

جامعة بوليتكنك فلسطين
كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات

قطاع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل: واقع وتطلعات

فريق البحث

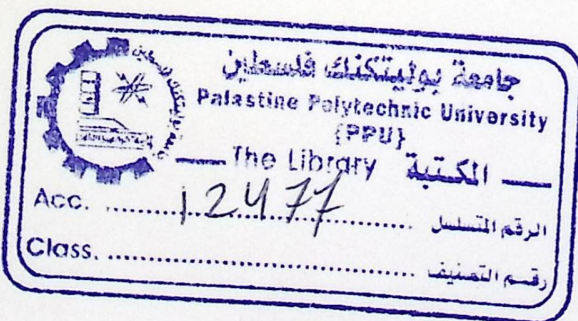
مفيدة الشرباتي

رويدة جولاني

ثروت الصرصور

إشراف

أ. أكرم حشيش



أيار، 2011

جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات

قطاع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل: واقع وتطلعات

فريق البحث

مفيدة الشرباتي

رويدة جولاني

ثروت الصرصور

إشراف

أ. أكرم احشيش

قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في

تخصص إدارة الأعمال المعاصرة في كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات في

جامعة بوليتكنك فلسطين

أيار، 2011

شكر وتقدير

دائماً هي سطور الشكر والثناء تكون في غاية الصعوبة عند الصياغة ربما لأنها تشعرنا دوماً بقصورها وعدم إيفائها حق من نهديه هذه الأسطر..
واليوم تقف أمامي الصعوبة ذاتها وأنا أحاول صياغة كلمات شكر وتقدير لكل من ساهم وساعد في إنجاز هذا العمل، وأخص بالذكر.....

السيد الأستاذ الذي ساهم خطوة بخطوة في إنجاز هذا البحث وأعطاني التفاؤل والأمل والمعرفة كي أستطيع الإنهاء بقوة وعزم... الأستاذ أكرم احشيش مشرف البحث / أستاذ في جامعة بوليتكنك فلسطين.

والسيد الأستاذ أجد التنشة / أستاذ في جامعة بوليتكنك فلسطين.

غرفة تجارة وصناعة محافظة الخليل ونخص بالذكر السيدة حنان ابوامريلة
السيدة الأستاذة لنا المحتسب والسيدة الأستاذة دينا القدسي لمساهمتها في تحكيم الإستهانة

الإهداء

إلى الأُمِّي الذي علم المتعلمين إلى سيد الخلق نبراس الأنبياء إلى رسولنا الكريم سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

إلى الأُم التي عانت وحملت المتاعب من أجل أطفالها لترسم لهم المستقبل السعيد .

إلى كل أب ضحى من أجل ابنائه بالغالي والنفيس .

إلى كل فتاة اجتهدت فجنت ثمار اجتهادها فرحاً وسروراً

إلى كل شاب يسعى لأن يكون مثلاً للأدب والأخلاق وحرصاً على مستقبله وباراً بوالديه

إلى كل طفل وطفلة رسمت البراءة على الوجوه ما يقرأ بالقلب لا باللسان أو العيون .

إلى كل شهيد مروى بدماؤه تراب فلسطين الحبيبة

إلى كل أسير خلف القضبان يحلم بأن يعانق عنان سماء نمرقاء تطير بسماؤها يمامة بيضاء .

إلى كل شيخ ومسئول تعلمنا منه كيف نصبر وكيف نسير .

إلى من علمونا حروفاً من ذهب وكلمات من دهر وعبارات من أسمى وأجلى عبارات في العلم إلى من

صاغوا لنا علمهم حروفاً ومن فكرهم منارة تير لنا سيرة العلم والتجاح إلى أساتذتنا الكرام .

قائمة المحتويات

الرقم	الموضوع	الصفحة
*	شكر وتقدير	أ
*	الإهداء	ب
*	فهرس المحتويات	ت،ث،ج
*	فهرس الجداول	ح،خ
*	ملخص الدراسة	د
الفصل الأول (الإطار العام)		
1.1	مقدمة	6-1
2.1	مشكلة الدراسة	2
3.1	أسئلة الدراسة	3
4.1	أهداف الدراسة	3
5.1	أهمية الدراسة	4
6.1	حدود الدراسة	4
7.1	الهيكل التنظيمي للدراسة	5
6		6
الفصل الثاني (الإطار النظري والدراسات السابقة)		
34-7		
المبحث الأول (الإطار النظري)		
17-7		
1.1.2	تمهيد	8
2.1.2	تطور الصناعات التقليدية في فلسطين	9
3.1.2	الصناعات التقليدية	10
4.1.2	أهم أنواع الصناعات التقليدية في فلسطين	10
1.4.1.2	صناعة الخزف	10
2.4.1.2	صناعة الزجاج اليدوي التقليدي:	11
3.4.1.2	الفخار	11
4.4.1.2	السيراميك	12
5.4.1.2	دباغة الجلود	12
6.4.1.2	صناعة الصدف	13
7.4.1.2	حرفة التطريز	14
8.4.1.2	النسيج اليدوي	14
9.4.1.2	حرفة التشكيل والحفر على خشب الزيتون	15

16	صناعة الصابون من زيت الزيتون	10.4.1.2
16	صناعة الخيزران	11.4.1.2
17	القشيات والبوص	12.4.1.2
17	الشمع	13.4.1.2
24-18	المبحث الثاني (الإطار النظري التحليلي)	
18	تحليل البيئة العامة للصناعة (PESTEL Analysis)	1.2.2
20	5 forces	2.2.2
35-25	المبحث الثالث (الدراسات السابقة)	
26	الدراسات العربية والمحلية	1.5.2
34	تعقيب على الدراسات السابقة	2.5.2
الفصل الثالث (الطريقة والإجراءات)		
37	منهج الدراسة	1.3
37	مجتمع الدراسة	2.3
38	أداة الدراسة	3.3
38	صدق الأداة	4.3
39	ثبات الأداة	5.3
39	إجراءات الدراسة	6.3
39	التحليل الإحصائي	7.3
الفصل الرابع (مناقشة أسئلة الدراسة)		
42	السؤال الأول	1.4
42	مجال عمل منشآت الصناعات التقليدية في محافظة الخليل:	1.1.4
43	العمر الزمني لمنشآت الصناعات التقليدية في مدينة الخليل	2.1.4
43	الشكل القانوني لمنشآت الصناعات التقليدية في مدينة الخليل	3.1.4
44	نسبة تسويق منتجات المنشأة في المناطق التالية	4.1.4
45	السؤال الثاني: ما هي العوامل المؤثرة على قطاع الصناعات التقليدية في مدينة الخليل	2.4
45	العوامل السياسية والقانونية المؤثرة على الصناعات التقليدية	1.2.4
46	العوامل الاقتصادية المؤثرة على الصناعات التقليدية	2.2.4
47	العوامل التكنولوجية المؤثرة على الصناعات التقليدية	3.2.4
48	العوامل الاجتماعية المؤثرة على الصناعات التقليدية	4.2.4
49	العوامل البيئية المؤثرة على الصناعات التقليدية	5.2.4

50	السؤال الثالث: ما هي أهم التهديدات والتحديات التي تواجه القطاع؟	3.4
51	ما ابرز توجهات اصحاب الصناعات التقليدية نحو عوائق الدخول إلى السوق؟	1.3.4
52	ما ابرز توجهات اصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو حدة المنافسين؟	2.3.4
53	ما ابرز توجهات اصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو البدائل؟	3.3.4
54	ما ابرز توجهات اصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو قوة المشترين؟	4.3.4
55	ما ابرز توجهات اصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو قوة المزودين؟	5.3.4
56	السؤال الرابع: ما هو دور الحكومة والجهات الرسمية الراعية في دعم قطاع الصناعات التقليدية	4.4
58	السؤال الخامس: ما هي وجهة نظر أصحاب منشآت الصناعات التقليدية في محافظة الخليل حول مستقبل هذه الصناعة؟	5.4
59	السؤال السادس: ما مدى جاذبية قطاع الصناعات التقليدية ؟	6.4
الفصل الخامس (الاستنتاجات والتوصيات)		
62	استنتاجات الدراسة	1.5
66	توصيات الدراسة	2.5
المراجع		
69	المراجع العربية	1.2.1.2
71	المراجع الأجنبية	2.2.1.2
الملاحق		
73	ملحق رقم (1) الاستبانة	.1
81	ملخص اللغة الانجليزية	.2

فهرس الجداول

الرقم	اسم الجدول	الصفحة
1.	خصائص المجتمع الديموغرافية	37
2.	الإجابات اللفظية ومقدارها بالدرجات	40
3.	مفاتيح المتوسطات الحسابية	40
4.	الاعداد والنسب المئوية لإجابات افراد المجتمع نحو مجال عمل المنشأة	42
5.	الأعداد والنسب المئوية لإجابات افراد المجتمع نحو العمر الزمني للمنشأة	43
6.	الأعداد والنسب المئوية لإجابات افراد المجتمع نحو الشكل القانوني للمنشأة	43
7.	الأعداد والنسب المئوية لإجابات افراد المجتمع نحو نسبة تسويق منتجات المنشأة	44
8.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل السياسية والقانونية المؤثرة على قطاع الصناعات التقليدية مرتبة حسب الأهمية	45
9.	المتوسطات والانحرافات المعيارية للعوامل الاقتصادية المؤثرة على قطاع الصناعات التقليدية مرتبة حسب الأهمية	46
10.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل التكنولوجية المؤثرة على قطاع الصناعات التقليدية مرتبة حسب الأهمية	47
11.	المتوسطات والانحرافات المعيارية للعوامل الاجتماعية المؤثرة على قطاع الصناعات التقليدية مرتبة حسب الأهمية	48
12.	المتوسطات والانحرافات المعيارية للعوامل البيئية المؤثرة على قطاع الصناعات التقليدية مرتبة حسب الأهمية	49
13.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أصحاب الصناعات التقليدية نحو واقع قطاع الصناعات التقليدية في مدينة الخليل من وجهة نظرهم	50
14.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو عوائق الدخول إلى السوق من وجهة نظرهم مرتبة حسب الأهمية	51
15.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو حدة المنافسين من وجهة نظرهم مرتبة حسب الأهمية	52
16.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو البدائل من وجهة نظرهم مرتبة حسب الأهمية	54
17.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو قوة المشترين من وجهة نظرهم مرتبة حسب الأهمية	55
18.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو قوة المزودين من وجهة نظرهم مرتبة حسب الأهمية	56

57	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات اصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو درجة تقييم دور الجهات ذات العلاقة بالصناعات التقليدية من وجهة نظرهم مرتبة حسب الأهمية	19.
58	الاعداد والنسب المئوية لإجابات اصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو المعوقات والمشاكل والنظرة المستقبلية التي تواجه قطاع الصناعات التقليدية	20.
59	الأعداد، والنسب المئوية نحو الاحتياجات والتطلعات التي تؤثر على قطاع الصناعات التقليدية من وجهة نظر أصحابها	21.

قطاع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل: واقع وتطلعات

ملخص الدراسة

تركز هذه الدراسة على تشخيص واقع قطاع الصناعات التقليدية والتطلعات المستقبلية والمعوقات والمشاكل التي يعاني منها القطاع والعوامل المؤثرة وذلك باستخدام نموذج بورتر وبيستل حيث اعتمد فريق البحث على المنهج الوصفي التحليلي للحصول على المعلومات حول واقع قطاع الصناعات التقليدية في مدينة الخليل، وتم استخدام أداتين للدراسة وهما الاستبانة بشكل أساسي. فقد تم بناء الاستبانة للتعرف على الصناعات التقليدية في مدينة الخليل واقع و تحديات من وجهة نظر أصحاب منشآت الصناعات التقليدية ، وكانت المقابلات الشخصية الأداة الأخرى للحصول على المعلومات ولرسم صورته عن واقع القطاع ، وتم توزيع الاستبانة على مجتمع الدراسة بأكمله وقد تم تحليلها ومعالجتها احصائياً.

تم التوصل إلى مجموعة من الاستنتاجات بعد تحليل البيانات أهمها أن قطاع الصناعات التقليدية قطاع غير جذاب للاستثمار وذلك بعد استخدام قوى بورتر الخمسة وقد تبين ذلك في نتائج الدراسة.

وقد خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات كان أهمها توصية فريق البحث للمنتجين بتقليل الاعتماد على الإدارة العائلية للمنشآت والعمل على البحث والتطوير والتجديد المتواصل لمنتجاتهم حتى تواكب التكنولوجيا وذلك لجذب أكبر عدد ممكن من الزبائن، وتوصية فريق البحث سلطة النقد والجهات الرسمية في العمل على توفير الدعم المادي والمعنوي لأصحاب الصناعات التقليدية بالإضافة الى عقد ندوات توعية لزيادة الإقبال على منتجات تلك المنشآت وايضا العمل على تنظيم ورش عمل بالشراكة مع العاملين بالقطاع من اجل النهوض بالقطاع وتطويره، وتوصية فريق البحث السلطات الرسمية بالاهتمام بشكل أكبر بقطاع السياحة لما له من آثار إيجابية على اقتصاد البلد عامة والقطاع خاصة.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

الإطار العام للدراسة

المقدمة

مشكلة الدراسة

أسئلة الدراسة

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

حدود الدراسة

الهيكل التنظيمي للدراسة

الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

الصناعة من الأنشطة التي مارسها الإنسان منذ القدم وسارت معه وتطورت، وتطور الصناعات في أي بلد ينعكس إيجاباً و بشكل واضح على مجمل النشاط الاقتصادي في هذا البلد، ومع الوقت تميز كل بلد بمنتجات معينة اختص وتمرس بإنتاجها حتى أصبحت هذه المنتجات تعكس ثقافة الإنسان في وطنه وتعبّر عن تاريخه وهويته وارتباطه الوثيق بأرضه وهي التي يطلق عليها الصناعات التقليدية التراثية.

وللصناعات التقليدية في فلسطين مكانة وأهميه خاصة نظراً للأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتراثية لها حيث لا نستطيع الحديث عن الصناعات التقليدية دون ذكر هذه الأبعاد ، ولأن صراعنا مع الاحتلال الإسرائيلي هو عبارة عن صراع وجود يتوجب علينا المحافظة على هذا الإنتاج الثقافي وتطويره لأنه يتعرض لمحاولات غزو ثقافي شرسة ، هذه المحاولات من شأنها محو التراث الفلسطيني وطمس الهوية الفلسطينية وارتباط الإنسان الفلسطيني بأرضه.

تتميز فلسطين بالكثير من الصناعات التقليدية أهمها صناعة الحفر على خشب الزيتون، صناعة التطريز اليدوي، صناعة الخزف، صناعة الصدف، وصناعة القش والخيزران وغيرها، حيث يصل عدد الصناعات التقليدية في فلسطين إلى (17) صناعة (مكحول وقطان، 2004)، وتتنوع عناصر التهديد التي تتعرض لها هذه الصناعات، لذلك تعتبر حماية الصناعات التقليدية واجب على الجميع من منطلق غيرته وحرصه على وطنه فلسطين.

ومن أهم الصناعات التقليدية في محافظة الخليل صناعة الخزف، السيراميك، الزجاج،

الفخار، التطريز.

تأتي هذه الدراسة لتبحث واقع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل إضافة إلى تشخيص التهديدات والعقبات التي تواجه هذا القطاع الهام من قطاعات الاقتصاد الوطني الفلسطيني، حيث تسعى هذه الدراسة إلى تحليل بيئة القطاع والعوامل المؤثرة فيه والتحديات المختلفة التي تواجهه.

2.1 مشكلة الدراسة

يعتبر قطاع الصناعات التقليدية من القطاعات الهامة في الاقتصاد الوطني الفلسطيني كما أنه يتمتع بأهمية حضارية وتراثية كبيرة، ونظراً لأن هذا القطاع يواجه العديد من المشاكل التي تؤثر على نموه وتعيق تطوره. فإن هذه الدراسة جاءت من أجل التعرف على واقع قطاع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل من خلال الإجابة على سؤال الدراسة الجوهرية: "ما هو واقع قطاع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل؟"

3.1 أسئلة الدراسة

- 1) ما هو واقع قطاع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل؟
- 2) ما هي أهم العوامل المؤثرة في قطاع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل؟
- 3) ما هي أهم التهديدات والتحديات التي تواجه القطاع؟
- 4) ما هو دور الحكومة والجهات الرسمية الراعية في دعم قطاع الصناعات التقليدية؟
- 5) ما هي وجهة نظر أصحاب منشآت الصناعات التقليدية في محافظة الخليل حول مستقبل هذه الصناعة؟
- 6) ما مدى جاذبية قطاع الصناعات التقليدية؟

4.1 أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على واقع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل
2. التعرف على أهم العوامل المؤثرة على القطاع وذلك من خلال تحليل البيئة العامة للقطاع
3. التعرف على مدى جاذبية القطاع من خلال تطبيق نموذج القوى الخمس لبورتر
4. تحديد أبرز وأهم المشاكل والتحديات التي يعاني منها القطاع
5. التعرف على دور الحكومة والجهات الراعية ذات العلاقة كالغرفة التجارية... في دعم هذا القطاع
6. تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات التي يمكن أن تساهم في تطوير هذه الصناعة وتحسين الظروف المتعلقة بالجوانب المختلفة بهذه الصناعة.

5.1 أهمية الدراسة

1. تأتي أهمية هذه الدراسة من كونها تتحدث عن قطاع هام من قطاعات الاقتصاد الفلسطيني، ولما لهذه الصناعات من أبعاد ثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية حيث تعبر هذه الصناعة عن ثقافة الشعب الفلسطيني وموروثه الحضاري والتاريخي على اختلاف شرائحه وتوجهاته حيث أنها صناعات عريقة تمتد لمئات وآلاف السنين وترتبط بوجود الإنسان الفلسطيني على هذه الأرض.

