



أثر كوفيد-19 على الأعمال التجارية
السورية في تركيا:
تحليل مرحلة التعافي

أيار 2022



Building Markets
Small **Business**. Big **Impact**.

المقدمة والشكر

تم تطوير هذه التقرير من قبل منظمة Building Markets. كتب وأجرى البحث مستشارة البحث والتأثير "أليسون ج. أندرسون" وساهم فيه إحصائي تحليل البيانات "زونغ لونغ تشين". تم تنفيذ جمع البيانات الكمية والنوعية في تركيا بين كانون الثاني وأذار من عام 2022 من قبل موظفي Building Markets بقيادة منسقة البرامج الأولى "نوار معري". تم تقديم التوجيه من قبل مديرة البرامج العالمية "إينسلي بتلر".

هذا التقرير تابع لدراسة أعدتها Building Markets في كانون الثاني عام 2021 حللت الآثار المبكرة لانتشار كوفيد-19 على الشركات الصغيرة والمتوسطة في تركيا. تمت مقارنة ردود الدراسة الاستقصائية بنسخة سابقة للدراسة ذاتها حول أثر انتشار فيروس كوفيد-19 على الأعمال التجارية السورية في تركيا والمنفذة بين شهري تموز وأب من عام 2020. كما تمت مقارنة البيانات ببيانات الدراسة الاستقصائية الأساسية التي جمعت بين عامي 2017 و2022 كجزء من العمل المستمر لمنظمة Building Markets مع الشركات المتوسطة والصغيرة التي يملكها سوريون وغيرها في تركيا. تعرب منظمة Building Markets عن جزيل امتنانها للدعم الذي قدمه اثنان من المانحين والذي مكن من العمل على هذا التقرير: وهما "وزارة الشؤون الخارجية والتجارة والتنمية" الكندية والتي مولت برنامج تركيا بين عامي 2016 و 2018، وتمويل حكومة الولايات المتحدة المستمر من أيلول 2018 حتى وقتنا هذا.

تطلق منظمة Building Markets القوة التحويلية للشركات الصغيرة لمواجهة التحديات الاجتماعية الملحة من خلال دفع خلق الوظائف والنمو الشامل. بعد تأسيسها في عام 2004، تبحث المنظمة عن الشركات المحلية الصغيرة والمتوسطة التنافسية لتبنيها وتربطها بسلاسل التوريد والاستثمار. باستخدام هذا النموذج، دعمت Building Markets أكثر من 26700 شركة صغيرة ومتوسطة وساعدتها في الفوز بعقود بقيمة 1.36 مليار دولار وقروض بقيمة 21 مليون دولار، كما ساعدت في خلق أكثر من 23500 فرصة عمل في أسواق متنوعة مثل تركيا والأردن وميانمار وأفغانستان وليبيريا وهايتي.

تم التقاط صورة الغلاف بواسطة "صور الأندلس" في عام 2022. التقطت الصور الأخرى في هذا التقرير من قبل "صور الأندلس" لشركة "إيفكار ديزاين" و "عثمان أورسال" لشركة غيدابيسيت. وقدمت باقي الصور بشكل مباشر من قبل الأعمال التجارية لنستخدمها في التقرير.

توجه منظمة Building Markets الشكر للأفراد والمنظمات الذين ساهموا بتقديم وقتهم وخبراتهم ورؤاهم في هذا التقرير. بإمكانكم توجيه أي نقد أو سؤال عبر newyork@buildingmarkets.org

المحتويات

2	المقدمة والشكر
3	المحتويات
4	1. الخلفية والسياق
6	1.1 الكتابات الموجودة حول اثر فيروس كورونا على الشركات الصغيرة والمتوسطة في تركيا
7	2. المنهجية
7	3. النتائج - التوجه نحو التعافي
7	3.1 شبكة الشركات الصغيرة والمتوسطة
8	3.2 عمليات وآفاق الأعمال التجارية
10	3.3 العملاء والإيرادات
11	3.4 الواردات والصادرات وسلسلة التوريد
12	3.5 الرقمنة
15	3.6 التكيف مع كوفيد-19 والتحديات القائمة
20	3.7 الرؤى المتعلقة بالسياسات
23	4. الخلاصة والتوصيات
25	ملحق رقم 1: الدراسة الاستقصائية للشركات الصغيرة والمتوسطة
30	الملحق رقم 2: أسئلة مقابلة أصحاب المصلحة
31	الملحق رقم 3: الشركات البارزة
32	الملحق رقم 4: قائمة المراجع

1. الخلفية والسياق

عند الإبلاغ عن أول حالة إصابة بكوفيد-19 في تركيا في آذار عام 2020، اتخذت الحكومة إجراءات سريعة للحد من انتشار الفيروس. تمت الاشارة في البداية بالبلد لنجاحه في احتواء الفيروس على الرغم من عدم وجود قرار إغلاق على مستوى البلد حتى شهر نيسان من عام 2021¹. ولكن تركيا، كما باقي البلدان، مرت بعدة موجات من انتشار الجائحة ومن إعادة القيود المرافقة وتخفيفها. وبالنتيجة، اضطرت الشركات الصغيرة والمتوسطة للتكيف مع المراحل المختلفة للاستجابة والتعافي من الجائحة. وخلال العامين الماضيين، تأثرت الشركات الصغيرة والمتوسطة بقيود التحرك المفروضة من قبل الحكومة والإغلاقات وانقطاع سلاسل التوريد وانخفاض الطلب². وبعد مرور ستة وعشرين شهراً، وحتى مع دخول تركيا مرحلة التعافي ورفع القيود وانخفاض حالات كوفيد-19³، بقيت الأعمال التجارية تعاني من آثار الجائحة والحاجة للتكيف مع الطريقة الجديدة للحياة مع جائحة كوفيد-19.

أدى انتشار جائحة كوفيد-19 وأثاره الاقتصادية إلى تباطؤ النمو الاقتصادي و الحد من الفقر في تركيا ويواجه البلد تحديات اقتصادية انبثقت حتى قبل بداية انتشار الجائحة. تعاني البلاد من ارتفاع معدلات البطالة العامة ومعدلات البطالة بين الشباب، وارتفاع تكاليف المعيشة وخسارة قيمة العملة التركية وارتفاع معدلات التضخم⁴. ولأن الاقتصاد يواجه تحديات في التعافي المستمر من الجائحة والوضع الاقتصادي غير المستقر، يمكن أن تكون الشركات الصغيرة محركاً هاماً لخلق فرص العمل والدخل. تقدم الشركات الصغيرة والمتوسطة أكثر من 70% من فرص العمل في تركيا وتساهم بحوالي 50% في الناتج المحلي الإجمالي⁵. ستكون الشركات الصغيرة والمتوسطة عنصراً أساسياً في الانتعاش الاقتصادي لتركيا وتوليد فرص العمل والاستقرار والنمو المستدام ذاتياً.

من الاعتبارات الاجتماعية والاقتصادية المهمة في التعافي من جائحة كوفيد-19 في تركيا وجود أكثر من أربعة ملايين لاجئ وطالب لجوء في البلاد، منهم 3.6 مليون سوري. أصبح السوريون، خلال العقد الماضي، أكثر اندماجاً في الحياة الاقتصادية سواء كمستهلكين أو باحثين عن عمل أو موظفين أو كرجال أعمال. كما توصلت أبحاث Building Markets إلى أن السوريين جلبوا مهاراتهم في مجال ريادة الأعمال ورأس المال إلى تركيا، حيث أطلقوا أكثر من 2,800 شركة صغيرة ومتوسطة سجلت في شبكتنا والتي توظف سبعة أشخاص وسطياً، مما يؤكد أهمية مرونة وتعافي الأعمال التي يمتلكها سوريون وتوظف سوريين. ولفهم طريقة تأثير الجائحة على رواد الأعمال هؤلاء بشكل أفضل، أجرت منظمة Building Markets دراسة استقصائية عشوائية لشبكة أعمالها في تركيا.

1 أخبار بي بي سي. عام 2021. "فيروس كورونا: تركيا تدخل أول إغلاق كامل". 29 نيسان. <https://www.bbc.com/news/world-europe-56912668>

2 مركز التجارة الدولي. 2020. "مدونة: من الإغلاق إلى التعافي: كشف أثر كوفيد-19 على الشركات الصغيرة". <https://intracen.org/news-and-events/news/blog-from-shutdown-to-recovery-unraveling-the-impact-of-covid-19-on-small>

3 اعتباراً من شهر آذار عام 2022، تم تلقيح 63.49% من السكان. انظر: جامعة جونز هوبكينز. عام 2022. مركز مراجع فيروس كورونا. <https://coronavirus.jhu.edu/region/turkey>

4 كوهين، باتريسيا. 2021. "كيف ساء وضع الاقتصاد التركي بشكل كبير؟" نيويورك تايمز، 14 كانون الأول. <https://www.nytimes.com/2021/12/14/business/economy/turkey-inflation-economy-lira.html>

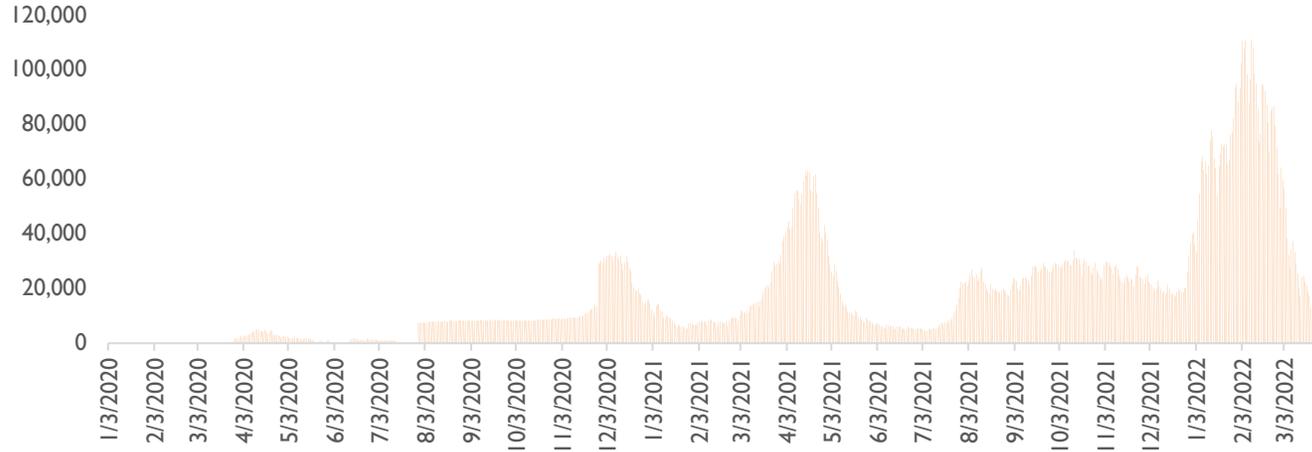
5 المفوضية الأوروبية. 2021. "صحيفة الوقائع القطرية للشركات الصغيرة والمتوسطة لعام 2021: تركيا". https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/system/files/2021-09/turkey_sme_fact_sheet_2021.pdf

الجدول الزمني: الاستجابة لفيروس كورونا في تركيا⁶

آذار 2022	تشرين الثاني 2021	أيار 2021	أواخر آذار 2021	كانون الأول 2020	آذار 2020
إلغاء إلزامية الكمامة في الأماكن المغلقة والمفتوحة	قيود السفر المحلي والدولي	إلغاء الإغلاق	إعادة فرض القيود لشهر رمضان في بداية نيسان يسمح للمطاعم فقط بيع الطعام الجاهز للخارج حظر تجمعات رمضان الكبيرة	قيود جديدة، إغلاق أو أعمال محدودة في قطاعات التعليم والأغذية والمشروبات والخدمات	أول حالة كوفيد-19 مسجلة في تركيا قيود السفر المحلي والدولي إغلاق المدارس حظر التجول الجزئي والإغلاق في نهاية الأسبوع
كانون الثاني 2022	تموز 2021	نيسان 2021	بداية آذار 2021	حزيران 2020	
لم يعد يطلب من الناس غير الملقحة إبراز نتيجة اختبار كورونا للدخول لمعظم الأماكن	تركيا تنهي قيود كوفيد-19 والإغلاقات	أول إغلاق كامل على المستوى الوطني	تخفيف بعض القيود المفروضة	إعادة الفتح السماح بإعادة فتح الأعمال والمدارس تخفيف القيود المفروضة على قطاع السياحة	تخفيف إجراءات حظر التجول في نهاية الأسبوع السماح للمطاعم والبارات بإعادة فتح أبوابها بنصف القدرة الاستيعابية عودة التعليم المباشر في المدارس
	• إنهاء حظر التجول	• أمر البقاء في المنزل باستثناء الخروج من أجل المشتريات الضرورية و العلاج الطبي وجوب الحصول على موافقة رسمية للسفر بين المدن	•	•	•
	• رفع قيود الاستيعاب عن النقل العام	• إغلاق المدارس	• تقييد مبيعات المشروبات الكحولية	•	•
		• تقييد قدرة استيعاب وسائل النقل العام			

⁶ عرب نيوز. 2021. "السياحة في تركيا تقع تحت خطر ازدياد حالات الإصابة بفيروس كورونا". آذار. <https://www.arabnews.com/node/1828746/middle-east>، عرب نيوز. 2021. "تركيا تعيد فرض القيود بعد ارتفاع حاد بالإصابات" 30 آذار. <https://www.arabnews.com/node/1834646/middle-east>، بي بي سي نيوز. 2021. "فيروس كورونا: تركيا تدخل أول إغلاق كامل" 29 نيسان. <https://www.bbc.com/news/world-europe-56912668>

تركيا: عدد حالات كورونا المؤكدة



المصدر: منظمة الصحة العالمية⁷

⁷ منظمة الصحة العالمية، 2022. "تركيا". <https://covid19.who.int/region/euro/country/tr>

1.1 الدراسات الموجودة حول اثر فيروس كورونا على الشركات الصغيرة والمتوسطة في تركيا

أجرت منصة "بيزنيس فور غولز"⁸ بين شهري آذار عام 2020 وكانون الثاني عام 2021، سلسلة من الدراسات الاستقصائية مع مؤسسات متناهية الصغر وصغيرة ومتوسطة الحجم لفهم تأثير جائحة كوفيد-19 في الشركات التركية. مع بداية انتشار الجائحة في تركيا في آذار عام 2020، انخفضت عائدات أكثر من نصف الشركات الـ 780 التي شملها الاستطلاع بأكثر من 50٪، وقالت 62٪ من الشركات إنها "تأثرت بشكل كبير" بالجائحة. كانت هناك اختلافات ملحوظة من حيث حجم المؤسسة والقطاع، حيث تأثرت الشركات الأكبر حجماً بشكل أقل أما الشركات الصغيرة فعانت من اضطرابات شديدة⁹.

ووجدت منصة "بيزنيس فور غولز" بأن آثار الجائحة السلبية التي أبلغت عنها الشركات في شهر آذار عام 2020 انخفضت بنسبة 78٪ في شهر أيار من العام نفسه. كما كشفت المنصة أن الأعمال التجارية التي يملكها سوريون تضررت بشكل أكبر بسبب الجائحة، حيث أوقفت 38٪ من الأعمال التجارية عملياتها في أيار عام 2020 مقارنة مع نسبة 22٪ من جميع الأعمال التجارية في تركيا¹⁰.

