

عمادة الدراسات العليا

جامعة القدس

التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين وكيفية تحقيق النمو

الاقتصادي في هذه الصناعة

منى موسى جميل دويك

رسالة ماجستير

القدس - فلسطين

1441هـ/2020م

التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين وكيفية تحقيق النمو

الاقتصادي في هذه الصناعة

إعداد

منى موسى جميل دويك

بكالوريوس هندسة إلكترونية / جامعة القدس / فلسطين

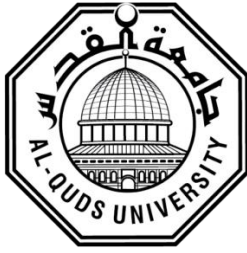
المشرف : الدكتور نضال درويش

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في إدارة الأعمال - عمادة

الدراسات العليا - جامعة القدس

القدس - فلسطين

1441هـ/2020م



جامعة القدس

عمادة الدراسات العليا

معهد الإدارة والاقتصاد

إجازة الرسالة

التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين وكيفية تحقيق النمو الاقتصادي في هذه الصناعة

اسم الطالبة: منى موسى جميل دويك

الرقم الجامعي: 21411405

المشرف: الدكتور نضال درويش

نوقشت هذه الرسالة، وأجيزت بتاريخ: 2020/1/5م من أعضاء لجنة المناقشة المدرجة

أسمائهم وتوقيعهم:

التوقيع:
التوقيع:
التوقيع:

1. رئيس اللجنة: د. نضال درويش

2. ممتحناً داخلياً: د. عروبة البرغوثي

3. ممتحناً خارجياً: د. سمير حزيون

القدس - فلسطين

1441هـ / 2020م

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع:

إلى من أوصاني بهما ربي خيراً، من علماني معنى العطاء والنجاح والصبر، والدي ووالدتي

أطال الله في عمرهما والذي يعجز اللسان عن شكرهما.

إلى من هم سندي ورفاق روحي: إخوتي الأعزاء، وأخواتي الكريمات.

إلى زوجي العزيز.

إلى الأحبة والأصدقاء جميعاً الذين لا مساحة لذكرهم.

إلى كل من ساندني في هذا العمل.

منى دويك

إقرار:

أقر أنا معدة هذه الرسالة بأنها قُدمت لجامعة القدس لنيل درجة الماجستير، وأنها نتيجة أبحاثي الخاصة باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة وأي جزء منها، لم يقدم لنيل أية درجة عليا لأي جامعة أو معهد آخر.

التوقيع:.....

الاسم: منى موسى جميل دويك

التاريخ: 2020/1/5م

شكر وعرّفان

أبدأ بشكري لله تعالى خالقي ومولاي على عظيم عطائه وحسن توفيقه في إنجاز هذا البحث، فالحمد لله كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه.

أتقدم بجزيل الشكر والعرّفان إلى كل من كان سبباً في إنجاز هذه الدراسة وأخص بالذكر الدكتور نضال درويش على الجهود والنصائح والتوجيهات القيمة من خلال إشرافه على هذه الدراسة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كافة أساتذتي في معهد الإدارة والاقتصاد في جامعة القدس، وإلى جامعتي التي نهلت منها العلم لعدة أعوام متواصلة.

وأشكر كل من ساندني في كل مرحلة من مراحل إعداد هذه الدراسة لذلك أتقدم بالشكر الجزيل إلى والدي الدكتور موسى دويك على التوجيهات والنصائح الثمينة، كما وأشكر الأخ إبراهيم مسك الذي بذل مجهود كبير في توزيع الاستبانة في مدينة الخليل، وإلى الأخوة العاملين في الاتحاد العام للصناعات الجلدية لتعاونهم في تقديم المعلومات اللازمة خلال إعداد الدراسة.

وختاماً أوجه شكري لأصدقائي وصديقاتي وزملائي وزميلاتي وأخص بالذكر صديقتي ديما بدر لمساعدتي في ترجمة ملخص الدراسة.

منى دويك

المخلص

يشكل القطاع الصناعي أحد أهم ركائز الاقتصاد الأساسية على مستوى دول العالم، لذا فإن دعم هذا القطاع والارتقاء بمستوى الصناعات الموجودة فيه يجب أن يكون هدفاً أساسياً من أهداف أي سياسة اقتصادية تنموية. يعتبر قطاع الصناعة التحويلية في فلسطين قطاعاً هاماً نظراً لمساهمته في توفير فرص العمل وزيادة الناتج المحلي الإجمالي، لذا ركزت هذه الدراسة على أحد أهم أقسام الصناعات التحويلية في فلسطين وهي صناعة الأحذية التي شكلت واحدة من أهم الروافد للاقتصاد الفلسطيني. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع صناعة الأحذية في فلسطين وتتبع التطورات والتغيرات التي طرأت عليها، ودراسة أداء هذه الصناعة وإنتاجيتها وتحديد دورها في الاقتصاد الفلسطيني، وتبسيط الضوء على أهم التحديات والمشاكل التي تواجهها وكذلك التعرف على أثر الاستيراد والانفتاح التجاري على هذه الصناعة، والمساهمة في وضع استراتيجيات وسياسات ملائمة لتحقيق النمو الاقتصادي فيها.

اشتملت الدراسة على ستة فصول، تناول الفصل الأول خلفية الدراسة من حيث أهمية الدراسة وأهدافها وأسئلتها. بينما اشتمل كل من الفصل الثاني والثالث على أدبيات الدراسة: تناول الفصل الثاني مفهوم الصناعة، ووضح هيكل القطاع الصناعي الفلسطيني وتصنيفاته المختلفة، وكذلك بين أهمية الصناعة في التنمية الاقتصادية ومساهمتها في الاقتصاد المحلي الفلسطيني، إضافة إلى النمو الاقتصادي في الصناعة. أما الفصل الثالث فقد تناول صناعة الأحذية في فلسطين حيث اشتمل على نبذة تاريخية عن قطاع صناعات الجلود والأحذية في فلسطين، بالإضافة إلى الواقع الحالي لصناعة الأحذية في فلسطين، وكذلك بين التحديات والمعوقات التي تعاني منها هذه الصناعة بالإضافة إلى توضيح دور الاستيراد الخارجي وتأثيره عليها. بينما تم استعراض منهجية الدراسة وإجراءاتها في الفصل الرابع. وفي الفصل

الخامس تم عرض نتائج أسئلة الدراسة ومناقشتها. واشتمل الفصل السادس على الاستنتاجات والتوصيات، إضافة إلى المراجع والملاحق.

اعتمدت الباحثة على الأسلوب التحليلي الوصفي لتحليل البيانات التي تم جمعها من مصادر أولية ومصادر ثانوية لأنه سيوصف الحالة كما هي على أرض الواقع. استخدمت الباحثة الأسلوب الكمي من خلال الاستبانة لجمع بيانات الدراسة، وقد تم إجراء مقابلة استطلاعية لأخذ معلومات أكثر عن طبيعة صناعة الأحذية في فلسطين من خلال مقابلة رئيس الاتحاد العام للصناعات الجلدية الفلسطينية السيد حسام الزغل، والتي ساعدت الباحثة في تكوين فقرات الاستبيان والتركيز على جوانب الضعف الأساسية في هذه الصناعة.

وقد خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج والاستنتاجات أهمها: ظهر أن أغلبية منشآت صناعة الأحذية في فلسطين تركز على صناعة المنتجات الستاتي والرجالي دون التركيز على أحذية الأطفال، والأحذية الشبابية. وقد تبين أن غالبية هذه المنشآت عانت من تراجع في مستوى إنتاجها في الآونة الأخيرة خاصة في آخر أربع سنوات. وقد توصلت الدراسة إلى أن الصين هي المنافس الأول والرئيس، يليها تركيا، الدول الأوروبية، ثم الدول العربية، على التوالي. وأن السوق المحلي هو السوق الرئيسي لمنتجات هذه الصناعة. وقد أظهرت الدراسة أهم التحديات التي تعاني منها هذه الصناعة وهي نقص العمالة المدربة فيها، وقصور في استخدام التكنولوجيا الحديثة في التصنيع، وارتفاع تكلفة الإنتاج، ومشاكل متعددة في كل من التمويل، والتسويق، والمنافسة والاستيراد. إلا أنه لا يوجد إجراءات حقيقية مرتبطة بالاحتلال تعيق صناعة الأحذية بشكل مباشر. وتبين أنه يمكن تطوير صناعة الأحذية في فلسطين برأي 30% من عينة الدراسة من خلال وضع قيود للحد من كمية الاستيراد ودعم أصحاب المصانع للتقليل منها. وأظهرت

الدراسة أن الدور المطلوب من الحكومة والهيئات المختصة في السلطة الوطنية لدعم هذه الصناعة يتمثل في تقديم تسهيلات لأصحاب الصناعة المحلية كتخفيف الضرائب، ودعم المنشآت، وزيادة نسبة دعم المنتجات المحلية.

ومن أهم التوصيات التي خلصت إليها هذه الدراسة: ضرورة تركيز الاهتمام لدى منشآت صناعة الأحذية على التنوع في التصاميم وتشجيع الابتكار فيها، وتطوير أدائها في إنتاج الأحذية الشبابية، وإيجاد أسواق جديدة بحيث تستطيع المنافسة فيها. وضرورة تحفيز العاملين على الإقبال على هذا القطاع مع التركيز على أهمية تدريبهم بشكل مكثف في مختلف المجالات وخاصة التصميم والتسويق، لتطوير المهارات الإدارية والفنية في القطاع. وأوصت أيضاً بضرورة تحديث طرق الإنتاج والآلات المستخدمة في التصنيع، وزيادة استخدام التكنولوجيا الحديثة في الصناعة. بالإضافة إلى توفير مصادر تمويل مناسبة لصناعة الأحذية والاستمرار في تقديم التسهيلات الحكومية من خلال تطبيق التعليمات الفنية الإلزامية لحماية السوق المحلي من المنتجات المستوردة.

The challenges facing the footwear industry in Palestine and how to achieve economic growth in this industry

Prepared by: Muna Mousa Jamil Dwek

Supervised by: Dr. Nidal Darwish

Abstract:

The industrial sector forms one of the very crucial economic basics globally, so the support of this sector and the promotion to the level of the available industries in it, must be a basic aim of any economic development policy. The convertible industry sector in Palestine is considered as an important sector due to its contribution in employment and the total local and gross production, so the study focused on one of the most important convertible industry in Palestine which is the footwear industry and which is considered as one of the most prominent income in Palestine. The study aimed to introduce the reality of footwear industry in Palestine, traced the developments and changes affected it, study of this industry performance and its productivity, specifying its role in Palestinian economy, and shedding light on the most important conflicts and issues that face, in addition to the introduction of the effect of import and the trading openness on this industry, and the contribution in placing the appropriate strategies and policies to achieve the economic growth in it.

The study contained 6 chapters, the first chapter discussed the background of the study germane its importance, aims and questions. While the second and the third chapters contained the theoretical framework of the study: the second chapter introduced the concept

of industry, and clarified the shape of the Palestinian industrial sector and its various classifications, and it also clarified the importance of industry in the economy development and its contribution in the Palestinian local economy sector, in addition to the economic growth in the industry. The third chapter discussed the footwear industry in Palestine and it contained a historical abstract about leather and footwear industry in Palestine, in addition to the current reality of the footwear industry in Palestine, moreover the conflicts and impediments that this industry suffers and to clarify the role of external import and its effect on it. while the methodology of study was discussed in the fourth chapter. In the fifth chapter the results of the study questions were discussed and shown. The sixth chapter contained the outcomes, recommendations, in addition to the references and appendixes.

The researcher followed the descriptive method to analyze the data and statistics she gathered from primary and secondary resources in order to describe the case-study as it is on reality, so the researcher used the quantitative method throughout questionnaire to collect the study data. Opinionate Interviews have been done to collect more information about the nature of footwear industry in Palestine by interviewing the chief of the General Union for the Palestinian leather industry Mr.Hussam Al-Zaghal which helped the researcher in constructing the questionnaire and focusing on the main weakness sides in the industry.

The study leads to many results and outcomes lurking in: most of the facilities have focused on both men and women productions without concentration on children and youth footwear. It has shown that most of footwear industry facilities suffered from the recession in its production level recently, definitely in the last four years . The study has reached out that China is the first and main competent, then Turkey, then European countries, then

Arabic countries respectively. The local market is the main market for the productions of this industry. The study has shown the most important challenges this industry suffer which are the lack in the trained workers, the disability in the usage of modern technology in industrialization, the rise in production cost, and more issues relevant to funding, marketing, competition and import, even though, there aren't any real procedures connected with the occupation impede the footwear industry directly. It was shown that it was able to develop the footwear industry in Palestine by voting of 30% of the study sample throughout restricting the amount of import on one side and supporting the factories' owners on the other hand. The study has shown that the role required from the government and the specialist committees in the Palestinian Authority to support this industry lurks in offering facilitations to the owners of the local industry like reduce the taxes, support facilities, increase the percentage of local industry support.

The most important recommendations this study extracted are: the necessity to focus on the attention by footwear industry facilities to variate in designs and encourage the innovation in it, develop its performance in youth production and find new market to enable competition in. The necessity to motivate the workers to involve in this industry with the heed to train them intensively in the various domains especially in designation and marketing to develop the administrative and technical skills in the sector. It also recommended the necessity to update the production methods, the mechanics used in industrialization, and to increase the modern technology used in industry, in addition to keep the appropriate funding resources for footwear industry, and the continual official support throughout implementing the required technical instructions to save the market from the import productions.

الفصل الأول

خلفية الدراسة

1.1 مقدمة

يلعب القطاع الصناعي دوراً مهماً في اقتصاديات بلدان العالم؛ إذ يعدّ من القطاعات الإنتاجية المهمة التي تساهم بشكل فعّال مع باقي قطاعات الإنتاج في زيادة الناتج المحلي الإجمالي، كما ويساهم في تشغيل الأيدي العاملة من جهة، وتوفير المنتج المحلي بدلاً من الاعتماد على المنتجات المستوردة من جهة أخرى. ويعد هذا القطاع من أهم ركائز الاقتصاد الأساسية على مستوى دول العالم، لذا فإن دعم هذا القطاع والارتقاء بمستوى الصناعات الموجودة فيه يجب أن يكون هدفاً أساسياً من أهداف أي سياسة تنموية شاملة.

إنّ هذا لا ينطبق بشكل تام على الدول النامية، حيث الدور المهمش والضعيف لهذا القطاع والنمو السريع الذي ينصب على قطاع الخدمات، نتيجة الهيمنة الاقتصادية للدول المتقدمة على هذه الدول، فقد جعلت منها أسواقاً استهلاكية غير قادرة على توفير احتياجاتها من السلع الأساسية (أحمد، 2017). ويعدّ الاقتصاد الفلسطيني من الاقتصادات النامية فهو يعاني من اختلالات هيكلية جعلته غير قادر على توفير السلع الإنتاجية الأساسية، ويمكن الاستدلال على هذه الاختلالات من خلال

ضعف مساهمة القطاعات الإنتاجية الفلسطينية -ومنها قطاع الصناعة- في الناتج المحلي الإجمالي، بالإضافة إلى التغير المستمر في الاتجاهات الاستهلاكية للمواطن الفلسطيني التي لا تتسجم مع دخله المتاح، مما ساهم بشكل مباشر في ضعف الصادرات الفلسطينية وتعميق العجز في الميزان التجاري الفلسطيني (الآغا والحلبي، 2019)، لكن العقبة الكبرى في مواجهة قطاع الصناعة في فلسطين لا تتوقف عند التخلف والتبعية فحسب، كما هو الحال في البلدان النامية، بل إنها تتمثل بدرجة أساسية بوجود الاحتلال الإسرائيلي (الصوراني، 2011). وبناءً على ذلك فإن تنمية القطاع الصناعي الفلسطيني يجب أن تأخذ في الحسبان الظروف والأوضاع الصعبة التي يعيشها الاقتصاد الفلسطيني، والمتمثلة بسياسات الاحتلال وممارساته والاتفاقيات الموقعة مع الجانب الإسرائيلي، والتي حالت دون تحقيق النمو المطلوب في الاقتصاد الفلسطيني.

ونظراً لأن الصناعات التحويلية تشكل أحد أهم الفروع المكونة للقطاع الصناعي الفلسطيني، وبسبب أهميتها ومساهمتها في التشغيل والناتج المحلي الإجمالي؛ إذ بلغت نسبة مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي 11.5% لعام 2018 (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2019)، لذا من المهم التركيز على دراسة فروع الصناعة التحويلية ومعرفة نقاط القوة والضعف لديها، والعمل على معالجتها، ووضع المقترحات والبدائل لتحسين أدائها وإنتاجها في فروعها المختلفة.

من أهم أقسام الصناعات التحويلية في فلسطين والتي سوف تبحث فيها هذه الدراسة هي صناعة الأحذية التي شكلت واحدة من أهم الروافد الاقتصادية في فلسطين عامةً والخليل خاصةً، فقد لعبت دوراً اقتصادياً فعالاً بالنسبة لبقية الصناعات التحويلية من حيث الإنتاج والتوظيف (مكحول، 2000). وستوضح الدراسة مدى مساهمة هذه الصناعة في الاقتصاد الفلسطيني، إذ أننا سنتعرف على واقعها

وظروفها الحالية وهيكلتها، بالإضافة إلى تحديد المشكلات والمعوقات التي تواجه هذه الصناعة والتي أدت إلى تراجعها وتراجع إنتاجها في السنوات الأخيرة، فقد انخفضت مساهمتها في القطاع الصناعي وبدأ إنتاجها بالتراجع بعد انطلاق انتفاضة الأقصى حيث أغلقت أبواب التصدير أمام الصناعات الفلسطينية وزادت حركة الاستيراد بلا ضوابط أو قيود، إلى أن وصلت ذروتها عام 2009-2010 ومن ثم بدأت المصانع بالتشافي وإعادة هيكلة التصنيع بعد العام 2012، وقد تراجع حجم الاستثمار في صناعة الأحذية في الضفة الغربية من 220 مليون دولار عام 2000 إلى 70 مليون دولار عام 2015 حسب التقرير السنوي لمركز التجارة الفلسطيني، وانخفض مستوى الإنتاج من عشرة ملايين زوج حذاء عام 2000 إلى 2.7 مليون زوج حذاء حتى نهاية عام 2016 حسب تقرير اتحاد الصناعات الجلدية الفلسطينية (المركز الفلسطيني للإعلام، 2017).

ومن هنا فإننا نأمل أن تسهم هذه الدراسة في تسليط الضوء على صناعة الأحذية في فلسطين، واقتراح بعض الحلول التي ستساعد على إعادة إنعاشها ونموها وتطوير أدائها، وما ينتج عن ذلك من خلق فرص عمل جديدة وزيادة في الناتج المحلي الإجمالي مما يعود بالنفع العام على الاقتصاد الفلسطيني عموماً، ورفع معدلات النمو الاقتصادية في هذه الصناعة خصوصاً.

2.1 مشكلة الدراسة

تعاني صناعة الأحذية في فلسطين العديد من المشكلات والمعوقات التي أدت إلى تراجع إنتاجيتها وضعف منافستها ونموها الاقتصادي، لذلك ارتأت الباحثة أنه كان من الضروري إجراء دراسة معمقة للتعرف على ظروف هذه الصناعة، ودراسة واقعها وأدائها، وتحديد دورها في الاقتصاد الفلسطيني وتوضيح أهم المخاطر والتحديات التي تواجهها، وذلك كي يتسنى صياغة استراتيجيات ومقترحات من

شأنها أن تساعد في إيجاد الحلول الملائمة لمواجهة المعوقات والمشكلات التي تعاني منها هذه الصناعة، مما سينعكس على نموها الاقتصادي وتطورها.

3.1 أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من ندرة الدراسات السابقة المتخصصة في صناعة الأحذية في فلسطين، بالإضافة إلى إمكانية مساهمتها في تطوير إنتاجية هذه الصناعة وتمييزها، والتي كانت تشكل العمود الفقري للاقتصاد الفلسطيني لعشرات السنين، بشكل ينعكس على الاقتصاد الفلسطيني من خلال المساهمة في تشغيل الأيدي العاملة، وزيادة الناتج المحلي الإجمالي، وزيادة الإنتاجية والقيمة المضافة. وتأمل الباحثة أن تسهم هذه الدراسة في تقديم المعلومات اللازمة لأصحاب المصانع والجهات المختصة مثل وزارة الصناعة، واتحاد الصناعات الجلدية في فلسطين وغيرهم، للنهوض بهذه الصناعة.

4.1 أهداف الدراسة

- 1- التعرف على واقع صناعة الأحذية في فلسطين، وتتبع التطورات والتغيرات التي طرأت عليها خلال السنوات العشر الأخيرة.
- 2- دراسة مؤشرات أداء صناعة الأحذية وإنتاجها وتحديد دورها وأهميتها في الاقتصاد الفلسطيني.
- 3- تسليط الضوء على أهم التحديات والمشاكل التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين.
- 4- التعرف على أثر الاستيراد والانفتاح التجاري على هذه الصناعة.
- 5- المساهمة في وضع استراتيجيات وسياسات ملائمة لتحقيق النمو الاقتصادي في هذه الصناعة.

5.1 أسئلة الدراسة

ستحاول الدراسة الإجابة عن الاسئلة الآتية :

1- ما هو واقع صناعة الأحذية في فلسطين وهيكلتها الحالية من حيث الإنتاج، والتسويق، والتمويل، وقدرتها التنافسية؟

2- ما هي المشاكل والمعوقات التي تقف دون تطور هذه الصناعة؟

3- ما هو تأثير الاستيراد على صناعة الأحذية المحلية؟

4- ما هي الحلول والمقترحات لتطوير هذه الصناعة، وما هي إمكانات تحقيق النمو الاقتصادي فيها؟

6.1 منهجية الدراسة

1.6.1 أسلوب التحليل:

اعتمدت الباحثة على الأسلوب التحليلي الوصفي لتحليل البيانات التي تم جمعها من مصادر أولية ومصادر ثانوية؛ لكي يصف الحالة كما هي على أرض الواقع.

2.6.1 مصادر البيانات:

تنقسم البيانات التي تم جمعها في هذه الدراسة إلى قسمين:

1- البيانات الثانوية: قامت الباحثة بجمع البيانات الثانوية من الكتب والدراسات والأبحاث السابقة والمواقع الإلكترونية المختلفة في هذا المجال، كذلك اعتمدت على البيانات الإحصائية الرسمية

الصادرة عن الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني المنشورة وغير المنشورة، ومصادر أخرى ذات علاقة بالقطاع الصناعي.

2- البيانات الأولية: اعتمدت الباحثة على الاستبانة التي وُزعت على عينة من مدراء ومالكي مصانع الأحذية في فلسطين، بالإضافة إلى المقابلات مع المسؤولين في اتحاد الصناعات الجلدية.

الفصل الثاني

واقع وأهمية الصناعة في فلسطين

1.2 مقدمة

تعد الصناعة جوهر العملية التنموية على المستويين الإقليمي والقومي، فهي تتميز بمساهمتها العالية في تحقيق النمو الاقتصادي مقارنة بغيرها من القطاعات الاقتصادية، حيث الأنشطة المتنوعة والترابطات الهيكلية مع القطاعات الأخرى، ويعد القطاع الصناعي أكبر مولد للقيمة المضافة ومشغل للأيدي العاملة إضافة إلى الإنتاجية المرتفعة لهذا القطاع، وهو أيضاً مؤشراً هاماً يدل على مدى تقدم البلد أو تأخره. إضافة إلى ذلك يساهم القطاع الصناعي في إنتاج سلعاً محلية والتعويض بها عن السلع المستوردة، وبيعاً تصديرية ذات ميزة تنافسية، وكذلك إنتاج سلعاً إنتاجية نهائية تساعد في تطور قطاعات اقتصادية أخرى مثل الزراعة والنقل والطاقة والخدمات الأخرى (نصر الله وعواد، 2004).

يعتبر القطاع الصناعي الفلسطيني أحد أهم القطاعات الاقتصادية في فلسطين، فهو يساهم بشكل فعال في التنمية الاقتصادية، وزيادة الناتج المحلي، ورفع القيمة المضافة، وتشغيل الأيدي العاملة في فلسطين، إذ بلغت مساهمة أنشطة الصناعة خلال العام 2018 في الناتج المحلي الإجمالي 13.2%،

وفي العمالة 12%، وبلغت القيمة المضافة لأنشطة الصناعة خلال العام نفسه 1,593.8 مليون دولار أمريكي (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2019).

ورغم ذلك يعاني القطاع الصناعي في فلسطين من العديد من المشكلات الجوهرية التي عملت على إعاقة نموه وتقدمه على مدى ثلاثة عقود من الزمن، إذ أن العقبة الكبرى التي تواجه قطاع الصناعة الفلسطيني لا تتوقف عند التخلف والتبعية فحسب، كما هو الحال في البلدان النامية، بل تتجلى بشكل أساسي بوجود الاحتلال الإسرائيلي (الصوراني، 2011)، إذ واجه القطاع الصناعي في الضفة الغربية وقطاع غزة العديد من الصعوبات خاصة بعد اندلاع انتفاضة الأقصى، وما أعقب ذلك من حصار واغلاق مما أدى إلى انخفاض الطلب على المنتجات الصناعية المحلية بسبب فقدان عدد كبير من الفلسطينيين لعملمهم وزيادة معدلات البطالة وبالتالي ضعف القدرة الشرائية للعائلات الفلسطينية من جهة، وإرباك العملية الإنتاجية من جهة أخرى (نصر، 2002).

وستستعرض الباحثة في هذا الفصل المفاهيم الخاصة بالصناعة، وتصنيفاتها المختلفة، وأهميتها في التنمية الاقتصادية، ومدى مساهمة الصناعة في الاقتصاد المحلي الفلسطيني، والتجارة الخارجية الفلسطينية، والنمو الاقتصادي وعلاقته بالتنمية الصناعية.

2.2 مفهوم الصناعة

الصناعة لغةً، بالكسر، حرفة الصانع، وعمله الصناعة (ابن منظور، ج8، 1956)، أما اصطلاحاً فقد ذكرها ابن خلدون في مقدمته اذ قال " اعلم أن الصناعة هي ملكة في أمر عملي فكري ، وبكونه عملياً فهو جسماني محسوس" (ابن خلدون، 399، 1978).

خضع مفهوم الصناعة شأنه شأن أغلب المصطلحات الاقتصادية إلى العديد من التعريفات المتنوعة، ويرجع هذا الاختلاف إلى تباين وجهات النظر والمعرفة بين مدرسة فكرية اقتصادية وأخرى، وبين فكر اقتصادي وآخر .

"عرفت الصناعة على أنها نشاط اجتماعي تعاوني، ينفق على عمليات استخراج الخامات، أو إنتاج جزء كبير منها، أو استيرادها، ثم تحويلها إلى مختلف السلع الانتاجية والاستهلاكية" (الاسدي، 15، 1997)، وعرفت أيضاً بأنها " عملية تحويل المادة من حالتها الاصلية إلى حالة أو صورة جديدة تصبح معها أكثر نفعاً وإشباعاً لحاجات الإنسان ورغباته. وبعبارة أخرى هي عملية تحويل وتغيير في شكل المادة الخام للحصول على مادة أخرى تلائم حاجات الانسان ورغباته، وهي بذلك تعد صورة من صور تغلب الانسان على البيئة الطبيعية، لذا فنحن نحتاج إلى قدرات الإنسان العقلية في ممارسة الصناعة (أحمد وآخرون، 8، 2000).

وفلسطينياً عرف القطاع الصناعي بأنه: " ذلك القطاع الذي يعمل على إدخال تعديل على المواد قبل إعادة بيعها بهدف زيادة قيمتها الشرائية، أو لغرض خلق طلب عليها غير موجود قبل تصنيعها (صبري، 67، 2003).

إن تعريف هيئة الامم المتحدة للصناعة يعد أكثر شمولاً، وذلك من خلال وصفها بأنها تحويل مواد عضوية أو غير عضوية بعمليات ميكانيكية أو بعمليات كيميائية إلى منتجات أخرى سواء أنجزت بواسطة آلات ميكانيكية تحركها قدرة أم أنجزت بالأيدي، وسواء أحدث انجازها في مصنع أو في ورشة أو في بيت، وسواء بيعت إلى تاجر جملة أو إلى تاجر مفرد (فضيل، 7، 1989).