4.1 أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على واقع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل
2. التعرف على أهم العوامل المؤثرة على القطاع وذلك من خلال تحليل البيئة العامة للقطاع
3. التعرف على مدى جاذبية القطاع من خلال تطبيق نموذج القوى الخمس لبورتر
4. تحديد أبرز وأهم المشاكل والتحديات التي يعاني منها القطاع
5. التعرف على دور الحكومة والجهات الراعية ذات العلاقة كالغرفة التجارية... في دعم هذا القطاع
6. تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات التي يمكن أن تساهم في تطوير هذه الصناعة وتحسين الظروف المتعلقة بالجوانب المختلفة بهذه الصناعة.

5.1 أهمية الدراسة

1. تأتي أهمية هذه الدراسة من كونها تتحدث عن قطاع هام من قطاعات الاقتصاد الفلسطيني، ولما لهذه الصناعات من أبعاد ثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية حيث تعبر هذه الصناعة عن ثقافة الشعب الفلسطيني وموروثه الحضاري والتاريخي على اختلاف شرائحه وتوجهاته حيث أنها صناعات عريقة تمتد لمئات وألاف السنين وترتبط بوجود الإنسان الفلسطيني على هذه الأرض.

2. للدراسة أهمية كبيرة حيث أنها ستزود الباحثين والخبراء وواضعي السياسات الاقتصادية التنموية الفلسطينية بالمعلومات التي تساعد في وضع هذه السياسات
3. يشكل البحث إضافة جديدة حيث انه يمثل دراسة شاملة وحديثة لقطاع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل.
4. تعتبر متطلب أساسي لحصول فريق البحث على درجة البكالوريوس في جامعة بوليتكنك فلسطين.

6.1 حدود الدراسة

تقتصر هذه الدراسة على الحدود التالية:

1. الحدود المكانية: تقتصر هذه الدراسة على محافظة الخليل.
2. الحدود الزمنية: تقتصر فترة إجراء هذه الدراسة على الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي الحالي 2010_2011.
3. الحدود البشرية: تقتصر هذه الدراسة على أصحاب منشآت الصناعات التقليدية في محافظة الخليل.
4. الحدود الموضوعية: تقتصر هذه الدراسة على بحث المشاكل والمعوقات التي تواجه قطاع الصناعات وسبل حلها وتنمية هذه القطاع على الصعيد الإنتاجي ، التسويقي، التمويلي.

7.1 الهيكل التنظيمي للدراسة

لقد ارتى فريق البحث تقسيم البحث إلى خمسة فصول إضافة إلى الأجزاء التمهيديّة والأجزاء الختامية وذلك على النحو التالي:

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة ويتضمن (المقدمة، مشكلة الدراسة، أسئلة الدراسة، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، حدود الدراسة، الهيكل التنظيمي للدراسة).

الفصل الثاني: ويتضمن الخلفية النظرية للدراسة والدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة.

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات) ويتضمن (منهج الدراسة، مجتمع الدراسة، عينة الدراسة، خصائص عينة الدراسة، أداة الدراسة، صدق الأداة، ثبات الأداة، إجراءات الدراسة).

الفصل الرابع: تحليل نتائج الدراسة من خلال الإجابة على أسئلة الدراسة.

الفصل الخامس: ويتضمن عرض نتائج الدراسة وتوصياتها.

الفصل الثاني

1.2 الإطار النظري للدراسة

1.1.2 أهداف

الإطار النظري والدراسات السابقة :-

المبحث الأول: الإطار النظري

المبحث الثاني: الإطار النظري التحليلي

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

1.2 الإطار النظري للدراسة

1.1.2 تمهيد

يعتبر القطاع الصناعي من أهم القطاعات الإنتاجية وذلك لما له من دور في التنمية الاقتصادية. و لما له من قدرة على إحداث النمو المطلوب في جميع المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية . وقد أصبح تطوير القطاع الصناعي هدفاً رئيسياً للدول النامية من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية المرجوة . إن تطوير القطاع الصناعي يعني تحقيق معدل عال للنمو الاقتصادي، وخلق فرص عمل كثيرة، وزيادة التنوع الاقتصادي الضروري لتحقيق التحول الاجتماعي والاقتصادي بشكل عام.

عانى القطاع الصناعي الفلسطيني وما يزال من التبعية للصناعة الإسرائيلية، مما أثر على تطوره ونموه، بالإضافة إلى ذلك فقد شهد القطاع الصناعي الفلسطيني تراجعاً كبيراً نتيجة للإجراءات والممارسات الإسرائيلية منذ اندلاع انتفاضة الأقصى وحتى الآن بسبب الاغلاقات والحصار العسكري الإسرائيلي على المناطق الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة. (مقداد وقفة، 2007،

على صعيد الصناعات التقليدية فهي تلعب دوراً هاماً في الاقتصاد الفلسطيني من حيث التشغيل والإنتاج وخصوصاً في مجال السلع التذكارية التي تلقى إقبالا كبيرا من السياح ، هذا من جهة ومن جهة أخرى فان الصناعات التقليدية توفر البضائع والتذكارات الدينية التي يهتم باقتنائها الحجاج القادمين للقدس وبيت لحم وبشكل عام فإن هذه الصناعات تمثل نقطة التمايز بين الدول فهذه الصناعات هي انعكاس للحضارة والتاريخ في كل بلد. (مؤسسة ماس، 2006،

2.1.2 تطور الصناعات التقليدية في فلسطين

إن دراسة واقع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل غير ممكن دون إعطاء لمحة عامة شاملة عن قطاع الصناعات التقليدية في فلسطين . و في الواقع بداية الصناعات التقليدية كانت قبل عام 1925 ولازال متواجدا منها العديد من المنتجات مثل: الزجاج، البسط والسجاد اليدوي، التطريز، الفخار، الخيزران. وتطورت هذه الصناعات بشكل كبير ما بين 1951 و1967 خلال فترة الحكم الأردني على الضفة الغربية. (خوري، دراسة غرفة تجارة وصناعة بيت لحم، 2008)

شهدت الفترة ما بين عامي 1968 و 1988 زيادة في حجم إنتاج الصناعات التقليدية ويعزى السبب الرئيسي لذلك بازدياد طلب السياح على هذه المنتجات وخاصة منتجات خشب الزيتون ومنتجات الصدف. (خوري، 2008)

ونظرا لارتباط هذه الصناعة بالوضع الأمني والسياحة فقد كان للانتفاضة الأولى تأثير كبير عليها حيث أحدثت انكماش ملحوظ في الصناعات التقليدية حيث تقلص الإنتاج بنسبة 40%. أما خلال الفترة بين أعوام 1993 و 2000 "فترة انتعاش وازدهار الاقتصاد الفلسطيني" فقد شهدت نموا ملحوظا في إنتاج الصناعات التقليدية. (خوري، 2008)

شكلت الانتفاضة الفلسطينية الثانية في العام 2000 انتكاسة في تاريخ الصناعات التقليدية ، حيث منذ انطلاقتها ازداد وضع الاقتصاد الفلسطيني سوءا لعدة أسباب منها: القيود على التنقل المفروضة على المدن الفلسطينية وبين المدن الفلسطينية وإسرائيل ،إضافة إلى مصادرة الأراضي الفلسطينية ،ومما زاد الأوضاع سوءا بناء جدار الفصل العنصري ،وكل هذه الأحداث السياسية والاقتصادية التي مرت بها البلاد أدت إلى انعدام الأمن مما جعل إقبال السياح على هذه المناطق ضعيفا، ونظرا لارتباط الصناعات التقليدية بالسياحة بشكل كبير تأثر إنتاج هذه الصناعة بشكل

كبير، هذا عدا عن هجرة العديد من أصحاب الخبرة والمهارات في هذه الصناعات من مناطق تواجدهم إلى دول أخرى خاصة منطقة بيت لحم. (البرزري، 2006)

3.1.2 الصناعات التقليدية

تعرف الصناعات التقليدية بأنها تلك الصناعات ذات الامتداد التاريخي التي تقوم على تحويل المادة الخام إلى منتج مصنع يعكس طابعاً تراثياً بحيث تحمل هذه المنتجات تعابير وملامح تاريخية أو دينية. (البرزري، 2006)

وهناك تعريف آخر يقول بأنها تلك الصناعات التي تعتمد على مهارات يدوية خاصة بالعمال، أو التي تستخدم أدوات بسيطة فقط، وتستند تلك الصناعات إلى فكرة رئيسية تتمثل في تحويل المواد الخام البسيطة - وبشكل يدوي - إلى منتجات مصنعة تعكس طابعاً تراثياً وثقافياً محلياً. (مكحول وقطان، 2006)

والخلاصة يمكن تعريف الصناعات التقليدية بأنها تلك الصناعات البسيطة واليدوية التي تعتمد بشكل أساسي على العمالة الحرفية تحتاج مهارات خاصة متوارثة أو يتم اكتسابها وتعلمها ومنتجاتها بسيطة، يتم من خلالها تحويل المواد الخام إلى منتجات مصنعة تعكس طابعاً تراثياً وحضارياً وثقافياً.

4.1.2 أهم أنواع الصناعات التقليدية في فلسطين

1.4.1.2 صناعة الخزف

يعود تاريخ صناعة الخزف في فلسطين إلى أكثر من 400 عام، حيث تم إدخال هذه الصناعات من قبل الأتراك أثناء عمليات ترميم المسجد الأقصى. وقد أقيم أول مصنع للخزف في مدينة القدس في العام 1922 لمتابعة عمليات ترميم المسجد الأقصى، وقبة الصخرة. وفي الوقت

الراهن، فإن مدينة الخليل تعتبر المدينة الفلسطينية الأولى في إنتاج الخزف، وقد تم إنشاء أول مصنع خزف في هذه المدينة في العام 1962. ومرت هذه الصناعة بتطورات عديدة خلال العقود السابقة، حيث وصل عدد المصانع فيها إلى أكثر من 30 مصنعاً قبل اندلاع انتفاضة الأقصى في العام 2000. كما وصل عدد العاملين في هذه الصناعة إلى أكثر من 300 عامل، ويتم تسويق هذا الإنتاج في الأسواق المحلية والخارجية. (مكحول وقطان، 2006)

تستورد المادة الخام وهي الطينة والأصباغ من هولندا وإسبانيا وقد قامت محاولات من قبل مصنعين محليين لإنتاج المادة الخام محلياً، إلا أن تكاليف الإنتاج كانت أعلى من تكلفة الاستيراد بسبب عدم توفر جميع المواد الطبيعية اللازمة في التربة الفلسطينية. (البرزي، 2006)

2.4.1.2 صناعة الزجاج اليدوي التقليدي:

عرفت صناعة الزجاج اليدوي في فلسطين منذ القدم، وذلك عبر الحضارات القديمة التي قامت على أراضيها وتطورت بشكل واضح بعد دخول الإسلام حيث ابتكرت أساليب متنوعة في الألوان والزخارف. وتتركز هذه الصناعة بشكل خاص في مدينة الخليل، حيث يوجد عدة مصانع، تستخدم تقنيات يدوية بالكامل. إضافة إلى مصنع في مدينة نابلس أغلق في مطلع الانتفاضة، ولعل أهم متطلبات العمل في مهنة الزجاج هو تحمل مشقة العمل أمام أفران الشبي، وتوفر الروح الإبداعية والفنية التي تؤهل العامل لاكتساب مهارات التشكيل. تعتمد صناعة الزجاج على المواد الخام المحلية التي غالباً ما تكون من مخلفات الزجاج، لذا فهي صناعة صديقة للبيئة على الرغم من ذلك فإن أفران الشبي ما زالت تستخدم زيوت الديزل والوقود الضار بالبيئة التي تعتبر من أهم المشاكل التي لا بد من معالجتها لتطوير هذه الصناعة بالأساليب العلمية التي تواكب المتطلبات البيئية. (البرزي، 2006)

3.4.1.2 الفخار:

عرف الإنسان صناعة الطين فشكل منه أوانيّه وحاجاته المختلفة ، وقد استغل الفنان سطح إناءه فسجل عليه الكثير من النقوش والرسوم المختلفة التي ألهمته إياها الطبيعة ،عاصرت صناعة الفخار الإنسان عصرا بعد عصر وقد شاركه الإناء في حياته فنما معه وتطور حيث تنوعت أغراضه واختلفت أحجامه . وارتقت أساليب الزخرفة على الفخار فخرجت عن الخطوط الأولى البسيطة إلى الخطوط الهندسية ثم إلى أشكال أخرى أكثر تعقيدا وتنظيما .(البرزي، 2006)

هذه الحرفة تمارس في مختلف المناطق والقرى الفلسطينية، بل أنه حتى وقت قريب كانت كل منطقة متخصصة في إنتاج أشكال معينة من القدور، إلا أن الأمر لم يأخذ في أي حال طابع الصناعة المتطورة، بل بقي يتسم بالطابع العائلي والمنزلي، باستثناء مشاغل محددة أنشئت في الخليل وغزة، كما بقيت منشأة واحدة في مدينة جنين شمالاً وأخرى في منطقة طوباس في وسط فلسطين. يغلب على هذه الصناعة التقليدية الطابع العائلي من حيث ملكية المنشأة والعمالة المشتغلة، حيث يعتبر جميع العمال من الأقارب الذين يتوارثون هذه المشاغل عن الآباء.(البرزي،2006)

4.4.1.2 السيراميك

أكثر المحافظات التي اشتهرت به هي محافظة الخليل وهذه المنتجات ترسم باليد وتسخن عن طريق فرن الطين ،حيث أن التصاميم تعود إلى بداية الحضارة والتمدن من قبل البدو وبعضها مشتق من العصر الفينيقي قبل 3000 عام.(غرفة تجارة وصناعة بيت لحم ،2004)

حاليا المصانع العاملة في الخليل هي كما يلي : 16 مصنعا في الخليل، والتي تشمل على 96 من العمال، و 8 مصانع في غزة، والتي تشمل على 50 من العمال، مصنع واحد في جنين وآخر في طوباس (غرفة تجارة وصناعة بيت لحم، 2004)

5.4.1.2 دباغة الجلود

اشتهرت بها مدينة الخليل وعملت بها أكثر من عائلة تركزت هذه الصناعة في المناطق التي تقل فيها كثافة البيوت، و تحتاج إلى وجود ساحة مكشوفة لنشر الجلود عليها لأنها تنتج الكثير من الروائح الكريهة، وبئر للمياه، وأحواض تستخدم لغمر الجلود، و من أهم المصنوعات الجلدية القديمة القرب المصنوعة من جلود الأغنام، وكانت تستعمل لنقل المياه التي كانت تباع للحجاج والمسافرين بشكل خاص، و هذه المهنة انحصرت بالنصف الثاني من القرن العشرين في عائلة محددة، حيث توارث أبناؤهم هذه المهنة، وما زالوا يعملون بها خارج البلدة القديمة. (نشرة صادرة عن تجمع الحرف التراثية، 19 يناير 2011)

6.4.1.2 صناعة الصدف

تعود صناعة الصدف في فلسطين إلى القرن السادس عشر، شأنها في ذلك شأن صناعة خشب الزيتون، حيث أدخلتها إلى فلسطين البعثات التبشيرية الدينية، إلا أن الانتعاش الحقيقي تحقق في العهد الذي تولت فيه الحكومة الأردنية الإشراف على الضفة الغربية، حيث أعفت القوانين الأردنية جميع الصناعات الدينية من الضرائب، لذا يمكن اعتبار تلك الفترة عهداً ذهبياً لتطوير هذه الصناعة. يتم استيراد المادة الخام من الصدف من استراليا، والمكسيك وإندونيسيا،

وتباع المنتجات بشكل رئيسي في الأسواق السياحية المحلية إضافة إلى تصدير قسم لا بأس به إلى الأسواق العربية الخليجية وكذلك دول أوروبا (اليزري، 2006)

7.4.1.2 حرفة التطريز

تعتبر حرفة التطريز على الملابس والأقمشة من الحرف الشعبية التي توارثتها أجيال النساء جيلاً بعد جيل وهي تمثل جزءاً أساسياً من التراث الفلسطيني وتعتمد حرفة التطريز اعتماداً كبيراً على الأيدي العاملة النسائية وتحديداً في المناطق الريفية وفي بعض المدن الفلسطينية، وتختلف أشكال التطريز وأساليبها على الأثواب والأقمشة من منطقة إلى أخرى حيث تتميز كل منطقة بأسلوبها الخاص في أنجاز الطرازات. وتتبع أهمية حرفة التطريز من اعتبارها مكوناً أساسياً في الأزياء الشعبية الفلسطينية، حيث ميزت هذه الأزياء الفلسطينيين عن غيرهم من شعوب المنطقة والعالم وساهمت تلك الأزياء في الماضي والحاضر في إبراز الهوية الفلسطينية على الصعيدين الإقليمي والدولي وذلك عبر المشاركة في العديد من المعارض المقامة في شتى أنحاء العالم باعتبارها موروثاً تاريخياً وثقافياً مميزاً للفرد الفلسطيني. (جمعية مخيم قلنديا، 2000)

8.4.1.2 النسيج اليدوي

إن صناعة المنسوجات صناعة قديمة قدم الإنسان حيث استخدم الإنسان لحاء الشجر في عمل السلاسل والحبال وكذلك في عمل منسوجات تغطي جسم الإنسان وتحميه من البرد في الشتاء ومن الشمس في الصيف، وقد اكتشف الإنسان منذ القدم معظم الألياف الطبيعية مثل الكتان والصوف والقطن والتي صنع منها نسيج. (الشناق، فيصل 2004)

بدأت عملية النسيج باستخدام الأنوال اليدوية ثم تطورت إلى الأنوال الآلية لإنتاج أقمشة بسيطة في عدد اختلافاتها عرفت بأنوال الكامات تلا ذلك تطور آخر في إمكانية تشغيل عدد أكبر من الاختلافات النسيجية بهدف الحصول على أقمشة منقوشة بتصميمات محدودة في عدد من الدرجات تتراوح بين (16-24) دراهم وأطلق على الجهاز المستعمل لتكوين النفس جهاز الدوبي. (الشناق، فيصل 2004)