وفي حزيران عام 2020 بدأت تركيا تخفيف القيود وإعادة فتح الأعمال التجارية وشهدت انخفاضاً في عدد الحالات. في الفترة من شهر تموز وحتى شهر آب 2020، أجرت منظمة Building Markets دراسة عشوائية للشركات الصغيرة والمتوسطة في شبكتها في تركيا لتحديد طريقة تأثر الشركات بالجائحة وتوقعاتها على المدى القريب. وجدت منظمة Building Markets أن جميع الشركات الصغيرة والمتوسطة تقريباً في شبكتها كانت مفتوحة بحلول صيف عام 2020. ومع ذلك، سجلت معظم الشركات انخفاضاً كبيراً في الإيرادات، وكان الكثير منها في حاجة ماسة إلى رأس المال وغيره من أشكال الدعم. في ذلك الوقت، أفادت 3.5٪ فقط من الشركات الصغيرة والمتوسطة عن وصولها إلى التدريب والأدوات الرقمية، والذي يشكل فرصة ضائعة كبيرة للوصول إلى العملاء والأسواق¹¹.

وأشارت الدراسات الاستقصائية الثالثة¹² والرابعة¹³ لمنصة "بيزنيس فور غولز" في شهري أيلول 2020 وكانون الثاني 2021 بأنه رغم استمرار تأثر الأعمال التجارية الكبير بالجائحة إلا أنه بات جزءاً اعتيادياً من حياتها العملية. كما أشارت إلى أن الشركات متناهية الصغر وصغيرة الحجم لا تزال تتأثر بالجائحة أكثر من المنظمات الكبيرة¹⁴.

وركزت معظم الدراسات المنشورة حتى الآن حول تأثير جائحة كوفيد-19 على الشركات الصغيرة والمتوسطة في تركيا، بما فيها دراسة سابقة أجرتها منظمة Building Markets، والتي ركزت على الأشهر أو السنة الأولى للجائحة (أي عامي 2020 و 2021). أما هذا التقرير فيأخذ في الاعتبار آثار جائحة كوفيد-19 على الشركات الصغيرة والمتوسطة أثناء مرحلة التعافي من جائحة دامت أكثر من عامين حيث أصبح الوباء مستوطناً وتكيفت الشركات مع هذا الواقع الجديد. يهدف هذا التقرير إلى التعرف على التحديات والاحتياجات الفريدة للشركات الصغيرة والمتوسطة المملوكة لسوريين في تركيا وتحديد استراتيجيات لمساعدتهم على التعافي لتعزيز مساهماتهم في الاقتصاد التركي.

⁸ منصة "بيزنيس فور غولز" هي تعاون بين "اتحاد الشركات والأعمال التركي" و"برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في تركيا" و"جمعية الصناعة والأعمال التركية".

⁹ بيزنيس فور غولز. 2020. "دراسة استقصائية حول أثر فيروس كوفيد-19 في الشركات والاحتياجات - تركيا". <https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2020/04/B4G-Covid-19-Survey-ENG.pdf>

¹⁰ بيزنيس فور غولز. 2020. "استقصاء حول أثر فيروس كوفيد-19 على الشركات في تركيا: تقرير نتائج الدراسة الاستقصائية الثانية".

https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2020/06/B4G_COVID-19_Second_Survey_Analysis_ENG_Final.pdf

¹¹ Building Markets. 2021. "اثر جائحة كوفيد-19 في الأعمال التجارية السورية في تركيا". https://buildingmarkets.org/wp-content/uploads/2021/08/building_markets_turkey_covid-19_assessment_210105_compressed-1.pdf

¹² بيزنيس فور غولز. 2020. "دراسة استقصائية حول أثر فيروس كوفيد-19 على الشركات في تركيا: تقرير حول نتائج الدراسة الاستقصائية الثالثة".

<https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2020/11/B4G-Report-on-Results-of-Third-Survey.pdf>

¹³ بيزنيس فور غولز. 2021. "اثر أزمة كوفيد-19 في الشركات: التقرير النهائي". https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2021/03/B4G_Covid-19-Q4-Survey-Report_ENG.pdf

¹⁴ في كانون الثاني عام 2021، تأثرت 51٪ من الشركات متناهية الصغر "بشدة" مقارنة بـ 38٪ من المؤسسات الكبيرة.

2. المنهجية

في الفترة بين شهري تموز وأب عام 2020، أجرت منظمة Building Markets دراسة استقصائية عشوائية لشبكة أعمالها في تركيا لفهم كيفية تأثير الجائحة على رواد الأعمال بشكل أفضل. تم تحليل البيانات من 348 شركة يملكها سوريون، مقارنة بالبيانات الأساسية التي جمعتها المنظمة قبل بدء انتشار جائحة كوفيد-19، ونشرت النتائج في تقرير شهر كانون الثاني عام 2021، أثر جائحة كوفيد-19 على الشركات السورية في تركيا.¹⁵

نظرًا للطبيعة المستمرة لجائحة كوفيد-19، من شهر كانون الثاني وحتى شهر آذار عام 2022، أعادت منظمة Building Markets إجراء دراسة استقصائية عشوائية لنفس الشركات التي وصلنا إليها في عام 2020 لفهم الآثار المستمرة للجائحة والتحديات والفرص التي تواجهها الشركات أثناء تقدمها في التعافي من هذه الجائحة. تم إجراء العمل الاستقصائي الهاتفي من قبل موظفي منظمة Building Markets باللغات الإنجليزية والعربية والتركية، اعتماداً على ما تفضله الشركات الصغيرة والمتوسطة. اتصلنا بـ 396 شركة ووصلنا إلى 296 منها، ووافقت 276 (93%) من الشركات على أن تكون جزءاً من هذه الدراسة.

شملت الدراسة للشركات الصغيرة والمتوسطة المستخدمة في هذا البحث الاستبيان الأصلي المستخدم في تقرير كانون الأول لعام 2021 وأسئلة إضافية تعكس الطبيعة المتغيرة لجائحة كوفيد-19 المستمر واحتياجات رقمنة الأعمال والفرص والتحديات القائمة في الاقتصاد التركي. يتألف الاستطلاع من أسئلة كمية ونوعية مستمدة من دراسة Building Markets القياسية للتحقق من الأعمال التجارية. تُستخدم هذه الأداة كنقطة اتصال أولى مع جميع الشركات التي تعمل معها Building Markets لفهم قدراتها وقيد نموها ويتم عرض الملفات التعريفية الناتجة في الدليل. وعادة يعاد التحقق منها كل ستة أشهر إلى سنة لقياس التغيرات في الأعمال وتأثير المنظمة فيها. بالنسبة لهذا البحث، تم أخذ أسئلة إضافية من الدراسة الاستقصائية مفتوحة المصدر لمركز النمو العالمي- الابتكارات من أجل مكافحة الفقر للأثر الاقتصادي لجائحة كوفيد-19¹⁶، وتم تصميم باقي الأسئلة بالتشارك مع المتعاونين الأكاديميين مع منظمة Building Markets من معهد الدراسات السياسية في باريس (سيانس بو) وجامعة كولومبيا.¹⁷

وبالإضافة إلى الدراسة الخاصة بالشركات الصغيرة والمتوسطة، أجريت مقابلات نوعية مع مقدمي المعلومات الرئيسيين من خمس مؤسسات محلية معنية تركز على تنمية الشركات الصغيرة والمتوسطة في تركيا، توجد أسئلة هذه المقابلات في الملحق رقم 2.

3. النتائج - التوجه نحو التعافي

3.1 شبكة الشركات الصغيرة والمتوسطة

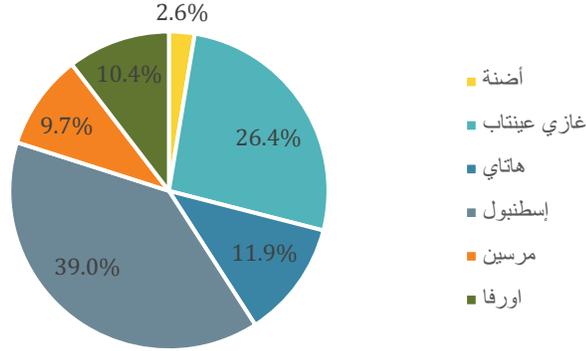
تتكون شبكة Building Markets في تركيا بشكل أساسي من الشركات الصغيرة والمتوسطة التي يشارك في ملكيتها سوري أو لاجئ واحد على الأقل. من بين 276 شركة صغيرة ومتوسطة شاركت في الدراسة، كان لـ 97.5% من الشركات مالك واحد أو أكثر من السوريين أو المهاجرين في تركيا. كما تتعامل هذه الشركات مع السوريين كعملاء (87%) وموزعين (69.9%) وموردين (66.7%) ومدراء (81.9%). تركز Building Markets على الأسواق في الولايات التركية التي يتركز فيها اللاجئون السوريون بشكل كبير، وتعمل مع الشركات الصغيرة والمتوسطة المسجلة في أضنة وأنقرة وغازي عنتاب وهاتاي وإسطنبول وإزمير ومرسين وأورفا. تركزت الشركات الصغيرة والمتوسطة في هذه الدراسة بشكل كبير في إسطنبول، أكبر مدينة في البلاد.

¹⁵ Building Markets. 2021. أثر جائحة كوفيد-19 في الأعمال التجارية السورية في تركيا. https://buildingmarkets.org/wp-content/uploads/2021/08/building_markets_turkey_covid-19_assessment_210105_compressed-1.pdf

¹⁶ الابتكارات من أجل مكافحة الفقر. عام 2020. "إجراء الدراسات الاستقصائية للأثر الاقتصادي لجائحة كوفيد-19 الخاصة بمركز النمو الدولي-الابتكارات من أجل مكافحة الفقر". <https://www.poverty-action.org/blog/introducing-ipa-igc-covid-19-economic-impact-surveys>.

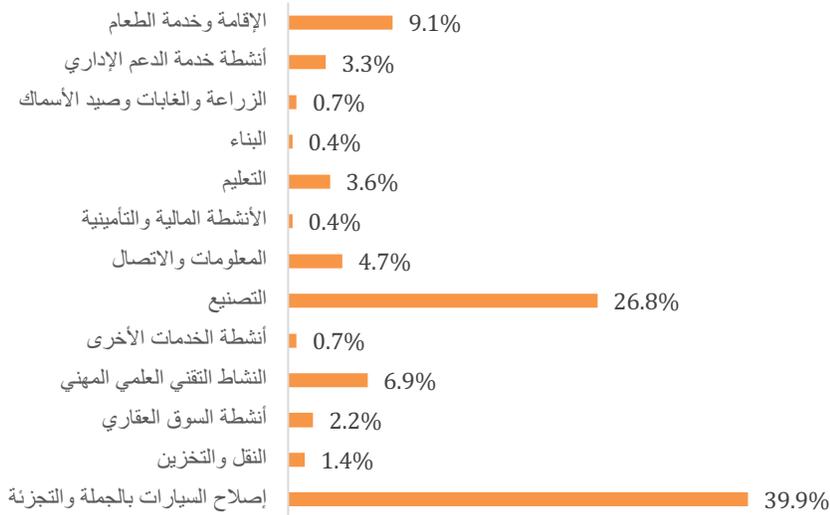
¹⁷ انظر الملحق رقم 1 لقائمة شاملة لجميع الأسئلة.

موقع الشركات الصغيرة والمتوسطة في عينة الدراسة
الاستقصائية (حسب المنطقة)



تتركز الشركات الصغيرة والمتوسطة المشمولة في هذه العينة في قطاع الجملة/ التجزئة¹⁸ يمثل تفصيل القطاعات في عينة الدراسة شبكة Building Markets الأوسع في تركيا ولا يشير إلى أن الشركات في قطاع أو موقع معين كانت أكثر ميلاً للاستجابة أو النجاة من الجائحة. تبين أقل من 1% من الشركات الصغيرة والمتوسطة في العينة أي من منتجات الاستجابة للجائحة (أي معدات الوقاية الشخصية والمعقمات، إلخ).

قطاعات الشركات الصغيرة والمتوسطة في عينة الدراسة الاستقصائية



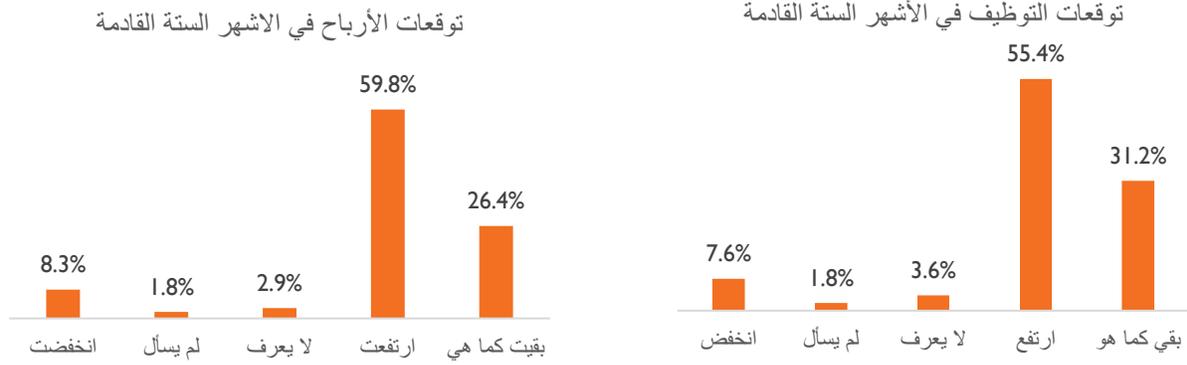
3.2 عمليات وأفاق الأعمال التجارية

وجدت Building Markets، في شهري تموز وآب من عام 2020، أن 95% من الشركات أعيد فتحها إلى حد كبير مباشرة بعد نهاية إغلاق كوفيد-19، بينما بقيت الاستدامة على المدى المتوسط والطويل في خطر. في نفس الوقت، أفادت 57% من الشركات الصغيرة والمتوسطة أنها غير متأكدة من المدة التي يمكنها الاستمرار في العمل خلالها. ومن المحتمل أن العديد من هذه الشركات الصغيرة والمتوسطة أغلقت بين منتصف عام 2020 وأوائل عام 2022، حيث تعذر الوصول إلى 100 شركة من العينة الأولى.

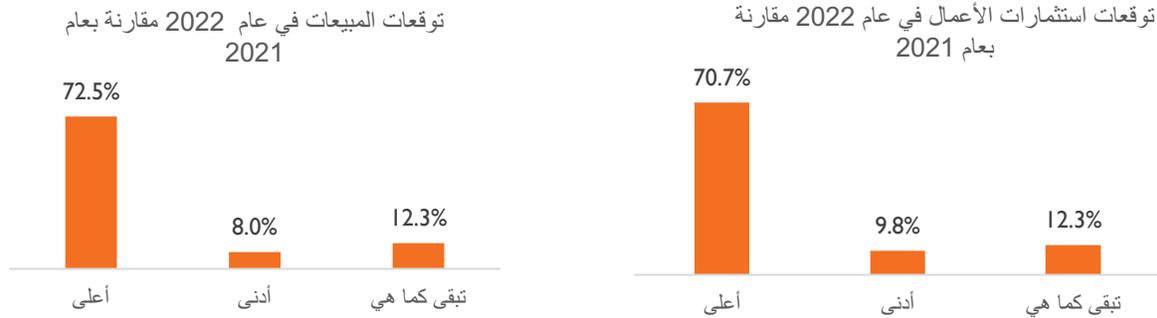
¹⁸ في حين أن "إصلاح المركبات" الذي ينتمي أيضاً لهذا القطاع ليس خدمة مقدمة من الشركات المشمولة في هذه العينة.

