



المؤتمر العلمي الرابع
الثاني دوليا

نحو تحولات اقتصادية ونوعية
لتحقيق اهداف التنمية المستدامة

كلية الادارة والاقتصاد - الجامعة العراقية

تحليل العلاقة بين المقاطعة الاقتصادية المستدامة
وجائحة كورونا (المقاطعة الاقتصادية للسلع
والخدمات التركية في اقليم كردستان - العراق -
انموذجا)

أ.م. د. أيوب أنور حمد سماقةي

جامعة صلاح الدين - أربيل

الباحثة

وفاء جوهر عثمان

تحليل العلاقة بين المقاطعة الاقتصادية المستدامة وجائحة كورونا
(المقاطعة الاقتصادية للسلع والخدمات التركية في إقليم كردستان- العراق- انموذجا) (*)

الباحثة
وفاء جوهر عثمان
Wafajawhar81@gmail.com

أ.م.د. أيوب أنور حمد سماقي
جامعة صلاح الدين- أربيل
كلية الإدارة والاقتصاد – قسم لاقتصاد-
ayub.smaqaey@su.edu.krd

المستخلص

جائحة كورونا أو ما يسمى ب(COV-2019 coronavirus) و الأغلاق التام والتباعد الاجتماعي ، والتي بدأت تأخذ أبعاداً اقتصادية واجتماعيةً ونفسية ، ظهرت تأثيراتها على استدامة المقاطعة وعلى اتجاه المستهلك في السوق، ونتيجة لذلك استهدف البحث تسليط الضوء على تحليل العلاقة بين المقاطعة الاقتصادية المستدامة وجائحة كورونا في إقليم كردستان-العراق . ومن خلال نتائج البحث يتبين أن الحجر الصحي تمكن في تغيير اتجاه المستهلك الكوردي نحو سعر السلعة ذات الجودة العالية والامنة صحياً على حساب السلعة الرديئة، و نحو مكان التسوق الاقرب على حساب الأماكن البعيدة، ونحو المنتج والمفاضلة بين السلع والخدمات التركية وبدائلها ، ونحو شراء المنتج بالجملة وبكميات كبيرة ، وان المستهلك الكوردي أقل انجذاباً نحو مغريات الترويج و متسرع (متسرعين) بالانفاق دون وجه حاجة ، وأخيراً أوصى البحث بمجموعة من التوصيات الهامة منها نشر الوعي الكافي حول ثقافة واهمية المقاطعة الاقتصادية المستدامة للسلع والخدمات التركية، و خلق المرونة في الجهاز الانتاجي المحلي، والعمل على تعريف المستهلك الكوردي بالسلع والخدمات المحلية ، و تعريف المقاطعين ببدائل السلع والخدمات التركية.

المصطلحات الرئيسية للبحث/ المقاطعة الاقتصادية المستدامة ، جائحة كورونا ، اتجاه المستهلك.

Analysis of the relationship between the sustainable economic boycott and the Corona pandemic (The economic boycott of Turkish goods and services in the Kurdistan Region - Iraq - as a model)

Assist.prof.Dr.Ayub A.Hamad smaqaey
College of Administration and Economics
Salahaddin Universty/Erbil
ayub.smaqaey@su.edu.krd

Wafa Jawhar Othman
researche
Wafajawhar81@gmail.com

Abstract:

The Corona pandemic or the so-called (COV-2019 coronavirus) and the complete closure and social divergence, which began to take on economic, social and psychological dimensions, showed their effects on the sustainability of the boycott and the consumer's attitude in the market, and as a result the

(*) بحث مستل من اطروحة دكتوراه والموسومة(تحليل العلاقة بين المقاطعة الاقتصادية المستدامة للسلع والخدمات التركية واتجاه المستهلك في اقليم كردستان-العراق).

research aimed to highlight the analysis of the relationship between the sustainable economic boycott and the pandemic Corona in the Kurdistan Region - Iraq. Through the results of the research, the quarantine is able to change the Kurdish consumer's attitude towards the price of a high-quality and health-safe commodity at the expense of the poor one, and towards the nearest shopping place at the expense of distant places, and towards the product and the comparison between Turkish goods and services and their alternatives, and towards purchasing the product in bulk and in large quantities. , and that the Kurdish consumer is less attracted to the temptations of promotion and is hasty (hasty) to spend unnecessarily, and finally the research recommended a set of important recommendations, including spreading sufficient awareness about the culture and importance of sustainable economic boycott of Turkish goods and services, and creating flexibility in the local production system, and working on Familiarizing the Kurdish consumer with local goods and services, and introducing the boycotters to alternatives to Turkish goods and services

Keywords: Sustainable economic boycott, Corona pandemic, consumer orientation.

المقدمة:

علماء الاقتصاد يهتمون بدراسة اتجاهات جمهور المستهلكين والمستثمرين وحركة رؤوس الأموال، حيث يتم بناء السياسات الاقتصادية وخطط تحقيق التنمية الاقتصادية على أساس تحديد تلك الاتجاهات ، اذن يمكن اعتبار اتجاهات المستهلكين من بين المواضيع الهامة بالنسبة للاقتصاديين ورجال التسويق والمنتجين وهي الأكثر تعقيداً حيث لايمكن إعداد أي خطة تسويقية أو إنتاجية دون معرفة اتجاهات المستهلكين.

