



احتياجات المنشآت الميكروية والصغيرة والمتوسطة في ظلّ أزمة كورونا المستجد

نيسان 2020

يواجه العالم تحدي فيروس كورونا المستجد و تأثيراته على قطاعات مختلفة باعتماده عدداً من التدابير الصحية والاجتماعية والاقتصادية، و تعتبر الأزمة الاقتصادية المصاحبة لهذه الجائحة من أصعب الأزمات التي مرّ بها الاقتصاد العالمي منذ القرن الماضي. وستتأثر المنشآت الميكروية، الصغيرة والمتوسطة بهذه الأزمة شأنها شأن باقي القطاعات إلى حد قد يصل إلى عدم القدرة على الاستمرار بالعمل.

ونظراً لأهمية التفاعل مع آثار هذه الجائحة على المنشآت الميكروية والصغيرة والمتوسطة، وتحديد أفضل السبل لمساعدة هذه المنشآت ودعمها بما يتوافق مع احتياجاتها، قام المجلس باستطلاع آراء أصحاب 280 منشأة ميكروية وصغيرة ومتوسطة من ضمن قاعدة بيانات متوفرة لديه قام بتجميعها خلال العامين الماضيين من خلال مشروع دعم هذه المنشآت، ومؤتمرين سابقين عقدا لهذه الغاية وبحضور ومشاركة حثيثة من هذه المنشآت.

إن صغر حجم العينة وفي ظل الظروف الحالية وعدم وجود الفرصة للقيام بمسح شامل واعتماد الاستبيان الإلكتروني، والذي يعكس آراء المستجيبين بحيث يمكن تعميم ما وجد من تحديات و معوقات على باقي المنشآت، إضافة إلى أن أي حلول و مقترحات قد تفيد جميع المنشآت و بأسرع وقت للخروج من الأزمة.

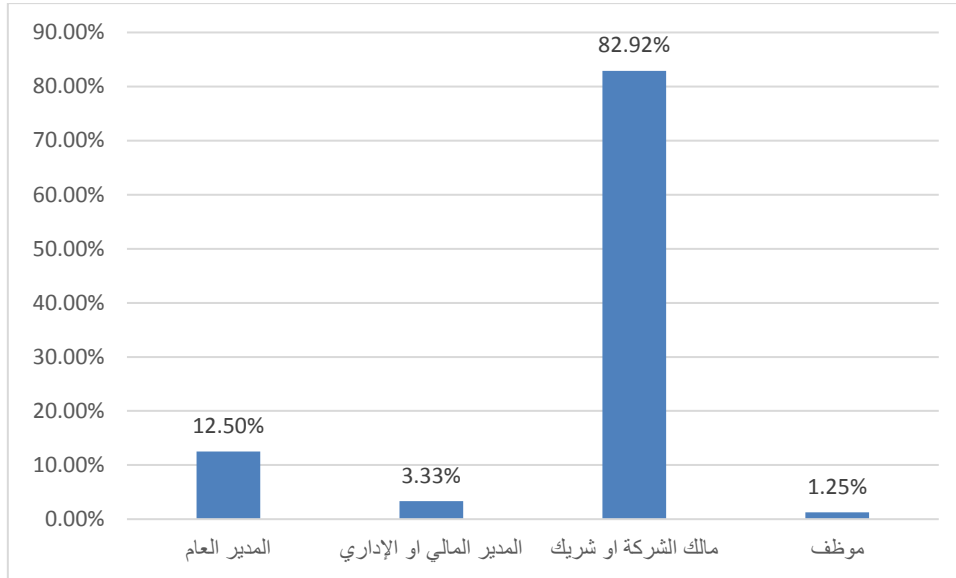
تعكس الاستجابة لهذا الاستطلاع و الذي نفذ خلال 24 ساعة مدى تجاوب الشركات ورغبتها في إيصال صوتها وتحديد احتياجاتها لصانع القرار؛ فقد استجابت 240 منشأة وبنسبة وصلت إلى 85% في حين رفضت 17 منشأة إجراء الاستطلاع.

يأمل المجلس من هذه الورقة إلى عرض تحليل مبسط حول واقع عمل المنشآت الميكروية والصغيرة والمتوسطة، وأبرز المشاكل والمعوقات التي تواجهها ضمن أربعة محاور رئيسية، هي: العمالة، والتسويق، والإنتاج، والإدارة المالية. إضافة إلى تقديم توصيات وحلول أولية، يمكن العمل عليها للحفاظ على الشركات واستمراريتها، إضافة إلى تقديم صورة حية (Screenshot) لواقع المنشآت خلال الأزمة لصانع القرار لأخذها عند دراسة الأدوات والإجراءات الممكن تنفيذها لاحقاً.

❖ أولاً: عينة الاستجابة والأسئلة العامة

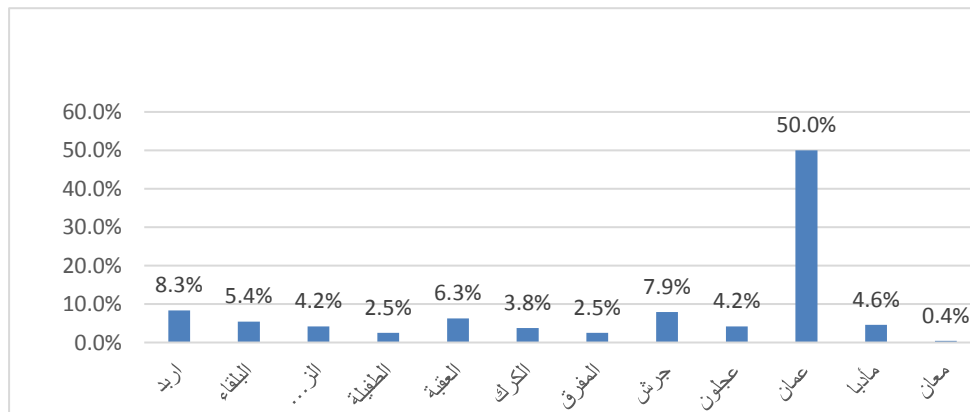
استجابت 240 شركة، وكان المسؤول عن تعبئة الاستبيان (المستجيب) بالدرجة الأولى هو مالك الشركة أو شريك بها بنسبة وصلت إلى 83%، يليها المدير العام بنسبة 13%.

(الشكل رقم 1 المسؤول عن تعبئة الاستبيان)

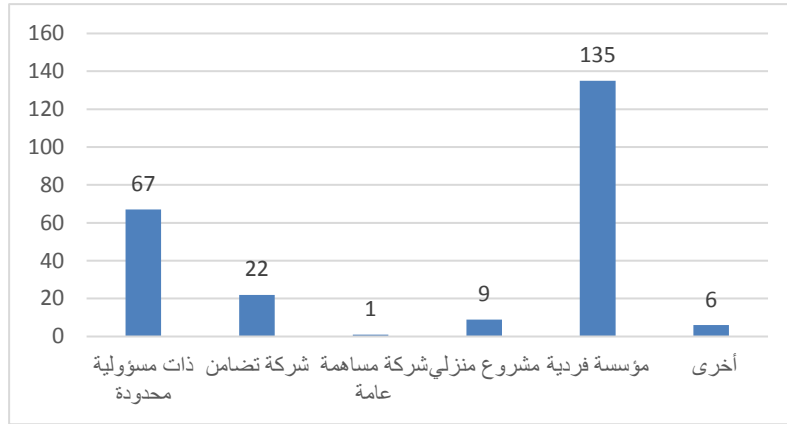


كما توزعت عينة الاستجابة على محافظات المملكة وفق الشكل رقم (2)، وقد تصدرت محافظة العاصمة المرتبة الأولى، أما بما يخص الشكل القانوني للشركات فيظهر أن غالبية الشركات مسجلة بعدّها مؤسسة فردية وفق الشكل رقم (3) بعدد استجابة (135)، كما تتوعدت قطاعات الشركات المستجيبة، إلا أن أكبر عدد من المستجيبين كان في قطاع الصناعة بنسبة (19%)، يليها قطاع الأغذية بنسبة (17%)، ثم الحرف اليدوية بنسبة (13%)، ثم قطاع السياحة بنسبة (12%). انظر الشكل رقم (4).