وبقيت 90% من الشركات التي استجابت لهذه الدراسة مفتوحة، بينما أغلقت 3% منها بشكل دائم بسبب تحديات كوفيد-19، وتم إغلاق 3% بشكل مؤقت لنفس الأسباب، و أغلقت 4% منها بشكل مؤقت أو دائم لعوامل غير مرتبطة بالجائحة.

كان لدى غالبية الشركات الصغيرة والمتوسطة تطلعات مستقبلية إيجابية لأعمالها للأشهر الستة القادمة. فقد توقع 59.8% من الذين شملهم الاستطلاع زيادة أرباح شركاتهم. كما توقع 55.4% أنهم سيعينون موظفين جدد.



بالإضافة إلى ذلك، توقعت أكثر من 72.5% من الشركات أن تزيد مبيعاتها في عام 2022 عما كانت عليه في عام 2021 وأن تكون استثماراتها التجارية أعلى من العام السابق.

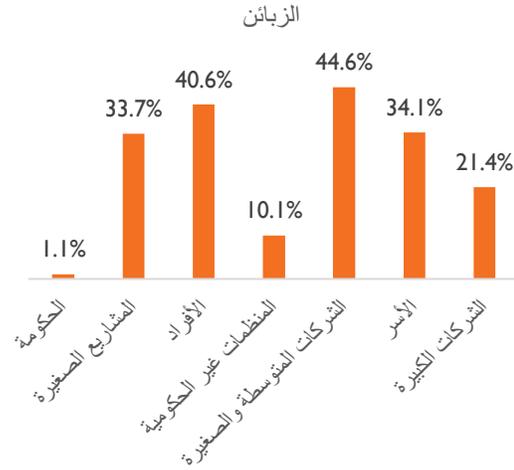
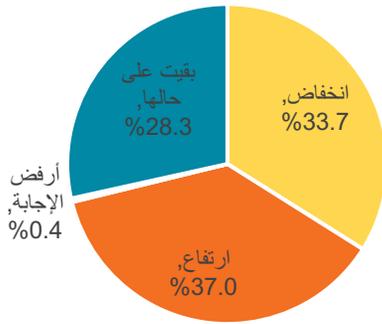


وبالرغم من النظرة المتفائلة لهذه الشركات الصغيرة والمتوسطة، فكان بإمكان 81.5% فقط منها الدفع لمورديها في غضون شهر و 13% في غضون شهرين. هذا أقل بكثير مما ذكرت الشركات الصغيرة والمتوسطة في شهري تموز وآب لعام 2020، عندما تمكنت 93.9% من الشركات الصغيرة والمتوسطة من الدفع لمورديها في غضون شهر. من المحتمل أن يكون هذا بسبب الأزمة الاقتصادية الحالية وأثار الجائحة. تحدث أصحاب المصلحة الذين يعملون مع الشركات الصغيرة والمتوسطة عن القيود النقدية التي تعاني منها وعدم قدرتها على تحقيق تدفق نقدي كافٍ لتغطية التكاليف التشغيلية. وأوضحوا أن الشركات الصغيرة والمتوسطة تواجه صعوبات مالية كبيرة بسبب توقف مبيعاتها خلال فترة الجائحة وتقلبات أسعار العملات وإعاقة الطلب المحلي بسبب الأزمة الاقتصادية. في الوقت نفسه، ترتفع التكاليف التشغيلية للشركات الصغيرة والمتوسطة، نتيجة لارتفاع أسعار الطاقة والتضخم المفرط.

3.3 العملاء والإيرادات

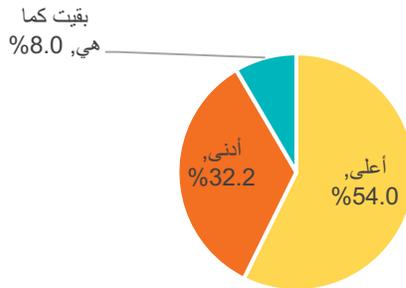
أفادت الشركات الصغيرة والمتوسطة التي يملكها سوريون بوجود تنوع في العملاء، على الرغم من أنها تباع في الغالب للأفراد والأسر والمشاريع الصغيرة والشركات الصغيرة والمتوسطة. عند السؤال عن التغييرات التي طرأت على العملاء والمنتجات في العام السابق، كان لدى معظم الشركات الصغيرة والمتوسطة إما عدداً ثابتاً من العملاء (28.3%) أو ازدياداً في عدد العملاء (37%). ويعد هذا اختلافاً صارخاً عن استطلاع Building Markets لعام 2020، عندما شهدت 77% من الشركات الصغيرة والمتوسطة انخفاضاً في عدد العملاء من شهر آذار عام 2020 وحتى شهري تموز وأب من عام 2020، مما يمثل مرحلة جديدة في التعافي من الجائحة.

التغير في أعداد العملاء من حزيران 2021

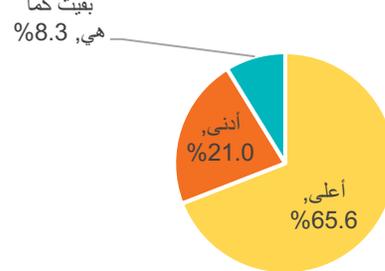


وبالمثل، أبلغت معظم الشركات الصغيرة والمتوسطة (54%) عن زيادة مبيعاتها وإيراداتها في آخر 30 يوماً مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي، وكان لديها نظرة مستقبلية أكثر إيجابية بشأن الثلاثين يوماً القادمة، حيث كانت توقعات 65.6% من الشركات الصغيرة والمتوسطة أفضل حول المبيعات والإيرادات في الثلاثين يوماً القادمة مقارنة بنفس الوقت من العام الماضي.

المبيعات/العائدات خلال الـ30 يوماً الماضية مقارنة بالعام الماضي



المبيعات/العائدات المتوقعة خلال الـ30 يوماً القادمة مقارنة بالعام الماضي



3.4 الواردات والصادرات وسلسلة التوريد

الأثر في الواردات والصادرات منذ عام 2021



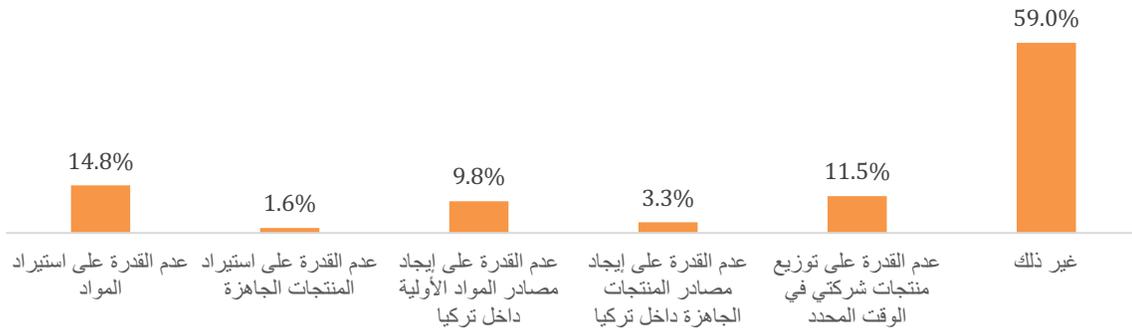
لا تستورد 89.1% من الشركات الصغيرة والمتوسطة التي شملتها الدراسة السلع بشكل مباشر، بينما تستورد 10.5% منها بضائعها. ومن بين الشركات التي تستورد البضائع، أفادت الغالبية (58.6%) أن وارداتها تأثرت سلباً منذ بداية عام 2021. وتعتبر هذه زيادة كبيرة عن عام 2020 عندما أبلغ 11.7% فقط من الشركات الصغيرة والمتوسطة عن وجود تحديات أمام الاستيراد. حيث ذكرت الشركات الصغيرة والمتوسطة أن وارداتها تأثرت سلباً بسبب انخفاض الطلب على السلع المستوردة وتأخر تسليم الواردات وزيادة تكاليف الشحن وانخفاض قيمة الليرة التركية.

في حين أن غالبية الشركات الصغيرة والمتوسطة (59.4%) التي شملها الاستطلاع لا تصدّر منتجات أو خدمات، فإن نسبة كبيرة منها

(39.5%) تقوم بالتصدير. حيث أفادت 62.4% من الشركات الصغيرة والمتوسطة المصدرة إن صادراتها تأثرت سلباً منذ بداية عام 2021. ذكرت الشركات الصغيرة والمتوسطة أن صادراتها تأثرت سلباً بسبب انخفاض قيمة الليرة وانخفاض الطلب في أسواق التصدير وتأخير أوقات التسليم وارتفاع تكاليف الشحن. بالإضافة إلى ذلك، غالباً ما تصدر الشركات الصغيرة والمتوسطة التي يملكها سوريون إلى البلدان الناطقة باللغة العربية. وأفاد أصحاب هذه الشركات أن صادراتها من تركيا إلى الخليج العربي والمملكة العربية السعودية بشكل بارز قد انخفضت لأسباب سياسية. تركز تركيا حالياً على تحسين علاقاتها الإقليمية مع دول الخليج العربي واستعادة الروابط التجارية الحيوية لتعزيز اقتصاد البلاد.¹⁹

وصرحت 18.8% من الشركات الصغيرة والمتوسطة المشاركة أن سلاسل التوريد الخاصة بأعمالها تأثرت سلباً في الأشهر الـ 12 الماضية، ولكن أكدت 80.1% من الشركات الصغيرة والمتوسطة أنها لم تتأثر سلباً. بالإضافة إلى ذلك، لم تتوقع 86.2% من الشركات الصغيرة والمتوسطة أن تتأثر سلاسل التوريد الخاصة بها سلباً في العام المقبل. ومن بين الشركات المتأثرة سلباً، أفادت نسبة 71.2% أنها تأثرت بشدة أي أنها كانت تكافح لاستمرار عملياتها. وكان السبب عدم قدرة هذه الشركات على استيراد المواد الخام الضرورية غير المتوفرة في تركيا وعدم قدرتها على توزيع منتجاتها في الوقت المحدد وارتفاع أسعار المواد الخام.

المخاوف المتعلقة بسلاسل التوريد

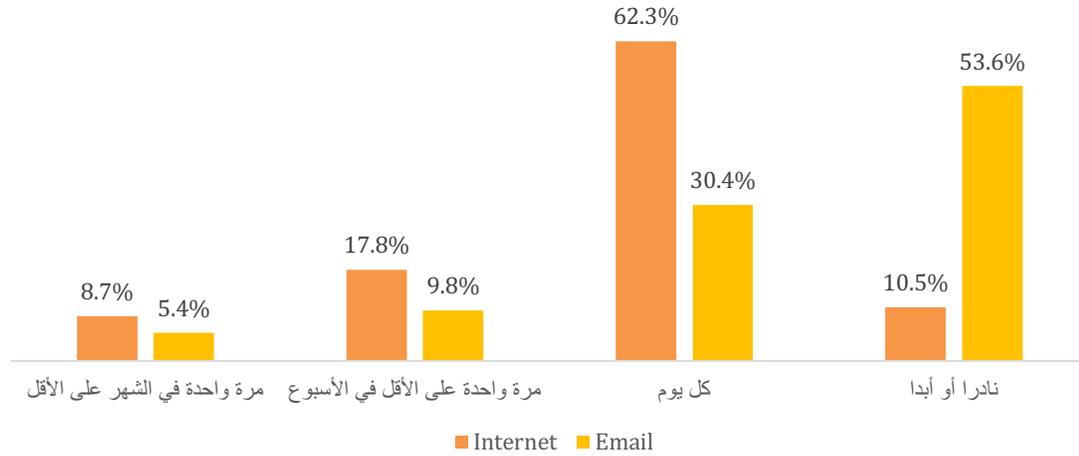


¹⁹ ستيفن كوك، 2022 "لماذا تعيد تركيا علاقاتها مع المملكة العربية السعودية." مجلس العلاقات الخارجية، 4 أيار. <https://www.cfr.org/in-brief/why-turkey-resetting-relations-saudi-arabia>

3.5 الرقمنة

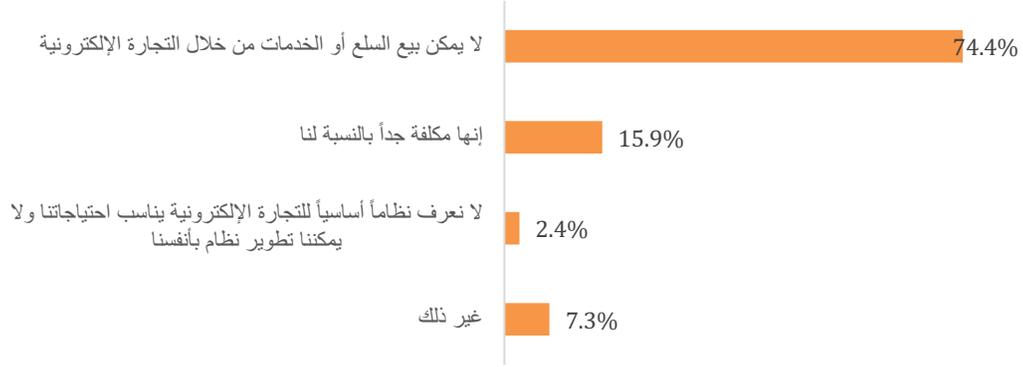
تمتلك معظم الشركات الصغيرة والمتوسطة وصولاً منتظماً إلى الإنترنت والأدوات الرقمية لإجراء عمليات تجارية منتظمة، بما فيها الطلبات عبر الإنترنت والبحث وفيسبوك للاتصالات والتسويق. تتصل نسبة 62.3% من الشركات الصغيرة والمتوسطة بالإنترنت بشكل يومي، بينما تتصل 17.8% منها مرة واحدة في الأسبوع على الأقل. وتستخدم الشركات الصغيرة والمتوسطة كلاً من الأجهزة المحمولة أو الهواتف (93%) وأجهزة الكمبيوتر/ أجهزة الكمبيوتر المحمولة (46.4%) للوصول إلى الإنترنت. لا يزال استخدام البريد الإلكتروني للعمليات التجارية منقطعاً وأقل شيوعاً من الوصول إلى الإنترنت؛ حيث تستخدم 30.4% من الشركات البريد الإلكتروني بشكل يومي، في حين أن 53.6% منها نادراً ما تستخدم البريد الإلكتروني أو لا تستخدمه على الإطلاق. من المرجح استخدام البريد الإلكتروني للاتصال بالمشتريين والعملاء، على الرغم من أن 12.7% من الشركات تستخدم البريد الإلكتروني للتواصل مع موظفيها الداخليين.