3.2 هيكل القطاع الصناعي في فلسطين وتصنيفاته

يعرف هيكل الصناعة على أنه بنية الصناعة من حيث عدد المنتجين وتوزيعهم حسب أحجامهم، وأشكال الملكية، وعوائق الدخول والخروج من الصناعة، ودرجة التكامل العمودي، وغيرها من المؤشرات التي تعكس ظروف العرض والطلب في الصناعة (Scherer and Ross, 1990).

يضم النشاط الصناعي أنواعاً مختلفة من الصناعات التي تختلف في موادها الأولية أو طرق إنتاجها أو طبيعة واستخدامات منتجاتها، وتختلف أيضاً في مجموعها وطاقاتها وتقنياتها وفي حاجاتها إلى نوع آخر من مصادر الوقود والطاقة، ومصادر تمويلها وملكيته، وحجم العاملين فيها ومهاراتهم، وغير ذلك من أمور، لذا أصبح من المهم إيجاد أسس لتصنيف الصناعة من أجل توحيد بياناتها واخضاعها للتحليل والمقارنة.

لقد تم تصنيف الهيكل الصناعي وتحليله في الدول إلى عدة تصنيفات أهمها (القرشي، 72، 2000):

1. التصنيف على أساس الصناعات الاستخراجية والصناعات التحويلية، حيث تصنف الصناعة إلى هذين النوعين بموجب العملية الإنتاجية أي وفق التأثير الجاري على المادة الخام .
2. التصنيف حسب حجم المشروع حيث تقسم الصناعات إلى صغيرة ومتوسطة وكبيرة .
3. التصنيف على أساس ملكية المشروع، حيث تقسم الصناعة إلى خاص وعام ومختلط، وربما تعاوني.

4. تصنيف الصناعة حسب الأنشطة والفروع التسعة الرئيسة، وذلك بموجب التصنيف القياسي الدولي

للأنشطة الصناعية (Isic)، حيث يعدّ هذا التصنيف الدولي من أكثر التصنيفات شيوعاً

واستخداماً في الاحصاءات الدولية والذي وضعته الدائرة الاحصائية للأمم المتحدة، وبموجب هذا التصنيف قسمت الصناعة إلى ثلاث مجموعات رئيسية وهي:

- التعدين والمقالع: ويضم التعدين وقلع الأحجار، ويحتوي على أربعة فروع هي استخراج الفحم الحجري، والنفط الخام والغاز الطبيعي، واستخراج خامات المعادن ثم أنواع أخرى من التعدين (أحمد، 2017).

- الصناعات التحويلية: تقسم إلى عدة أقسام شكلت تسعة فروع رئيسية، وهي:

1. صناعة المواد الغذائية والمشروبات والتبغ.
2. صناعة الملابس والمنسوجات والصناعات الجلدية.
3. صناعة الخشب ومنتجاته ومن ضمنها الأثاث.
4. صناعة الورق والمنتجات الورقية والطباعة والنشر.
5. صناعة الكيماويات والمنتجات الكيماوية من النفط والفحم الحجري ومنتجات المطاط والبلاستيك.

6. صناعة منتجات الخامات التعدينية غير المعدنية (عدا النفط والفحم).

7. صناعة المنتجات المعدنية الأساسية.

8. صناعة المنتجات المعدنية المصنعة والمكائن والمعدات.

9. الصناعات التحويلية الأخرى.

- الكهرباء والماء: ويضم الكهرباء والماء والبخار

علماً أن التصنيف المعتمد لهيكل القطاع الصناعي في فلسطين هو التصنيف القياسي الدولي الصادر عن الدائرة الإحصائية للأمم المتحدة (Isic) والذي اتبعه المركز الإحصائي الفلسطيني في تقسيمه للصناعة في الأراضي الفلسطينية، حيث يتم تصنيف جميع الأنشطة الاقتصادية إلى أبواب وأقسام ومجموعات وفئات بتسلسل هرمي، وتشمل الصناعات التحويلية في فلسطين تسعة فروع رئيسة مقسمة حسب الأنشطة الاقتصادية الفلسطينية.

وفي السنوات الأخيرة بدأ المركز الفلسطيني للإحصاء باستخدام التصنيف الصناعي الدولي الموحد (التنقيح الرابع (Isic) وذلك وفق التوصيات الدولية في هذا المجال. لذلك سيلاحظ اختلاف في هيكلية الأنشطة الاقتصادية عما كان معمولاً به خلال الأعوام (1994-2008) (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2012)، حيث أصبحت الصناعة تقسم إلى أربع مجموعات رئيسة بدلاً من ثلاث وتشمل كلاً من التعدين وصناعة المحاجر، والصناعات التحويلية، وصناعة إمدادات الكهرباء والبخار والغاز وتكييف الهواء، وصناعة إمدادات المياه وأنشطة الصرف الصحي وإدارة المياه ومعالجتها. إذ تم تقسيم المجموعة الثالثة بالتقسيم القديم إلى قسمين.

يتميز هيكل الصناعة في فلسطين بالجمود والبدائية، فبالرغم من أن هناك مشاريع أسست منذ سنوات عديدة، إلا أن معظمها لم تطور أسماءً تجارية معروفة، وإنتاجها من السلع والخدمات ما يزال غير مميز ولا يزال يعمل في ظل منافسة سعرية، كما يقتصر تسويق معظم المنتجات الصناعية الفلسطينية على السوق المحلي الصغير نسبياً، باستثناء الصناعات القائمة على التعاقد من الباطن مثل الأحذية والجلود والملابس (اشنتية، 95، 2017).

4.2 أهمية الصناعة في التنمية الاقتصادية

تلجأ الدول النامية إلى التنمية بهدف استغلال مواردها الاقتصادية، وذلك لزيادة الدخل القومي الذي بدوره يؤدي إلى زيادة متوسط نصيب الفرد من الدخل، فهي بذلك تمثل كل الجهود المبذولة التي تساهم في التطور والنمو والرفاهية للأفراد والمجتمع. والتنمية تشمل كل عمل إنساني ببناء في كل القطاعات وفي شتى المجالات، وعلى جميع المستويات. وينظر إليها في المجال الاقتصادي في إطار استخدام المجتمع المتزايد للتكنولوجيا بغية تحقيق زيادة ملموسة في نصيب الفرد من الدخل القومي.

أما التنمية الصناعية فهي السياسة المخططة أو المستهدفة لبناء الصناعة الوطنية وتطويرها من خلال إقامة المشاريع الصناعية؛ لغرض إجراء تغيير في البنية الصناعية للاقتصاد الوطني (السماك وآخرون، 22، 1987).

إن معركة التنمية الصناعية في بلدان العالم الثالث، أو البلدان المتخلفة والتابعة عموماً، تعدّ من أهم المعارك في مواجهة التخلف والفقر، شرط توفر المشروع النهضوي الممتمك لناصرية العلم والتقدم والتكنولوجيا كأساس لتلك المواجهة؛ فالمعركة في ساحة الصناعة، هي معركة في ميدان التقدم والحضارة والعلم؛ إذ تطور الصناعة يشكل العمود الفقري أو جوهر العملية التنموية، لما للتصنيع من دور ريادي في هذه العملية (الصوراني، 2011). والوصول إلى مستويات متقدمة من التنمية الصناعية الشاملة والمستدامة، والذي لا يتطلب فقط زيادة الدخل ولكن أيضاً بذل الجهود الواعية من أجل تحقيق النمو المستدام وتعزيز الشمولية الاجتماعية والتحرك نحو تحول هيكلية صديق للبيئة، فضلاً عن إدارة المفاضلات بينهم (منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية ، 2016).

يعد النشاط الصناعي نشاطاً محفزاً لخطط التنمية، إذ أنه قادر على دفع عجلة النمو الاقتصادي والاجتماعي بشكل متسارع والعمل على زيادة الأهمية النسبية للقطاع الصناعي في الاقتصاد الوطني، حيث يؤدي إلى تغيير جذري في الأساليب المستخدمة للإنتاج وعلاقات الإنتاج ويسهم في القضاء على مظاهر غير متطورة ومعالجة الاختلالات الهيكلية عن طريق زيادة حجم الاستثمار الصناعي وتوسيع القاعدة الإنتاجية فيه، وتطوير وحدات الإنتاج وتحسينها وبالتالي رفع معدلات النمو الصناعي، والإسهام الفاعل في رفع وتائر التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

5.2 مساهمة الصناعة في الاقتصاد المحلي الفلسطيني

تتبع أهمية الصناعة في الاقتصاد الفلسطيني من ملائمتها لمتطلبات الوضع الراهن للاقتصاد المحلي الفلسطيني، حيث تتميز بقدرتها على استيعاب العمالة المحلية لعلاج مشكلة البطالة المرتفعة، وأيضاً بأنها ذات قيمة مضافة مرتفعة مما يرفع من فرص تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال دعم النمو الاقتصادي لقطاع الصناعة. ويشمل ذلك مساهمة الصناعة في كل من الناتج المحلي الإجمالي في فلسطين، وتشغيل الأيدي العاملة، وفي الإنتاجية والقيمة المضافة، والتي سيتم تفصيلها كما يأتي:

1.5.2 مساهمة الصناعة في الناتج المحلي في فلسطين:

يعتمد الاقتصاديون على حسابات الناتج المحلي الإجمالي بشكل كبير باعتبارها أداة واقعية للتحليل الاقتصادي لأنها تمثل واحدة من المؤشرات المهمة التي تعكس مستوى النشاط الاقتصادي، وتقييم أداء

الاقتصاد وتتنبأ بتغيراته المستقبلية في البلد، وتتمثل أهمية معرفة مساهمة القطاع الصناعي في الناتج المحلي الاجمالي في رصد التطورات التي حدثت لمستوى مساهمة هذا القطاع في واحد من أهم مؤشرات الاقتصاد الفلسطيني.

ويوضح الجدول رقم (2.1) مساهمة القطاع الصناعي في الناتج المحلي الإجمالي في فلسطين خلال الفترة (1994-2016)، إذ بلغت نسبة مساهمة الصناعة في الناتج المحلي الإجمالي 13.9% عام 2016 بعد أن كانت تشكل 14.9% عام 1994.

تشير بيانات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني إلى أن القطاع الصناعي الفلسطيني لم يتمكن من رفع نسبة مساهمته بالناتج المحلي الاجمالي بصورة ملموسة بعد قدوم السلطة، إذ لم ترتفع هذه النسبة منذ عام 1995 إذ بلغت نسبة مساهمته في الناتج المحلي الاجمالي في ذلك العام 20.5%، واستمرت بالتراجع تدريجياً لتصل إلى 12.5% عام 2003، وثم عاودت الارتفاع حتى عام 2005 ويمكن تفسير ذلك بسبب الحصار الذي فرض على الأراضي الفلسطينية مما أدى إلى زيادة الطلب على المنتجات محلية الصنع وبالتالي زيادة الإنتاج الصناعي، وزيادة مساهمته في الناتج المحلي الاجمالي. وبعد ذلك ظل الاتجاه العام لمساهمة القطاع الصناعي في الناتج المحلي الإجمالي تنازلياً باستثناء الأعوام 2011 حتى 2016.

2.5.2 مساهمة الصناعة في تشغيل الأيدي العاملة في فلسطين:

يتميز النشاط الصناعي باستيعاب عمالة تعمل في أغلب الأحيان على مدار السنة، فهي مدفوعة الأجر كما أنها تعمل على تدريب ورفع الكفاية والخبرة لدى العاملين مقارنة بالنشاط الزراعي أو الخدمي (صبري، 2003).

يلاحظ من خلال الجدول رقم (1.2) انخفاض نسبة مساهمة القطاع الصناعي في التشغيل بين الأعوام (1994-2016) فقد تراوحت بين (11.4% - 18%) وكانت ذروتها عام 1994، ثم بدأت مؤشرات التشغيل الخاصة بالصناعة بالتراجع بشكل ملحوظ بعد عام 2000 نتيجة تقاوم الحصار المفروض على الأراضي الفلسطينية بعد انتفاضة الأقصى، إلى أن وصلت إلى أدنى نسبة مساهمة لها عام 2011. ويرجع ذلك إلى التبعية الاقتصادية للاحتلال وسياسته في إضعاف الإنتاج المحلي والتركيز على الجانب الاستهلاكي، وما نتج عن ذلك من فائض في الأيدي العاملة.

جدول (1.2- أ): أهم المؤشرات الخاصة بقطاع الصناعة في فلسطين خلال الفترة (1994-

2005) (القيمة بالمليون دولار أمريكي، بالأسعار الثابتة: سنة الأساس 2004).

مساهمة قطاع الصناعة في الناتج المحلي الاجمالي	الناتج المحلي الاجمالي	**الانتاج الصناعي	القيمة المضافة للصناعة	مساهمة قطاع الصناعة في التشغيل	عدد المشتغلين	عدد المؤسسات	السنة
14.9%	3,081.9	888.9	353.570	18%	50,532	11,842	1994
20.5%	3,517.6	913.4	348.219	17%	47,814	10,912	1995
17.1%	3,667.7	883.7	422.519	16.2%	50,690	10,925	1996
15.5%	4,011.9	1,391.3	479.172	15.9%	61,775	13,464	1997
15.5%	4,261.5	1,285.9	562.258	15.2%	63,748	14,210	1998
13.8%	4,516.6	1,613.7	787.142	15.5%	72,660	14,849	1999
14.2%	4,619.2	1,708.6	698.543	14.3%	76,918	14,509	2000
13.9%	3,932.2	1,270.3	572.400	13.9%	69,572	14,605	2001
12.7%	3,441.1	976.9	673.900	12.9%	65,526	14,179	2002
12.5%	3,923.4	1,058.3	643.600	12.5%	60,186	13,693	2003
12.6%	4,329.2	1,460.1	831.800	12.7%	58,974	13,689	2004
12.9%	4,796.7	1,457.2	707.600	13.0%	58,236	12,212	2005

جدول (1.2- ب): أهم المؤشرات الخاصة بقطاع الصناعة في فلسطين خلال الفترة (2006-2016) (القيمة بالمليون دولار أمريكي، بالأسعار الثابتة: سنة الأساس 2004)

مساهمة قطاع الصناعة في الناتج المحلي الاجمالي	الناتج المحلي الاجمالي	الانتاج الصناعي ¹	القيمة المضافة للصناعة	مساهمة قطاع الصناعة في التشغيل	عدد المشتغلين	عدد المؤسسات	السنة
12.3%	4,609.6	1,474.3	696.900	12.4%	49,990	11,351	2006
12.5%	4,913.4	1,808.2	710.200	12.6%	61,690	14,508	2007
12.3%	5,212.4	2,056.1	894.500	12.1%	59,641	14,539	2008
12.1%	5,663.6	2,293.6	925.900	11.7%	67,052	15,322	2009
11.4%	6,122.3	2,700.3	956.600	11.4%	65,538	15,617	2010
11.8%	6,882.3	2,819.3	963.300	11.8%	72,022	17,090	2011
11.9%	7,314.8	3,798.0	1,091.60	11.9%	78,724	16,263	2012
12.2%	7,477.0	4,021.5	1,158.50	12.2%	79,566	16,201	2013
12.6%	7,449.0	4,102.9	1,150.40	12.6%	86,253	17,057	2014
13.4%	7,719.3	3,817.6	1,041.90	13.0%	90,486	18,056	² 2015
13.9%	8,037.0	4,191.8	1,114.60	13.5%	98,776	19,367	³ 2016

المصدر: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، المسح الصناعي، أعداد مختلفة، ومعهد أبحاث السياسات الفلسطيني

(ماس)، المراقب الاقتصادي والاجتماعي، أعداد مختلفة.

¹ المصدر: تجميع الباحثة ميسون أبو صافية في دراستها المشار إليها.

2-3 تم الحصول على بيانات العامين (2015-2016) من معهد أبحاث السياسات الفلسطيني (ماس)، المراقب الاقتصادي والاجتماعي العدد (44)، والجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، أداء الاقتصاد الفلسطيني، 2017. وكتاب فلسطين الاحصائي السنوي، 2017.

3.5.2 مساهمة الصناعة بالإنتاجية والقيمة المضافة:

تعبر القيمة المضافة عن مفهوم متعلق بالإنتاج ويشير إلى القيمة المتولدة من أية وحدة تمارس أي نشاط إنتاجي. ويعرف إجمالي القيمة المضافة بحاصل طرح الاستهلاك الوسيط من إجمالي الإنتاج. أما صافي القيمة المضافة فيتم الحصول عليها بطرح استهلاك رأس المال الثابت من إجمالي القيمة المضافة (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، كتاب فلسطين الإحصائي السنوي، 2017).

ينظر إلى القيمة المضافة كمؤشر أفضل من مؤشر الإنتاج؛ لأنها توضح المساهمة الحقيقية للقطاع الصناعي في الناتج المحلي الإجمالي وبخاصة في الصناعات التي تعتمد على التجميع أو الصناعات التي تمثل فيها مستلزمات الإنتاج المشتراة من خارج المنشأة جزءاً كبيراً من قيمة الإنتاج النهائي. وتتأتى أهمية هذا المؤشر كونه يمثل المردود الاقتصادي للنشاط الصناعي، كما وأنه يستبعد أي إسراف أو هدر في استخدام المواد الخام في عملية الإنتاج (القرشي، 2000).

ويظهر الجدول رقم (2.1) القيمة المضافة للصناعة خلال الفترة (1994-2016)، حيث بلغت القيمة المضافة للقطاع الصناعي (1114.60) مليون دولار عام 2016 لتشكل ما نسبته 13.9% من الناتج المحلي الإجمالي في فلسطين، إذ بقيت القيمة المضافة باتجاه تصاعدي منذ العام 1994 باستثناء الأعوام 2000-2001، والتي تمثل فترة اندلاع انتفاضة الأقصى وما تبع ذلك من الإغلاقات والحصار، ثم بعد ذلك أظهرت زيادة ملحوظة بعد العام 2003.

6.2 النمو الاقتصادي في الصناعة

يشكل النمو الاقتصادي جزءاً مهماً من النظرية الاقتصادية، ويعد من أهم المؤشرات التي تعكس الأداء الاقتصادي للبلد، حيث احتل حيزاً هاماً في الدراسات الاقتصادية وتطورت البحوث المختلفة بشأنه، وظل لوقت كبير مقياساً للرفاهية المتحققة لأفراد المجتمع، إلى أن ظهر مفهوم التنمية الاقتصادية، فقد كان ينظر لهما بأنهما يمثلان زيادة الطاقة الإنتاجية للاقتصاد، لكنهما أصبحا يختلفان في المضمون والأهداف، فالنمو الاقتصادي يعني زيادة كمية وقيمة السلع والخدمات المنتجة في الاقتصاد المحلي، وهو لا يؤدي بالضرورة إلى تحسين نوعية الحياة كما هو الحال في التنمية الاقتصادية والتي تهدف إلى تحقيق التوازن في النمو الاقتصادي وتقليل الانحرافات فيه من جهة، وجعله مستداماً ويقود إلى التقدم الاقتصادي والاجتماعي للبلد من جهة أخرى (الصيرفي، 2017).

تتميز أنشطة الصناعة بمساهمتها العالية في تحقيق النمو الاقتصادي مقارنة بغيرها من القطاعات الاقتصادية، فهي تحقق قيمة مضافة وإنتاجية عالية إذا ما قورنت بالقطاعات الاقتصادية الأخرى، إضافةً إلى قدرتها على استيعاب العمالة المحلية، ومساهمتها في تحفيز النمو في القطاعات الاقتصادية الأخرى من خلال تنشيط الارتباطات الأمامية والخلفية، فهي تساهم في تحفيز الطلب على الأنشطة الإنتاجية المختلفة المنتجة لمدخلات الصناعة المحلية، وهي بدورها أيضاً تعمل على تلبية احتياجات القطاعات الأخرى عبر إنتاج سلعٍ نهائيةٍ تساعد على تطور هذه القطاعات. لذلك ارتبطت أنشطة الصناعة بنظريات النمو الاقتصادي في أدبيات الاقتصاد المختلفة، حيث شجع رواد الفكر الاقتصادي مثل فريدريك ليست Friedrich List (1789-1846) والذي رأى بأن القطاع الصناعي يتفوق على القطاع الزراعي لكونه المحرك الأساسي لعملية التنمية الاقتصادية، ولقد حث آرثر لويس

Arthur Lewis (1915-1991) على التحول الهيكلي من الريف إلى الحضر ومن الزراعة إلى الصناعة؛ لتلبية متطلبات النمو الاقتصادي بشكل منطقي واستيعاب العمالة المحلي (khan,2014). هذا لا يعني إهمال القطاعات الأخرى والاعتماد فقط على أنشطة الصناعة، بل يجب تحفيز جميع أنشطة الاقتصاد بشكل متوازٍ لتحقيق التكامل المطلوب.

لقد شهد النمو الاقتصادي في قطاع الصناعة في فلسطين حالة من شبه الاستقرار خلال الفترة (1994-2000) ولم يشهد التطور المفترض حدوثه مع قيام السلطة الوطنية الفلسطينية، ذلك لأن القطاع الصناعي يحتاج فترة أطول من القطاعات الاقتصادية الأخرى حتى يظهر أثر تغيير السياسات الاقتصادية فيه، ثم تراجع النمو الاقتصادي لهذا القطاع بعد عام 2000 نتيجة اندلاع انتفاضة الأقصى، فتراجع عدد المؤسسات الصناعية بنسبة 2.2% عام 2000 لتصل نسبة تراجعها إلى 13.4% عام 2004 (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2006). وبعد هذا التراجع ما لبثت أن ارتفعت معدلات النمو في قطاع الصناعة نتيجة نمو حركة مقاطعة البضائع الإسرائيلية وتوجه العمالة الفلسطينية إلى سوق العمل المحلي بسبب مضايقات الاحتلال في وصول العاملين إلى سوق العمل في إسرائيل، حتى انخفض معدل النمو فيها عام 2006 بشكل فجائي عقب الانتخابات الفلسطينية، ثم عاود الارتفاع حتى عام 2014 مع زيادة وتيرة الاعتماد على الإنتاج المحلي وتوافر العمالة المحلية لأنشطة الصناعة المختلفة.

صناعة الأحذية في فلسطين

1.3 نبذة تاريخية عن قطاع صناعة الجلود والأحذية في فلسطين

يعد قطاع صناعة الجلود الطبيعية والأحذية واحداً من أهم قطاعات الصناعة في فلسطين، نظراً لمساهمته الفعالة في كل من الإنتاج والعمالة والصادرات، وقد تركزت هذه الصناعة بشكل أساسي في مدينة الخليل مع امتدادات ضئيلة في مدينتي بيت لحم ونابلس، ويشمل هذا القطاع كلاً من المدابغ وشركات صناعة الجلود والأحذية (ITC, et al. , 2014).

توارثت مهنة الدباغة في فلسطين من جيل لآخر كغيرها من المهن الأخرى، فهي تعود إلى عشرات السنين، إلا أن الإنتاج فيها اتسع نطاقه منذ مطلع الثلاثينات من القرن الماضي، حيث تم بناء ثلاث مدابغ آنذاك في منطقة الخليل. وقد ساهم ارتباطها بصناعة الدباغة الإسرائيلية - حالها حال بقية الأنشطة الصناعية الأخرى في فلسطين - في تطورها بشكل كبير منذ مطلع السبعينات من القرن الماضي؛ حيث قام مستثمرون ورجال أعمال وعمال سابقون في المدابغ الإسرائيلية بشراء معداتها وتجهيزاتها وإحضارها إلى الضفة الغربية بعد أن شهدت تلك الأخيرة تراجعاً حاداً في نفس الفترة. وفي مطلع الثمانينات وصل عدد المدابغ إلى 15 مدبغة مملوكة جميعها من قبل الفلسطينيين، وشكلت

38% منها شركات فردية، وما نسبته 62% شركات مساهمة محدودة، وكانت 13 مدبغة منها تنتج جلوداً كاملة التصنيع، وتنتج البقية (مدبغتين) جلوداً شبه مصنعة (مخللة) (مكحول، 1998).

أما بالنسبة لصناعة الأحذية، فهي الأخرى من الصناعات الرائدة في فلسطين، والتي تعود أهميتها إلى سنوات عديدة، إذ شكلت مصانع الأحذية 13% من مجمل الصناعات التحويلية عام 1966 (افطيمة، 1993)، واستوعبت نسبة 5.5% من العمالة في الصناعات التحويلية عام 1969 (مكحول، 1998)، وقد نمت صناعة الأحذية وحقت أرباحاً كبيرة خلال العقود الثلاثة الأخيرة من القرن الماضي نتيجة تحولها بشكل مماثل لصناعة الدباغة من إسرائيل إلى الضفة الغربية وذلك بسبب رخص العمالة وتكاليف الإنتاج الأخرى (مكحول، 2000).

يشار إلى الفترة 1975-2000 بأنها العصر الذهبي لصناعة الجلود والأحذية في فلسطين، حيث ازدادت في تلك الفترة -خاصة فترة التسعينات- علاقات التعاقد من الباطن بشكل كبير لصالح شركات إسرائيلية، إذ لم تستطع العديد من مصانع الأحذية في إسرائيل الصمود أمام منافسة الأحذية الفلسطينية في السوق الإسرائيلي مما اضطرها إلى الخروج من الصناعة أو التعاقد مع المنتجين الفلسطينيين من أجل الإنتاج لصالح الشركات الإسرائيلية؛ وذلك بسبب رخص الأيدي العاملة في فلسطين مقارنة بالأيدي العاملة في إسرائيل حينها، بالإضافة إلى انخفاض تكاليف التشغيل في الضفة الغربية وقطاع غزة. يقدر عدد المنشآت في القطاع في تلك الفترة (ذروة علاقات التعاقد من الباطن) حوالي ألف منشأة، وكان يعمل فيها أكثر من عشرة آلاف عامل، وكانت تنتج تقريباً ثلاثة عشر مليون زوج حذاء سنوياً وفقاً للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (Husain, 2017)، وحسب دراسات سابقة فإن 60% من إنتاج الأحذية الفلسطينية تم تصديره لإسرائيل عام 1996، والجزء الأكبر منه كان يُسوّق

في إسرائيل والباقي يُعاد تصديره إلى الخارج تحت اسم علامات تجارية إسرائيلية، على الرغم من أنه تم تصدير نسبة صغيرة مباشرة من الإنتاج إلى الأردن والمملكة العربية السعودية وألمانيا قبل الانتفاضة (PFI - CARANA Corp, 2009).

أدى اعتماد صناعة الأحذية في فلسطين على التصدير لإسرائيل والإنتاج لصالح شركات إسرائيلية إلى جعلها عرضة لتقلبات صناعة الأحذية الإسرائيلية من جهة، وسياسة التجارة الإسرائيلية من جهة أخرى (مكحول، 12، 2000)، كما أدى ذلك إلى انخفاض في قدراتها التسويقية نتيجة اعتمادها الثابت على علاقات محدودة، وانخفاض قدرتها على مواكبة الأزياء العالمية في تصميم الأحذية، وحدت من المهارات في قطاع صناعة الجلود والأحذية بما يتطلبه قطاع التعاقد من الباطن (ITC, et.al, 2014).

شهدت نشاطات التعاقد من الباطن تراجعاً ملحوظاً منذ العام 2000 نتيجة تغير قوى السوق واضطراب الأوضاع السياسية بعد انتفاضة الأقصى، والتي أدت إلى زيادة التكاليف التشغيلية في الضفة الغربية وقطاع غزة، مما اضطر إسرائيل إلى البحث عن فرص أخرى في الدول المجاورة (ITC, et.al, 2014)، وازدادت حدة المنافسة مع منتجات دول شرق آسيا مما جعل بعض الشركات الإسرائيلية تتوقف عن الإنتاج (وبالتالي التعاقد من الباطن)، وتبدأ باستيراد وتوزيع منتجات من دول شرق آسيا ذات النوعية الأفضل والسعر الأقل خاصة الأحذية الرياضية (مكحول، 2000). الأمر الذي ساهم في تراجع إنتاج الكثير من منشآت الجلود والأحذية والتي كانت معتمدة على أساس التعاقد من الباطن بسبب تراجع حجم الطلب من الشركات الإسرائيلية، واضطر أغلب المنتجين الفلسطينيين إلى تخفيض إنتاجهم، بينما حاول الجزء الآخر البحث عن منافذ تسويقية جديدة (مكحول، 2000). وبعد تراجع

التعاقد من الباطن ازدادت المنافسة بشكل كبير في السوق المحلي، حيث أصبح هناك استثمارات وطاقات إنتاجية تفوق حاجة السوق المحلي بأضعاف عديدة، بدأت الشركات الفلسطينية بالتسويق إلى أوروبا (عن طريق وكلاء إسرائيليين بشكل أساسي) وإلى الأسواق العربية (بشكل مباشر)، لكنها كانت غير قادرة على تحقيق مستوى تسويقي جيد يمكنها من اختراق الأسواق.