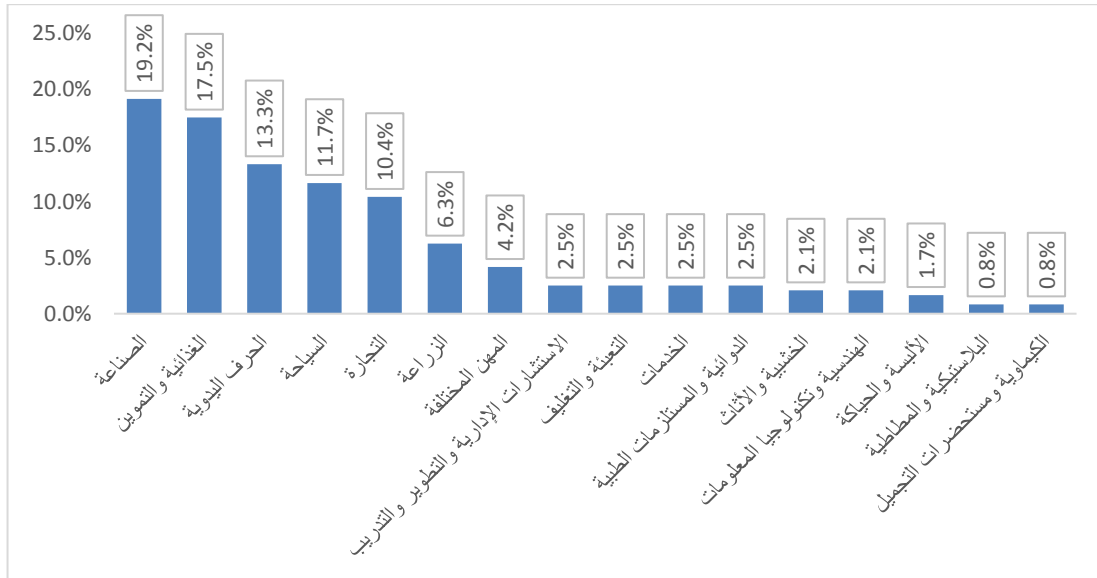
(الشكل رقم 2 توزيع عينة الاستجابة على محافظات المملكة)



(الشكل رقم 3 توزيع عينة الاستجابة وفق الشكل القانوني)

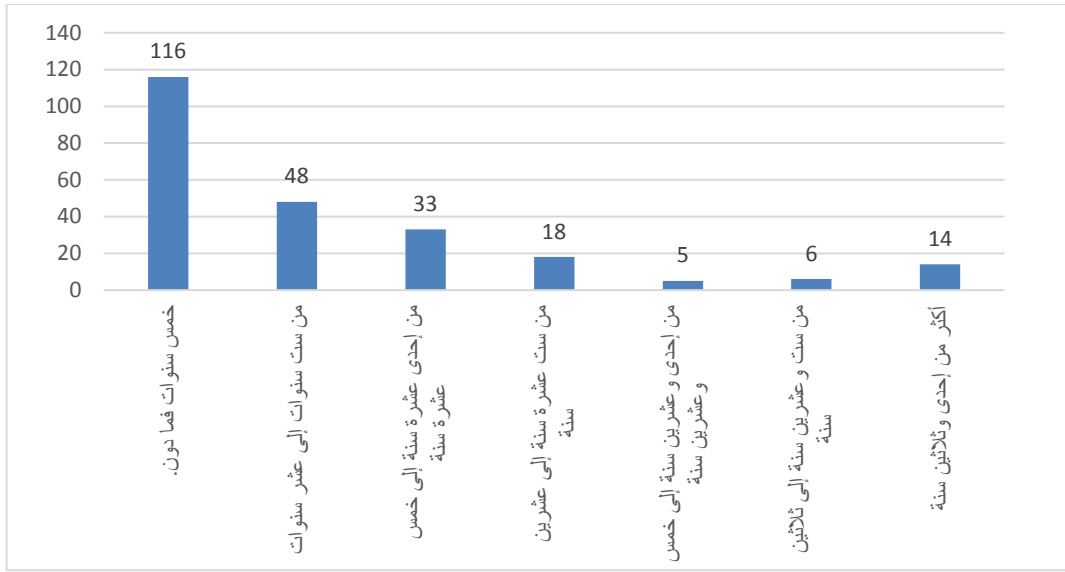


(الشكل رقم 4 توزيع عينة الاستجابة وفق القطاعات)



أما أعمار الشركات المستجيبة هي ما دون الخمس سنوات، وهذا قد يدل على أن أكثر المنشآت هي جديدة نسبياً، وهذه إحدى سمات المنشآت الميكروية التي تحاول الدخول إلى الأسواق، انظر الشكل رقم (5)، وهذا يتناسب مع فئات العمالة التي تمتلكها الشركات وفق الجدول رقم (1)، ومن جهة أخرى إن أغلب الشركات تعمل ضمن الاقتصاد (المنظم) بنسبة 66% من العينة وفق الشكل رقم (6)، ووفق حصولهم على التراخيص الرئيسية لمزاولة أعمالهم لعام 2020.

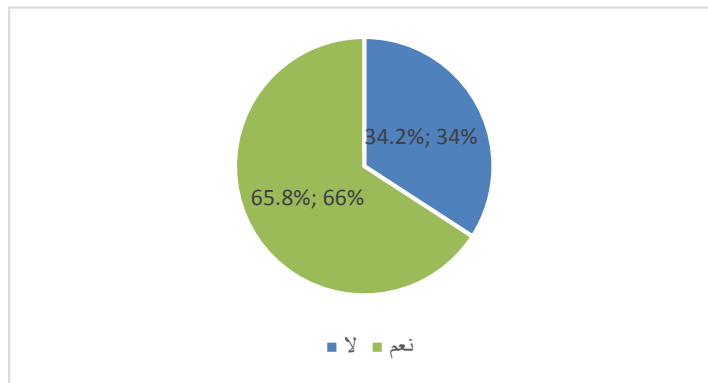
(الشكل رقم 5 أعمار الشركات المستجيبة)



الجدول رقم 1 فئات العمالة

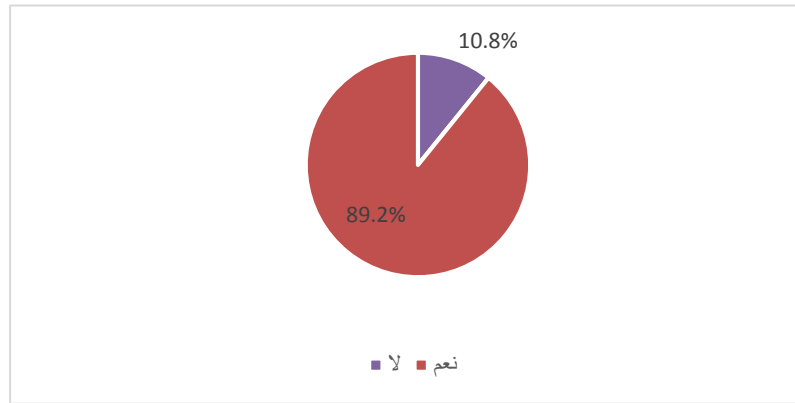
تكرار الشركات	عدد العمال
124	1-4
87	5-19
24	20-99
5	أكثر من 100

الشكل رقم 6 حصول الشركات على التراخيص لعام 2020



وحول أثر الجائحة الرئيسي، تم سؤال الشركات إن كانت متوقفة عن العمل أم لا خلال الأزمة، ويظهر الشكل رقم (7) أن 90% من الشركات العينة مغلقة، أما حول معرفة السبب الرئيسي للإغلاق، فكان التزام المنشآت بإجراءات الصحة العامة، وعدم فتحها للمنشآت كونها لا تنتمي إلى القطاعات المصرح لها بمزاولة الأعمال وفق الجدول رقم (2)، ويظهر الشكل رقم (8) أبرز التحديات والمشاكل التي تواجه الشركات من وجهة نظر المستجيب، إذ إن المنشآت تعيش أزمة حقيقة وتواجه العديد من المشاكل على المستويات كافة، بدايةً من التسويق ثم الإنتاج ثم العمالة، إضافة إلى المشاكل المالية.

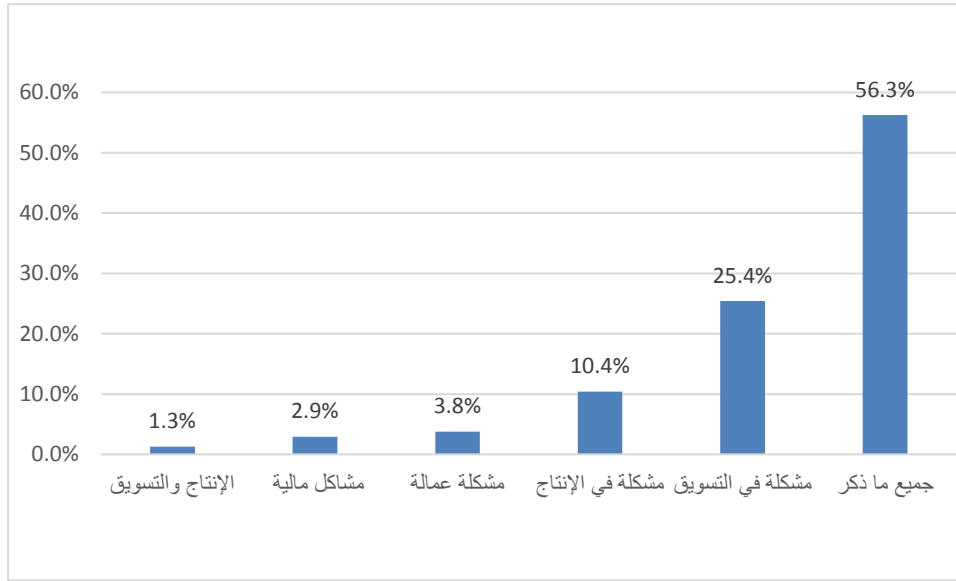
الشكل رقم 7 توقف الشركات عن العمل



الجدول رقم 2 أسباب توقف الشركات عن العمل

نسبة الاستجابة	أسباب التوقف عن العمل
38.8%	القطاع الذي أعمل فيه لا ينتمي إلى القطاعات المصرح لها بمزاولة الأعمال
6.3%	لا يوجد طلب في السوق على المنتجات
5.8%	القطاع مصرح له بالعمل ولكن الشركة لا تملك التصاريح لمزاولة العمل
5.0%	لا أستطيع الوصول إلى الأسواق (التصدير)
3.8%	لا أستطيع استيراد المواد الخام للعمل
3.8%	لا أستطيع دفع تكاليف الإنتاج
0.4%	عدم القدرة على الحصول على تجديد للرخصة
12.1%	أخرى
24.2%	جميع ما ذكر
100%	المجموع

