
	Total	35.910	46			
a. Dependent Variable: EC						
b. Predictors: (Constant), الترويج الأخضر, التوزيع الأخضر , السعر الأخضر,المنتج الأخضر						

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج **SPSS**.

يتضح من الجدول رقم (9) أنّ قيمة احتمال الدلالة (sig.) تساوي (0.000) وهي أصغر من مستوى الدلالة (0.05)، وبالتالي فإنّ نموذج الانحدار معنوي؛ أيّ هناك علاقةٌ ذات دلالة إحصائية بين التسويق الأخضر واتخاذ القرار الشرائي لدى عملاء مستحضرات التجميل، والنموذج المقترح صالح لتفسير تلك العلاقة. كما يتبين من الجدول رقم (8) أنّ قيمة معامل الارتباط الخطي بلغت (0.854) وهي تشير إلى وجود ارتباط قوي بين أبعاد التسويق الأخضر (المنتج الأخضر, السعر الأخضر, التوزيع الأخضر ,الترويج الأخضر) والقرار الشرائي، وكانت قيمة معامل التحديد المصحح 0.729، وبالتالي فإنّ التسويق الأخضر يفسّر 72.9% من التباينات في اتخاذ القرار الشرائي و 27.1% يعود لعوامل أخرى. ومن أجل التأكد من أنّ المتغيرات المستقلة لا

ترتبط ذاتياً، قامَت الباحثة بإجراء اختبار وجود التعّدد الخطّي، حيثُ يؤدي وجود التعّدد الخطّي إلى أخطاء في معاملات الأنموذج

الجدول (14): جدول المعاملات (الانحدار المتعدد) للعلاقة بين التسويق الأخضر والقرار الشرائي

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.237	.243		.979	.020		
	المنتج الأخضر	.629	.133	.658	8.518	.000	.124	5.462
	السعر الأخضر	.410	.115	.371	4.283	.000	.151	7.211
	الترويج الأخضر	.364	.082	.214	7.086	.000	.146	6.410
	التوزيع الأخضر	.217	.157	.148	7.523	.000	.173	5.312

a. Dependent Variable: EC

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج **SPSS**.

يتضح من الجدول رقم (14) أنّ قيم معامل تضخم التباين (VIF) لجميع المتغيرات المستقلة (التسويق الأخضر) أصغر من القيمة (10)، وبالتالي هذه المتغيرات لا تتأثر بمشكلة التعّدد الخطّي. ويتضح أيضاً أنّ قيم احتمال الدلالة لكل عنصر من عناصر

التسويق الأخضر مع المتغير التابع (القرار الشرائي) هي أصغر من مستوى الدلالة (0.05)، وبالتالي العلاقة معنوية (ذات دلالة إحصائية) بين كل عنصر من عناصر التسويق الأخضر واتخاذ القرار الشرائي، وبملاحظة قيم معامل الانحدار لكل عملية يتضح بأنها إيجابية والعلاقة بين كل عنصر من عناصر التسويق الأخضر واتخاذ القرار الشرائي في عملاء مستحضرات التجميل محل الدراسة هي علاقة سببية.

وبناءً عليه؛ يمكن القول: هناك دورٌ وتأثيرٌ معنويٌ إيجابيٌ لعناصر التسويق الأخضر في اتخاذ القرار الشرائي لعملاء شركات مستحضرات التجميل في مدينة حلب.

ويمكن ترتيب هذه العناصر من حيث شدّة التأثير في اتخاذ القرار الشرائي لعملاء مستحضرات التجميل في مدينة حلب، وفق الآتي: المنتج الأخضر – السعر الأخضر – الترويج الأخضر – التوزيع الأخضر وعليه؛ تكون معادلة الانحدار الخطي المتعدد للعلاقة بين أبعاد **التسويق الأخضر** واتخاذ القرار الشرائي في عملاء مستحضرات التجميل محل الدراسة، وفق المعادلة الآتية:

$$EC = .237 + .629\ X1 + .410\ X2 + .364\ X3 + .217\ X4$$

حيث **X1** تمثل المنتج الأخضر، و**X2** تمثل السعر الأخضر، و**X3** تمثل الترويج الأخضر و**x4** التوزيع الأخضر.

