

تقرير جديد:

تأثير كوفيد 19 على الشركات السورية في تركيا

4 يناير 2021



Building Markets

Connecting **Entrepreneurs**. Creating **Jobs**. Sustaining **Peace**.

الملخص التنفيذي

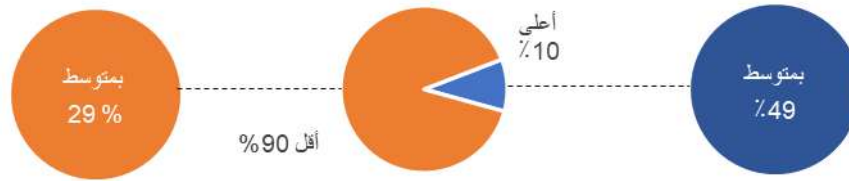
حينما وصلت جائحة كورونا تركيا اتخذت الحكومة إجراءات سريعة ، كانت فعالة في معالجة الوضع الفوري للبلاد ولكن طبيعة الجائحة المستمرة والممتدة، كما هو الحال في جميع بلاد العالم، أدت إلى ظهور نتائج تتطلب استراتيجيات قصيرة وبعيدة المدى لدعم تعافي الشعوب والاقتصاد على حد سواء، بالنسبة لتركيا ، يجب أن تأخذ الحلول بعين الاعتبار 3.6 مليون لاجئ سوري تستضيفهم البلاد منذ عام 2011.

تشير أبحاث Building Markets إلى أن السوريين قد أحضروا معهم إلى تركيا مهاراتهم في قيادة الأعمال من جهة ورأس مالهم من جهة أخرى ليقوموا أكثر من 10.000 مشروع ما بين الصغير والمتوسط (SMEs) ¹، ² ولفهم أعمق لمدى تأثير جائحة كورونا على هذه المشروعات أجرت Building Markets دراسة عشوائية على شبكة أعمالها في تركيا، وقد جمعت بيانات من 348 مشروعا سوريا وقامت بتحليلها ومقارنتها بالبيانات الرئيسية التي جمعتها المؤسسة قبل اجتياح جائحة كورونا العالم.

بخلاف الدراسات التي أجريت أثناء فترة إغلاق البلاد بسبب الكورونا والتي أظهرت الانتشار الواسع لإغلاق المشروعات، وجدت Building Markets أن أغلب المشروعات الصغيرة والمتوسطة داخل شبكتها كانت مفتوحة 3 بحلول صيف 2020، إلا أن أغلب المشروعات قد أشارت إلى وجود انخفاض حاد في الأرباح، وبالتالي الكثير منهم كان بحاجة ملحة إلى رأس المال وأنواع أخرى من الدعم، وعلاوة على ذلك، 3.5% فقط تمتعوا بإمكانية الحصول على التدريبات والأدوات الرقمية والتي تمثل نسبة عالية من الفرص الضائعة في الوصول إلى العملاء والأسواق.

ربح أعلى أو أقل مقارنة بنفس التوقيت في العام الماضي (آخر 30 يوم)

في الثلاثين يوماً الماضية ، هل كانت أرباحك أعلى أم أقل من نفس الفترة من العام الماضي؟