الشكل رقم ٨ أبرز المشاكل التي تواجه الشركات



الخلاصة والتوصيات الرئيسية للأسئلة العامة

مثلت عينة الاستجابة المنشآت الميكروية والصغيرة بمختلف القطاعات الاقتصادية تمثيلاً أكبر عن الشركات المتوسطة والكبيرة، إذ يظهر جلياً التوقف الكامل عن العمل لهذه المنشآت والتزامها بالتعليمات الحكومية، إضافة إلى تعرضها لمشاكل جديدة ومختلفة ومتشابكة في وقت واحد، مما سينعكس بطبيعة الحال على تخوفها الخروج من السوق وضمان استمراريتها، ومع أن من صفات الشركات الميكروية والصغيرة قدرتها على الارتباط بالسوق المحلي والأسواق وخدماتها لمجتمعات صغيرة نسبياً، إلا أنها تعاني من مشاكل في التسويق والإنتاج لأنها ترتبط مع موردين أو موزعين لها تعطلت أعمالهم أيضاً وعدم إمكانية البيع المباشر.

ومن جهة أخرى توقفت القطاعات كلياً عن العمل لظروف خارجة عن إرادتها، مثل قطاع السياحة والمهن اليدوية والمهن الفنية، ومثل المطاعم الشعبية وصالونات التجميل، ومهن أخرى مثل السباكة والحدادة والنجارة.

التوصيات

- ١- اعتماد إجراءات تخفف من آثار الأزمة على المنشآت العاملة في الاقتصاد المنظم وغير المنظم على حدٍ سواء، وربط الإجراءات بطبيعة عمل هذه المنشآت بالقدر الممكن نظراً لتنوع قطاعاتها.
- ٢- النظرة الشمولية لكافة المشاكل التي تواجه المنشآت، وعدم محاولة معالجة أي من المشاكل منفردة، فعلى سبيل المثال إعادة الإنتاج بدون النظر الى الطلب سيؤدي إلى تفاقم المشكلة.
- ٣- إعادة النظر بالتسجيل والترخيص للشركات عن عام 2020 أو إعفائها منه.
- ٤- إيجاد جهة ممثلة لقطاع المشاريع الصغيرة والمتوسطة لتقوم برعاية مصالح كافة الأطراف تكون مؤسسة وطنية معنية بمتابعة قضايا الشركات وتنميتها (الوكالة الأردنية لتنمية المنشآت الصغيرة والمتوسطة (SMBA)).
- ٥- التدريب في مواقع العمل وأهمية تعزيز مساهمة الشركات الصغيرة في التلمذة المهنية.
- ٦- إيجاد دور أكبر لمؤسسة تنمية المهارات وصناديق التمويل لدعم الشركات في الأزمة.
- ٧- إعطاء صورة إيجابية للأزمة للمشاريع الميكروية والحرفية لإعادة تنظيم نفسها لمحاولة الخروج من إطار العمل التقليدي وإيجاد منصة سريعة لتطوير الأعمال.
- ٨- الفصل بين التعامل مع الشركات الميكروية والصغيرة عن الشركات المتوسطة والكبيرة في البرامج الاقتصادية التي تطرحها الحكومة، حيث أن قدرة الشركات الميكروية والصغيرة على تحمل الضغوط الاقتصادية التي تفرضها الأزمة أقل بكثير مقارنة مع الشركات المتوسطة والكبيرة.
- ٩- إعادة جدولة القروض لهذه الشركات والمقدمة من البنوك أو شركات التمويل الأصغر.

❖ ثانياً: الأسئلة الفنية (العمالة والإنتاج والتسويق والإدارة المالية)

• العمالة:

تتمحور مخاطر مشكلة العمالة في إنهاء خدمات أعداد كبيرة من العاملين في المنشآت الميكروية والصغيرة، بسبب عدم القدرة على دفع أجورهم، إما بسبب تراجع التدفقات النقدية الناجمة عن توقف أنشطتها الاقتصادية واعتمادها اعتماداً كبيراً على دفع الرواتب يومياً، أو اعتمادها على عمالة غير ثابتة تعمل بنظام المياومة. وسيؤدي ذلك إلى زيادة معدلات البطالة إلى مستويات مرتفعة جداً وغير مسبوقة. ولعلّ استجابة الشركات حول طبيعة مشكلة العمالة تظهر جلياً أن بعض المؤسسات ستتأثر تأثراً عائلياً كونها تشغل عدداً من أفراد العائلة، إذ يشير الجدول رقم 3 أن نسب العمالة الأجنبية والوافدة في عينة الاستجابة منخفضة، واعتماد هذه الشركات كان على العمالة المحلية وتشغيل الأردنيين بالدرجة الأولى. ومن جهة أخرى فقد تفاقمت التحديات التي تواجهها المرأة في سوق العمل، ويظهر ذلك من خلال قلة تشغيل الإناث في المنشآت الميكروية والصغيرة في عينة الدراسة، إذ لم توظف الشركات من أصل 240 شركة إلا شركتين عدداً من النساء يتجاوز 10.

الجدول رقم 3 تواجد العمالة الأجانب في شركات العينة

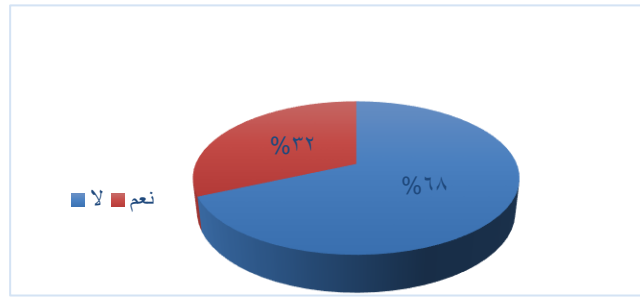
تكرار الشركات	عدد العمالة
81	لا يوجد عمالة اجنبية
118	1-4
23	5-10
18	أكثر من 11
240	المجموع

الجدول رقم 3 تواجد العمالة الإناث في شركات العينة

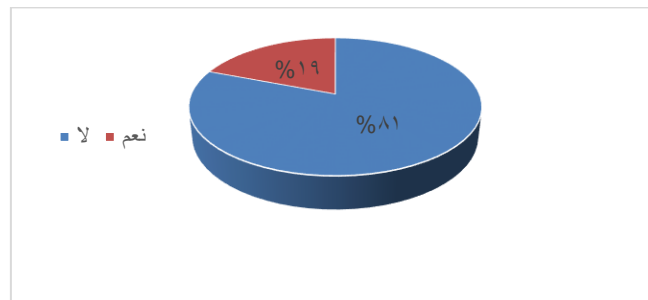
تكرار الشركات	عدد العمالة
170	لا يوجد عمالة إناث
54	1-4
14	5-10
2	أكثر من 11
240	المجموع

إن محاولة إعادة العجلة ودفع المنشآت الميكروية إلى العمل من الأولويات الضرورية حفاظاً على عدد كبير من العائلات، ولكن الاستفادة التكنولوجية قد تكون محدودة في هذه المنشآت كونها منشآت جديدة ولا تمتلك القدرات التكنولوجية، أو لأن ارتباط أعمالها هو بالجهد البدني وبضرورة وجود العامل في مكان العمل، انظر (الشكل 9)، فوفق عينة الدراسة فإن 68% من هذه المنشآت يحتاج إلى وجود العمالة، ولا يمكن للموظفين العمل من المنزل، ومن جهة أخرى فإن أغلب شركات العينة لا تستطيع العمل بنظام الودييات، انظر (الشكل 10)، و(19%) وحسب من عينة الإجابة تعمل وفق نظام الودييات.

