المشاكل التي تواجه صناعة الأحذية في مدينة الخليل

فريق البحث

رنا محمد ربحي زيتون

نورا محمد أبو ريان

إشراف

أ. محمد حسونة

جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية العلوم الإدارية والمعلوماتية

بوليتكنك فلسطين
Palestine Polytechnic Institute (PPI)
المكتبة
THE LIBRARY
Acc. ٦١٧٣ الرقم المتسلسل
CLASSIFCATION ..... رقم التصنيف

حزيران 2000

المشاكل التي تواجه صناعة الأحذية في مدينة الخليل

فريق البحث

رنا محمد ربحي زيتون

نورا محمد أبو ريان

إشراف

أ. محمد حسونة

هذا البحث مقدم إلى كلية العلوم الإدارية والمعلوماتية في جامعة بوليتكنك فلسطين، كأحد متطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في العلوم الإدارية/تخصص نظم المعلومات.

جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية العلوم الإدارية والمعلوماتية

حزيران 2000

إهداء

إلى نبع الحنان والصدر الدافئ أمي

إلى رمز العطاء إلى الزند الأسمر أبي

إلى أخواتي العزيزات واخوتي الأعزاء في الوطن وبلاد المهجر

إلى من احترق في الأفق مصافحا ومعانقا عنان السماء ليضيء المكان

أساتذتي الأعزاء في جامعتي الرائدة وكليتي الحبيبة

إلى كل من عشق تراب فلسطين

اهدي هذه الثمرة التي طابت بعد طول سهر وعناء وجد وجهد متواصل لم يعرف الكلل والملل.

شكر وتقدير

لا يسعنا ونحن نقدم مشروع تخرجنا هذا الذي سيؤهلنا لنيل الدرجة الأولى (البكالوريوس) إلا أن نحني هاماتنا ونطأطأ رؤوسنا إجلالا وإكبارا لمعلمينا الأفاضل الذين لم يبخلوا علينا يوما بأي باقة من بساتين علمهم الواسع وعطائهم المتجدد فاشربونا العلم وزودونا بزاد المعرفة فكانوا لنا النور الذي بدد حلكة الظلام وهتك ستر الجهل، واخص بالشكر والتقدير والاحتـــرام عميد كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات الأستاذ *غسان شاهين* كما أننا لن ننسى أستاذنا الفاضل *محمد حسونة* الذي ما توانى يوما في إرشادنا وتقديم المشورة والعون لنا.

كما نتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى كل من كان سندا وعونا لنا من اجل إتمام هذا المشروع المتواضع واخراجه إلى حيز النور.

فريق البحث

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
الإهداء	III
الشكر والتقدير	IV
قائمة المحتويات	V
قائمة الجداول	VIII
قائمة الأشكال	X
قائمة المختصرات	XI
قائمة المصطلحات	XII
الفصل الأول/ المقدمة	**1**
1-1) تمهيد	3
1-2) أسباب اختيار موضوع البحث	5
1-3) مشكلة البحث	5
1-4) الهدف من إجراء البحث	5
1-5) أهمية البحث	6
1-6) فرضيات البحث	7
1-7) أبعاد البحث ومحدداته	7
1-8) الهيكل التنظيمي لمحتويات البحث	8
الفصل الثاني/ الوضع الحالي لقطاع صناعة الأحذية	**10**
2-1) نبذة تاريخية عن صناعة الأحذية	12

2-2) نشأة صناعة الأحذية في مدينة الخليل وأسباب تطورها 14

1-2-2) نشأة صناعة الأحذية في مدينة الخليل 14

2-2-2) أسباب تطور صناعة الأحذية في مدينة الخليل 15

3-2) واقع صناعة الأحذية في مدينة الخليل 16

1-3-2) أعداد مشاريع صناعة الأحذية في مدينة الخليل 16

2-3-2) المواد الخام 17

3-3-2) الانتاج 18

4-3-2) الموارد البشرية العاملة في صناعة الأحذية 20

5-3-2) الآلات والمعدات المستخدمة في صناعة الأحذية 22

6-3-2) تسويق الانتاج 22

6-3-2) المنافسة 23

4-2) استعراض للدراسات السابقة 24

الفصل الثالث/ منهجية البحث وتفريغ وتحليل النتائج 26

3-1) منهجية وطرق البحث 28

1-1-3) منهجية البحث 28

2-1-3) مجتمع البحث 29

3-1-3) عينة البحث 29

4-1-3) أدوات البحث 30

3-2) تفريغ النتائج وتحليلها 31

1-2-3) العينة التمثيلية لمصانع الأحذية في مدينة الخليل 31

2-2-3) الموارد البشرية العاملة في صناعة الأحذية 34

3-2-3) الآلات 38

4-2-3) المواد الخام والإنتاج 41

5-2-3) التسويق 49

6-2-3) المنافسة 54

7-2-3) البنية التحتية 58

الفصل الرابع/ دور نظم المعلومات 60

4-1 مقدمة عن نظم المعلومات 62

4-1-1 تعريف نظم المعلومات 62

4-1-2 أسباب الحاجة إلى تطوير نظم المعلومات 64

4-2 المشاكل التي تواجه قطاع صناعة الأحذية ودور نظم المعلومات في حلها 67

4-2-1 المشاكل التي تواجه صناعة الأحذية 67

4-2-2 دور نظم المعلومات في حلها 67

4-2-3 أنواع نظم المعلومات التي يمكن استخدامها في صناعة الأحذية 71

الفصل الخامس/ الاستنتاجات والتوصيات 75

1) الاستنتاجات 77

2) التوصيات 79

المراجع والملاحق 81

المراجع والمصادر 82

الملاحق 84

قائمة الجداول

رقم الجدول	اسم الجدول	الصفحة
(1-1)	أسماء مصانع العينة واصحابها وتاريخ إنشائها وعناوينها	31
(2-1)	توزيع أصحاب مصانع العينة حسب العمر	32
(3-1)	توزيع أصحاب مصانع العينة حسب المؤهل العلمي	32
(4-1)	توزيع مصانع العينة حسب تاريخ الإنشاء	33
(5-1)	توزيع مصانع العينة حسب نوع الملكية	33
(1-2)	تصنيف وتوزيع العاملين	34
(2-2)	توزيع العمال والإداريين والفنيين لمصانع العينة حسب المؤهلات	35
(3-2)	طرق تدريب العاملين	36
(4-2)	أعمار العاملين في مصانع العينة التمثيلية	36
(5-2)	المشاكل العمالية	37
(1-3)	ضرورة متابعة التطور التكنولوجي	38
(2-3)	وجود صعوبات في متابعة التطور التكنولوجي	39
(3-3)	صعوبات في معاملات الاستيراد	39
(4-3)	مصدر شراء المعدات والآلات	40
(5-3)	صعوبات في صيانة الآلات	40
(1-4)	نسبة ومصدر الحصول على المواد الخام لمصانع العينة	41
(2-4)	صعوبة الحصول على المواد الخام	42
(3-4)	كفاية المواد الخام المحلية	42

(4-4) جودة المواد الخام المحلية 43

(4-5) تأثير المواد الخام المحلية على الانتاج 43

(4-6) كمية الانتاج الحالي 44

(4-7) كمية الانتاج لهذا العام مقارنة مع السنوات السابقة 44

(4-8) توقع الاتجاه العام للطلب على الانتاج في السنوات القادمة 45

(4-9) العمل على تطوير الانتاج 46

(4-10) تقسيم تكلفة الانتاج على العمليات 47

(4-11) معدل نسب التالف/ شهر 48

(5-1) نسبة ومكان التسويق 49

(5-2) وجود صعوبات في البيع والتسويق 50

(5-3) نطاق الصعوبة في التسويق 50

(5-4) أسباب صعوبات التسويق المحلي 51

(5-5) أسباب صعوبات التسويق الخارجي 52

(5-6) أساليب حل مشكلة التسويق كما يراها أصحاب مصانع العينة 52

(5-7) وسائل الترويج 53

(6-1) مصادر المنافسة 54

(6-2) منافسة منتجات مصانع العينة للمنتجات المحلية والإسرائيلية والاجنبية 55

(6-3) اعتمادية المنافسة 56

(6-4) زيادة القدرة التنافسية 56

(7-1) البنية التحتية 58

قائمة الأشكال

الشكل	الصفحة
(4-1) نظم المعلومات الإدارية	62
(4-2) نظم المعلومات وعلاقتها ببيئة العمل	63

قائمة المختصرات

IS :Information System.

