

صناعة الحجر والرخام في فلسطين

فرص التصدير وامكانيات التطور

اعداد

محمد مصطفى شريعة

اشراف

الدكتور سمير حزبون

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ ٢٤ / ٢ / ٢٠٠١ واجيزت.

لجنة المناقشة

* د. سمير حزبون (رئيسا)

* د. محمود الجعفري

* د. نشأت الأقطش

فهرس المحتويات

العنوان	الموضوع	رقم الصفحة
ب	الاهداء	
ج	الشكر والتقدير	
د	فهرس المحتويات	
هـ	فهرس الجداول	
ح	فهرس الاشكال	
ط	فهرس الملاحق	
ي	ملخص الدراسة باللغة العربية	
ك	ملخص الدراسة باللغة الانجليزية	
م		
1	الفصل الاول: خلفية الدراسة واهميتها	
2	1-1 المقدمة	
3	2-1 تحديد المشكلة	
4	3-1 أهداف الدراسة	
4	4-1 مبررات اختيار الدراسة	
5	5-1 تساؤلات الدراسة	
6	6-1 حدود الدراسة	
6	7-1 أدبيات الدراسة	
9	8-1 مسرد المصطلحات	
11	الفصل الثاني: صناعة الحجر والرخام في فلسطين – الواقع الحالي	
12	1-2 حجم الصناعة	
16	2-2 انواع ومواصفات الحجر	
20	3-2 ديناميكيات السوق والتوجهات العالمية	

27	الفصل الثالث: اجراءات الدراسة
28	1-3 منهجية الدراسة
30	2-3 مجتمع الدراسة
30	3-3 عينة الدراسة
31	4-3 صدق وثبات الاداة
32	5-3 جمع البيانات
32	6-3 المعالجة الاحصائية
34	الفصل الرابع: تحليل النتائج
35	1-4 مقدمة
37	2-4 الافراد العاملون في الصناعة
42	3-4 الانتاج
42	1-3-4 الطاقة الانتاجية
45	2-3-4 الصيانة
46	3-3-4 الرقابة على الانتاج
48	4-3-4 الحجر الخام
49	5-3-4 متغيرات اخرى
49	4-4 حجم الاستثمار
53	5-4 الترويج
54	1-5-4 المواصفات القياسية الدولية
54	2-5-4 ثقافة التصدير
57	3-5-4 العلاقات العامة
59	4-5-4 دور المهندس في التأثير على صاحب القرار
60	5-5-4 التسعير
62	6-4 اماكن البيع
64	7-4 الاندماج والتعاقد
68	8-4 دور المؤسسات

68	1-8-4 اتحاد صناعة الحجر والرخام
69	2-8-4 وزارة الصناعة الفلسطينية
70	3-8-4 نقابتي المهندسين والمقاولين
71	9-4 محددات الدراسة
72	الفصل الخامس: التوصيات
74	1-5 على مستوى المنشأة نفسها
78	2-5 على مستوى الصناعة نفسها
79	3-5 دور المؤسسات المختلفة
81	4-5 دراسات أخرى
83	الفصل السادس: قائمة المراجع

فهرس الجداول

رقم الصفحة	العنوان	رقم الجدول
17	تقسيمات الحجر طبقا للشكل الخارجي	1-2
19	مجال استخدام الانواع المختلفة للحجر	2-2
20	حجم المبيعات السنوية لفئات المصانع المختلفة	3-2
21	استهلاك الحجر والرخام في الضفة الغربية	4-2
22	توزيع الحصص السوقية بين انواع الحجر واسواقه	5-2
22	استهلاك السوق الفلسطيني من الرخام المحلي والمستورد	6-2
24	الزيادة المتوقعة لاستهلاك الحجر الطبيعي في العالم	7-2
31	توزيع مصانع العينة على محافظات الضفة الغربية	1-3
37	عدد الاداريين الموجودين في المصانع	1-4
39	المستوى العلمي للاداريين	2-4
40	تفضيل توظيف الاشخاص المدربين	3-4
43	توزيع المصانع حسب الالوان والانواع المختلفة من الحجر	4-4
44	توزيع المصانع حسب حجم الانتاج	5-4
44	نسبة التوسع في مصانع العينة بعد التأسيس	6-4
50	طريقة تمويل المشروع القائم	أ-7-4
50	نسبة التمويل الذاتي/ العائلي الى مجموع الاستثمار	ب-7-4
51	نسب توزيع رأس المال المستثمر في المصنع	8-4
52	مقارنة بين راس المال المستثمر في المصانع وكل من قيمة الانشاءات، الالات والمعدات ومساحة ارض المصنع.	أ - ب - ج
60	عناصر منافسة الرخام الاجنبي للمحلي	10-4
63	عوامل ضعف تسويق الرخام الفلسطيني في محافظات غزة	11-4
65	موقف المصانع من فكرة الاندماج وتأسيس شركة تسويق	12-4
67	العقبات امام تأسيس شركة تسويق مشتركة للحجر	13-4