15- الاستنتاجات :

بناءً على الدراسة الميدانية التي قامت بها الباحثة توصلت إلى النتائج التالية:

1- يوجد أثر إيجابي لأبعاد التسويق الأخضر على القرار الشرائي لعملاء في عملاء شركات مستحضرات التجميل محل الدراسة حيث كانت قيمة معامل الارتباط الخطي (0.854) وهي تشير إلى وجود ارتباط قوي بين التسويق الأخضر على القرار

الشرائي لعملاء مستحضرات التجميل محل الدراسة، وكانت قيمة معامل التحديد المصحح 0.729، وبالتالي فإنّ أبعاد التسويق الأخضر تفسّر 72.9% من التباينات في اتخاذ القرار الشرائي لعملاء مستحضرات التجميل محل الدراسة، وهذا مرده إلى أن أفراد عينة الدراسة يرون أن أبعاد التسويق الأخضر تؤثر بشكل مباشر على اتخاذ القرار الشرائي لعملاء شركات مستحضرات التجميل محل الدراسة، .

2- أظهرت النتائج أن (المنتج الأخضر) كان الأشد تأثيراً على القراء الشرائي للعملاء بمقدار (65.8%)، وترى الباحثة أن ذلك يعود إلى العملاء لديهم وعي وإدراك وتفضيل للمنتجات الخضراء عن غيرها من المنتجات ذات التصنيع الكيميائي، وهذا ما يسهم في تحويل القرار الشرائي لهؤلاء العملاء نحو هذه المنتجات، مما يساهم في زيادة مبيعات الشركات التي تقوم بتصنيعها.

3- بينما أظهرت النتائج أن (السعر الأخضر) يؤثر على اتخاذ القرار الشرائي بمقدار (37.1%)، وترى الباحثة أن هذا التأثير مرده إلى ارتفاع أسعار المنتجات الخضراء وذلك بسبب التكاليف المترتبة على اجراء الأبحاث والدراسات اللازمة لتطوير المنتجات الخضراء وبالإضافة إلى غياب الدعم الحكومي وعم الاهتمام بهذا القطاع بالشكل المثالي.

4- أظهرت النتائج أن (الترويج الأخضر) يؤثر على اتخاذ القرار الشرائي بمقدار (21.4%)، %)، وترى الباحثة أن ذلك يعود إلى عدم التركيز على الجوانب البيئية في البرامج والأنشطة الترويجية التي تقوم بها شركات مستحضرات التجميل وخاصة في مجال تعليمات استخدام المنتج ووضع الملصقات الدالة على الاهتمام بالمعايير البيئية.

5- أظهرت النتائج أن (التوزيع الأخضر) يؤثر على اتخاذ القرار الشرائي بمقدار (14.8%)، وترى الباحثة أن هذا التأثير ضعيف رغم أن الشركات تمتلك منافذ توزيع

لإيصال المنتجات الخضراء إلى السوق ولكن ليس بالمستوى المقبول، بالإضافة إلى تأكيد العملاء محل الدراسة أن الموظفين والموزعين ليس لديهم الخبرة الكافية بالأنشطة التسويقية البيئية.

16- التوصيات:

1- نشر ثقافة التسويق الأخضر وضرورة زيادة الوعي بأهمية البيئة والعناية بها من خلال استخدام منتجات خضراء لا تسبب الضرر بالبيئة وتحد من التلوث الناتج عن استخدام منتجات كيميائية.

2- تبني سياسة المنتجات الخضراء لان هناك تأثير إيجابي لهذا التوجه على قدرة منتجات الشركات على جلب المستهلكين وزيادة إنفاقهم على شراء منتجات الشركة، كما انه يساهم في تحسين صورة المؤسسة وزيادة ثقة المستهلكين بها.