CS :Communication System.

MIS : Management Information System.

DSS : Decision Support System.

ES : Expert System.

IC : Inrformation Center.

قائمة المصطلحات

الأسلوب الوصفي : الطريقة التي تقوم على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ، ووصفها وصفا كاملا.

الاقتصاد الطبيعي : الانتاج القائم على سد حاجات الاستهلاك المحلي-حسب طلب المستهلك-.

الانتاج الحرفي : الانتاج الذي يعتمد على المهارة الفنية للحرفي الذي يقوم بإنتاج السلعة من البداية وحتى النهاية مستخدما الأدوات الحرفية البسيطة.

بروتوكول باريس : الاتفاقية الفلسطينية الإسرائيلية المحددة لطبيعة العلاقة الاقتصادية بين الجانبين.

البيانات : الأعداد والرموز والكلمات والأحرف التي تمثل حقائق أو مفاهيم لا تشكل معنى بحد ذاتها إلا إذا تمت معالجتها.

تكنولوجيا المعلومات : تكنولوجيا الحواسيب وتكنولوجيا الاتصالات وما تتضمنه من تجهيزات وبرمجيات.

التسويق : مجموعة القوى والشروط التي في ضوئها يتخذ المشترون والبائعون قرارات ينتج عنها انتقال السلع والخدمات.

التهديدات : مشاكل أو أضرار محتملة للشركة، قد تنشأ عن تغييرات في الظروف البيئية، ينبغي على الشركة تفاديها أو التعامل معها.

الحماية الجمركية : نسبة مالية تفرضها الدولة على الواردات من البضائع الأجنبية وذلك لحماية المنتجات المصنعة محليا.

الدعاية والإعلان : الوسيلة غير الشخصية والمجانية لترويج السلع والخدمات.

الضريبة المضافة (١٧%) : اقتطاع نقدي جبري يتحمله المكلف ويقوم بدفعه بلا مقابل، مساهمة منه في الأعباء العامة للدولة.

الطاقة الإنتاجية : أقصى كمية من المنتجات التي يمكن إنتاجها خلال زمن معين بأجـــهزة ومعـــدات وآلات وضمن نظام وظروف عمل محددة.

الفرص : أوضاع ومجالات أفضل ممكن للشركة من خلالها تحقيق ميزة نسبية عن منافسيها.

مستوى التأهيل : المستوى الذي من خلاله يتم التعرف على قدرات العاملين وإمكانياتهم الإنتاجية.

المعلومات : البيانات التي تمت معالجتها لصيغة ذات معنى بالنسبة للمستخدم.

المواد الخام : تلك المواد التي تحملت أثر العمل الإنساني ولكنها معدة لمعالجة مقبلة.

نظام : مجموعة مرتبة من العناصر المرتبطة لأداء وظيفة معينة.

الفصل الأول

المقدمة

محتويات الفصل

الموضوع	الصفحة
1-1 تمهيد	3
1-2 أسباب اختيار موضوع البحث	5
1-3 مشكلة البحث	5
1-4 الهدف من إجراء البحث	5
1-5 أهمية البحث	6
1-6 فرضيات البحث	7
1-7 أبعاد البحث ومحدداته	7
1-8 الهيكل التنظيمي لمحتويات البحث	8

المشاكل التي تواجه صناعة الأحذية في مدينة الخليل

الفصل الأول

المقدمة

1-1 تمهيد

لقد أدى **الاحتلال الإسرائيلي** للمناطق منذ عام 1967 إلى إحداث تغييرات هيكلية في البنية الاقتصادية للمناطق المحتلة، فعمدت إسرائيل منذ ذلك العام إلى إضعاف البنية الاقتصادية للأراضي الفلسطينية ووضعت العديد من العراقيل والإجراءات أمام إمكانية حدوث تنمية اقتصادية حقيقية في تلك المناطق،وكان كل ذلك من أجل تحقيق الهدفين التاليين:

1. الإبقاء على المناطق المحتلة مصدرا للأيدي العاملة الرخيصة للعمل في الاقتصاد الإسرائيلي.
2. الإبقاء على المناطق المحتلة سوقا استهلاكيا للمنتجات الإسرائيلية.

لقد نجحت إسرائيل في تحقيق هذه الأهداف خلال فترة الاحتلال فمن ضمن أبرز مظاهر اقتصاديات المناطق المحتلة في ظل الاحتلال عجز الاقتصاد المحلي عن استيعاب القوة العاملة محليا مما أدى إلى الهجرة إلى الخارج والعمل في إسرائيل.[1]

أما بعد **مجيء السلطة الوطنية الفلسطينية** وبعد توقيع اتفاقية أوسلو ساد جو من التفاؤل بين أوساط القطاعات الاقتصادية الفلسطينية حول إمكانيات الاستثمار والازدهار الاقتصادي وعودة رجال الأعمال الفلسطينيين من الخارج ووعود الدول المانحة في دعم الاقتصاد الفلسطيني،إلا أن هذا لم يتم بل على العكس تعرض الاقتصاد الفلسطيني لإجراءات قاسية خلال الفترة الماضية وتكون عند رجال الأعمال ما يسمى بعدم وضوح الرؤية السياسية للبدء بمشاريعهم الصناعية.[2]

---

[1] كمال حسونة. "اسس التنمية الاقتصادية". الاقتصاد . (ع 2، أيلول 1992)، ص9،10.

[2] ماهر الهيموني. "الوضع الاقتصادي في مدينة الخليل". الاقتصاد. (ع4 ، أيلول 1997) ص5.

يتكون **الاقتصاد الفلسطيني** من أربعة قطاعات رئيسية تساهم مساهمة فعالة في زيادة الناتج المحلي والدخل القومي ومن توليد لفرص العمل والحد من البطالة وهي: **قطاع الزراعة** الذي أسهم عام 1997 بنحو 6,4 % من الناتج المحلي الإجمالي[3]، **وقطاع التجارة** وبالذات التجارة الخارجية، **وقطاع الخدمات** الذي يستأثر الجزء الأكبر من التكوين الرأسمالي الثابت حيث بلغت نسبة مساهمته في عام 1997 67,1% ، [4] ***والقطاع الصناعي*** الذي يعتبر عنصرا هاما من عناصر التطور في أي دولة من الدول لما يضيفه هذا القطاع من مزايا وخصائص منها:

1. أن نمو هذا القطاع وازدهاره يؤدي بدوره إلى مساهمة القطاعات الأخرى التي تشارك في تكوين الناتج المحلي للاقتصاد مثل الكهرباء والمياه والنقل والمواصلات والإنشاءات والخدمات المالية المتعددة.
2. استغلال الموارد البشرية العاطلة ورفع مستوى المعيشة وبالتالي تخفيض نسبة البطالة.
3. تحدث الصناعة آثارا اقتصادية إيجابية تتمثل في دعم الاتجاه التقني، وإيجاد أسواق جديدة،والعمل على تنويع الإنتاج، وبالتالي تنويع الصادرات وزيادتها، وتوفير حصيلة من العملات الأجنبية، وتخفيض العجز في ميزان المدفوعات وتقليل الواردات وتلبية متطلبات السوق المحلي.[5] وقد كان قطاع الصناعة يشكل ما نسبته 17,6% من الناتج المحلي الإجمالي في عام 1997.[6]

تعتبر صناعة الأحذية من الصناعات التحويلية الهامة والمتطورة في الصناعة الفلسطينية وهي إحدى أهم الفروع للصناعات الجلدية التي تطورت واشتهرت في مدينة الخليل بشكل خاص وفي فلسطين بشكل عام، إذ تشكل نسبة لا بأس بها من إجمالي القيمة المضافة والتي بلغت 21,7%

---

[3] معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني- ماس.(ع 5، حزيران1999 م).