فهرس الاشكال

رقم الشكل	العنوان	رقم الصفحة
1-1	نسبة تسويق الحجر في الاسواق المختلفة	3
1-3	الزيادة في الامتار المربعة من البناء في الضفة الغربية	13
2-3	حجم الامتار المربعة التي تم ترخيصها في الضفة الغربية	14

فهرس الملاحق

رقم الملحق	العنوان	رقم الصفحة
1	الدورات التدريبية المقترحة	87
2	الاستبانة المتعلقة بمصانع الحجر والرخام	88
3	الاستبانة المتعلقة بالمهندسين والمقاولين	95

ملخص الدراسة

تتلخص مشكلة صناعة الحجر والرخام في زيادة حجم الانتاج المحلي عن حاجة السوق الداخلي. وتتم معظم مبيعات هذه الصناعة في السوق الاسرائيلي، مما يجعلها رهينة لتقلبات السوق الاسرائيلي من الناحيتين السياسية والاقتصادية. كما يلاحظ بأن هناك ضعفا في قدرة المصانع المحلية على دخول السوق العالمي. وان نسبة تسويق الحجر الفلسطيني في محافظات غزة تعتبر متدنية.

وهدفت هذه الدراسة، والتي جاءت بعد استقصاء عينة من 106 مصانع للحجر والرخام في الضفة الغربية واجراء التحليل الاحصائي الملائم لها إلى دراسة الفرص والامكانيات اللازمة لتأهيل هذه المصانع لدخول السوق العالمي، وتحليل المجالات المختلفة لتطوير أدائها.

وقد قام الباحث باعداد استمارة بحث خاصة لجمع البيانات من مصانع الحجر المنتشرة في محافظات الضفة الغربية. واختار مجموعة من الباحثين الميدانيين للمساعدة في تعبئة الاستمارات وجمعها. ثم قام بتحليل البيانات التي شملت مجالات مختلفة مثل القوى البشرية العاملة في الصناعة، حجم الطاقة الانتاجية، أنواع المنتجات، توفر المواد الخام ثقافة التصدير السائدة، المواصفات والمقاييس، الأسواق الدولية، طرق ومفاهيم الترويج والحصول على المعلومات والطرق والاساليب المتوفرة أمام المصانع لتطوير أدائها.

وقد حاولت الدراسة التركيز على عناصر التسويق الرئيسية، والاجابة على عدد من التساؤلات الأساسية التي تلخصت فيما يلي:

- هل توظف المصانع العنصر البشري المؤهل والقادر على ادارة المصنع بنجاحة؟
- هل تهتم المصانع بالانتاج وتصنيف المنتجات حسب المقاييس المعيارية الدولية؟
- هل تلائم التكنولوجيا الاجراءات المستخدمة معايير الجودة المطلوبة؟
- هل تمارس المصانع الاجراءات الصحيحة في التغليف والتعبئة السليمة؟
- هل يتوفر الحجر الخام اللازم لاقناع المستهلك النهائي بقدرة الصناعة الفلسطينية على الوفاء بالتزاماتها؟

وقد أجابت الدراسة على هذه التساؤلات بعد التحليل الذي تم اجراؤه، من خلال التوصيات التي قدمت في نهاية الدراسة. وقد جاءت هذه التوصيات موزعة على أربعة محاور رئيسية، هي:

- (أ) على صعيد المنشأة نفسها: حيث تناولت هذه التوصيات ما ينبغي على المصنع أن يفعله لتطوير أدائه. وقد تركزت التوصيات في مجال النواحي الادارية، التدريب، الانتاج، الاستثمار، الترويج و أماكن البيع .
- (ب) على صعيد الصناعة نفسها: فقد تناولت الدراسة سيناريوهات مختلفة من أشكال التعاون الصناعي بين المصانع نفسها، ومنها التعاقد من الباطن، الاندماج، تأسيس شركة انتاج باستثمار مشترك، وتأسيس شركة لتسويق الحجر. ويهدف ذلك الى تعزيز قدرة المصانع الفلسطينية على دخول السوق العالمي.

- (ت) دور المؤسسات ذات العلاقة: حيث اقترحت الدراسة مجموعة من النشاطات التي يجب أن تقوم بها المؤسسات المختلفة ذات العلاقة

المباشرة بصناعة الحجر والرخام. ومنها اتحاد صناعة الحجر والرخام،
وزارة الصناعة، الجامعات المحلية، نقابتي المهندسين والمقاولين.

(ث) دراسات أخرى: دعت الدراسة الى اجراء مزيد من الدراسات و الابحاث
في مجال الاستفادة من مخلفات صناعة الحجر، فحص امكانية تصميم
منتجات جديدة من الحجر، دراسة تقلبات واستقرار السوق الاسرائيلي و
فحص ظروف الاسواق العالمية المختلفة.