3- ضرورة أن يكون هناك توافق بين سعر المنتج الأخضر وحجم الطلب عليه وبالتالي يجب على شركات مستحضرات التجميل دراسة هذه العلاقة ووضع التسعير المناسب بناءً عليها، مع ضرورة لفت انتباه الشركات إلى الفوائد المتوقعة من المنتج الأخضر عند تسعيرها.

4- ضرورة أن تقوم الشركات على استخدام الأدوات والوسائل المستخدمة الآمنة في نقل المنتجات الخضراء.

5- ضرورة رفع مستوى الوعي للمجتمع السوري نحو الثقافة الخضراء،

المراجع:

المراجع باللغة العربية:

الخوالدة، رياض، الشورة، محمد (2018): " **أثر التسويق الأخضر في الفاعلية التنظيمية في شركات الأدوية الأردنية – الدور الوسيط لسلوك المستهلك الشرائي**"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 14، العدد 4، ص 555 – 583.

اسماعيل، هديل (2016): "**أثر المزيج التسويقي الأخضر على سلوك المستهلك لاستخدام المنتج ذو الطاقة المتجددة – دراسة تحليلية على عينة من مستخدمي السخانات الشمسية في مدينة عمان**"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد السابع والأربعون، 57 – 76.

بدرانه، عمر عدنان علي (2019): "**أثر التسويق الأخضر على القرار الشرائي لمستهلكي منتجات كارفور في الأردن**"، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، الأردن.

بلدية، إياد علي (2020). " **القواعد الحديثة للتسويق الأخضر ودورها في توجيه العملاء نحو السلوك الشرائي الأخضر: دراسة استطلاعية في ظل المبادرة الخضراء للتنمية في سورية**"، مجلة جامعة تشرين، المجلد 42 العدد2

بورزاق، أسية (2015): " **دور التسويق الأخضر في تنمية الثقافة البيئية دراسة حالة سونيك**"، مجلة الردة لاقتصاديات الأعمال، العدد الأول.

بوشاشي، خولة ؛ بوعكيرة، كريمة (2020). " **دور التسويق الأخضر في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة – دراسة حالة مؤسسة جازي**، رسالة ماجستير، جامعة محمد الصديق بن يحي –جيجل

جولاقيان، سارو بايكين (2021): "**دور التسويق الحسي في عملية اتخاذ القرار الشراء الاستهلاكي من وجهة نظر المستهلكين – دراسة مسحية على المستهلكين في محافظة اللاذقية**"، مشروع تخرج، جامعة المنارة، اللاذقية.

خضار، عمار(2017): "**تأثير سلوك المستهلك على تخطيط السياغة المنتج**"، رسالة ماجتير، جامعة العربية بن مهدي أم البواقي، الجزائر.

داود، نادية (2017): "**تأثير الجماعات المرجعية على قرار الشراء – دراسة حالة صنف منتج الهاتف النقال**"، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر.

سعاد، خلادي نور الهدى، هجيرة، عيساني (2019): "**أثر استراتيجية التسويق الأخضر على القرار الشرائي للمستهلك الجزائري – دراسة ميدانية على سلوك المستهلك في ولاية تيسمسيلت**"، رسالة ماجستير أكاديمي، المركز الجامعي الونشريسي بتيسمسيلت، الجزائر.

شريف، أنور صديق (2021): "**أثر الوعي الاستهلاكي في ترشيد قرارات الشراء – دراسة استطلاعية لآراء عينة من المستهلكين المرتادين إلى متجر كارفور في**

مدينة دهوك"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد 17، العدد 54، الجزء الثاني، جامعة تكريت، العراق.

صابر، علال (2017): "**التغليف وأثره على السلوك الشرائي للمستهلك**"، رسالة ماجستير، جامعة 8 ماي، الجزائر.

عبد الله، أنيس أحمد، وأخرون (2022): " **سلوك المستهلك الشرائي في عصر التسويق الرقمي – دراسة استطلاعية لآراء عينة من المتسوقين عبر قنوات التسويق الرقمي**"، المجلة العربية للإدارة، المجلد 42، العدد الثالث.

علي، حنان صفاء (2017): "**دراسة أثر العوامل المحددة لاستراتيجية التسعير في السوق الصناعية**"، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، العراق.