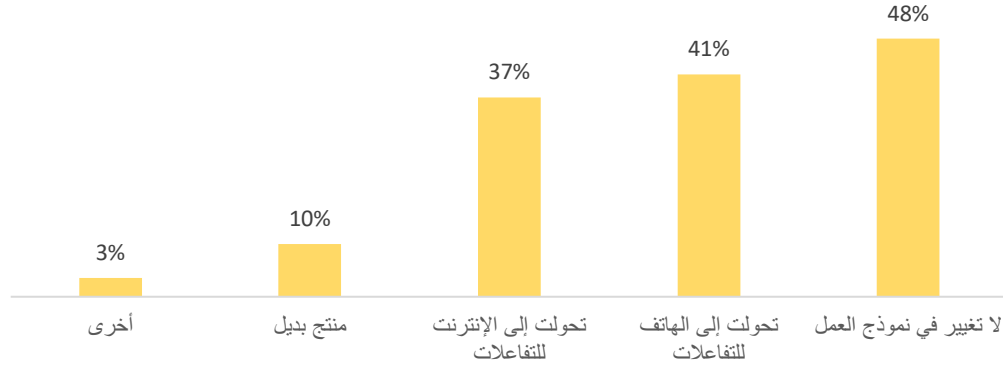
قد تسببت جائحة كورونا في عرقلة العمليات اليومية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة ، فكان لهذه العرقلة العديد من النتائج السلبية على المشروعات، وتحديدًا قد اضطرت المشروعات التقليدية (قطاع البيع بالتجزئة وقطاع الخدمات على سبيل المثال) إلى الإغلاق المؤقت، كما أن المشروعات التي كانت تعتمد على العمليات الحضرورية لم تتمكن من الوصول إلى العملاء وبالتالي شهدت انخفاضات حادة في الطلب والأرباح، وقد تسبب هذا التراجع في إضعاف الإنتاجية إذ كان أصحاب العمل يكافحون من أجل الاحتفاظ بالعمال. وبالرغم من أن تحويل العمليات الحضرورية إلى التجارة الإلكترونية وتطبيق

¹ انظر https://buildingmarkets.org/sites/default/files/pdm_reports/another_side_to_the_story_a_market_assessment_of_syrian_smes_in_turkey.pdf

² انظر https://buildingmarkets.org/sites/default/files/pdm_reports/turkish_syrian_business_partnerships_part2.pdf

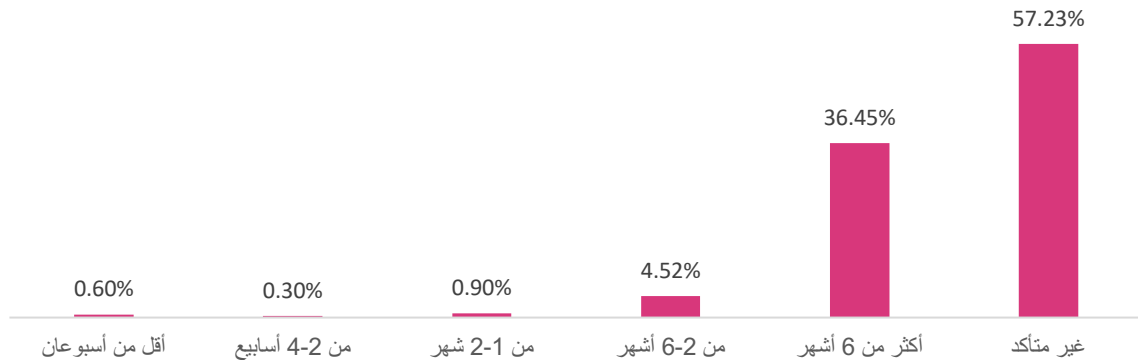
الأدوات الرقمية الأخرى كانت بمثابة المنقذ للعديد من المشروعات الصغيرة والمتوسطة إلا أن المشروعات التي لم تتمكن من تفعيل ذلك على الفور قد تكافح من أجل فعل ذلك الآن بعد أن تعرضت لتراجع حجم العمل.