الشكل رقم 9 قدرة الموظفين على العمل من المنزل



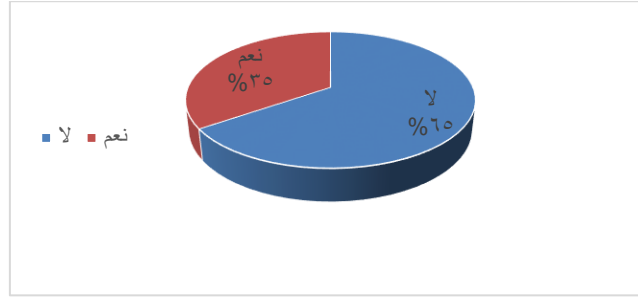
الشكل رقم 10 عمل الشركات من خلال نظام الودييات (الشفقات)



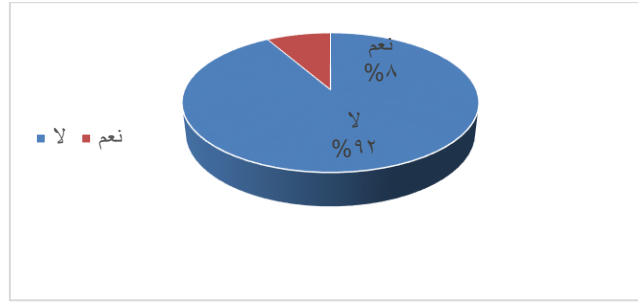
وحول الإدارة المالية للأزمة وقدرة الشركات على دفع المستحقات، فيظهر جلياً أن الشركات حاولت التأقلم مع بداية الأزمة في شهر آذار ودفع مستحقات العاملين، فقد قام ما يقارب من 35% من الشركات بدفع المستحقات وفق الشكل رقم 11، إلا أن ما يدعي للتخوف انخفاض هذه القدرة في شهر نيسان، إذ إن 8% من العينة تحدثت عن إمكانية دفعها للمستحقات في نهاية شهر نيسان الشكل رقم 12، وهذا يدل على عظم مشكلة العمالة إن لم يتم تداركها سريعاً

وإلا ستظهر انعكاساتها في معدلات البطالة خلال الربع الحالي من السنة. وعند محاولة النظر إلى مشكلة العمالة بمزيد من العمق أظهر الشكل رقم 13 أن المشكلة لا تكمن في تصاريح العمل للمؤسسات فقط، بل تكمن في التبعات اللوجستية والفنية للوصول إلى مكان العمل.

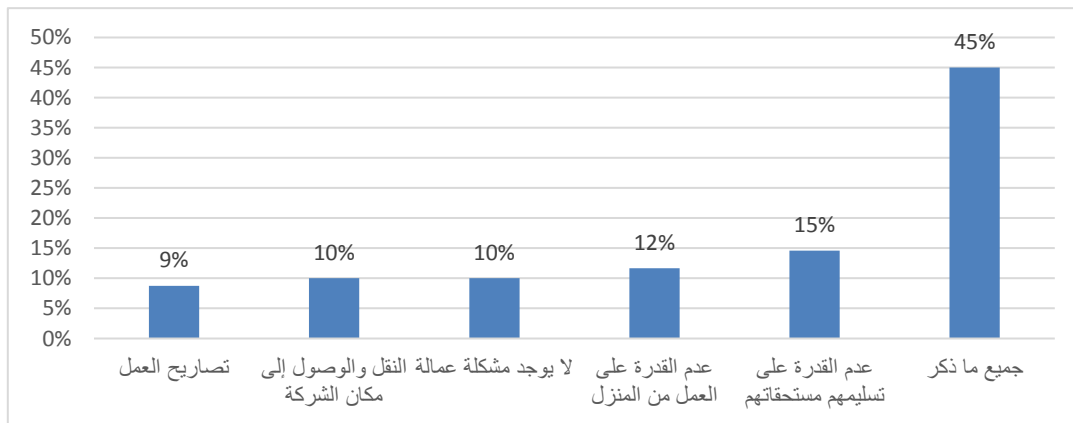
الشكل رقم 11 دفع الشركات مستحقات العاملين عن شهر آذار



الشكل رقم 12 دفع الشركات مستحقات العاملين عن شهر نيسان



الشكل رقم 13 أبرز المشاكل التي تواجه الشركات فيما يتصل بالعمالة



التوصيات:

- ١- استمرار الجهود الحالية المتركزة على جانب العمالة المحلية وتقديم المزيد من الدعم لها.
- ٢- رصد مخصصات طارئة من الحكومة لدعم جانب من رواتب العاملين وأجورهم في القطاعات الاقتصادية، وخاصة للأشهر التي توقف بها العمل كلياً.
- ٣- معالجة مشكلة العمالة مع المشاكل اللوجستية المتصلة بالتصاريح والتنقل.
- ٤- محاولة التشبيك ما بين الشركات الميكروية والصغيرة وبين المنصات الإلكترونية من جهة وبين جهات إيصال المنتجات إلى المستهلك من جهة أخرى.

• الإنتاج

تتمثل مشكلة الإنتاج في مشكلة العرض على السلع والخدمات المختلفة، مع توقف القطاعات الاقتصادية عن تقديم خدماتها والإنتاج خلال المدّة الماضية، إلا أن الشركات بدأت تحاول معرفة قدرتها الإنتاجية وتوقع إمكانية التعامل مع الأزمة من خلال الطاقة الإنتاجية التي تمتلكها، إضافة إلى محاولة التأقلم مع إجراءات السلامة العامة والتباعد الاجتماعي. كما ترتبط هذه المشكلة مع مشكلة العمالة، إذ إن وجود العمالة بدون وجود المواد الأولية أو الزبائن حتماً سيؤدي إلى استمرار التوقف.

يظهر الجدول رقم 4 توقعات الطاقة الإنتاجية للشركات، وقدرتها على العمل بطاقات إنتاجية مختلفة، مع أن أغلب الشركات متوقفة، إلا أنه لا بدّ من إدراك أهمية إعادة الشركات إلى تقديم الخدمات المختلفة والإنتاج.

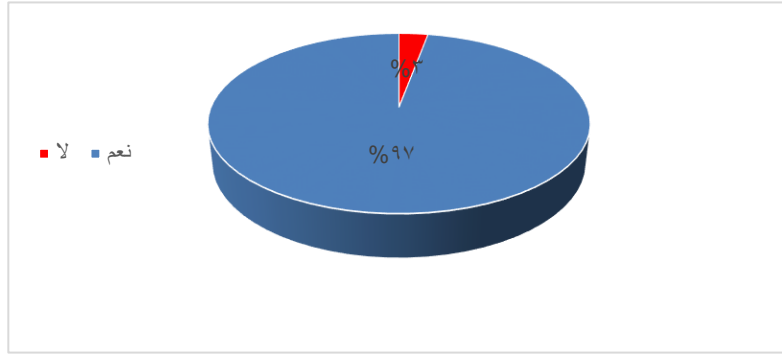
الجدول رقم 4 نسبة الطاقة الإنتاجية مقارنة مع ما قبل الأزمة

تكرار الشركات	نسبة الطاقة الإنتاجية مقارنة مع ما قبل الأزمة
2	تعمل بالوضع الطبيعي (الطاقة الإنتاجية لم تتغير)
14	تعمل ما بين 50% إلى 90% من طاقتها
11	تعمل ما بين 30% إلى 40% من طاقتها
20	تعمل ما بين 20% إلى 30% من طاقتها
15	تعمل ما بين 10% إلى 20% من طاقتها
4	تعمل بالحد الأدنى 5% من طاقتها

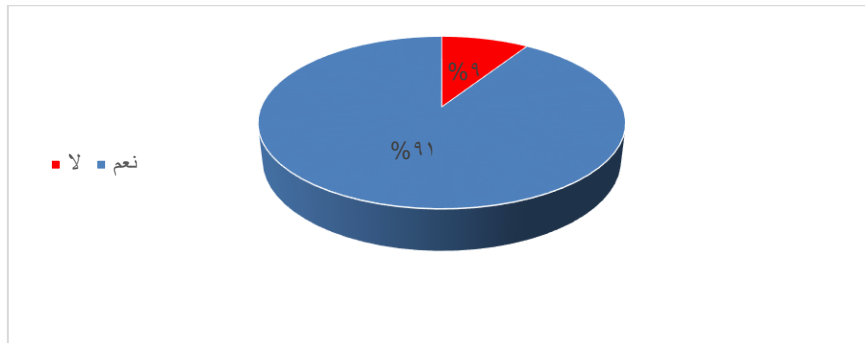
174	لا تعمل
240	المجموع

إن الشركات عموماً تتبّع إجراءات الصحة والسلامة المهنية في الأوضاع الطبيعية لتضمن سلامة الغذاء المقدم أو جودة الخدمة المقدمة، وفي ظلّ الظروف الحالية أجابت الشركات بالتزامها باتّباع إجراءات السلامة والصحة العامة، إذ إن أكثر من 97% من العينة ملتزمة وفق الشكل رقم 15، كما أظهرت الشركات القدرة على محاولة فرض إجراءات التباعد الاجتماعي وفق العينة، إذ إن 91% من الشركات تمتلك مناطق عمل مؤهلة للتباعد الاجتماعي (الشكل 16). إضافة إلى أن الشركات ستعمل على تنظيم الدورات التدريبية في حال بدأت بالإنتاج لضمان التوعية لكافة العاملين (الشكل 17).