تكرار الوصول إلى الإنترنت واستخدام البريد الإلكتروني للعمليات التجارية



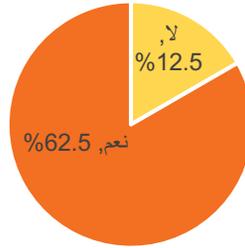
وتستخدم حوالي 15% من الشركات التي شملها الاستطلاع منصات التجارة الإلكترونية في المبيعات، في حين أن غالبيتها لا تستخدم التجارة الإلكترونية لبيع السلع والخدمات. عللت غالبية الشركات التي لا تستخدم منصة التجارة الإلكترونية (74.4%) أن سلعها أو خدماتها لا يمكن بيعها إلكترونياً، في حين أفادت حوالي 16% منها أن استخدام التجارة الإلكترونية مكلف للغاية. تشمل الأسباب الأخرى تردد الشركات الصغيرة والمتوسطة في نشر الأسعار عبر الإنترنت بسبب تقلبها المستمر أو ارتفاع تكلفة خدمات التوصيل أو لأنها تعمل فقط مع مشتري الجملة. سلط أصحاب المصلحة الذين تمت مقابلتهم في هذا البحث الضوء أيضاً على الصعوبة الحالية في تسعير المنتجات نظراً لتقلبات العملة وأوضحوا أن الشركات الصغيرة والمتوسطة تنفقر إلى المرونة في التسعير مقارنة بالأعمال التجارية الأكبر. كما شارك أصحاب المصلحة أيضاً حاجتهم إلى زيادة بناء القدرات والتدريب حتى يفهم أصحاب العمل والموظفون كيفية تشغيل وتسويق سلعهم وخدماتهم إلكترونياً رغم التحديات الرقمية.

لماذا لا تستخدم التجارة الإلكترونية



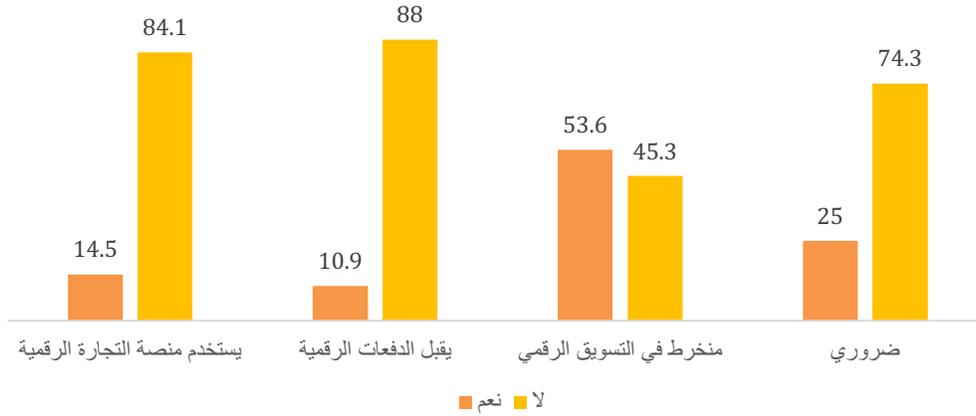
ومن بين تلك الشركات التي تستخدم التجارة الإلكترونية لبيع السلع والخدمات، استخدمت 77.5% منصات التجارة الإلكترونية قبل جائحة كوفيد-19، بينما بدأت 22.5% منها في استخدام التجارة الإلكترونية أثناء فترة الجائحة. وشارك أولئك الذين استخدموا التجارة الإلكترونية أثناء فترة الجائحة أن السبب كان للتكيف مع قيود الجائحة وطلبات العملاء. وشهدت 62.5% من الشركات التي استخدمت التجارة الإلكترونية زيادة في المبيعات منذ بداية انتشار الجائحة.

هل زادت مبيعات التجارة الإلكترونية لشركتك منذ أن بدأ الوباء؟



وبالمثل، تقبل 11% تقريباً من الشركات الصغيرة والمتوسطة المدفوعات الرقمية، بينما لا تقبلها غالبية الشركات الأخرى (88%). وكانت 83.3% من الشركات تقبل المدفوعات الرقمية قبل بداية الجائحة، بينما بدأت 13.3% منها باستخدام هذه الميزة في تلبية طلبات العملاء الدولية والوطنية منذ بدء الجائحة.

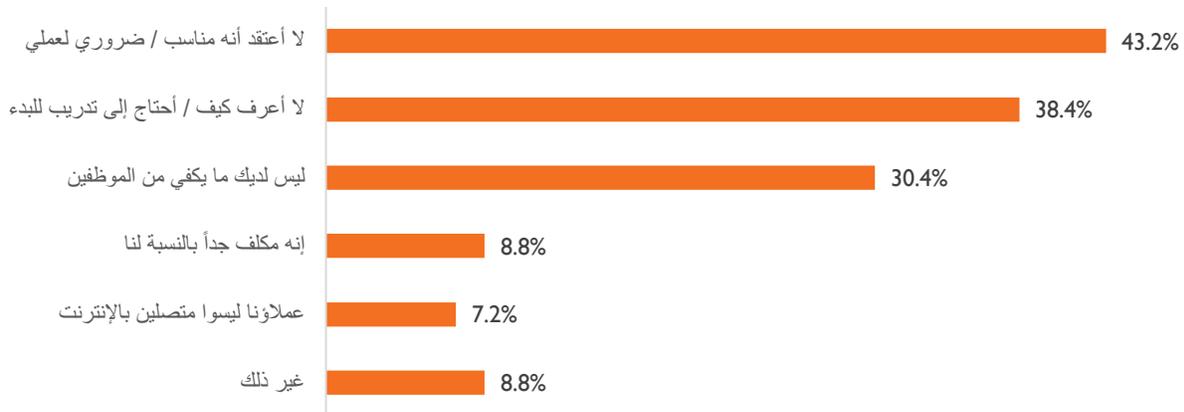
رقمنة الشركات الصغيرة والمتوسطة



وصحيح أن الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تستخدم التجارة الإلكترونية والمدفوعات الرقمية هي الأقلية، إلا أن معظم الشركات الصغيرة والمتوسطة التي شملتها الدراسة (53.6%) تشارك في التسويق الرقمي، كما بدأت 93.2% منها بالعمل في التسويق الرقمي قبل ظهور الجائحة. وبدأت نسبة 6.8% من الشركات الصغيرة والمتوسطة التسويق الرقمي مع بداية انتشار الجائحة. وأوضحت الشركات التي بدأت التسويق الرقمي أثناء الجائحة أنه من الضروري التحول إلى البيع عبر الإنترنت للوصول إلى المزيد من العملاء.

وكان السبب الرئيسي لعدم مشاركة بعض الشركات الصغيرة والمتوسطة (43.2%) في التسويق الرقمي هو اعتقادها أنه غير ضروري أو غير مناسب لأعمالها. كما أعربت من الشركات الصغيرة والمتوسطة (38.4%) عن حاجتها إلى التدريب للبدء وبينت غيرها (30.4%) النقص في قدرات موظفيها. أشارت شركات أخرى إلى أن لديها عملاء محددين جداً، لذلك هي لا تحتاج إلى تسويق رقمي.

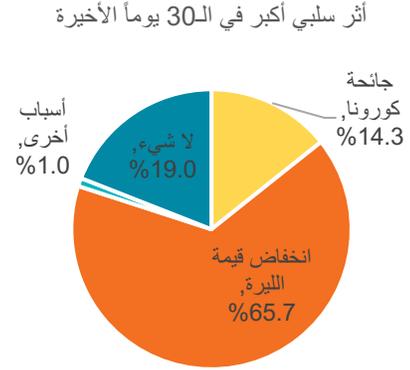
أسباب عدم مشاركة الشركات الصغيرة والمتوسطة في التسويق الرقمي



لا تمتلك غالبية الشركات الصغيرة والمتوسطة (74.3%) البنية التحتية أو الوسائل الرقمية الملائمة للعمل عن بعد؛ ومع ذلك، حصلت نسبة حوالي 40% من بين تلك الشركات التي استخدمت الرقمنة (25%)، على الوسائل اللازمة للقيام بذلك منذ بداية الجائحة.

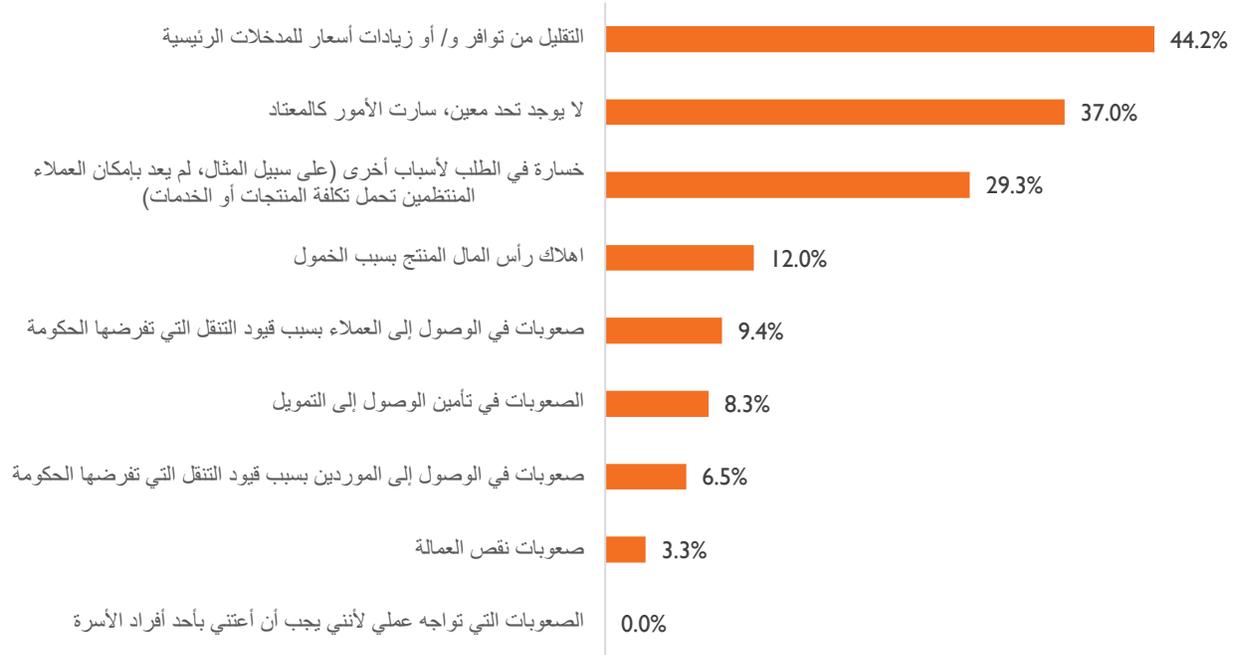
3.6 التكيف مع كوفيد-19 والتحديات القائمة

بينما بدأ هذا البحث في فهم التحديات الناشئة عن انتشار جائحة كوفيد-19 وما تواجهه الشركات الصغيرة والمتوسطة أثناء توجهها للتعافي من الجائحة، وجدنا أن أهم عقبة أمام الشركات في تركيا اليوم هي انخفاض قيمة الليرة. وبالمثل، في أوائل عام 2021، وجدت منصة "بزنيس فور غولز" أن التضخم هو العامل الأكثر تقييداً للأعمال حسبما أبلغت 20. وأجابت أكثر من 65% من الشركات أنه خلال الشهر الأخير كان لأزمة العملة تأثير سلبي أكبر من الجائحة. وتوقعت حوالي 50% من الشركات أن يكون ذلك عاملاً مقيداً في الشهر المقبل، بينما توقعت 10.5% فقط أن يكون للجائحة تأثيراً سلبياً أكبر في الشهر المقبل.



وعند سؤالهم عن أنواع التحديات التي واجهت أعمالهم في الشهر الماضي، سلط 44.2% من المشاركين الضوء على السعر وتوافر المدخلات، بما يتوافق مع سلسلة التوريد للشركات الصغيرة والمتوسطة والتحديات المتعلقة بالاستيراد والتصدير، وأشار 29.3% إلى انعدام الطلب. وصفت الشركات الصغيرة والمتوسطة واقعا ترتفع فيه كلفة المواد الخام مما يؤدي لارتفاع أسعارها وانخفاض المبيعات بالنتيجة. كما أشار البعض أن الانخفاض في السياحة بسبب الجائحة أعاق أعمالهم. وقالت نسبة 37% من الشركات التي شملتها الدراسة الاستقصائية أنها لا تواجه تحديات خاصة.

التحديات في الـ 30 يوماً الماضية



ولم تعدل معظم الشركات (82.2%) طريقة عملها لتقليل التواصل المباشر مع العملاء، ومع ذلك، زادت 7.6% من الشركات من استخدامها للهاتف في التسويق وتلقي الطلبات وما إلى ذلك، وزادت 6.9% منها استخدامها للإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.

²⁰ بزنيس فور غولز. 2021. "أثر أزمة كوفيد-19 في الشركات: التقرير النهائي". https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2021/03/B4G_Covid-19-Q4-Survey-Report_ENG.pdf

والمنصات الرقمية. ومع ذلك، قام أكثر من نصف المشاركين (53.3%) بتغيير عملائهم المستهدفين للحفاظ على الطلب على سلعهم وخدماتهم.

وأفادت في الأيام الستين الماضية حوالي ربع الشركات الصغيرة والمتوسطة (24.7%) أنها أنفقت مدخرات أو اقتترضت أموالاً أو باعت أصولاً من أجل تغطية نفقات المعيشة. وكان هذا تحسناً ملحوظاً عما كان عليه في وقت سابق من الجائحة عام 2020، عندما أشار 71.6% من المشاركين عن المشاريع الصغيرة والمتوسطة إلى أنهم اضطروا إلى إنفاق المدخرات أو اقتراض الأموال أو بيع الأصول لتغطية نفقات المعيشة خلال الشهرين الماضيين.

محمد أنور قطان، "أفكار ديزاين" (غازي عنتاب، تركيا)
تبيع "أفكار ديزاين"، مقرها غازي عنتاب، عبر موقعها على الإنترنت مجموعة واسعة من القطع المنسقة للتزيين والإعلان والقرطاسية وغيرها.

استقر السيد أنور، الحاصل على تدريبات في هندسة العمارة، في تركيا في عام 2018 وبدأ بتحديد فرص السوق في مجال خبرته. وبعد عملية بحث مكثفة، قرر السيد أنور بدء عمله في غازي عنتاب لتواجد قطاع صناعي قوي في المدينة وقدرته على إطلاق أعماله للمجتمع السوري هناك. ووجد في مدينة غازي عنتاب أرضاً خصبة لشركته "أفكار ديزاين" التي تنشط في التصنيع وتجارة الجملة والتجزئة لمجموعة واسعة من المنتجات، بما في ذلك مواد التعبئة والتغليف وقطع الديكور وساعات الحائط والهدايا التذكارية والقرطاسية والمواد الإعلانية ونماذج الهندسة المعمارية. كما يقدم خدمات الطباعة ثلاثية الأبعاد والقطع بالليزر.