ومع نهاية انتفاضة الأقصى تراجعت القيود المفروضة على الحركة والاستيراد إلى حدٍ ما مما جعل الصناعات الجلدية تواجه منافسة من المنتجات المستوردة؛ مثال ذلك عام 2009 أصبح إنتاج القطاع لا يتعدى أربعة ملايين زوج حذاء حسب بيانات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، وتراجع عدد العاملين في الصناعة إلى 2500 عامل فقط بعد أن كان يعمل بها أكثر من عشرة آلاف عامل (Husain, 2017)، وقد شكلت هذه القيود في فترة الانتفاضة حماية لصناعة الجلود والأحذية المحلية من المنافسة الأجنبية، وساهمت في زيادة الحصة السوقية للمنتجات المحلية نتيجة اعتماد المستهلكين بشكل أساسي على الإنتاج المحلي (ITC, et.al, 2014).

2.3 واقع صناعة الأحذية في فلسطين

يتكون قطاع صناعة الجلود والأحذية في الوقت الحالي من حوالي 230 شركة ومشغل تشمل مصانع ومشاكل الأحذية والصناعات الجلدية الأخرى، و12 مذبغة أغلبها مملوكة عائلياً، ويعمل فيه حوالي 2500 عامل. وتشكل هذه المدايع المصدر الأساسي للجلود المستخدمة في مصانع الجلود والأحذية، إذ إن كل الجلود التي يتم تصنيعها محلياً في المدايع الفلسطينية يتم استخدامها في منشآت قطاع

صناعة الجلود والأحذية (ITC, et.al, 2014). تتركز أغلبية مصانع الأحذية في مدينة الخليل إذ أنها تنتشر في مختلف أرجاء المدينة فهي لا تحتاج إلى البنى التحتية المتوفرة عادةً في المناطق الصناعية كالمساحات المخصصة للشحن والتفريغ وخدمات التخلص من المياه أو إعادة تدويرها، وإنما تحتاج فقط إلى الحيز المكاني للإنتاج وتوفر الكهرباء على عكس المدابغ المتركزة في المنطقة الصناعية في مدينة الخليل (فلاح، 2018). وتنتج هذه المصانع ما يقارب أربعة ملايين زوج حذاء سنوياً (PalTrade, 2011) بعد ما كانت تنتج تقريباً ثلاثة عشر مليون زوج حذاء سنوياً عام 2000 (Husain, 2017).

وقد تراجع حجم الاستثمار في صناعة الأحذية في الضفة الغربية من 220 مليون دولار عام 2000 إلى 70 مليون دولار عام 2015 حسب التقرير السنوي لمركز التجارة الفلسطيني، وانخفض مستوى الإنتاج من عشرة ملايين زوج حذاء إلى 2.7 مليون زوج حذاء حتى نهاية عام 2016 حسب تقرير اتحاد الصناعات الجلدية الفلسطينية (المركز الفلسطيني للإعلام، 2017).

وتشكل الصنادل والأحذية المنتجات الأساسية لهذه الصناعة، والتي يتم إنتاجها بأصناف متعددة؛ فمنها الرجالي والستاتي والولادي (ITC, et.al, 2014). وقد تطورت العديد من الصناعات الداعمة لهذه الصناعة، والتي تشمل تصميم نعال الأحذية والقوالب والكعاب وصناعتها (Husain, 2017). بالرغم من أن الإنتاج في صناعة الأحذية المحلية يغطي العديد من الأصناف، إلا أنها لا تزال غير قادرة على مواكبة الموضة والتصاميم المعاصرة، وتلبية رغبات المستهلك مقارنةً مع المنافسين الأجانب في الصناعة (ITC, et.al, 2014)، مما جعل الإنتاج المحلي يركز بشكل أكبر على الأصناف غير المرتبطة بشكل كبير بالموضة مثل الأحذية الرجالية وصنادل الأطفال (Abdalla, 2013).

تتميز هذه الصناعة بالجودة العالية للمنتجات المصنعة؛ فهي تعتمد في تصنيعها على الجلود الطبيعية عالية الجودة وعلى المهارات الفنية العالية للعاملين فيها، وتمتاز أيضاً بالخبرة الموجودة في هذا المجال والمتوارثة من جيل إلى آخر إذ يوجد في هذه الصناعة خبرات فنية كبيرة اكتسبت من خلال عقود طويلة من الخبرة، بالإضافة إلى تميزها بقدرة إنتاجية عالية نسبياً- وإن كانت غير مستغلة بشكل فعال-(ITC, et.al, 2014). مع ذلك تفتقر صناعة الأحذية إلى القدرة على مواكبة التصاميم المعاصرة وهي بحاجة إلى استخدام تقنيات أكثر تطوراً، والاعتماد بشكل أكبر على التكنولوجيا في التصنيع وبالتالي اعتماد آلات حديثة في التصنيع (PFI - CARANA Corp, 2009).

يشكل السوق المحلي المستهلك الرئيس لمنتجات صناعة الأحذية في فلسطين، حيث يستهلك حوالي 65% من منتجات هذه الصناعة موزعة على كل من الضفة الغربية بنسبة 49% وقطاع غزة بنسبة 16%، ويتوزع باقي الإنتاج المحلي على سوق القدس بنسبة 8% والسوق الإسرائيلي بنسبة 18%، وأقل من 9% يتم تصديره إلى السوق الخارجي، حيث تصدر الأحذية المحلية بشكل رئيسي إلى الأردن ودول الخليج خاصة المملكة العربية السعودية واليمن، وبعض الأسواق الإفريقية، وتصدر بشكل جزئي إلى العديد من الدول الأوروبية بما في ذلك فرنسا وإيطاليا، وتقوم الولايات المتحدة بشراء عدد محدود من المنتجات (PalTrade, 2011). جاءت حركة التصدير في هذه الصناعة كردة فعل نتيجة تراجع التعاقد من الباطن في قطاع صناعة الجلود والأحذية في فلسطين، للأسباب التي ذكرناها سابقاً، حيث بدأ المصدرون في هذا القطاع بتوجيه منتجاتهم إلى الأسواق الخارجية سواء بشكل مباشر إلى الأسواق العربية أو عن طريق وكلاء إسرائيليين إلى الأسواق الأوروبية كاستراتيجية للتعويض عن انخفاض الطلب من السوق الإسرائيلي. هذا ويتم إعادة تصدير جزء من المنتجات المصدرة إلى إسرائيل تحت

أسماء علامات تجارية إسرائيلية معروفة. نظراً لقدرتها العالية على اختراق الأسواق المستهدفة من خلال قنوات التوزيع التي تمتلكها إسرائيل فعلياً في هذه الأسواق، حيث تقوم بإعادة تصديرها بسعر أعلى من سعرها الأصلي المحدد من المصدرين الفلسطينيين (ITC, et.al, 2014).

يشكل السوق الإسرائيلي الوجهة الأساسية لصادرات صناعة الأحذية بنسبة تصل إلى (84%)، يليه كل من مصر والسعودية والأردن ودول الخليج مع الأسواق الرئيسية الأخرى بنسب (11%)، (2%)، (2%)، (1%) على التوالي، إلا أن الحصة السوقية لهذه الصناعة بدأت بالتراجع خلال السنوات الأخيرة في كل من الأسواق العربية والغربية، حيث تواجه صادراتها منافسة شديدة في الأسواق المستهدفة إذ أن غالبية هذه المنافسة مصدرها الصين بشكل أساسي في كل الأسواق المستهدفة، بالإضافة إلى كل من إيطاليا وفيتنام (ITC, et.al, 2014). وعلى الرغم من ذلك فقد استطاع قطاع صناعة الجلود والأحذية في فلسطين تصدر المركز السابع من حيث الصادرات لعام 2015 حسب بيانات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، إذ تم تصدير ما يقارب 27,684,000 دولار من الأحذية بما في ذلك السوق الإسرائيلي. ونتيجة هذا فقد تم إدراج القطاع كواحد من القطاعات الواعدة في الاستراتيجية الفلسطينية للتصدير لعام 2015 (Husain, 2017).

تتلخص المتطلبات الأساسية لمستوردي الأحذية المحلية بالسعر والتصميم والجودة، وهي تمثل عوامل نجاح أساسية في هذه الأسواق. بالمقابل تتلخص متطلبات المشتري في السوق المحلي بشكل أساسي بالسعر يلي ذلك التصميم، ولعل هذا يفسر سبب نجاح الأحذية المستوردة ذات الأسعار المتدنية والتصاميم الحديثة مقارنةً بالمنتجات المحلية ذات الجودة العالية، والتي لم تستطع المنافسة في السوق المحلي من خلال السعر أو التصميم (ITC, et.al, 2014).

3.3 التحديات والمعوقات التي تعاني منها صناعة الأحذية في فلسطين

تعاني صناعة الأحذية في فلسطين من العديد من المعوقات والمشكلات التي أدت إلى تراجع إنتاجيتها وشكلت عوامل ساهمت في ضعف نموها الاقتصادي. منها ما هي مرتبطة بإجراءات الاحتلال وسياساته، وأخرى متعلقة بمشاكل في الإنتاج، هذا بالإضافة إلى بعض المشاكل الهيكلية المتعلقة بالصناعة بما في ذلك تدني مستوى رأس المال البشري، والمشاكل المتعلقة بنقص المواد الخام والتكنولوجيا، وغياب الدعم الوطني، ودخول المنتج المستورد بشكل غير منظم، وتزايد حدة منافسته للمنتج المحلي، والتي سيتم تفصيلها على النحو الآتي:

1.3.3 معوقات مرتبطة بإجراءات وسياسات الاحتلال:

يوجد العديد من الإجراءات الاسرائيلية التي تشكل عائقاً أمام صناعة الجلود والأحذية في فلسطين، وتحد من آفاق تطورها. أهم هذه الإجراءات إعاقة الاحتلال لعملية استيراد المواد الخام المستخدمة في الدباغة خاصة ما يتعلق بالمواد ذات الاستخدام المزدوج استناداً إلى قائمة محددة من السلطات الاسرائيلية، إذ منعت سلطات الاحتلال المواد الكيميائية اللازمة لعمليات تكرار المياه وعملية الدباغة مثل مادة حمض الكبريتيك وبعض أنواع المواد اللاصقة المستخدمة في صناعة الأحذية لأسباب أمنية فرضتها تحت ما يسمى الاستخدام المزدوج للمواد (ITC, et.al, 2014)، إلا أن سلطات الاحتلال كانت تزعم بأن السبب الرئيس من منعها لهذه المواد هو الحفاظ على البيئة. إضافة إلى ذلك وحسب ما ذكره رئيس اتحاد الصناعات الجلدية السابق، كانت سلطات الاحتلال تمنع دخول مادة الكروم الأساسية في عملية الدباغة بحجة تلويث البيئة (الرجوب، 2015)، وقد تم حل هذه المشكلة حديثاً (2015)

بالتعاون مع سلطة جودة البيئة الفلسطينية، واتحاد الصناعات الجلدية الفلسطينية، وبعض المؤسسات الأخرى ذات العلاقة بالموضوع (دغلس، 2015).

نتيجة ذلك يواجه قطاع صناعة الجلود والأحذية نقصاً مستمراً في المواد الخام الأساسية اللازمة في كل من عملية دباغة الجلود وعملية إنتاج الأحذية وبالتالي تتأثر جودة الجلود المدبوغة ومستوياتها محلياً في فلسطين، مما يجعل هناك حاجة ملحة لبذل جهود متضافرة لتسهيل عملية تزويد القطاع بالمواد الكيميائية البديلة والمدخلات الأساسية اللازمة في الصناعة.

وتمتد الاجراءات الاسرائيلية لتشمل القيود المفروضة على تصدير المنتجات المحلية، وفرض الرسوم الجمركية والمقاصات الضريبية على البضائع المحلية التي تنتج في المناطق الفلسطينية وتصدر للخارج، إضافةً إلى التفتيش الأمني على المعابر الاسرائيلية ونقص الماء وشحها بسبب استيلاء الاحتلال على آبار المياه في الضفة الغربية (حرب، 2016).

2.3.3 مشاكل هيكلية مرتبطة بالصناعة:

تعاني صناعة الأحذية في فلسطين من العديد من المشاكل الهيكلية التي تؤثر بشكل مباشر على إنتاجية هذه الصناعة، أهمها تدني مستوى رأس المال البشري الموظف في الإدارة والإنتاج (فلاح، 2018)، والذي يتمثل بنقص العمالة الماهرة في صناعة الأحذية في بعض المجالات خاصة في مجالات التصميم والتسويق وضبط الجودة، حيث إن معظم مصانع الأحذية لا تهتم بتوظيف مصممين ولا تستثمر في تقنيات التصميم، وفي نفس الوقت فهي غير قادرة على مواكبة التصاميم المعاصرة

وابتكار تصاميم حديثة، بحيث تلبي فيها أذواق مختلف الشرائح خاصة الإناث، ولديها قصور في مواكبة التغيرات المستمرة في الموضة العالمية. ويرجع السبب الأساسي في ذلك إلى طبيعة تطور صناعة الأحذية خلال السنوات السابقة، واعتمادها الكبير على التعاقد من الباطن لصالح الشركات الإسرائيلية؛ إذ اعتمد المنتجون في هذه الصناعة بشكل كبير على استخدام تصاميم جاهزة يوفرها المتعاقد الإسرائيلي او على استخدام نسخ من التصاميم الدارجة في السوق العالمية. وفي الوقت ذاته أثر التعاقد من الباطن على القدرات التسويقية في هذه الصناعة، حيث رفع الطاقة الإنتاجية لغالبية المصانع إلى أقصى درجاتها مما قلل الدافع لدى معظم أصحاب المصانع للاستثمار في تنمية مهارات التسويق والإدارة التي تساهم في زيادة الحصة السوقية، وتتيح معرفة التعامل مع المنافسين في الصناعة (فلاح، 2018). وبالتالي فإن صناعة الأحذية المحلية بحاجة إلى اتباع استراتيجية تساعد في ترويج وتسويق منتجاتها في الأسواق المحلية والدولية، إذ إن أغلب المنشآت المملوكة عائلياً سواء الصغيرة أو المتوسطة الحجم لا تكون لديها خطة تسويقية منظمة بما يخص إنتاجها، وغير مهتمة بتوظيف عاملين مختصين في مجال التسويق، ولديهم الخبرات في هذا المجال (ITC, et.al, 2014). وتمتد مشكلة تدني مستوى رأس المال البشري في هذه الصناعة لتشمل اعتمادها على عمالة غير متعلمة نسبياً كما يظهر من بيانات مسح القوى العاملة لعام 2017 الصادرة عن الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، حيث أظهرت أن معظم العاملين في هذه الصناعة - حوالي 90% منهم - لم يكملوا الدراسة الثانوية مما ينعكس بشكل مباشر على القدرة التنافسية لهذه الصناعة. وتواجه هذه الصناعة مشكلة أخرى تتعلق بافتقار مشاغل الأحذية للجيل الحديث، وعدم إقبال أجيال جديدة عليها بسبب انخفاض الطلب، "فقد بلغ متوسط أعمار العاملين في هذا القطاع عام 1999 حوالي 29.6

مقابل 36 عام 2017" (فلاح، 9، 2018). وتشير الإحصاءات إلى تدني إنتاجية العامل أيضاً حيث تبلغ حوالي 22,000 مقابل حوالي 45,500 دولار لمجمل القطاع الصناعي لعام 2016.

ومن التحديات التي تواجه الصناعة أيضاً اعتمادها على استخدام التكنولوجيا القديمة وعلى الإنتاج النمطي، وعدم استخدام أنظمة الإنتاج المحوسبة والتي تفيد في توفير سرعة كبيرة في رد الفعل، وتعطي مرونة عالية في التصميم ويوفر تكاليف إعداد التصاميم والنماذج وتكاليف إعداد العينات، مما يقلل من كمية المواد المستخدمة وبالتالي يسهم في تقليل التكاليف الإجمالية. كذلك تسهم هذه الأنظمة المحوسبة في تخطيط العمليات الإنتاجية وتضمن متابعتها من البداية حتى إيصال المنتج للمستهلك (مكحول، 2000).

إضافة إلى ذلك تعاني صناعة الأحذية في فلسطين من انخفاض مستوى الجودة وعدم الالتزام بمواصفات الإنتاج العالمية ومقاييسه خاصة في المصانع الصغيرة ومتوسطة الحجم، حيث تعتمد هذه المصانع على المنافسة السعرية في ترويج منتجاتها (فلاح، 2018). كل هذه العوامل أدت إلى انحسار الحصة السوقية لهذه الصناعة، وقللت من قدرتها التنافسية في الأسواق المحلية والخارجية.

3.3.3 معوقات متعلقة بالإنتاج:

توجد العديد من المعوقات المرتبطة بشكل مباشر بالإنتاج في صناعة الأحذية في فلسطين، أهمها ارتفاع تكاليف الإنتاج في هذه الصناعة وذلك نظراً لصغر حجم الإنتاج فيها، مما يجعل إمكانية الاستفادة من وفورات الحجم معدومة تقريباً، وبالتالي يؤدي إلى ارتفاع نصيب كل وحدة من التكلفة الثابتة، كما

أن شراء المواد الخام بكميات قليلة وصغر حجم الطلب عليها يقلل من قدرة الشركات المحلية على الضغط على الشركات المزودة لتقليل سعرها، ويزيد حصة كل وحدة منتجة من التكلفة الثابتة (مكحول، 2000).

"ويظهر من بيانات المسوح الاقتصادية لعام 2016 أن المواد الخام تشكل المكون الأساس، وتسهم بحوالي 82% من قيمة الإنتاج السلعي مقابل 4% لتكاليف الكهرباء والماء والمحروقات و22% لتعويضات العاملين بما فيها الأجور" (فلاح، 7، 2018). ويعكس ذلك أهمية تكلفة المواد الخام في الصناعة، وبالتالي أهميتها في تحديد سعر المنتج النهائي وتحديد الأرباح في الشركات. إضافة إلى ذلك تعاني صناعة الأحذية في فلسطين من ارتفاع تكلفة العمل بما فيها الكهرباء وإمدادات المياه وغيرها إذ لا يوجد توليد محلي للكهرباء في فلسطين، وإسرائيل هي المزود الرئيس لها (ITC, et.al, 2014).

وكما ذكرنا سابقاً تعتمد صناعة الأحذية على الإنتاج النمطي وتفتقر للتكنولوجيا الحديثة في عملية الإنتاج، إضافة إلى أن الآلات المستخدمة في هذه الصناعة قديمة، إذ إن حوالي 30% من الآلات المستخدمة في الصناعة يقدر عمرها بأكثر من 28 عاماً وحوالي 63% منها عمرها أكثر من 19 عاماً، ويرجع ذلك إلى القيود المشددة على استيراد الآلات ونقص رأس المال الاستثماري المتاح للشركات الصغيرة والمتوسطة (ITC, et.al, 2014). هذا ويتسم الإنتاج في هذه الصناعة بالموسمية خاصة للمنشآت الصغيرة، حيث يضطر العديد من أصحاب المصانع والمشاغل إلى تسريح بعض من عمالهم مؤقتاً حين انخفاض الطلب (فلاح، 2018).

لقد أدت هذه العوامل إلى إضعاف قدرة الصناعة التنافسية وجدواها الاقتصادية وعوائدها المستقبلية، وعملت على تراجع إنتاجيتها حيث تشير احصاءات المسوح الاقتصادية إلى تراجع ملموس في حجم قطاع صناعة الجلود والأحذية، ما بين عام 2002 و2017 مقارنةً مع مجمل قطاع الصناعة، إذ انخفض عدد المنشآت من 782 إلى 269 منشأة خلال تلك الفترة، كما تراجع عدد العاملين فيها من 5,140 إلى 2,070 عاملاً (فلاح، 2018).

4.3.3 نقص الدعم الوطني:

تفتقر صناعة الأحذية إلى وجود مؤسسات مساندة فاعلة تساعد في تطوير الصناعة، بما فيها مؤسسات التمويل ومراكز التدريب المهني التي تقوم بتدريب عمال متخصصين في مجال صناعة الأحذية بالمفهوم الحديث. وتقتصر الخدمات المقدمة من الغرف التجارية لأصحاب صناعة الأحذية على مساعدتهم في الحصول على تصاريح الدخول لإسرائيل، وإصدار شهادات المنشأ (مكحول، 2000).

وقد أصدرت الحكومة الفلسطينية عام 2013 قراراً برفع التعرفة الجمركية على عدد من السلع المستوردة بما فيها الأحذية، وجاء هذا القرار بعد زيادة الضغوطات على الحكومة الفلسطينية من أجل اتخاذ إجراءات تحد من التدفق غير المنظم للأحذية المستوردة التي أدت إلى تراجع حصة المنتجات المحلية في السوق المحلي. فهي سياسة تتبعها العديد من الدول النامية كوسيلة في تعزيز إيراداتها الحكومية (Kowalski, 2005)، وغالباً ما ترتبط هذه السياسة بمبدأ إحلال الواردات إذ يتم فيها استبدال

الصناعات الأجنبية بالمحلية من خلال رفع التعرفة الجمركية خاصة على مستوردات السلع الجاهزة كأداة للحد من الاستيراد وتعزيز الحصة السوقية للمنتج المحلي. فقد تم رفع التعرفة الجمركية على الأحذية المستوردة بنسب تصل إلى 27%، وجاءت هذه السياسة متوافقة مع ما ورد في بنود اتفاقية باريس الاقتصادية، حيث أنها ربطت مستوى التعرفة الجمركية بالحد الأدنى لنظيرها الإسرائيلي لجميع السلع المستوردة باستثناء ما ورد في القوائم السلعية: أ1 ، أ2 ، وب. إلا أن مستوى استيراد الأحذية من الصين لم يتأثر بهذه السياسة كما ظهر في دراسة الدكتور بلال فلاح -مدير البحوث في معهد أبحاث السياسات الاقتصادية [ماس]-، وذلك بسبب الصعوبات التي تواجه دائرة الجمارك الفلسطينية في الرقابة على تدفق السلع المستوردة للسوق الفلسطينية، والتدقيق على أسعارها نتيجة عدم تمكنهم من التواجد في المعابر والموانئ الإسرائيلية حسب اتفاقية باريس، الأمر الذي يمكن المستوردين الفلسطينيين من تخفيض أسعار الأحذية المصرح عنها من أجل تخفيض الجمارك والضرائب المستحقة عليها (فلاح، 2018).

وقد تم إنشاء التجمع العنقودي للصناعات الجلدية بتمويل من الوكالة الفرنسية ضمن شراكة بين غرفة صناعة وتجارة الخليل ووزارة الاقتصاد الوطني، والذي يهدف بشكل أساسي إلى تعزيز تنافسية قطاع صناعة الجلود والأحذية وفقاً للمعايير الدولية. وتتمثل أهم نشاطات التجمع العنقودي بعقد دورات تدريبية بمجالات التصميم والإدارة والتسويق الإلكتروني، بالإضافة إلى التشبيك مع خبراء دوليين، واستقدامهم لزيارة المصانع الفلسطينية، وتبادل الخبرات التقنية والإدارية، وكذلك تنظيم زيارات خارجية من أجل الاطلاع على التجارب الخاصة بصناعة الجلود والأحذية، والتجارب الدولية المتعلقة بدور الحكومات في تعزيز تنافسية قطاع صناعة الجلود والأحذية.

وتتمثل أهم إنجازات التجمع العنقودي بافتتاح معرض مختص ببيع الأحذية المصنعة محلياً عام 2016، وذلك بمشاركة أكثر من 13 شركة منتجة للأحذية، حيث أطلق عليه معرض (شغل الخليل) ليصبح نقطة موثوقة لبيع الأحذية المصنعة محلياً فقط بشكل مباشر بين المنتج والمستهلك دون أي وسيط حتى يسهم في زيادة حصة المنتج المحلي في السوق الفلسطينية، حيث يشكل هذا المعرض بداية لسلسلة من المعارض التي سيتم افتتاحها محلياً وخارجياً؛ من أجل زيادة الحصة السوقية للمنتج المحلي في الخارج وكان أولها المعرض الذي افتتح عام 2018 في العاصمة الأردنية عمان. كما أنشأ التجمع العنقودي مركز تطوير الصناعات الجلدية بالتعاون مع غرفة تجارة وصناعة الخليل ووزارة الاقتصاد الوطني وجامعة بوليتكنك فلسطين، والذي يضم (وحدة التصميم) لمعالجة الضعف في مجال التصميم لدى العاملين في قطاع صناعة الجلود والأحذية من خلال توفير أحدث التصميمات والتكنولوجيا المستخدمة في ذلك، ويضم أيضاً "وحدة المعلومات" التي تزود أعضاء التجمع بالمعلومات التسويقية اللازمة على المستوى المحلي والخارجي وتسهّل تواصل أصحاب هذه الصناعات مع العالم الخارجي. إضافة إلى ذلك تم إنشاء برنامج دبلوم مهني بالتعاون مع جامعة بوليتكنك فلسطين ووزارة العمل من أجل تزويد هذا القطاع بالمهارات التقنية اللازمة، كما ويعمل التجمع على إنشاء مركز فحص جودة الأحذية (مختبر للفحص) سيتم فيه فحص مواصفات الجلود والأحذية المستوردة والمنتجة محلياً لمساعدة المصانع على تطوير إنتاجها (فلاح، 2018).

ولا بد أن تترافق هذه النشاطات والجهود المقدمة من التجمع العنقودي مع تطبيق استراتيجيات فعالة في إعادة إحياء هذه الصناعة وزيادة الطلب عليها، وفي هذا السياق تعمل الحكومة الفلسطينية على إقرار سياسة صناعية جديدة تهدف إلى زيادة الحصة السوقية لقطاع صناعة الجلود والأحذية من خلال

صياغة تعليمات فنية إلزامية لمنتجات الأحذية التي يمكن تصنيفها بما يعرف بالعوائق غير الجمركية، حيث تلزم هذه التعليمات صانعي الأحذية ومستورديها بتطبيق عدة شروط أحدها متعلق بإدراج بطاقة البيان التي يتم من خلالها الإفصاح عن المواد الرئيسية المكونة للحذاء، كما وتشترط هذه التعليمات على المصنعين والمستوردين الالتزام بمتطلبات فيزيائية وكيميائية للتأكد من أن الأحذية الوافدة للأسواق لا تشكل أي خطر على صحة المستهلك وسلامته، وذلك بالاعتماد على مختبر الفحص الفيزيائي الذي يوفره مركز تطوير الصناعات الجلدية (فلاح، 2018).

5.3 دور الاستيراد الخارجي وتأثيره على صناعة الأحذية في فلسطين

تنقسم واردات قطاع صناعة الأحذية إلى قسمين: واردات أولية من المواد الخام والمدخلات، وواردات مصنعة ومنتجة من الأحذية التي يستوردها تجار التجزئة وتجار الجملة. وتشمل الواردات الأولية كلاً من الشمع، والإكسسوارات، والأصباغ، والغراء، والجلود الصناعية الأخرى، إلا أن هناك قيوداً على أنواع معينة من المواد التي يمكن استيرادها من الخارج وذلك حسب قائمة المواد ذات الاستخدام المزدوج والمقررة من السلطات الإسرائيلية، إذ أن هذه القيود ذات تأثير مباشر على قطاع صناعة الجلود والأحذية وخصوصاً على المدابغ حيث منعت من استيراد بعض المواد الكيميائية استناداً إلى تلك القائمة، منها حمض الكبريتيك وأنواع معينة من الغراء المستخدمة في صناعة الأحذية (ITC, et.al, 2014).

أما بالنسبة للواردات المصنعة التي يستوردها تجار الجملة وتجار التجزئة فهي تشمل الأحذية المصنعة ذات الأسعار الرخيصة والتصاميم المعاصرة الدارجة في الأسواق العالمية، وهي موجهة بالأخص إلى فئة معينة من العملاء (شريحة الشباب) بسبب اهتمامهم بشكل أكبر من غيرهم من الفئات في مواكبة الموضة، إذ استطاعت الأحذية المستوردة تلبية رغبات المستهلك في السوق المحلي. بالمقابل، لم تكن الصناعة المحلية قادرة على تلبية رغبات هذه الشريحة بالذات نتيجة عدم قدرتها على مواكبة التصاميم العالمية (ITC, et.al, 2014).