التغييرات التي طرأت على أنماط المشروعات نتيجة جائحة كوفيد 19



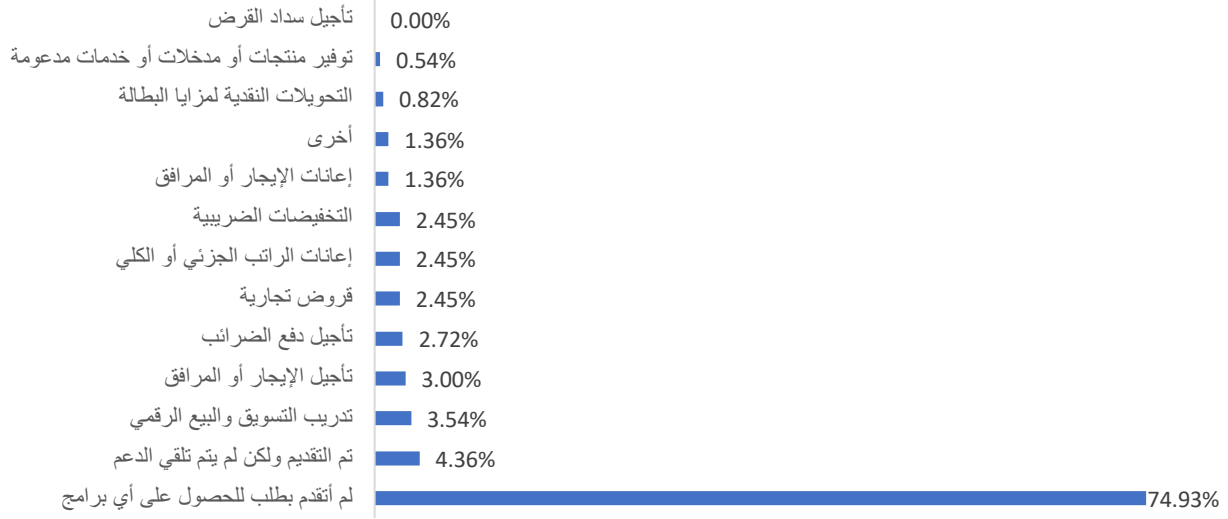
وجدت هذه الدراسة أن الآثار التي طرأت على المشروعات السورية بسبب جائحة كوفيد 19 لم تختلف كثيرا عن ما طرأ على باقي المشروعات حول العالم، إلا أن هذه الدراسة تسلط الضوء على المعوقات الإضافية التي تواجهها المشروعات السورية بسبب السلبيات التنافسية التي تعاني منها هذه المشروعات وتتضخم خلال الأزمات، وتشمل هذه السلبيات عدم توافر رأس المال، ضعف المعلومات وعوائق اللغة التي تقيد الوصول إلى برامج الدعم واضطرابات في التجارة وسلاسل الإمداد وبالإضافة إلى أنماط العمليات التي لا تشمل الموارد الرقمية، وقد ظهرت هذه التحديات جلية في فترة التعافي بعد الموجة الأولى من جائحة كورونا ولكن على اعتبار أن تركيا تدخل اليوم مرة أخرى مرحلة تقليص التحركات بسبب ارتفاع الحالات يبدو أن هذه التحديات سوف تظهر مرة أخرى بصورة أكثر صعوبة.

ما المدة التي يظن أصحاب العمل أن مشروعاتهم قادرة على الاستمرار فيها بنفس الظروف الراهنة؟



وقت إجراء هذه الدراسة البحثية لم تقدم ثلاثة أرباع المشروعات للحصول على أي دعم لمواجهة تحديات كوفيد 19 ، قد يرجع هذا إلى عوائق اللغة إذ لا يتوفر في جميع المشروعات الصغيرة والمتوسطة المدرجة بالعينة عامل يتحدث اللغة التركية مما يصعب عليهم متابعة والاستفادة من برامج الدعم الحكومية.

المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي قدمت أو حصلت على دعم حكومي



وتظهر المشروعات السورية مرة أخرى إصرار وصمود في مواجهة هذه التحديات وتشمل الإنصات والاستجابة للمتطلبات المتغيرة وتغيير الإنتاج إلى البضائع الأساسية والبحث عن فرص عمل جديدة من خلال أسواق جديدة للتصدير. ومع ذلك يبدو أن الاقتصاد التركي سيضطر لمواجهة صعوبات جديدة وغير متوقعة خلال الموجة الثانية من جائحة كورونا. بينما تؤكد أغلب محركات النمو وخلق فرص العمل على قدرة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في البلاد - بما في ذلك المشروعات السورية- على الصمود والاستمرار، تقدم أيضا فرصة لتركيا لتخفيف حدة هذه التأثيرات السلبية لجائحة كورونا ولتظهر كقوة اقتصادية أقوى وأكثر حيوية. وكما قال رائد الأعمال محمد ياسر السبسي مالك شركة أي صفا (شركة إنتاج وتصدير مكولات ومشروبات): «إن شركتنا تعبر عن إثبات الذات حيث إنها تمنحنا الشعور بالاستقرار وتؤكد على قدرتنا على تقديم إسهاماتنا كلاجئين في بلاد اللجوء وعدم تشكيلنا أعباء عليها.»