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث من أهمية أثار إجراءات (coronavirus nCOV-2019) على المقاطعة الاقتصادية المستدامة للسلع والخدمات التركية واتجاه المستهلك في اقليم كردستان-العراق.

مشكلة البحث: :

ماهي اثر أزمة (coronavirus COV-2019) على المقاطعة الاقتصادية المستدامة وعلى اتجاه المستهلك الكوردي في اقليم كردستان-العراق؟

هدف البحث:

التعرف على اثار جائحة كورونا على اتجاه المستهلك نحو السلع والخدمات المحلية والسلع والخدمات التركية في اقليم كردستان-العراق. فرضية البحث:

يوجد تأثير جائحة كورونا (coronavirus nCOV-2019) على المقاطعة الاقتصادية وعلى اتجاه المستهلك الكوردي في اقليم كردستان-العراق تجاه السلع والخدمات التركية.

مجالات البحث:

المجال المكاني: اقليم كردستان-العراق.

المجال البشري: عينة من المستهلكين الكورد في اقليم كردستان-العراق .

المجال الزمني: مدة توزيع وجمع البيانات عن طريق الاستبانة من تاريخ (2021/2/10) إلى (2022/ 12/10)

منهجية البحث:

الإجراءات المنهجية للبحث:

1-نوع البحث : أن هذا البحث هو دراسة وصفية وتحليلية تركز على جمع البيانات عن أثر المقاطعة الاقتصادية المستدامة للسلع والخدمات التركية على اتجاه المستهلك في ظل جائحة كورونا في اقليم كردستان-العراق ، وتحليلها لغرض التوصل الى استنتاجات محددة حولها.

2-المنهج المستخدم: ان المنهج المستخدم في هذا البحث هو أستطلاعات الرأي عن طريق أستمارات الأستبيان للتقصي عن تصورات المستهلكين الكورد في اقليم كردستان-العراق، عن طريق العينة وذلك باختيار عينة من المستهلكين الكورد في عدد من قرى و مدن اقليم كردستان-العراق ، وقد تم أستعمال العينات العشوائية وقد كانت عينات البحث هي(1569) مستهلك .

3-أدوات جمع البيانات: لقد قام الباحث بتصميم استمارات استبيان بأسلوب معياري بشكل يقترب من المقاييس منه إلى الاستبيانات ، لكي يعالج البيانات إحصائياً ويقف على العلاقة بين كل من العناصر بشكلها الكلي والجزئي .

خطة البحث: ولغرض دراسة فكرة البحث تم تجزئة البحث الى محورين : المحور الأول: يبحث في مفهوم المقاطعة واتجاه المستهلك و جائحة كورونا ، في حين يركز المحور الثاني على عرض وتحليل النتائج المرتبطة بسؤال البحث، وفي نهاية البحث تم التوصل الى عدد من التوصيات والأستنتاجات.

المحور الاول: مفهوم المقاطعة واتجاه المستهلك و جائحة كورونا.

اولاً: مفهوم المقاطعة الاقتصادية:

يعرف فريدمان(Friedman) المقاطعة الاقتصادية (Economic Boycott) بأنها محاولة من طرف واحد أو أكثر لتحقيق أهداف معينة من خلال حث المستهلكين الأفراد على الامتناع عن القيام بعمليات شراء السلع والخدمات في السوق (Jill Gabrielle Klein, N. 2003, Craig Smith & Andrew John,1,2003). وقد تم تعريفها على أنها أي رفض وتحريض على رفض التعاملات التجارية والأجتماعية مع الأطراف التي يراد الضغط عليها حسب دائرة المعارف البريطانية(Encyclopedia Britannica)(الطلاع وجوده ،2017،237). ويمكن القول بان المقاطعة هي امتناع المستهلكين عن استهلاك سلع وخدمات معينة لسبب عيب في المنتج او ارتفاع اسعاره أو أسباب أخرى سياسية أو دينية أو ثقافية أو عرقية . المقاطعة إذن ليست مجرد موقف و رسالة واحتجاج رمزي، بل استخدام شرعي لحرية الاختيار، المقاطعة هي أسهل وسائل الاحتجاج عملياً، وأقلها حمداً، ولا تتطلب منا سوى استبدال بعض السلع والخدمات ببديل أخرى غالباً ما تكون متوفرة.(ساقه بي،2020،3).

ثانياً: مفهوم المقاطعة الاقتصادية المستدامة: The concept of the sustainable economic boycott :

أن المقاطعة الاقتصادية (Economic Boycott) ليست وليدة هذا العصر، بل هي اسلوب معروف من أساليب الضغط والاحتجاج، فالتاريخ مليء بالأمثلة التي تشهد على فعالية هذه الوسيلة لإضعاف الخصم وإنهائه، لكن استدامة المقاطعة هو السبيل الوحيد للنجاح الكامل، لذا يمكن تعريف المقاطعة الاقتصادية المستدامة Sustainable Economic Boycott بأنها استمرار وأنتقال المقاطعة من الجيل الحالي الى الجيل القادم لكي نبنى ونعتمد على الانتاج المحلي وبناء القاعدة الصناعية المحلية للجيل الحالي والجيل القادم، (ساقه بي، 2020، 2) اذن المقاطعة الاقتصادية المستدامة (Sustainable Boycott) هي سلوك رمزي وروماني للمقاومة ، ألى أن تكون جزء في مشاريع سياسية للمقاومة ، وألى أن يكون البديل الاقتصادي متوفراً، والبرنامج الذي يستطيع استثمار المقاطعة بنتائج سياسية، ويمتلى التاريخ بأمثلة المقاطعات الاقتصادية التي لم تكن ناجحة إلا عندما أصبحت أحد شروط المقاومة والنضال بأوسع معانيها، اذن يجب ان تكون هناك مقاطعة يتحول من الجيل الحالي الى الجيل القادم، ويجب ان تستمر مقاطعة السلع والخدمات التريكة بشكل خاص والسلع والخدمات الأجنبية بشكل عام، لاسيما السلع المنتجة محلياً في اقليم كردستان-العراق(ساقه بي، 2020، 5) .