[4] المصدر السابق.

[5] نبيل كوكالي . مشكلات الصناعة في محافظة الخليل. الخليل: مركز البحث العلمي جامعة الخليل . 1987م. ص16.

[6] معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني- ماس، ع 5، حزيران1999 م.

في عام 1997.[7] إلا أن هذه الصناعة وبعد عام 1998 بدأت تواجه صعوبات ومشاكل عديدة متمثلة بعمليات الاستيراد من الخارج ومشاكل أخرى سيتم بحثها وتحليلها ومحاولة الخروج بتوصيات وحلول لها خلال هذا البحث.

1-2 أسباب اختيار موضوع البحث

لقد تم اختيار فريق البحث لموضوع الدراسة نظرا للدور الملحوظ الذي لعبه قطاع صناعة الأحذية والذي يمكن أن يلعبه حاليا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث أن مشاريع صناعة الأحذية تساهم في تشغيل أيدي عاملة كبيرة وهذا بدوره يؤدي إلى التخفيف من ظاهرة البطالة وبالتالي الفقر.

كذلك كان لاهتمام فريق البحث الشخصي في التعرف على المشاكل التي يعاني منها هذا القطاع أثرا كبيرا في اختيار هذا الموضوع.

1- 3 مشكلة البحث

تتركز مشكلة البحث في محاولة التعرف على المشاكل التي يعاني منها قطاع صناعة الأحذية في مدينة الخليل للحد من الأسباب التي قد تؤدي إلى فشل بعض مشاريع صناعة الأحذية أو عدم تطورها وتنميتها مستقبلا.

1- 4 الهدف من إجراء البحث

تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف عن كثب على التحديات والصعوبات التي تواجه قطاع صناعة الأحذية، وإلقاء الضوء على الوسائل الممكنة التي يمكن من خلالها مساعدة القائمين على

---

[7] معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني-ماس، ع5، حزيران 1999 م.

مشاريع صناعة الأحذية في التغلب على المشاكل التي تواجه تلك المشاريع أو المساهمة في التقليل من تلك المشاكل.

1-5 أهمية البحث

تأتي أهمية هذه الدراسة في كونها توضح المشاكل التي تعاني منها مشاريع صناعة الأحذية في مدينة الخليل، ومبينة أثر نظم المعلومات في إمكانية الحد من تلك المشاكل ومن ثم تطوير تلك المشاريع وزيادة كفاءتها، حيث تزود هذه الدراسة القائمين على مشاريع صناعة الأحذية الراغبين في تطوير مشاريعهم وتجنب المشاكل التي قد تعاني منها مشاريعهم بخطوط عامة نحو إدارة سليمة وتنظيم سليم لهذه المشاريع، وكذلك فإن أهمية هذه الدراسة تمتد لتشمل الأمور التالية :

1. زيادة الثروة العلمية لدى فريق البحث.
2. مساعدة فريق البحث في إكمال المتطلبات الإجبارية للحصول على درجة البكالوريوس في نظم المعلومات.
3. زيادة الثروة المكتبية في جامعة بوليتكنك فلسطين، وخاصة لطلبة نظم المعلومات وطلبة إدارة الأعمال المعاصرة.

1-6 فرضيات البحث

لقد طرح فريق البحث الفرضيات التالية من أجل التوصل من خلال البحث إلى قبول أو رفض هذه الفرضيات وهي:

1. يوجد علاقة بين الوضع المتدهور الذي تعيشه مصانع الأحذية في مدينة الخليل وبين توقيع السلطة الفلسطينية لبروتوكول باريس الاقتصادي.

2. لا يوجد علاقة بين الأوضاع الاقتصادية السيئة التي تسود مصانع الأحذية في مدينة الخليل وبين توفر وكفاية الموارد البشرية.
3. لا يوجد علاقة بين المشكلات التي تواجه قطاع صناعة الأحذية في مدينة الخليل وبين عدم استخدام الآلات الحديثة في التصنيع.
4. لا يوجد علاقة بين الأوضاع الصعبة التي تعاني منها صناعة الأحذية وبين عدم متابعة التطور التكنولوجي و استخدام الكمبيوتر في التصنيع.
5. لا يوجد علاقة بين الأوضاع السيئة التي تعاني منها صناعة الأحذية وبين المنافسة الشديدة للصناعات المماثلة الأجنبية المستوردة وخاصة من جنوب شرق آسيا .
6. لا يوجد علاقة بين المشكلات التي تعاني منها صناعة الأحذية وبين التوجه لتسويق المنتجات بالطرق الإعلانية والدعائية المختلفة.
7. لا يوجد علاقة بين الأوضاع السيئة التي تواجه صناعة الأحذية وبين صعوبة الحصول على المواد الخام.
8. لا يوجد علاقة بين الأوضاع الصناعية الصعبة لهذه الصناعة وبين صعوبة التصدير للخارج.
9. لا يوجد علاقة بين الأوضاع السيئة التي تعيشها صناعة الأحذية وبين عدم توفر بعض خدمات البنية التحتية في مدينة الخليل.

1-7 *أبعاد البحث ومحدداته*

تقتصر هذه الدراسة على مصانع الأحذية في مدينة الخليل والبالغ عددها حوالي 62 مصنعا .

لقد واجه فريق البحث عددا من المشاكل والمحددات خلال الدراسة تتمثل في :

1. عدم كفاية الوقت .

2. عدم وعي البعض من أصحاب المصانع والمعنيين بهذا الخصوص بأهمية الدراســـة، وبالتـــالي عدم تعاونهم مع فريق البحث وخاصة عند تعبئة استبانه البحث.
3. عدم توفر المصادر الموثقة والرسمية الكافية والمتعلقة بهذا الموضوع .
4. قلة أو ندرة الدراسات السابقة التي عملت في هذا المجال.

1-8 الهيكل التنظيمي لمحتويات البحث

بالإضافة إلى هذا الفصل التمهيدي، يتكون البحث من أربعة فصول وهي:

الفصل الثاني – الوضع الحالي لقطاع صناعة الأحذية

ويتناول هذا الفصل :

أولا : نبذة تاريخية عن صناعة الأحذية والتدرج التاريخي لهذه الصناعة.

ثانيا : لمحة عن نشأة وتطور هذه الصناعة في مدينة الخليل.

ثالثا : دراسة لواقع صناعة الأحذية في مدينة الخليل فيما يتعلق بعدد مشاريع صناعة الأحذية والمـــواد الخام والعمليات الإنتاجية والموارد البشرية العاملة فيها ، والآلات والمعدات والتسويق والمنافسة.

رابعا : استعراض للدراسات السابقة التي عملت في هذا المجال.

الفصل الثالث –منهجية البحث وتفريغ وتحليل النتائج

وقد اشتمل هذا الفصل على :
أولا : تعريف بمنهجية وطرق البحث المستخدمة.

- منهجية البحث.
- مجتمع البحث.
- عينة البحث.
- أدوات البحث.