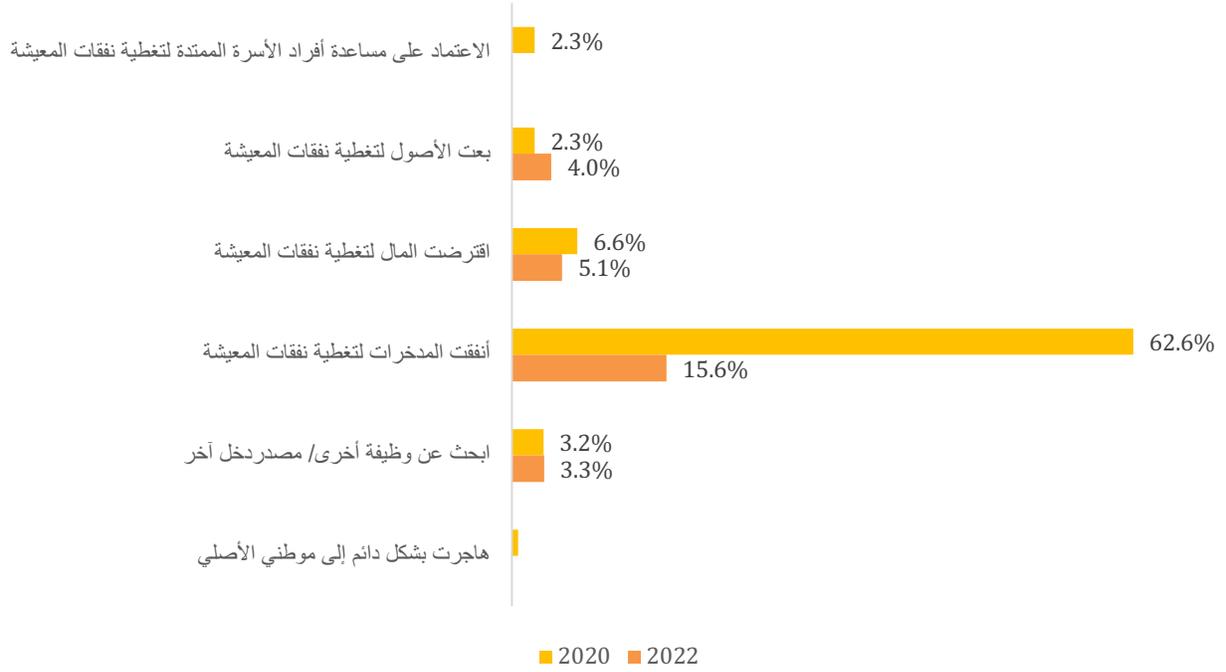
تم إطلاق الشركة في البداية من المنزل، وسُجّلت رسمياً وافتتحت متجرًا فعلياً في عام 2020، عند بدء جائحة كوفيد-19. وحسب السيد أنور، "كانت فترة محبطة. راودتنا أفكار لإغلاق الشركة مؤقتاً في انتظار مستقبل مجهول. لكننا اخترنا الاستمرار واعتماد المرونة في عملنا من خلال تحديد اتجاهات السوق والتكيف معها، والاستفادة من عملنا متعدد القطاعات. على سبيل المثال، استطعنا استخدام الآلات والمواد الخام نفسها لإنتاج عدد غير محدود من المنتجات." بدأت الشركة في قبول المدفوعات الرقمية، وقدمت خدمة التوصيل، ووضعت استراتيجية تسويق رقمية لتكثيف العمليات التجارية مع القيود المفروضة بسبب الجائحة.

مع خمس موظفين بدوام كامل يقول السيد "أنور" أن الشركة استطاعت زيادة ظهورها والقيام بالاستعدادات اللازمة للقدرة على الاستفادة من استثمار طويل الأجل أو قرض، مما سيمكنها من توسيع نطاق عملياتها وزيادة المنافسة مع شركات أخرى في المنطقة الصناعية في مدينة غازي عنتاب.



"بعد حضور تدريب المناقصات مع منظمة Building Markets، أصبح لدينا حافز لدخول عالم المناقصات، وقدمنا طلبات لعدة مناقصات في قطاعات مختلفة. بالإضافة إلى ذلك، فقد استفدنا من منصة Building Markets التدريبية على الإنترنت، والتي توفر دورات تدريبية حول العديد من الموضوعات المهمة لرواد الأعمال، مثل الاستيراد والتصدير."

إدارة التكاليف في الـ 60 يوماً الماضية



وأشار عدد صغير من الشركات الصغيرة والمتوسطة التي شملتها الدراسة (8.6%) أنها اكتسبت بعض الفرص الإيجابية خلال الجائحة، بما في ذلك زيادة الطلب المحلي (3.6%)، وزيادة الطلب الدولي (2.2%)، أو أنها أدخلت منتجات أو خدمات جديدة (1.4%). كما وصف بعض المشاركين طريقة زيادتهم الطلب من خلال الانتقال إلى المبيعات عبر الإنترنت أو تقديم الخدمات عبر الإنترنت (على سبيل المثال، الدورات التدريبية عبر الإنترنت)، بينما شارك آخرون أن تبديل نموذج أعمالهم إلى العمل من المنزل أدى إلى خفض التكاليف التشغيلية.

مروان الحامد، ديزاين للتبريد (أضنة، تركيا)

تركز شركة "ديزاين للتبريد"، مقرها في أضنة، بشكل أساسي على استيراد وتصدير أنظمة تكييف الهواء وأجهزة التبريد الأخرى.

قدم السيد مروان من مدينة حلب إلى تركيا. وهو يمتلك خبرة واسعة في مجال التكييف والتبريد، وقام سابقاً باستيراد وتصدير أنظمة تكييف الهواء وأجهزة التبريد ومبردات المياه الصناعية وغرف التبريد في سوريا. وفي عام 2018، أسس شركته الخاصة في تركيا، ولكن كان من الصعب عليه التنافس مع الشركات الكبيرة العاملة في نفس المجال. وقد عانى أيضاً من قلة معرفته بالقوانين والتعليمات التركية، فضلاً عن حاجز اللغة.

للتغلب على هذه التحديات، ركز السيد مروان على خبرته العملية في هذا المجال وبدأ في التقدم للمناقصات من خلال خدمات منظمة Building Markets في هذا المجال. تمكنت الشركة من الفوز بمناقصة مع إحدى المنظمات غير الحكومية العاملة في سوريا لمشروع تصميم وتصنيع غرف التبريد بمواصفات فريدة تتناسب مع ظروف البلد. كما افتتح السيد مروان، بناءً على الحاجة في سوريا، فرعاً من أعماله لتصنيع الآلات التي تنتج كتلاً كبيرة ومكعبات صغيرة من الثلج للاستخدام الصناعي والتجاري.

ونظراً لفرص التجارة والصناعة في تركيا، نظرت الشركة في فتح منشأة لتصنيع وتصدير معدات التبريد مثل المبرجات ومبردات المياه والمكثفات في عام 2020. ومع ذلك، كان لجائحة كوفيد-19 والقيود التي تم فرضها فضلاً عن التقلبات في قيمة الليرة التركية تأثيراً سلبياً على الأعمال. فقد ارتفع سعر الاستيراد والشحن أكثر من ثلاث مرات مما أثر على الجانب التجاري لأعمال الشركة.

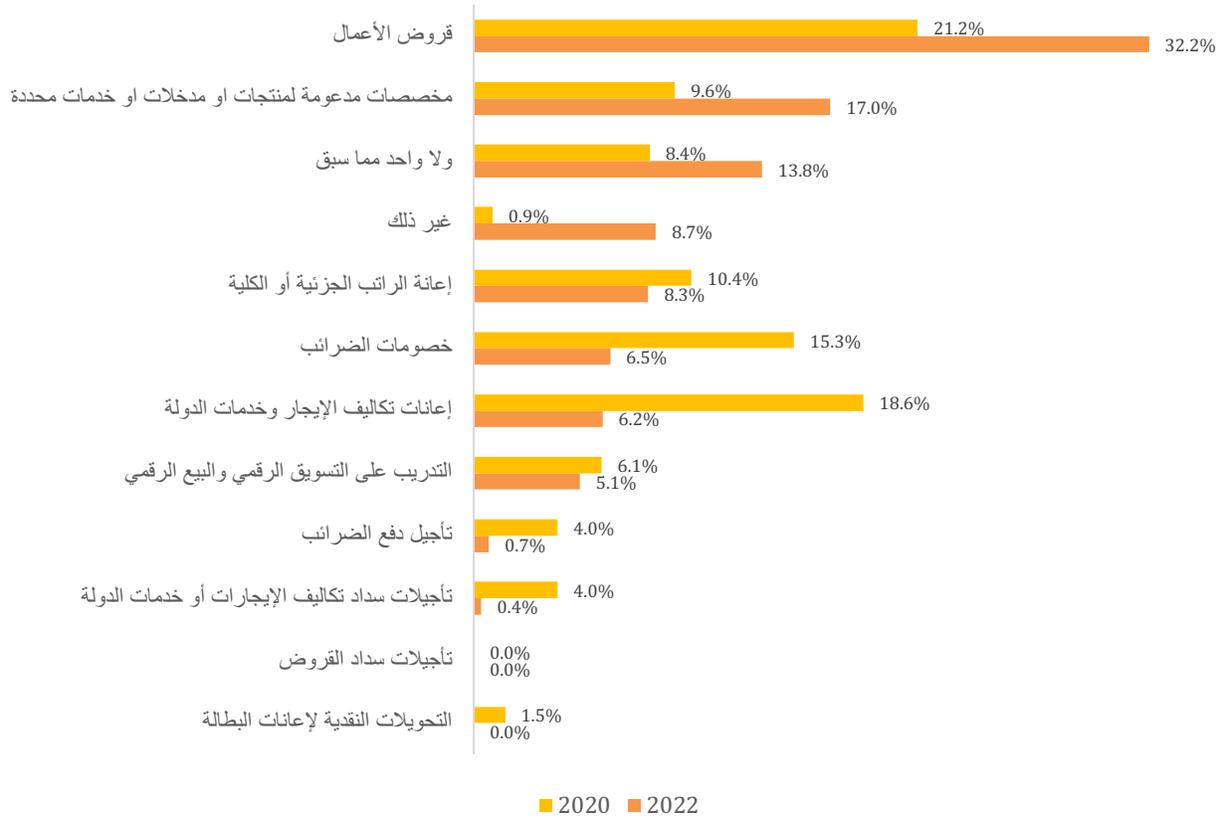
ولكن السيد مروان يعتقد أن عام 2022 سيكون أفضل. حيث ستركز الشركة على كل من الأسواق الدولية والمحلية وتضع خطة تسويقية وتستفيد من منصات التداول الرقمية. وينصح السيد مروان رواد الأعمال الآخرين قائلاً: "يجب أن تركزوا على مجالات الخبرة والمعرفة لديكم وتستفيدوا من جميع الفرص المتاحة في تركيا، خاصة الانفتاح على الأسواق العالمية."



3.7 الرؤى المتعلقة بالسياسات

يعد الوصول إلى تمويل فوري ومرن من أولويات الشركات الصغيرة والمتوسطة. عند السؤال عن السياسة الأكثر حاجة لدعم أعمالهم خلال أزمة كوفيد-19، بينت أكثر من 30% من الشركات الصغيرة والمتوسطة (32.2%) عن حاجتها إلى قروض تجارية. وكانت هذه زيادة كبيرة عن عام 2020، حيث أجابت 21.2% من الشركات أنها بحاجة إلى قروض. يتطابق هذا مع النتائج التي توصل إليها أصحاب المصلحة بشأن الشركات التي تعاني من القيود النقدية. كما أشارت المزيد من الشركات الصغيرة والمتوسطة (17%) إلى حاجتها لمنتجات ومدخلات وخدمات مدعومة مقارنة بعام 2020 (9.6%). ومع ذلك، كانت هناك حاجة أقل لتأجيل السداد أو دعم الإيجار أو المرافق العامة أو التخفيضات الضريبية مقارنة بعام 2020.

دعم السياسات المطلوب (في عام 2020 مقارنة بعام 2022)



وكانت الشركات الصغيرة والمتوسطة متفائلة بشأن أهمية التدريبات لمساعدتها على تشغيل مؤسساتها بشكل أكثر كفاءة، حيث أكدت 55.3% منها أن التدريب على الأعمال سيكون ذا قيمة. وطلبت معظم الشركات التي شاركت في الاستطلاع الدعم في المبيعات والتسويق (32.6%) والمشتريات والعروض (12.1%). ومن بين موضوعات متعددة كانت الشركات الصغيرة والمتوسطة مهتمة بالتدريب على الإدارة والموارد البشرية والإدارة المالية والتجارة الإلكترونية وإدارة المشاريع والاستيراد والتصدير. للفوز بمزيد من العقود مع الشركات الدولية أو المنظمات غير الحكومية أو الحكومات، ذكرت الشركات الصغيرة والمتوسطة أنها ترغب في الحصول على الخدمات والدعم في المجالات التالية: خدمات التوفيق بين الخدمات والخدمات الاستشارية ودعم العطاءات والوصول إلى المناقصات والصادرات والدورات التدريبية للموظفين والوصول إلى العملاء والوصول إلى التمويل.

في بداية الجائحة في عام 2020، تم وضع العديد من إجراءات التحفيز وتدابير الدعم للتخفيف من آثار الجائحة على الاقتصاد الوطني، مع مخصصات للشركات الصغيرة والمتوسطة. قدم برنامج درع الاستقرار الاقتصادي الذي تبلغ قيمته 15 مليار دولار أمريكي، والذي

تم الإعلان عنه في آذار عام 2020، قروضاً مشروطة للشركات للحفاظ على فرص العمل وزيادة صندوق ضمان الائتمان الذي أعطى الأولوية للقروض للشركات الصغيرة والمتوسطة المتضررة من الجائحة.²¹

في نيسان 2020، تعاونت مؤسسة "اتحاد الغرف وتبادل السلع" في تركيا مع المقرض الخاص "دنيزبانك" ومع "صندوق ضمان الائتمان" لإنشاء حزمة قروض بقيمة 859 مليون دولار أمريكي للشركات الصغيرة والمتوسطة. وفي الفترة ما بين شهري أيار وتموز عام 2020، وضعت العديد من مصارف التنمية قروضاً وسياسات لدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة، بما في ذلك "البنك الأوروبي للإنشاء والتعمير" و"البنك الإسلامي للتنمية" و"البنك الآسيوي للاستثمار في البنية التحتية". ولكن قامت "منظمة تنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة" (KOSGEB) التابعة للحكومة التركية والتي تدعم مبادرات ريادة الأعمال، في الوقت نفسه بتأجيل القروض.²² التزم البنك الدولي بتقديم 500 مليون دولار أمريكي حتى عام 2024 لضمان الحصول على تمويل للشركات الصغيرة والمتوسطة الخاصة²³ و 300 مليون دولار أمريكي لدعم المشروعات متناهية الصغر والصغيرة المتأثرة أو المتكيفة مع الأثر الاقتصادي لكوفيد-19.²⁴

على الرغم من التمويل الحكومي والدولي الكبير لدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة المتضررة من الجائحة، وجدت أبحاث Building Markets أن معظم الشركات الصغيرة والمتوسطة لا تعرف طرق الوصول إلى الدعم. ووجدت "بيزنس فور غولز" أن 81% من الشركات التي يملكها سوريون لم تكن على دراية ببعض بنود برامج التحفيز، بما في ذلك بدل العمل لوقت قصير.²⁵ ولم تتقدم 80.8% من بين الشركات الصغيرة والمتوسطة التي شملها الاستطلاع بطلب أو تتلقى أي برامج حكومية لدعم أعمالها. وأفادت 36.3% من بين الشركات التي لم تتقدم للبرامج الحكومية، أنها ليست على علم بهذه البرامج، وقالت 2.7% منها إنها لم تعتقد أنها ستحصل على الدعم منها. أوضح أصحاب المصلحة أن هذه البرامج غالباً ما تنتشر من خلال الأحاديث الشفهية، ولأن الشركات الصغيرة والمتوسطة التي يملكها سوريون لم تكن جزءاً من شبكات الأعمال، فهي لم تتعرف على هذه الفرص. من المحتمل أيضاً أنهم لم يتقدموا بسبب الحواجز اللغوية، حيث لا يوجد موظف يتحدث التركية في جميع الشركات الصغيرة والمتوسطة في العينة، مما يزيد من صعوبة التعرف على برامج الدعم الحكومية والتقدم إليها. وبالنسبة للشركات التي تقدمت بطلب للحصول على مساعدة حكومية أو تلقتها للتأقلم مع جائحة كوفيد-19، فكانت مجالات الدعم الرئيسية المطلوبة هي الرواتب أو إعانات الإيجار/ المرافق. تقدم العديد من المستجيبين للحصول على تمويل لكنهم أفادوا أنهم لم ينجحوا.