اشتهرت هذه الصنعة في مدينة الخليل ، و وجد سوق سمي بسوق الغزل، تقع بالقرب من زاوية المغاربة المعروفة بزاوية الأشرف، بحيث أصبحت ذات أهمية لما لها من دور مهم في تلبية الاحتياجات الضرورية في تلك الفترة. (اليزري، 2006)

9.4.1.2 حرفة التشكيل والحفر على خشب الزيتون

تعتبر صناعة التذكارات الدينية من خشب الزيتون من الحرف التقليدية المشهورة، ويعتقد أن هذه الحرفة قد بدأت في مدينة بيت لحم من القرن الرابع الميلادي، حيث قام الرهبان في ذلك الوقت بتعليم هذه الحرفة لسكان المدينة وتمثلت النماذج الأولى من هذه الصناعات في المسابح المصنوعة من عجم الزيتون (مكحول، وقطان، 2004)

وانتشرت هذه الحرفة بسبب ارتباطها الوثيق بشجرة الزيتون التي تشتهر بها المنطقة، حيث يعد خشب الزيتون من أهم الصناعات السياحية في بيت لحم، ويعمل في مجالها عدد كبير من الحرفين حيث يتم حفر خشب الزيتون بأشكال متنوعة وبدقة متناهية وبواسطة أدوات يدوية بسيطة، ويتمتع خشب الزيتون بالعديد من الموصفات والمزايا حيث يتمتع بنماذج متعددة من الألوان الطبيعية والعروق المختلفة ومقاومة العفن، ويقبل العديد من مواد الطلاء. (غرفة صناعة وتجارة بيت لحم، 2004)

10.4.1.2 صناعة الصابون من زيت الزيتون

يرجع عددٌ من المؤرخين تاريخ صناعة الصابون من زيت الزيتون إلى أكثر من ألف عام مضت وخصوصاً في مدينة نابلس، مستدلين على ذلك بالكثير من الكتابات التي دونها الرحالة والمؤرخون القدماء ، ومنهم "المقدسي" الذي عاش في القرن العاشر الميلادي، فأول وصف لصناعة الصابون جاء على لسان شمس الدين الأنصاري الدمشقي: بأن الصابون كان يصنع في المدينة ويحمل إلى سائر البلاد، ففي زمن الاحتلال الصليبي نالت نابلس شهرة كبيرة في هذه الصناعة، حيث كان ملكُ بيت المقدس - حينذاك - هو المسئول عنها، فقد كان يحظر على المصانع ممارسة هذه الصناعة إلا بعد أن يمنحهم عقداً يسمح لهم بموجبه صنع الصابون، ويعتقد أن هذه الصناعة انتقلت على أيدي الصليبيين إلى أوروبا، وخاصة فرنسا، حيث أنشئت مصانع الصابون من زيت الزيتون في مرسيليا، وكانت هذه المصانع تحضر الصابون بطريقة مشابهة لطريقة تحضير الصابون النابلسي، وانتشرت هذه الصناعة في إنجلترا في القرن الرابع عشر. (مكحول وقطان، 2006)

11.4.1.2 الخيزران:

تتركز صناعة الخيزران في مدينة غزة وبيبلغ عددها 12 مصنعاً إضافة إلى مصنع واحد يقع في بيت جالا في الضفة الغربية، وتستورد المادة الخام لهذه الصناعة عبر موردين إسرائيليين من الشرق الأقصى، مما يرفع من تكاليف الإنتاج، أما عدد العاملين في هذا القطاع فيصل إلى 120 عاملاً منهم 15 عاملاً من المعاقين. (اليزري، 2006)

12.4.1.2 النشآت والبوص

يتركز هذا النوع من النشاط التقليدي في المدن والقرى وسط فلسطين، ويتم الحصول على المادة الخام مطبياً في المنطقة التي يتم فيها هذا النشاط، حيث تكثر أشجار النخيل يعمل في الإنتاج النساء في المنازل لصاب جمعيات ولجان تسوية. (اليزري، 2009)

13.4.1.2 التمتع

يعتبر هذا النشاط من الصناعات التقليدية المرتبطة بالديانة المسيحية، حيث يوجد ثلاثة مصانع في بيت لحم، تقوم بصناعة التمتع البقية بطرق تقليدية، كما أن هناك مشاة تعمل في أحد الأحياء في منطقة أريحا. (اليزري، 2009)

ومن بين هذه الصناعات التقليدية فإن محافظة الخليل تعتبر مهد مجموعة من الصناعات أهمها صناعة الخزف، السيراميك، الزجاج، الفخار، التطريز.

2.2 الإطار النظري التحليلي

في هذه الدراسة سيتم تحليل ودراسة قطاع الصناعات التقليدية باستخدام نموذجي بورتر للقوى الخمس **Five Forces** وتحليل البيئة العامة **PESTEL Analysis**:

1.2.2 تحليل البيئة العامة للصناعة (PESTEL Analysis)

يقوم بتحديد الاتجاهات والتأثيرات المحتملة على نجاح أو فشل إستراتيجية معينة. من خلال القيام بدراسة عدة عوامل هي:

• العوامل السياسية والقانونية : (Political and legal)

تؤثر القرارات الحكومية في الاختيارات الإستراتيجية للمنظمات ، فقد تتيح لها فرصاً، أو تحد منها لتمثل تهديداً لأعمالها في أحيان أخرى . ففي حال فرض الحكومات ضرائب على المنتجات المستوردة قد يعود بفائدة على المصانع الوطنية ، كما قد يعود بضرر في نفس الوقت على المنظمات المستوردة . فالتغير في القرارات السياسية قد يخلق فرصاً لبعض المنظمات ، أو قد يؤدي إلى زيادة الأعمال لمنظمات أخرى . (هل وجونز، 2006).

• العوامل الاقتصادية: (Economic)

تعتبر العوامل الاقتصادية إحدى العوامل البيئية الكلية الهامة المؤثرة على منظمات الأعمال . وتتمثل العوامل الاقتصادية بالنمو الاقتصادي، الميزان التجاري، معدلات التضخم، السياسات المالية والنقدية للدولة والخاصة بالضرائب على الدخل والضرائب على الأرباح، والرسوم الجمركية المفروضة على المواد المستوردة.

• العوامل الاجتماعية والثقافية: (Social and Cultural)

تتضمن العوامل الاجتماعية التقاليد، والقيم، واتجاهات وثقافة المجتمع، توقعات المجتمع للأعمال، الأعراف الاجتماعية، الثقافة والتعليم والتدريب والخبرات، أنماط السلوك الإنساني.

• عوامل البيئة : (Environment)

ويتضمن تحليل البيئة الخارجية المحيطة بالمنظمة لمعرفة مدى التغيرات الحاصلة ولتحديد الفرص والتهديدات، كذلك تشخيص وتحليل البيئة الداخلية للمنظمة لمعرفة المواصفات والميزات التنافسية من أجل السيطرة على بيئتها الداخلية بشكل يساعد الإدارة على تحديد الإستراتيجية المفيدة لتحقيق أهداف المنظمة.

• العوامل التكنولوجية: (Technological)

في ظل التطورات التكنولوجية السريعة والمتلاحقة ، أصبح لزاماً على المنظمات متابعة التغيرات التكنولوجية في البيئة الخارجية وخاصة تلك التغيرات والتطورات التكنولوجية التي ترتبط بأعمال المنظمة.

إن الرغبات المتغيرة للمستهلكين، وتزايد المنافسة، وظهور تقنيات جديدة تدعو الإدارة العليا إلى تقديم منتجات جديدة بتقنيات حديثة، وإلا فإنها سوف تعرض نفسها للمخاطرة بسبب الإبقاء على تقديم المنتجات الحالية، مما قد يعرضها للفشل والخروج من السوق (Johnson، 2008، scholes).

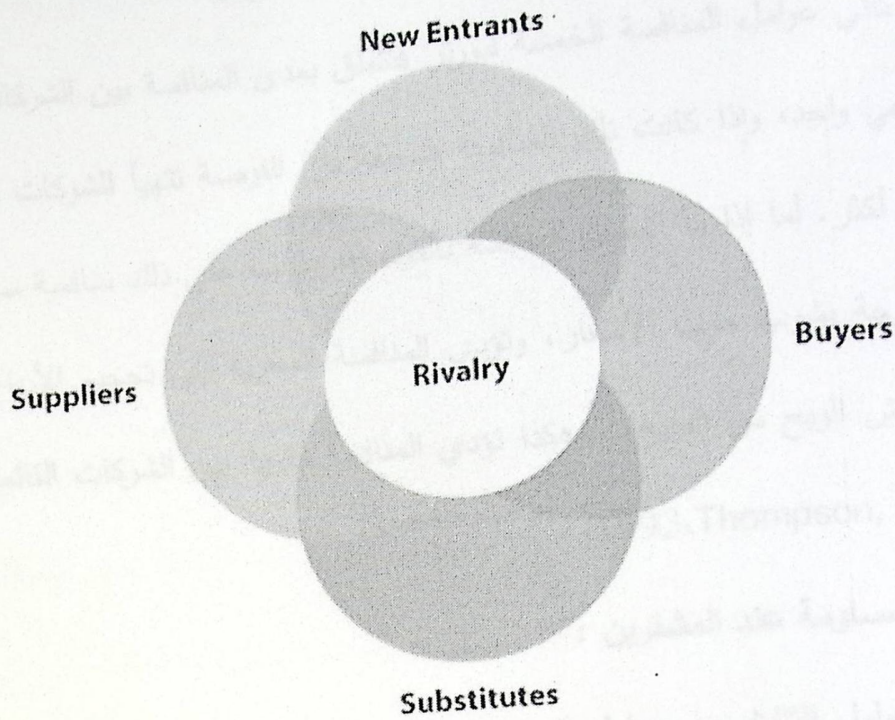
نموذج بورتر (Five Forces)

القوى التنافسية الخمسة لبورتر: هي إطار تحليلي يستخدم في تقييم استراتيجيات الأعمال والأسواق. ويمكن استخدام هذا الإطار كأداة تحليل للمميزات التنافسية والعلاقة المتبادلة مع السوق. وهذه الأداة تقارن محيط العمل أو بيئة العمل الداخلية مع البيئة الخارجية على نطاقها الأوسع. ويعتمد هذا التحليل على أنه إذا تغيرت إحدى هذه القوى فلا بد من إعادة تقييم المؤسسة وسوق العمل المرتبط بأدائها. ليس فقط ولكن أيضاً استخدمها في محاكاة تغيير هذه القوى الخمسة وما قد يترتب عليها في محيط العمل والأسواق المحيطة. وتعد هذه الطريقة إحدى الطرق الذكية للتخطيط ضد مخاطر سوق العمل والتغيير المفاجئ في مجريات العمل والقوى الخمسة. (هل وجونز، 2006)

إن المهمة التي تواجه المديرين تتمثل في إدراك كيف يمكن للتغيرات التي تطرأ على العوامل الخمسة أن تتيح فرصاً وتهديدات جديدة أمام الشركات لذا يجب على أي شركة أن تسعى إلى فهم بيئتها التنافسية لتحقيق الأهداف التي تطمح لها من خلال إقامة الاستراتيجيات المناسبة لها، فإذا كانت الشركة على فهم كامل بهذه القوى الخمسة فإنها سوف تكون في وضع قوي جداً ضد أي تهديد تتعرض له الشركة مستقبلاً. وهذا النموذج يركز على العوامل الخمسة التي تشكل أسس المنافسة داخل صناعة من الصناعات، وهذه العوامل هي:

1. الخطر من احتمال دخول منافسين جدد إلى الصناعة.
2. درجة المنافسة بين الشركات العاملة في مجال صناعي واحد.
3. قوة المساومة عند المشتريين.
4. قوة المساومة عند الموردین.
5. التهديد الذي تمثله المنتجات البديلة.

من هنا يمكن تلخيص القوى الخمسة لمايكل بورتر :



1. الخطر من احتمال دخول منافس جدد إلى الصناعة:

المنافسون الجدد: هم الشركات التي لم تدخل في حلبة المنافسة في الوقت الحالي، ولكن لديها القدرة على تلك المنافسة إذا رغبت في ذلك. وعلى سبيل المثال، اعتبرت شركة التليفونات والتلغراف الأمريكية منافس محتمل في مجال الحاسب الشخصي، حيث أنها تمتلك التقنية وفريق البيع ورأس المال الضروري لتصنيع وبيع الحاسبات الشخصية. (هل وجونز، 2006)

وتحاول الشركات العاملة في صناعة ما تشييط همم وعزائم المنافسين عن دخول السوق، حيث انه كلما زاد عدد الشركات في سوق ما، كلما ازدادت مهمة الشركة صعوبة في الاحتفاظ بحصتها في ذلك السوق وجني الأرباح المأمولة، وهكذا فان المخاطرة العالية من دخول المنافسون المحتملون إلى السوق تمثل تهديدا للربحية في الشركات القائمة. من ناحية أخرى، إذا كان معدل الخطر الناتج عن دخول منافسين جدد منخفضا، فان الشركات العاملة يمكن أن تستغل تلك الفرصة لرفع الأسعار وتحقيق عائدات اكبر. (هل وجونز، 2006)

2. درجة المنافسة بين الشركات العاملة في مجال صناعي واحد:

أما ثاني عوامل المنافسة الخمسة لبورتر فتتعلق بمدى المنافسة بين الشركات القائمة في مجال صناعي واحد، وإذا كانت تلك المنافسة ضعيفة فإن الفرصة تنتهي للشركات لرفع الأسعار تحقيق أرباح أكثر. أما إذا ما اتسمت المنافسة بالقوة، فقد يترتب على ذلك منافسة سعرية حادة قد تصل إلى درجة نشوب حرب الأسعار، وتؤدي المنافسة السعرية إلى تحجيم الأرباح من خلال تخفيض هوامش الربح من المبيعات. وهكذا تؤدي المنافسة القوية بين الشركات القائمة إلى تهديد قوى الربحية. (Thompson, 1993)

3. قوة المساومة عند المشتريين :

إن العامل الثالث من عوامل المنافسة الخمسة لبورتر هو قدرة المشتريين على التفاوض والمساومة. إن المشتريين قد يكونوا هم عملاء للشركة الذين يستهلكون منتجاتها في نهاية المطاف (المستخدمين النهائيين). وقد يكونوا أيضا الشركات التي توزع منتجاتها على المستخدمين النهائيين، مثل تجار الجملة والتجزئة ، ويمكن النظر إلى المشتريين على أنهم عامل تهديد تنافسي، وذلك عندما يكونوا في وضع يطلبون فيه الشراء بأسعار منخفضة من الشركة، أو عندما يتطلعون إلى تلقي خدمات أفضل (الأمر الذي يترتب عليه ارتفاع تكاليف التشغيل)، من ناحية أخرى عندما تتسم قدرة المشتريين بالضعف يمكن للشركة رفع أسعارها وتحقيق أرباح كثيرة. (هل وجونز، 2006)

4. قوة المساومة عند الموردین:

إن العامل الرابع ضمن عوامل بورتر للمنافسة هو قوة تهديد المنافسة عند الموردین. إذ يمكن النظر إلى الموردین على أنهم يمثلون تهديدا عندما تكون لديهم القدرة على فرض الأسعار التي يتعين على الشركة دفعها ثمنا لمدخلاتها أو تخفيض جودة تلك المدخلات، ومن ثم تقليص ربحية الشركة. ومن ناحية أخرى، إذا كان الموردون ضعاف فذلك يهيئ الفرصة للشركة لفرض

أسعار منخفضة وطلب مدخلات عالية الجودة. كما هو الحال مع المشتريين فإن قوة الموردين على فرض مطالبهم لدى الشركة يعتمد على قدرتهم بالقياس إلى قدرة الشركة (هل وجونز، 2006)

5. التهديد من قبل المنتجات البديلة :

المنتجات البديلة هي تلك المنتجات التي تقدمها صناعات أخرى ويمكن أن تفي باحتياجات المستهلكين بأسلوب يشبه الأسلوب التي تفي به منتجات الصناعة محل الدراسة. على سبيل المثال، تتنافس الشركات العاملة في مجال صناعة القهوة بطريقة غير مباشرة مع أولئك العاملين في صناعة الشاي والمشروبات الخفيفة. وكل هذه الصناعات الثلاثة تخدم المستهلكين الذين يحتاجون إلى مشروبات. إن الأسعار التي يمكن أن تحددها الشركات العاملة في صناعة القهوة تتأثر بوجود بدائل من الشاي والمشروبات الخفيفة. فإن ارتفع ثمن القهوة بشكل مبالغ فيه مقارنة بثمان الشاي والمشروبات الخفيفة، فلا شك أن من يشربون القهوة سوف يتحولون إلى البدائل، حيث أن وجود بدائل قوية ودقيقة تمثل تهديدا تنافسيا كبيرا، ويشكل قيودا على السعر التي تفرضه الشركة، ومن ثم تتأثر بربحيتها. أما إذا كانت الشركة ليس لها إلا بدائل قوية قليلة بمعنى أن البدائل تشكل عامل تنافسي ضعيف، هذا يدفع الشركة لرفع الأسعار وجني أرباح إضافية. (هل وجونز، 2006)

ومن الامتدادات المهمة لأعمال بورتر وجدت في أعمال "براندنبورغ" و"تالبوف" في منتصف 1990. فباستخدام نظرية اللعبة، أضافوا مفهوم الصناعات المكملة واعتبروها (القوة السادسة)، الأمر ساعد على تفسير وتوضيح الأسباب الكامنة وراء التحالفات الإستراتيجية. كثيرا ما يعود فضل فكرة الصناعات المكملة كقوة سادسة" لأندرو غروف" الرئيس التنفيذي السابق لشركة "إنتل". وقد تحدثت بعض المراجع عن أن القوة السادسة هي عبارة عن الحكومة أو الجمهور، بدلا من جعل دور الحكومة كعامل سادس منفصل فإنه تم دمجها مع قوى بورتر الخمسة لتصبح

القوى السادسة، بورتر يدرك مدى أهمية الحكومة في القدرة على التأثير على القوات الخمسة من خلال إجراء بعض التغييرات في السياسات والتشريعات. (Thompson, 1993).