ثانيا : تفريغ النتائج وتحليلها:

- العينة التمثيلية لمصانع الأحذية في مدينة الخليل.

- الموارد البشرية العاملة في صناعة الأحذية.

- الآلات .

- المواد الخام والإنتاج.

- التسويق.

- المنافسة.

- البنية التحتية.

الفصل الرابع – دور نظم المعلومات في الحد من المشاكل التي تواجه صناعة الأحذية في مدينة الخليل.

وقد اشتمل هذا الفصل على :

أولا : مقدمة عن نظم المعلومات .

- تعريف نظم المعلومات .

- أسباب الحاجة إلى تطوير نظم المعلومات .

ثانيا : المشاكل التي تواجه صناعة الأحذية ودور نظم المعلومات في حلها.

- المشاكل التي تواجه صناعة الأحذية.

- دور نظم المعلومات في حلها.

- أنواع نظم المعلومات التي يمكن استخدامها في صناعة الأحذية.

الفصل الخامس – الاستنتاجات والتوصيات

وقد اشتمل هذا الفصل على :

أولا : الاستنتاجات.

ثانيا : التوصيات.

الفصل الثاني

الوضع الحالي لقطاع صناعة الأحذية

محتويات الفصل

الموضوع	الصفحة
2-1 نبذة تاريخية عن صناعة الأحذية	12
2-2 نشأة صناعة الأحذية في مدينة الخليل وأسباب تطورها	14
2-2-1 نشأة صناعة الأحذية في الخليل	14
2-2-2 أسباب تطورها	15
2-3 واقع صناعة الأحذية في مدينة الخليل	16
2-3-1 أعداد مشاريع صناعة الأحذية في الخليل	16
2-3-2 المواد الخام	17
2-3-3 الانتاج	18
2-3-4 الموارد البشرية	20
2-3-5 الآلات	22
2-3-6 تسويق الانتاج	22
2-3-7 المنافسة	23
2-4 استعراض للدراسات السابقة	24

الفصل الثاني

الوضع الحالي لقطاع صناعة الأحذية

2-1 نبذة تاريخية عن صناعة الأحذية :

التدرج التاريخي لصناعة الأحذية :[1]

الشكل البدائي للحذاء كان يتكون من قطعة واحدة تحتوي على الحذاء الخارجي ويستعمل خيط جلدي يمر في داخل خيوط مثقبة على الحافة الخارجية للجلد، ويطلق على هذا النوع من الحذاء Carbitina الذي استخدم في مناطق أوروبا الشمالية، ثم استخدم حذاء مشابه له في أمريكا الشمالية، أطلق عليه اسم موكازين (الذي يتصدر في مقدمته الزخارف).

أما في مصر فكان الحذاء من الأحذية الانتيكة الذي صنع من ورق البردى، حيث كان شكل الحذاء يتكون من الوجه ومن شريط يمر من خلال الأصابع وبشريط آخر من خلف القدم وحيث استخدمت عدة زخارف من الورد المطعمة بالذهب والفضة.

في العصر اليوناني تميز الحذاء بالنعل السفلي الأسود والأحمر للرجال، واللون الأبيض والأحمر الوردي والأصفر والأخضر الفاتح للنساء، حيث كانت تصنع الأحذية من جلود الحيوانات المزخرفة بالذهب والفضة والأحجار الكريمة، كما تميزت الأحذية اليونانية بارتفاعها. حيث كانت المرأة اليونانية تبحث عن الحذاء الذي يبين القدم عاريا، كذلك كانت تفضل الحذاء أو الصندل الهادئ Elegant بزخارف مطعمة بالذهب والفضة.

وفي العهد الروماني والبيزنطي تميز الحذاء بالشريط الذي يربط حول الكاحل، وكان لون الحذاء يدل على رتبة صاحبه. وتصنع النوعيات الجيدة من الأحذية على مقاس قدم الشخص وتربط بالخيوط والأزرار وربط الشريط حول أعلى القدم.

---

[1] موسى الخطيب . "ثقافة عامة عن الأحذية". المركز الإيطالي الفلسطيني للتدريب المهني .

أما في القرن الحادي عشر تطورت صناعة الأحذية لتشمل استعمال قطعتين بدل من قطعة واحدة حيث يخاط نعل الحذاء مع الجزء العلوي بدلا من استعمال الخيوط الجلدية حيث استعملت مواد مختلفة منها الجلود القرطبية والحرير الملون والقطيفة الملونة المذهبة مع التركيز على التطريز.

وفي القرون الوسطى استخدم الحذاء الذي يغطي الكاحل وكان يربط بالحلي والأزرار واستعملت الجوارب النعلية المطرزة بدلا من الأحذية لبعض الوقت، ثم انتهت موضة الحذاء المدبب واستبدل بالحذاء المريح ذو المقدمة الدائرية ثم تحولت مقدمة الحذاء إلى مقدمة عريضة ثم الى المربعة, حيث صممت هذه الأحذية للموضة الحديثة، بحيث ترتبط بشريط يلتف حول أعلى القدم وتصنع من الجلد أو الستان الناعم.

وفي العصور الإسبانية عادت موضة الحذاء الراقي وتميز بالتطريز، واستعمال المجوهرات فيه كذلك بدأ استعمال كعب الحذاء الذي يصنع من الفلين. وفي العهد الباروكي اشتهرت موضة الجزم الرجالية وموضة الحذاء المفتوح من الجوانب. وفي القرون الثامن والتاسع عشر اصبح للحذاء الرجالي يصنع من الجلد الأسود والكعب الأحمر والحذاء النسائي يصنع من جلود الماعز والستان الناعم. وفي نهاية هذه القرون استخدمت الجلود البلاستيكية لرخص ثمنها وبسبب التقشف الاقتصادي بمرور الحروب العالمية واصبحت موضة الحذاء تتماشى مع موضة الألبسة حتى وقتنا هذا .

2-2 نشأة صناعة الأحذية في مدينة الخليل وأسباب تطورها

2-2-1 نشأة صناعة الأحذية في مدينة الخليل :[2]

ظهر إنتاج الأحذية تاريخيا في الخليل كإنتاج مرتبط بالاقتصاد الطبيعي أي الإنتاج القائم على سد حاجات الاستهلاك المحلي. بدا إنتاج الأحذية كإنتاج حرفي يعتمد على المهارة الفنية للحرفي الذي يطلق عليه (الكندرجي) أو (الإسكافي) ولم يكن هناك تقسيم للعمل، فالحرفي يقوم بإنتاج الحذاء من البداية إلى النهاية مستخدما في ذلك الأدوات الحرفية البدائية والبسيطة من سندان ومطرقة ومسلة – إبرة طويلة – وسكين، كما أن المنتج هو البائع للمستهلك مباشرة.

بعد ذلك اشتهرت الخليل بصناعة "السكافية" أي إنتاج نوع من الأحذية يعتمد على إطار الكاوتشوك المستهلكة وكان هذا النوع يلائم العاملين بالزراعة فهو ثقيل الوزن ولكنه متين ولا يبلى بسرعة واقتصادي للفلاح ولكن ومع التطور المستمر لاعمال الفلاحة فقد اصبح المزارع يحتاج إلى حذاء لا يعيقه عن الحركة وقد كانت البدائل متوفرة بدخول أحذية بلاستيكية ومطاطية امتن واخف، وقد بدأت هذه الصناعة " السكافية " بالتقلص إلى ان اندثرت نهائيا في أواخر الستينات.