21 مكتب رئاسة الجمهورية في تركيا، مكتب الاستثمار. "تحديثات ودعم - كوفيد-19". <https://www.invest.gov.tr/en/Pages/covid19-updates-support.aspx>

22 منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية. 2020. فيروس كورونا (كوفيد-19): الرؤى المتعلقة بالسياسات للشركات الصغيرة والمتوسطة. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=119_119680-di6h3qgi4x&title=Covid-19_SME_Policy_Responses

23 البنك الدولي. 2020. "مشروع دعم الشركات في حالات الطوارئ". <https://projects.worldbank.org/en/projects-operations/project-detail/PI74112>

24 البنك الدولي. 2021. "الدعم السريع للمؤسسات الصغيرة ومتناهية الصغر في تركيا أثناء أزمة فيروس كورونا". <https://projects.worldbank.org/en/projects-operations/document-detail/PI741144?type=projects>

25 بيزنس فور غولز. 2020-2021. "دراسة استقصائية حول أثر جائحة كوفيد-19 في الشركات والاحتياجات - تركيا". <https://www.business4goals.org/en/publications>

غزوان خضري، غيدايبست (مرسين، تركيا)

تقوم "غيدايبست" من موقعها في مرسين بتصنيع مجموعة متنوعة من المنتجات الغذائية المجمدة عالية الجودة.

قبل الانتقال من سوريا إلى تركيا في عام 2014، عمل السيد غزوان كمقاول لتكنولوجيا المعلومات في القطاع العام، حيث قام بتنفيذ أنظمة برمجيات التشغيل التلقائي (الأتمتة) لشركات المياه والكهرباء. عندما وصل إلى تركيا، بدأ العمل في تجارة الفاكهة والخضروات وبدأت فكرة عمله بالتبلور. فقد أجرى بحثاً تسويقياً ودراسة جدوى اقتصادية للمشروع. وأسس في عام 2018 شركة لتصنيع مجموعة متنوعة من المنتجات الغذائية المجمدة عالية الجودة، ومنها البطاطس المقلية ورقائق البطاطس والمكسرات ودقيق البطاطس. استهدفت الشركة في البداية السوق المحلية التركية، ولكن سرعان ما بدأت في التصدير إلى العديد من البلدان، ومنها العراق وسوريا وأوكرانيا وليبيا.

كان العمل يسير على ما يرام حتى بداية الجائحة. اضطرت "غيدايبست" إلى زيادة أسعارها بسبب الارتفاع الهائل في تكاليف الشحن وصعوبة العثور على حاويات الشحن المتاحة، مما أدى إلى انخفاض الطلب. وفاقم ذلك صعوبة التنافس مع الشركات الأكبر في السوق التركية.

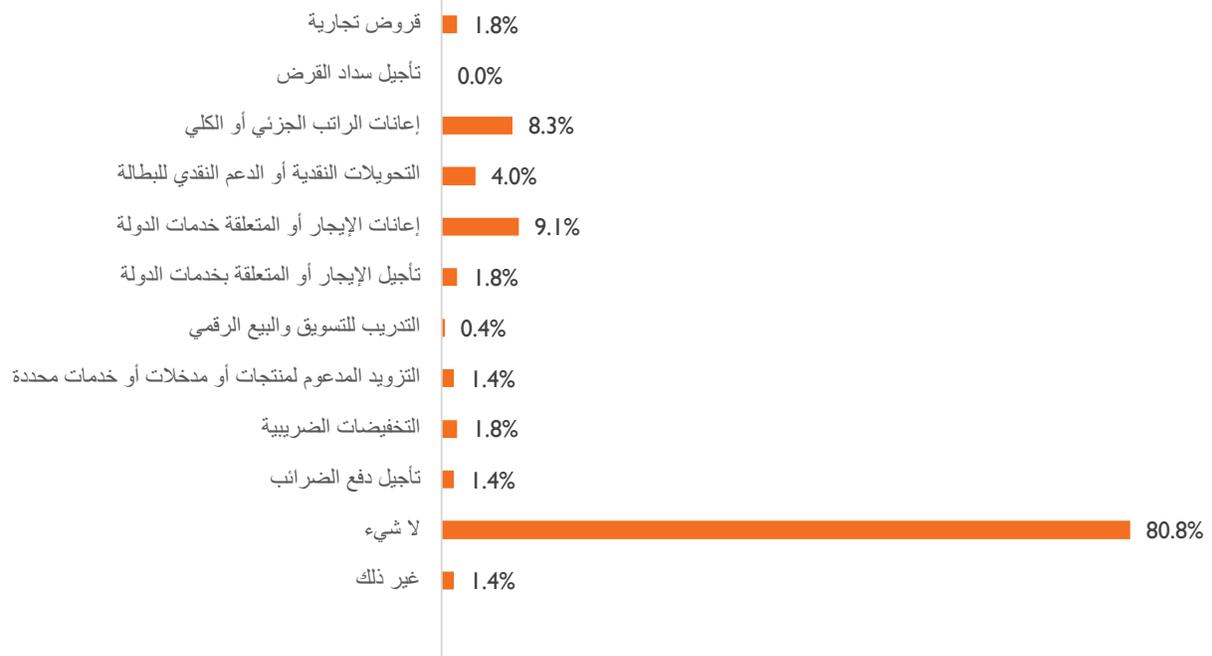
وبسبب عدم قدرته على الحصول على قرض، بدأ السيد الخضري في تمويل أعماله بنفسه، ولكن مع وجود أكثر من 20 موظفاً أصبح دفع الرواتب والضمان الاجتماعي يشكل عبءاً اقتصادياً. كما حاول إيجاد أسواق جديدة لبيع منتجاته، مثل روسيا ومولدوفا، لكن القيود التي فرضتها الدول مختلفة ورسوم الشحن المرتفعة جعلت الأمر صعباً.

يقول السيد غزوان: "تعتبر خدمات **Building Markets** قيمة جداً، لا سيما الجلسات الاستشارية مع الموجهين الخبراء، وخدمات توزيع المناقصات وطلبات التصدير التي يمكن أن تمكن الشركة من التواصل مع مشتريين جدد على نطاق واسع. لكن بالنسبة لنا، كانت التحديات أكبر، لذا فإن عملنا الآن يتجه نحو الإغلاق".

وسواء نجح عمله في مجال المواد الغذائية أم لا، فإن السيد الخضري لم يفقد شغفه. فقد أسس مؤخراً شركة جديدة في مجال تكنولوجيا المعلومات وهو يعمل الآن على عدة عقود مع شركات من دول مختلفة.



تقدمت بطلب أو تلقت مساعدة حكومية للتعامل مع جائحة كوفيد-19



4. الخلاصة والتوصيات

تظهر هذه الدراسة أنه في الوقت الذي تبدي فيه الشركات الصغيرة والمتوسطة في شبكة Building Markets نظرة أكثر إيجابية أثناء توجيهاً للتعافي من أزمة كورونا مقارنة بوضعها في وقت سابق من الجائحة، إلا أنها تواجه تحديات جديدة نظراً للأزمة الاقتصادية في تركيا. فالشركات الصغيرة والمتوسطة تواجه تأثير التضخم في ارتفاع الأسعار وارتفاع تكلفة المدخلات وتحديات في الاستيراد والتصدير. وقد أبلغت عن العديد من الاحتياجات، بما في ذلك الوصول إلى التدريب والأدوات الرقمية وزيادة القدرة على الشراء وتحسين المبيعات والتسويق والوصول إلى التمويل والقروض التجارية.

وجد هذا البحث أن جميع الشركات قد تعرضت لتأثيرات أزمة كورونا. فقد أبلغت الشركات السورية عن تجارب مماثلة للشركات الصغيرة والمتوسطة التي يملكها أترك. ومع ذلك، تواجه الشركات التي يملكها سوريون تحديات إضافية نظراً للتضخم نقاط ضعفها في مجال التنافس أثناء الأزمة. وهذا يشمل نقص رأس المال المتاح والثغرات في المعلومات والحوافز اللغوية التي تحد من الوصول إلى برامج الدعم والاضطرابات في التجارة وسلاسل التوريد والنماذج التشغيلية التي لا تشمل الموارد الرقمية. من ناحية أخرى، تُظهر الشركات الصغيرة والمتوسطة التي يملكها سوريون مرونتها، كقدرتها المستمرة على التغلب على المحن، ومشاركتها الاقتصادية الدائمة، والمساهمات غير العادية التي يمكنها الاستمرار في تقديمها للاقتصاد التركي.

تسعى التوصيات التالية إلى تمكين مرونة ونمو الأعمال التجارية الخاصة باللاجئين والمجتمعات المضيفة، مما يؤدي في النهاية إلى خلق فرص عمل ودخل لتعزيز النمو الشامل للجميع.

توصية للمانحين والموالين:

تقديم الدعم المالي لجميع الشركات الصغيرة والمتوسطة - يعد الحصول على تمويل فوري ومرن من أولويات الشركات الصغيرة والمتوسطة. أنفقت الشركات الصغيرة والمتوسطة مدخراتها لتغطية التكاليف التشغيلية وتواجه حالياً محدودية النقد. أشارت نسبة عالية من الشركات الصغيرة والمتوسطة (32%) إلى أنها بحاجة إلى قروض تجارية، لكن الشركات أبلغت عن صعوبات في الحصول على

القروض التقليدية. يمكن لأصحاب المصلحة العمل على إعداد الشركات الصغيرة والمتوسطة لتلبية متطلبات المعلومات للتقدم بطلب للحصول على تمويل ودمج الشركات الصغيرة والمتوسطة في شبكات تمويل ميسورة التكلفة. يمكن للمولين الاستفادة من العمل مع الشركات السورية الصغيرة والمتوسطة لأن ذلك ينوع محفظتهم الاستثمارية ويتيح لهم الوصول إلى مجموعة من الشركات التي لديها إمكانات أعلى للتصدير إلى البلدان الناطقة باللغة العربية، مقارنة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المحلية.

تمكين جميع الشركات الصغيرة والمتوسطة من الوصول إلى الحوافز - من بين الشركات الصغيرة والمتوسطة التي شملتها الدراسة، لم تتقدم 80.8% منها بطلب برامج حكومية لدعم أعمالها ولم تتلقى أي دعم من هذا النوع. لا تستطيع معظم الشركات السورية أو لا تمتلك القدرة على متابعة هذه الحوافز، بسبب حواجز اللغة أو عدم وجود الموظفين المناسبين لدعمها. يمكن لأصحاب المصلحة مساعدة الشركات الصغيرة والمتوسطة في الوصول إلى هذه الفرص، من خلال زيادة وعي الشركات الصغيرة والمتوسطة بالبرامج، ومساعدتهم في الوصول إلى معلومات عنها بلغات العمل الخاصة بهم، وتقديم المشورة والدعم للتقدم إليها.

تقديم المساعدة التقنية للرقمنة - بينما وسعت العديد من الشركات الصغيرة والمتوسطة قدراتها الرقمية خلال جائحة كوفيد-19، لم يكن لدى العديد من الشركات القدرة المناسبة أو الأشخاص المتمكنين للاستفادة من هذا الاتجاه والانتقال إلى الرقمنة بكفاءة. قد تستفيد نسبة أعلى بكثير من الشركات الصغيرة والمتوسطة من التحول الرقمي إذا كان لديها إمكانية الوصول إلى التدريب والأدوات. يجب على أصحاب المصلحة إعطاء الأولوية لدعم الرقمنة لمساعدة الشركات الصغيرة والمتوسطة على التكيف مع ظروف السوق الجديدة.

توصية للشركات الصغيرة والمتوسطة:

الوصول إلى مصادر تمويل بديلة - يمكن للشركات الصغيرة والمتوسطة أيضاً اللجوء إلى مصادر التمويل البديلة، مثل التمويل الجماعي، والبحث عن الحوافز الحكومية لأعمالها. يجب على الشركات الصغيرة والمتوسطة إعطاء الأولوية لمتابعة هذه الحوافز الحكومية، إما بنفسها، أو من خلال الشركات الاستشارية المتاحة في السوق والتي تساعد على وجه التحديد الشركات الصغيرة والمتوسطة في عملية التقديم.

الاستفادة من الضرورة الرقمية - أعطى العديد من أصحاب المصلحة الأولوية أو بدأوا في تنفيذ دعم الرقمنة لمساعدة الشركات الصغيرة والمتوسطة على التكيف مع ظروف السوق الجديدة، وهناك الآن العديد من الخدمات المجانية المتاحة للعموم لدعم الشركات الصغيرة. وبالمثل، تقدم Building Markets مجموعة متنوعة من مسارات الرقمنة، ومنها التعلم عبر الإنترنت والتدريب داخل الفصل والتدريب الفردي. وتستطيع الشركات الصغيرة والمتوسطة الاستفادة من التحول الرقمي من خلال الاستفادة من التدريب والأدوات المتاحة. يجب أن تبذل الشركات الصغيرة والمتوسطة جهوداً متضافرة للانخراط في الرقمنة من خلال هذه الخدمات.

البحث عن أسواق جديدة - لا يزال من غير الشائع أن تتبع الشركات الصغيرة والمتوسطة للمؤسسات الكبيرة والحكومات والمنظمات غير الحكومية. ويمثل هذا فرصة للوصول إلى أسواق وعملاء جدد. لكن ذلك يتطلب وصولاً سهلاً ومنتظماً إلى معلومات المناقصات والتدريب على طريقة الاستجابة لها. تقدم Building Markets خدمة وتدريب توزيع المناقصات، ويمكن للشركات الصغيرة والمتوسطة الاستفادة من هذه الخدمات دون أي تكلفة. يتم تشجيع الشركات الصغيرة والمتوسطة على البحث عن المناقصات والمشاركة بشكل أكبر في توسيع نطاق عملائهم المحتملين. كما يتوجب على الشركات إعطاء الأولوية للتوجه إلى أسواق التصدير للحصول على دخل أكثر استقراراً بسبب الوضع الاقتصادي الصعب في تركيا وتقلب العملة التركية.