ثالثاً: مفهوم اتجاه المستهلك Consumer Trend Concept

هناك تعاريف متعددة لاتجاه المستهلك، سنعرض منها مايلي:

- لايمكن ملاحظة ميول المستهلكين بشكل مباشر، بل يمكن أستنتاجها عن طريق أقوالهم وأفعالهم وسلوكياتهم عندما يواجهون احداتاً أو مواقف أو منتجات ، لذلك يعرف الاتجاه بأنه حالة ذهنية حياتية للاستعداد وللأستجابة، يتم تنظيمها عن طريق الخبرة لتترك تأثيرات ديناميكية موجهة على السلوك(رانة بركاني، 2015، 27) .

- هي ميل أو استعداد ذهني للفرد تنظمه خبراته الشخصية للاستجابة لصالح أو ضد نوع من الأشياء أو المواقف أو الموضوعات أو الأفراد.

- او هو تجسيد عن التراكبات المعرفية الحاصلة في المعتقد والقيمة ، والتي يتبعها مستوى التعلم ليكون بالتالي مجموعة من الاتجاهات عند الأفراد والتي يعبرون بها عن سلوكهم الذي يقومون باتباعه عند التفاعل مع الآخرين (بوحيل محمد، حاج مخناش كمال، 2021، 12).

رابعاً: أنواع اتجاه المستهلك Types of Consumer Trend

تنقسم الاتجاهات إلى عدة أنواع منها (مسعود، 2004، 5).

1- الاتجاه القوي مقابل الاتجاه الضعيف: تكون مواقف الأفراد من أهداف الاتجاه مواقف حادة لارفق فيها ولا تساهل ، أما الاتجاه الضعيف فيكون موقف الأفراد ضعيفين ومستسلمين .

2- الاتجاه الموجب مقابل الاتجاه السالب: فالاتجاه الموجب هو ما يقوم بدفع الأفراد الفرد نحو شيء ما، أما الاتجاه السالب فهو ما يجعل الفرد بعيداً عن شيء ما.

3- الاتجاه العلني مقابل الاتجاه السري: فالاتجاه العلني هو ما يجعل الفرد غير حرجاً من كشفه وأظهاره أمام الآخرين ، أما الاتجاه السري فهو ما يحاول الأفراد إخفاؤه عن الآخرين وقد يقومون بإنكاره.

4- الاتجاه الجماعي مقابل الاتجاه الفردي: يكون الاتجاه الجماعي اتجاه مشترك بين عدد كبير من الناس كالإعجاب بأحد المشاهير، أما الاتجاه الفردي فهو يميز كل فرد عن الآخر فإعجاب الفرد بوالديه هو اتجاه فردي.

خامساً: مكونات اتجاهات المستهلك: Components of Consumer Trends

في رأي أغلب الباحثين في علم النفس الاجتماعي، هناك ثلاث عناصر أساسية لكل اتجاه وهي عنصر إدراكي أو ما يسمى الأفكار والمعتقدات، وعنصر عاطفي أو تأثيري أو شعوري أو وجداني أما العنصر الثالث فهو سلوكي (بوحيل محمد، حاج مخناش كمال، 2021، 12) . وما يلي العناصر الثلاثة للاتجاه:

1- المكون الإدراكي: (زهراء و أحلام، 2013، 18).

يعتبر أول عنصر من عناصر الاتجاهات ، يتعلق بالمعارف والمعتقدات والاراء التي يتبناها الفرد تجاه أشياء ومواضيع معينة نتيجة خبرات معينة، ودراسات ومعلومات مختلفة، فيتكون هذا البعد بشكل رئيسي نتيجة للتعلم والمعرفة.

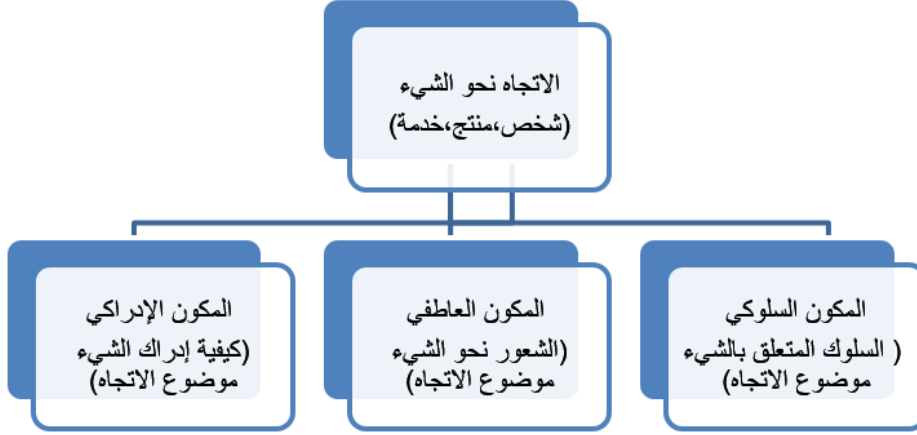
2- المكون العاطفي: (لونيس ، 2007، 36).