لقد ازدهرت حرفة صناعة الأحذية مع مرور الزمن وكان سبب ذلك وجود صناعة دباغة الجلود والتي يمتد وجودها إلى مئات السنين، بسبب وجود الإنتاج الإقطاعي شبه الرعوي في المنطقة. كما ساهم في الازدهار اتساع الأسواق النسبي لهذه الحرفة، فكان على هذه الحرفة تلبية ليس فقط حاجة أهل المدينة وانما حاجة جميع القرى والمناطق المجاورة مما أدى إلى تطوير هذه الحرفة وتحولها إلى صناعة راس مالية، فبعد أن كان الحرفي ينتج وفق طلب المستهلك أي انه منتج وبائع في نفس الوقت، اصبح منتجا وانفصلت تجارة المنتج عن المنتج، إن تقسيم العمل هذا أدى إلى زيادة مطردة في اتساع الأسواق وبالتالي اتساع وتطور الانتاج، هذا بدوره أدى إلى الاستعاضة عن

---

[2] عبد العليم دعنا ." صناعة الأحذية ". دراسة ميدانية لم تنشر. الخليل. 1987 م. ص4.

الأدوات الحرفية البدائية بأجهزة وآلات تتراوح في مستوى تطورها وتنوعها بين هذا المصنع او ذاك، ان إدخال هذه الآلات والماكنات إلى العملية الإنتاجية أدى إلى زيادة وتحسين جودة الإنتاج.

إن الانتقال من الإنتاج الحرفي إلى الإنتاج الذي يعتمد على الآلات والأجهزة أي الإنتاج الرأسمالي لم يكن انتقالا شاملا، بل انتقالا لتلك المصانع التي استطاعت مراكمة الرأسمال الكافي.

2-2-2 أسباب تطور صناعة الأحذية في مدينة الخليل :[3]

لقد أدت جملة من الأسباب إلى تطور صناعة الأحذية في مدينة الخليل سواء بنوعيتها او ملاءمتها مع الأذواق العامة او في حجم الإنتاج الضخم الذي يستطيع تغطية كل أسواق فلسطين، واهم هذه الأسباب :

1. اعتماد إسرائيل على استراتيجية الصناعات التصديرية وخصوصا في فروع الصناعة العسكرية وصناعات التكنولوجيا المتقدمة أفاد بصورة غير مباشرة التطور الصناعي في الضفة الغربية وقطاع غزة، إذ أن اعتماد هذه الاستراتيجية وما رافقه من انتقال راس المال الإسرائيلي نحو فروع الصناعات المعدنية والإلكترونية قلص من توسع الصناعات التقليدية المنافسة للصناعات الفلسطينية، فالامتيازات التي منحتها السياسة الاقتصادية الإسرائيلية للصناعة التصديرية وخصوصا صناعة التكنولوجيا المتقدمة سرعت من تقادم الصناعات التقليدية وقادت إلى التردي النسبي لمعدل الربح فيها مما حدّ من توسعها، الأمر الذي خفف من ضراوة المنافسة مع الصناعات الفلسطينية المماثلة او البديلة الأمر الذي ساعد هذه الصناعات بالاحتفاظ بجزء من السوق والبقاء فيه. ومن ضمنها صناعة الأحذية في الخليل.
2. صناعة الأحذية من الصناعات التي تحتاج إلى أيدي عاملة كثيفة وقد توفرت الأيدي العاملة في مدينة الخليل بل ويوجد فائض.

---

[3] عبد العليم دعنا." صناعة الاحذية". مرجع سابق.ص 20.

3. توفر بعض المواد الخام محليا أهمها الجلود وارضية الحذاء المصنعة محليا ورباط الحذاء .... الخ وهذا ساهم في تخفيف كلفة الإنتاج.

4. لقد أدى ازدياد الطلب على إنتاج الأحذية في سنوات السبعينات والثمانينات إلى توافر التركيم الرأسمالي مما سمح بمكننة جزء كبير من الإنتاج وهذا بدوره أدى إلى تخفيض كلفة الإنتاج.

2-3 واقع صناعة الأحذية في مدينة الخليل:

لمحة عن صناعة الأحذية في الخليل :

تعتبر صناعة الأحذية أحد الفروع الرئيسية في الصناعات الجلدية التي اشتهرت بها مدينة الخليل منذ القدم بحيث أنها توارثت من الآباء إلى الأبناء فهي مشتهرة على مستوى العائلات.

والأحذية المصنوعة محليا كثيرة ومتعددة وتتجدد باستمرار لأنها مربوطة بعنصر الموضة او الموديل الذي يراعي باستمرار تغير رغبات المستهلكين. ومن أنواع الأحذية : الأحذية الرجالية والنسائية والولادية وكل مجموعة تشمل عشرات الأنواع ولكل نوع صفاته ومميزاته وملاءمته للفصول الأربعة وللمناسبات وطبيعة الأعمال. وهناك الأحذية الطبية الخاصة التي تصنع حسب الطلب وكذلك الأحذية الحرفية التي تتناسب مع طبيعة المهن.

2-3-1 أعدد مشاريع صناعة الأحذية في الخليل :

تقسم حرفة صناعة الأحذية بطبيعتها إلى الفئات التالية :

1) مصانع الأحذية.

2) كندرجي الأحذية.

3) ماكنجي الأحذية.

4) ما كنجي يعمل لحساب مصانع إسرائيلية.

5) تاجر لوازم أحذية.

ويبلغ عدد مصانع الأحذية في مدينة الخليل حوالي 62 مصنعا ويقدر راس المال المستخدم في الصناعات الجلدية بشكل عام في فلسطين بما يقارب مليار دولار، أما مصادر تمويل هذه الصناعة فيعتبر مصدر التمويل الوحيد لهذه الصناعة هو التمويل الذاتي للمشروع من صاحب المشروع نفسه ولا تزيد نسبة الاقتراض من البنوك في هذا المجال عن 5 % من راس المال الإجمالي .[4]

2-3-2 المواد الخام :[5]

تشكل المادة الخام إحدى العناصر الحاسمة في العملية الإنتاجية ويتجلى دورها في استحالة وجدود صناعة تحويلية بدونها، لذلك فان توفر المادة الخام بالكميات والنوعيات المطلوبة أو عدم توفرها وقت الحاجة، ارتفاع أسعارها أو انخفاضها مسالة تؤثر على بقاء المشروع الصناعي أو عدمه، في نجاحه أو فشله.

إن التوجه نحو إقامة الصناعات الوطنية والتخطيط الاقتصادي هو في إقامة الصناعات التي تتوفر مادتها الخام محليا لان ذلك كفيل بتوفرها الدائم وعدم التعرض لضغوطات الدولة المنتجة، وخفض تكلفة الإنتاج مما يعطي هذه الصناعة القدرة على المنافسة في الأسواق. تتعدد أنواع ومصادر المواد الخام المستخدمة في صناعة الأحذية :

أنواع المواد الخام :

هناك مواد متعددة تدخل في مجال صناعة الأحذية سواء كانت في وجه الحذاء او في النعل أو النعول الداخلية:

أ. وجه الحذاء : يصنع أما من الجلود الطبيعية بمختلف أشكالها وألوانها أو من الجلود الصناعية المتعددة الأشكال والأنواع وكذلك يدخل في صناعة وجه الحذاء عدة مواد مكملة منها البطائن، الغراء، الخياطة، الكبسون.

---

[4] مقابلة شخصية مع أ.جبريل النتشة ، رئيس اتحاد الصناعات الجلدية الفلسطينية.

[5] جبريل النتشة. المرجع الاخير.

ب. نعل الحذاء وهو إما أن يكون من الجلد الطبيعي أو من المواد البلاستيكية المشتقة من البترول وخاصة حبيبات ال PVC أو مادة البولريتان Polyurethane التي تصنع منها نعول الأحذية.