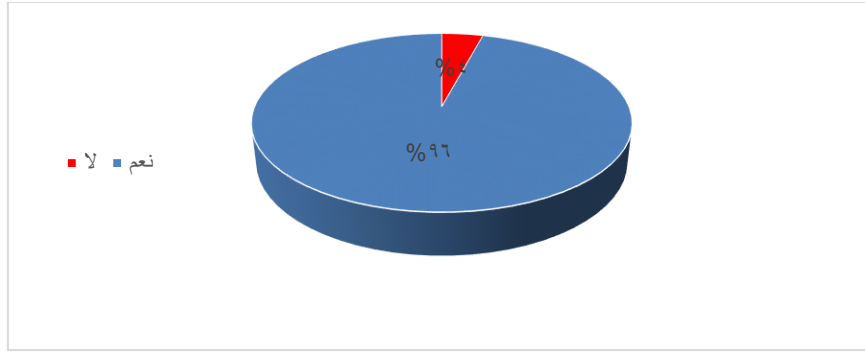
الشكل رقم 15 قدرة الشركات على اتباع إجراءات الصحة والسلامة العامة خلال الإنتاج



الشكل رقم 16 منطقة العمل داخل الشركة المؤهلة لمعايير التباعد الاجتماعي

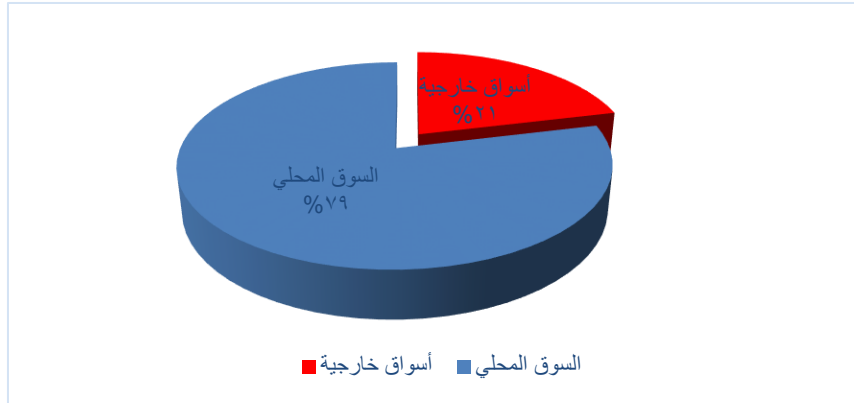


الشكل رقم 17 رغبة الشركات في إعطاء دورات توعوية للعمال



وحول المواد اللازمة للإنتاج والمواد الخام، فإن أغلب الشركات تعتمد على السوق المحلي لتزود بالمواد الخام، أو تعتمد على أماكن وجودها لتقديم الخدمات، فقد أظهرت العينة أن 79% من الشركات تعتمد على السوق المحلي مقابل 21% تعتمد على الأسواق الخارجية وفق الشكل رقم 18، كما يظهر الجدول رقم 5 أبرز الدول التي يتم الاعتماد عليها في توريد المواد الخام، أو تعدد مدخلا بصورة أخرى مثل إحدى عمليات الخدمة.

الشكل رقم 18 الحصول على المواد الأولية للإنتاج



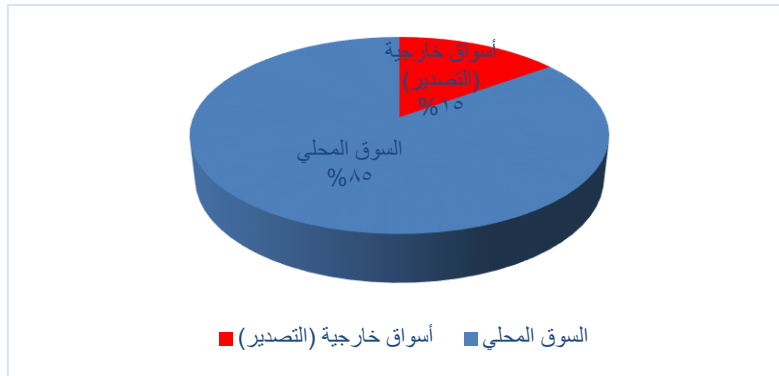
الجدول رقم 5 أبرز الدول التي يتم الاستيراد منها

الدول الأوروبية
الصين
دول شرق آسيا
فلسطين

تركيا
السعودية
الإمارات العربية المتحدة
الهند
مصر
الكويت
البحرين
قطر
كندا
الولايات المتحدة الأمريكية

أما عن الصادرات فهي تتشابه مع الواردات كون أغلب الشركات هي منشآت ميكروية وصغيرة وتعتمد بالدرجة الأولى على السوق المحلي، إذ تصل النسبة إلى 85% مقارنة مع 15% للأسواق الخارجية، إذ يوضح الجدول رقم 6 أبرز الدول التي يتم التصدير إليها.

الشكل رقم 19 توزيع مبيعات الشركات



الجدول رقم 6 أبرز الدول التي يتم التصدير إليها

الخليج
السعودية
العراق
الدول الأوروبية

فلسطين
مصر
الولايات المتحدة الأمريكية
سوريا
دول شرق آسيا

التوصيات:

- ١- إيجاد دليل يوضح مفهوم التباعد الإجتماعي في حالة العمل وكيفية تطبيق المعايير الصحية وذلك للحيلولة دون وقوع هذه الشركات في المشاكل لاحقاً.
- ٢- ضرورة تطوير سلسلة الإنتاج والتشبيك بين القطاعات من خلال اللقاءات الثنائية أو ممثلي القطاعات المختلفة ليتسنى لهم إعادة ترتيب عمليات الإنتاج.
- ٣- محاولة فتح منافذ تسويقية جديدة أمام الشركات وعدم الاعتماد على السوق المحلي.
- ٤- ربط مشكلتي الإنتاج والعمالة معاً ضمن إجراءات واحدة.
- ٥- إيجاد جهة تعمل على طرح منتجات أو طرق إنتاجية وحلول مستتبطة من البيئة المحلية لتطوير المنتجات، وبحيث تقدم منتجات يسهل تسيقها محلياً ويمكن أن تخدم الإنتاج والتسويق المحلي أو التصدير في المرحلة القادمة.

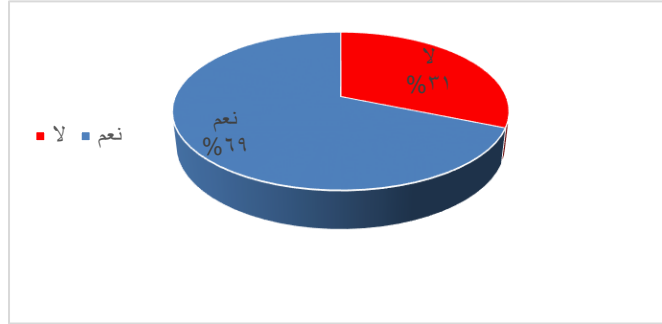
• التسويق

يعدُّ التسويق من التحديات الرئيسية التي تواجه المنشآت الميكروية والصغيرة، نظراً لشدة المنافسة في الأسواق المحلية وعدم امتلاكها القدرات الفنية والموارد للتوسع والتطور، إذ إن الوصول إلى المستهلك وتقديم منتجات وخدمات جيدة يعدُّ من العقبات المهمة للحفاظ على العميل.

إن تقدم المنتج النهائي تقدماً متكاملًا، وإيصاله إلى العميل في ظلّ الأزمة يعدُّ من التحديات كما يظهر من الشكل رقم 20، الذي يبين أن غالبية الشركات تواجه الآن مشكلة في توزيع

منتجاتها ووصولها إلى عملائها الوصول الصحيح، إذ إن 31% وحسب يرون أنهم قادرون على الوصول إلى العملاء مقابل 69% لا يستطيعون ذلك.