تعد إسرائيل أهم الموردين إلى السوق المحلي لأنواع معينة من المنتجات خاصة الأحذية عالية الجودة مثل الأحذية الرياضية وأحذية الجلد الطبيعي ذات السعر المرتفع مقارنةً بالأحذية المحلية أو الصينية، كما أنها مورّد مهم لأنواع معينة من المدخلات مثل النعال الخارجية والكعاب من المطاط أو البلاستيك التي تستخدمها المصانع المحلية في صناعة الأحذية (ITC, et.al, 2014). هذا وتعتمد مصانع الأحذية على استيراد المواد الخام بشكل غير مباشر عن طريق مورّدين إسرائيليين، حيث يتم استيراد كميات كبيرة من إسرائيل للحصول على سعر منافس وتخفيض مصاريف الشحن. وبحسب تصريح بعض أصحاب المصانع يتم اللجوء إلى الاستيراد غير المباشر من إسرائيل كوسيلة لإقناع دائرة الجمارك في الحصول على العدد المطلوب من فواتير المقاصة. وقد ازداد توافد الأحذية التركية في السنوات الأخيرة خاصة الأحذية الرجالية حيث ارتفعت كميتها من حوالي 361 زوج ألف أحذية عام 2015 إلى حوالي 938 ألف زوج عام 2017، وقد ساهم في ذلك عدة عوامل أهمها توفر خدمة الشحن الجزئي من تركيا إلى السوق الفلسطيني مما ساعد في تقليل تكاليف الشحن بشكل ملموس، وقد شجع هذا العديد من أصحاب محلات التجزئة على استيراد الأحذية الرجالي والتي غالباً ما تضاهي في

جودتها الأحذية المصنعة محلياً وبأسعارٍ منافسة (فلاح، 2018). يوضح الجدول (1.3-أ) والجدول جدول (1.3-ب) اختلاف كمية الواردات من منتجات الجلود والأحذية بين الأعوام 2000-2017 حيث بلغت نسبة النمو في واردات الأحذية (50.78%) بين العامين 2000-2017، ويظهر الجدول زيادة كمية الاستيراد بشكل ملحوظ خاصة في السنوات الخمس الأخيرة.

جدول (1.3-أ): إجمالي قيمة الواردات والصادرات الفلسطينية المرصودة⁴ من الجلود والأحذية

للفترة 2000-2005

الصادرات				الواردات				السنة
نسبة الزيادة السوية	الأحذية	نسبة الزيادة السوية	الجلود	نسبة الزيادة السوية	الأحذية	نسبة الزيادة السوية	الجلود	
....	18,446	3,751	17,609	5,570	2000
-16%	15,545	27%	4,751	-27%	12,790	-26%	4,119	2001
-26%	11,485	-44%	2,656	-24%	9,667	-27%	3,017	2002
2%	11,765	29%	3,415	4%	10,017	17%	3,524	2003
23%	14,518	19%	4,055	22%	12,301	-7%	3,293	2004
10%	15,927	-7%	3,763	13%	13,872	19%	3,928	2005

المصدر: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني 2018. إحصاءات التجارة الخارجية المرصودة. رام الله- فلسطين.

⁴ البيانات لا تشمل ذلك الجزء من محافظة القدس والذي ضمه الاحتلال الإسرائيلي إليه عنوة بعيد احتلاله للضفة الغربية عام 1967.

جدول (1.3-ب): إجمالي قيمة الواردات والصادرات الفلسطينية⁵ المرصودة من الجلود والأحذية

للفترة 2017-2006

الصادرات				الواردات				السنة
نسبة الزيادة السوية	الأحذية	نسبة الزيادة السوية	الجلود	نسبة الزيادة السوية	الأحذية	نسبة الزيادة السوية	الجلود	
27%	20,155	-13%	3,269	-10%	12,475	-35%	2,522	2006
22%	24,625	38%	4,532	9%	13,652	>100%	5,648	2007
10%	27,237	-3%	4,396	1%	13,769	73%	9,793	2008
-5%	25,805	-38%	2,702	2%	14,067	-11%	8,753	2009
-0.4%	25,712	29%	3,486	11%	15,564	30%	11,385	2010
42%	36,390	-26%	2,591	19%	18,495	25%	14,273	2011
-13%	31,713	27%	3,302	4%	19,217	-3%	13,869	2012
18%	37,387	53%	5,044	3%	19,839	15%	15,922	2013
14%	42,638	47%	7,438	3%	20,417	0.1%	15,936	2014
-8%	39,223	-23%	5,720	23%	25,095	10%	17,525	2015
-16%	33,054	-56%	2,489	-3%	24,377	22%	21,308	2016
13%	37,469	66%	4,140	9%	26,543	-9%	19,315	2017

⁵ البيانات لا تشمل ذلك الجزء من محافظة القدس والذي ضمه الاحتلال الإسرائيلي إليه عنوة بعيد احتلاله للضفة الغربية عام 1967.

1.5.3 العوامل المؤثرة على اختيارات المستهلك:

لقد زادت وتيرة الاستيراد من الخارج في السنوات الأخيرة، حيث سمحت البنود الواردة في اتفاقية باريس للمصدرين الأجانب بإغراق السوق المحلي الفلسطيني بالمنتجات الرخيصة ذات الجودة المنخفضة بما في ذلك قطاع صناعة الجلود والأحذية، فقد نجحت الأحذية المستوردة ذات الأسعار الرخيصة والتصاميم الحديثة في السيطرة على السوق المحلي والمنافسة فيه نتيجة تلبية المتطلبات الأساسية للمستهلك في السوق الفلسطيني والتي تتمثل في السعر المقبول والتصميم الجميل دون التركيز بشكل كبير على الجودة، كما ونجحت في جذب المستهلكين المحليين بسبب انخفاض أسعارها وحدثت تصاميمها والتي لم تستطع المنتجات المحلية المنافسة فيها (ITC, et.al, 2014).

تتمثل أهم نقاط ضعف الصناعة المحلية بعدم مواكبتها للتصاميم الحديثة والمعاصرة وعدم تلبيةها لأذواق المستهلك وتفضيلاته إضافة إلى ارتفاع سعرها، وقد أدى اعتماد المصنعين المحليين تاريخياً بشكل أساسي على عامل الجودة في الإنتاج دون الاهتمام بالتصميم إلى جعلهم يواجهون صعوبة كبيرة في المنافسة في السوق المحلي خاصة في السعر والتصميم، حيث أن المنتجات المحلية غير قادرة على مواكبة آخر صيحات الموضة في تصميم الأحذية، وحتى أولئك المنتجين الذين يرغبون بالتجديد يجدون صعوبة في تحديث المعدات اللازمة بذلك مثل القوالب التي تعد ضرورية لإنتاج نماذج جديدة. كل هذا ساهم في تناقص حصة المنتج المحلي في السوق الفلسطيني وبدأت تفضيلات المستهلك تعطي وزناً أكبر للتصميم مقابل الجودة لذلك اضطر مصنعو الأحذية المحلية على التركيز على تصنيع الأحذية التقليدية التي لا تركز بشكل كبير على الموضة مثل الأحذية الرجالية الرسمية وصنادل الأطفال (ITC, et.al, 2014).

ساهمت سياسة السلطة الفلسطينية في ضعف القدرة التنافسية للمنتجات المحلية في صناعة الأحذية وفقدانها لحصة كبيرة من السوق المحلي من خلال فتح باب الاستيراد على مصراعيه من دول شرق آسيا خاصة الصين بدون ضوابط أو قيود. فقد ساهم انعدام التعليمات الفنية الإلزامية وضعف الرقابة على الأسواق في انتشار الأحذية المنخفضة الجودة على نطاق واسع في السوق المحلي، حيث شجع انخفاض سعرها وعدم توفر بيانات واضحة عن مستوى تدني جودتها المستهلكين على زيادة الطلب عليها خاصة لدى العائلات الأقل دخلاً، وقد أدى ذلك إلى توقف إنتاج العديد من مصانع الأحذية المحلية بسبب عدم قدرتها على الصمود طويلاً أمام المنافسة السعرية للأحذية المستوردة وأضحى أصحابها مستوردين، وحتى من استطاع المحافظة على استمراريته من هذه المصانع لم يعد قادراً على الحفاظ على قدرته الإنتاجية التي انخفضت لدى أغلب هذه المصانع، وتحولت نحو الإنتاج الموسمي (فلاح، 2018).

2.5.3 الدور المطلوب في حماية المنتج المحلي:

يتمثل الدور المطلوب من مصانع الأحذية المحلية بالتوجه نحو تكثيف استخدام التكنولوجيا، وتحديث خطوط الإنتاج لديها حتى تستطيع التنويع بشكل أكبر في منتجاتها مع الحفاظ على نفس مستوى الجودة لديها، وتوفير رأس المال ومصادر التمويل المناسبة حتى تتمكن المنشآت المحلية من تطوير أدائها وخبرتها في صناعة الأحذية خاصة الشبابية التي تتطلب استثمارات كثيفة لرأس المال في مجموعة متنوعة من القوالب، والتي تعكس أحدث صيحات الموضة العالمية. بالإضافة إلى العمل على تطوير مستوى رأس المال البشري في منشآت القطاع من خلال تطوير مهارات الإدارة والتصميم والمهارات الفنية فيه حتى تتمكن المنتجات المحلية من منافسة المنتجات المستوردة في كل من السعر

والتصميم، الأمر الذي سيمكنها من جذب المستهلكين إلى السوق المحلي، وتحقيق رغباتهم الشرائية (ITC, et.al, 2014).

ويتمثل دور المؤسسات الحكومية بالاستمرار في الدعم الوطني لقطاع صناعة الجلود والأحذية والعمل على زيادته وتكثيفه من خلال اتخاذ الإجراءات المناسبة، والبدء في تطبيق التعليمات الفنية الإلزامية التي تم تفصيلها سابقاً، حيث ستساهم هذه التعليمات في تصحيح فشل السوق الناجم عن عدة مسببات أهمها ما يعرف بعدم تماثل المعلومات (information asymmetry) والتي تتمثل بما يقوم به البائع عند حجب معلومات تخص سلعة ما عن المستهلك حتى يعمل على تعظيم أرباحه، وينطبق هذا على الأحذية المستوردة في السوق المحلي حيث بالعادة لا يفصح الكثير من المستوردين عن مستوى تدني جودة هذه الأحذية أو عدم ملائمتها لصحة المستهلك وسلامته، حتى يتمكن من بيعها بسعر أعلى من السعر الحقيقي الذي يعكس جودتها الحقيقية، لكنه بنفس الوقت يبقى أقل من سعر الحذاء المحلي عالي الجودة. من هنا يأتي دور الحكومة في تصحيح هذا الفشل في السوق المحلي الذي يجعل المنافسة غير عادلة بين المستورد والمصنع، ويسهم في جعل المستورد يستحوذ على أكبر حصة في السوق المحلي دون الاهتمام بمصلحة وسلامة المستهلك، لذلك يتوجب على الحكومة التدخل وتوفير جميع المعلومات الضرورية المتعلقة بالقرار الشرائي للمستهلك، والتأكد من أن الأحذية الموجودة في السوق المحلي تحافظ على صحة المستهلك الفلسطيني وسلامته (فلاح، 2018).

6.3 الدراسات السابقة

تشكل صناعة الأحذية جزءاً مهماً من الصناعات التحويلية في فلسطين، مع ذلك لم يكن هناك عدد كافٍ من الدراسات عن هذه الصناعة خاصة خلال السنوات العشر الأخيرة، والتي كانت في الغالب دراسات متعلقة بالموضوع بطريقة غير مباشرة، ومن هذه الدراسات:

دراسة بلال فلاح (2018) بعنوان " تطوير تنافسية وزيادة حصة المنتج الوطني في فلسطين: قطاع الجلود والأحذية (تحليل الواقع وتقييم التدخلات الحكومية)".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أهم التحديات التي تواجه قطاع صناعة الجلود والأحذية وأدت إلى تراجع حصته السوقية ونشاطه الإنتاجي، كما وهدفت إلى تقييم التدخلات الحكومية التي ساهمت في تعزيز تنافسية هذا القطاع من خلال فحصها لمدى نجاح سياسة رفع التعرفة الجمركية بنسب تصل إلى 27%، في الحد من استيراد الأحذية الجاهزة من الصين إلى أسواق الضفة الغربية. استخدمت الدراسة بيانات عن قيم وكميات الأحذية المستوردة وتم توظيفها باستخدام منهجية " Difference in Difference " لمقارنة التغير في اتجاهها بالنسبة لسلعة أخرى مشابهة في نمط الاستهلاك وهي الملابس الجاهزة التي لم تستهدف بسياسة رفع التعرفة الجمركية.

توصلت هذه الدراسة إلى أن مستوى استيراد الأحذية من الصين لم يتأثر بسياسة رفع التعرفة الجمركية بسبب الصعوبات التي تواجه دائرة الجمارك الفلسطينية في الرقابة على تدفق السلع المستوردة للسوق المحلي والتدقيق على أسعارها نتيجة عدم تمكنهم من التواجد في المعابر والموانئ الإسرائيلية تطبيقاً لما

ورد في اتفاقية باريس، مما يمكن المستوردين الفلسطينيين من تخفيض أسعار الأحذية المصرح عنها من أجل تخفيض الجمارك والضرائب المستحقة عليها. وبناءً على ذلك فقد أظهرت الدراسة بأن الاستمرار في تطبيق هذه السياسة كأداة للحد من استيراد الأحذية من الصين لن يكون مجدياً.

دراسة (2014) ITC & MONE & PalTrade بعنوان " The State of Palestine National Export Strategy, Footwear and Leather Sector Export Strategy 2014-2018".

تناولت هذه الدراسة واقع قطاع صناعة الجلود والأحذية في الوقت الحالي وهيكلية هذا القطاع من حيث عدد المنشآت وعدد العمال وحجم الانتاج فيه، كما وبينت الوضع الحالي للتصدير في هذه الصناعة، ووضحت أهم الاسواق الأساسية المصدرة لها الصناعات الجلدية المحلية، وبينت أهم المعوقات التي تعاني منها صناعة الجلود والأحذية وحدت من إمكانيات التصدير في هذا القطاع. وقد توصلت هذه الدراسة إلى العديد من الاستراتيجيات التي يمكن من خلالها تطوير قطاع التصدير في هذه الصناعة أهمها تحسين قدرات القطاع الإنتاجية وبيان أهمية التنوع والتنمية في السوق من أجل زيادة قاعدة العملاء للقطاع وتثويتها، كما وضعت الدراسة مجموعة من الأهداف التي لا بد من تطبيقها للوصول إلى هذه الاستراتيجية.

دراسة شيخاوي عبد العزيز (2012) بعنوان " دراسة أداء قطاع الجلود والأحذية في الجزائر خلال الفترة بين 1974-2007 ".

تناولت هذه الدراسة واقع قطاع الجلود والاحذية في الجزائر خلال الفترة بين 1974-2007، وبينت مدى مساهمته في الاقتصاد الجزائري. هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص بعض المتغيرات لتحديد أهمية مساهمة قطاع الجلود والأحذية في الاقتصاد الجزائري ، وتحديد متغيرات سلوك حساب الانتاج وحساب الاستغلال.

ومن أهم النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة أن قطاع الجلود لم يحض بالاهتمام الكافي حتى الآن في السياسات الاقتصادية المنتهجة في بعض البلدان العربية بما فيها الجزائر مقارنة ببعض الدول الأوروبية والتي تراهن على هذا القطاع رغم عدم امتلاكها المقومات التي تمتلكها البلدان العربية.

دراسة UNIDO (2010) بعنوان " Future Trends in the World Leather

" and Leather Products Industry and Trade

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم الآفاق العالمية لصناعة الجلود والمنتجات الجلدية في العقد القادم لتقديم صورة شاملة عن هذه الصناعة بجوانبها المختلفة بما يشمل صناعة الدباغة وصناعة الأحذية والصناعات الجلدية الأخرى.

قدمت هذه الدراسة تحليلاً شاملاً للطلب المعاصر على المنتجات الجلدية (الأحذية ، والسلع الجلدية ، والقفازات ، الملابس الجلدية ، والسلع الرياضية ، ومواد التجميل ، وما إلى ذلك) مقابل إمكانية توافر

الموارد الأساسية لهذه الصناعة من المواد الخام والجلود، والموارد البشرية، والسعة الإنتاجية ، والخبرات الفنية، والصناعات المساندة والخدمات. واشتملت الدراسة أيضاً على معلومات عن الجوانب الهامة الأخرى لصناعة الجلود: إحصاءات التجارة ، التوزيع الجغرافي للإنتاج ، التطورات التكنولوجية ، البنية التحتية ، الظروف البيئية ، والجوانب الاجتماعية المرتبطة بإنتاج الجلود.

دراسة شذى الصوفي (2004) بعنوان "دباغة الجلود وصناعتها في بلاد الرافدين".

تناولت هذه الدراسة موضوع دباغة الجلود في بلاد الرافدين حيث عرضت نبذة عن الجلد وبعض طبقاته ومسمياته في النصوص المسمارية ، وحددت أصل دباغة الجلود والمراحل التي تمر بها الجلود قبل الدبغ، والطرق المختلفة في معالجتها، وكذلك عرضت اهم الصناعات الجلدية في بلاد الرافدين. ومن اهم الاستنتاجات التي توصلت اليها هذه الدراسة: اهتمام العراقيين القدماء في تنمية صناعة الجلود، حيث كان لهم الفضل في النهوض بهذه الصناعة وقد عنوا بالمواد الكيميائية إذ استعانوا بمواد حيوانية وأخرى نباتية، وكانوا على معرفة أكيدة بمدى فاعلية هذه المواد في الارتقاء بمستوى الجلد المنتج، وقد استخدمت الجلود في الكثير من الصناعات منها صناعة الملابس بأنواعها وصناعة معدات الجيوش وكذلك في اعداد وسائل النقل المائي وشملت أيضا بعض المجالات الطبية أحياناً.

دراسة (عبد الفتاح نصرالله، وظاهر عواد) (2004) بعنوان " واقع القطاع الصناعي في فلسطين".

تناولت هذه الدراسة واقع القطاع الصناعي في فلسطين واستعرضت التطور التاريخي للصناعة الفلسطينية منذ عام 1948 حتى قيام السلطة الفلسطينية، ثم تناولت عبر التحليل التفصيلي الأنشطة الصناعية الرئيسية والانشطة الفرعية.

هدفت هذه الدراسة إلى القاء الضوء على أهم القيود والمشاكل التي تقف عائقاً أمام القطاع الصناعي الفلسطيني وتحليل واقع القطاع الصناعي للوصول إلى أهم النتائج والتوصيات والتصورات لمستقبل القطاع الصناعي في فلسطين.

من أهم النتائج لهذه الدراسة استمرار طغيان الحجم الصغير للمنشآت الصناعية، وتراجع مساهمة القطاع الصناعي في الناتج المحلي الاجمالي خلال عام 2001 م بسبب الحصار الإسرائيلي المفروض على الاقتصاد الفلسطيني، وقد توصلت الدراسة إلى أفضل استراتيجية للتنمية الصناعية في ظل الظروف القائمة، وهي استراتيجية إحلال الواردات مع دعم الصناعات التي لها قدرة تنافسية في الأسواق العالمية.

دراسة محمد الراعي (2003) بعنوان "الصناعات التحويلية في فلسطين (تحليل ورؤية نقدية)".

تناولت هذه الدراسة واقع الصناعة التحويلية في فلسطين، وبينت حجم الانتاجية بفروعها المختلفة، والمزايا التي تتمتع بها بعض الفروع والمشكلات التي تعاني منها بعضها الأخرى.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم الصناعة التحويلية وتصنيفاتها وفروعها المختلفة، والتعرف على مساهمة كل فرع منها في الانتاج والتشغيل والقيمة المضافة والتجارة الخارجية، وأسباب القوة في

بعض الفروع والضعف في بعضها الآخر، وتتبع التطورات والتغيرات التي حصلت على قطاع الصناعة التحويلية بشكل عام.

من أهم النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة : تراجع نسبة مساهمة القطاع الصناعي في الناتج المحلي الاجمالي عام 2001 م، بينما زادت مساهمته في التشغيل خلال العام نفسه، أما فيما يخص قطاع الصناعة التحويلية فقد تراجعت مساهمته في التشغيل ، وحجم القيمة المضافة، و اجمالي التكوين الرأسمالي خلال عام 2001 م.

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة :

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة أنها تعاملت مع عدد من المؤشرات الخاصة بقطاع الصناعة بشكل عام أو قطاع الصناعة التحويلية بشكل خاص، وبعضها اختص بدراسة قطاع صناعة الجلود والأحذية في فلسطين بشكل متكامل ولكنها كانت محدودة بفترة زمنية قديمة، بينما ركزت هذه الدراسة على أداء صناعة الأحذية في فلسطين خلال السنوات الأخيرة، حيث شملت الجوانب المختلفة لهذه الصناعة ودرست التطورات والتغيرات التي طرأت عليها، وحددت المشكلات والمعوقات الأساسية التي يعاني منها صناعة الأحذية في فلسطين.

الفصل الرابع

إجراءات الدراسة

1.4 مقدمة

يشتمل هذا الفصل على وصف لمنهجية الدراسة، ومجتمعها، وعينتها. كما يشتمل كذلك الفصل الحالي على وصف مفصلٍ لأداة الدراسة وصدقها، وثباتها، وكذلك اجراءات الدراسة والمعالجة الإحصائية التي استخدمتها الباحثة في استخلاص نتائج الدراسة وتحليلها.

2.4 منهجية الدراسة

1.2.4 أسلوب التحليل:

اعتمدت الباحثة على الأسلوب الوصفي لتحليل البيانات التي تم جمعها من مصادر أولية ومصادر ثانوية لأنه يصف الحالة كما هي موجودة في الواقع وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها من ناحيتين: كيفياً وكمياً. كيفياً من خلال وصفها وتوضيح خصائصها، وكمياً من خلال إعطائها وصفاً رقمياً يبين مقدار هذه الظاهرة الموصوفة، أو نسبة ارتباطها مع الظواهر الأخرى. كما يمكن باستخدام المنهج الوصفي صياغة الآراء والخبرات لوضع الخطط والتصورات المستقبلية لإيجاد حلول للظاهرة المدروسة.

2.2.4 مصادر البيانات:

- البيانات الثانوية: تم الحصول على البيانات الثانوية من خلال بعض الدراسات السابقة في هذا المجال، وبعض الكتب والمراجع والأبحاث السابقة، وبعض المواقع الإلكترونية المختلفة على شبكة الإنترنت، وكذلك تم الاعتماد على بعض البيانات الإحصائية الرسمية الصادرة عن الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني المنشورة وغير المنشورة، ومن مصادر أخرى ذات علاقة بالقطاع الصناعي.

- البيانات الأولية: تم الحصول على البيانات الأولية من خلال الاستبانة التي وُزعت على عينة من مدراء ومالكي منشآت ومصانع الأحذية في فلسطين، بالإضافة إلى المقابلات مع المسؤولين في اتحاد الصناعات الجلدية.

3.2.4 أسلوب المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم استخدام الأسلوب الإحصائي التحليلي، وذلك بإيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة، وذلك للتعرف على التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين وكيفية تحقيق النمو الاقتصادي في هذه الصناعة بحسب وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، إضافة إلى استخدام اختبار (ت)، وذلك للتعرف على دلالة الفروق في الدلالة الإحصائية بحسب متغير الجنس، كما وتم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Analysis of Variance) لقياس دلالة الفروق في المتوسطات حسب المتغيرات المستقلة الأخرى في الدراسة من حيث المركز الوظيفي، والمستوى التعليمي. كما وتم حساب معامل الثبات كرونباخ ألفا للتحقق من صدق الأداة الإحصائية، وثباتها، وتم حساب معامل الارتباط بيرسون لقياس معاملات

الصدق، ومدى ارتباط كل فقرة بالمحور الذي تعبر عنه، وذلك من خلال برنامج الرزم الإحصائية (SPSS).

فيما تم استخدام أسلوب الترميز من خلال حساب التكرارات وإيجاد النسبة المئوية لكل منها للإجابة على التساؤلات المفتوحة التي اشتملت عليها أداة الدراسة.

3.4 مجتمع الدراسة وعينتها

يتألف مجتمع الدراسة من جميع المنشآت العاملة في صناعة الأحذية سواء المسجلة في الاتحاد العام للصناعات الجلدية في فلسطين أو غير المسجلة. والبالغ عددها ما يقارب 280 منشأة مسجلة وغير مسجلة.

أما عينة الدراسة فقد كانت عينة عشوائية مكونة من (44) فرداً من أصحاب المشاغل والمنشآت العاملة في صناعة الأحذية في فلسطين، حيث تم توزيع 48 استبانة بشكل عشوائي وتم استرداد 44 منها صالحة للتحليل الإحصائي، ويعود السبب وراء صغر حجم عينة الدراسة إلى أن هناك عدد كبير من المنشآت وخاصة المسجلة في الاتحاد هي بالواقع مغلقة لكن اسمها ما زال مسجلاً لدى الاتحاد بغاية حصول أصحاب هذه المنشآت على تصاريح دخول إلى إسرائيل، وهو ما صرح به رئيس الاتحاد العام للصناعات الجلدية الفلسطينية السيد حسام الزغل.

ويأتي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة والمتمثلة بكل من متغير الجنس، والمركز الوظيفي، والمستوى التعليمي كما يأتي:

جدول (1.4): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	43	97.7
	أنثى	1	2.3
	المجموع	44	%100

نلاحظ من الجدول السابق أنه لا يوجد تقارب في توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب متغير الجنس، حيث بلغ عدد الذكور (43)، فيما بلغ عدد الإناث (1) فقط، وهذا لا يساعد على تحقيق تجانس نسبي في توزيع أفراد عينة الدراسة.

وبوضح الجدول (2.4) توزيع أفراد عينة الدراسة على الفئات الثلاث لمتغير المركز الوظيفي، إذ بلغ عدد أفراد عينة الدراسة من فئتي الملاك والمديرين (15) لكل منهما وذلك بنسبة (34.1%) لكل منهما من مجمل عينة الدراسة، بينما بلغ عدد أفراد عينة الدراسة ممن هم من فئة مالك ومدير في الوقت ذاته (14) من أصل (44) أي ما نسبته (31.8%).

جدول (2.4): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المركز الوظيفي

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
المركز الوظيفي	المالك	15	34.1
	المدير	15	34.1
	المالك والمدير	14	31.8
	المجموع	44	%100

ويوضح جدول (3.4) توزيع أفراد عينة الدراسة على الفئات الأربعة لمتغير المستوى التعليمي، إذ بلغ عدد أفراد عينة الدراسة من فئة ثانوية عامة فما دون (27) أي ما نسبته (61.4%) من العدد الكلي لأفراد عينة الدراسة. فيما بلغ عدد فئة التعليم الدبلوم (6) وهو ما نسبته (13.6%) من العدد الكلي لأفراد عينة الدراسة. كما بلغ عدد أفراد عينة الدراسة من حملة البكالوريوس (9) أفراد أي ما يعادل (20.5%) من العدد الكلي لأفراد عينة الدراسة. وأخيراً، يُظهر الجدول أن عدد أفراد عينة الدراسة من حملة الدراسات العليا قد بلغ (2) فرد أي ما يعادل (4.5%) من العدد الكلي لأفراد عينة الدراسة.

لعل ذلك يؤكد مشكلة تدني مستوى رأس المال البشري في صناعة الأحذية واعتمادها على عمالة غير متعلمة نسبياً، حيث أن الغالبية العظمى من أفراد العينة لا يحملون شهادات جامعية، وهذا يعكس مدى نقص الخبرات العلمية في هذه الصناعة خاصة في المجالات الضرورية لزيادة حصتها السوقية بما في ذلك المجالات الإدارية والتسويقية، وكذلك مجالات التصميم، مما ينعكس سلباً على قدراتها التنافسية محلياً وخارجياً.