التوصيات:

يستمر تأثير جائحة كورونا على المشروعات لذلك سيكون من الضروري استمرار الحوار مع المشروعات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الممثلة لفهم الاحتياجات وتلبيتها، وبالنظر إلى النتائج التي توصل إليها البحث، فيما يلي مجموعة من التوصيات للحكومة والمتبرعين وأصحاب الأسهم في القطاع الخاص والمنظمات غير الربحية والمنظمات المدنية:

1. أنفقت المشروعات الصغيرة والمتوسطة مدخراتها لتغطية تكاليف التشغيل مما نتج عنه قلة الأموال النقدية، يحتاج الأمر إلى وجود الدعم المالي المرن مثل إعانات لتغطية تكاليف التشغيل والهبات وأشكال أخرى من تمويل عملية التعافي من آثار كوفيد 19 ، يجب أن تكون هذه المساعدات متوفرة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة المملوكة للاجئين.

2. تؤدي ميزانيات القطاع العام الممتدة المشروعات الصغيرة والمتوسطة إلى مرونة الشراكات التي تقيمها المشروعات الصغيرة والمتوسطة مع القطاعين الخاص والعام مما يجعلها أقل اعتماداً على الإعانات الحكومية التي تمنح على المدى القصير وقت الأزمات، تحتاج المشروعات الصغيرة والمتوسطة أدوات رقمية على وجه السرعة للاستمرار في عملياتها أثناء وبعد جائحة كورونا، كما أن سبل التدريب الأخرى تلعب دوراً كبيراً في رفع كفاءة المشروعات الصغيرة والمتوسطة وإنتاجيتها ويشمل ذلك المبيعات والتسويق والإدارة المالية ودعم المشتريات.

3. على اعتبار أن التواصل التقليدي وجهاً لوجه سيبقى أمراً صعباً خلال الشهور القادمة تحتاج المشروعات الصغيرة والمتوسطة سهولة الوصول المنتظم للمعلومات ويشمل ذلك الهبات وبرامج الدعم الحكومية المعنية بها مشروعاتهم وقطاعاتهم.

4. قد لا يكون هناك متحدث للغة التركية في المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي يملكها السوريون، لذلك يجب أن تترجم خدمات دعم المشروعات والهبات والعطايا وغيرها من الموارد إلى اللغة العربية.

5. يمكن أن توسع الكيانات الحكومية من عمليات الشراء وتحسن من شروط الدفع للمشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تورد للقطاع العام، يجب أن تنتهز تركيا فرصة وجود اضطرابات في سلاسل الإمدادات العالمية ومصالح الشركات متعددة الجنسيات فيما يخص التنوع في الموردين وزيادة الدعم للمصنعين المحليين والمشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تركز على التصدير.

يعتبر هذا التقرير هو التقرير الثاني من سلسلة مكونة من ثلاثة أجزاء تحلل تأثير جائحة كوفيد 19 على المشروعات الصغيرة والمتوسطة في البلاد التي تتواجد فيها Building Markets في الوقت الحالي، وقد نشر تقرير عن الأردن في ديسمبر 2020 وينتظر تقريراً آخر عن ميانمار في الربع الأول من 2021. للاطلاع على التقرير الكامل: «أثار جائحة كوفيد 19 على المشروعات السورية في تركيا»، يرجى زيارة:

https://buildingmarkets.org/sites/default/files/pdm_reports/building_markets_turkey_covid-19_assessment_210105_compressed.pdf

تخلق Building Markets فرص عمل وتدعم النمو الاقتصادي من خلال إيجاد وبناء وتوصيل المشروعات الصغيرة والمتوسطة التنافسية بسلاسل الإمداد وفرص الاستثمار، منذ عام 2006 توسعت المنظمة في ثمانية أسواق متنوعة وقدمت الدعم إلى أكثر من 25.000 مشروع صغير ومتوسط حيث ساعدتهم في الحصول على عقود بقيمة 1.3 مليار دولار وقروض بقيمة 21 مليون دولار كما ساعدت على خلق ما يزيد عن 70.000 فرصة عمل بدوام كامل. يقع المركز الرئيسي لـ Building Markets في مدينة نيويورك.