الشكل رقم 20 رأي الشركات حول وجود مشاكل في توزيع المنتجات

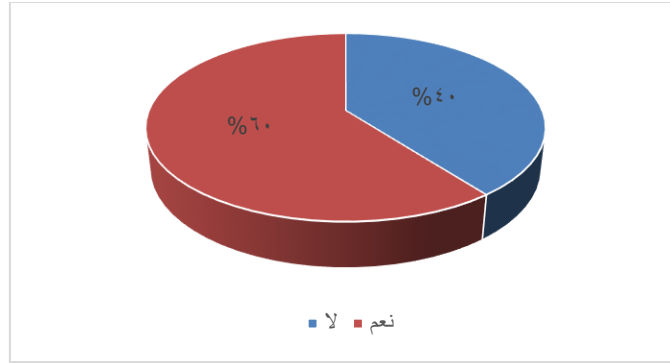


الجدول رقم 7 أبرز مشاكل التسويق التي تواجه الشركات

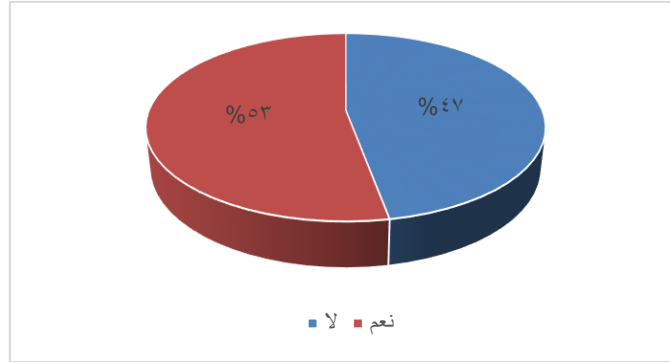
النسبة	مشكلة التسويق
5.26%	لا يوجد تسويق بسبب الأزمة
11.11%	توقف السفر
11.11%	تجار التجزئة لا يمكنهم استقبال المنتج
2.92%	لا يوجد أسطول لنقل البضائع
22.22%	لا يوجد تصاريح لآليات النقل
10.53%	مشكلة مالية (ارتفاع تكاليف النقل، طلب الدفع المسبق)
0.58%	أخرى
43.86%	جميع ما ذكر

يبين الجدول أعلاه رقم 7 أن الشركات ترى أن توقف عملية التسويق مرتبطة بعملية الحظر، ولكن المشكلة تكمن في آليات إيصال المنتج من خلال أسطول النقل أو التصاريح المتاحة لذلك، كونها قد لا تتبع لنفس الشركة وإنما تعتمد على شركات أخرى.

الشكل رقم 21 رأي الشركة في الاستفادة من التسويق الإلكتروني



الشكل رقم 22 رأي الشركة في الاستفادة من التطبيقات الذكية في التوزيع



كما يبين الشكلان 21 و 22 آراء الشركات حول التسويق الإلكتروني والاستفادة من التطبيقات الذكية، ومع أن النسب في الشكلين متقاربة نوعاً ما إلا أنه لا يمكن الاعتماد على ذلك في تحديد التحول بصورة مباشرة ومفاجئة على الخدمات الإلكترونية وحسب بعدها منفذاً للتسويق والبيع.

التوصيات

1- تشجيع الشركات على التوجه الإلكتروني وتقديم الدورات التدريبية والمعرفية لها يعدُّ الخطوة الأولى للتحول الإلكتروني التدريجي فيما يخص مشكلة التسويق علماً بأنه لا يمكن عدّ مشكلة التسويق مشكلة ناتجة عن الأزمة مع تعاضها خلال الأزمة كون الشركات الميكروية والصغيرة تعاني منها سابقاً.

٢- وضع خطة عملية لإعتماد بعض المنشآت على التسويق الإلكتروني، فعلى سبيل المثال توقف السفر واستقبال السائحين أحد أبرز الأسباب لتوقف خدمات عدد من المنشآت العاملة في قطاع السياحة، مع أن استخدام بعض من هذه الشركات منصات التواصل الاجتماعي هو للتسويق واعتمادها على الترويج الإلكتروني لمنتجاتها.

٣- دراسة المنشآت العاملة في القطاع السياحي وتقديم إقتراحات لتطوير العمل إستعداداً للمرحلة القادمة حيث لن يتمكن الكثير من الأردنيين الذين إعتادوا قضاء عطلاتهم في الخارج من السفر، وبالتالي يمكن إعتبارها فرصة لتطوير السياحة الداخلية بإعتماد أساليب ومنتجات جديدة

• الإدارة المالية

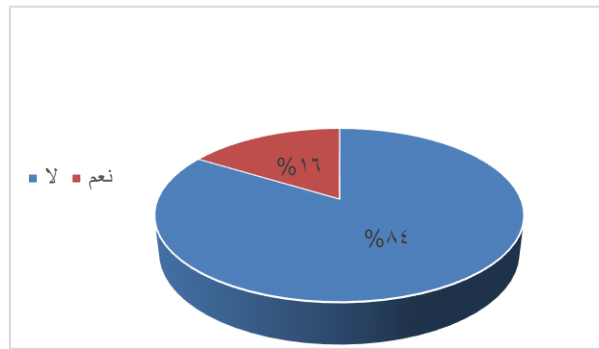
تعدُّ الإدارة المالية من الأسس المهمة في الأزمات، فقدره الشركة على التعاطي مع الأزمة يظهر من متانتها المالية وعملها على توزيع الموارد المالية التوزيع الصحيح، وإن قدرتها على التعاطي مع جانب الديون والسيولة، وإيجاد قراءة باستمرار للنسب المالية سيساهم بالتأكد في اتخاذ القرارات السليمة في الأزمات.

إن الأزمة الحالية وعلى المستوى الدولي والمحلي عبّر عنها بأزمة سيولة بالدرجة الأولى، نظراً لتوقف العجلة الاقتصادية، وبالتالي فإن الاستجابة لمعطيات هذه الأزمة على المستوى المحلي كان سريعاً، من خلال حزمة من الإجراءات والتدابير التي قام بها البنك المركزي، أولاً من خلال الأدوات النقدية وضخ المزيد من السيولة في السوق، وحزمة من الإجراءات المالية اتخذتها وزارة المالية مثل تقديم موعد الرواتب للعاملين والمتقاعدين لضخ السيولة أيضاً لدى الأفراد، ففي الشكل 23 تم سؤال الشركات حول التخوفات التي لديها حول قدرتها على الوفاء بالالتزامات التعاقدية، إذ مثلت الاستجابة بنسبة 84% يرون وجود تلك التخوفات في شركاتهم.

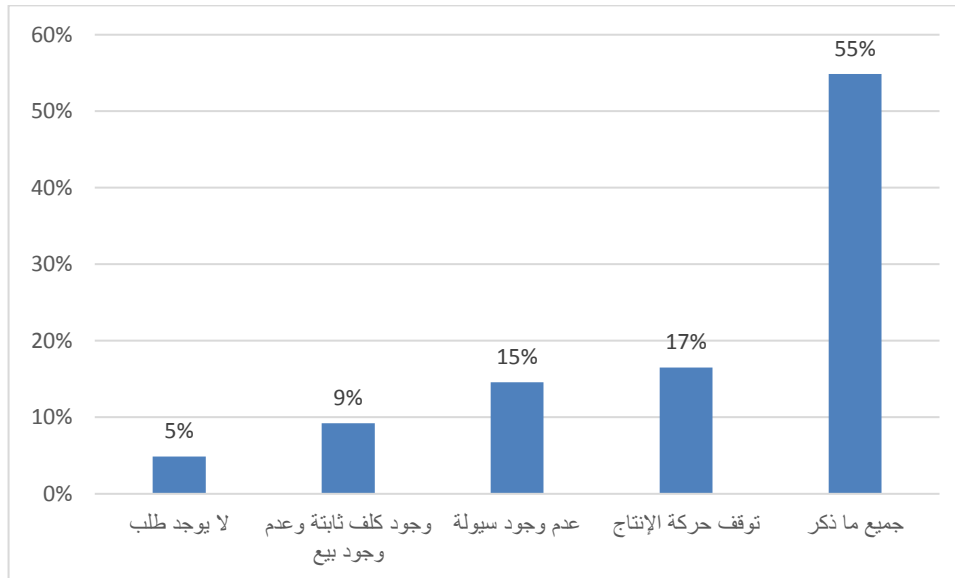
وحول أبرز الأسباب المتوقعة لعدم القدرة على الوفاء بالالتزامات المالية فإن كافة عوامل الأزمة هي أسباب كفيفة بعدم الوفاء كما يظهر في الشكل رقم 24، كما يلاحظ من الشكل أيضاً أن بعض الشركات تحاول دفع التكاليف الثابتة وتخفيض التكاليف المتغيرة للاستمرار.

ومن جانب آخر عند التعمق في مشكلة السيولة في الشكل 25، وحول توافرها في الشركات المختلفة أظهرت عينة الاستجابة أن ما يقارب من 74% من الشركات لا تحتفظ بسيولة نقدية لديها مقابل 24% تعمل من خلال الذمم والبيع الآجل، و4% من الشركات تمتلك السيولة، وهذا أحد أهم المؤشرات على طبيعة عمل السوق قبل الأزمة وتراجعها سابقاً، إضافة إلى أن الشكل يؤكد أن الشركات الميكروية ما زالت بحاجة إلى التدريب والتطوير في مجال الاشتغال المالي.