جدول (3.4): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
المستوى التعليمي	ثانوية عامة فما دون	27	61.4
	دبلوم	6	13.6
	بكالوريوس	9	20.5
	دراسات عليا	2	4.5
	المجموع	44	100

4.4 أدوات الدراسة

استخدمت الباحثة الاسلوب الكمي من خلال الاستبانة لجمع بيانات الدراسة، وقد تألفت من قسمين. اشتمل القسم الأول ثلاثة محاور، وهي: متغيرات الدراسة والتي تمثلت بكل من متغير الجنس، والمركز الوظيفي، والمستوى التعليمي. واشتمل المحور الثاني على معلومات خاصة بالمنشأة، فيما تناول المحور الثالث الحلول والمقترحات لمواجهة التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين. أما القسم الثاني فقد استعرض محاور أداة الدراسة الست، وفقراتها الـ (43) موزعة عليها، والتي تحمل إجابات موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة، بحيث يطلب من أفراد العينة الاجابة على فقراتها وفق آرائهم، وقد جاءت هذه المحاور على النحو الآتي:

المحور الأول: المشكلات المتعلقة بالمنشأة.

المحور الثاني: المشكلات المتعلقة بالإنتاج.

المحور الثالث: المشكلات المتعلقة بالتمويل.

المحور الرابع: المشكلات المتعلقة بالتسويق.

المحور الخامس: المشكلات المتعلقة بالمنافسة.

المحور السادس: المشكلات المتعلقة بالاستيراد.

وقد تم إجراء مقابلة استطلاعية لأخذ معلومات أكثر عن طبيعة صناعة الأحذية في فلسطين من خلال مقابلة رئيس الاتحاد العام للصناعات الجلدية الفلسطينية السيد حسام الزغل، والتي ساعدت الباحثة في تكوين فقرات الاستبانة والتركيز على جوانب الضعف الأساسية في هذه الصناعة.

1.4.4 صدق أداة الدراسة:

يقصد بالصدق الظاهري التأكد من مدى ملائمة كل فقرة من فقرات الأداة وصلاحيتها للمجال الذي وضعت فيه، وملائمة الصياغة اللغوية ووضوحها، وملائمة كل فقرة من فقرات الأداة لمستوى المبحوثين من عينة الدراسة، وتم إجراء التعديلات اللازمة بموجب الإرشادات والتوجيهات التي أبدأها المحكمون، وبذلك تم الاتفاق على صلاحية أداة الدراسة.

تم التأكد من الاتساق الداخلي لأداة الدراسة بحساب مصفوفة ارتباط فقرات كل فقرة مع المحور الذي تعبر عنه، وكانت نتائج معامل الارتباط لكل بُعد كالاتي:

جدول (4.4): نتائج معامل الارتباط بيرسون لمصفوفة ارتباط فقرات المحور الأول مع الدرجة الكلية

له

البعد الأول : المشكلات المتعلقة بالمنشأة			
الرقم	الفقرة	قيمة (ر)	الدلالة الإحصائية
1	هناك ضعف في البنية الأساسية الخاصة بالمنشأة	.764**	0.000
2	يوجد لدي مشاكل في الترخيص	.787**	0.000
3	أواجه مشكلات في الصيانة داخل المنشأة	.760**	0.000
4	هناك نقص في الخبرات الفنية ذات الكفاءة العالية في المنشأة	.628**	0.000
5	يوجد نقص في المستوى التعليمي لدى العاملين في المنشأة	.670**	0.000
6	أعتقد أن لدي حاجة لزيادة العمالة المدربة داخل المنشأة	.553**	0.000

أشارت نتائج مصفوفة ارتباط فقرات البُعد الأول (المشكلات المتعلقة بالمنشأة) إلى أن جميع قيم معاملات الارتباط للفقرات مع الدرجة الكلية لكل فقرة دالة احصائياً، مما يشير إلى تمتع الاستبانة بالصدق العائلي، وأنها تشترك معا في قياس هدف الدراسة.

جدول (5.4): نتائج معامل الارتباط بيرسون لمصفوفة ارتباط فقرات المحور الثاني مع الدرجة

الكلية له

البعد الثاني : المشكلات المتعلقة بالإنتاج			
الرقم	الفقرة	قيمة (ر)	الدلالة الإحصائية
1	من معوقات التصنيع في المنشأة هي ارتفاع تكلفة الإنتاج	.291	0.055
2	أجد صعوبة في الحصول على المواد الخام والمواد المكملة	.682**	0.000
3	أواجه صعوبة في مراقبة وضبط الجودة	.724**	0.000
4	الآلات المستخدمة في الإنتاج قديمة	.789**	0.000
5	الآلات المستخدمة في الإنتاج محلية	.610**	0.000
6	طريقة الإنتاج المتبعة في المنشأة هي الطريقة اليدوية	.765**	0.000
7	هناك نقص في التكنولوجيا المتطورة المستخدمة في التصنيع داخل المنشأة	.735**	0.000

أشارت نتائج مصفوفة ارتباط فقرات البُعد الثاني (المشكلات المتعلقة بالإنتاج) إلى أن جميع قيم معاملات الارتباط للفقرات مع الدرجة الكلية لكل فقرة دالة إحصائياً، مما يشير إلى تمتع الاستبانة بالصدق العاملي، وأنها تشترك معا في قياس هدف الدراسة. ما عدا الفقرة (1) والتي تنص على (من معوقات التصنيع في المنشأة هي ارتفاع تكلفة الإنتاج) والتي أشارت نتائجها إلى أن الدلالة الإحصائية (0.055) هي مساوية تقريباً من 0.05، مما يستلزم إعادة النظر بهذه الفقرة.

جدول (6.4): نتائج معامل الارتباط بيرسون لمصفوفة ارتباط فقرات المحور الثالث مع الدرجة

الكلية له

البعد الثالث : المشكلات المتعلقة بالتمويل			
الرقم	الفقرة	قيمة (ر)	الدلالة الإحصائية
1	لا تعتمد المنشأة في تمويل استثماراتها على التمويل الذاتي	.363*	0.015
2	المنشأة بحاجة إلى تمويل اضافي	.575**	0.000
3	يوجد صعوبات في توفير مصادر لتمويل المنشأة	.682**	0.000
4	حصلت المنشأة على قروض في السنوات الخمس الأخيرة	.497**	0.001
5	لا يوجد مؤسسات غير حكومية مهتمة بالدعم المالي للمنشأة	.564**	0.000
6	الأرباح في السنوات الخمس الأخيرة في تراجع	.535**	0.000
7	يوجد مشاكل في السيولة لدى المنشأة	.690**	0.000
8	لا يتم استثمار السيولة دائماً في حال توفرها داخل المنشأة	.512**	0.000
9	أجد صعوبة في تحصيل الديون (الشيكات الراجعة)	.131**	0.397
10	هناك ضعف في القدرة المالية للمنشأة لتجديد الآلات عند الحاجة	.802**	0.000

أشارت نتائج مصفوفة ارتباط فقرات البُعد الثالث (المشكلات المتعلقة بالتمويل) إلى أن جميع قيم معاملات الارتباط للفقرات مع الدرجة الكلية لكل فقرة دالة احصائياً، مما يشير إلى تمتع الاستبيان بالصدق العملي، وأنها تشترك معا في قياس هدف الدراسة. ما عدا الفقرة (1) و (9) واللذان تتصان على (لا تعتمد المنشأة في تمويل استثماراتها على التمويل الذاتي) و(أجد صعوبة في تحصيل الديون

(الشيكات الراجعة) والتي أشارت نتائجها إلى أنّ الدلالة الإحصائية (0.015) (0.397) وهاتين الفقرتين غير دالتان إحصائياً، مما يستلزم إعادة النظر بهما.

جدول (7.4): نتائج معامل الارتباط بيرسون لمصفوفة ارتباط فقرات المحور الرابع مع الدرجة الكلية

له

البعد الرابع : المشكلات المتعلقة بالتسويق			
الرقم	الفقرة	قيمة (ر)	الدلالة الإحصائية
1	أواجه مشاكل وصعوبات في التسويق والتوزيع	.708**	0.000
2	يوجد لدي صعوبات وقيود في تصدير منتجاتي للخارج	.680**	0.000
3	أجد صعوبة في تسويق منتجي في السوق المحلي	.804**	0.000
4	أجد صعوبة في تسويق منتجي في السوق الخارجي	.697**	0.000
5	أجد صعوبة في تسويق منتجي في السوق الاسرائيلي	.532**	0.000

أشارت نتائج مصفوفة ارتباط فقرات البُعد الرابع (المشكلات المتعلقة بالتسويق) إلى أنّ جميع قيم معاملات الارتباط للفقرات مع الدرجة الكلية لكل فقرة دالة إحصائياً، مما يشير إلى تمتع الاستبيان بالصدق العملي، وأنها تشترك معا في قياس هدف الدراسة.

جدول (8.4): نتائج معامل الارتباط بيرسون لمصفوفة ارتباط فقرات المحور الخامس مع الدرجة

الكلية له

البعد الخامس : المشكلات المتعلقة بالمنافسة			
الرقم	الفقرة	قيمة (ر)	الدلالة الإحصائية
1	أواجه منافسة نوعية مع المنافسين في الصناعة	.616**	0.000
2	أواجه منافسة سعرية مع المنافسين في الصناعة	.807**	0.000
3	أعاني من حدة المنافسة مع المنتجين المحليين	.753**	0.000
4	أواجه صعوبة في منافسة المنتجات المستوردة في السوق المحلي	.561**	0.000
5	أواجه صعوبة في المنافسة في أسواق التصدير	.446**	0.002
6	أواجه صعوبة في المنافسة في السوق الإسرائيلي	.607**	0.000
7	أجد صعوبة في تسعير منتجي بما يتلاءم مع جودته	.760**	0.000
8	أعتقد بأن الشكل النهائي لمنتجي بحاجة إلى مواكبة التصاميم المعاصرة ليصبح ذو شكل جذاب	.530**	0.000
9	أجد صعوبة في تلبية رغبات المستهلك الشرائية	.424**	0.004

أشارت نتائج مصفوفة ارتباط فقرات البُعد الخامس (المشكلات المتعلقة بالمنافسة) إلى أن جميع قيم معاملات الارتباط للفقرات مع الدرجة الكلية لكل فقرة دالة إحصائياً، مما يشير إلى تمتع الاستبانة بالصدق العملي، وأنها تشترك معا في قياس هدف الدراسة.

جدول (9.4): نتائج معامل الارتباط بيرسون لمصفوفة ارتباط فقرات المحور السادس مع الدرجة

الكلية له

البعد السادس : المشكلات المتعلقة بالاستيراد			
الرقم	الفقرة	قيمة (ر)	الدلالة الإحصائية
1	أعتقد أن منتجات الصين هي أكبر منافس لمنتجاتي	.616**	0.000
2	تشكل منتجات تركيا أكبر منافس لمنتجاتي	.577**	0.000
3	أثر المنتج المستورد على كمية الانتاج لدي في المنشأة	.465**	0.001
4	جودة المنتج المستورد تنافس جودة المنتج لدي	.457**	0.002
5	الشكل النهائي للمنتج المستورد يتفوق على شكل المنتج لدي	.559**	0.000
6	سعر المنتج المستورد ينافس سعر المنتج لدي	.641**	0.000

أشارت نتائج مصفوفة ارتباط فقرات البعد السادس (المشكلات المتعلقة بالاستيراد) إلى أن جميع قيم معاملات الارتباط للفقرات مع الدرجة الكلية لكل فقرة دالة احصائياً، مما يشير إلى تمتع الاستبانة بالصدق العملي، وأنها تشترك معا في قياس هدف الدراسة.

أما فيما يتعلق بالصدق البنائي، إذ يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق أداة الدراسة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف المرجوة من الأداة، ويبين مدى ارتباط كل مجال من مجالات الدراسة بالدرجة الكلية للأداة.

جدول (10.4): معامل الارتباط بيرسون بين درجة كل محور من محاور الأداة والدرجة الكلية

الرقم	المجال	قيمة (ر)	مستوى الدلالة
1	المشكلات المتعلقة بالمنشأة	.775**	0.000
2	المشكلات المتعلقة بالإنتاج	.845**	0.000
3	المشكلات المتعلقة بالتمويل	.818**	0.000
4	المشكلات المتعلقة بالتسويق	.494**	0.001
5	المشكلات المتعلقة بالمنافسة	.635**	0.000
6	المشكلات المتعلقة بالاستيراد	.471**	0.001

(يوجد ارتباط دال احصائيا عند مستوى الدلالة 0.05)

يتبين من نتائج معامل الارتباط في الجدول السابق بأن القيمة الاحتمالية لكافة الأبعاد هي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وهذا يعني وجود ارتباط بين كافة المحاور والدرجة الكلية لأداة الدراسة، ما يعني صدق الاتساق الداخلي لهذه المحاور.

2.4.4 ثبات أداة الدراسة:

تم التحقق من ثبات أداة الدراسة بعد توزيعها على أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (44) فرداً، وذلك عن طريق حساب معامل الثبات كرونباخ ألفا، حيث بلغ معامل الثبات الكلي (0.892)، وبذلك تتمتع أداة الدراسة بدرجة عالية من الثبات. وقد تم كذلك حساب معامل الثبات لكل محور من محاور أداة الدراسة كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (11.4): ثبات محاور أداة الدراسة

الرقم	المجال	معامل الثبات	عدد الفقرات
1	المشكلات المتعلقة بالمنشأة	0.79	6
2	المشكلات المتعلقة بالإنتاج	0.83	7
3	المشكلات المتعلقة بالتمويل	0.71	10
4	المشكلات المتعلقة بالتسويق	0.72	5
5	المشكلات المتعلقة بالمنافسة	0.78	9
6	المشكلات المتعلقة بالاستيراد	0.55	6
المجموع		0.892	43

يتضح من الجدول (11.4) أن قيمة معامل الثبات بطريقة كرونباخ للمحور الأول والذي يتناول المشكلات المتعلقة بالمنشأة هي (0.79)، و(0.83) لمحور المشكلات المتعلقة بالإنتاج، كما بلغت (0.71) لمحور المشكلات المتعلقة بالتمويل، في حين بلغت (0.72) لمحور المشكلات المتعلقة بالتسويق، كما وبلغت (0.78) لمحور المشكلات المتعلقة بالمنافسة، أما محور المشكلات المتعلقة بالاستيراد فقد بلغ معامل ثبات قيمته (0.55)، في حين بلغت الدرجة الكلية لمعامل الثبات لأداة الدراسة محاورها الست (0.892)، وهذا يشير إلى أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات.

5.4 متغيرات الدراسة

تقسم متغيرات الدراسة الحالية على النحو الآتي:

- المتغيرات التابعة: تحقيق النمو الاقتصادي في صناعة الأحذية في فلسطين.
- المتغيرات المستقلة: التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين.

6.4 محددات الدراسة

بالنظر إلى هذه الدراسة نظرياً وعلمياً، واجهت الباحثة عدة صعوبات خلال إنجازها لها، أهمها:

1. واجهت الباحثة صعوبة في توزيع الاستبيانات على منشآت ومصانع الأحذية، لأنها كانت بالغالب

غير متمركزة في منطقة واحدة. ووجود أغلب المنشآت في المناطق السكنية صعب على الباحثة

الوصول إليهم بسهولة، بالإضافة إلى عدم وجود قائمة واضحة بعناوين هذه المنشآت.

2. القدرات العلمية لنسبة كبيرة من أصحاب هذه المشاغل والمنشآت محدودة فكان من الصعب توزيع

الاستبيان إلا من خلال مقابلات شخصية معهم، مع ذلك كانت بعض الإجابات غير دقيقة.

3. صعوبة جمع المراجع ذات العلاقة بالموضوع، وعدم وجود دراسات حديثة نسبياً.

الفصل الخامس

نتائج الدراسة ومناقشتها

اشتمل هذا الفصل على عرضٍ كامل ومفصل لنتائج الدراسة، وذلك للإجابة على تساؤلات الدراسة الرئيسية، والتحقق من صحة فرضيات الدراسة. للتعرف على التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين وكيفية تحقيق النمو الاقتصادي في هذه الصناعة من وجهة نظر أصحاب مصانع الأحذية، تم تحديد طول مفاتيح المقياس (الحدود الدنيا والعليا)، حيث تم إيجاد المتوسطات الحسابية والنسب المئوية والانحراف المعياري لكل فقرة وللدرجة الكلية، وقد تم اعتماد التدرج حسب مقياس ليكرت الخماسي، كما في الجدول رقم (1.5).

جدول (1.5): التدرج حسب مقياس ليكرت الخماسي

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاستجابة
1	2	3	4	5	الدرجة

ومن أجل تفسير النتائج اعتمدت المتوسطات في الجدول (2.5).

جدول (2.5): تفسير نتائج المتوسطات الحسابية حسب المعادلة: الحد الأعلى - الحد الأدنى + 1

عدد المستويات

المتوسط الحسابي	(2.33-1)	(3.66-2.34)	(5.00-3.67)
التقييم	ضعيفة	متوسطة	كبيرة

1.5 عرض نتائج أسئلة الدراسة

1.1.5 ما واقع منشآت صناعة الأحذية في فلسطين؟

للإجابة عن هذا التساؤل تم تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة وذلك من خلال حساب التكرارات وإيجاد النسب المئوية لكل إجابة، وذلك للتعرف على واقع منشآت صناعة الأحذية في فلسطين كما هو موضح فيما سيأتي، إذ تضمنت الدراسة مجموعة من الأسئلة التي تتعلق بواقع منشآت صناعة الأحذية كالموقع، وعمر المنشأة، ومكان تواجدها، ونوع الملكية، وعضويتها، وعدد العمال، وذلك كما هو موضح أدناه:

أظهرت الدراسة توزيع منشآت العينة حسب موقعها الجغرافي كما هو موضح في الجدول (3.5)، حيث بلغت عدد المنشآت في مدينة الخليل (41) منشأة أي ما نسبته (93.2%) من مجموع أفراد عينة الدراسة، بينما جاءت منشأة واحدة في بيت لحم منشأة بنسبة (2.3%)، أما المنشآت الموجودة في نابلس فقد بلغ عددها بحسب عينة الدراسة (2) وهو ما نسبته (4.5%) من مجموع أفراد عينة الدراسة.

وهذه النتيجة تؤكد ما صرح به رئيس اتحاد الصناعات الجلدية السيد حسام الزغل " تتركز غالبية منشآت قطاع صناعة الجلود والأحذية في مدينة الخليل بنسبة 95% و 5% خارجها".

جدول (3.5): موقع منشآت العينة

النسبة المئوية	العدد	المدينة
93.2	41	الخليل
4.5	2	نابلس
2.3	1	بيت لحم
100%	44	المجموع

أما فيما يتعلق بتاريخ منشآت صناعة الأحذية، فقد توصلت الدراسة إلى ما يلي: عدد المنشآت الخاصة بصناعة الأحذية التي يتراوح تاريخها العملي ما بين (5-10) سنوات هو 11 منشأة من أصل 44 بنسبة (25%)، بينما شكلت المنشآت التي يتراوح تاريخها ما بين (10-15) سنة 5 منشآت فقط بنسبة (11.4%) وهي النسبة الأدنى كما يُلاحظ من الجدول. أما المنشآت التي يتراوح تاريخها بين (15-20) سنة فهي 8 منشآت بنسبة (18.2%)، في حين أن المنشآت التي يزيد تاريخها العملي عن (20) سنة شكلت العدد والنسبة الأكبر من بين النسب وعددهم 20 منشأة بالنسبة الأعلى وهي (45.5%) كما هو موضح في الجدول (4.5).

جدول (4.5): عمر منشآت العينة

النسبة المئوية	العدد	عمر المنشأة
25	11	10-5
11.4	5	15-10
18.2	8	20-15
45.5	20	عشرين فأكثر
%100	44	المجموع

ومن هنا يظهر أن أغلبية منشآت صناعة الأحذية هي ذات تاريخ عملي قديم نسبياً وتمتلك خبرة طويلة في هذا المجال، وهو ما يبعث على التساؤل فيما يخص النمو الاقتصادي لهذه المنشآت خلال تلك السنوات ومدى التطور التي وصلت إليه وإذا ما كان متناسباً مع هذه الخبرة الطويلة، ومدى الصعوبة التي تواجهها هذه المنشآت في المنافسة محلياً وخارجياً كما سيتضح في هذه الدراسة. فيبدو لنا أن هناك ضعفاً هيكلياً داخل المنشآت لكونها غير قادرة على المنافسة بعد كل هذه الأعوام من الخبرة.

كما أخذت الدراسة مكان تواجد المنشأة حسب المنطقة بعين الاعتبار، وتوصلت للآتي: تركزت منشآت صناعة الأحذية بشكل أساسي في المناطق السكنية، حيث بلغ عددها في المناطق السكنية بحسب إجابات أفراد عينة الدراسة 25 منشأة بما نسبته (56.8%)، بينما بلغ عدد المنشآت التي تركزت في المناطق الصناعية 9 منشآت بنسبة (20.5%) وهي النسبة الأقل، كما أن هناك بعضاً من

هذه المنشآت تتركز في مناطق اخرى كالمناطق الزراعية او التجارية او غيرها والتي بلغ عددها 10 منشآت بنسبة (22.7%) كما هو موضح في الجدول (5.5).

جدول (5.5): توزيع منشآت العينة حسب منطقة تواجدها

النسبة المئوية	العدد	مكان تواجد المنشأة
56.8	25	سكنية
20.5	9	صناعية
22.7	10	اخرى
%100	44	المجموع

أما بالنسبة لنوع ملكية المنشأة: بحسب ما هو موضح في الجدول (6.5) فإن 10 من منشآت العينة هي ذات ملكية فردية أي بما نسبته (22.7%)، في حين شكلت الملكية العائلية نصف عدد المنشآت حيث كان عددها 22 منشأة بما نسبته (50%) وهذا يعكس جانباً من الواقع الاجتماعي في فلسطين، أما المنشآت التي تعود ملكيتها إلى أكثر من شخص بالشراكة فقد كان عددها 12 منشأة بنسبة (27.3%).

تناولت الدراسة عضوية المنشآت الخاصة بصناعة الأحذية في اتحاد الصناعات الجلدية وكانت النتائج كالتالي: توصلت الباحثة إلى أن هناك 26 من منشآت العينة حاصلةً على عضوية في اتحاد الصناعات الجلدية أي بما نسبته (59.1%)، في حين يوجد 18 منشأة منها بنسبة (40.9%) غير

حاصلة على عضوية في الاتحاد، وتعد مؤشراً جيداً على امتلاك أكثر من نصف المنشآت على عضوية في الاتحاد. كما يظهر في الجدول (7.5).

جدول (6.5): شكل ملكية منشآت العينة

النسبة المئوية	العدد	شكل الملكية
22.7	10	ملكية فردية
50	22	ملكية عائلية
27.3	12	شراكة
%100	44	المجموع

جدول (7.5): عضوية منشآت العينة في اتحاد الصناعات الجلدية

النسبة المئوية	العدد	عضوية المنشأة
59.1	26	نعم
40.9	18	لا
%100	44	المجموع

أما فيما يتعلق بعدد العاملين في هذه المنشآت فقد توزعت النسب كالتالي: يُظهر الجدول (8.5) أن 16 منشأة من منشآت العينة كان عدد العاملين فيها أقل من 5 عمال بنسبة (36.4%)، في حين أن المنشآت التي شغلت من (5-10) عمال بلغ عددها 20 منشأة بنسبة (45.5%)، أما المنشآت التي

شغلت من (10-15) عامل فبلغ عددها 5 منشآت فقط بنسبة (11.4%)، وأما المنشآت التي قامت بتشغيل أكثر من 15 عامل، عددها 3 منشآت فقط بنسبة (6.8%) وهي النسبة الأقل بين المنشآت.

جدول (8.5): عدد العمال في منشآت العينة

عدد العمال	العدد	النسبة المئوية
أقل من 5	16	36.4
من 5-10	20	45.5
من 10-15	5	11.4
أكثر من 15	3	6.8
المجموع	44	100%

وهذا يعني أن (93%) من منشآت العينة تشغل أقل من 15 عامل بالتالي فإن الغالبية العظمى من منشآت القطاع تعد منشآت صغيرة الحجم، وبالمقارنة مع عمر هذه المنشآت من خلال الرجوع إلى جدول (4.5) فإن 45.5% من منشآت العينة هي ذات عمر كبير نسبياً مع ذلك فإن 3 منها فقط لا تعد صغيرة الحجم ويعني ذلك أن غالبية منشآت القطاع لا تنمو.

كما بينت الدراسة واقع منشآت صناعة الأحذية في فلسطين من حيث مستوى التدريب والدعم الموجه من الاتحاد والهيئات المختصة الأخرى، كما يظهر في الجدول (9.5)، إذ تبين أن هذه المنشآت تتجه إلى عقد الدورات التدريبية للعاملين بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي مقداره (2.50) مع

انحراف معياري مقداره (0.98). وظهر أن مستوى اهتمام الوزارات والهيئات المختصة بتطوير هذه المنشآت جاء بدرجة كبيرة بمتوسط حسابي مقداره (3.32) مع انحراف معياري مقداره (0.86)، وقد تبين أيضاً أن اتحاد الصناعات الجلدية يقوم بتقديم النصح والإرشاد بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي مقداره (2.70) مع انحراف معياري مقداره (1.02).

جدول (9.5): واقع منشآت صناعة الأحذية في فلسطين

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
متوسطة	0.98	2.50	أقوم بعقد الدورات التدريبية لتطوير وتقييم أداء العاملين لدي في المنشأة
متوسطة	1.02	2.70	يقوم اتحاد الصناعات الجلدية بتقديم النصح والإرشاد الفني والتقني وتزويدي بمعلومات كافية حين الحاجة أو الطلب منه
كبيرة	0.86	3.32	يوجد اهتمام جيد من قبل الوزارات والهيئات المختصة في السلطة الوطنية الفلسطينية في مجال صناعتي

(أعلى درجة للاستجابة 4)

2.1.5 ما واقع الإنتاج في منشآت صناعة الأحذية في فلسطين؟

للإجابة على هذا التساؤل تم تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة وذلك من خلال حساب التكرارات وإيجاد النسب المئوية لكل إجابة، وذلك للتعرف على واقع الإنتاج في منشآت صناعة الأحذية في فلسطين كما هو موضح فيما يأتي:

يبين الجدول (10.5) أن بعض المنشآت في عينة الدراسة اقتصرت على إنتاج الأحذية الستاتي، والتي بلغ عددها 12 بنسبة (27.3%)، في حين بلغ عدد المنشآت الخاصة بالتصنيع الرجالي 9 منشآت أي ما نسبته (20.5%)، في حين كان هناك منشأة واحدة فقط خاصة بالتصنيع الشبابي وأخرى خاصة بتصنيع أحذية الأطفال بنسبة (2.3%) لكل منهما، في حين أن المنشآت التي تختص بتصنيع أكثر من نوع وبالإمكان أن تكون شاملة لكل الأنواع السابقة فقد بلغ عددها (21) بنسبة (47.7%) وهي النسبة الأعلى بين المجموع والنسب الكلية لعدد المنشآت.

جدول (10.5): نوع المنتج حسب فئة المستهلك

النسبة المئوية	العدد	نوع المنتج
27.3	12	ستاتي
20.5	9	رجالي
2.3	1	شبابي
2.3	1	أطفال
47.7	21	اكثر من نوع
%100	44	المجموع

وهذه النتيجة توافق ما أشار إليه رئيس اتحاد الصناعات الجلدية السيد حسام الزغل خلال المقابلة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة بقوله: " غالبية تركيز الإنتاج في قطاع صناعة الجلود والأحذية على الأصناف الرجالي والستاتي ولا يوجد تركيز على أحذية الأطفال. يتم إنتاج أصنافاً للأطفال لكن بسعر

مرتفع والموديلات تقليدية غير جذابة". الأمر الذي يجعل المستهلك يعزف عن شراء المحلي ويتجه لشراء الأقل سعراً وبخاصة اذا كان لديه عدد من الأطفال، ونلاحظ أيضاً أن هناك تركيز قليل جداً على إنتاج الأصناف الشبابية لأنها تحتاج إلى مواكبة مستمرة في أحدث الموديلات العالمية والتتبع في التصاميم، الأمر الذي يعكس نقطة الضعف لدى صناعة الأحذية المحلية، وقد كان التركيز الأكبر على الأصناف الستاتي والرجالي لأن أغلبها ذو طابع رسمي وتقليدي لا يحتاج إلى تنوع كبير في التصاميم والشكل.