ج. النعل الداخلي : ويصنع من الجلد الطبيعي أو الجلد الصناعي أو من مادة ال EVA وهي مادة إسفنجية خفيفة مع جلد صناعي خفيف تشكل لتأخذ شكل راحة القدم لتعطي الراحة لمستخدم الحذاء. وهنالك من يستعمل أنابيب هوائية في نعل الحذاء لتهويته.

مصادر المواد الخام :

يستخدم في صناعة الأحذية ما يقارب 40 % من المواد الخام المحلية وهي : الجلود، البطائن، النعول، النعول الداخلية، الرباط، حبيبات أل PVC، علب التعبئة، أما النسبة الباقية وهي 60% هي مواد خام أجنبية مستوردة وهي : مادة البولرثيان ومادة PVC، الجلود الطبيعة والصناعية والبطائن .

والملاحظ أن جزءا أساسيا من المواد الخام متوفر محليا وممكن من خلال تطوير إنتاج هذه المواد وتنظيم العلاقة بين منتجيها ومنتجي الأحذية توفير هذه المواد بالكميات والنوعيات المطلوبة، بالإضافة إلى انه اصبح من السهل الحصول على المواد الخام الأجنبية من خلال وسطاء إسرائيليون أو فلسطينيين وذلك بعد فتح باب الاستيراد من الخارج.

2-3-3 الإنتاج :

يعتمد بقاء المنشاة الصناعية واستمراريتها على قدرتها على إشباع حاجات المستهلكين وتلبية رغباتهم، وهدف المنشاة الصناعية هو تخطيط وضبط الإنتاج والعمل على إنتاج السلعة بالكمية والجودة المطلوبتين وبأحسن الطرق الصناعية واقل تكلفة. أما الإنتاجية فهي حصيلة لسلسة من العمليات والعوامل التي تعتري المشروع طيلة حياته وخلال فترة إنتاجه وبمعنى آخر :

مقياس تفاعل عناصر الإنتاج بما فيها العامل والمال والإدارة والحوافز والمناخ الاستثماري والنظام الاقتصادي والوضع السياسي والاجتماعي مجتمعة مع بعضها البعض. [6]

أما صناعة الأحذية فهي تتكون من المراحل الإنتاجية التالية :

1. تصميم الحذاء
2. تفصيل الحذاء
3. تجميع الحذاء
4. خياطة الحذاء
5. تلبيس وجه الحذاء (الفرعة) على القالب
6. تركيب النعل
7. تركيب الكعب
8. المراحل النهائية.[7]

وبحسب إحصائية تصدر عن الغرفة التجارية الصناعية في محافظة الخليل فان مجموع الإنتاج اليومي لمصانع الأحذية في المدينة هو 24 ألف زوج من الأحذية، ومجموع الإنتاج الشهري يقدر ب 576 ألف زوج، والمجموع السنوي يقدر ب 6912 ألف زوج، ومن الملاحظ أن إنتاج الأحذية في السنوات الأخيرة قد انخفض من ما يقارب 70 ألف زوج/ اليوم إلى ما لا يقل عن ألف زوج/ اليوم.

---

[6] نبيل كوكالي . مشكلات الصناعة. مصدر سابق، ص44.

[7] وزارة العمل الفلسطينية. مركز الإرشاد والتوعية. نشرة رقم27، ١٩٩٩م .ص3.

2-3-4 الموارد البشرية العاملة في صناعة الأحذية :

تقوم الموارد البشرية بدور هام ورئيسي في البناء الصناعي، حيث تعكس القوى العاملة التي تسهم في الانتاج، سواء كان الاسهام جهدا ذهنيا او عضليا، وهي تشمل العمالة الفنية والادارية والعمالة الماهرة والعادية. [8]

وتتميز صناعة الأحذية بحاجتها إلى عدد كبير من الأيدي العاملة إذ يبلغ عدد مجموع **الأيدي العاملة** في هذه الصناعة، بحسب إحصائيات الغرفة التجارية في مدينة الخليل ، 8865 شخص منهم 900 شخص يعمل في مصانع الأحذية، والجدير بالذكر إن هذا العدد في تناقص مستمر فقد كان عدد العاملين في هذه الصناعة 10 آلاف عامل في سنة 1998 .

مستوى تأهيل العاملين :هناك مقاييس متنوعة لقياس مستوى تأهيل العاملين،واهم هذه المقاييس هي :

1) **الدورات التدريبية** : حيث يتم التدريب على مهنة صناعة الأحذية في المصانع والمشاغل وذلك باكتساب المهارات المختلفة مع الوقت والخبرة و يوجد في مدينة الخليل المراكز التي تعنى بهذه الشؤون منها :

- المركز الإيطالي الفلسطيني للتدريب المهني وهو مجاز من وزارة العمل الفلسطينية.
- المركز التقني للأحذية (نفيد).

2) **المقياس التعليمي** : يشكل المقياس التعليمي أحد المعايير الهامة لقياس درجة تأهيل العاملين والمشاركين في الإنتاج، ويقصد بالمقياس التعليمي التعليم المدرسي والتعليم فوق المدرسي، جامعة أو معهد. إن للمستوى التعليمي أثره على مستوى الإنتاجية والتطور الصناعي، فكلما ارتفع المستوى التعليمي للعاملين كلما زادت الإنتاجية وتقلص الوقت اللازم لاستيعابهم لتعقيدات العمل ، ومما يميز العاملين في هذا القطاع من الصناعة هو انخفاض مستوى التعليم لديهم.

---

[8] نبيل كوكالي. مشكلات التصنيع . مرجع سابق . ص62.

ومن خلال مقابلة شخصية مع م. موسى الخطيب مدير المركز الإيطالي الفلسطيني للتدريب المهني تبين ان العمال الذين حصلوا على مؤهل علمي اقل من الإعدادي يشكلون النسبة الأكبر وهي 60 % ويعتبرون من العمال المهرة.

والذين حصلوا على درجة علمية اقل من الثانوي يشكلون 20 % وهم عمال شبه مهرة، والعمال الذين حصلوا على مؤهل علمي ثانوي أو جامعي يشكلون 10 % وهم عمال عاديون أو مبتدئون. والحاصلين على درجة جامعية أو معهد هم من الإداريون ويشكلون 10 % أيضا.

3) **مقياس فترة الخدمة في المهنة** : ان معظم مهارات المهنة سيتم تعلمها أثناء العمل وكلما زادت سنوات العمل في المهنة كلما اكتسب العاملون خبرة وكفاءة أعلى بشكل عام وبالتالي ارتفعت نسبة تأهيلهم المهني وازدادت إنتاجيتهم.[9]

مكان وبيئة العمل : يعمل عمال صناعة الأحذية داخل المشاغل والمصانع المغلقة والتي من المفروض ان تتميز بالنظافة والإضاءة وتكييف وتهوية مناسبة لمكان العمل. بالإضافة إلى خزانات خاصة لتصريف المواد السامة من أصباغ وغيرها حيث يقضي العمال ساعات طويلة أما وقوفا او جلوسا بجانب الماكينات ويتعرض العمال لخطر الإصابة أثناء العمل نتيجة لطبيعة عملهم مع الآلات والماكينات واستنشاق أبخرة الأصباغ والجلود ويتميز عادة مكان العمل بالضوضاء.

معدل الأجور لمهنة صناعة الأحذية قد بلغ 2000 شيكل للموظف الإداري و 3500 شيكل للعامل الماهر و1500 للعامل غير الماهر وقد بلغ عدد ساعات العمل للعاملين في هذه المهنة 10 ساعات يوميا ويعمل بعض العمال المهرة لمدة قد تصل إلى 14 ساعة يوميا.[10]

---

[9] عبد العليم دعنا . صناعة الاحذية . مصدر سابق.ص27.

[10] وزارة العمل الفلسطينية، مرجع سابق. ص10.