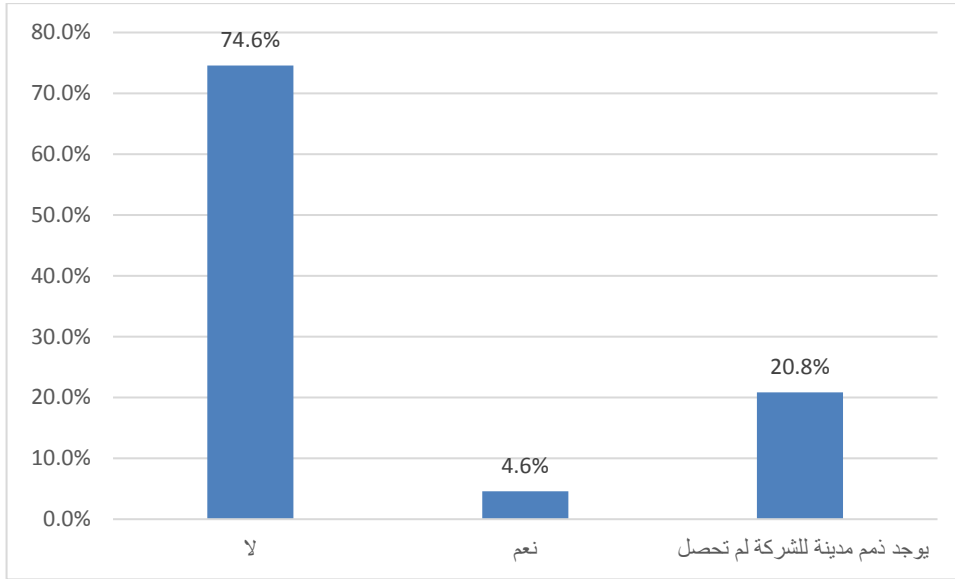
الشكل رقم 23 رأي الشركات حول قدرتها على الوفاء بالتزاماتها



الشكل رقم 24 أبرز الأسباب لعدم الوفاء بالالتزامات

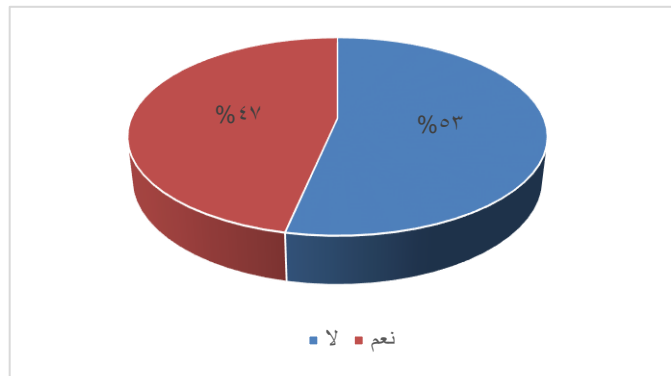


الشكل رقم 25 رأي الشركات حول وجود سيولة كافية لديها

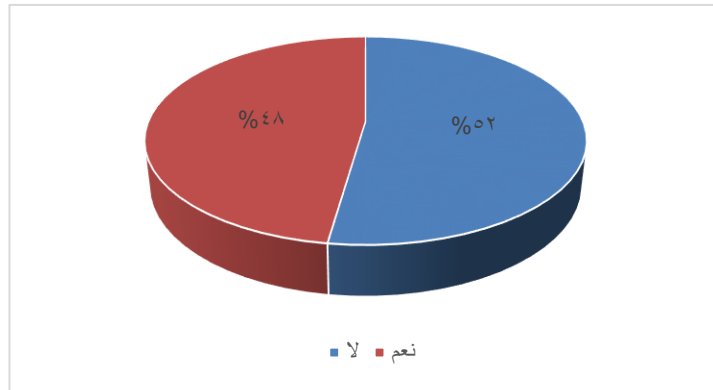


وعند الربط مع الالتزامات المالية للشركات طرح سؤال حول وجود أي التزامات مالية على الشركات للقطاع المصرفي وفق الشكل 26 فكانت الإجابة متقاربة، إذ إن 47% من العينة لديها التزامات بنكية. أما بخصوص تأجيل هذه الالتزامات (الدفعات المستحقة للقروض) فتظهر العينة 48% قامت بتأجيل التزاماتها البنكية من خلال الشكل 27. كما يظهر الشكل 28 أن الشركات تتعامل بالنقد بالشيكات الآجلة بصورة متقاربة، فاجبت العينة بنسبة 45% بوجود شيكات آجلة لديها للموردين أو الموزعين.

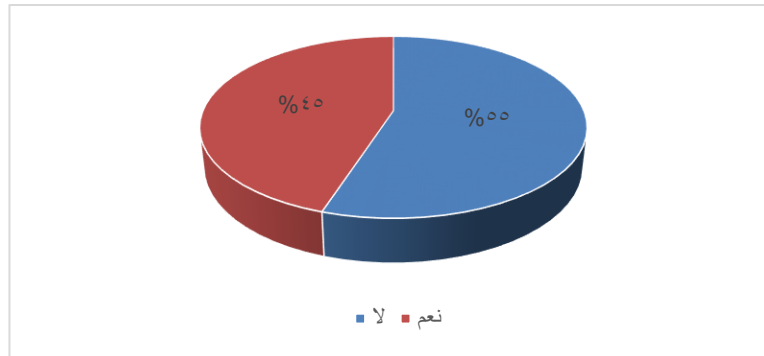
الشكل رقم 26 وجود التزامات بنكية وقروض على الشركات



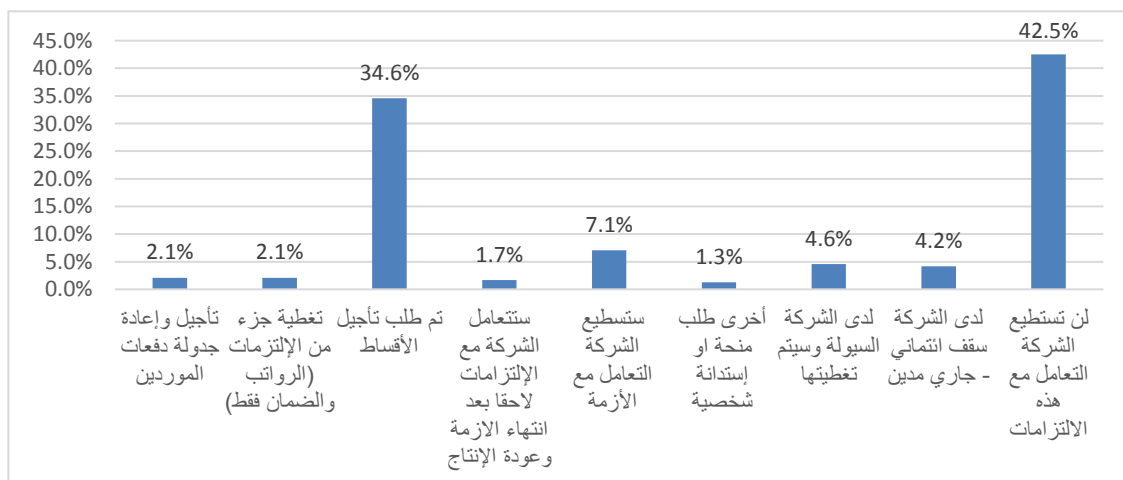
الشكل رقم 27 تأجيل دفعات القروض للشركات التي عليها التزامات بنكية



الشكل رقم 28 وجود شيكات بنكية على الشركات للموردين أو الموزعين



الشكل رقم 29 رأي الشركات حول الاستجابة المالية مع الأزمة

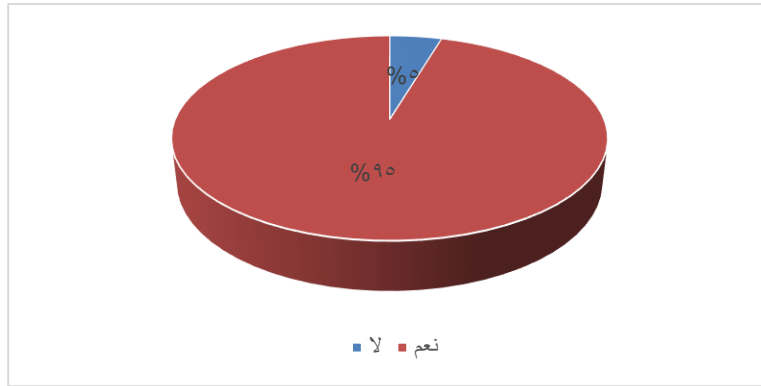


أما عن طرق التفاعل مع الأزمة المالية فتحاول الشركات التعامل بحذر معها من خلال طلب تأجيل الدفعات، أو الاعتراف بأنها إلى الآن لا تملك حلاً لهذه المشكلة، وبالتالي ترى أنها لن تستطيع التعامل مع الأزمة وحدها كما يظهر في الشكل أعلاه رقم 29. وتكون الشركات تحاول تقييم الأزمة تم سؤال الشركات عن المبالغ المالية المتوقعة والتي تحتاجها من أجل أن تواجه الأزمة، ولعله من الأمور الإيجابية أن غالبية الشركات هي من الشركات الميكروية أو الصغيرة والتي لا تحتاج إلى مبالغ كبيرة للحفاظ على استمراريتها، فوفق الجدول رقم 8 أكثر من 100 شركة تحتاج إلى مبالغ أقل من 5000 دينار أردني، بمقابل 31 شركة تحتاج إلى ما بين 6000 إلى 10000 دينار.