وتختلف المنتجات في المنشأة حسب الفصل السنوي صيفاً وشتاءً، فقد توصلت الدراسة إلى أن عدد المنشآت المختصة بتصنيع الأحذية الصيفية فقط هو منشأتان من أصل 44 بنسبة (4.5%)، بينما تقوم بقية منشآت العينة بتصنيع الأحذية الشتوية والبالغ عددها 42 منشأة بنسبة (95.5%) والتي تقوم أيضاً بإنتاج الصيفي، أي أنه لا يوجد منشآت مختصة فقط بإنتاج الأحذية الشتوية، كما يظهر في الجدول (11.5).

جدول (11.5): نوعية المنتج في المنشأة حسب الفصل

النسبة المئوية	العدد	الفصل
4.5	2	صيفي فقط
95.5	42	صيفي وشتوي
%100	44	المجموع

وقد تناولت الدراسة مصدر الجلود والمواد الخام المستخدمة في إنتاج الاحذية لمعرفة نسبة الإنتاج المحلي والمستورد من الجلود، وتم التوصل إلى أن عدد المنشآت التي تستخدم جلود محلية الصنع هو فقط 12 منشأة بنسبة (27.3%)، أما المنشآت التي تعتمد على الجلود المستوردة فقط فبلغ عددها 5 منشآت بنسبة (11.4%) وهي نسبة قليلة مقارنةً بالأخرين، وهناك منشآت تعتمد في تصنيعها على الجلود المحلية والمستوردة سوياً وبلغ عددها 27 منشأة بما نسبته (61.4%) وهي النسبة الأكبر من بين نسبة المجموع الكلي للمنشآت كما يظهر في الجدول (12.5).

جدول (12.5): مصدر الجلود المستخدمة في الإنتاج

النسبة المئوية	العدد	مصدر الجلود
27.3	12	محلية
11.4	5	مستوردة
61.4	27	محلية ومستوردة
%100	44	المجموع

وبلغت عدد المنشآت التي تستخدم مواد خام محلية فقط 3 منشآت بنسبة (6.8%)، أما المنشآت التي استخدمت مواد خام مستوردة فقط فبلغ عددها 10 بنسبة (22.7%)، في حين أن المنشآت التي استخدمت مواد خام من الإنتاج المحلي والمستورد سوياً بلغ عددها 31 منشأة بما نسبته (70.5%) وهي النسبة الأكبر من بين نسبة المجموع الكلي للمنشآت كما يظهر في الجدول (13.5).

جدول (13.5): المواد الخام المستخدمة في الإنتاج

النسبة المئوية	العدد	مصدر الجلود
6.8	3	محلية فقط
22.7	10	مستوردة فقط
70.5	31	محلية ومستوردة
100%	44	المجموع

وبينت الدراسة نسبة استغلال الطاقة الإنتاجية في المنشآت صيفاً وشتاءً وتوصلت إلى التالي: هناك (52.5%) من الطاقة الإنتاجية يتم استغلالها صيفاً في الصناعة و (47.5%) من الطاقة الانتاجية يتم استغلالها شتاءً، وهي نسبة متقاربة لاستغلال الطاقة في الإنتاج صيفاً وشتاءً. كما يظهر في الجدول (14.5).

جدول (14.5): نسبة استغلال الطاقة الانتاجية في منشآت القطاع صيفاً وشتاءً

متوسط نسبة استغلال الطاقة الانتاجية	
52.5	صيفاً
45.50	شتاءً

هذا وبلغت نسبة المنشآت الحاصلة على شهادات الجودة العالمية 9 منشآت بنسبة (20.5%) كما يظهر في الجدول (15.5)، أما المنشآت غير الحاصلة على شهادات الجودة العالمية بلغ عددها 35

أي ما نسبته (79.5%) وهي نسبة كبيرة تشكل الغالبية العظمى من منشآت العينة، مما يفسر سبب ضعف قدرة منشآت صناعة الأحذية على المنافسة في السوق المحلي والخارجي.

جدول (15.5): نسبة المنشآت الحاصلة على شهادات الجودة العالمية المتعلقة بصناعة الجلود

والأحذية

النسبة المئوية	العدد	امتلاك شهادة
20.5	9	نعم
79.5	35	لا
%100	44	المجموع

وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة المنشآت المصدرة للخارج من العينة (بما فيها إسرائيل) هي (36.4%) حيث بلغ عددها 16 منشأة، إلا أن هناك 28 منشأة من أصل (44) من المنشآت بنسبة (63.6%) لا تصدر للخارج وتقتصر على الاستهلاك المحلي كما يظهر في الجدول (16.5).

جدول (16.5): نسبة المنشآت المصدرة للمنتجات الخاصة بالأحذية

النسبة المئوية	العدد	التصدير
36.4	16	نعم
63.6	28	لا
100%	44	المجموع

قامت الباحثة بدراسة ما إذا عانت بعض المنشآت من تراجع ملحوظ في مستوى الإنتاج أم لا، وكانت النتائج كالتالي: بلغ عدد المنشآت التي عانت من تراجع ملحوظ في مستوى الإنتاج 37 منشأة بنسبة (84.1%) وهذا يعني أن غالبية منشآت صناعة الأحذية عانت خلال فترة معينة من تراجع كبير في مستوى إنتاجها، بالمقابل هناك 7 منشآت لم تعاني من هذا التراجع بنسبة (15.9%) من العينة، كما يظهر في الجدول (17.5).

جدول (17.5): تراجع الإنتاج

النسبة المئوية	العدد	تراجع الإنتاج
84.1	37	نعم
15.9	7	لا
100%	44	المجموع

وقد ظهرت سنوات التراجع كالتالي: بين العامين (1996-2005) كانت هناك منشأتين قد عانتا من تراجع الإنتاج بنسبة (5.4%)، أما بين العامين (2001-2005) عانت 4 منشآت من تراجع في مستوى الإنتاج بنسبة (10.8%)، وقد عانت 11 منشأة من تراجع مستوى الإنتاج بين العامين (2006-2010) بنسبة (29.7%)، وكانت هناك أيضاً 4 منشآت عانوا من تراجع الإنتاج بين العامين (2011-2015)، أما بين العامين (2016-2019) فقد بلغ عدد المنشآت التي لاحظت تراجع في مستوى إنتاجها في تلك الفترة 16 منشأة بنسبة (43.2%) كما يظهر في الجدول (18.5)، حيث تبين أن هناك مرحلتين أساسيتين ظهر فيهما التراجع في معظم منشآت العينة تمثلت الفترة الأولى

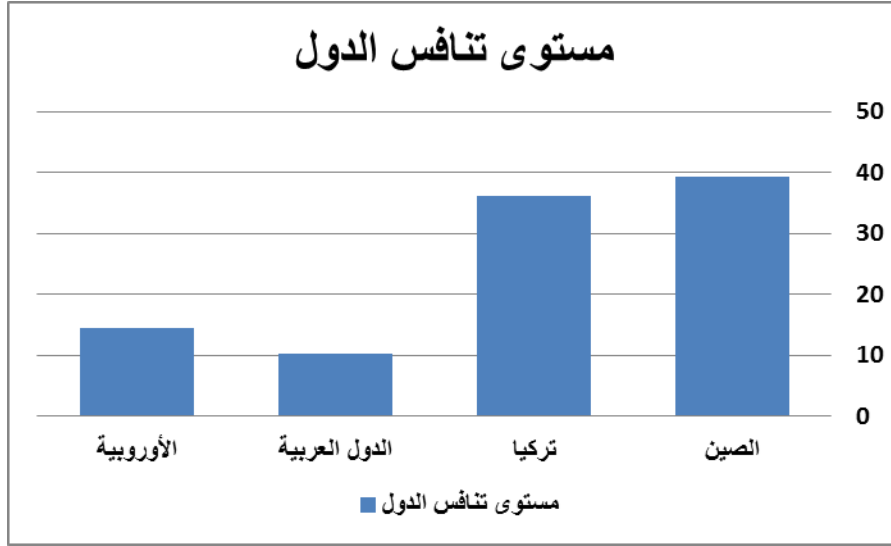
بين العامين 2006-2010، وتمثلت الفترة الثانية بين العامين 2016-2019 وهي الأهم إذ شكلت هذه الفترة سنوات التراجع لغالبية منشآت العينة ما يؤكد على أهمية هذه الدراسة.

جدول (18.5): السنوات التي بدأ خلالها التراجع في مستوى الإنتاج

سنوات التراجع	العدد	النسبة المئوية
1996-2000	2	5.4
2001-2005	4	10.8
2006-2010	11	29.7
2011-2015	4	10.8
2016-2019	16	43.2
المجموع	37	%100

3.1.5 ما واقع المنافسة في منشآت صناعة الأحذية في فلسطين؟

توصلت الباحثة من خلال طرح سؤال (أي من منتجات الدول تشكل أكبر منافس لمنتجاتك؟ مع الترتيب حسب الأولوية) إلى أن الصين هي المنافس الأول بالترتيب والرئيس بحسب إجابات أفراد عينة الدراسة، يليها تركيا، الدول الأوروبية، الدول العربية، على التوالي كما يظهر في الشكل (1.5)، كما أن هناك إجابتين ترى أن غير تلك الدول المذكورة تشكل منافساً لها كإيطاليا.



شكل (1.5): مستوى تنافس الدول

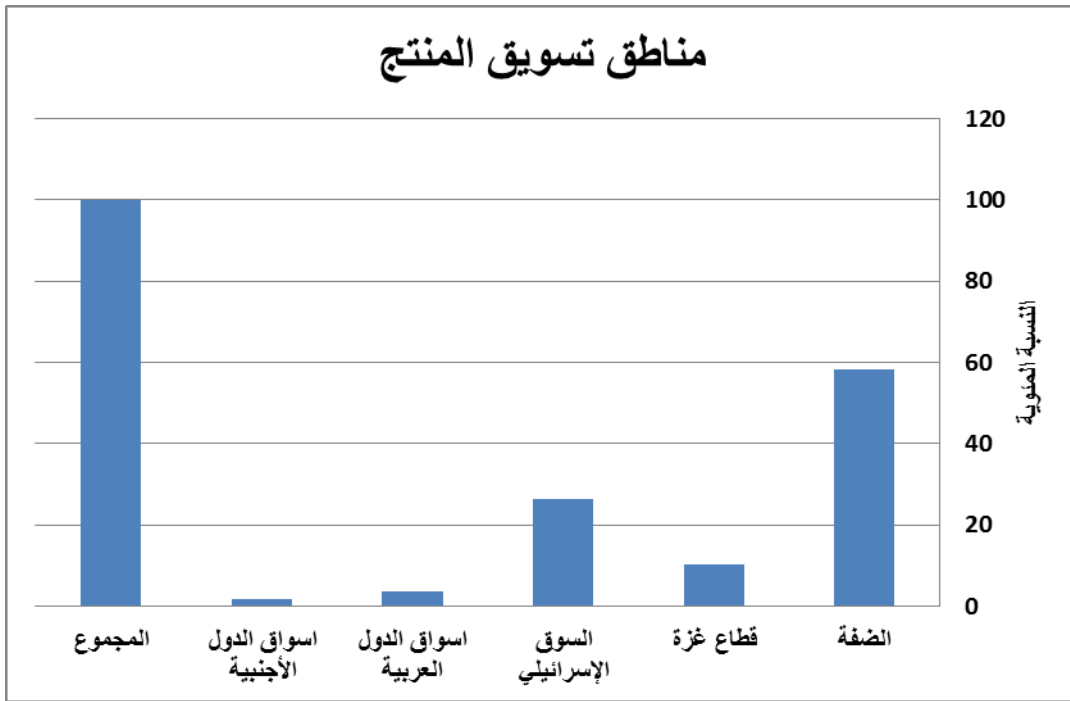
جدول (19.5): ترتيب الدول المنافسة للصناعة المحلية

الأوروبية	الدول العربية	تركيا	الصين	الترتيب
14.4	10.3	36.1	39.2	النسبة

أما فيما يتعلق بالأسواق الرئيسية التي يتم تسويق المنتج فيها، وما إذا كان التسويق يتم في الضفة الغربية، أو قطاع غزة، أو السوق الإسرائيلي، أو الأسواق العربية أو الأسواق الأجنبية، توصلت الباحثة إلى النتائج الظاهرة في الشكل (2.5) حيث يظهر أن نسبة تسويق المنتجات في الضفة الغربية تصل إلى ما يقارب (58%) وهي النسبة الأكبر، بينما تبلغ نسبة تسويق المنتجات في السوق الإسرائيلي ما يقارب (25%)، كما يتم تسويق ما يقارب نسبته (10%) في قطاع غزة، أي أنّ (68%) من إنتاج

صناعة الأحذية يتم تسويقه في السوق المحلي، و(5%) في الأسواق العربية، وأخيراً يتم تسويق ما يقارب (2%) من المنتجات في الأسواق الأجنبية.

وهذا يتوافق مع نتائج الجدول (16.5) الذي أظهر أنّ تقريباً 64% من منشآت العينة لا يصدرن منتجاتهم إلى الخارج، ويظهر ذلك حاجة الصناعة المحلية إلى تطوير أدائها لتصبح قادرة على تسويق منتجاتها في الأسواق الخارجية بشكل أكبر بحيث تكون قادرة على المنافسة فيها بالشكل الذي يمكنها من اختراق هذه الأسواق.



شكل (2.5): مناطق تسويق المنتج المحلي

4.1.5 ما التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين من وجهة نظر أصحاب مصانع الأحذية؟

للإجابة عن سؤال الدراسة الرئيس تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين من وجهة نظر أصحاب ومدراء مصانع الأحذية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (20.5).

جدول (20.5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع التحديات والمشكلات التي تواجه

صناعة الأحذية في فلسطين

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجال
كبيرة	0.60	3.96	المشكلات المتعلقة بالاستيراد
كبيرة	0.62	3.85	المشكلات المتعلقة بالتسويق
كبيرة	0.55	3.80	المشكلات المتعلقة بالمنافسة
كبيرة	0.57	3.68	المشكلات المتعلقة بالتمويل
متوسطة	0.73	3.53	المشكلات المتعلقة بالإنتاج
متوسطة	0.76	3.40	المشكلات المتعلقة بالمنشأة
كبيرة	0.44	3.70	المتوسط الكلي

يتضح من الجدول (20.5) أن درجة التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين من وجهة نظر أصحاب مصانع الأحذية جاءت بدرجة كبيرة، حيث بلغت متوسطاً حسابياً مقداره (3.70)، مع انحراف معياري قدره (0.44). كما تبين أن درجة المشكلات المتعلقة بالاستيراد قد جاءت بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي مقداره (3.96) مع انحراف معياري مقداره (0.60)، في حين شكلت المشكلات المتعلقة بالمنشأة أقل المحاور استجابةً بدرجة متوسطة وبمتوسط حسابي مقداره (3.40) مع انحراف معياري مقداره (0.76). وقد انبثق عن التساؤل الرئيسي السابق التساؤلات الفرعية الآتية:

السؤال الأول: ما المشكلات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين والمتعلقة بالمنشأة؟

للإجابة هذا التساؤل تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الأول والذي يتناول المشكلات المتعلقة بالمنشأة، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (21.5).

جدول (21.5 - أ): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الأول

(المشكلات المتعلقة بالمنشأة)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	أعتقد أن لدي حاجة لزيادة العمالة المدربة داخل المنشأة	3.73	1.06	كبيرة
2	يوجد نقص في المستوى التعليمي لدى العاملين في المنشأة	3.52	1.07	متوسطة

جدول (21.5 - ب): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الأول

(المشكلات المتعلقة بالمنشأة)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
3	هناك ضعف في البنية الأساسية الخاصة بالمنشأة	3.43	1.09	متوسطة
4	أواجه مشكلات في الصيانة داخل المنشأة	3.36	1.18	متوسطة
5	هناك نقص في الخبرات الفنية ذات الكفاءة العالية في المنشأة	3.34	1.01	متوسطة
6	يوجد لدي مشاكل في الترخيص	3.02	1.11	متوسطة
	الدرجة الكلية	3.40	0.76	متوسطة

يتضح من الجدول (21.5) أن درجة التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين والمتعلقة بالمنشأة قد جاءت بدرجة متوسطة، حيث بلغت متوسطاً حسابياً مقداره (3.40)، مع انحراف معياري قدره (0.76).

كما تبين أن أبرز المشكلات المتعلقة بالمنشأة تمثلت بالفقرة رقم (1) والتي تنص على (أعتقد أن لدي حاجة لزيادة العمالة المدربة داخل المنشأة) بمتوسط حسابي مقداره (3.73) مع انحراف معياري مقداره (1.06) وبدرجة كبيرة، ثم الفقرة رقم (2) والتي تنص على (يوجد نقص في المستوى التعليمي لدى العاملين في المنشأة) بمتوسط حسابي مقداره (3.52) مع انحراف معياري مقداره (1.07) وبدرجة

متوسطة. ثم الفقرة رقم (3) والتي تنص على (هناك ضعف في البنية الأساسية الخاصة بالمنشأة) بمتوسط حسابي مقداره (3.43) مع انحراف معياري مقداره (1.09) وبدرجة متوسطة.

وتؤكد هذه النتيجة على تدني مستوى رأس المال البشري في صناعة الأحذية ، سواء من ناحية التدريب أو من ناحية المستوى التعليمي للعاملين، وهذا يفسر سبب الضعف العام في هذه الصناعة من ناحية قدرتها على مواكبة التصاميم المعاصرة والمنافسة محلياً وخارجياً لعدم وجود خبرات كافية في مجالات التصميم والمجالات الإدارية الأخرى.

السؤال الثاني: ما المشكلات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين والمتعلقة بالإنتاج؟

للإجابة هذا التساؤل تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الثاني والذي يتناول المشكلات المتعلقة بالإنتاج، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (22.5).

جدول (22.5- أ): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الثاني

(المشكلات المتعلقة بالإنتاج)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	من معوقات التصنيع في المنشأة هي ارتفاع تكلفة الإنتاج	4.20	0.76	كبيرة
2	هناك نقص في التكنولوجيا المتطورة المستخدمة في التصنيع داخل المنشأة	3.73	1.04	كبيرة

جدول (22.5-ب) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الثاني

(المشكلات المتعلقة بالإنتاج)

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	الرقم
متوسطة	1.21	3.55	الآلات المستخدمة في الإنتاج قديمة	3
متوسطة	1.11	3.52	أجد صعوبة في الحصول على المواد الخام والمواد المكملة	4
متوسطة	1.15	3.52	طريقة الإنتاج المتبعة في المنشأة هي الطريقة اليدوية	5
متوسطة	1.19	3.39	أواجه صعوبة في مراقبة وضبط الجودة	6
متوسطة	1.10	2.77	الآلات المستخدمة في الإنتاج محلية	7
متوسطة	0.73	3.53	الدرجة الكلية	

يتضح من الجدول (22.5) أن درجة التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين والمتعلقة بالإنتاج قد جاءت بدرجة متوسطة، حيث بلغت متوسطاً حسابياً مقداره (3.53)، مع انحراف معياري قدره (0.73).

كما تبين أن أبرز المشكلات المتعلقة بالإنتاج تمثلت بالفقرة رقم (1) والتي تنص على (من معوقات التصنيع في المنشأة هي ارتفاع تكلفة الإنتاج) بمتوسط حسابي مقداره (4.20) مع انحراف معياري مقداره (0.76) وبدرجة كبيرة، ثم الفقرة رقم (2) والتي تنص على (هناك نقص في التكنولوجيا المتطورة المستخدمة في التصنيع داخل المنشأة) بمتوسط حسابي مقداره (3.73) مع انحراف معياري مقداره

(1.04) وبدرجة كبيرة أيضاً. ثم الفقرة رقم (3) والتي تنص على (الآلات المستخدمة في الإنتاج قديمة) بمتوسط حسابي مقداره (3.55) مع انحراف معياري مقداره (1.21) وبدرجة متوسطة.

وتؤكد هذه النتائج على أهم المشكلات المتعلقة بالإنتاج في صناعة الأحذية التي ذكرتها الدراسة سابقاً، خاصة فيما يتعلق بارتفاع تكاليف الإنتاج واستخدام الآلات القديمة، إضافةً إلى عدم اعتمادها على التكنولوجيا الحديثة والمتطورة وإنما على الإنتاج النمطي مما ينعكس بشكل مباشر على تكاليف الإنتاج.

السؤال الثالث: ما المشكلات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين والمتعلقة بالتمويل؟

للإجابة هذا التساؤل تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الثالث والذي يتناول المشكلات المتعلقة بالتمويل، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (23.5).

يتضح من الجدول (23.5) أن درجة التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين والمتعلقة بالتمويل قد جاءت بدرجة كبيرة، حيث بلغت متوسطاً حسابياً مقداره (3.68)، مع انحراف معياري قدره (0.57). كما تبين أن أبرز المشكلات المتعلقة بالتمويل تمثلت بالفقرة رقم (1) والتي تنص على (أجد صعوبة في تحصيل الديون (الشيكات الراجعة) بمتوسط حسابي مقداره (4.41) مع انحراف معياري مقداره (0.87) وبدرجة كبيرة، ثم الفقرة رقم (2) والتي تنص على (الأرباح في السنوات الخمس الأخيرة في تراجع) بمتوسط حسابي مقداره (4.30) مع انحراف معياري مقداره (1.00) وبدرجة كبيرة. ثم الفقرة رقم (3) والتي تنص على (هناك ضعف في القدرة المالية للمنشأة لتجديد الآلات عند الحاجة) بمتوسط حسابي مقداره (3.95) مع انحراف معياري مقداره (1.06) وبدرجة كبيرة أيضاً. أما أقل المشكلات

تأثيراً تتمثل في الفقرة رقم (10) والتي تنص على (حصلت المنشأة على قروض في السنوات الخمس الأخيرة) بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي (2.70) وانحراف معياري بمقدار (1.25).

جدول (23.5-أ): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الثالث

(المشكلات المتعلقة بالتمويل)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	أجد صعوبة في تحصيل الديون (الشيكات الراجعة)	4.41	0.87	كبيرة
2	الأرباح في السنوات الخمس الأخيرة في تراجع	4.30	1.00	كبيرة
3	هناك ضعف في القدرة المالية للمنشأة لتجديد الآلات عند الحاجة	3.95	1.06	كبيرة
4	يوجد مشاكل في السيولة لدى المنشأة	3.91	0.94	كبيرة
5	يوجد صعوبات في توفير مصادر لتمويل المنشأة	3.75	0.94	كبيرة
6	المنشأة بحاجة إلى تمويل اضافي	3.68	0.91	كبيرة
7	لا يوجد مؤسسات غير حكومية مهتمة بالدعم المالي للمنشأة	3.66	1.26	متوسطة
8	لا يتم استثمار السيولة دائماً في حال توفرها داخل المنشأة	3.36	0.92	متوسطة

جدول (23.5-ب): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الثالث

(المشكلات المتعلقة بالتمويل)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
9	لا تعتمد المنشأة في تمويل استثماراتها على التمويل الذاتي	3.05	1.35	متوسطة
10	حصلت المنشأة على قروض في السنوات الخمس الأخيرة	2.70	1.52	متوسطة
	الدرجة الكلية	3.68	0.57	كبيرة

السؤال الرابع: ما المشكلات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين والمتعلقة بالتسويق؟

للإجابة هذا التساؤل تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الرابع والذي يتناول المشكلات المتعلقة بالتسويق، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (24.5).

يتضح من الجدول (24.5) أن درجة التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين والمتعلقة بالتسويق قد جاءت بدرجة كبيرة، حيث بلغت متوسطاً حسابياً مقداره (3.85)، مع انحراف معياري قدره (0.62). كما تبين أن أبرز المشكلات المتعلقة بالتسويق تمثلت بالفقرة رقم (1) والتي تنص على (يوجد لدي صعوبات وقيود في تصدير منتجاتي للخارج) بمتوسط حسابي مقداره (4.09) مع انحراف معياري مقداره (0.86) وبدرجة كبيرة، ثم الفقرة رقم (2) والتي تنص على (أجد صعوبة في تسويق منتجي في السوق الخارجي) بدرجة كبيرة وبمتوسط حسابي مقداره (4.05) مع انحراف معياري مقداره

(0.75)، أما اقل المشكلات تأثيراً تتمثل في الفقرة رقم (5) والتي تنص على (أجد صعوبة في تسويق منتجي في السوق المحلي) بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي (3.55) و انحراف معياري مقداره (1.07). حيث أظهرت هذه النتائج أن صناعة الأحذية تواجه مشاكل متعلقة بالتسويق خاصة في الأسواق الخارجية والسوق الإسرائيلي.

جدول (24.5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الرابع

(المشكلات المتعلقة بالتسويق)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	يوجد لدي صعوبات وقيود في تصدير منتجاتي للخارج	4.09	0.86	كبيرة
2	أجد صعوبة في تسويق منتجي في السوق الخارجي	4.05	0.75	كبيرة
3	أواجه مشاكل وصعوبات في التسويق والتوزيع	3.80	0.98	كبيرة
4	أجد صعوبة في تسويق منتجي في السوق الإسرائيلي	3.80	0.85	كبيرة
5	أجد صعوبة في تسويق منتجي في السوق المحلي	3.55	1.07	متوسطة
	الدرجة الكلية	3.85	0.62	كبيرة

السؤال الخامس: ما المشكلات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين والمتعلقة بالمنافسة؟

للإجابة هذا التساؤل تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الخامس والذي يتناول المشكلات المتعلقة بالمنافسة، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (25.5).

جدول (25.5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الخامس

(المشكلات المتعلقة بالمنافسة)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	أواجه صعوبة في منافسة المنتجات المستوردة في السوق المحلي	4.14	0.95	كبيرة
2	أواجه صعوبة في المنافسة في أسواق التصدير	4.02	0.88	كبيرة
3	أواجه منافسة نوعية مع المنافسين في صناعة الأحذية	4.02	0.76	كبيرة
4	أواجه منافسة سعرية مع المنافسين في صناعة الأحذية	3.91	0.91	كبيرة
5	أعاني من حدة المنافسة مع المنتجين المحليين	3.80	0.93	كبيرة
6	أواجه صعوبة في المنافسة في السوق الإسرائيلي	3.80	0.79	كبيرة
7	أجد صعوبة في تسعير منتجي بما يتلاءم مع جودته	3.61	0.89	متوسطة
8	أعتقد بأن الشكل النهائي لمنتجي بحاجة إلى مواكبة التصاميم المعاصرة ليصبح ذو شكل جذاب	3.52	1.13	متوسطة
9	أجد صعوبة في تلبية رغبات المستهلك الشرائية	3.36	0.99	متوسطة
	الدرجة الكلية	3.80	0.55	كبيرة

يتضح من الجدول (25.5) أن درجة التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين والمتعلقة بالمنافسة قد جاءت بدرجة كبيرة، حيث بلغت متوسطاً حسابياً مقداره (3.80)، مع انحراف معياري قدره (0.55). كما تبين أن أبرز المشكلات المتعلقة بالمنافسة تمثلت بالفقرة رقم (1) والتي تنص على (أواجه صعوبة في منافسة المنتجات المستوردة في السوق المحلي) بمتوسط حسابي مقداره (4.14) مع انحراف معياري مقداره (0.95) وبدرجة كبيرة، ثم الفقرتين رقم (2) و(3) واللذان تتصان على (أواجه صعوبة في المنافسة في أسواق التصدير)، (أواجه منافسة نوعية مع المنافسين في صناعة الأحذية) بدرجة كبيرة وبمتوسط حسابي مقداره (4.02) مع انحراف معياري مقداره (0.88) و (0.76) على التوالي. أما أقل المشكلات تأثيراً تمثلت بالفقرة رقم (9) والتي تنص على (أجد صعوبة في تلبية رغبات المستهلك الشرائية) إذ جاءت بدرجة متوسطة وبمتوسط حسابي مقداره (3.36) مع انحراف معياري مقداره (0.99)، إلا أن هذا من وجهة نظر الباحثة لا يتوافق بشكل تام مع واقع الصناعة الحالي خاصة فيما يتعلق بالشكل النهائي للمنتج المحلي ومواكبته للتصاميم المعاصرة من جهة، وتلبية رغبات المستهلك الشرائية من جهة أخرى، حيث يظهر أن أصحاب المنشآت لا يريدون تحمل أي مسؤولية عن واقع هذه الصناعة أو على الأقل تحديد نقاط الضعف لديهم، وهذا الأمر لن يقود إلى أي تطور في هذه الصناعة إن بقينا محصورين في هذه الدائرة وإلقاء اللوم فقط على الأطراف الخارجية دون بذل أي مجهود خاص يتعلق في تطوير الإنتاج وتحسين الأداء داخل المنشأة نفسها.