ويتألف من رد الفعل العاطفي وقوة الأنفعال ذات العلاقة بمشاعر ووجدانية وعواطف الأفراد أو موضوع الاتجاه وهو يشمل أحساس وشعور الفرد كالتعاطف، المودة، والأحترام، وقد يحتوي أيضاً مشاعر وأحاسيس أكثر سلبية كالكرهية و الاحتقار، وهذا ما يكون طاقة الأنفعال التي ترافق التغييرات النمطية للأفراد حول موضوع الاتجاه بالشكل الذي يميزه عن غيره فيكون أما اتجاه إيجابي أو سلبي.

3- المكون السلوكي:

ويقصد بها الميول والتصرفات في الخطوات الإجرائية التي تتعلق بتصرفات الأفراد حول موضوع الاتجاه بالشكل الذي يشير الى تقبله أو أنكاره على أساس الفكر النمطي حول الاحساس الوجداني المرتبط به. ويعتبر هذا المكون هو ما يشكل السلوك الفعلي وهو التحصيل النهائي

لفكر الأفراد وأفعالهم حول ما تثيره تلك المواضيع بالشكل الذي يضمن أستجابتها على شكل خطوات بشكلها الآجرائي واللفظي أو غير اللفظي بالشكل الذي يكون الاتجاه العام بشكل إيجابي أو سلبي تجاه موضوع أو ظاهرة معينة. كما هو موضح في الشكل الآتي:



شكل (1) مكونات اتجاه المستهلك

المصدر: من العمل الباحثين.

سادساً: **ظهور جائحة كورونا:** ظهرت (coronavirus nCOV-2019) في كانون الاول من عام 2019 في مدينة ووهان عاصمة محافظة هوبي الصينية. على الرغم من انحصار تفشي المرض في الصين، إلا أن هذه الجائحة لاتزال تواصل انتشارها في جميع أنحاء العالم مع زيادة يومية في عدد البلدان المتضررة (الزبيدي والأخرون، 2020، 151).

سابعاً: **أجراءات ضد انتشار فيروس كورونا-19 :**

بناءً على مستويات الانتشار العالمية والمستمرة لهذا الفيروس أعلن المدير العام لمنظمة الصحة العالمية بأن (nCOV-2019 coronavirus) يمثل جائحة أو وباء (World Health Organization, WHO announces COVID-19 outbreak a pandemic, March 12th, 2020) واتخذت حكومة إقليم كردستان -العراق في جميع المدن اجراءات احترازية مشددة، ومن تلك الاجراءات هي التباعد الاجتماعي (Social Distancing) و الاغلاق التام (Total Lock down) (ساقه بي، 2020، 2).

المحور الثاني: تحليل استمارة الاستبيان.

الجانب التطبيقي: يتناول هذا البحث التحليل الإحصائي لعينة الدراسة بشأن تأثير أزمة كوفيد-19 على المقاطعة الاقتصادية وعلى اتجاه المستهلك الكوردي في إقليم كردستان-العراق للعام 2022 من خلال دراسة الخصائص الشخصية للمبحوثين وقرارات الاستبانة، فضلاً عن قياس متغير الدراسة، واختبار فرضية الدراسة، حيث تم توزيع (1600) استمارة، استرد منها (1580) وكانت (1569) منها تصلح للتحليلات في برنامج (SPSS-26) للتحليل الإحصائي.

1- الوصف الإحصائي للخصائص الشخصية: أن الخواص الشخصية للعينات التي شملها الأستطلاع تم تلخيصها في الجدول (1):

الجدول (1): الوصف الإحصائي للخصائص الشخصية

- الوصف الإحصائي للخصائص الشخصية: أن الخواص الشخصية للعينات التي شملها الأستطلاع تم تلخيصها في الجدول (1):

الخاصية الشخصية	الفئات	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	830	52.9%
	أنثى	739	47.1%
العمر	29-18	757	48.25%
	39-30	406	25.88%
	49-40	276	17.59%
	59-50	111	7.07%
	60 سنة فأكثر	19	1.21%
المؤهل العلمي	إبتدائية	102	6.50%
	ثانوية	266	16.95%
	دبلوم	364	23.20%
	بكالوريوس	723	46.08%
	ماجستير	66	4.21%
	أخرى	48	3.06%
مستوى الدخل	ضعيف	181	11.54%
	متوسط	587	37.41%
	جيد	536	34.16%
	جيد جداً	219	13.96%
	ممتاز	46	2.93%
مكان الإقامة	أربيل	594	37.86%
	السليمانية	507	32.31%
	دهوك	308	19.63%
	حلبجة	160	10.20%
المجموع		1569	100%

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي الجاهز SPSS والبرنامج EasyFit