ملحق رقم 1: الدراسة الاستقصائية للشركات الصغيرة والمتوسطة

نص السؤال	طريقة الإجابة/ اختيار من متعدد
القسم رقم 1: تفاصيل المقابلة	
أدخل الرقم التعريفي الخاص بالعمل التجاري	نص
الاسم التجاري	نص
أدخل الاسم الكامل لموظف Building Markets الذي يقوم بالمقابلة	نص
تاريخ المقابلة	تاريخ
هل كان التواصل مع العمل التجاري ممكناً؟	سؤال اختيار من متعدد (نعم/لا)
إن كانت الإجابة لا، ماهو السبب؟	السؤال الاختياري (رقم الهاتف لم يتصل، لم يكن هناك رد على المكالمات، لم يكن رقم الهاتف للشخص الصحيح، غير ذلك)
إن كانت الإجابة غير ذلك وضح من فضلك	نص
القسم رقم 2: تحديد المقابلة	
الموافقة على الاستبيان: إن موافقتك ضرورية للمشاركة في هذه الدراسة ، والتي تسمح لمنظمة Building Markets بتحليل بياناتك ضمن مجموعة موحدة (دون تحديدها) لإصدار تقرير عام عن الأعمال التجارية في هذا السوق. لك مطلق الحرية في رفض المشاركة أو التخطي إذا كان ذلك يشعرك بعدم الارتياح.	سؤال اختيار من متعدد (نعم/لا)
هل أنت موافق؟	
اسم المشارك	نص
وظيفة المشارك في العمل التجاري أو المنشأة المعنية	سؤال اختيار من متعدد (مالك، مدير، موظف، غير ذلك)
رقم الهاتف الرئيسي للمشارك	رقم
البريد الإلكتروني الرئيسي للمشارك	بريد إلكتروني
القسم رقم 3: وضع العمل التجاري	
ما هو الوضع الحالي لعملك التجاري؟	سؤال اختيار من متعدد ("مغلق مؤقتاً بموجب تفويض حكومي، مغلق مؤقتاً بسبب التحديات المتعلقة بتفشي فيروس كورونا، مغلق نهائياً بسبب التحديات المتعلقة بتفشي فيروس كورونا، مغلق مؤقتاً أو دائماً بسبب عوامل لا علاقة لها بفيروس كورونا، العمل لا يزال مفتوحاً، لا أعرف)
إن كان مغلقاً، متى تم إغلاقه؟	تاريخ
إن كان مغلقاً، متى تتوقع أن يستمر هذا العمل التجاري بعملياته؟	تاريخ
إن كان مغلقاً، هل بدأت بعمل تجاري جديد؟	سؤال اختيار من متعدد (نعم/لا)
إذا كان العمل مفتوحاً، إلى متى تعتقد في ظل الظروف الحالية أنك ستتمكن من الحفاظ على عمك مفتوحاً؟	سؤال اختيار من متعدد (أقل من أسبوعين، من أسبوعين إلى 4 أسابيع، من شهر لشهرين، من شهرين لستة أشهر، أكثر من ستة أشهر، لا أعلم (غير متأكد))
القسم رقم 4: التوظيف	
في آخر 30 يوماً، كم عاملاً لديك واجه أياً مما يلي نتيجة لتفشي فيروس كورونا والقيود ذات الصلة؟:	
التسريح المؤقت/تعليق العمل (بدون أجر)	رقم
التسريح الدائم/تعليق العمل (بدون أجر)	رقم
تخفيض الدخل من هذا العمل أو تأخير دفع الأجر	رقم
القسم رقم 5: العملاء والمنتجات	
أي من أنواع الكيانات التالية هم مشتروك/عملاؤك؟	
هل عملاؤك حكومات؟	سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا أعلم)
هل عملاؤك مشاريع متناهية الصغر؟	سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا أعلم)
هل عملاؤك أفراد؟	سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا أعلم)
هل عملاؤك منظمات غير حكومية؟	سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا أعلم)

هل عملاؤك شركات صغيرة ومتوسطة؟	سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا أعلم)
هل عملاؤك الأسر؟	سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا أعلم)
هل عملاؤك الشركات الكبيرة؟	سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا أعلم)
نص	
أدرج من فضلك أي نوع آخر من المشترين/ العملاء، في حال وجوده. منذ حزيران عام 2021، هل زاد أم انخفض العدد الإجمالي لعملائك أم استمر على حاله؟	سؤال اختيار من متعدد (زادت، انخفضت، استمرت على حالها)
عادة، ما هي المدة التي يستغرقها عمك التجاري للدفع لمورديه؟	سؤال اختيار من متعدد (خلال 30 يوماً، خلال 60 يوماً، خلال 90 يوماً، أكثر من 90 يوماً)
منذ حزيران عام 2021، هل زادت أم انخفضت هذه المدة أم استمرت على حالها؟	سؤال اختيار من متعدد (زادت، انخفضت، استمرت على حالها)
نص	
ما هو منتجك/ ماهي خدمتك الأكثر مبيعاً الآن؟ هل تتبع أي منتجات تستجيب لجائحة كوفيد-19 (معدات الحماية الشخصية، المطهرات، إلخ).	سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا أعلم)
نص	
إذا كانت الإجابة نعم، يرجى سرد هذه المنتجات.	
القسم رقم 6: العائدات والأرباح	
هل كانت مبيعاتك/ إيراداتك في آخر 30 يوماً أعلى أو أقل مقارنة بمبيعاتك/ إيراداتك في نفس الفترة من العام الماضي؟	سؤال اختيار من متعدد (أعلى، أقل)
هل تتوقع أن تكون مبيعاتك/ إيراداتك في الثلاثين يوماً القادمة أعلى أو أقل مقارنة بمبيعاتك/ إيراداتك في نفس الفترة من العام الماضي؟	سؤال اختيار من متعدد (أعلى، أقل)
القسم رقم 7: الواردات	
هل يستورد عمك التجاري البضائع مباشرة؟	سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا يعرف، رفض الإجابة، لم يسأل عن ذلك)
هل تأثرت وارداتك سلباً منذ بداية عام 2021؟	سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا يعرف، رفض الإجابة، لم يسأل عن ذلك)
نص	
إن كانت الإجابة نعم، فكيف تأثرت؟	
القسم رقم 8: الصادرات	
هل يصدر عمك التجاري البضائع أو الخدمات؟	سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا يعرف، رفض الإجابة، لم يسأل عن ذلك)
هل تأثرت صادراتك سلباً منذ بداية عام 2021؟	سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا يعرف، رفض الإجابة، لم يسأل عن ذلك)
نص	
إن كانت الإجابة نعم، فكيف تأثرت؟	
القسم رقم 9: سلاسل التوريد	
هل تأثرت سلسلة التوريد الخاصة بشركتك سلباً خلال الاثني عشر شهراً الماضية؟	سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا يعرف، رفض الإجابة، لم يسأل عن ذلك)
نص	
إن كانت الإجابة نعم، فكيف تأثرت؟	
نص	
إن كانت الإجابة غير ذلك وضح من فضلك إذا كانت الإجابة نعم، حدد درجة التأثير على عمك على مقياس من 1 إلى 5، بحيث يشير 1 إلى التأثير الطفيف في العمليات التجارية و 5 إلى عدم قدرة الشركة على العمل.	سؤال اختيار من متعدد (1، 2، 3، 4، 5)
نص	
كيف تكيف عمك التجاري مع الانخفاض في التوريد؟	
هل تتوقع أن تتأثر سلاسل التوريد الخاصة بك سلباً العام المقبل؟	سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا يعرف، رفض الإجابة، لم يسأل عن ذلك)
إذا كانت الإجابة نعم، حدد درجة التأثير على عمك على مقياس من 1 إلى 5، بحيث يشير 1 إلى التأثير الطفيف في العمليات التجارية و 5 إلى التأثير الكبير في العمليات التجارية	سؤال اختيار من متعدد (1، 2، 3، 4، 5)
القسم رقم 10: الرقمنة	
كم مرة تستخدم الإنترنت للعمليات التجارية (على سبيل المثال: الطلب عبر الإنترنت، البحث، سكايب، فيسبوك)؟	سؤال اختيار من متعدد (كل يوم، مرة واحدة في الأسبوع على الأقل، مرة واحدة في الشهر على الأقل، نادراً أو أبداً، لا أعرف، أرفض الإجابة، لم أسأل عن ذلك)
من أي جهاز (أجهزة) تتصل بالإنترنت؟	سؤال اختيار من متعدد (كمبيوتر أو كمبيوتر محمول، هاتف أو جهاز محمول، جهاز لوحي، لا أعرف، أرفض الإجابة، لم أسأل عن ذلك)

سؤال اختيار من متعدد (كل يوم، مرة واحدة في الأسبوع على الأقل، مرة واحدة في الشهر على الأقل، نادراً أو أبداً، لا أعرف، أرفض الإجابة، لم أسأل عن ذلك)	كم مرة تستخدم البريد الإلكتروني للعمليات التجارية؟
سؤال اختيار من متعدد (أعمال المشتريين الوطنيين، أعمال المشتريين الدوليين، العملاء الوطنيين، أفراد العملاء الدوليين، الموظفون الداخليون، غير ذلك، لا أعرف، أرفض الإجابة، لم أسأل عن ذلك)	مع من تتواصل عبر البريد الإلكتروني؟
سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا يعرف، رفض الإجابة، لم يسأل عن ذلك)	هل يستخدم عمك منصة التجارة الإلكترونية للمبيعات؟
سؤال اختيار من متعدد (لا يمكن بيع السلع أو الخدمات من خلال التجارة الإلكترونية، إنها مكلفة للغاية بالنسبة لنا. ليست لدي المعرفة الكافية حول طريقة عمل المنصات، ليس لدينا القدرة الكافية من ناحية الموظفين، لا نعرف أي منصة تجارة إلكترونية تناسب احتياجاتنا ولا يمكننا تطوير واحدة بأنفسنا، غير ذلك)	إذا كانت الإجابة "لا"، فلماذا؟ [اختر كل ما ينطبق]
نص	إن كانت الإجابة غير ذلك وضح من فضلك
سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا يعرف، رفض الإجابة، لم يسأل عن ذلك)	إذا كانت الإجابة نعم، فهل استخدم عمك منصة التجارة الإلكترونية قبل جائحة كوفيد-19؟
سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا يعرف، رفض الإجابة، لم يسأل عن ذلك)	إذا كانت الإجابة نعم، فهل زادت مبيعات التجارة الإلكترونية الخاصة بك منذ أن بدأ الجائحة؟
نص	إذا كانت الإجابة "لا"، ما الذي دفعك إلى بدء استخدام التجارة الإلكترونية؟
سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا يعرف، رفض الإجابة، لم يسأل عن ذلك)	هل يقبل عمك المدفوعات الرقمية؟
سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا يعرف، رفض الإجابة، لم يسأل عن ذلك)	إذا كانت الإجابة "نعم"، فهل كان عمك يقبل المدفوعات الرقمية قبل جائحة كوفيد-19؟
نص	إذا كانت الإجابة "لا"، فما سبب قبول عمك للمدفوعات الرقمية الآن؟
سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا يعرف، رفض الإجابة، لم يسأل عن ذلك)	هل يشارك عمك في التسويق الرقمي؟
سؤال اختيار من متعدد (لا أعتقد أنه مناسب/ ضروري عملي، لا أعرف الطريقة/ أحتاج إلى تدريب للبدء باستخدامه، ليس لدي قدرة كافية من ناحية الموظفين، إنه مكلف للغاية عملي، عملنا ليسوا على الإنترنت، غير ذلك)	إذا كانت الإجابة "لا"، فلماذا؟ [اختر كل ما ينطبق]
نص	إن كانت الإجابة غير ذلك وضح من فضلك
سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا يعرف، رفض الإجابة، لم يسأل عن ذلك)	إذا كانت الإجابة "نعم"، هل انخرط عمك في التسويق الرقمي قبل جائحة كوفيد-19؟
نص	إذا كانت الإجابة "لا"، فما الذي دفعك إلى الانخراط في التسويق الرقمي الآن؟
سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا يعرف، رفض الإجابة، لم يسأل عن ذلك)	هل ترغب في الحصول على مساعدة من خبير حول طريقة تحسين التجارة الإلكترونية والظهور الرقمي؟
	إذا كانت الإجابة "نعم"، لمحة على موارد التدريب والإرشاد التي تقدمها Building Markets حول الرقمنة.
سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا يعرف، رفض الإجابة، لم يسأل عن ذلك)	هل تناسب البنية التحتية والوسائل الرقمية الخاصة بعمك العمل عن بعد؟
سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا يعرف، رفض الإجابة، لم يسأل عن ذلك)	إذا كانت الإجابة "نعم"، فهل كان هذا هو الحال قبل الجائحة؟
القسم رقم 11: الانخراط مع السوريين	
سؤال اختيار من متعدد (كعملاء، كموزعين، كموردين، كمدراء، غير ذلك)	يرجى تحديد طريقة تعامل عمك التجاري مع السوريين
نص	إن كانت الإجابة "غير ذلك" حدد من فضلك
رقم	عدد أصحاب العمل السوريين (أجب بصفري إن لم يوجد أي منهم)
رقم	عدد الموظفين السوريين بدوام كامل (أجب بصفري إن لم يوجد أي منهم)
رقم	عدد الموظفين السوريين بدوام جزئي (أجب بصفري إن لم يوجد أي منهم)
نص	ما هي تجربتك في الحصول على تصاريح العمل للموظفين السوريين؟ (تخطئ إن لم يكن لديك أي موظفين سوريين)
القسم رقم 12: التكيف مع جائحة كوفيد-19	
سؤال اختيار من متعدد (جائحة كوفيد-19، انخفاض قيمة الليرة، لا أعرف، غير ذلك، لا شيء)	في الثلاثين يوماً الماضية، ما الذي كان له تأثير سلبي أكبر على عمك - الجائحة أم قيمة الليرة؟
سؤال اختيار من متعدد (جائحة كوفيد-19، انخفاض قيمة الليرة، لا أعرف، غير ذلك، لا شيء)	في الثلاثين يوماً القادمة، ما الذي تتوقع أن يكون له تأثير سلبي أكبر على عمك - الجائحة أم قيمة الليرة؟