السؤال السادس: ما المشكلات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين والمتعلقة بالاستيراد؟

للإجابة هذا التساؤل تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور السادس والذي يتناول المشكلات المتعلقة بالاستيراد، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (26.5).

جدول (26.5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور السادس

(المشكلات المتعلقة بالاستيراد)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	أثر المنتج المستورد على كمية الإنتاج لدي المنشأة	4.27	0.92	كبيرة
2	منتجات الصين هي أكبر منافس لمنتجاتنا	4.18	1.15	كبيرة
3	سعر المنتج المستورد ينافس سعر المنتج لدي	4.16	1.12	كبيرة
4	تشكل منتجات تركيا أكبر منافس لمنتجاتنا	4.11	1.02	كبيرة
5	الشكل النهائي للمنتج المستورد يتفوق على شكل المنتج لدي	3.73	1.19	كبيرة
6	جودة المنتج المستورد تنافس جودة المنتج لدي	3.32	1.12	متوسطة
	الدرجة الكلية	3.96	0.60	كبيرة

يتضح من الجدول (26.5) أن درجة التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين والمتعلقة بالاستيراد قد جاءت بدرجة كبيرة، حيث بلغت متوسطاً حسابياً مقداره (3.96)، مع انحراف معياري قدره (0.60).

كما تبين أن أبرز المشكلات المتعلقة بالاستيراد تمثلت بالفقرة رقم (1) والتي تنص على (أثر المنتج المستورد على كمية الانتاج لدي في المنشأة) بمتوسط حسابي مقداره (4.27) مع انحراف معياري مقداره (0.92) وبدرجة كبيرة، ثم الفقرة رقم (2) والتي تنص على (أعتقد أن منتجات الصين هي أكبر منافس لمنتجاتي) بمتوسط حسابي مقداره (4.18) مع انحراف معياري مقداره (1.15) وبدرجة كبيرة. ثم الفقرة رقم (3) والتي تنص على (سعر المنتج المستورد ينافس سعر المنتج لدي) بمتوسط حسابي مقداره (4.16) مع انحراف معياري مقداره (1.12) وبدرجة كبيرة ايضاً. وهذا ما يؤكد على خطورة مشكلة الاستيراد التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين، ومشكلة زيادة الكميات المستوردة في السوق المحلي بالأخص المنتجات المستوردة من الصين وتركيا وصعوبة منافستها من ناحية السعر والشكل.

وقد توصلت الباحثة من خلال أداة الدراسة إلى بعض التحديات التي تواجه صناعة الاحذية في فلسطين من وجهة نظر أصحاب المصانع والمنشآت وذلك بطرح سؤال (هل يوجد اجراءات اسرائيلية تعيق عملك؟ وما هي هذه الاجراءات؟)، وكانت النتائج كما في الجدول (27.5) حيث أظهر أن 15 فرداً من عينة الدراسة بنسبة (29.4%) يرون ان الاحتلال الاسرائيلي لا يشكل عائقاً امام منشآتهم وصناعاتهم، بينما يرى 13 اخرين بنسبة (25.5%) يرون ان الاحتلال يشكل عائقاً من خلال (عدم اعطاء التصاريح اللازمة للتصدير إلى القدس مثلا ووضع الحواجز).

ويبدو من خلال هذه النتائج أنه لا يوجد إجراءات حقيقية مرتبطة بالاحتلال تعيق صناعة الأحذية بشكل مباشر كما يتم الحديث عنها من خلال المقابلات مع أصحاب المصانع المنشورة على الانترنت

وهو ما أكده رئيس اتحاد الصناعات الجلدية السيد حسام الزغل بقوله: " لا يوجد تأثير كبير لسلطات الاحتلال بشكل عام على الصناعة إلا من ناحية الرقابة الكبيرة على المدابغ".

جدول (27.5): بعض التحديات المتعلقة بإجراءات الاحتلال التي تواجه صناعة الأحذية في

فلسطين من وجهة نظر أصحاب المصانع والمنشآت

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
29.4%	15	لا يوجد معوقات.
25.5%	13	عدم اعطاء التصاريح اللازمة للتصدير إلى القدس مثلاً ووضع الحواجز.
15.7%	8	فرض القيود على استيراد المعدات الحديثة والمواد الخام
13.6%	6	إجابات أخرى غير مرتبطة بالموضوع (مثل كونها مصدر خطر على المواطنين، مشاكل أمنية بشكل عام... الخ)
17.6%	9	لا توجد اجابة
100%	51	المجموع

سؤال الدراسة الرئيسي الثاني: كيف يمكن تحقيق النمو الاقتصادي في صناعة الأحذية في فلسطين

من وجهة نظر أصحاب هذه المصانع؟

للإجابة عن سؤال الدراسة الرئيس الثاني تم تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة للمحور الثالث من القسم الأول من أداة الدراسة من خلال حساب التكرارات وإيجاد النسب المئوية لكل إجابة، وذلك للتعرف على كيفية تحقيق النمو الاقتصادي في صناعة الأحذية في فلسطين، وذلك كما هو موضح فيما يأتي.

جدول (28.5-أ): الحلول والمقترحات من وجهة نظر أفراد العينة من أجل تطوير صناعة الأحذية

وتحقيق نمو إضافي فيها

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
30.4%	35	وضع قيود للحد من كمية الاستيراد ودعم اصحاب المصانع للتقليل منها.
13,9%	16	إعادة النظر في سياسات السلطة (كدعم المنتج المحلي، وتشجيع فتح المصانع، وإعادة افتتاح المغلق منها).
13%	15	إجابات أخرى (عمل دراسات شاملة، ، زيادة الأيدي العاملة ورفع مستواها، الدعاية والترويج، ، تخفيض الضرائب،...الخ).
12.2%	14	اعداد الخبرات المحلية وتبادلها مع الخارج وعمل دورات وتخصصات لتصميم الأحذية.
11.3%	13	تقديم التسهيلات لأصحاب المصانع (كالحد من حجم الضريبة المفروض وتقديم اعفاءات).
6.1%	7	لا توجد اجابة.

جدول (28.5-ب): الحلول والمقترحات من وجهة نظر أفراد العينة من أجل تطوير صناعة الأحذية

وتحقيق نمو إضافي فيها

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
4.3%	5	تفعيل دور هيئة حماية المنتج المحلي.
4.3%	5	عمل معارض دولية لإيجاد أسواق خارجية للمنتج المحلي ودعم الصناعة الوطنية
4.3%	5	استخدام التكنولوجيا الحديثة ومواد خام محلية الصنع
100%	115	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن تطوير صناعة الأحذية في فلسطين برأي (35) فرداً من أفراد العينة وذلك بنسبة (30.4%)، يمكن تحقيقه من خلال (وضع قيود للحد من كمية الاستيراد ودعم اصحاب المصانع للتقليل منها)، وهناك (16) فرداً بنسبة (13.9%) يرون ضرورة إعادة النظر في سياسات السلطة (كدعم المنتج المحلي، وتشجيع فتح المصانع، وإعادة افتتاح المغلق منها). ويتضح من الجدول السابق أن أغلب مقترحات أصحاب منشآت صناعة الأحذية محملة لأطراف خارجية دون النظر والتركيز على مشكلاتهم الداخلية في المنشآت.

جدول (29.5): الدور المطلوب من الحكومة والهيئات المختصة في السلطة الوطنية لدعم صناعة

الأحذية من وجهة نظر أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
50%	33	تقديم تسهيلات الصناع المحليين كتخفيف الضرائب، ودعم المنشآت ، وزيادة نسبة دعم المنتجات المحلية.
32%	21	وضع قيود لتقليل كمية الاستيراد كوضع معايير للمنتجات المستوردة، وفرض الجمارك
7.5%	5	إجابات أخرى (مثل تبادل الخبرات مع الدول الأخرى، استخدام الترويج اللازم... الخ)
6%	4	لا توجد اجابة
4.5%	3	استغلال المواد الخام
100%	66	المجموع

ويوضح الجدول (29.5) أن هناك دوراً مطلوباً من الحكومة والهيئات المختصة في السلطة الوطنية لدعم هذه الصناعة، حيث يرى (33) فرداً من أفراد العينة بنسبة (50%)، بما يشكل النصف من مجموع أفراد العينة، أن دور الحكومة يتمثل في (تقديم تسهيلات للصناع المحليين كتخفيف الضرائب، ودعم المنشآت، وزيادة نسبة دعم المنتجات المحلية، وإعطاء مهلة للتجار)، وهناك (21) فرداً بنسبة (32%) يرون ضرورة (وضع قيود لتقليل كمية الاستيراد كوضع معايير للمنتجات المستوردة، وفرض

الجمارك من قبل الحكومة). وهو ما يؤكد على أهمية الدعم المالي للقطاع وتخفيف الضرائب وضرورة دعم المنتج المحلي بشتى الطرق سواء من خلال الحملات الترويجية أو المعارض الدولية وغيرها.

2.5 عرض نتائج أسئلة المقابلة

قامت الباحثة بإجراء مقابلة مع السيد حسام الزغل رئيس اتحاد الصناعات الجلدية في فلسطين نظراً لاطلاعه المباشر على ظروف وأوضاع قطاع صناعة الأحذية في فلسطين، وكانت الإجابات كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (30.5-أ) : نتائج أسئلة المقابلة

الرقم	السؤال	الإجابة
1	كم يبلغ عدد المنشآت المسجلة في الاتحاد العام للصناعات الجلدية ؟	يضم الاتحاد في الوقت الحالي 182 منشأة مسجلة.
2	ما هي اهم الصناعات الجلدية في فلسطين (والى متى يعود تاريخها)؟	اضافة إلى صناعة الأحذية يوجد هناك بعض الصناعات الأخرى مثل صناعة الطبلات الجلدية، الملابس الجلدية، الحفائب الجلدية، والقشط والمحافظ الجلدية.

جدول (30.5-ب): نتائج أسئلة المقابلة

الرقم	السؤال	الإجابة
3	<p>ما هو مصدر المواد الخام والجلود المستخدمة في الصناعة؟</p> <p>ومدى سهولة توفرها والحصول عليها؟</p>	<p>تشكل بعض الدول الأوروبية مصدراً للمواد الخام (تركيا، إيطاليا، ألمانيا، اسبانيا)، جنوب افريقيا، والأرجنتين، والأورغواي.</p> <p>أما الجلود فمصدرها محلي من السوق المحلي في الضفة الغربية وقطاع غزة، أو من السوق الإسرائيلي.</p> <p>الجلد يسهل الحصول عليه ومتوفر، أما المواد الخام غير متوفرة و أغلبها مواد كيميائية يتم استيرادها من الخارج.</p>
4	<p>ما حجم الطلب على المنتجات في السوق المحلي وحصتهم في السوق؟</p>	<p>حجم الطلب على المنتجات المحلية لا يتجاوز 30% نتيجة زيادة حركة الاستيراد في الآونة الأخيرة.</p>

جدول (30.5-ج): نتائج أسئلة المقابلة

الرقم	السؤال	الإجابة
5	هل يتم التصدير إلى الخارج أو إلى إسرائيل (المنافذ التسويقية) وما هو حجم المبيعات في كل من السوق العالمي واسرائيل (نسبة تقريبية) ؟	يتم التصدير إلى الأردن والسعودية وأمريكا وبعض الدول الأوروبية. كان هناك سوق كبير في اسرائيل للأحذية المحلية لا يقل 30% أما حالياً لا يتجاوز 10%، ونسبة التصدير في الأسواق الخارجية لا تتجاوز 5%.
6	ما مدى ثقة المواطن بجودة المنتج المحلي مقارنة مع المنتجات المستوردة؟	هناك ثقة جيدة بالمنتج المحلي بالنسبة للمواطنين لكن هناك نقص من الإنتاج المحلي من ناحية التنوع في الإنتاج والتصاميم، وعدم مواكبة السوق العالمي والموديلات بناءً على رغبة المستهلك.

جدول (30.5-د): نتائج أسئلة المقابلة

الرقم	السؤال	الإجابة
7	كيف تقيم مستوى الاداء التنافسي العام للصناعة مع كل من المستورد، والدول العربية المجاورة، وفي اسواق التصدير؟ كيف ممكن المنافسة في الاسواق العربية ؟	تصعب منافستهم، حيث يوجد لديهم الكثير من الامتيازات في الإنتاج والتكاليف ومن ناحية الأيدي العاملة. والمشكلة الأساسية لدى الإنتاج المحلي هي صغر حجم الطاقة الإنتاجية. يمكن للصناعة المنافسة في الأسواق العربية من خلال تقليل التكاليف والتنويع في التصاميم حسب الموضة العالمية.
8	كيف تقيم نسبة الاستيراد الخارجي مقارنة مع الانتاج المحلي للجلود؟	نسبة الاستيراد من الخارج تتعدى 80%، ويتم الاستيراد بشكل مباشر دون الحاجة إلى إجراءات معقدة أو تراخيص أو الخضوع إلى فحص المواصفات والمقاييس.
9	ما هو هيكل هذه الصناعة من حيث عدد المنتجين وتوزيعهم وأحجامهم وأشكال الملكية؟	يشمل قطاع صناعة الجلود والأحذية 250-300 منشأة، منها 182 منشأة مسجلة لدى الاتحاد العام للصناعات الجلدية، تتمركز غالبتها في الخليل بنسبة 95% و5% خارجها. أحجامها تتراوح بين صغيرة ومتوسطة الحجم. أغلبها ملكية خاصة أو عائلية ولا يوجد شركات أو استثمارات مع شركات أجنبية.

جدول (30.5-هـ): نتائج أسئلة المقابلة

الرقم	السؤال	الإجابة
10	ما هو الدور الذي تعتقد على المستهلك الفلسطيني القيام به من أجل حماية المنتجات المحلية؟	زيادة ثقافة المستهلك لدعم المنتج المحلي لأنه هو عماد الاقتصاد في البلد.
11	هل الشكل النهائي للمنتج المحلي مواكب للتصاميم المعاصرة؟ وعلى أية أصناف يركز الإنتاج؟	لا، هو بحاجة إلى تطوير وتدريب المنتجين بشكل أكبر للوصول إلى رغبات المستهلك. غالبية تركيز الإنتاج على الأصناف الرجالي والستاتي ولا يوجد تركيز على أحذية الأطفال والأحذية البناتي والولادي.
12	هل من إجراءات حكومية متخذة لدعم المنتج الوطني؟	توجد إجراءات حكومية حيث أُصدر قرار مجلس الوزراء لحماية الصناعات المحلية خاصة الأحذية وحالياً يتم وضع إجراءات جديدة للأحذية المستوردة لتصبح قابلة للتنفيذ.

جدول (30.5-و): نتائج أسئلة المقابلة

الإجابة	السؤال	الرقم
<p>1- نقص الأيدي العاملة</p> <p>2- عدم إعطاء تراخيص جديدة لدباغة الجلود أو عدم وجود مناطق صناعية لدباغة الجلود بسبب استخدامها مواد كيميائية.</p> <p>3- إسرائيل تمنع استخدام مادة حامض الكبريتيك المستخدم في محطة علاج المياه العادمة (محطات التكرير) لأسباب أمنية.</p> <p>4- مشاكل النقل لقطاع غزة والداخل الإسرائيلي.</p>	<p>ما هي المشكلات والعوائق التي تعاني منها هذه الصناعة من وجهة نظركم؟</p>	13
<p>من خلال التعاون بين القطاع الخاص والحكومة، وسن بعض القوانين لحماية الصناعة وإخضاع المنتجات المستوردة للفحوصات اللازمة للجودة.</p>	<p>كيف بالإمكان الارتقاء بالصناعة وتحقيق معدلات نمو جيدة؟</p>	14

جدول (30.5-ز): نتائج أسئلة المقابلة

الرقم	السؤال	الإجابة
15	ما هو دور الاتحاد في تطوير ومساعدة هذا القطاع في النمو والتطور؟ وهل هناك مراكز تدريب مهني؟	يشكل الاتحاد الممثل الشرعي والوحيد لقطاع صناعة الجلود والأحذية والذي يقدم برامج ودورات عديدة في الإنتاج والتصميم والتصدير وتقليل التكلفة، لزيادة كفاءة المصنعين وخبراتهم وتحقيق أكبر نسبة نمو ممكنة في القطاع.
16	ما هي الخدمات التي تقدمونها للأعضاء؟	خدمات متعددة منها خدمات مالية، أو خدمات لمشاكل الجمارك والتصاريح والمعابر، أو خدمات في حال وجود خلافات تجارية بين الأعضاء والتجار وأصحاب المعارض
17	ما هو تأثير سياسات الاحتلال على الصناعة؟	تأثيرها بشكل مباشر على المدايغ من ناحية الرقابة الكبيرة على المواد الداخلة وخاصة المواد الكيميائية، وفحص نسبتها في المياه الناتجة.
18	ما هو الدور الذي يجب ان تقوم به مؤسسات السلطة لدعم ومساعدة هذه الصناعة؟	زيادة الرسوم على الأحذية المستوردة، وتفعيل دور المواصفات والمقاييس لفحص هذه الأحذية.
19	حسب رأيكم ماذا يجب على اصحاب ومدراء الشركات والمصانع القيام به لزيادة قدرتهم التنافسية، وتحقيق نمو اضافي؟	تقليل التكاليف والتنويع في الإنتاج

جدول (30.5-ح): نتائج أسئلة المقابلة

الرقم	السؤال	الإجابة
20	ما هي اهم التطورات التي حدثت في الصناعة في السنوات العشر الاخيرة؟ سلبيًا وإيجابيًا؟	تراجعت الصناعة بشكل عام في السنوات العشر الأخيرة

يلاحظ من خلال النتائج السابقة لأسئلة المقابلة مدى التوافق الكبير مع نتائج الاستبيان والتأكيد على أهم المعوقات والتحديات التي تواجه صناعة الأحذية وبالأخص نقص خبرات الأيدي العاملة في مجالات التصميم والتسويق، ما يؤكد على ضرورة دعم هذه الصناعة من الجهات الخاصة والحكومية، بالإضافة إلى التركيز على دور الاتحاد العام للصناعات الجلدية في تكثيف دعم وتطوير قطاع صناعة الجلود والأحذية من خلال زيادة كفاءة المنتجين وخبراتهم في مختلف مجالات التصنيع وخاصة الفنية والإدارية.

الفصل السادس

الاستنتاجات والتوصيات

بعد إجراء هذه الدراسة ومن خلال الإجابة على التساؤلات الأساسية فيها، تم التعرف على الأوضاع الحالية لصناعة الأحذية والتعرف على أهم التحديات التي تواجه هذه الصناعة، وقد توصلت الدراسة إلى جملة من الاستنتاجات والتوصيات يمكن إجمالها كما يلي:

1.6 الاستنتاجات

توصلت الباحثة من خلال تحليل بيانات الدراسة ومناقشتها إلى مجموعة من الاستنتاجات بما يخص صناعة الأحذية في فلسطين:

1. تتركز الغالبية العظمى لمنشآت صناعة الأحذية في مدينة الخليل بنسبة 93% ويعود تاريخ أغلبها إلى أكثر من 20 عام بنسبة 45% من منشآت العينة، وهي في الغالب ذات ملكية عائلية وتتراوح أحجامها بين منشآت صغيرة ومتوسطة الحجم.

2. تركز أغلبية المنشآت على صناعة المنتجات الستاتي والرجالي دون التركيز على أحذية الأطفال، لأن أسعار أحذية الأطفال بالغالب تكون مرتفعة وهي ذات تصميمات تقليدية غير جذابة الأمر الذي يجعل المستهلك يعزف عن شراء المحلي ويتجه لشراء الأقل سعراً وبخاصة إذا كان لديه عدد من الأطفال، وتوصلت الدراسة أيضاً إلى أن هناك تركيز قليل جداً على إنتاج الأصناف الشبابية لأنها تحتاج إلى مواكبة مستمرة في أحدث الموديلات العالمية والتنوع في التصاميم، الأمر الذي يعكس نقطة الضعف لدى صناعة الأحذية المحلية، وقد كان التركيز الأكبر على الأصناف الستاتي والرجالي لأن أغلبها ذو طابع رسمي وتقليدي لا يحتاج إلى تنوع كبير في التصاميم والشكل.

3. اعتماد نسبة كبيرة من مصانع الأحذية على الجلود المستوردة كما ظهر في نتائج الدراسة، مما يبرز سبباً هاماً من أسباب ارتفاع تكلفة الإنتاج في صناعة الأحذية.

4. عانت غالبية منشآت صناعة الأحذية من تراجع في مستوى إنتاجها في الآونة الأخيرة خاصة في آخر أربع سنوات حيث تبين أن هناك مرحلتين أساسيتين ظهر فيهما التراجع في معظم منشآت العينة تمثلت الفترة الأولى بين العامين 2006-2010، وتمثلت الفترة الثانية بين العامين 2016-2019 وهي الأهم إذ شكلت هذه الفترة سنوات التراجع لغالبية منشآت العينة بنسبة 45.5%.

5. توصلت الدراسة إلى أن الصين هي المنافس الأول والرئيس بحسب إجابات أفراد عينة الدراسة، يليها تركيا، الدول الأوروبية، ثم الدول العربية، على التوالي.

6. يشكل السوق المحلي السوق الرئيسي لمنتجات صناعة الأحذية بنسبة 68%، بينما يتم تصدير 25% من إنتاج القطاع إلى السوق الإسرائيلي و5% إلى الأسواق العربية و2% إلى الأسواق الأجنبية بحسب إجابات أفراد عينة الدراسة.

7. عانت الأحذية من مجموعة من التحديات كما ظهرت في نتائج الدراسة أهمها نقص العمالة المدربة في هذه الصناعة، وقصور في استخدام التكنولوجيا الحديثة في التصنيع، وارتفاع تكلفة الإنتاج، ومشاكل متعددة في كل من التمويل، والتسويق، والمنافسة والاستيراد. إلا أنه لا يوجد إجراءات حقيقية مرتبطة بالاحتلال تعيق صناعة الأحذية بشكل مباشر.

8. يمكن تطوير صناعة الأحذية في فلسطين برأي 30% من عينة الدراسة من خلال وضع قيود للحد من كمية الاستيراد ودعم أصحاب المصانع للتقليل منها، بينما 20% من أفراد العينة يرون ضرورة إعادة النظر في سياسات السلطة والغرفة التجارية كدعم المنتج المحلي وتشجيع فتح المصانع وإعادة افتتاح المغلق منها، ويظهر من ذلك أن أغلب مقترحات أصحاب منشآت صناعة الجلود والأحذية محملة لأطراف خارجية دون النظر والتركيز على مشكلاتهم الداخلية في المنشآت.

9. يتمثل الدور المطلوب من الحكومة والهيئات المختصة في السلطة الوطنية لدعم هذه الصناعة في تقديم تسهيلات لأصحاب الصناعة المحلية كتخفيف الضرائب، ودعم المنشآت، وزيادة نسبة دعم المنتجات المحلية، وذلك حسب وجهة نظر النصف من مجموع أفراد العينة، في حين يرى 32% منهم ضرورة وضع قيود لتقليل كمية الاستيراد كوضع معايير للمنتجات المستوردة، وفرض الجمارك من قبل الحكومة.

2.6 التوصيات

بناءً على النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة تقترح الباحثة مجموعة من التوصيات كما يلي:

1.2.6 توصيات على المدى القريب:

1. تركيز الاهتمام لدى منشآت صناعة الأحذية على التنوع في التصاميم وتشجيع الابتكار فيها، مع الحفاظ على نفس مستوى الجودة في الصناعة، وتطوير أدائها في إنتاج الأحذية الشبابية حتى تستطيع تحقيق رغبات المستهلك الشرائية، وزيادة قدرتها على التصدير للخارج وإيجاد أسواق جديدة بحيث تستطيع المنافسة فيها.

2. يجب زيادة التوعية لدى المستهلك الفلسطيني على ضرورة دعم المنتج المحلي ذو الجودة العالية مقارنةً بالمنتج المستورد المتدني الجودة وعدم مطابقتها لمعظمها للمواصفات العالمية من حيث الصحة والراحة وغيرها.

3. ضرورة تحفيز العاملين على الإقبال على هذه الصناعة من خلال الالتزام بالحقوق والامتيازات العمالية، مع التركيز على أهمية تدريبهم بشكل مكثف في مختلف المجالات وخاصة التصميم والتسويق، وذلك لتطوير المهارات الإدارية والفنية في صناعة الأحذية.

4. ضرورة تحديث طرق الإنتاج والآلات المستخدمة في التصنيع، وزيادة استخدام التكنولوجيا الحديثة في الصناعة.

5. العمل على توفير مصادر تمويل مناسبة لصناعة الأحذية وضرورة الاستمرار في توفير التسهيلات الحكومية من خلال تطبيق التعليمات الفنية الإلزامية لحماية السوق المحلي من المنتجات المستوردة من أجل الحفاظ على صحة المستهلك، وبالتالي يصبح المنتج المحلي قادراً على منافسة المنتجات المستوردة بسهولة.

2.2.6 توصيات على المدى البعيد:

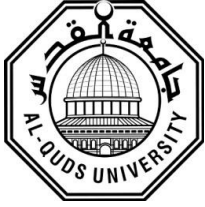
1. ضرورة النظر في إمكانية بناء مصنع مختص بإنتاج الجلود المصنعة عوضاً عن استيرادها من الخارج لتخفيض التكاليف في صناعة الأحذية ودعمها لتصبح قادرة على المنافسة بشكل أكبر في الأسواق المحلية والخارجية.

2. تسهيل وصول منتجات الأحذية المحلية إلى الأسواق العربية الأخرى والعمل على فتح معارض جديدة على غرار المعرض الذي تم افتتاحه في العاصمة الأردنية عمان، وضرورة النظر في فتح سوق الخليج لصناعة البوابيح المحلية.

3. وضع خطة بالتعاون بين الاتحاد العام للصناعات الجلدية في فلسطين و الكليات الصناعية والمهنية في ايجاد تخصص مهني يهتم بصناعة الاحذية .

الملحقات

بسم الله الرحمن الرحيم



عمادة الدراسات العليا

جامعة القدس

استقصاء لبيان

التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين وكيفية تحقيق النمو الاقتصادي في هذه الصناعة

تهدف هذه الاستبانة إلى التعرف على واقع صناعة الأحذية في فلسطين، بهدف دفع عجلة النمو الاقتصادي لهذه الصناعة وإيجاد الحلول للمشكلات والعوائق التي تعاني منها، والمساهمة في وضع الاستراتيجيات والآليات الملائمة لتطويرها وتنميتها.

هذه الاستبانة موجهة لمالك المصنع أو مديره، فالرجاء تعبئة هذه الاستبانة والإجابة على جميع الأسئلة بكل موضوعية، علماً بأن المعلومات الواردة فيها هي لغرض البحث العلمي ولن يتم نشرها أو الإعلان عنها أو استخدامها إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم حسن تعاونكم

الباحثة : منى موسى دويك

القسم الأول :

أولاً : معلومات شخصية

1- الجنس:

1. ذكر 2. أنثى

2- المركز الوظيفي :

1. المالك 2. المدير 3. المالك والمدير

3- مستوى التعليم :

1. ثانوية عامة فما دون 2. دبلوم

3. بكالوريوس 4. دراسات عليا

ثانياً : معلومات خاصة بالمنشأة

1- موقع المنشأة :

1. القدس 2. الخليل 3. بيت لحم 4. طولكرم

5. جنين 6. نابلس 7. قلقيلية 8. سلفيت

9. رام الله 10. أريحا

2- عمر المنشأة :

1. 5 - 10 سنوات

2. 10 - 15 سنة

3. 15 - 20 سنة

4. 20 فما فوق

3- مكان تواجد المنشأة في منطقة :

1. سكنية

2. صناعية

3. زراعية

4. غير ذلك (حدد

المكان)

4- شكل ملكية المنشأة :

1. ملكية فردية

2. ملكة عائلية

3. شراكة

4. شركة مساهمة

5- هل المنشأة عضو في اتحاد الصناعات الجلدية :

1. نعم

2. لا

6- عدد العمال الكلي في المنشأة :

.....