2-3-5 الآلات والمعدات المستخدمة في صناعة الأحذية :

المعدات هي كل الأشياء التي تستخدم في الإنتاج ما عدا المباني والمواد وتشمل العدد والآلات والأجهزة والأثاث والتسهيلات وغيرها من المعدات المطلوبة للتصنيع. [11]

تتعدد الآلات المستخدمة في صناعة الأحذية ، وتكون هذه الآلات في معظم الأحيان مستعملة وذلك لغلاء ثمنها مما يولد مشاكل متعلقة بالإنتاج والجودة والسرعة في إنجاز الأعمال. وفي دراسة اجراها د. باسم مكحول تبين أن متوسط عمر الآلات المستخدمة فيها يبلغ 15 عاما في حين باتت هذه الصناعة تعتمد على أحدث الوسائل التكنولوجية.

من هذه الأجهزة والماكينات :

- ماكينات خياطة مختلفة
- ماكينة درزة
- ماكينة حف أو تطريش (للجلود الطبيعية)
- مكبس هواء
- ماكينة دق الكعب
- فرن كهربائي
- ماكينات سحب آلي
- ماكينات صب

2-3-6 تسويق الإنتاج :

التسويق هو نشاط الأعمال الذي يتضمن انسياب السلع والخدمات من مراكز الإنتاج إلى مواطن الاستهلاك، وهو يزيد من قيمة ومنفعة السلع والخدمات، وذلك بإيجادها في الأماكن حيث يوجد الطلب عليها وفي الوقت الذي تطلب فيه، مع نقل ملكيتها إلى هؤلاء الذين يطلبونها.[12]

يتم تسويق الأحذية المنتجة في الخليل إلى مناطق عدة أهمها :

- الضفة الغربية
- قطاع غزة
- إسرائيل
- الدول الأوروبية وأمريكا والدول العربية.

---

[11] نبيل كوكالي. مشكلات الصناعة.مرجع سابق، ص49.

[12] نبيل كوكالي. المرجع الأخير. ص 78.

2-3-7 المنافسة :

إن العالم اليوم يتجه نحو انفتاح اقتصادي كبير يتمثل في إلغاء القيود على حركة التجارة، وتحول العالم إلى سوق صغيرة. وحيث لا تستطيع أية دولة أن تعيش في منأى عن هذه التطورات، كان لا بد لصناعات هذه الدول من الوقوف صامدة في وجه التغيرات القادمة من الخارج، متمثلة في استيراد المنتجات الأجنبية والمنافسة الشديدة وغير المتكافئة التي تواجهها.

إن صناعة الأحذية في فلسطين عموما وفي الخليل خصوصا تواجه منافسة شديدة من قبل الأحذية المستوردة، إذ أن استيراد الأحذية لا يخضع لأية شروط من الجانب الإسرائيلي سوى تعريف المستورد على الحدود. مما حدا بالعديد من التجار للتوجه لاستيراد الأحذية من جنوب شرق آسيا، وطرحها في السوق الفلسطينية بأسعار تقل كثيرا عن أسعار المنتجات الفلسطينية. إذ أن معدل الجمارك الإسرائيلية على الواردات من الأحذية انخفض من 70% في العام 91 إلى 12% في العام 98 في حين لا تستطيع السلطة الفلسطينية تخطي هذه النسبة بسبب التزامها في بروتوكول باريس الاقتصادي.[13]

[13] باسم مكحول. " واقع وافاق صناعة الأحذية في فلسطين". الأيام. ت (23 تشرين اول1999).

2-4 استعراض للدراسات السابقة:

قام فريق البحث بالاطلاع على الدراسات التي أنشئت في هذا الموضوع وهي:

1. "صناعة الأحذية "

دراسة قام بإعدادها أ. عبد العليم دعنا من جامعة بوليتكنك فلسطين في عام 1987م لم يتم نشرها، قامت هذه الدراسة بإلقاء الضوء على جوانب متعددة لصناعة الأحذية.

وقد استخدم الباحث أسلوب البحث الميداني لجمع المعلومات والبيانات الإحصائية الضرورية من خلال تصميم ثلاثة استمارات تخص المصنع وصاحب العمل والعامل.

وفي نهاية الدراسة قام الباحث بالخروج بالتوصيات التالية:

- توصيات بشأن المواد الخام : تطوير صناعة دباغة الجلود المحلية، من خلال إدخال آلات حديثة لتحسين جودة الانتاج، وإنشاء صناعة لبعض المواد الخام الضرورية والتي يتم استيرادها من إسرائيل.
- توصيات خاصة بالإنتاج : تطوير وتنويع الانتاج وذلك بالاطلاع المستمر على احدث الموديلات والمواصفات العالمية، والاهتمام بتنظيم تعلم هذه المهنة على احدث الطرق العلمية.
- توصيات خاصة بالتسويق : تأسيس جمعية تعاونية لتسويق منتجات مصانع الأحذية ، إقامة معرض سنوي للصناعة في مدينة الخليل والاشتراك في المعارض الصناعية المختلفة ويصاحب ذلك حملة إعلامية مناسبة، والاستفادة من الصحف والمجلات المحلية في الدعاية لصناعة الأحذية، العمل بجد نحو فتح أسواق الأقطار العربية أمام منتجات الأحذية.
- توصيات خاصة بالعمال : الانتساب لنقابة عمال صناعة الأحذية ، وعلى النقابة الاهتمام بمصلحة العمال.

2. "واقع وآفاق صناعة الأحذية في فلسطين"

دراسة قام بإعدادها د. باسم مكحول، أستاذ الاقتصاد في جامعة النجاح، عرضها في ندوة نظمها معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني-ماس- في مقره برام الله في 2000/2/20م.

وقد حذر الباحث في دراسته من انهيار صناعة الأحذية في الأراضي الفلسطينية في غضون سنتين ما لم تسارع الجهات المعنية في القطاعين العام والخاص إلى معالجة المشاكل التي تواجهها والعمل على تطويرها. وأضاف أن هذه الصناعة تواجه منذ العام 98 خطورة تزداد يوما بعد يوم، فكل المؤشرات سلبية، وهناك مشاكل جوهرية حلها يتطلب تدخل جذري وسريع من الجهات المعنية، إذا بقي الوضع كما هو فان هذه الصناعة مهددة بالزوال.

وقد خرج الباحث بتوصيات مطالبا السلطة الفلسطينية بتحديد رؤية واضحة لهذه الصناعة إذا رأت بأنها يجب أن تستمر وعليها توفير حماية مؤقتة لها، والتشدد في تطبيق المواصفات الفلسطينية والعالمية على الواردات من الأحذية، والعمل على إنشاء بنك معلومات متخصص لتشجيع التصدير، وتفعيل مؤسسات التمويل تجاه هذا القطاع.

كما دعا منتجي الأحذية إلى تطوير خطة عمل جديدة تقوم على التسويق وتطوير القدرات الإدارية لمؤسساتهم وتحديث المعدات المستخدمة، وإذا تعذر ذلك الاندماج مع بعضهم البعض لمركزة رأسمال قادر على الوفاء بعملية التحديث والاستثمار في صناعة تكميلية.

الفصل الثالث

منهجية البحث وتفريغ وتحليل النتائج

محتويات الفصل

الموضوع	الصفحة
3-1 منهجية وطرق البحث	**28**
3-1-1 منهجية البحث	28
3-1-2 مجتمع البحث	29
3-1-3 عينة البحث	29
3-1-4 أدوات البحث	30
3-2 تفريغ البيانات وتحليلها	**31**
3-2-1 العينة التمثيلية لمصانع الأحذية	31
3-2-2 الموارد البشرية	34
3-2-3 الآلات	38
3-2-4 المواد الخام والانتاج	41
3-2-5 التسويق	49
3-2-6 المنافسة	54
3-2-7 البنية التحتية	58

الفصل الثالث

منهجية البحث وتفريغ وتحليل النتائج

3-1 منهجية وطرق البحث

3-1-1 منهجية البحث

تعرف منهجية البحث بأنها الطريقة التي يستخدما الباحث ويسلكها للإجابة على الأسئلة التي تثيرها المشكلة موضوع الدراسة من حيث ملاحظاتها، والتحدث عنها بما يساعد على وصفها وتفسيرها.