الانتقادات الموجهة إلى نموذج القوى الخمس لبورتر

وجه لنموذج بورتر العديد من الانتقادات من الخبراء والأكاديميين والاستراتيجيين مثل نيل ستيوارت وكيفن كوين، من هذه الانتقادات:

- من الناحية الاقتصادية، النموذج يفترض أن السوق يتسم بالكمال، حيث انه كلما كان القطاع منظم بشكل اكبر كلما قلت الرؤى الهادفة التي كان بإمكان النموذج إعطاءها.
- هذا النموذج يكون تطبيقه أفضل عند استخدامه في تحليل هياكل السوق البسيطة وليس من المحبذ استخدامه في تحليل الصناعات المعقدة.

يفترض هذا النموذج أن هياكل السوق ثابتة، ولكن في هذه الأيام يصعب الاعتماد عليه نظرا لان هيكلية السوق أصبحت متغيرة.

هذا النموذج يقوم على فكرة المنافسة حيث انه يفترض أن الشركات تحاول الحصول على ميزة تنافسية تتفوق بها على المنافسين الآخرين في السوق. وهي بالتالي لا تأخذ بعين الاعتبار التحالفات الإستراتيجية والربط الالكتروني لنظم المعلومات من خلال سلسلة القيمة.

بشكل عام إن نموذج بورتر للقوى الخمس يواجه بعض التحديات في طبيعة البيئة السوقية

الحالية، لأنه لا يأخذ بعين الاعتبار النماذج الإدارية الجديدة وطبيعة السوق المتغيرة.

وبالرغم من كل هذه المآخذ والانتقادات الموجهة للنموذج إلا أنه ما زال صالحا لتحليل

الصناعات المختلفة ويستخدم من قبل العديد من الباحثين لذلك الغرض (Source:

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

3.2 الدراسات السابقة

1.3.2 الدراسات العربية والمحلية

• دراسة (الجلصي)، "خطة إعلامية لدراسة الصناعات التقليدية والتعريف بالمنتوج"، (2009)

أجريت هذه الدراسة في الجمهورية التونسية وقدمت كورقة بحث الى ندوة تنمية ترويج منتجات الصناعات التقليدية.

من أهم الأهداف التي تناولتها الدراسة :

➤ الدراسة الإستراتيجية للنهوض بالقطاع في آفاق 2016 التي تمثل المصدر الرئيسي

للتخطيط لتطلعات القطاع والتحول العميقة التي سجلها في الفترة الأخيرة والتي لا بد من

إبرازها والتعريف بها على أوسع نطاق تشجيعا للعاملين في هذه القطاع وخدمة لإشعاع

تونس في الخارج حيث أن هذه الصناعات التونسية المميزة تعتبر واجهة مشرقة ومشرفة

لتونس خاصة في إطار العولمة.

➤ التوجه الوطني والدولي نحو إبراز خصوصيات المنتج الحضارية والتراثية المميزة للبلاد

وجعلها كرافد للتنمية والتي يمكن أن تبنى على أساسها إستراتيجية للتسويق في عالم يبحث

فيه المستهلك عن الاختلاف .

• دراسة (الفزاني)، "السياسات التسويقية لمنتجات الصناعات التقليدية"، (2009)

صدرت هذه الدراسة عن مدير مركز الجبل الغربي للصناعات التقليدية في ليبيا، تهدف

إلى إيجاد سياسات تسويقية فعالة من اجل مساعدة ممارسو الصناعات التقليدية على الاستمرار

والبقاء في السوق لذا أصبح من الضروري أن تقوم صناعة المنتجات التقليدية بتطوير أنشطتها

التسويقية من اجل مواجهة المنافسة الشديدة بين المنتجين ومواجهة التطورات المتلاحقة في متطلبات السائحين باعتبار أن المستهلك قد أصبح المحور الرئيسي لكل قرارات المنتجين.
أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

- تطوير التصميمات في ضوء التكنولوجيا الملائمة حيث أن التصميم من أهم متطلبات السوق لأنه يمثل عنصر الابتكار والذي أصبح يمثل في عصر انفتاح الأسواق الميزة التنافسية.
- استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الأداء التسويقي لمشروعات صناعات المنتجات التقليدية.

- دور المعارض والمهرجانات والأسواق الدولية في تسويق الصناعات التقليدية حيث تعد هذه المناسبات فرصة يتم من خلالها فتح أسواق جديدة وإبرام كثير من التعاقدات الخاصة بالتصدير من خلال الإعلان عن هذه المنتجات والاتصال ببائعي الجملة خاصة وان هذه المهرجانات غالبا ما تشترط أن تكون كافة القطع المقدمة أصلية تتسم بالابتكار والتصميم المميز.

- استخدام المتاحف كوسيلة لتسويق منتجات الصناعات التقليدية

- دراسة (معيوف) أهمية دور الحكومي في زيادة القدرة التنافسية للصناعات التقليدية" ، (2009)

تبحث هذه الدراسة دور الحكومة في دعم التنافسية الصناعية حيث أن الحكومات تولى أهمية كبيرة في تدعيم التنافسية سواء على المستوى الكلي أو على المستوى الجزئي، و أخذ دورها في تدعيم التنافسية أشكالاً غير تقليدية، فبدلاً من التدخل المباشر المتمثل في الإجراءات الحمائية ودعم الأنشطة الإنتاجية، تحول إلى مساندة غير مباشرة متمثلة في تهيئة مناخ الأعمال التي تحفز إقامة الأعمال في الأسواق المحلية والعالمية وتبني الدولة لأفضل الممارسات في مجال السياسات

الاقتصادية المختلفة. وقد تحدثت هذه الدراسة عن أهمية استخدام قوى بورتر من أجل زيادة كفاءة وتنافسية القطاعات الصناعية المختلفة.

وتتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

▪ التعرف على مرتكزات التنافسية و مدى امتلاك مؤسساتنا الوطنية إلى قدرات تنافسية تؤهلها إلى تحقيق أهداف في ظل التغيرات الحاصلة في الميدان الاقتصادي التي نشهدها الجزائر.

▪ تحليل دور الحكومة الداعم لتنافسية الاقتصاد الجزائري.

ومن نتائج البحث:

على الرغم من المحاولات الجادة التي تقوم بها الحكومة الجزائرية من أجل جذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية، إلا أن مناخ الاستثمار في بلادنا كما ذكرنا سابقا لا يزال يحتاج إلى الكثير من الجهود التي تتضمن المؤشرات الواردة عن مختلف المنتديات والهيئات الدولية من خلال تقديم حوافز دقيقة ترتبط بالأهداف المرسومة كتوفير فرص العمل وتنمية الصادرات.

• دراسة (الوضع الاقتصادي الحالي للصناعات الفلسطينية، 2007)

بحثت هذه الدراسة في تحليل القطاعات الاقتصادية الفلسطينية المختلفة من ضمنها قطاع الصناعات التقليدية، حيث اعتبرت الدراسة أن هذا القطاع ضعيف جدا ولا يلقى الاهتمام المطلوب وبحاجة إلى دعم وتمكين وتنمية.

تحدثت الدراسة أيضا عن الجودة المصاحبة لهذه الصناعات واعتبرت أنها تكتسب جودتها من كونها تصنع يدويا إلا أن هناك شهادة جودة لهذه الصناعات تطلبها الغرفة التجارية والصناعية

من الصناع تعرف بـ PSI

تحدثت الدراسة أيضا عن الوضع التكنولوجي والطاقة الإنتاجية للقطاع وقالت بان القطاع بأكمله يعمل بأقل من طاقته الإنتاجية وذلك بسبب الظروف الراهنة حيث أن الصناعات التقليدية مرتبطة أكثر ما يكون بالنشاط السياحي ورغم ذلك إلا أن القطاع غني بالكفاءات الموجودة عنده حيث أن اغلب ما يعملون به من حملة المهارات العالية، بالإضافة إلى ذلك فإن القطاع بحاجة إلى انتشار تطبيق التكنولوجيا فيه من أجل إدخال تطورات حديثة في التصاميم.

تحدثت الدراسة أيضا عن الوضع التسويقي للصناعة وقالت بان الصناعة قديما كانت تسوق بشكل محلي للسياح والحجاج ولكن حاليا مع تطور التجارة وفتح الأسواق التجارية يتم تصدير منتجاتها إلى دول الخارج مثل أميركا.

• دراسة (سلمى البزري، " الصناعات التقليدية في فلسطين الواقع والآفاق "، 2006)

هذه الدراسة عبارة عن دراسة تاريخية لواقع الصناعات التقليدية في فلسطين وتحدثت فيه بشكل موجز عن بعض من أهم الصناعات التقليدية في فلسطين وقد أسهبت في تحديد المشاكل والمعوقات التي يعاني منها القطاع ونطرت إلى دور السلطة الوطنية الفلسطينية في دعم القطاع إضافة إلى دور المجتمع الإسلامي.

على صعيد المشاكل والمعوقات ذكرت البزري أن من أهم المشاكل التي يعاني منها القطاع متعلقة بالتسويق وعدم فتح المنافذ الخارجية لتسويق منتجات القطاع هذا إضافة إلى مشاكل أخرى متعلقة بجودة المنتجات ، وهجرة العاملين بسبب ضعف المردود المادي، عدا عن الضرائب المفروضة على الصناع منذ بدئ الاحتلال الإسرائيلي إلى غير ذلك من المشاكل.

نوّهت أيضا البزري في دراستها إلى دور السلطة والمجتمع الإسلامي في دعم الصناعة وقد اعتبرت بان السلطة تولي اهتماما متزايدا للقطاع لارتباطه الوثيق بالهوية والتاريخ الفلسطيني حيث أنشأت دوائر مختصة في كل من وزارتي السياحة والثقافة من أجل تتبع المشاكل التي

يعاني منها القطاع وحلها ، ووقعت العديد من الاتفاقيات مع دول خارجية من اجل تنسيق الجهود لدعم الصناعات التقليدية ، وعلى صعيد المجتمع الإسلامي فقد ذكرت البزري بان هناك ضرورة ملحة لتوحيد الجهود من اجل دعم وتطوير هذه الصناعات ليس فقط في فلسطين وإنما على صعيد العالم العربي المسلم اجمع وذلك نظرا لتشابه الظروف الاقتصادية، والاجتماعية، والتراثية التي أدت إلى نشوء وتطور الصناعات التقليدية في هذه الدول ، وكذلك السياسات المتبعة باتجاه الصناعات ذات القدرة على تشغيل أكبر قدر من اليد العاملة لمواجهة البطالة في أغلب تلك الدول .

• دراسة (مكحول وقطان " قطاع الصناعات الحرفية في الاراضي الفلسطينية الواقع والآفاق"، (2006)

هدفت هذه الدراسة بحث وتحليل الصناعات الحرفية في الأراضي الفلسطينية من حيث الواقع والآفاق، حيث تواجه هذه الصناعات العديد من المشاكل والصعوبات المتعلقة بالجوانب الإنتاجية والتسويقية والتمويلية وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج والتوصيات أهمها:

➤ من الناحية الإنتاجية تواجه هذه الصناعات مجموعة من الصعوبات المتعلقة بالحصول على المواد الخام اللازمة للإنتاج، وبالذات المواد المستوردة كما أن الآلات والمعدات المستخدمة في الإنتاج لا زالت بدائية ولا تحقق الكفاءة الإنتاجية، إضافة إلى ندرة الأيدي العاملة الماهرة والمدربة خاصة في الظروف الحالية وبعد اندلاع انتفاضة الأقصى.

➤ ومن الناحية التسويقية حيث تعتمد هذه الصناعات في غالبيتها على طلب السياح الأجانب لمنتجاتها إضافة إلى طلبيات لدول العالم الخارجي، ولقد تأثر كلا المصدرين خلال السنوات الأخيرة بالأوضاع السائدة في الأراضي الفلسطينية وما رافقها من إجراءات وممارسات أدت إلى انحسار الطلب على منتجات الصناعات الحرفية بشكل كبير، يضاف

إلى ذلك محدودية استفادة أصحاب هذه الصناعات من وسائل الدعاية والإعلان والترويج كالمعارض الدولية، والافتقار إلى خطط تسويقية واستراتيجيات فعالة لمواجهة المنافسة.

➤ وأما من الناحية التمويلية حيث يفتقر قطاع الصناعات الحرفية لوجود مؤسسات تمويلية مختصة أو شروط ميسرة للتمويل، حيث يتطلب الاقتراض ضمانات كثيرة وكبيرة وهذا بدوره يحد من قدرة هذه المنشآت من التوسع أو تطوير أدائها.

• دراسة (مكحول وآخرون "الصناعات الحرفية في أريحا" 2006)

وهي دراسة قامت بتناول واقع الصناعات الحرفية في مدينة أريحا، قام بها معهد السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس) حيث يمكن الاستدلال من خلال النتائج التي توصلت إليها وإلى حد بعيد عن واقع معظم الصناعات الحرفية في كافة المناطق الفلسطينية، حيث أشار المستهلكون المحليون المستطلعون إلى ثقتهم بجودة المنتجات الحرفية الفلسطينية حيث أشاروا إلى أنها مناسبة لهم وكذلك تعتبر أسعار هذه المنتجات أيضا مناسبة لهم وكذلك وحسب الدراسة فإن المستهلكون يعتبرون أن أسعار المنتجات الحرفية الفلسطينية مناسبة إلى حد ما وأنها تمتاز بالدقة والجودة والجاذبية.

كما أشارت الدراسة إلى عدد من المعوقات التي تعترض هذه الصناعات خاصة بعد اندلاع انتفاضة الأقصى وما رافقها من إجراءات وسياسات إسرائيلية تعسفية حيث ساهمت وبشكل كبير في تعميق المشاكل والتحديات في وجه هذه الصناعات وحدث إلى حد بعيد من تطورها وتحسين أدائها.

فيما يتعلق بالعاملين في هذه الصناعات فإن غالبيتهم يعتبرون عملهم في هذه الصناعات هو المصدر الأساسي لرزقهم وعيش عائلاتهم، خاصة وأن هذه الصناعات تعتمد على العنصر البشري في العمل بشكل أساسي وهي من الصناعات ذات الكثافة في اليد العاملة وليس الكثافة في

راس المال مما يجعلها في حال تطويرها وتحسين أدائها مصدراً مهماً لخلق فرص عمل جديدة، والإسهام في تشغيل الأيدي العاملة محلياً وبالتالي المعاناة لكثير من الأسر من البطالة وتخفيف حدة الهجرة إلى الخارج للبحث عن عمل وما في ذلك من أضرار على المستوى الشخصي للمهاجر وعلى مستوى الوطن والمجتمع.

• دراسة (مصطفى، نوي، "القدرة التنافسية للصناعات الغذائية وآفاق تطويرها"، 2005)

تبحث هذه الدراسة واقع القدرة التنافسية للصناعات الغذائية الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة واستخدمت نموذج بورتر للقوى الخمس من أجل القيام بهذه الدراسة.

أهم الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها:

إشباع رغبات المستهلكين بسلع غذائية مصنعة فلسطينياً ذات جودة عالية وأسعار معقولة تحقيق ربحية عالية نسبياً للمنتجين وذلك من أجل زيادة استثماراتهم في هذه الصناعات إحلال وارداتنا من السلع المشابهة وتشجيع صادراتنا من هذه السلع وذلك من أجل تخفيض العجز في الميزان التجاري الفلسطيني وميزان المدفوعات وذلك من أجل تقليل هروب العملات الصعبة إلى الخارج والمنفقة على هذا النوع من السلع.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

يعاني الاقتصاد الفلسطيني من اختلال في الهيكلية شملت معظم قطاعاته ويمكن أن يكون سبب ذلك تعمد إسرائيل ربط الاقتصاد الفلسطيني الضعيف بالاقتصاد الإسرائيلي القوي، وارتفاع أداء القطاع الخاص الفلسطيني بشكل عام والقطاع الصناعي بشكل خاص في السنين العشر الأخيرة من القرن الماضي وتراجع هذا الأداء بشكل كبير في السنوات الثلاث الأخيرة.

• دراسة (غرفة تجارة وصناعة بيت لحم، "دراسة خاصة بالصناعات الحرفية في بيت لحم -

خشب الزيتون والصدف" 2004)

صدرت هذه الدراسة عن غرفة صناعة وتجارة بيت لحم، باعتبارها موطن أساسي خاصة لصناعة خشب الزيتون، حيث تعتبر حرفة الحفر على خشب الزيتون وصناعة منتجات من خشب الزيتون، حيث أشارت الدراسة إلى أهمية هذه الصناعات وأثرها على المجتمع المحلي من خلال كونها مصدراً أساسياً للعديد من العائلات العاملة سواء في الإنتاج أو البيع والتسويق في المعارض، وخرجت الدراسة بعدد من النتائج أهمها:

○ إن حرفة خشب الزيتون وتشكيله مرتبطة بالسياحة الوافدة إلى فلسطين وكذلك عدد المشاغل وعدد الأيدي العاملة في هذا القطاع ونظراً للتراجع في عدد السياح الوافدين في السنوات الأخيرة فقد تضررت هذه الصناعة وتراجع عدد المشاغل وعدد المشتغلين والعاملين فيها علماً بأن صناعة خشب الزيتون تعتبر مصدر رزق للكثير من العائلات في مدينة بيت لحم وبيت ساحور وبيت جالا.

○ بينت الدراسة أن تسويق منتجات خشب الزيتون تتركز في ثلاثة محاور هي:

- السوق المحلي ويستوعب 55% من الإنتاج وبالذات إلى السياح المسيحيين.
- الأسواق العربية خاصة أسواق الخليج والأردن وتشكل 15% من الإنتاج.
- الأسواق الأمريكية والأوروبية 30% من إجمالي المبيعات.