7- نوع المنتج الذي تنتجه المنشأة :

1. ستاتي

2. رجالي

3. شبابي

4. ولادي

5. أكثر من نوع (مع

الذكر)

.....

8- هل هو ؟

1. صيفي فقط 2. شتوي فقط 3. صيفي وشتوي

9- الجلود المستخدمة في الانتاج :

1. محلية فقط 2. مستوردة فقط 3. محلية ومستوردة

10- المواد الخام المستخدمة في الإنتاج:

1. محلية فقط 2. مستوردة فقط 3. محلية ومستوردة

11- نسبة استغلال الطاقة الإنتاجية في المنشأة حسب الموسم :

..... % صيفاً % شتاءً

12- هل تمتلك المنشأة شهادات الجودة العالمية المتعلقة بصناعة الجلود والأحذية ؟

1. نعم 2. لا

- اذا كان الجواب نعم اذكرها:

13- هل أنت من المنشآت المصدرة ؟

1. نعم 2. لا

14- عانت المنشأة من تراجع ملحوظ في مستوى الإنتاج :

1. نعم 2. لا

15- اذا كانت اجابتك على السؤال السابق ب نعم ، ففي أي فترة بدأ التراجع في الانتاج؟

1. 2000-1996 .2. 2005-2001 .3. 2010-2006

4. 2015-2011 .5. 2019-2016

16- أقوم بعقد الدورات التدريبية لتطوير وتقييم أداء العاملين لدي في المنشأة :

1. دائماً .2. أحياناً .3. نادراً .4. أبداً

17- يقوم اتحاد الصناعات الجلدية بتقديم النصح والإرشاد الفني والتقني وتزويدي

بمعلومات كافية حين الحاجة أو الطلب منه

1. دائماً .2. أحياناً .3. نادراً .4. أبداً

18- يوجد اهتمام جيد من قبل الوزارات والهيئات المختصة في السلطة الوطنية

ال فلسطينية في مجال صناعتي

1. دائماً .2. أحياناً .3. نادراً .4. أبداً

19- أي من منتجات الدول التالية تشكل أكبر منافس لمنتجاتك ؟ (رتب حسب الأولوية)

___ الصين ___ الدول العربية

___ تركيا ___ الدول الأوروبية

___ غير ذلك (مع الذكر)

20- المناطق التي يتم بها تسويق المنتج بالنسبة المئوية :

..... % سوق الضفة الغربية % سوق قطاع غزة % السوق

الإسرائيلي

..... % أسواق الدول العربية % الأسواق الأجنبية

ثالثاً : الحلول والمقترحات

1- ما هي الحلول والمقترحات من وجهة نظرك لتطوير هذه الصناعة حتى تعود مثل سابق عهدها

وتصبح قادرة على المنافسة محلياً وخارجياً؟ وكيف يمكن تحقيق نمو إضافي فيها؟

2- ما هو الدور المطلوب من الحكومة والهيئات المختصة في السلطة الوطنية الفلسطينية

لدعم هذه الصناعة من وجهة نظرك؟

3- هل يوجد اجراءات اسرائيلية تعيق عملك ؟ وما هي هذه الاجراءات ؟

القسم الثاني:

من وجهة نظرك ، ما مدى موافقتك على المشكلات والتحديات التالية :

درجة الموافقة					المشكلات
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المشكلات المتعلقة بالمنشأة
					1. هناك ضعف في البنية الأساسية الخاصة بالمنشأة
					2. يوجد لدي مشاكل في الترخيص
					3. أواجه مشكلات في الصيانة داخل المنشأة
					4. هناك نقص في الخبرات الفنية ذات الكفاءة العالية في المنشأة
					5. يوجد نقص في المستوى التعليمي لدى العاملين في المنشأة
					6. أعتقد أن لدي حاجة لزيادة العمالة المدربة داخل المنشأة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المشكلات المتعلقة بالإنتاج
					1. من معوقات التصنيع في المنشأة هي ارتفاع تكلفة الإنتاج
					2. أجد صعوبة في الحصول على المواد الخام والمواد المكملة

					3. أواجه صعوبة في مراقبة وضبط الجودة
					4. الآلات المستخدمة في الإنتاج قديمة
					5. الآلات المستخدمة في الإنتاج محلية
					6. طريقة الإنتاج المتبعة في المنشأة هي الطريقة اليدوية
					7. هناك نقص في التكنولوجيا المتطورة المستخدمة في التصنيع داخل المنشأة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المشكلات المتعلقة بالتمويل
					1. لا تعتمد المنشأة في تمويل استثماراتها على التمويل الذاتي
					2. المنشأة بحاجة إلى تمويل اضافي
					3. يوجد صعوبات في توفير مصادر لتمويل المنشأة
					4. حصلت المنشأة على قروض في السنوات الخمس الأخيرة
					5. لا يوجد مؤسسات غير حكومية مهتمة بالدعم المالي للمنشأة
					6. الأرباح في السنوات الخمس الأخيرة في تراجع
					7. يوجد مشاكل في السيولة لدى المنشأة
					8. لا يتم استثمار السيولة دائماً في حال توفرها داخل المنشأة
					9. أجد صعوبة في تحصيل الديون (الشيكات الراجعة)

					هناك ضعف في القدرة المالية للمنشأة لتجديد الآلات عند الحاجة	10.
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المشكلات المتعلقة بالتسويق	
					1. أواجه مشاكل وصعوبات في التسويق والتوزيع	
					2. يوجد لدي صعوبات وقيود في تصدير منتجاتي للخارج	
					3. أجد صعوبة في تسويق منتجي في السوق المحلي	
					4. أجد صعوبة في تسويق منتجي في السوق الخارجي	
					5. أجد صعوبة في تسويق منتجي في السوق الاسرائيلي	
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المشكلات المتعلقة بالمنافسة	
					1. أواجه منافسة نوعية مع المنافسين في صناعة الأحذية	
					2. أواجه منافسة سعرية مع المنافسين في صناعة الأحذية	
					3. أعاني من حدة المنافسة مع المنتجين المحليين	
					4. أواجه صعوبة في منافسة المنتجات المستوردة في السوق المحلي	
					5. أواجه صعوبة في المنافسة في أسواق التصدير	
					6. أواجه صعوبة في المنافسة في السوق الإسرائيلي	
					7. أجد صعوبة في تسعير منتجي بما يتلاءم مع جودته	
					8. أعتقد بأن الشكل النهائي لمنتجي بحاجة إلى مواكبة التصاميم المعاصرة ليصبح ذو شكل جذاب	

					9. أجد صعوبة في تلبية رغبات المستهلك الشرائية
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المشكلات المتعلقة بالاستيراد
					1. أعتقد أن منتجات الصين هي أكبر منافس لمنتجاتي
					2. تشكل منتجات تركيا أكبر منافس لمنتجاتي
					3. أثر المنتج المستورد على كمية الانتاج لدي في المنشأة
					4. جودة المنتج المستورد تنافس جودة المنتج لدي
					5. الشكل النهائي للمنتج المستورد يتفوق على شكل المنتج لدي
					6. سعر المنتج المستورد ينافس سعر المنتج لدي

المراجع

1. ابن خلدون (1978): مقدمة ابن خلدون، الطبعة الأولى، دار القلم، بيروت، لبنان.
2. ابن منظور (1956): لسان العرب، ج.8، بيروت، لبنان.
3. أبو صفية، م.(2017): محددات الإنتاجية للعاملين في القطاع الصناعي (دراسة قياسية على قطاع صناعات الملابس في قطاع غزة)، الجامعة الإسلامية، فلسطين.
4. أحمد، ع.(2017): ضعف القطاعات الإنتاجية الفلسطينية وأثره على الصادرات، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، فلسطين .
5. أحمد، مجيد، س.(2000): الحرف والصناعات اليدوية في بلاد بابل وأشور، جامعة الموصل، العراق، (أطروحة دكتوراه غير منشورة).
6. الأسدي، ع (1997): مقدمة في اقتصاديات الصناعة، بنغازي ، منشورات جامعة قاريونس.
7. اشتية، م. (2017) : الاقتصاد الفلسطيني حصار عوامل الانتاج ، المجلس الاقتصادي الفلسطيني للتنمية والإعمار - بكدار، القدس، فلسطين.
8. افيمة، س. (1993): القطاع الصناعي في الضفة الغربية وقطاع غزة المحتلتين: دراسة تحليلية للفترة 1968-1989، دار الكرمل، عمان.
9. بلال، ف (2018): تطوير تنافسية وزيادة حصة المنتج الوطني في فلسطين: قطاع الجلود والأحذية (تحليل الواقع وتقييم التدخلات الحكومية)، فلسطين.

10. بن هنية ، م. (2008) : استراتيجيات وسياسات التنمية الصناعية. حالة البلدان المغاربية، أطروحة دكتوراه، جامعة منوري. قسنطينة ، الجزائر .
11. حجة ، ح. (2016) : الطاقات المعطلة والمستلبة في قطاع الصناعة التحويلية وتأثيرها على التنمية الاقتصادية في فلسطين، رسالة ماجستير، جامعة القدس، فلسطين.
12. الراعي، م. (2003) : دراسة حول الصناعات التحويلية في فلسطين (تحليل ورؤية نقدية) ، السلطة الوطنية الفلسطينية ، وزارة الاقتصاد الوطني ، فلسطين.
13. السماك، م ، التميمي، ع.(1987) : أسس جغرافية الصناعة وتطبيقاتها، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل، العراق.
14. صبري، ن. (2003) : القطاع العام ضمن الاقتصاد الفلسطيني، مواطن ، المؤسسة الفلسطينية لدراسة الديمقراطية، فلسطين.
15. الصوراني، غ. (2011) : الأوضاع الاقتصادية في الضفة الغربية وقطاع غزة، فلسطين.
16. الصوراني، غ. (2006) : واقع الصناعة والتجارة في الضفة الغربية وقطاع غزة ، السلطة الوطنية الفلسطينية ، وزارة الاقتصاد الوطني، فلسطين.
17. الصوفي ، ش. (2004) : دباغة الجلود وصناعاتها في بلاد الرافدين ، رسالة ماجستير ، جامعة الموصل ، العراق.
18. الصيرفي ، د. (2017) : أثر قطاع الخدمات على القطاع الصناعي والنمو الاقتصادي في فلسطين 2000-2016م ، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية ، فلسطين.

19. عابد، ط. (2012): تقييم دور الصناعات التحويلية في عملية التنمية الاقتصادية في فلسطين - دراسة حالة " قطاع غزة " 2005-2010 ، جامعة الأزهر، فلسطين.
20. عبد الخالق، ن. (2004) : تحليل دوال الإنتاج والإنتاجية في الصناعة الفلسطينية ، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين .
21. عبد العزيز، ش. (2012): دراسة أداء قطاع الجلود والأحذية في الجزائر خلال الفترة بين 1974-2007 ، جامعة قاصدي مرياح - ورقلة ، الجزائر.
22. فضيل، ع. (1989): دراسات في الجغرافية الصناعية، جامعة بغداد، مطبعة التعليم العالي، بغداد، العراق.
23. القرشي، م. (2000): الاقتصاد الصناعي، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
24. مكحول، ب. (1996): القدرة التنافسية للصناعة الفلسطينية مقارنةً بالصناعة الأردنية، رام الله، فلسطين.
25. مكحول، ب. (1998) : صناعة الدباغة والصناعات القائمة على استغلال الجلود الطبيعية في الضفة الغربية وقطاع غزة: الظروف الحالية والآفاق، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)، فلسطين.
26. مكحول، ب. (2000): صناعة الاحذية في فلسطين وقدرتها على مواجهة التغيرات المحلية والاقليمية والعالمية ، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس)، فلسطين.

27. منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (2016): تقرير التنمية الصناعية لعام

2015 . دور التكنولوجيا والابتكار في التنمية الصناعية الشاملة والمستدامة. لمحة

عامة. فيينا.

28. نصر الله، ع، عواد، ط. (2004): واقع القطاع الصناعي في فلسطين، السلطة

الوطنية الفلسطينية، وزارة الاقتصاد الوطني، فلسطين.

29. نصر، م. (2002) : دور القطاع الصناعي في التنمية الاقتصادية الفلسطينية، معهد أبحاث

السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)، فلسطين.

المراجع الأجنبية

1. Abdalla, J. (2013): Palestinian Shoe Industry Declines in Hebron, 13 March. Available from <http://www.al-monitor.com/pulse/originals/2013/03/palestinian-industry-suffers-cheap-imports.html>.
2. Husain, M. (2017): The Footwear and Leather Sector in Palestine.
3. ITC & MONE & PalTrade (2014): The State of Palestine National Export Strategy. Footwear and Leather Export Strategy 2014-2018.
4. Schere,F. & Ross, D. (1990): Industrial Market Structure and Economic Performance .3ed Edition. Houghton Mifflin Company. Boston.

5. Khan, Shahrukh Rafi. (2014): A History of Development Economics Thought. New York: Routledge.
6. Kowalski, P (2005): Impact of Changes in Traiffs on Developing Countries' Government Revenue, OECD Trade Policy Papers, No 18, OECD Publishing, Paris, <http://doi.org/10.1787/21075526421>.
7. PalTrade (2011): Leather & Footwear sector in Palestine.
8. PFI - CARANA Corp. (2009): The current status of the industrial sector in Palestine. USAID.
9. UNIDO (2010): Future Trends in the World Leather and Leather Products Industry and Trade. Vienna.

التقارير والنشرات الرسمية

1. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (2006): دراسة مقارنة حول أنشطة الصناعة 1990-2004، رام الله ، فلسطين.
2. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (2017): أداء الاقتصاد الفلسطيني 2016، رام الله، فلسطين.
3. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (2017): كتاب فلسطين الإحصائي السنوي 2017، رام الله، فلسطين.

4. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (2018): إحصاءات التجارة الخارجية المرصودة، رام الله، فلسطين.

5. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (2019) : الحسابات القومية بالأسعار الجارية والثابتة 2004-2018 (سلسلة منقحة) ، رام الله، فلسطين.

6. معهد أبحاث السياسات الاقتصادية (ماس)، (2015): المراقب الاقتصادي والاجتماعي، العدد (44)، رام الله، فلسطين.

المواقع الإلكترونية

1- الأغا، س، الحلبي، م. (2019): سياسات معالجة تشوّه الاقتصاد الفلسطيني لبناء اقتصاد مقاوم. فلسطين.

<https://www.masarat.ps/article/5199/>سياسات-معالجة-تشوّه-هيكل-

الاقتصاد-الفلسطيني-لبناء-اقتصاد-مقاوم 12-1-2020).

2- حرب، أ. (2016): دباغة الجلود في الخليل صناعة تاريخية تسابق الحدث. فلسطين.

http://www.wafa.ps/ar_page.aspx?id=x7peVwa68360135101

5ax7peVw, 1-9-2019).

3- دغلس، ح. (2015): الكروم الممنوع ينعش صناعة دباغة الجلود من جديد. فلسطين.

<https://www.alhadath.ps/article/28981/>متابعة-الحدث-الكروم-

الممنوع-ينعش-صناعة-دباغة-الجلود-من-جديد, 1-9-2019 .)

4- الرجوب، ع. (2015): دباغة وصناعة الجلود بفلسطين مهددة بالانقراض. قطر.

<https://www.aljazeera.net/news/ebusiness/2015/4/30/>دباغة-

وصناعة-الجلود-بفلسطين-مهددة-بالانقراض, 25-8-2019 .)

5- المركز الفلسطيني للإعلام (2017): 3 أسباب لتراجع صناعة الأحذية بالخليل.

فلسطين.

<https://www.palinfo.net/news/2017/9/18/3-> اسباب-لتراجع-صناعة-

الاحذية-بالخليل-تعرف-اليها, 25-8-2019)

المقابلات الشخصية :

1- السيد حسام الزغل، رئيس اتحاد الصناعات الجلدية في فلسطين (21 تشرين ثاني،

2018)، معلومات عن صناعة الجلود والأحذية في فلسطين. اتصال شخصي، الخليل.

أسئلة المقابلة :

تم طرح الأسئلة هذه المقابلة على شكل حوار بطريقة مباشرة من خلال المقابلة الشخصية

لرئيس اتحاد الصناعات الجلدية الفلسطينية في مدينة الخليل، وكانت الأسئلة كالتالي:

1- كم يبلغ عدد المنشآت المسجلة في الاتحاد العام للصناعات الجلدية ؟

2- ما هي اهم الصناعات الجلدية في فلسطين (والى متى يعود تاريخها)؟

3- ما هو مصدر المواد الخام والجلود المستخدمة في الصناعة؟ ومدى سهولة توفرها

والحصول عليها؟

4- ما حجم الطلب على المنتجات في السوق المحلي وحصتهم في السوق؟

5- هل يتم التصدير إلى الخارج او إلى اسرائيل (المنافذ التسويقية) وما هو حجم

المبيعات في كل من السوق العالمي واسرائيل (نسبة تقريبية) ؟

6- ما مدى ثقة المواطن بجودة المنتج المحلي مقارنة مع المنتجات المستوردة؟

7- كيف تقيّم مستوى الاداء التنافسي العام للصناعة مع كل من المستورد، والدول

العربية المجاورة، وفي اسواق التصدير؟ وكيف ممكن المنافسة في الاسواق العربية؟

8- كيف تقيّم نسبة الاستيراد الخارجي مقارنة مع الانتاج المحلي للجلود؟

9- ما هو هيكل هذه الصناعة من حيث عدد المنتجين وتوزيعهم وأحجامهم وأشكال

الملكية؟

10- ما هو الدور الذي تعتقد على المستهلك الفلسطيني القيام به من أجل حماية

المنتجات المحلية؟

11- هل الشكل النهائي للمنتج المحلي مواكب للتصاميم المعاصرة؟ وعلى أي أصناف يركز الإنتاج؟

12- هل من إجراءات حكومية متخذة لدعم المنتج الوطني؟

13- ما هي المشكلات والعوائق التي تعاني منها هذه الصناعة من وجهة نظركم؟

14- كيف بالإمكان الارتقاء بالصناعة وتحقيق معدلات نمو جيدة؟

15- ما هو دور الاتحاد في تطوير ومساعدة هذا القطاع في النمو والتطور؟ وهل هناك مراكز تدريب مهني؟

16- ما هي الخدمات التي تقدمونها للأعضاء؟

17- ما هو تأثير سياسات الاحتلال على الصناعة؟

18- ما هو الدور الذي يجب ان تقوم به مؤسسات السلطة لدعم ومساعدة هذه الصناعة؟

19- حسب رأيكم ماذا يجب على اصحاب ومدراء الشركات والمصانع القيام به لزيادة قدرتهم التنافسية، وتحقيق نمو اضافي؟

20- ما هي اهم التطورات التي حدثت في الصناعة في السنوات العشر الاخيرة؟ سلبيات وايجابيات؟

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول
17	جدول (1.2- أ): أهم المؤشرات الخاصة بقطاع الصناعة في فلسطين خلال الفترة (1994-2005)
18	جدول (1.2- ب): أهم المؤشرات الخاصة بقطاع الصناعة في فلسطين خلال الفترة (2006-2016)
39	جدول (1.3- أ): إجمالي قيمة الواردات والصادرات الفلسطينية* المرصودة من الجلود والأحذية للفترة 2005-2000
40	جدول (1.3- ب): إجمالي قيمة الواردات والصادرات الفلسطينية* المرصودة من الجلود والأحذية للفترة 2017-2006
53	جدول (1.4): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس
54	جدول (2.4): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المركز الوظيفي
55	جدول (3.4): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي
57	جدول (4.4): نتائج معامل الارتباط بيرسون لمصفوفة ارتباط فقرات المحور الأول مع الدرجة الكلية له
58	جدول (5.4): نتائج معامل الارتباط بيرسون لمصفوفة ارتباط فقرات المحور الثاني مع الدرجة الكلية له
59	جدول (6.4): نتائج معامل الارتباط بيرسون لمصفوفة ارتباط فقرات المحور الثالث مع الدرجة الكلية له
60	جدول (7.4): نتائج معامل الارتباط بيرسون لمصفوفة ارتباط فقرات المحور الرابع مع الدرجة الكلية له
61	جدول (8.4): نتائج معامل الارتباط بيرسون لمصفوفة ارتباط فقرات المحور الخامس مع الدرجة الكلية له
62	جدول (9.4): نتائج معامل الارتباط بيرسون لمصفوفة ارتباط فقرات المحور السادس مع الدرجة الكلية له
63	جدول (10.4): معامل الارتباط بيرسون بين درجة كل محور من محاور الأداة والدرجة الكلية

64	جدول (11.4): ثبات محاور أداة الدراسة
66	جدول (1.5): التدرج حسب مقياس ليكرت الخماسي
67	جدول (2.5): تفسير نتائج المتوسطات الحسابية حسب المعادلة : [(الحد الأعلى - الحد الأدنى) / عدد المستويات] + 1
68	جدول(3.5): موقع منشآت العينة
69	جدول(4.5): عمر منشآت العينة
70	جدول(5.5): توزيع منشآت العينة حسب منطقة تواجدها
71	جدول (6.5): شكل ملكية منشآت العينة
71	جدول(7.5): عضوية منشآت العينة في اتحاد الصناعات الجلدية
72	جدول(8.5): عدد العمال في منشآت العينة
73	جدول(9.5): واقع منشآت صناعة الأحذية في فلسطين
74	جدول (10.5): نوع المنتج حسب فئة المستهلك
75	جدول(11.5): نوعية المنتج في المنشأة حسب الفصل
76	جدول(12.5): مصدر الجلود المستخدمة في الإنتاج
77	جدول(13.5): المواد الخام المستخدمة في الإنتاج:
77	جدول (14.5): نسبة استغلال الطاقة الانتاجية في منشآت صناعة الأحذية صيفاً وشتاءً
78	جدول(15.5): نسبة المنشآت الحاصلة على شهادات الجودة العالمية المتعلقة بصناعة الاحذية
78	جدول(16.5): نسبة المنشآت المصدرة للمنتجات الخاصة بالأحذية
79	جدول (17.5): تراجع الإنتاج

80	جدول(18.5): السنوات التي بدأ خلالها التراجع في مستوى الإنتاج
81	جدول (19.5): ترتيب الدول المنافسة للصناعة المحلية
83	جدول (20.5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع التحديات والمشكلات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين
84	جدول (21.5 - أ): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الأول (المشكلات المتعلقة بالمنشأة)
85	جدول (21.5 - ب): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الأول (المشكلات المتعلقة بالمنشأة)
86	جدول (22.5 - أ) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الثاني (المشكلات المتعلقة بالإنتاج)
87	جدول (22.5-ب) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الثاني (المشكلات المتعلقة بالإنتاج)
89	جدول (23.5-أ): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الثالث (المشكلات المتعلقة بالتمويل)
90	جدول (23.5-ب): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الثالث (المشكلات المتعلقة بالتمويل)
91	جدول (24.5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الرابع (المشكلات المتعلقة بالتسويق)
92	جدول (25.5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور الخامس (المشكلات المتعلقة بالمنافسة)

94	جدول (26.5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المحور السادس (المشكلات المتعلقة بالاستيراد)
96	جدول (27.5): بعض التحديات المتعلقة بإجراءات الاحتلال التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين من وجهة نظر أصحاب المصانع والمنشآت
97	جدول (28.5-أ): الحلول والمقترحات من وجهة نظر أفراد العينة من أجل تطوير صناعة الأحذية وتحقيق نمو إضافي فيها
98	جدول (28.5-ب): الحلول والمقترحات من وجهة نظر أفراد العينة من أجل تطوير صناعة الأحذية وتحقيق نمو إضافي فيها
99	جدول (29.5): الدور المطلوب من الحكومة والهيئات المختصة في السلطة الوطنية لدعم صناعة الأحذية من وجهة نظر أفراد العينة
100	جدول (30.5-أ) : نتائج أسئلة المقابلة
101	جدول (30.5-ب): نتائج أسئلة المقابلة
102	جدول (30.5-ج): نتائج أسئلة المقابلة
103	جدول (30.5-د): نتائج أسئلة المقابلة
104	جدول (30.5-هـ): نتائج أسئلة المقابلة
105	جدول (30.5-و): نتائج أسئلة المقابلة
106	جدول (30.5-ز): نتائج أسئلة المقابلة
107	جدول (30.5-ح): نتائج أسئلة المقابلة

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل
81	شكل (1.5): مستوى تنافس الدول
82	شكل (2.5): مناطق تسويق المنتج المحلي

فهرس المحتويات

أ.....	إقرار
ب.....	شكر وعران
ت.....	الملخص
ح.....	Abstract
1.....	الفصل الأول: خلفية الدراسة
1.....	1.1 مقدمة
3.....	2.1 مشكلة الدراسة
4.....	3.1 أهمية الدراسة
4.....	4.1 أهداف الدراسة
5.....	5.1 أسئلة الدراسة
5.....	6.1 منهجية الدراسة
5.....	1.6.1 أسلوب التحليل
5.....	2.6.1 مصادر البيانات:
7.....	الفصل الثاني: واقع وأهمية الصناعة في فلسطين
7.....	1.2 مقدمة
8.....	2.2 مفهوم الصناعة
10.....	3.2 هيكل القطاع الصناعي في فلسطين وتصنيفاته
13.....	4.2 أهمية الصناعة في التنمية الاقتصادية
14.....	5.2 مساهمة الصناعة في الاقتصاد المحلي الفلسطيني
14.....	1.5.2 مساهمة الصناعة في الناتج المحلي في فلسطين
16.....	2.5.2 مساهمة الصناعة في تشغيل الأيدي العاملة في فلسطين

19	3.5.2 مساهمة الصناعة بالإنتاجية والقيمة المضافة:
20	6.2 النمو الاقتصادي في الصناعة
22	الفصل الثالث: صناعة الأحذية في فلسطين
22	1.3 نبذة تاريخية عن قطاع صناعة الجلود والأحذية في فلسطين
25	2.3 واقع صناعة الأحذية في فلسطين
29	3.3 التحديات والمعوقات التي تعاني منها صناعة الأحذية في فلسطين
29	1.3.3 معوقات مرتبطة بإجراءات وسياسات الاحتلال:
30	2.3.3 مشاكل هيكلية مرتبطة بالصناعة:
32	3.3.3 معوقات متعلقة بالإنتاج:
34	4.3.3 نقص الدعم الوطني:
37	5.3 دور الاستيراد الخارجي وتأثيره على صناعة الأحذية في فلسطين
41	1.5.3 العوامل المؤثرة على اختيارات المستهلك:
42	2.5.3 الدور المطلوب في حماية المنتج المحلي:
44	6.3 الدراسات السابقة
50	الفصل الرابع: إجراءات الدراسة
50	1.4 مقدمة
50	2.4 منهجية الدراسة
50	1.2.4 أسلوب التحليل:
51	2.2.4 مصادر البيانات:
51	3.2.4 أسلوب المعالجة الإحصائية للبيانات:
52	3.4 مجتمع الدراسة وعينتها
55	4.4 أدوات الدراسة
56	1.4.4 صدق أداة الدراسة:
63	2.4.4 ثبات أداة الدراسة:

66	الفصل الخامس: نتائج الدراسة ومناقشتها.....
67	1.5 عرض نتائج أسئلة الدراسة.....
67	1.1.5 ما واقع منشآت صناعة الأحذية في فلسطين؟.....
73	2.1.5 ما واقع الإنتاج في منشآت صناعة الأحذية في فلسطين؟.....
80	3.1.5 ما واقع المنافسة في منشآت صناعة الأحذية في فلسطين؟.....
83	4.1.5 ما التحديات التي تواجه صناعة الأحذية في فلسطين من وجهة نظر أصحاب مصانع الأحذية؟.....
100	2.5 عرض نتائج أسئلة المقابلة.....
108	الفصل السادس: الاستنتاجات والتوصيات.....
108	1.6 الاستنتاجات.....
111	2.6 التوصيات.....
111	1.2.6 توصيات على المدى القريب:.....
112	2.2.6 توصيات على المدى البعيد:.....
114	الملحقات.....
125	المراجع.....
128	المراجع الأجنبية.....
129	التقارير والنشرات الرسمية.....
130	المواقع الإلكترونية.....
131	المقابلات الشخصية:.....
134	فهرس الجداول.....
138	فهرس الأشكال.....
139	فهرس المحتويات.....