يمكن إرسال أي استفسار أو تعليق حول هذا التقرير إلى newyork@buildingmarkets.org

نماذج من رواد الأعمال السوريين التي تم دراستها

قابل رائد الأعمال

أيمن نداه

مؤسس زينة لمستحضرات التجميل



أسس أيمن نداه شركة زينة في إسطنبول عام 2015، وذلك بعد أن نزع بسبب الحرب السورية وأصبح غير قادر على العمل في مهنته كمدير مالي بسبب حواجز اللغة وعدم الإلمام باللوائح في تركيا، فلذلك اتبع شغفه واهتمامه بالعمود وقام ببناء شركة تجارية للحصول على المواد الخام الطبيعية لإنتاج مجموعة واسعة من العطور ومستحضرات التجميل. لم تخلُ رحلة أيمن من التحديات، استهدفت منتجات زينة في البداية سوق اللاجئين السوريين، وتذبذبت المبيعات كمنتج غير أساسي. في مرحلة ما، كان عليهم إغلاق أربعة من أصل سبعة فروع والتركيز على التصدير. قد تكون التحديات الإضافية لجائحة كورونا ضارة بشركة زينة. في الواقع، خلال الأشهر الثلاثة الأولى من الوباء، أوقفت الشركة عملياتها... إلى أن وجهت أفكار أيمن الريادية شركة زينة نحو ما هو مطلوب ومتناسب جيداً مع كفاءاتها الأساسية: معقمات اليدين و الكولونيا، وهي عنصر محلي أساسي من المطهرات العطرية. دخلت الشركة في شراكة مع المصانع غير المستغلة أثناء التصنيع تحت علامتها التجارية الخاصة وذلك لتوسيع الإنتاج وتلبية الطلب

بالنسبة لزينة، أوجد الوباء زخمًا جديدًا، وتعمل الشركة الآن بشكل جيد. تتمثل الخطوة التالية لرجل الأعمال المرن في بيع منتجات زينة عبر الإنترنت ومن خلال تطبيقات الأجهزة المحمولة. بينما كان يتم بيعها على مواقع التجارة الإلكترونية المختلفة في تركيا في الماضي، يعتقد أيمن أن جائحة كورونا قد أوضح أن القناة الرقمية الخاصة بالشركة ستكون ضرورية لنجاحها في المستقبل.

«رأينا خلال جائحة كورونا طلبا جديدا على معقمات اليد في السوق - وهي فرصة لمشروعنا وذلك لخبرتنا في مجال العطور.»

قابل رائدة الأعمال لبنى حلي مؤسسة لازورد



انتقلت المتخصصة السورية لبنى حلي إلى تركيا مع عائلتها بسبب الحرب السورية، وأسست في 2017 لازورد وهو متجر لبيع الحلويات المصنوعة من الشوكولاتة في مدينة غازي عنتاب والتي تعتبر مدينة رائدة في صناعة الطعام في البلاد.

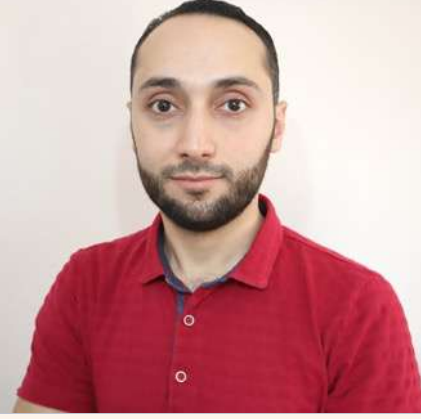
واضطرت لبنى لإغلاق لازورد بشكل مؤقت أثناء جائحة كورونا كما هو الحال في جميع المطاعم والمقاهي الأخرى، ولكن أثناء فترة الإغلاق استمرت لازورد في تسويق منتجاتها عن بعد، وعلاوة على ذلك أطلقت لبنى حملتها الخيرية «الإنسانية تجمعنا» التي تتيح للأسر السورية والتركية إمكانية توزيع بطاقات الهدايا لشراء البقالة لهؤلاء الذين تأثروا سلبا بجائحة كورونا، وقد لعبت هذه الحملة دورا حيويا في الترويج إلى لازورد بالإضافة إلى تأثير هذه الحملة اجتماعيا، وقد ساعدت الزيادات في المبيعات على تخفيف آثار الخسائر المالية التي تسبب فيها جائحة كورونا.