من خلال الجدول رقم (1) نلاحظ أن أكبر نسبة مبحوثة لنوع الجنس كانت من فئة الذكور حيث بلغت 52.9% مقابل فئة الإناث التي بلغت 47.1%، و لخاصية العمر كانت أكبر نسبة مبحوثة من الفئة العمرية الشابة (18-29) سنة حيث بلغت 48.25% تأتي بعدها الفئة العمرية (30-39) سنة والتي كانت نسبتها 25.88%، ثم تأتي بعدها الفئة العمرية (40-49) سنة والتي كانت نسبتها 17.59%، بينما كانت الفئة العمرية (50-59) سنة بنسبة أقل و قيمتها 7.07%، وأخيراً كانت الفئة العمرية (60 سنة فأكثر) في المرتبة الأخيرة ونسبة قليلة جداً بلغت 1.21%، و لميزة المؤهلات العلمية، ومن الجدير بالملاحظة أن أعلى النسب التي تم بحثها كانت تحصيلها العلمي (بكالوريوس) حيث أن قيمتها كانت 46.08% تأتي بعدها فئة التحصيل العلمي (دبلوم) والتي كانت قيمتها 23.2%، ثم تليها فئة المؤهل العلمي (ثانوية) والتي بلغت 16.95%، بينما كانت فئة المؤهل العلمي (إبتدائية) بنسبة أقل بلغت 6.5%، والتي تليها فئة المؤهل العلمي (ماجستير) بنسبة ضئيلة بلغت 4.06%، وأخيراً كانت فئة المؤهل العلمي (أخرى) في المرتبة الأخيرة بنسبة قليلة جداً بلغت 3.06%، ومن الجدير بالملاحظة أنه لخاصية مستوى الدخل فإن أعلى نسبة مبحوثة هي من فئة مستوى الدخل (متوسط) حيث بلغت 37.41% تليها فئة مستوى الدخل (جيد) والتي بلغت 34.16%، ثم تليها فئة مستوى الدخل (جيد جداً) والتي بلغت 13.96%، بينما كانت فئة مستوى الدخل (ضعيف) بنسبة أقل بلغت 11.54%، وأخيراً كانت فئة مستوى الدخل (ممتاز) في المرتبة الأخيرة بنسبة ضئيلة جداً بلغت 2.93%، وأخيراً لخاصية مكان الإقامة

نلاحظ أن أكبر نسبة ملحوظة كانت من فئة مكان الإقامة (أربيل) حيث بلغت 37.86% تليها فئة مكان الإقامة (السليمانية) والتي بلغت 32.31%، بينما كانت فئة مكان الإقامة (دهوك) بنسبة أقل بلغت 19.63%، وأخيراً كانت فئة مكان الإقامة (حلبجة) في المرتبة الأخيرة بنسبة ضئيلة جداً بلغت 10.2%، وهو ما يلائم تماماً توزيع عدد سكان محافظات إقليم كردستان.

المرتبة الأخيرة بنسبة ضئيلة جداً بلغت 10.2%، وهو ما يلائم تماماً توزيع عدد سكان محافظات إقليم كردستان.

2- قياس متغير الدراسة: للاستخدام الكمي تم قياس متغير الدراسة الذي يمثل "أزمة كوفيد-19 وتأثيراتها على المقاطعة الاقتصادية وعلى اتجاه المستهلك الكوردي في إقليم كردستان-العراق" بالمتوسط العام إلى (7) فقرات، مع عمل تحليلات وصفية لها والتي تم تلخيصها على أساس التدرج في مستوى الإتفاق (المتوسط) ونسبة الإتفاق مع الإنحراف المعياري في الجدول رقم (2) الذي يوضح أن المتوسط العام لمتغير الدراسة كانت قيمته (2.3153) وهو أكبر من المتوسط الإفتراضي (2) بما قدره (0.3153) والذي يشير إلى اتفاق العينة المبحوثة مع إختيار (اتفق) بنسب إتفاق قيمتها 77.18% وإنحراف معياري محدود قيمته (0.7364) وهذا يشير إلى وجود تقارب في آراء العينات التي تم استخدامها في البحث وعدم حصول تشتت حول فقرات قياس متغير الدراسة. وكانت كل متوسطات فقرات هذا المتغير أكبر من المتوسط الإفتراضي (2). وحصل السؤال السادس "الاتجاه نحو مكان التسوق، المستهلك سيفضل المحلات الأقرب ويكون خيار المفاضلة على حساب الأماكن البعيدة" على أعلى متوسط قيمته (2.4474) وهو أكبر من المتوسط الإفتراضي (2) بما قدره (0.4474) مع نسبة إتفاق قيمتها 81.58% وإنحراف معياري قدره (0.71958)، ليأتي بعده السؤال الرابع "الاتجاه نحو السعر، المستهلك سينفق الأكثر في شراء الاحتياجات الأساسية والصحية الأكثر جودة، لان المستهلك مستعد لدفع مبلغ أكبر كي يحصل على نوعية السلع التي تشعره بالامان" بمتوسط قيمته (2.4092) وهو أكبر من المتوسط الإفتراضي (2) بما قدره (0.4092) مع نسبة إتفاق قيمتها 80.31% وإنحراف معياري مقداره (0.70589) في حين أن السؤال السابع "المستهلك متسرع (متسرعين) بالاتفاق دون وجه حاجة" أحتل الترتيب الأخير بمتوسط قدره (2.2091) وهو أكبر من المتوسط الإفتراضي (2) بقيمة قدرها (0.2091) مع نسبة إتفاق قيمتها 73.64% وإنحراف معياري بقيمة قدرها (0.82585)، وقد كانت بقية الفقرات بمتوسطات ونسب إتفاق مختلفة تتدرج بين أعلى وأقل قيمة .