○ عدم وجود رؤية واضحة للعاملين في هذه الصناعة والقائمين عليها حول مستقبل هذه الصناعة في ظل المشاكل والتحديات التي تواجهها، وفي ظل عدم توفر استراتيجيات واضحة للتسويق والإنتاج والتمويل.

○ تبين أن معظم المصانع والمشاغل تعمل بأقل من طاقتها الإنتاجية مما يعني أن هناك إمكانية لتوسيع حجم الإنتاج إذا ما تحسنت الظروف من خلال استغلال الطاقة الإنتاجية

المتاحة.

○ الاعتماد على محلات بيع التحف الشرقية وبعد تراجع السياحة أصبح هناك كساد وصعوبة في تصريف الإنتاج وهذا يستدعي وجود هيئة مختصة للمساعدة في ترويج المنتجات وتسويقها.

○ هناك حاجة ماسة لأصحاب هذه المصانع والعاملين فيها لحضور دورات تدريبية خاصة في مجال التسويق لتطوير مهاراتهم التسويقية ومساعدتهم في وضع الخطط التسويقية الناجحة.

○ هناك حاجة لإقامة معارض داخلية وخارجية للترويج لهذه الصناعات وزيادة حجم التعاقد والطلبات على إنتاج هذه الصناعة.

• دراسة (حزبون، "صناعة الصدف في الأراضي المحتلة"، 1987)

وهي دراسة تختص بصناعة الصدف في الأراضي الفلسطينية نشرها معهد الوثائق والأبحاث، حيث أن صناعة الصدف أصبحت مورداً هاماً للعديد من الأسر الفلسطينية ومنذ العهد العثماني تحقق الانتعاش الحقيقي لهذه الصناعة في عهد الحكم الأردني للضفة الغربية حيث أعتت السلطات الأردنية هذه الصناعة وغيرها من الصناعات من الضرائب والرسوم المستحقة على هذه الصناعات ولكن الاحتلال الإسرائيلي تسبب في تراجع مستوى هذه الصناعة من خلال إعادة فرض الضرائب ويوجد في منطقة بيت لحم لوحدها 36 مصنعاً للصدف ويعمل بها ما يزيد عن 450 عاملاً بأجرة عدا عن العمل العائليين.

2.3.2 التعقيب على الدراسات السابقة:

1. هناك دراسات بحثت موضوع الصناعات الحرفية في الأراضي الفلسطينية من حيث الواقع والآفاق والمشاكل والصعوبات، منها دراسة مكحول وقطان (2006) في حين اقتصت دراسات أخرى بحرفة من هذه الحرف مثل دراسة غرفة صناعة وتجارة بيت لحم (2004) والتي اقتصت بصناعة خشب الزيتون، ودراسة جمعية مخيم قلنديا (2000) التي اقتصت بصناعة التطريز في فلسطين وصناعة مكحول وآخرون (2006) اقتصت بالصناعات الحرفية في مدينة أريحا، وأخيراً دراسة حزبون وآخرون (1987) التي اقتصت بدراسة صناعة الصدف في فلسطين؟
2. أظهرت الدراسات السابقة شبه إجماع على أن هذه الصناعات تواجه العديد من المشاكل خاصة في السنوات الأخيرة، منها مشاكل إنتاجية ومشاكل تسويقية ومشاكل تمويلية، إضافة إلى عدم وجود تخطيط فعال ورؤية واضحة من العاملين في هذه الصناعات وعدم وجود استراتيجيات واضحة للتسويق والإنتاج والتمويل.
3. بينت معظم هذه الدراسات أهمية هذه الصناعات لكونها تعكس طابعاً تراثياً وحضارياً وثقافياً، إضافة إلى أنها تعتبر سلع اقتصادية ولها تأثير على الاقتصاد الفلسطيني وعلى دخول العائلات والأفراد العاملين فيها.
4. بينت الدراسات السابقة أن هذه الصناعات مرت بتطورات عديدة، إلا أنها ارتبطت إلى حد كبير، بالأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تمر بها الأراضي الفلسطينية، خاصة في السنوات الأخيرة، حيث أظهرت هذه الصناعات تراجعاً ملحوظاً.
5. تتفق الدراسة الحالية مع هذه الدراسات خاصة مع دراسة مكحول وقطان (2006) في أنها تبحث في قطاع الصناعات التقليدية بشكل عام، إلا أنها تختلف عن الدراسات السابقة في كونها مختصة بالصناعات التقليدية في محافظة الخليل من وجهة نظر القائمين على هذا المجال

حيث أنها تعتبر من أول الدراسات المختصة بالصناعات التقليدية بمحافظة الخليل ، إضافة إلى اختلاف الزمان بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة. وقد استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في إطارها النظري وفي بعض الإحصائيات، إضافة إلى ذلك فإن هذه الدراسة تحدثت عن أشهر الصناعات التقليدية في محافظة الخليل والتي هي عبارة عن صناعة الخزف والسيراميك، الزجاج، الفخار، التطريز.

الفصل الثالث

منهج الدراسة

مجموع الدراسة

عينة الدراسة

أداة الدراسة

صدق الأداة

ثبات الأداة

إجراءات الدراسة

التحليل الإحصائي

الفصل الثالث

منهج الدراسة

مجموع الدراسة

عينة الدراسة

أداة الدراسة

صدق الأداة

ثبات الأداة

إجراءات الدراسة

التحليل الإحصائي

الطريقة والإجراءات

يتناول هذا الفصل وصفاً مفصلاً للطريقة والإجراءات التي قام بها فريق البحث لتنفيذ هذه الدراسة وشمل منهج الدراسة، مجتمع الدراسة، عينة الدراسة، أداة الدراسة، إجراءات الدراسة، التحليل الإحصائي.

1.3. منهج الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي للحصول على المعلومات حول واقع قطاع الصناعات التقليدية في مدينة الخليل.

2.3. مجتمع الدراسة

يتألف مجتمع الدراسة من جميع أصحاب منشآت الصناعات التقليدية في محافظة الخليل.

3.3. عينة الدراسة: تم استخدام طريقة المسح الشامل لمجتمع الدراسة.

الجدول التالي يوضح خصائص المجتمع الديموغرافية للصناعات التقليدية في محافظه الخليل.

جدول رقم (1)

خصائص المجتمع الديموغرافية

المتغيرات	العدد	النسبة المئوية
سنوات الخبرة		
اقل من 5 سنوات	0	%0
من 5 - 10 سنوات	4	%17
من 11-16 سنة	4	%17
من 16-21 سنة	1	%4
اكثر من 21 سنة	14	%62
المؤهل العلمي		
ثانوية عامة فما دون	18	%78
شهادة جامعية	5	%22
دراسات عليا	0	%0

اعتمد فريق البحث في هذه الدراسة :

- بشكل أساسي: على الاستبانة في جمع البيانات، وذلك لسهولة الحصول على المعلومات من خلالها وتوفير الوقت، كما واعتمد الفريق على المقابلات الشخصية وتم مقابلة كل من السيد نادر التميمي رئيس اتحاد الصناعات التقليدية في محافظة الخليل والسيد بدر الداعور رئيس تجمع الحرف التراثية لآخذ آرائهم حول الموضوع.

- بشكل ثانوي: على المراجع الواردة في هذا الموضوع والدراسات السابقة، والبيانات الواردة من اتحاد الصناعات التقليدية وتجمع الحرف التراثية .

لقد طور فريق البحث استبانته تتألف من خمسة أقسام:

القسم الأول: ويشتمل على المعلومات العامة وهي: سنوات الخبرة، والمؤهل العلمي، وعدد العمال.

القسم الثاني: ويتكون من عوامل البيئة العامة على منشآت الصناعات التقليدية وهي: العوامل السياسية والقانونية، والعوامل الاقتصادية، والعوامل التكنولوجية، والعوامل الاجتماعية، والعوامل البيئية.

القسم الثالث: وهو لدراسة جاذبية القطاع ويتكون من عوائق الدخول إلى السوق، وحدة المنافسة، والبدائل، وقوة المشترين، وقوة المزودين.

القسم الرابع: ويتناول تقييم دور الجهات ذات العلاقة بالصناعات التقليدية.

القسم الخامس: ويتناول المعوقات والمشاكل والنظرة المستقبلية، والاحتياجات والتطلعات.

5.3. صدق الأداة

تم التحقق من صدق أداة الدراسة بمناقشتها مع المشرف أولاً، كما تم عرض الاستبانة على

مجموعة من المحكمين من جامعة بوليتكنك فلسطين الأستاذة دينا القدسي، الأستاذة لنا المتحسب

وايضاً لجنة من الغرفة التجارية ، والذين أبدوا عدداً من الملاحظات حول بعض الفقرات، والتي تم أخذها بعين الاعتبار عند إخراج أداة الدراسة بشكلها النهائي.

6.3. ثبات الأداة

تم احتساب ثبات الاداة باستخدام معادلة الثبات " كرونباخ ألفا" حيث بلغت قيمة الثبات (0.77) للعوامل المؤثرة على المنشأة الصناعية التقليدية، وبلغت (0.81) لجاذبية القطاع، في حين بلغت (0.76) لتقييم دور الجهات ذات العلاقة بالصناعات التقليدية.

7.3. إجراءات الدراسة

بعد الانتهاء من إعداد الاستبانة والتأكد من صدقها وقياس ثباتها قام فريق البحث بتوزيع نسخ الاستبانة على مجتمع الدراسة وتم جمع الاستبيانات بعد أن استكملت عملية جمع الاستبانات التي أجاب أفراد المجتمع عليها وقد تأكد فريق البحث من إجراء عملية التوزيع وعملية الجمع ثم أعطيت النسخ المجاب عليها إلى المحلل الإحصائي لتحليلها إحصائياً والتوصل إلى النتائج والخروج بالتوصيات المتعلقة بموضوع الدراسة.

8.3. التحليل الإحصائي

بعد جمع الاستبانات قام المحلل الإحصائي بمراجعتها وذلك تمهيداً لإدخالها للحاسب وقد تم ذلك بإعطائه أرقاماً معينة أي " بتحويل الإجابة اللفظية إلى إجابة رقمية كما هو موضح في الجدول

التالي:

جدول رقم " 2 " الإجابات اللفظية ومقدارها بالدرجات

الإجابة	الرقم "الدرجة"
وافق بشدة	5
أوافق	4
محايد	3
لا أوافق	2
لا أوافق بشدة	1

وقد تمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخراج الأعداد، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، ومعادلة الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، وذلك باستخدام برنامج الرزم الإحصائية SPSS، لتحديد درجة الإتجاه وفق المتوسط استخدم المقياس وفق الجدول التالي:

جدول رقم (3) مفاتيح المتوسطات الحسابية

المتوسط	درجة الإتجاه
مفاتيح الدرجات الخماسية	
2.49-1	منخفض
3.49-2.50	متوسط
5-3.50	عالي

مفاتيح الدرجات الثلاثية	
1.66-1	منخفض
2.33-1.67	متوسط
3-2.34	عالي

الفصل الرابع

تحليل البيانات والنتائج

تحليل البيانات والنتائج

يتناول هذا الفصل عرضاً وتحليلاً لأسئلة الدراسة.

1.4 السؤال الأول: ما هو واقع قطاع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل؟

للإجابة على هذا السؤال يتفرع عدد من المحاور وهي:

1.1.4 مجال عمل منشآت الصناعات التقليدية في محافظة الخليل:

للإجابة على السؤال السابق استخرجت الأعداد والنسب المئوية لاجابات افراد المجتمع

نحو مجال عمل المنشآت الصناعات التقليدية في محافظة الخليل كما في الجدول التالي:

جدول رقم (4)

النسبة	العدد	مجال عمل المنشأة
22%	5	الخزف والسيراميك
9%	2	الزجاج
4.5%	1	التطريز
60%	14	الفخار
4.5%	1	غير ذلك

يتضح من الجدول السابق توزيع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل حيث يتبين

لنا أن (60%) من الصناعات التقليدية في محافظة الخليل تتركز في صناعة الفخار، و(22%)

من هذه الصناعات تتعلق بالخزف والسيراميك، في حين أن (9%) من الصناعات تتركز في

الزجاج وتوابعه، مما يدل على أن هذه الصناعات هي الأشهر في محافظة الخليل.

تحليل البيانات والنتائج

يتناول هذا الفصل عرضاً وتحليلاً لأسئلة الدراسة.

1.4 السؤال الأول: ما هو واقع قطاع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل؟

للإجابة على هذا السؤال يتفرع عدد من المحاور وهي:

1.1.4 مجال عمل منشآت الصناعات التقليدية في محافظة الخليل:

للإجابة على السؤال السابق استخرجت الأعداد والنسب المئوية لاجابات افراد المجتمع

نحو مجال عمل المنشآت الصناعات التقليدية في محافظة الخليل كما في الجدول التالي:

جدول رقم (4)

النسبة	العدد	مجال عمل المنشأة
22%	5	الخزف والسيراميك
9%	2	الزجاج
4.5%	1	التطريز
60%	14	الفخار
4.5%	1	غير ذلك

يتضح من الجدول السابق توزيع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل حيث يتبين

لنا أن (60%) من الصناعات التقليدية في محافظة الخليل تتركز في صناعة الفخار، و(22%)

من هذه الصناعات تتعلق بالخزف والسيراميك، في حين أن (9%) من الصناعات تتركز في

الزجاج وتوابعه، مما يدل على أن هذه الصناعات هي الأشهر في محافظة الخليل.

2.1.4 العمر الزمني لمنشآت الصناعات التقليدية في مدينة الخليل

للإجابة على السؤال السابق استخرجت الأعداد والنسب المئوية لاجابات افراد المجتمع نحو العمر الزمني للمنشآت الصناعات التقليدية في محافظة الخليل وكانت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول رقم (5)

العمر الزمني للمنشأة	العدد	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	0	%0
من 5-20 سنة	6	%26
من 21-40 سنة	6	%26
40 سنة فما فوق	11	%48

من خلال الجدول السابق نجد أن أكثر الأعمار للمنشآت كانت أكثر من 40 سنة بنسبة (%48) في حين جاءت المنشآت التي تتراوح اعمارها من (5-20)، و(21-40) بنسبة (%26) لكل منها، في حين نجد أنه لا يوجد أي منشأة عمرها اقل من 5 سنوات وبالتالي يتضح أن هذا القطاع قطاعاً غير جاذب للمستثمرين.

3.1.4 الشكل القانوني لمنشآت الصناعات التقليدية في مدينة الخليل

للإجابة على السؤال السابق استخرجت الأعداد والنسب المئوية لاجابات افراد المجتمع نحو الشكل القانوني لشركات الصناعات التقليدية وكانت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول رقم (6)

الشكل القانوني	العدد	النسبة المئوية
مؤسسة فردية	2	%9
شراكة "مؤسسة عائلية"	14	%60
شركة عادية	6	%27
شركة مساهمة خاصة	1	%4

يوضح الجدول السابق يتضح لنا أن (60%) من منشآت الصناعات التقليدية هي شراكة مؤسسة عائلية، في حين نجد أن (27%) من المؤسسات هي منشآت عادية، ولعل السبب في ذلك يعود إلى اختصاص كل عائلة بصناعة معينة يتوارثها الأبناء عن الآباء، وتكون محتكرة في تلك العائلة.

4.1.4 نسبة تسويق منتجات المنشآت

للإجابة على السؤال السابق استخرجت الأعداد والنسب المئوية لإجابات أفراد المجتمع نحو مجالات تسويق منتجات المنشأة وكانت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول رقم (7)

نسبة التسويق	
18%	الضفة الغربية وقطاع غزة
55%	مناطق 48
13%	الاسواق الخارجية
14%	غير مسوقين (يمارسون الإنتاج كهواية ولا يقومون ببيع انتاجهم)

يتبين من خلال الجدول السابق أن أعلى نسبة تسويق في الأراضي الفلسطينية عام 1948 بنسبة (55%) في حين نجد أن (18%) من هذه الصناعات تسوق في الأراضي الفلسطينية، و(13%) في الأسواق الخارجية. وهذا يدل على ضعف الطلب على هذه المنتجات محليا، وأن هذه المنتجات تجد المنفذ لها في السوق الإسرائيلي رغم أن لهذا الأمر تبعات سياسية وثقافية خطيرة حيث أنها تباع للتجار الإسرائيليين الذين يسوقونها للسياح على أنها منتج من صنع ايدٍ اسرائيلية وأن هذه المنتجات تعبر عن التراث الحضاري الإسرائيلي.

2.4 السؤال الثاني: ما هي أهم العوامل المؤثرة في قطاع الصناعات التقليدية في مدينة الخليل؟

للإجابة على السؤال السابق يتفرع عدد من الأسئلة وهي:

1.2.4 العوامل السياسية والقانونية المؤثرة على الصناعات التقليدية

للإجابة على السؤال السابق استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل السياسية والقانونية المؤثرة على الصناعات التقليدية مرتبة حسب الأهمية وذلك كما في الجدول التالي:

جدول رقم (8)

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير
عالية	1.20112	4.4783	تشكل الإجراءات الإسرائيلية عائقاً أمام تطور الصناعات التقليدية
عالية	1.32175	4.2609	يؤثر الوضع الأمني غير المستقر على نمو وازدهار الصناعات التقليدية
عالية	1.45960	3.6957	تعتبر الضرائب المفروضة على منشآت الصناعات التقليدية عائقاً أمام تطور الصناعات التقليدية
متوسطة	1.39734	2.9565	تؤثر الإجراءات والقوانين الحكومية على وضع قطاع الصناعات التقليدية

تشير البيانات في الجدول السابق أهم العوامل السياسية والقانونية المؤثرة في قطاع

الصناعات التقليدية مرتبة حسب الأهمية وقد جاء في مقدمتها: تشكل الإجراءات الإسرائيلية عائقاً

أمام تطور الصناعات التقليدية بمتوسط حسابي "4.48"، ويؤثر الوضع الأمني غير المستقر على

نمو وازدهار الصناعات التقليدية بمتوسط حسابي "4.26"، وتعتبر الضرائب المفروضة على

منشآت الصناعات التقليدية عائقاً أمام تطور الصناعات التقليدية بمتوسط حسابي "3.69"، وتؤثر

الإجراءات والقوانين الحكومية على وضع قطاع الصناعات التقليدية بمتوسط حسابي "2.96". وهذا يظهر جليا بأن للعوامل السياسية والقانونية تأثير سلبي كبير على هذا القطاع حيث أن الإجراءات الإسرائيلية إضافة إلى الأوضاع الأمنية غير المستقرة خفضت من عدد السياح الذين يعتبروا هم عماد هذه الصناعة، وإضافة إلى ذلك تعتبر الضرائب من العوائق المهمة التي يواجهها القطاع مما يستدعي من الهيئات المسؤولة تقديم إعانات وحوافز تشجيعية بدل من فرض الضرائب.