تقول لبنى: «وصلنا إلى مرحلة هذا العام حيث اضطررنا لمواجهة قرار الإغلاق بشكل دائم ولكن بفضل توجيهات وتوصيات فريق تدريب Building Markets استطعنا أن نستمر في العمل بالرغم من كوفيد 19.»

يعتمد مشروع لازورد على الطهي المنزلي ويتمثل هدف لبنى التالي في إطلاق خطها الإنتاجي الخاص من منتجات الطعام المفروزة.

«لعبت الحملة الخيرية التي
أطلقناها أثناء جائحة كورونا
دورا حيويا في الترويج لاسمنا
التجاري بالإضافة إلى إكسابنا
ثقة العملاء.»

قابل رائد الأعمال حسام الدين الحاج مؤسس مجموعة أثير



إن مجموعة الأثير شركة دعاية وإعلان محفزة للإدراك وتشمل الخدمات التي تقدمها للشركات تطوير استراتيجيات للتسويق والاتصال وتصميم الجرافيك والمواقع الإلكترونية وتطوير تطبيقات الهواتف المحمولة والتصوير والفيديو، وقد أطلق المتخصص في الهندسة الإلكترونية والاتصال حسام الدين حجج مشروعه في 2018 حيث يحمل شهادات محلية ودولية متعددة في التكنولوجيا، تتمركز مجموعة الأثير في بورصة وتقدم خدماتها لعملائها في جميع أنحاء تركيا كما اتجهت لتصدير المنتجات المطبوعة لأكثر من 100 عميل في السويد وألمانيا والعراق ودول الخليج العربي. وقد تأثر المشروع تأثراً كبيراً بسبب الكورونا وانخفضت الأرباح بنسبة كبيرة فيما يخص بعض خدمات مجموعة الأثير، ولكن على صعيد آخر لاحظ القائمون على المشروع ظهور طلب جديد على تصميم المواقع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية خصوصاً بعد تزايد الاتجاه نحو المشروعات الرقمية. يقول حسام أن الشركة تعمل الآن على حملة تسويقية للترويج إلى خدماتها الرقمية وتسعى إلى التقديم للحصول على هبة من منظمة تنمية الصناعات الصغيرة والمتوسطة KOSGEB للتعافي من آثار فيروس كورونا.

«أتجه العالم إلى التجارة
الإلكترونية والاتصال
عن بعد أثناء جائحة
كورونا، ونحن اليوم
نركز على الخدمات
الرقمية.»

قابل رائد الأعمال

محمد كركور

مالك الحكم



تتمركز شركة الاستيراد والتصدير الحكم في هاتاي وتعمل خلال شبكة دولية تربط ما بين المنتجين المحليين والمستهلكين في المنطقة وتتنوع المنتجات من البضائع المتخصصة مروراً بعلف الحيوانات وزبوت السيارات. جاء تأثير جائحة كورونا شديداً على هذا المشروع بسبب الارتفاع في سعر المنتجات وتكاليف الشحن، كما أنه واجه اضطرابات ومشكلات في سلاسل الإمداد التي أدت بدورها إلى ظهور نقص في المنتجات الغذائية. حاول محمد كركور البحث عن فرص جديدة للحفاظ على مشروعه قائماً وشمل ذلك تصدير كميات الوجه للدول الإفريقية والخضروات والفواكه إلى سوريا. وترتكز الخطوة التالية للحكم على استمرار البحث عن الأسواق الجديدة وتوسيع نشاطها التصديري، حيث يتفاوض محمد مع عملائه من أوروبا ودول الخليج لتوقيع عقود جديدة ويقول إن الدعم الأهم في هذا الوقت يتمثل في الحصول على منحة أو قرض لدعم مشروعه في تحقيق أهدافه.

«مستمرون في البحث عن
الأسواق الجديدة وتوسيع
نشاطنا التصديري، قد
تساعدنا منحة أو قرض في
تحقيق أهدافنا.»