الجدول رقم (2): الإحصاء الوصفي لفقرات متغير الدراسة

التسلسل	الفقرات	الوسط	نسبة الإلتحاق	الإلتحاق المعياري
y7y6	الاتجاه نحو مكان التسوق، المستهلك سيفضل المحلات الأقرب ويكون خيار المفاضلة على حساب الأماكن البعيدة	2.4474	81.58	.71958
y7y4	الاتجاه نحو السعر، المستهلك سيفتح الأكثر في شراء الاحتياجات الأساسية والصحة الأكثر جودة، لان المستهلك مستعد لدفع مبلغ أكبر كي يحصل على نوعية السلع التي تشعره بالامان	2.4092	80.31	.70589
y7y3	الاتجاه نحو المنتج، الحجر الصحي تؤدي الى زيادة وعي المستهلك الكوردي وتغير عاداته الاستهلاكية، وتولد المفاضلة بين السلع والخدمات الترفيهية وبدائلها	2.3397	77.99	.73537
y7y2	الاتجاه نحو المنتج، المستهلك يميل الى الشراء بالجملة وبكميات كبيرة وتخزين السلع الاساسية والصحية	2.3276	77.59	.70513
y7y1	الاتجاه نحو المنتج، فأن سلوك المستهلك الكوردي سيركز على شراء السلع والخدمات المحلية على حساب السلع والخدمات الترفيهية	2.2371	74.57	.77583
y7y5	الاتجاه نحو الترويج، المستهلك أقل انجذاباً نحو مغريات الترويج، كالهدايا المجانية، فسلوك الشراء يعتمد على ضرورية و أولوية السلع	2.2371	74.57	.68689
y7y7	المستهلك متسرع (متسرعين) بالانفاق دون وجه حاجة	2.2091	73.64	.82585
المتوسط		2.3153	77.18	0.7364

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي الجاهز SPSS والبرنامج EasyFit

3- اختبار فرضية البحث: تناول البحث اختبار الفرضية الآتية:

فرضية العدم: لا يوجد تأثير لأزمة كوفيد-19 على المقاطعة الاقتصادية وعلى اتجاه المستهلك الكوردي في اقليم كردستان-العراق

الفرضية البديلة: يوجد تأثير لأزمة كوفيد-19 على المقاطعة الاقتصادية وعلى اتجاه المستهلك الكوردي في اقليم كردستان-العراق

سيتم هنا اختبار وجود اتفاق حول فقرات متغير الدراسة (تأثير أزمة كوفيد-19 على المقاطعة الاقتصادية وعلى اتجاه المستهلك الكوردي في اقليم كردستان-العراق) من قبل أفراد العينة المبحوثة الذي تضمن (7) فقرات بالاعتماد على مدى اتفاقهم مع فرضية الدراسة وبالتحديد اختبار متوسط العينة يساوي المتوسط الافتراضي (2) لإجابات المبحوثين ضد أكبر من المتوسط الافتراضي (2). وعلى هذا الأساس تم استخدام اختبار t-المعلمي (Ali, 2022) ولخصت النتائج في الجدول الآتي:

الجدول (3): اختبار فرضية الدراسة

قيمة معمل الاختبار = 3						
متغير الدراسة	الوسط الحسابي	فرق الوسطين	متوسط الخطأ المعياري	t المحسوبة	t الجدولية	درجات الحرية
تأثير أزمة كوفيد-19 على المقاطعة الاقتصادية وعلى اتجاه المستهلك الكوردي	2.3153	0.3153	0.0095	33.371	1.640	1568
						قيمة p
						0.000

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي الجاهز SPSS والبرنامج EasyFit

من خلال الجدول (3) نلاحظ أن متوسط إجابات الاتفاق مع فرضية متغير الدراسة (تأثير أزمة كوفيد-19 على المقاطعة الاقتصادية وعلى اتجاه المستهلك الكوردي) بلغت (2.3153) وهو أكبر من متوسط مقياس ليكرت الثلاثي بمقدار (0.3153) في حين كانت قيمة p- تساوي (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) وقيمة t- المحسوبة بلغت (33.371) وهي أكبر من قيمتها الجدولية تحت مستوى المعنوية (0.05) ودرجات حرية تساوي (1568) التي بلغت (1.640) مما يعني رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود اتفاق حول تأثير أزمة كوفيد-19 على المقاطعة الاقتصادية وعلى اتجاه المستهلك الكوردي والتي تم اختبارها وإمكانية تعميم نتائجها على المجتمع ككل.

الاستنتاجات:

1- في الفقرة رقم (1) يتبين أن (74.57%) من أفراد العينة يتفقون على أن المستهلك الكوردي سيركز على شراء السلع والخدمات المحلية على حساب السلع والخدمات التركية، مما يدل على أن هناك تغير في الاتجاه المستهلك الكوردي نحو السلع والخدمات التركية، أي الاتجاه سلبى نحو السلع والخدمات التركية والاتجاه الإيجابي نحو السلع والخدمات المحلية.

2- في الفقرة رقم (2) يتبين أن (77.59%) من أفراد العينة يتفقون على أن المستهلك الكوردي يميل إلى شراء بالجملة وكميات كبيرة وتخزين السلع الأساسية والصحية، مما يدل على أن هناك تغير في الاتجاه المستهلك الكوردي نحو المنتج أي شراء بالجملة وبالكميات الكبيرة على حساب شراء الكميات القليلة والشراء بالمفرد.