2.2.4 العوامل الاقتصادية المؤثرة على الصناعات التقليدية

للإجابة على السؤال السابق استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل الاقتصادية المؤثرة على قطاع الصناعات التقليدية مرتبة حسب الأهمية، وذلك كما في الجدول التالي:

جدول رقم (9)

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير
عالية	4.9103	4.8261	الظروف الاقتصادية الحالية أثرت بشكل سلبي على القطاع
عالية	0.68870	4.7391	الانفتاح على الأسواق الخارجية اثر على الطلب على المنتجات المحلية
متوسطة	1.42396	3.1304	هناك صعوبة في توفير المواد الخام دائما
متوسطة	1.78266	2.7826	حجم السوق يعتبر فرصة لنمو القطاع
متوسطة	1.03877	2.5217	البنوك تقوم بدورها بمنح التسهيلات اللازمة لدعم القطاع من حيث إعطاء القروض وغيرها من التسهيلات البنكية

يتضح من خلال الجدول السابق أهم العوامل الاقتصادية المؤثرة في قطاع الصناعات التقليدية مرتبة حسب الأهمية وقد جاء في مقدمتها: الظروف الاقتصادية الحالية أثرت بشكل سلبي على القطاع بمتوسط حسابي "4.83"، والانفتاح على الأسواق الخارجية اثر على الطلب على

المنتجات المحلية بمتوسط حسابي "4.74"، وهناك صعوبة في توفير المواد الخام دائما بمتوسط حسابي "3.13"، وحجم السوق يعتبر فرصة لنمو القطاع بمتوسط حسابي "2.78"، والبنوك تقوم بدورها بمنح التسهيلات اللازمة لدعم القطاع من حيث إعطاء القروض وغيرها من التسهيلات البنكية بمتوسط حسابي "2.52" يدل على أن للعوامل الاقتصادية المختلفة تأثير سلبي كبير على القطاع، حيث أصبحت فلسطين مستوردة للعديد من المنتجات التقليدية المزورة ذات التكلفة الأقل وبالتالي تباع بسعر أقل، وفي ظل هذه الظروف الجميع يبحث عن البدائل ذات السعر الأقل، وهذا يستدعي إجراءات وتدخلات سريعة من أجل حماية هذه المنتجات وتوفير أسواق لها.

3.2.4 العوامل التكنولوجية المؤثرة على الصناعات التقليدية

للإجابة على السؤال السابق استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل التكنولوجية المؤثرة على قطاع الصناعات التقليدية مرتبة حسب الأهمية وذلك كما في الجدول التالي:

جدول رقم (10)

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير
متوسطة	1.37597	3.4348	إدخال التكنولوجيا يساهم في تطور منشآت الصناعات التقليدية ويمكنها من تقديم منتجات تواكب المتطلبات العصرية
متوسطة	1.50625	2.7826	المستوى التكنولوجي المتوفر مناسب لنمو وتطوير القطاع
منخفضة	1.30974	2.4783	الإمكانات والموارد المتوافرة لمنشآت الصناعات التقليدية كافية لإدخال التطورات التكنولوجية المناسبة على القطاع

يتضح من خلال الجدول السابق أهم العوامل التكنولوجية المؤثرة على قطاع الصناعات التقليدية مرتبة حسب الأهمية وقد جاء في مقدمتها: إدخال التكنولوجيا يساهم في تطور منشآت الصناعات التقليدية ويمكنها من تقديم منتجات تواكب المتطلبات العصرية بمتوسط حسابي "3.43"، والمستوى التكنولوجي المتوفر مناسب لنمو وتطوير القطاع بمتوسط حسابي "2.78"، والإمكانات والموارد المتوافرة لمنشآت الصناعات التقليدية كافية لإدخال التطورات التكنولوجية المناسبة على القطاع بمتوسط حسابي "2.48". أي أن هذا القطاع بحاجة لتطورات تكنولوجية ولكن ليست هناك حاجة كبيرة لاستخدام التكنولوجيا المتقدمة في بعض أنواع الصناعات التقليدية نظراً لارتباطها بالإنتاج اليدوي.

4.2.4 العوامل الاجتماعية المؤثرة على الصناعات التقليدية

للإجابة على السؤال السابق استخرجت المتوسطات والانحرافات المعيارية الاجتماعية المؤثرة على قطاع الصناعات التقليدية مرتبة حسب الأهمية، وذلك كما في الجدول التالي:

جدول رقم (11)

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير
عالية	0.87792	4.0435	يختلف الإقبال على منتجات الصناعات التقليدية باختلاف الفئة العمرية
متوسطة	1.72175	2.6522	تعتبر القيمة التراثية الثقافية لمنتجات الصناعات التقليدية فرصة لنمو القطاع
متوسطة	1.40861	2.5652	يفضل أفراد المجتمع المنتجات الوطنية أكثر من المنتجات المستوردة

يبين الجدول اعلاه أهم العوامل الاجتماعية المؤثرة على قطاع الصناعات التقليدية مرتبة حسب الأهمية وقد جاء في مقدمتها: يختلف الإقبال على منتجات الصناعات التقليدية باختلاف الفئة العمرية بمتوسط حسابي "4.04"، وتعتبر القيمة التراثية الثقافية لمنتجات الصناعات التقليدية

فرصة لنمو القطاع بمتوسط حسابي "2.65"، ويفضل أفراد المجتمع المنتجات الوطنية أكثر من المنتجات المستوردة بمتوسط حسابي "2.57". أي أن للعوامل الاجتماعية تأثير كبير على هذا القطاع حيث أن الفئات العمرية الكبيرة تفضل هذه المنتجات وتعتبرها منتجات ذات قيمة أكثر من الفئات الصغيرة، ومن ناحية أخرى في مجتمعنا توجد ثقافة تفضيل المنتج الحديثة لدى بعض الفئات.

5.2.4 العوامل البيئية المؤثرة على الصناعات التقليدية

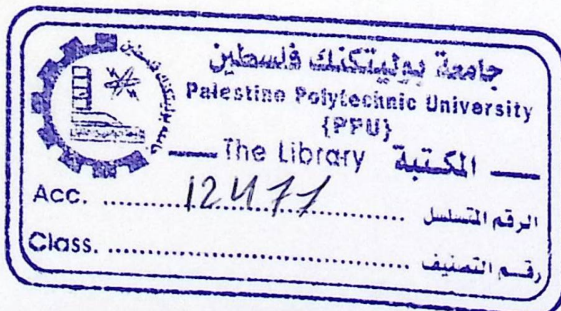
للإجابة على السؤال السابق استخرجت المتوسطات والانحرافات المعيارية للعوامل البيئية المؤثرة على قطاع الصناعات التقليدية مرتبة حسب الأهمية وذلك كما في الجدول التالي:

جدول رقم (12)

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير
متوسطة	1.60163	2.7391	تشكل منشآت الصناعات التقليدية عامل تهديد مضر بالبيئة
منخفضة	1.04447	2.0000	تشكل قوانين حماية البيئة عائق أمام عمل الصناعات التقليدية

تشير بيانات الجدول السابق أهم العوامل البيئية المؤثرة على قطاع الصناعات التقليدية مرتبة حسب الأهمية وقد جاء في مقدمتها: تشكل منشآت الصناعات التقليدية عامل تهديد مضر بالبيئة بمتوسط حسابي "2.74"، وتشكل قوانين حماية البيئة عائق أمام عمل الصناعات التقليدية بمتوسط حسابي "2.00". أي أنه لا يوجد لهذه الصناعات أي عامل تهديد مضر بالبيئة من وجهة نظر المنتجين وهذا قد يكون منافي للواقع في بعض الصناعات ويعود ذلك إلى عدم إدراك المنتجين لتلك المخاطر، وعلى الرغم من ذلك هناك بعض الصناعات التي لا يوجد لها أي آثار

بيئية ضارة.



2.4. السؤال الثالث: ما هي أهم التهديدات والتحديات التي تواجه القطاع؟

للإجابة عن سؤال الدراسة السابق استخرجت الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية نحو استجابات اصحاب الصناعات التقليدية نحو واقع قطاع الصناعات التقليدية في مدينة الخليل من وجهة نظرهم، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (13).

جدول رقم (13)

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البعد
عالية	1.48962	3.6149	عوائق الدخول إلى السوق
عالية	1.215718	3.85216	حدة المنافسة
عالية	1.063803	4.289833	البدائل
متوسطة	1.251335	3.47825	قوة المشترين
متوسطة	1.54259	2.96522	قوة المزودين

من خلال الجدول السابق يتبين أن اتجاهات أصحاب الصناعات التقليدية نحو واقع قطاع

الصناعات التقليدية في مدينة الخليل من وجهة نظرهم كانت الأعلى في وجود البدائل بمتوسط حسابي "4.29"، يليها حدة المنافسة بمتوسط حسابي "3.85"، ثم عوائق الدخول إلى السوق بمتوسط حسابي "3.61"، يليها قوة المشترين بمتوسط حسابي "3.48"، و في النهاية تأتي قوة المزودين بمتوسط حسابي "2.97". والبدائل كما ظهر من الجداول السابقة هي عبارة عن المنتجات المستوردة التي تتمكن من بيع المنتج المشابه ذي الجودة والتكلفة الأقل بسعر أقل مما يؤدي الى جذب المستهلك الذي يبحث عن الأقل سعرا بشكل أكبر. وهذا يؤثر بشكل كبير على ربحية وجاذبية القطاع حيث أن أهم عاملين هما المنافسة والبدائل ولأنها مرتفعان بالتالي يصبح القطاع غير جذاب.

1.3.4 ما ابرز توجهات اصحاب الصناعات التقليدية نحو عوائق الدخول إلى السوق؟

للإجابة عن سؤال الدراسة السابق استخرجت الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية نحو اصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو عوائق الدخول إلى السوق من وجهة نظرهم مرتبة حسب الأهمية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (14).

جدول رقم (14)

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المظاهر
عالية	1.22394	4.0435	درجة التمايز بين المنتجات تشكل عائقاً أمام دخول السوق
عالية	1.44326	3.9130	المنافسة الموجودة بين المنشآت القائمة تشكل عائقاً أمام دخول السوق
عالية	1.44326	3.9130	يشكل الوضع الأمني عائقاً لدخول السوق
عالية	1.58426	3.6522	تعتبر الخبرة التي تمتلكها المنشآت القائمة عائقاً أمام دخول منافسين جدد
عالية	1.72748	3.5652	يشكل رأس المال المطلوب عائقاً أمام دخول السوق
متوسطة	1.72748	3.4348	إمكانية الوصول لقنوات التوزيع والتوريد تشكل عائقاً أمام دخول السوق
متوسطة	1.27766	2.7826	السياسيات الحكومية تشكل عائقاً أمام دخول منافسين جدد
عالية	1.48962	3.6149	الدرجة الكلية

يشير الجدول السابق ان أهم استجابات أصحاب منشآت الصناعات التقليدية نحو عوائق

الدخول إلى السوق من وجهة نظرهم مرتبة حسب الأهمية، وقد جاء في مقدمتها: درجة التمايز بين المنتجات تشكل عائقاً أمام دخول السوق بمتوسط حسابي "4.04"، والمنافسة الموجودة بين المنشآت القائمة تشكل عائقاً أمام دخول السوق بمتوسط حسابي "3.91"، ويشكل الوضع الأمني عائقاً لدخول السوق بمتوسط حسابي "3.91"، وتعتبر الخبرة التي تمتلكها المنشآت القائمة عائقاً أمام دخول منافسين جدد بمتوسط حسابي "3.65"، ويشكل رأس المال المطلوب عائقاً أمام دخول السوق

بمتوسط حسابي "3.57"، وإمكانية الوصول لقنوات التوزيع والتوريد تشكل عائقا أمام دخول السوق بمتوسط حسابي "3.43"، والسياسيات الحكومية تشكل عائقا أمام دخول منافسين جدد بمتوسط حسابي "2.78". وهذا يظهر أن عوائق الدخول الى السوق بالنسبة للمستثمر الجديد هي كبيرة وهذا يجعله يحجم عن الاستثمار في هكذا قطاع وهذا ما أظهرته الدراسة بأنه خلال الـ 5 سنوات المنصرمة لم يجذب أي استثمار جديد بل على العكس تشير البيانات الى خروج واغلاق بعض المنشآت العاملة فيه.

2.3.4 ما ابرز توجهات اصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو حدة المنافسين؟

للإجابة عن سؤال الدراسة السابق استخرجت الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية نحو اصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو حدة المنافسين من وجهة مرتبة حسب الأهمية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (15).

جدول رقم (15)

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المظاهر
عالية	1.06322	4.3043	المنافسة القائمة بين المنشآت غير سعريه وإنما تعتمد على الخبرة والمهارة في التعامل والخدمات الإضافية المقدمة
عالية	1.12640	4.2174	زيادة الإنتاج لتقليل متوسط التكاليف الثابتة يزيد من حالة المنافسة
عالية	1.35571	3.7391	المنافسة بين المنشآت تقوم على أساس سعري
عالية	1.42812	3.6957	الخدمات المتمثلة في التغليف والتعبئة تزيد من الميزة التنافسية للمنتج
متوسطة	1.10514	3.3043	التكاليف المترتبة على المنشأة في حالة خروجها من السوق تزيد من حدة المنافسة
عالية	1.215718	3.85216	الدرجة الكلية

يوضح لنا الجدول رقم (15) أهم استجابات أصحاب منشآت الصناعات التقليدية نحو حدة المنافسين من وجهة نظرهم مرتبة حسب الأهمية، وقد جاء في مقدمتها: المنافسة القائمة بين المنشآت غير سعريه وإنما تعتمد على الخبرة والمهارة في التعامل والخدمات الإضافية المقدمة بمتوسط حسابي "4.30"، وزيادة الإنتاج لتقليل متوسط التكاليف الثابتة يزيد من حالة المنافسة بمتوسط حسابي "4.22"، والمنافسة بين المنشآت تقوم على أساس سعري بمتوسط حسابي "3.74"، والخدمات المتمثلة في التغليف والتعبئة تزيد من الميزة التنافسية للمنتج بمتوسط حسابي "3.69"، والتكاليف المترتبة على المنشأة في حالة خروجها من السوق تزيد من حدة المنافسة بمتوسط حسابي "3.30". وبشكل عام كانت درجة التوجه نحو قوة البدائل من وجهة نظر أصحاب المنشآت عالية مما يعني أن المستثمر الجديد سيواجه عوائق كبيرة في حال لو قرر دخول السوق لان هذه الصناعات بحاجة الى خبرة عالية لا تأتي إلا بالممارسة ومرور الزمن، وكذلك هي قائمة على أساس سعري حيث يسعى المنتجين لزيادة الانتاج من اجل تقليل متوسط التكاليف ، أيضا فان هناك تكاليف للمغادرة (الخروج من السوق) مما يؤدي الى زيادة حدة المنافسة من أجل ضمان البقاء في السوق.

3.3.4 ما ابرز توجهات اصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو البدائل؟

للإجابة عن سؤال الدراسة السابق استخرجت الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية نحو اصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو البدائل من وجهة نظرهم مرتبة حسب الأهمية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (16).

جدول رقم (16)

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المظاهر
عالية	84582.	4.5217	تشكل المنتجات المستوردة بديلا قويا للمنتجات المنتجة محليا
عالية	1.16605	4.2174	تتوفر بدائل محلية للسلعة التي تنتجها
عالية	1.17954	4.1304	يميل الزبائن للتحويل للسلع البديلة سواء المستوردة أو المحلية
عالية	1.063803	4.289833	الدرجة الكلية

يوضح لنا الجدول رقم (16) أهم استجابات أصحاب منشآت الصناعات التقليدية نحو

البدائل من وجهة نظرهم مرتبة حسب الأهمية، وقد جاء في مقدمتها: تشكل المنتجات المستوردة بديلا قويا للمنتجات المنتجة محليا بمتوسط حسابي "4.52" وتأتي على قائمة هذه البدائل المنتجات المستوردة من الصين والتي تكون مقلدة حسب طلب المستورد، وتتوفر بدائل محلية للسلعة التي تنتجها بمتوسط حسابي "4.2"، ويميل الزبائن للتحويل للسلع البديلة سواء المستوردة أو المحلية بمتوسط حسابي "4.13". في هذا العامل كانت الدرجة الكلية لتوجه أصحاب المنشآت عالية وذلك نظرا لتوافر البدائل المستوردة بكثرة والتي يقبل عليها أفراد المجتمع أكثر وهذا العامل أيضا يجعل المستثمر الجديد يفكر مليا قبل دخول السوق حيث أنه من الصعوبة إيجاد أسواق لهذه المنتجات بالنسبة للمنتجين الموجودين بالتالي هو سوف يجد صعوبة أكبر في توفير هذه الأسواق مما يجعل القطاع غير جذاب للاستثمار.

4.3.4 ما أبرز توجهات اصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو قوة المشتريين؟

للإجابة عن سؤال الدراسة السابق استخرجت الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية نحو اصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو قوة المشتريين من وجهة نظرهم من وجهة

نظرهم مرتبة حسب الأهمية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (17).