عيدالأغا، حنان تحسين (2017): "**أثر التسويق الأخضر على سلوك المستهلك نحو المنتج الأخضر في قطاع غزة من وجهة نظر الأكاديميين والإداريين بالجامعة الإسلامية**"، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، فلسطين.

فدسي، سارة ، مسعودي، مليكة (2015): "**أثر العوامل الموقفية على اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك – دراسة حالة حديقة أمنية للألعاب والتسلية – جيجل**"، رسالة ماجستير، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، الجزائر.

الفضل، مؤيد عبد الحسين (2015): " **دور نظم دعم القرارات التسويقية في تريد سلوك المستهلك**"، راسلة ماجستير، جامعة الكوفة، العراق.

كنوس، محمد ؛ جعدي، نبيلة (2020). **تأثير التسويق الأخضر على سلوك شراء المستهلك: دراسة مقارنة بين تركيا والجزائر** " جامعة محمد خيضر بسكرة – كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المجلد15 العدد1

لحسن، عطاالله (2016): "**دراسة السلوك الشرائي للمستهلك تجاه قطاع السيارات في الجزائر**"، مجلة دراسات العدد الاقتصادي، المجلد السابع، العدد الأول.

لمنور، حمودي (2023): "**أثر الترويج للمنتجات الخضراء على قرار الشراء للمستهلك النهائي – دراسة حالة عينة من المستهلكين ببرج بوعريريج**"، رسالة ماجستير أكاديمي، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، الجزائر.

محمد، مصطفى شلابي وآخرون (2023): "**دور التسويق الرقمي في اتخاذ قرار الشراء في القطاع العقاري – دراسة تطبيقية على الشركات العقارية في القاهرة الكبرى**"، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، المجلد 37، العدد الأول.

المقطري، عائد قاسم حسن، يحيى أحمد يحيى (2019): "**أبعاد المنتج وأثرها على القرار الشرائي للمستهلك اليمني بالتطبيق على المنتجات الالكترونية**"، مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، العدد السادس.

ميمون، معاذ (2018). "**دور التسويق الأخضر في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة – دراسة حالة منظمة الأعمال تويوتا**"، أطروحة دكتوراه، جامعة وهران 2

نوال، خنتار، عبد الله، قلش (2020): "**أثر المنتج الأخضر على القرار الشرائي للمستهلك النهائي – دراسة عينة من زبائن شركة كوندور بولاية الشلف**"، مجلة اقتصاديات شمال اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 16، العدد 23.

الهدى، طمار نور (2019): "**الاشهار الالكتروني وتأثيره على سلوك المستهلك**"، رسالة ماجستير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر.

ياسين، شراد (2019): " **المزيج التسويقي وأثره على السلوك الشرائي للمستهلك النهائي**"، اطروحه دكتوراه، جامعة فرحات عباس شطيف، الجزائر.

المراجع باللغة الانكليزية

Tan, Z.; Sadiq, B.; Bashir, T.; Mahmood, H.; Rasool, Y.(2022). "**Investigating the Impact of Green Marketing Components on Purchase Intention: The Mediating Role of Brand Image and Brand Trust**. Academic Editors: Teresa Paiva, Arminda Paço and Alexandru Capatina

Wolok,t (2019). " **Analysis of The Effect of Green Marketing on Consumer Purchasing Decisions on The Body Shop Gorontalo Product**", International Journal of Applied Business & International Management, Vol. 4 No.2

Mamanshetty, S. V. (2020). **Green Marketing: A means for sustainable development**. Studies in Indian Place Names, 40(8), 654-661

Khuong, M.N ,Duyen, H. Th (2016) **Personal Factors Affecting Consumer Purchase Decision A Study in Ho Chi Minh City .Vietnam**, International Journal of Trade, Economics and Finance, Vol 7, No 2.

Shahid, Z., Hussain, T., & Zafar, F. (2017). **The impact of brand awareness on the consumers' purchase intention**. Journal of Marketing and Consumer Research, 33(3), 34-38.