نص	اشرح كيف
سؤال اختيار من متعدد (صعوبات في الوصول إلى العملاء بسبب قيود التنقل التي تفرضها الحكومة، وفقدان الطلب لأسباب أخرى (على سبيل المثال، لم يعد بإمكان العملاء العاديين تحمل تكاليف منتجاتنا أو خدماتنا أو أنهم ألغوا طلباتهم) ، صعوبات في الوصول إلى الموردين بسبب قيود التنقل المفروضة من قبل الحكومة، الحد من توافر و/أو زيادات الأسعار للمدخلات الرئيسية، صعوبات متعلقة بتغيب العمال بسبب قيود التنقل التي تفرضها الحكومة، صعوبات متعلقة بتغيب العمال لأسباب أخرى (كالمرض أو عدم وجود دور رعاية للأطفال)، صعوبات في تأمين الوصول إلى التمويل (على سبيل المثال، إغلاق المصارف أو مؤسسات التمويل الأصغر أو عملها بقدرة محدودة) ، صعوبات تواجه عملي لأنني يجب أن أعتني بأحد أفراد الأسرة (كالأطفال، أحد الأقارب الذي يعاني من مرض، إلخ)، انخفاض رأس المال المنتج بسبب انقطاع العمل، لا يوجد تحد معين، سارت الأمور بشكلها الطبيعي)	في الثلاثين يوماً الأخيرة، هل واجه عمك أياً من التحديات التالية بسبب تفشي فيروس كورونا والقيود ذات الصلة؟ [اختر كل ما ينطبق]
سؤال اختيار من متعدد (استخدام الهاتف للتسويق، تقديم الطلبات وما إلى ذلك، استخدام الإنترنت، وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، التطبيقات المتخصصة أو المنصات الرقمية، المنتج المحول، غير ذلك، لم يكن هناك تغيير)	هل قام عمك بتعديل نموذج أعماله لتقليل التواجد المباشر مع العملاء؟ إن كانت الإجابة "غير ذلك" حدد من فضلك
سؤال اختيار من متعدد (حسب الطلب: تغيير الجهات التي نبيع إليها، الإنتاج: بدأنا إنتاج/ بيع سلع جديدة ، التمويل: قدمنا على التمويلات المرتبطة بكوفيد)	هل تكيف عمك مع الأزمة بأي طريقة أخرى؟
نص	اشرح كيف
سؤال اختيار من متعدد (الرحيل مؤقتاً إلى موطنك الأصلي، الرحيل بشكل دائم إلى موطنك الأصلي، عثرت على عمل/ مورد آخر لكسب المال، أنفقت المدخرات لتغطية نفقات المعيشة، اقترضت الأموال لتغطية نفقات المعيشة، بعث الأصول لتغطية نفقات المعيشة، الاعتماد على مساعدة أفراد الأسرة العيدين لتغطية نفقات المعيشة، خرقت تدابير الحجر للحفاظ على لقمة العيش، لا شيء)	في آخر 60 يوماً، هل كان عليك القيام بأي مما يلي؟ [اختر كل ما ينطبق]
سؤال اختيار من متعدد (قروض الأعمال، تأجيل سداد القروض، الإعانات الجزئية أو الكلية للراتب، التحولات النقدية أو إعانات البطالة، إعانات الإيجار أو المرافق، تأجيل الإيجار أو المرافق، التدريب على التسويق والبيع الرقمي، تقديم منتجات أو مدخلات أو خدمات محددة مدعومة، التخفيضات الضريبية، تأجيل مدفوعات الضرائب، لم أقدم بطلب للحصول على أي برامج)	هل تقدمت بطلب أو هل تتلقى حالياً أي دعم من برامج حكومية لأعمال شركتك؟ [اختر كل ما ينطبق]
نص	إن كانت الإجابة "غير ذلك" حدد من فضلك
سؤال اختيار من متعدد (لست على علم بأي من هذه البرامج، فهي تتطلب اتصالاً بالإنترنت/هاتفياً ذكياً وليس لدي أي منها، حتى لو تقدمت بطلب لا أعتقد أنني سأحصل على دعم من هذه البرامج، حتى لو تقدمت فأنا لا أعتقد أنني سأحصل على دعم من هذه البرامج، سأحتاج إلى دفع رشوة للتقدم لهذه البرامج، غير ذلك)	لماذا لم تقدم إلى أي برامج حكومية؟
نص	إن كانت الإجابة "غير ذلك" حدد من فضلك
سؤال اختيار من متعدد (زيادة الطلب المحلي، زيادة الطلب الدولي، تقديم منتجات أو خدمات جديدة، تقديم طريقة تسليم جديدة، تحسينات الأعمال المعجلة، تمويل مضمون للأعمال كالمعتاد، تمويل مضمون للتوسع، زيادة القدرة في الاحتفاظ/ توظيف الموظفين متمكنين، غير ذلك، لا شيء)	هل واجهت شركتك أياً من الفرص الإيجابية التالية نتيجة لجائحة كوفيد-19؟ [اختر كل ما ينطبق]
نص	إن كانت الإجابة غير ذلك وضح من فضلك
نص	إذا كانت الإجابة "نعم"، فهل يمكنك تقديم مثال على كيفية تأثير نقشي جائحة كوفيد-19 بشكل إيجابي على شركتك؟
القسم 13: التوقعات	
سؤال اختيار من متعدد (زيادة، تقليل، البقاء على حاله، لا يعرف، لم يسأل عن ذلك، رفض الإجابة)	في الأشهر الستة المقبلة، هل تتوقع زيادة أرباح شركتك؟ أو انخفاضها؟ أو بقاءها كما هي؟
سؤال اختيار من متعدد (زيادة، تقليل، البقاء على حاله، لا يعرف، لم يسأل عن ذلك، رفض الإجابة)	في الأشهر الستة المقبلة، هل تتوقع أن يزداد عدد موظفي شركتك أو ينقص أو يظل كما هو؟
	في الأشهر الستة المقبلة، كم عدد العاملين لديك الذين تتوقع معاناتهم نتيجة لتفشي فيروس كورونا والقيود ذات الصلة؟

التسريح المؤقت/تعليق العمل (بدون أجر)	رقم
التسريح الدائم/تعليق العمل (بدون أجر)	رقم
تخفيض الدخل من هذا العمل أو تأخير دفع الأجر	رقم
خلال عام 2022، هل تتوقع أن يكون إجمالي مبيعات عملك أعلى أو أقل مقارنة بعام 2021؟	سؤال اختيار من متعدد (أعلى، أقل)
خلال عام 2022، هل تتوقع أن يكون إجمالي الاستثمار في عملك أعلى أو أقل مقارنة بعام 2021؟	سؤال اختيار من متعدد (أعلى، أقل)
هل تتوقع أن تقوم بأي مما يلي في الأسبوعين المقبلين بسبب فيروس كورونا أو القيود ذات الصلة؟ [اختر كل ما ينطبق]	سؤال اختيار من متعدد (الرحيل مؤقتاً إلى موطنك الأصلي، الرحيل بشكل دائم إلى موطنك الأصلي، العثور على عمل/مورد آخر لكسب المال، إنفاق المدخرات لتغطية نفقات المعيشة، اقتراض الأموال لتغطية نفقات المعيشة، بيع الأصول لتغطية نفقات المعيشة، الاعتماد على مساعدة أفراد الأسرة البعيدين لتغطية نفقات المعيشة، خرق تدابير الحجر للحفاظ على لقمة العيش، لا شيء)
القسم 14: أنشطة Building Markets والرؤى المتعلقة بالسياسات	
ما نوع الخدمات التي من شأنها أن تساعد عملك على كسب المزيد من العقود مع الشركات الدولية أو المنظمات غير الحكومية أو الحكومة؟	نص
هل تعتقد أن التدريب في قطاع الأعمال يمكن أن يساعدك في إدارة عملك بشكل أكثر كفاءة؟	سؤال اختيار من متعدد (نعم، لا، لا أعرف، أرفض الإجابة، لم أسأل عن ذلك)
ما هي الدورة التدريبية التي تهتم أكثر؟	شارك عروض Building Markets التدريبية الشاملة
إن كانت الإجابة "غير ذلك" حدد من فضلك	نص
ما هي السياسة الأكثر احتياجاً لدعم عملك في مواجهة أزمة كورونا؟	سؤال اختيار من متعدد (قروض الأعمال، تأجيل سداد القروض، الإعانات الجزئية أو الكلية للراتب، التحويلات النقدية أو إعانات البطالة، إعانات الإيجار أو المرافق، تأجيل الإيجار أو المرافق، التدريب على التسويق والبيع الرقمي، تقديم منتجات أو مدخلات أو خدمات محددة مدعومة، التخفيضات الضريبية، تأجيل مدفوعات الضرائب)
إن كانت الإجابة "غير ذلك" حدد من فضلك	نص
القسم 15: نهاية أسئلة المقابلة	
استخدم هذه المساحة لإدخال أي تعليقات لديك كمحاور.	نص

الملحق رقم 2: أسئلة مقابلة أصحاب المصلحة

1. تاريخ المقابلة
2. اسم المحاور
3. اسم المنظمة
4. نوع صاحب المصلحة
5. ما هي المدة التي عملت خلالها هذه الجهة في البلد؟
6a. إن كانت منظمة غير حكومية، ما هي مهمة المنظمة؟ (باختصار)
6b. في حالة وجود قطاع عام أو قطاع خاص آخر، يرجى وصف الأنشطة التجارية/الحكومية بإيجاز.
7. الاسم الأول (للمشارك)
8. الكنية (للمشارك)
9. لقب الخطاب / اللقب (للمشارك)
10. المسمى الوظيفي/ المنصب (للمشارك)
11. البريد الإلكتروني (للمشارك)
12. رقم الهاتف (للمشارك)
13. الجنس (للمشارك)
14. عنوان المقر الرئيسي (المكتب الرئيسي)
15. المدينة/ البلدة (المكتب الرئيسي)
16. البلد (المكتب الرئيسي)
17. ما هي أهم التحديات التي تواجه الشركات المحلية بسبب أزمة كورونا من وجهة نظرك؟
18. ما هو القطاع أو الصناعة التي تضررت بشدة من أزمة كورونا؟
19. ما هو القطاع أو الصناعة التي كانت أكثر مرونة أو قدرة على التكيف أثناء الجائحة؟
20. كيف تأثر الاستيراد بالجائحة؟
21. كيف تأثر التصدير بالجائحة؟
22. كيف تأثرت المشتريات/الشراء المحليين؟
23. هل خلقت الجائحة فرصاً جديدة للشركات الصغيرة والمتوسطة؟ إذا كانت الإجابة "نعم"، يرجى التوضيح.
24. ما هي القطاعات أو الصناعات التي تعمل بشكل جيد أثناء التعافي من الجائحة؟
25. إذا كان الأمر كذلك، كيف تدعم مؤسستك الشركات الصغيرة والمتوسطة في هذا البلد؟
26. في رأيك، ما هي التحديات التي تواجه تقديم الدعم للشركات الصغيرة والمتوسطة منذ بداية الجائحة؟
27. ما هو نوع الدعم الذي تحتاجه الشركات الصغيرة والمتوسطة بشدة استجابة لأزمة كورونا؟
28. هل هذا الدعم في متناول الشركات الصغيرة والمتوسطة في البلد؟ إذا كانت الإجابة "لا"، يرجى التوضيح. إذا كانت الإجابة "نعم"، من يقدم هذا الدعم؟
29. هل تعمل مؤسستك/شركتك مع اللاجئين؟
30. إذا كانت الإجابة "نعم" - كيف تدعم مجتمع اللاجئين في البلد؟
31. هل تأثر مجتمع الأعمال التجارية التي يملكها لاجئون بجائحة كوفيد-19 بشكل أكثر حدة من عامة السكان؟
32. إذا كانت الإجابة "نعم"، فما هي بعض التحديات المحددة التي تواجهها؟

الملحق رقم 3: الشركات البارزة

1. "أفكار ديزاين" (غازي عنتاب، تركيا) [/https://buildingmarkets.org/listings/efkar-design](https://buildingmarkets.org/listings/efkar-design)
2. "غيدابست" (مرسين، تركيا) [/https://buildingmarkets.org/listings/gidabest](https://buildingmarkets.org/listings/gidabest)
3. "ديزاين للتبريد" (أضنة، تركيا) [/https://buildingmarkets.org/listings/dizayn-soguk-hava](https://buildingmarkets.org/listings/dizayn-soguk-hava)

الملحق رقم 4: قائمة المراجع

- عرب نيوز. 2021. "السياحة في تركيا تقع تحت خطر ازدياد حالات الإصابة بفيروس كورونا". 20 آذار. <https://www.arabnews.com/node/1828746/middle-east>
- عرب نيوز. 2021. "تركيا تعيد فرض القيود بعد ارتفاع حاد بالإصابات". 30 آذار. <https://www.arabnews.com/node/1834646/middle-east>
- أخبار بي بي سي. عام 2021. "فيروس كورونا: تركيا تدخل أول إغلاق كامل". 29 نيسان. <https://www.bbc.com/news/world-europe-56912668>
- بيزنيس فور غولز. 2020. "دراسة استقصائية حول أثر فيروس كوفيد-19 في الشركات والاحتياجات - تركيا". <https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2020/04/B4G-Covid-19-survey-ENG.pdf>
- بيزنيس فور غولز. 2020. "استقصاء حول أثر فيروس كوفيد-19 في الشركات في تركيا: تقرير نتائج الدراسة الاستقصائية الثانية". https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2020/06/B4G_COVID-Second_Survey_Analysis_ENG_Final.pdf
- بيزنيس فور غولز. 2020. "دراسة استقصائية حول أثر فيروس كوفيد-19 على الشركات في تركيا: تقرير حول نتائج الدراسة الاستقصائية الثالثة". <https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2020/11/B4G-Report-on-Results-of-Third-Survey.pdf>
- بيزنيس فور غولز. 2021. "أثر أزمة كوفيد-19 في الشركات: التقرير النهائي". https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2021/03/B4G_Covid-19-Q4-Survey-Report_ENG.pdf
- Building Markets. 2021. "أثر جائحة كوفيد-19 في الأعمال التجارية السورية في تركيا". https://buildingmarkets.org/wp-content/uploads/2021/08/building_markets_turkey_covid-19_assessment_210105_compressed-1.pdf
- كوهين، باتريسيا. 2021. "كيف ساء وضع الاقتصاد التركي بشكل كبير؟" نيويوركر تايمز، 14 كانون الأول. <https://www.nytimes.com/2021/12/14/business/economy/turkey-inflation-economy-lira.html>
- ستيفن كوك. 2022. "لماذا تعيد تركيا علاقاتها مع المملكة العربية السعودية؟" مجلس العلاقات الخارجية، 4 أيار. <https://www.cfr.org/in-brief/why-turkey-resetting-relations-saudi-arabia>
- المفوضية الأوروبية. 2021. "صحيفة الوقائع القطرية للشركات الصغيرة والمتوسطة لعام 2021: تركيا". https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/system/files/2021-09/turkey_sme_fact_sheet_2021.pdf
- الابتكارات من أجل مكافحة الفقر. عام 2020. "إجراء الدراسات الاستقصائية للأثر الاقتصادي لجائحة كوفيد-19 الخاصة بمركز النمو الدولي-الابتكارات من أجل مكافحة الفقر". <https://www.poverty-action.org/blog/introducing-ipa-igc-covid-19-economic-impact-surveys>
- مركز التجارة الدولي. 2020. "مدونة: من الإغلاق إلى التعافي: كشف أثر كوفيد-19 على الشركات الصغيرة". <https://intracen.org/news-and-events/news/blog-from-shutdown-to-recovery-unraveling-the-impact-of-covid-19-on-small>
- جامعة جونز هوبكينز. عام 2022. مركز مراجع فيروس كورونا. <https://coronavirus.jhu.edu/region/turkey>
- منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية. 2020. فيروس كورونا (كوفيد-19): الرؤى المتعلقة بالسياسات للشركات الصغيرة والمتوسطة. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=119_119680-di6h3qgi4x&title=Covid-19_SME_Policy_Responses
- مكتب رئاسة الجمهورية في تركيا، مكتب الاستثمار. "تحديثات ودعم - كوفيد-19". <https://www.invest.gov.tr/en/Pages/covid19-updates-support.aspx>
- البنك الدولي. 2020. "مشروع دعم الشركات في حالات الطوارئ". <https://projects.worldbank.org/en/projects-operations/project-detail/P174112>
- البنك الدولي. 2021. "الدعم السريع للمؤسسات الصغيرة ومتناهية الصغر في تركيا أثناء أزمة فيروس كورونا". <https://projects.worldbank.org/en/projects-operations/document-detail/P174144?type=projects>
- منظمة الصحة العالمية. 2022. "تركيا". <https://covid19.who.int/region/euro/country/tr>