جدول رقم (17)

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المظاهر
عالية	1.16605	3.7826	تعطي مشتريات الزبون قوة تفاوضية أعلى للمساومة على سعر المنتجات
متوسطة	1.33662	3.1739	يتحمل الزبون تكاليف إضافية في حالة انتقاله للمنتجات البديلة
متوسطة	1.251335	3.47825	الدرجة الكلية

يوضح لنا الجدول رقم (17) أهم استجابات أصحاب منشآت الصناعات التقليدية نحو قوة

المشتريين من وجهة نظرهم مرتبة حسب الأهمية، وقد جاء في مقدمتها: تعطي مشتريات الزبون قوة تفاوضية أعلى للمساومة على سعر المنتجات بمتوسط حسابي "3.78" وحتى لو كانت كمية المشتريات قليلة فإن انخفاض الطلب على هذه المنتجات بشكل عام يؤدي الى زيادة القوة التفاوضية للمشتريين ، ويتحمل الزبون تكاليف إضافية في حالة انتقاله للمنتجات البديلة بمتوسط حسابي "3.17" حيث أن المنشآت لا توفر للمستهلك قيمة إضافية كبيرة لذا فإن الانتقال لا يحمله تكاليف إضافية كبيرة.

5.3.4 ما ابرز توجهات اصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو قوة المزودين؟

للإجابة عن سؤال الدراسة السابق استخرجت الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية نحو اصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو قوة المزودين من وجهة نظرهم مرتبة

حسب الأهمية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (18).

جدول رقم (18)

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المظاهر
عالية	1.56165	3.5652	تتحمل المنشأة تكاليف عالية في حال انتقالها لمزود آخر
متوسطة	1.62003	3.4783	عدد المزودين في القطاع قليل مقارنة بعدد المنشآت
متوسطة	1.71830	2.9565	يستطيع المزودين الدخول كمنافسين في السوق
متوسطة	1.57299	2.7391	يوجد بديل للمواد الخام التي يتم التزود بها عن طريق المزود الإسرائيلي
منخفضة	1.23998	2.0870	يسيطر المزود الإسرائيلي على مصدر المواد الخام اللازمة الدرجة الكلية
متوسطة	1.54259	2.96522	

يوضح لنا الجدول رقم (18) أهم استجابات أصحاب منشآت الصناعات التقليدية نحو قوة

المزودين من وجهة نظرهم مرتبة حسب الأهمية، وقد جاء في مقدمتها: تتحمل المنشأة تكاليف عالية في حال انتقالها لمزود آخر بمتوسط حسابي "3.57"، وعدد المزودين في القطاع قليل مقارنة بعدد المنشآت بمتوسط حسابي "3.48"، ويستطيع المزودون الدخول كمنافسين في السوق بمتوسط حسابي "2.96"، ويوجد بديل للمواد الخام التي يتم التزود بها عن طريق المزود الإسرائيلي بمتوسط حسابي "2.74"، ويسيطر المزود الإسرائيلي على مصدر المواد الخام اللازمة بمتوسط حسابي "2.09".

3.4. السؤال الرابع: ما هو دور الحكومة والجهات الرسمية الراعية في دعم قطاع الصناعات

التقليدية؟

للإجابة عن سؤال الدراسة السابق استخرجت الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية لاستجابات أصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو درجة تقييم دور الجهات ذات

العلاقة بالصناعات التقليدية من وجهة نظرهم مرتبة حسب الأهمية، وذلك كما هو واضح في

الجدول رقم (19).

جدول رقم (19)

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المظاهر
متوسطة	0.85048	1.7826	غرفة تجارة وصناعة محافظة الخليل
منخفضة	0.79026	1.5217	تجمع الحرف التراثية
منخفضة	0.72777	1.4348	اتحاد الصناعات التقليدية
منخفضة	0.72777	1.4348	وزارة الصناعة
منخفضة	0.63495	1.3043	وزارة السياحة
منخفضة	0.51843	1.2174	وزارة الثقافة
منخفضة	0.88373	1.202	وزارة المالية

يوضح الجدول رقم (19) درجة تقييم دور الجهات ذات العلاقة بالصناعات التقليدية، حيث

ان تقييم دور الغرفة التجارية كان متوسط وهو اعلى الدرجات بمتوسط حسابي "1.7826" اما باقي الجهات فدرجة تقييمهم للدعم كان منخفض أي ان الدور الذي يقوموا به في دعم وحماية القطاع ضعيف، حيث انه بلغ المتوسط الحسابي لتجمع الحرف التراثية "1.5217"، واتحاد الصناعات التقليدية بمتوسط حسابي "1.4348"، ووزارة الصناعة بمتوسط حسابي "1.4348"، ووزارة السياحة بمتوسط حسابي "1.3043"، ووزارة الثقافة بمتوسط حسابي "1.2174"، ووزارة المالية بمتوسط حسابي "1.202". هذا الجدول اظهر بشكل عام أن التقييم لأغلب الجهات ذات العلاقة هو تقييم سلبي حيث أن المنتجين لا يتلقون أي نوع من الدعم المادي أو المعنوي اللازم لاستمرار وإعادة إحياء هذه الصناعة.

5.4 السؤال الخامس: ما هي وجهة نظر أصحاب منشآت الصناعات التقليدية في محافظة الخليل حول مستقبل هذه الصناعة ؟

للإجابة عن سؤال الدراسة السابق استخرجت الأعداد، والنسب المئوية لإجابات اصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو المعوقات والمشاكل والنظرة المستقبلية التي تواجه قطاع الصناعات التقليدية ، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (20).

جدول رقم (20)

رقم الفقرة	المظاهر	العدد	اعلى نسبة إجابة
2	الإجراءات الإسرائيلية في المدينة وإغلاق منطقة الحرم الإبراهيمي	9	39%
1	محاولات الطمس والتزوير التي تتعرض لها المنتجات من جهات مختلفة	7	30%
3	عدم توفر الدعم الكافي من الحكومة والجهات ذات العلاقة	6	26%
4	عدم وجود اهتمام كافي بالأماكن السياحية في محافظة الخليل وانخفاض عدد السياح	7	30%
6	عدم وجود استراتيجيات تسويقية لتسويق المنتج محليا وعالميا	7	30%
7	حجم السوق المحلي	5	22%
5	وجود الدعم المشروط من قبل الهيئات الخارجية	8	35%

يوضح الجدول السابق أبرز المعوقات والمشاكل والنظرة المستقبلية التي تواجه قطاع الصناعات التقليدية، حيث كانت أعلى المعوقات من وجهة نظر اصحاب الصناعات التقليدية هي الإجراءات الإسرائيلية في المدينة وإغلاق منطقة الحرم الإبراهيمي بنسبة (39%) حيث أن منطقة الحرم الإبراهيمي كانت مهد هذه الصناعة وازضافة الى ذلك فإن التسويق يعتمد على حجم السياحة للمدينة والتي يتمثل اغلبها في زيارة البلدة القديمة والحرم الإبراهيمي الشريف وعندما تم إغلاقه انخفض عدد السياح بشكل ملموس وبالتالي انخفض الطلب على هذه المنتجات، وجاءت في

المركز الثاني محاولات الطمس والتزوير التي تتعرض لها المنتجات من جهات مختلفة بنسبة (30%) حيث أن لهذه المنتجات أهمية تراثية فلسطينية فهي تعبر عن ثقافة وهوية الشعب الفلسطيني ونظرا لهذه الأهمية فإن هذه المنتجات تتعرض لمحاولات الطمس والتقليد التي من شأنها نزع الصبغة التراثية الفلسطينية عن هذه المنتجات كمحاولة لإثبات أن كل تراث هذا البلد هو تراث إسرائيلي وليس فلسطيني، وفي المرتبة الثالثة جاءت عدم توفر الدعم الكافي من الحكومة والجهات ذات العلاقة بنسبة (26%).

6.4 السؤال السادس: ما مدى جاذبية قطاع الصناعات التقليدية؟

للإجابة عن سؤال الدراسة السابق استخرجت الأعداد، والنسب المئوية نحو الاحتياجات والتطلعات التي تؤثر على قطاع الصناعات التقليدية من وجهة نظر أصحابها في مدينة الخليل، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (21).

جدول رقم (21)

رقم الفقرة	المظاهر	العدد	أعلى نسبة إجابة
3	ضرورة توفير الحماية للمنتجات المحلية	7	30%
4	زيادة الاهتمام من وزارة الثقافة ووزارة السياحة بهذه الصناعات	5	22%
10	الاهتمام بدور المعارض العالمية في تسويق منتجات الصناعات التقليدية	3	13%
8	القيام بأبحاث تسويقية تشمل الاسواق المحلية والخارجية	6	26%
9	التركيز على التصميم الفني والتجديد المستمر للسلع والمنتجات	4	17%
11	استخدام الانترنت كوسيلة فعالة لتسويق منتجات الصناعات التقليدية	5	22%
7	ضرورة العمل على السيطرة على قنوات التوزيع لتقليل التكلفة على الزبون	4	17%
1	عمل قاعدة بيانات للصناعات التقليدية في الخليل وان تحدث بشكل مستمر لتتناسب مع التغيرات الجارية	4	17%
6	الاهتمام بالتدريب المستمر للعاملين من اجل رفع المستوى المهني والفني لهم	5	22%

2		توافر مكاتب بريد جوي في محافظة الخليل هذا من شأنه أن يساهم في تقليل تكاليف النقل على الصانع الفلسطيني بشكل كبير
5	5	تقليل التبعية للسوق الإسرائيلي
3	3	يوضح لنا الجدول رقم (21) أبرز الاحتياجات والتطلعات التي تؤثر على قطاع الصناعات التقليدية حيث أن هذه الاحتياجات تشير بشكل مباشر أو غير مباشر الى الاحتياجات المطلوبة للتغلب على المشاكل التي تواجه القطاع، حيث جاءت ضرورة توفير الحماية للمنتجات المحلية بنسبة (30%) وذلك نظرا لمحاولات الطمس والتقليد التي تتعرض لها سواء من المنتجات البديلة أو المحاولات الإسرائيلية التي تهدد تراثنا بشكل كبير، وفي المركز الثاني جاءت زيادة الاهتمام من وزارة الثقافة ووزارة السياحة بهذه الصناعات بنسبة (22%) وهذه الاهتمام يتمثل بإعادة الاهتمام بإحياء منطقة البلدة القديمة في محافظة الخليل لارتباطها الوثيق بهذه الصناعات وأن تقوم كل جهة من الجهات ذات العلاقة بدورها على أكمل وجه لنتمكن من الحفاظ على هذه الصناعة من الزوال، وجاء في المركز الثالث الاهتمام بدور المعارض العالمية في تسويق منتجات الصناعات التقليدية بنسبة (13%) وذلك نظرا لأنه من خلال هذه المعارض يتم تسويق وبيع كمية كبيرة من هذه المنتجات حيث أن هكذا نوع من المنتجات يلقي رواجاً عالمياً، وفي المركز الرابع القيام بأبحاث تسويقية تشمل الأسواق المحلية والخارجية بنسبة (26%) من أجل التمكن من إنتاج منتجات تواكب المتطلبات السوقية وتلائم احتياجات الزبائن بالتالي يزيد الطلب عليها وتتمكن من إيجاد أسواق جديدة لها مما يساهم في إعادة إحياء هذه الصناعة.

يوضح لنا الجدول رقم (21) أبرز الاحتياجات والتطلعات التي تؤثر على قطاع الصناعات التقليدية حيث أن هذه الاحتياجات تشير بشكل مباشر أو غير مباشر الى الاحتياجات المطلوبة للتغلب على المشاكل التي تواجه القطاع، حيث جاءت ضرورة توفير الحماية للمنتجات المحلية بنسبة (30%) وذلك نظرا لمحاولات الطمس والتقليد التي تتعرض لها سواء من المنتجات البديلة أو المحاولات الإسرائيلية التي تهدد تراثنا بشكل كبير، وفي المركز الثاني جاءت زيادة الاهتمام من وزارة الثقافة ووزارة السياحة بهذه الصناعات بنسبة (22%) وهذه الاهتمام يتمثل بإعادة الاهتمام بإحياء منطقة البلدة القديمة في محافظة الخليل لارتباطها الوثيق بهذه الصناعات وأن تقوم كل جهة من الجهات ذات العلاقة بدورها على أكمل وجه لنتمكن من الحفاظ على هذه الصناعة من الزوال، وجاء في المركز الثالث الاهتمام بدور المعارض العالمية في تسويق منتجات الصناعات التقليدية بنسبة (13%) وذلك نظرا لأنه من خلال هذه المعارض يتم تسويق وبيع كمية كبيرة من هذه المنتجات حيث أن هكذا نوع من المنتجات يلقي رواجاً عالمياً، وفي المركز الرابع القيام بأبحاث تسويقية تشمل الأسواق المحلية والخارجية بنسبة (26%) من أجل التمكن من إنتاج منتجات تواكب المتطلبات السوقية وتلائم احتياجات الزبائن بالتالي يزيد الطلب عليها وتتمكن من إيجاد أسواق جديدة لها مما يساهم في إعادة إحياء هذه الصناعة.

الفصل الخامس

الاستنتاجات

التوصيات

الفصل الخامس

الاستنتاجات

التوصيات

1.5 الاستنتاجات

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل من وجهة نظر أصحابها، وبعد تحليل البيانات خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج هي:

1.1.5 واقع قطاع الصناعات التقليدية:

أظهرت النتائج أن غالبية منشآت الصناعات التقليدية في محافظة الخليل متخصصة في إنتاج الفخار حيث بلغت نسبتها (60%)، تأتي في المرتبة الثانية صناعة الخزف والسيراميك بنسبة (22%)، وفيما يتعلق بالعمر الزمني لهذه المنشآت فقد تبين أن معظم هذه المنشآت أسست قبل أكثر من 40 سنة في حين جاءت المنشآت التي تتراوح أعمارها من (5-20)، و(21-40) بنسبة (26%) لكل منها، أما خلال الـ 5 سنوات المنصرمة فلم يتم تأسيس أي منشأة جديدة في هذا المجال بل على العكس تم إغلاق ما يقارب الـ 13 منشأة. وعن الشكل القانوني لهذه المنشآت فإن أغلبها عبارة عن شراكة "مؤسسة عائلية".

واعتبرت معظم المنشآت ان سوق مناطق الـ 48 هو السوق الأهم بالنسبة لها حيث بلغت نسبة التسويق في الأراضي الفلسطينية عام 1948 نسبة (55%).

2.1.5 العوامل المؤثرة "عوامل البيئة العامة":

- تعتبر العوامل الاقتصادية أكثر عوامل البيئة العامة تأثيراً على القطاع يليها في ذلك العوامل السياسية والقانونية.
- إن أهم العوامل الاقتصادية المؤثرة في قطاع الصناعات التقليدية هي الظروف الاقتصادية الحالية المتمثلة في انخفاض الدخل وارتفاع معدلات البطالة والتي أثرت على الطلب على المنتجات المحلية بمتوسط حسابي "4.83".

• تعتبر الإجراءات الإسرائيلية أهم العوامل السياسية والقانونية التي تؤثر على نمو القطاع وتطوره بمتوسط حسابي 2.48

• أظهر أصحاب منشآت الصناعات التقليدية اتجاها متوسطا نحو أهمية إدخال التكنولوجيا في القطاع حيث أنهم اعتبروا أن القطاع بحاجة الى التكنولوجيا ولكن لا يجب احلالها بشكل كامل مكان العمل اليدوي وإلا ستفقد هذه الصناعات المكانة التي اكتسبتها نتيجة لارتباطها بالعمل اليدوي وليس الآلي .

• إن أهم العوامل الاجتماعية المؤثرة على قطاع الصناعات التقليدية كانت تفاوت الإقبال على منتجات الصناعات التقليدية باختلاف الفئة العمرية بمتوسط حسابي "4.04".

• اظهر أصحاب منشآت الصناعات التقليدية اتجاها منخفضا نحو العوامل البيئية (2.74) حيث اعتبروا أن هذه الصناعة لا تشكل أي تهديد مضر للبيئة لأن معظم المنشآت تراعي الشروط والمتطلبات البيئية ، كما لا توجد قوانين تتعلق بالآثار البيئي تحد من عمل هذه المنشآت.

3.1.5 التهديدات التي تواجه القطاع "القوى الخمس":

• تشكل البدائل المختلفة التهديد الأهم من وجهة نظر أصحاب المنشآت التقليدية وتأتي على رأسها البدائل المتمثلة في الغالب بالسلع المستوردة من الصين حيث يتم تقليد هذه المنتجات لصالح بعض المستوردين المحليين وبيعها بأسعار زهيدة.

• إن أهم استجابات أصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو عوائق الدخول إلى السوق من وجهة نظرهم كانت درجة التمايز بين المنتجات التي تشكل عائقا أمام دخول السوق بمتوسط حسابي "4.04" ويليها في المرتبة الثانية الخبرة التي يمتلكها الصانع.

• إن أهم استجابات أصحاب شركات الصناعات التقليدية نحو حدة المنافسة من وجهة نظرهم كانت المنافسة القائمة بين المنشآت غير سعريه وإنما تعتمد على الخبرة والمهارة في التعامل مع الزبائن والخدمات الإضافية المقدمة بمتوسط حسابي "4.30".

• أظهر أصحاب منشآت الصناعات التقليدية ان المشترين يتمتعون بقوة تفاوضية عالية ولكن هذه القوة لا تعود الى حجم المشتريات وإنما بسبب انخفاض الطلب على المنتجات مما يساهم في خلق تلك القوة.

• يعتبر أصحاب شركات الصناعات التقليدية ان قوة المزودين بشكل عام منخفضة. حيث ان هناك بعض الصناعات (الفخار) التي لا يتمتع المزود فيها بأي قوة نظراً لأن الصانع ليس بحاجة للمزود وذلك لسهولة الحصول على المادة الخام المتوافرة محلياً وبتكاليف زهيدة.