الجدول رقم 8 المبالغ المالية التي تحتاجها الشركات لتجاوز الأزمة

الفئة	عدد الشركات
أقل من 1000 دينار	26
من 1000 إلى 5000 دينار	93
من 6000 إلى 10000 دينار	31
من 11000 إلى 20000 دينار	17
من 21000 إلى 30000 دينار	15
من 31000 إلى 40000 دينار	6
من 41000 إلى 50000 دينار	17
من 50000 إلى 100000 دينار	15
أعلى من 100000	20
المجموع	240

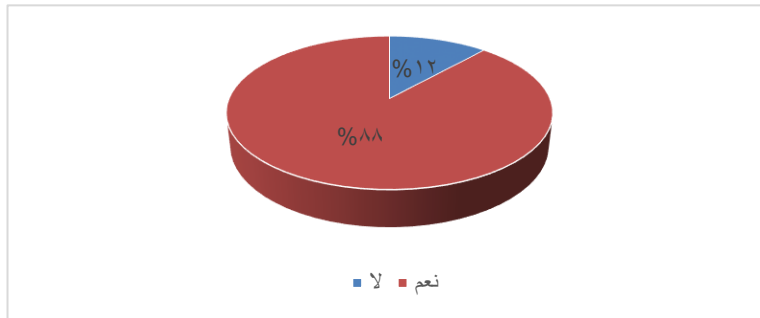
الشكل رقم 30 رأي الشركات من الاستفادة في حال تقديم الدعم المالي لها



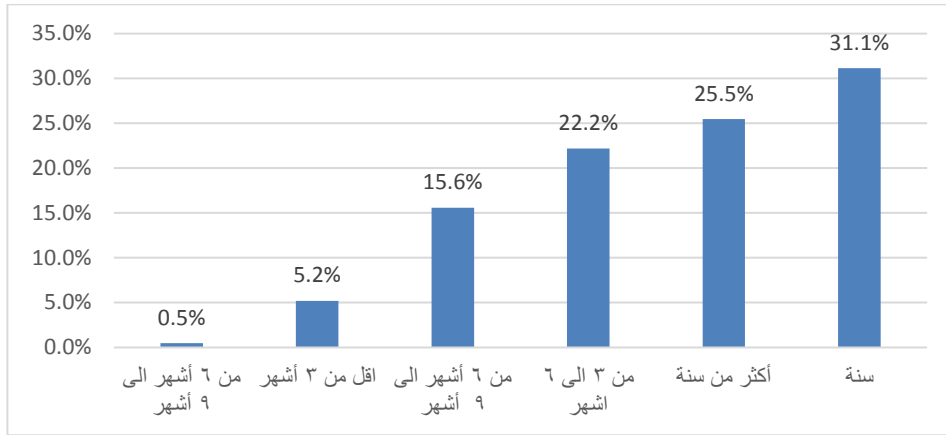
كما أكدت الشركات على أهمية توفر دعم مالي لها خلال المدّة القادمة، وبنسبة وصلت إلى 95% كما في الشكل 26، وحول إمكانية الحصول على قروض جديدة أكدت العينة على ضرورة وجود مدد سماح طويلة كما في الشكل 31 و32، فأكثر من 31% من العينة ترى أن مدّة السماح للقروض الجديدة يفضل ألا تقل عن سنة.

الشكل رقم 31 رأي الشركات حول أهمية مدّة السماح في حال حصولها على قروض

جديدة

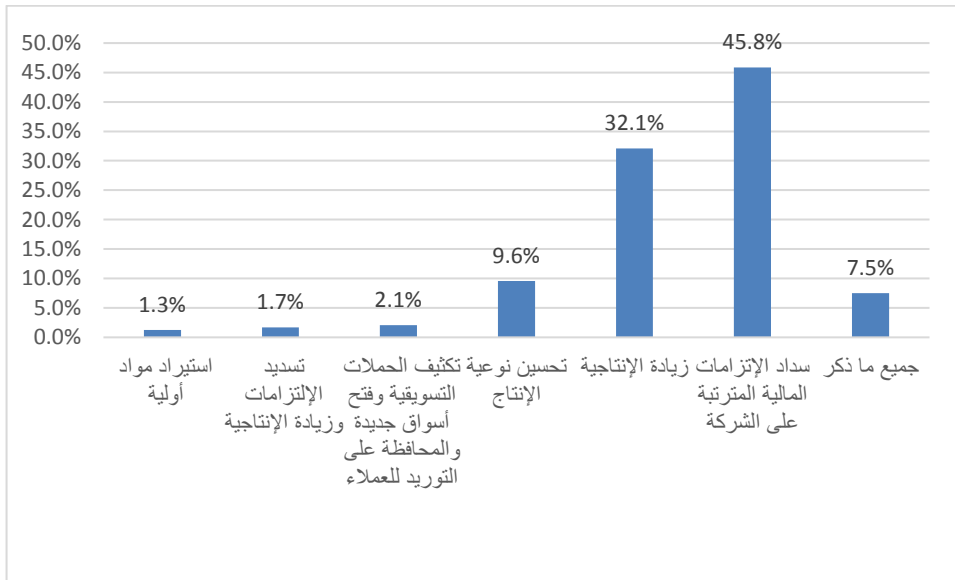


الشكل رقم 32 رأي الشركات حول مدة السماح في حال حصولها على قروض جديدة



كما يظهر الشكل 33 أن الشركات ستحاول استخدام الدعم المالي إن توفر في سداد الالتزامات المالية المترتبة عليها نتيجة الأزمة، يليها زيادة الإنتاجية بنسب 32% و46% على التوالي.

الشكل رقم 33 رأي الشركات حول كيفية الاستفادة من الدعم المقدم في حال وجود دعم



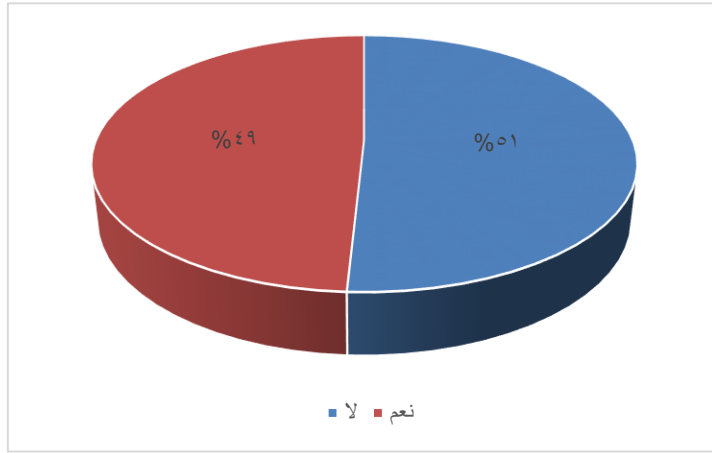
التوصيات

١- إيجاد صندوق طوارئ لتقديم الدعم المالي أو قروض ميسرة للشركات وبمبالغ صغيرة سيساهم في مساعدتها على الاستمرارية.

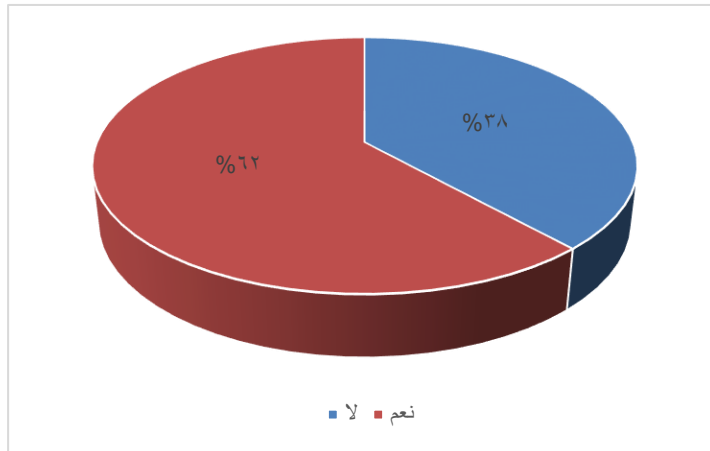


- ٢- ضرورة ارتباط أي دعم مالي ببناء القدرات المالية والإدارية لتتبع نتائج الدعم فوراً.
- ٣- الحاجة الملحة إلى وجود مدد سماح طويلة نسبياً لكافة القطاعات الاقتصادية وتقارب السنة إن أمكن.
- ٤- زيادة التوعية حول القرارات والإجراءات المتخذة بشأن تأجيل أقساط القروض والدفعات.
- ٥- إيجاد آلية دعم للشركات الميكروية والصغيرة مختلفة عن الشركات المتوسطة والكبيرة وعمل حزمة إقتصادية خاصة بها تعتمد على خصوصيتها.

الشكل رقم 34 قيام الشركات بالتواصل مع الجهات الحكومية لإصدار تصاريح العمل



الشكل رقم 35 رأي الشركات حول إمكانية مواجهتها لأي صعوبات حول الضرائب والرسوم الحكومية



الشكل رقم 36 وجود خطة لدى الشركات للعودة إلى العمل بعد انتهاء الأزمة