3- في الفقرة (3) يتبين أن (77.99%) من أفراد العينة يتفقون على أن الحجر الصحي تؤدي إلى زيادة وعي المستهلك الكوردي وتغير عاداته الاستهلاكية، وتولد المفاضلة بين السلع والخدمات التركية وبدائلها، مما يدل على أن هناك تغير في الاتجاه المستهلك الكوردي نحو المنتج، أي المفاضلة والمقارنة بين السلع والخدمات التركية وبدائلها.

4- في الفقرة رقم (4) يتبين أن (80.31%) من أفراد العينة يتفقون على أن يتفقون الأكثر في شراء الاحتياجات الأساسية والصحية الأكثر جودة، لأن المستهلك الكوردي مستعد لدفع أكثر كي يحصل على نوعية السلع التي تشعره بالأمان، مما يدل على أن هناك تغير في اتجاه المستهلك الكوردي نحو سعر السلعة ذات الجودة العالية والأمنة صحياً.

5- في الفقرة رقم (5) يتبين أن (74.57%) من أفراد العينة يتفقون على أن المستهلك الكوردي أقل انجذاباً نحو مغريات الترويج، كالهدايا المجانية، فسلوك الشراء يعتمد على ضروريات وأولوية الاحتياجات الأساسية والصحية الغذائية.

6- في الفقرة رقم (6) يتبين أن (81.58%) من أفراد العينة يتفقون على أن المستهلك الكوردي سيفضل المحلات الأقرب ويكون خيار المفاضلة على حساب الأماكن البعيدة، مما يدل على أن هناك تغير في الاتجاه نحو التسوق الأقرب على حساب الأماكن البعيدة.

7- في الفقرة رقم (7) يتبين أن (73,64%) من أفراد العينة يتفقون على أن المستهلك الكوردي متسرع (متسرعين) بالاتفاق دون حاجته.

8- باستطاعة الحجر الصحي أن يغير اتجاه المستهلك الكوردي نحو سعر السلعة ذات الجودة العالية والامنة صحياً على حساب السلعة الرديئة، و نحو مكان التسوق الأقرب على حساب الأماكن البعيدة، ونحو منتج محدد والمفاضلة بين السلع والخدمات التركية وبدائلها، ونحو شراء المنتج بالجملة وكميات كبيرة، وان المستهلك الكوردي أقل انجذاباً نحو مغريات الترويج، و متسرع (متسرعين) في الاتفاق دون وجه حاجة.

التوصيات:

نشر الوعي الكافي حول ثقافة واهمية المقاطعات الاقتصادية المستدامة للمنتجات والخدمات التركية، عن طريق استعمال طرق التكنولوجيا المعاصرة وعن طريق البحوث العلمية، زيادة وخلق القدرة الانتاجية وتحريك الجهاز الانتاجي المحلي، اي خلق المرونة في الجهاز الانتاجي المحلي، والعمل على تعريف المستهلك الكوردي بالمنتجات المحلية ، و جعل المقاطعين يتعرفون على بدائل للمنتجات والسلع القادمة من تركيا.

المصادر:

اولاً: المصادر باللغة العربية:

- 1- بربار فاطمة زهراء، معمري أحلام، 2013، أثر العلاقات العامة على سلوك المستهلك النهائي، دراسة حالة شركة الأطلس لمشروبات بيبسي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، جامعة ألكلي محمد أولحاج البويرة. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، تخصص تسويق، جزائر.
- 2- بوجبل مجّد، حاج مخناش كمال، 2021، أثر العوامل الاجتماعية في اتجاه المستهلك الجزائري نحو خدمات التأمين، رسالة ماجستير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصفوف ميلة، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية والتجارية، جزائر.
- 3- رانة بركاني، 2015، الوعي الاستهلاكي ودوره في ترسيخ متطلبات المسؤولية الاجتماعية (دراسة حالة مديرية التجارة- أم البواقي)، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- 4- ساقتي، ايوب انور، 2021، تحليل العلاقة بين جائحة كورونا وأسعار بيع وابتجار العقارات السكنية في مدينة اربيل (دراسة تطبيقية لعام 2020)، مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والأدارية، المجلد 13 العدد3، السنة .
- 5- ساقتي، ايوب انور، 2020، تحليل العلاقة بين المقاطعة الاقتصادية المستدامة والانتاج المحلي (واقع و رؤية استشرافية لمدينة اربيل)، مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والأدارية، المجلد 12 العدد30، السنة .
- 6- الطلاع، عبدالرؤوف احمد، شاكر عادل جودة، 2017، فاعلية برنامج معرفي لتغير اتجاهات الشباب الفلسطيني نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية، مجلة جامعة الأقصى (سلسلة العلوم انسانية) المجلد الحادي والعشرون، العدد الثاني.
- 7- لونس علي، 2007، العوامل الاجتماعية و الثقافية و علاقتها بتغير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري دراسة ميدانية بسطيف، اطروحة دكتوراه، جامعة منتوري – قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية قسم علم النفس و العلوم التربوية و الارطوفونيا.
- 8- محمد مهدي جميل مسعود، 2004، مقارنة أسلوب ليكرت وثيرستون في قياس الاتجاهات نحو الرياضيات، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، قسم تخصص في القياس والتقييم، أربد، الاردن.
- 9- وليد عمي حسين الزيدي، فرست عمي شعبان، وضاح عامر حاتم، 2020، إجراءات جائحة فايروس كورونا (كوفيد-19) فرصة في تعزيز جودة التعميم في العراق دراسة استطلاعية، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والأدارية، المجلد 21 العدد.