• نظراً للتهديدات المؤثرة على القطاع فإن القطاع غير جذاب، يتضح ذلك من خلال اغلاق العديد من المنشآت في السنوات الأخيرة وعدم دخول منشآت جديدة الى القطاع.

4.1.5 دور الجهات الراعية: (الغرفة التجارية، اتحاد الصناعات التقليدية، تجمع الحرف التراثية).

يرى أصحاب هذا المنشآت أن الجهات الراعية لقطاع الصناعات التقليدية لا تقوم بدورها على أكمل وجه حيث كان التقييم لمعظمها ضعيف باستثناء غرفة تجارة وصناعة محافظة الخليل التي حصلت على تقييم متوسط وهذا يستدعي من هذه الجهات أن تقوم بدورها المطلوب تحقيقاً للمصلحة العامة وحماية لهذه الصناعات.

5.1.5 المشاكل والمعوقات

إن أبرز المعوقات والمشاكل التي تواجه قطاع الصناعات التقليدية كانت الإجراءات الإسرائيلية في المدينة وإغلاق منطقة الحرم الإبراهيمي بنسبة (39%) التي كانت تشكل مهد هذه الصناعة، وجاءت في المركز الثاني محاولات الطمس والتزوير التي تتعرض لها المنتجات من جهات مختلفة بنسبة (30%) وذلك من أجل إخفاء الصبغة الفلسطينية عن هذه المنتجات، وفي المرتبة الثالثة جاءت عدم توفر الدعم الكافي من الحكومة والجهات ذات العلاقة بنسبة (26%) التي تقوم بدورها المطلوب على أكمل وجه.

6.1.5 الاحتياجات والتطلعات

تأتي الاحتياجات والتطلعات بمثابة انعكاسات للمعيقات والمشاكل التي يعاني منها القطاع حيث أن أبرزها كان ضرورة توفير الحماية للمنتجات المحلية بنسبة (30%) ، وفي المركز الثاني جاءت زيادة الاهتمام من وزارة الثقافة ووزارة السياحة بهذه الصناعات بنسبة (22%)، وجاء في المركز الثالث الاهتمام بدور المعارض المحلية والعالمية في تسويق منتجات الصناعات التقليدية بنسبة (13%).

2.5 التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، فإن فريق الدراسة يوصي بما يلي :

1.2.5 التوصيات الموجهة إلى المنتجين في قطاع الصناعات التقليدية:

- رسم خطة تسويقية لمنتجاتهم بالرجوع إلى خبراء ومتخصصين في التسويق، تقوم الخطة على محاور عدة من أهمها الدعاية والإعلان، وطريقة التغليف، لما في ذلك اثر في كسب المستهلكين الجدد وزيادة ولاء القدامى منهم والوصول الى اسواق جديدة .
- زيادة العمل على الابتكار بغرض تجديد طبيعة المنتجات بشكل يتوافق مع التجدد في أذواق المستهلكين وطبيعة التغير في الأنماط الإنتاجية وإدخال العنصر التكنولوجي حيث ما يلزم إلى منشآتهم.
- تبني إستراتيجية الاندماج والشراكة ببعض الصناعات ولاسيما الورش الصغيرة لما لهذا الاندماج من مزايا أهمها توسيع الحصة السوقية وبناء القدرة التنافسية للمنتجات.
- إدراك أهمية المعارض الدولية وضرورة المشاركة فيها بالرغم من العقبات التي تعترض المشاركة.
- التركيز على الاستفادة من البعد الديني والقومي للمساعدة في تسويق منتجات هذا القطاع

2.2.5 التوصيات الموجهة إلى الحكومة:

- توفير الحماية للمنتجات المحلية عن طريق فرض رسوم جمركية على السلع المستوردة التي لها بديل محلي وتخفيض قيمة الضرائب على المنتجات المحلية أو إعفائها منها وتقديم كافة التسهيلات التي من شأنها تعزيز قدرتها التنافسية في السوق المحلي، والتشجيع على زيادة الاستثمار في هذا القطاع.

- تقديم الدعم لقطاع الصناعات التقليدية في عدة مجالات تخدم استراتيجية التنمية الاقتصادية المحددة ، لما لهذا القطاع من مساهمة في خلق فرص عمل جديدة واعتمادية على المواد الخام والسلع الوسيطة المنتجة محليا.
- تسهيل إجراءات المشاركة في المعارض المحلية والعالمية في سبيل ذلك.
- العمل على تطوير وتنمية الأماكن السياحية في محافظة الخليل لما في ذلك من اثر على ترويج منتجات القطاع.

3.2.5 توصيات موجهة للهيئات غير الحكومية (الغرفة التجارية ، اتحاد الصناعات التقليدية):

- المساعدة على إبراز أهمية هذه الصناعات وذلك من خلال عقد مؤتمرات وندوات توعية وورش عمل لزيادة الإقبال على هذه المنتجات.
- إتباع منهجية أكثر فاعلية فيما يخص الترويج التجاري كالمعارض الداخلية والخارجية وإطلاق موقع على الانترنت يُعنى بشؤون هذه الصناعات من إعلان ودعاية وترويج واقتراحات وتسويق وغيرها من الأنشطة الأخرى ذات الصلة.
- زيادة دور الجهات غير الرسمية في توفير الدعم المادي والمعنوي للمنتجين وذلك للحفاظ علي هذا القطاع.
- العمل على توفير دورات تدريبية للعاملين في هذا القطاع بهدف زيادة الخبرات والمهارات لديهم وتحفيزهم.

4.2.5 العمل على تعزيز الشراكة بين القطاعات المختلفة (الحكومي ، الجامعات ، القطاع

الخاص) من أجل رفع كفاءة قطاع الصناعات التقليدية في الجوانب المختلفة.

5.2.5 يوصي فريق البحث الطلبة الخريجين والباحثين المهتمين بضرورة إجراء أبحاث مكمله لهذا

البحث مع ضرورة التركيز على الأبحاث التسويقية لمنتجات الصناعات التقليدية.

المراجع والمصادر

المراجع العربية

1. باسم مكحول، فادي قطان (2006) قطاع الصناعات الحرفية في الاراضي الفلسطينية الواقع والآفاق، معهد السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)، رام الله، فلسطين.
2. البزري، سلمى (2006) الصناعات التقليدية في فلسطين الواقع والآفاق، فلسطين.
3. الجلاصي، رجاء (2009) خطة اعلامية لمزيد النهوض بالصناعات التقليدية والتعريف بالمنتوج، تونس.
4. جمعية مخيم قلنديا التعاونية النسوية (2000) دراسة سوق المطرقات التقليدية الفلسطينية والحوادل في فلسطين، القدس، فلسطين.
5. حزيون ، سمير (1987) صناعة الصدف في الاراضي المحتلة، مركز الوثائق والابحاث.
6. الداعور، بدر (2011) "الصناعات التراثية في الخليل تصارع من اجل البقاء"، جريدة القدس، فلسطين، 19 يناير.
7. شارلزهل وجاريت جونز، (2006)، "الإدارة الاستراتيجية مدخل متكامل"، ط4، دار المريخ للنشر والتوزيع، الرياض، المملكة العربية السعودية.
8. غرفة صناعة وتجارة محافظة بيت لحم(2004) دراسة خاصة الصناعات الحرفية في بيت لحم-خشب الزيتون والصدف، بيت لحم، فلسطين.
9. الفزاني، نصر الدين (2009) "الندوة الثالثة للصناعات التقليدية المشتركة الليبية والتونسية" ورقة علمية مقدمة لمؤتمر تنمية ترويج منتجات الصناعات التقليدية، 13 مايو، ليبيا.
10. فيصل الشناق، وعصام ظاظا، شعبان عبد الفتاح، المنسوجات، المطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2004.

11. فيصل الشناق، عصام ظاظا، شعبان عبد الفتاح، النسيج اليدوي، المطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2004.
12. قفة ومقداد، (2007) آفاق نمو القطاعات الصناعات الغذائية في فلسطين، غزة، فلسطين.
13. مصطفى، لؤي (2005) القدرة التنافسية للصناعات الغذائية الفلسطينية وآفاق تطورها، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.
14. مكحول، باسم (2006) الصناعات الحرفية في أريحا، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس)، رام الله
15. معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس) (2006) قطاع الصناعات الحرفية غير المنظم في الأراضي الفلسطينية الواقع والآفاق، رام الله، فلسطين.
16. معيوف، محمد (2009) أهمية دور الحكومي في زيادة القدرة التنافسية للصناعات التقليدية، طرابلس
17. المغربي وآخرون، (2006) التخطيط الاستراتيجي بقياس الاداء المتوازن، ط1، المكتبة العصرية، المنصورة.

المراجع الأجنبية

1. Thompson, john(1993), strategic management " awareness and change"3rded, university of huddersfield.
2. porter ,Michael (2008), "competitive strategy", The Institute for Strategy and Competitiveness, first free press edition, new york, American.
3. Khoury, fayrouz (2008), "handicraft industries in Bethlehem district", Bethlehem, Palestine.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



جمهوری اسلامی ایران

سازمان اسناد و کتابخانه ملی

الملاحق

کتابخانه اسناد و نگارخانه

شماره ثبت: ۱۳۸۴

فهرست اسناد کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

شماره سند: ۱۳۸۴

این فهرست اسناد به منظور اطلاع رسانی به عموم و تسهیل در دسترسی به اسناد کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران تهیه شده است. اسناد مذکور در این فهرست به صورت مجزا و به تفکیک از سایر اسناد موجود در کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران فهرست شده است.

این فهرست اسناد به منظور اطلاع رسانی به عموم و تسهیل در دسترسی به اسناد کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران تهیه شده است. اسناد مذکور در این فهرست به صورت مجزا و به تفکیک از سایر اسناد موجود در کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران فهرست شده است.

تألیف: دکتر حسن خدایی

تاریخ: ۱۳۸۴

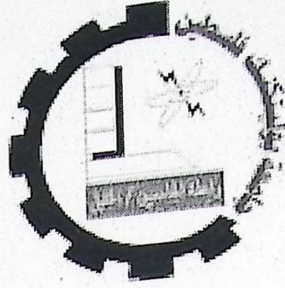
مکان: تهران

نوع سند: کتاب

موضوع: تاریخ

پخش: ۱۳۸۴

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ



جامعة بوليتكنك فلسطين

غرفة تجارة و صناعة محافظة الخليل

كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات

****استبانة****

قطاع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل واقع وتطلعات

السادة مدراء ومسؤولي منشآت الصناعات التقليدية الكرام .

تحية وبعد ،

يقوم فريق البحث بإجراء دراسة تهدف إلى تحليل قطاع الصناعات التقليدية في محافظة الخليل للتعرف على واقع هذا القطاع وتحديد أهم التحديات التي تواجه المنشآت العاملة في هذا القطاع بالإضافة لتحديد العوامل البيئية المحيطة والقوى المؤثرة بهذا القطاع .

الرجاء تعبئة هذه الاستبانة بدقة مع العلم أن البيانات الواردة فيها هي لأغراض البحث العلمي ولن يتم نشرها أو إعلانها لغير هذا الغرض.

شاكرين لكم حسن تعاونكم

فريق البحث

ثروت صرصور

رويدة جولاني

مفيدة شرباتي

إشراف: أ.أكرم حشيش

القسم الأول: معلومات عامة
يرجى الاجابة عن ما يلي بوضع اشارة (x)

✓ مجال عمل المنشأة حسب المنتج الأساسي (يمكن وضع أكثر من خيار)

الخزف والسيراميك
التطريز
غير ذلك....، حدد
الزجاج
الفخار

✓ العمر الزمني للمنشأة: ...

أقل من 5 سنوات
من 5-20 سنة
من 21-40 سنة
40 سنة فما فوق

✓ الشكل القانوني للمنشأة: ...

مؤسسة فردية
شراكة "مؤسسة عائلية"
شركة عادية
شركة مساهمة خاصة

✓ سنوات الخبرة لصاحب المنشأة.....

أقل من 5 سنوات
من 5-10 سنوات
من 11-16 سنة
من 16-21 سنة

من 11-16 سنة
أكثر من 21 سنة

✓ المؤهل العلمي لمعبي الاستبانة:

ثانوية عامة فما دون
شهادة جامعية

دراسات عليا

✓ عدد العمال: ...

أقل من 5 عمال
من 5-10 عمال
من 11-20 عامل
من 21-30 عامل

أكثر من 31 عامل

✓ حدد نسبة تسويق منتجات المنشأة في المناطق التالية:

.....% الاسواق الخارجية

.....% مناطق ال48

.....% فلسطين

القسم الثاني : أثر عوامل البيئة العامة على منشآت الصناعات التقليدية

العوامل السياسية والقانونية				
أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
العوامل الاقتصادية				
أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
العوامل التكنولوجية				
أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
العوامل الاجتماعية				
أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة

					2. تشكل المنتجات المستوردة بديلا قويا للمنتجات المنتجة محليا
					3. يميل الزبائن للتحويل للسلع البديلة سواء المستوردة أو المحلية
					4. قوة المشترين
			أوافق بشدة	أوافق	1. يتحمل الزبون تكاليف إضافية في حالة انتقاله للمنتجات البديلة.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	2. تعطي مشتريات الزبون قوة تفاوضية أعلى للمساومة على سعر المنتجات
					5. قوة المزودين
			أوافق بشدة	أوافق	1. عدد المزودين في القطاع قليل مقارنة بعدد المنشآت
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	2. تتحمل المنشأة تكاليف عالية في حال انتقالها لمزود آخر
					3. يستطيع المزودين الدخول كمنافسين في السوق
					4. يسيطر المزود الإسرائيلي على مصدر المواد الخام اللازمة
					5. يوجد بديل للمواد الخام التي يتم التزود بها عن طريق المزود الإسرائيلي

القسم الرابع: تقييم دور الجهات ذات العلاقة بالصناعات التقليدية

الجهة	التقييم	كبير	متوسط	محدود
السلطة الوطنية الفلسطينية متمثلة ب:				
1. وزارة الثقافة				
2. وزارة السياحة				
3. وزارة المالية				
4. وزارة الصناعة				
اتحاد الصناعات التقليدية				
تجمع الحرف التراثية				
غرفة تجارة وصناعة محافظة الخليل				

القسم الخامس:

• المعوقات والمشاكل والنظرة المستقبلية:

يرجى ترتيب المعوقات التالية من (1-7) التي تؤثر على قطاعكم حسب الأهمية والخطورة بحيث يعطى للعامل الأهم رقم 1 والأقل أهمية 7 وما بينهما متوسط الأهمية

- محاولات الطمس والتزوير التي تتعرض لها المنتجات من جهات مختلفة
- الإجراءات الإسرائيلية في المدينة وإغلاق منطقة الحرم الإبراهيمي
- عدم توفر الدعم الكافي من الحكومة والجهات ذات العلاقة
- عدم وجود اهتمام كافي بالأماكن السياحية في محافظة الخليل وانخفاض عدد السياح
- وجود الدعم المشروط من قبل الهيئات الخارجية
- عدم وجود استراتيجيات تسويقية لتسويق المنتج محليا وعالميا
- حجم السوق المحلي

• الاحتياجات والتطلعات:

يرجى ترتيب التطلعات التالية من (1-11) التي تؤثر على قطاعكم حسب الأهمية والخطورة بحيث يعطى للعامل الأهم رقم 1 والأقل أهمية 11 وما بينهما متوسط الأهمية .

- عمل قاعدة بيانات للصناعات التقليدية في الخليل وان تحدث بشكل مستمر لتتناسب مع التغيرات الجارية
- توافر مكاتب بريد جوي في محافظة الخليل هذا من شأنه أن يساهم في تقليل تكاليف النقل على الصانع الفلسطيني بشكل كبير
- ضرورة توفير الحماية للمنتجات المحلية
- زيادة الاهتمام من وزارة الثقافة ووزارة السياحة بهذه الصناعات
- تقليل التبعية للسوق الإسرائيلي
- الاهتمام بالتدريب المستمر للعاملين من اجل رفع المستوى المهني والفني لهم
- ضرورة العمل على السيطرة على قنوات التوزيع لتقليل التكلفة على الزبون
- القيام بأبحاث تسويقية تشمل الاسواق المحلية والخارجية.

- التركيز على التصميم الفني والتجديد المستمر للسلع والمنتجات
- الاهتمام بدور المعارض العالمية في تسويق منتجات الصناعات التقليدية
- استخدام الانترنت كوسيلة فعالة لتسويق منتجات الصناعات التقليدية

✓ أي أمور أخرى وتود ذكرها.....

.....

.....

.....

شكرا لحسن تعاونكم

Traditional industrial sector in the governorate of Hebron:

Reality and Aspirations

Abstract

Focus of this study to diagnose the reality of traditional industrial sector and future aspirations, constraints and problems facing the sector and the factors influencing, using Porter's model and pestel, where adopted the research team on the descriptive analytical method to obtain information about the reality of traditional industrial sector in the city of Hebron, was the use of tools to study the two-resolution are essential. Have been constructed questionnaire to identify the traditional industries in the city of Hebron and the reality and the challenges from the viewpoint of the owners of facilities of traditional industries, and interviews were personal tool for the acquisition of information and draw a picture about the reality of the sector, have been distributed questionnaire on the study population as a whole has been their analysis and treated statistically.

Been reached on a set of conclusions after analyzing the data that the most important traditional industries sector is attractive for investment and after the use of five porter force has been shown in the results of the study.

The study comes out with a set of recommendations was the most important recommendation of the research team of producers to reduce reliance on the administration of family facilities and work on research and development and renewal, the continuing of their products to cope with technology, so as to attract as many customers as possible, and the recommendation of the research team, the Monetary Authority and the official authorities in working to provide material and moral support for the owners of traditional industries in addition to holding seminars to educate to increase the demand for these facilities and also work on the organization of workshops in partnership with workers in the sector in order to promote the sector and its development, and the recommendation of the research team, the official authorities attention more to the tourism sector because of its positive effects on the economy of the country's public sector and private