ثانياً: المصادر باللغة الكوردية :

- 1- ساقتي، ايوب انور، كورد لة نيوان ثقرهتيداني بايكوت و بايكوتى ثقرهتيدان، رۇذنامەى هاولاقى، العدد، 4-2020. http://www.hawlati.co/page_detail?smart-id=12955
- 2- ساقتي، ايوب انور، كورۇناى ئابورى، هاولاقى، لة 27/3/2020. http://www.hawlati.co/page_detail?smart-id=12832

رابعاً: المصادر باللغة الانكليزية:

- 1- Ali, Taha Hussein. "Modification of the adaptive Nadaraya-Watson kernel method for nonparametric regression (simulation study)." Communications in Statistics-Simulation and Computation 51.2 (2022): 391-403.
- 2- Jill Gabrielle Klein, N. Craig Smith & Andrew John, WHY WE BOYCOTT: CONSUMER MOTIVATIONS FOR BOYCOTT PARTICIPATION AND MARKETER RESPONSES, London Business School, Centre for Marketing Working Paper, No. 03-702, June 2003.



المؤتمر العلمي الرابع الثاني دولياً

نحو تحولات اقتصادية ونوعية
لتحقيق اهداف التنمية المستدامة

كلية الادارة والاقتصاد - الجامعة العراقية

وقائع المؤتمر العلمي الرابع والثاني دولياً لكلية الادارة والاقتصاد – الجامعة العراقية
في بغداد للمدة 10-11/5/2023

الناشر: كلية الادارة والاقتصاد - الجامعة العراقية

الموقع الالكتروني للكلية:

[/https://ae.aliraqia.edu.iq](https://ae.aliraqia.edu.iq)

الهاتف : 07717408208

العراق – بغداد – حي الجامعة – شارع الربيع

الصفحات	البحث	اسماء الباحثين	ت
22-1	تحليل اثر متغيرات ثلاثية الفشل الاقتصادي في درجة السعادة للفرد العراقي للمدة 2010-2020	ا.د. سردار عثمان خضر باداويي م.م.فرهنگ عبدالكريم الياس م.د.ناصر هاشم محمد	1
34-23	تحليل العلاقة بين المقاطعة الاقتصادية المستدامة وجائحة كورونا - (المقاطعة الاقتصادية للسلع والخدمات التركية في اقليم كردستان- العراق- انموذجا)	أ.م. د. أيوب أنور حمد سماقيني وفاء جوهر عثمان	2
48-35	واقع المحاسبة عن الأصول البيولوجية (الزراعية) في البيئة المحلية، دائرة البستنة ووزارة الزراعة انموذجا	أ.م.د. الهام محمد واثق الباحث عمر حميد ناصف	3
65-49	الإدارة الرشيقة وتأثيرها في تعزيز الأداء التنظيمي المُستدام (دراسة استطلاعية لأراء عينة من العاملين في دائرة الطرق والجسور في البلديات العامة ووزارة التعمير والإسكان العراقية)	أ.م. مروان صباح أ.د. خالدية مصطفى عطا	4
87-66	اثر الشمول المالي والتنمية المالية على النمو الاقتصادي في العراق للمدة 2004 - 2019	أ.د. احمد حسين بنال م.د. عثمان فلاح مهدي	5
105-88	محددات الكفاءة الفائقة في القطاع المصرفي العراقي الخاص للمدة (2011-2020)	أ.د. وسام حسين علي العنيزي م.م. أمير مكرم بشير حسن العبيدي م.م. نهاد نوري علوان الفهداوي	6
120-106	تأثير كفاءة تكنولوجيا المعلومات للمدقق على عمليات التدقيق المستمر (الالكتروني)	م. د احمد عبد الحسن الابراهيمى م. د على محمد حسين م. م حسن طاهر بريبر	7
138-121	حاضنات الاعمال الخاصة بالمرأة وتأثيرها في تحقيق التنمية المستدامة	م. د احمد عبد الحسن الابراهيمى الباحثة: رواء محمد جاسم الكبيسي	8
152-139	دور الابتكار الصديق للبيئة (الايكو) في تحقيق الاخلاص للعلامة التجارية - دراسة استقصائية لعينة من الزبائن في مول بغداد	أ.د. نغم علي الصانغ م. م احمد عبد الحسن الابراهيمى	9
167-153	الجامعة الريادية ودورها في تعزيز ثقافة التنمية المستدامة / جامعة المستقبل انموذجا	م. د احمد عبد الحسن الابراهيمى م. م محمد سعدي كاظم م.م. البتول عبد المهدي	10
192 -168	العلاقة بين سلوكيات المواطنة التنظيمية و جودة الخدمة المصرفية المؤثرة في رضا عملاء البنوك التجارية الجزائرية دراسة حالة بنك التنمية المحلية	أ.د. معراج هواري	11
217 -193	تأثير القيادة الخادمة في اخلاقيات العمل: الثقة بالقيادة المتغير الوسيط دراسة ميدانية في دائرة المؤسسات الدينية والخيرية (ديوان الوقف السني)	أ. د صلاح الدين حسين صالح	12



وقائع المؤتمر العلمي الرابع والثاني دولياً لكلية الادارة والاقتصاد – الجامعة العراقية 2023/5/11-10

بغداد - 2023