تتعدد المناهج التي يستطيع الباحث أن يستعين بها في إجراء بحوثه، لذلك فإن اختيار المنهج الملائم لبحث مشكلة الدراسة، أو لتحقيق الهدف منها من أهم الخطوات التي يترتب عليها نجاح البحث أو إخفاقه في تحقيق ذلك الهدف، وإن طبيعة الهدف من الدراسة هي التي تحدد المنهج الذي ينبغي اتباعه[1]، ونظرا لطبيعة الدراسة الراهنة تقتضي جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات حول المشاكل التي تواجه صناعة الأحذية في مدينة الخليل، لذلك قام فريق البحث باختيار **المنهج الوصفي التحليلي**. وذلك لما يضيفه هذا الأسلوب من فوائد تتمثل في تقديم حقائق ومعلومات وبيانات دقيقة عن واقع المشكلة، وتقديم توضيحا للعلاقات بين الظواهر المختلفة، وتفسيرا وتحليلا لها وأخيرا فهو يساعد إلى حد ما في التنبؤ بمستقبل الظاهرة المدروسة.

لهذا اعتمد منهج البحث على ما يلي:

1. دراسة نظرية :

يعتمد البحث على القيام بمراجعة بعض الدراسات السابقة حول هذا الموضوع، بالإضافة إلى النشرات الخاصة بصناعة الأحذية وذلك كمصادر للمعلومات الضرورية واللازمة لاستكمال البحث.

---

[1] ذوقان اعبيدات وآخرون. البحث العلمي مفهومه أساليبه أدواته. عمان : دار مجدلاوي للنشر والتوزيع. 1983. ص183.

2. دراسة ميدانية:

يعتمد البحث على القيام بدراسة ميدانية قائمة على توزيع وتجميع الاستبانات لعينة عشوائية من مجتمع الدراسة، وكذلك جمع المعلومات من خلال المقابلات الشخصية لمدراء بعض المصانع، وشخصيات أخرى ملمة قادرة على تزويد البحث بالمعلومات اللازمة.

3-1-2 مجتمع البحث

يعرف مجتمع البحث بأنه جميع الأفراد أو العناصر أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث والذين ينصب عليهم الاهتمام خلال الدراسة.

وخلال هذه الدراسة فإن المجتمع الأصلي هو جميع مصانع الأحذية في مدينة الخليل البالغ عددها حوالي(62) مصنعا[2].

3-1-3 عينة البحث

تعتبر العينة جزءا من مجتمع البحث الأصلي يتم اختيارها بطرق وأساليب مختلفة، تغني الباحث عن دراسة المجتمع الأصلي الذي يتطلب دراسته وقتا طويلا وجهدا شاقا وتكاليف مادية مرتفعة، لهذا قام فريق البحث باختيار عينة تتألف من (20) مصنعا لتمثيل مجتمع الدراسة المتكون من (62) مصنعا لتمثيل هذا المجتمع مع أقل قدر ممكن من التحيز والأخطاء الأخرى، وقد تم اختيار العينة بطريقة عشوائية بسيطة عن طريق القرعة وذلك لإعطاء كل مصنع من مصانع الأحذية في مدينة الخليل فرصا متكافئة في الاختيار.

---

[2] انظر الملحق رقم (ب)

3-1-4 أدوات البحث

قام فريق البحث باستخدام أدوات متعددة للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لإنجاز البحث والوصول إلى النتائج المرجوة منه وهذه الأدوات هي:

1. الاستبانة :[3]

تعد الاستبانة أحد الوسائل الفعالة في الحصول على البيانات والمعلومات بدقة وموضوعية، حيث تم توزيعها على (20) مصنعا للأحذية في مدينة الخليل وتم جمع (17) استمارة، أي أن نسبة الردود كانت 85 %.

وقد اشتملت الاستبانة على سبعة أقسام رئيسية، كل قسم يمثل موضوعا خاصا في صناعة الأحذية ويندرج تحته عددا من الأسئلة الفرعية؛

فالقسم الأول يحتوي على بيانات عامة عن المصنع أو الشركة.

والقسم الثاني يبحث في القوى العاملة.

والقسم الثالث يبحث في الآلات والمعدات المستخدمة في هذه الصناعة.

والقسم الرابع يبحث في المادة الخام والإنتاج.

والقسم الخامس يبحث في تسويق المنتجات.

والقسم السادس يبحث في المنافسة ومصادرها.

والقسم السابع والأخير يبحث في البنية التحتية.

وقد قام بالإجابة على فقرات الاستبانة أصحاب المصانع أو مديروها.

2. المقابلة :

المقابلة هي أداة هامة للحصول على المعلومات من خلال مصادرها البشرية، فقد قام فريق البحث بإجراء مقابلات شخصية مع عدد من أصحاب المصانع وذوي الخبرة من المعنيين بهذا المجال.

---

[3] انظر الملحق رقم (أ).

3-2 تفريغ النتائج وتحليلها

3-2-1 العينة التمثيلية لمصانع الأحذية في مدينة الخليل

جدول رقم (1-1)

أسماء مصانع العينة وأصحابها أو مدرائها وتاريخ إنشائها وعناوينها

البند	أسم المصنع/ الشركة	اسم صاحب المصنع أو مديره	تاريخ الإنشاء	العنوان
1	مصنع قمر	جواد النتشة	1992	شارع السلام
2	مصنع الجعبري	عيسى الجعبري	1996	خلة حاضور
3	شركة ريم سبورت	جبريل النتشة	1980	شارع العدل
4	مصنع ديلوكس	محمد ياسين عابدين	1972	واد التفاح
5	شركة أحذية توسيتي	فرحات سياج	1972	شارع السلام
6	شركة جي ار اس	سعد الزغل	1980	شارع السلام
7	شركة نابولي	فضل النتشة	1989	واد التفاح
8	مصنع هاي شو	عز الدين الجعبري	1980	شارع العدل
9	شركة سوبر ستار	محمد الزغل	1980	شارع السلام
10	شركة باك فير	أحمد أبو دين	1996	خلة حاضور
11	رامكو سبورت	رجب النتشة	1978	شارع العدل
12	شركة الأميرة	نائل البكري	1976	جبل الرحمة
13	مصنع البتراء	يونس مرقة	1987	حي الشيخ
14	الشركة الأهلية	محمد أبو عمر	1987	عيصى
15	شركة ريدكو	نبيل كستيرو	1978	حي الجامعة
16	شركة يوكو	عماد عمران	1999	رأس الجورة
17	شركة موندیال	محمد الزغير	1990	حي الجامعة

جدول رقم(1-2)

توزيع أصحاب مصانع الأحذية حسب العمر

العمر	العدد	النسبة%
39-30	6	35
49-40	4	24
59-50	5	29
60 فما فوق	2	12
المجموع	17	100

يبين جدول رقم (1-2) تفاوت أعمار أصحاب المصانع حيث أن 35 % منهم تتراوح أعمارهم ما بين (30-39) عاما، في حين تقع أعمار 24 %منهم ما بين (40-49)، 29 % ما بين (50-59)، اما من تزيد أعمارهم عن 60 عاما فقد شكلوا ما نسبته 12 %، إن هذه النتيجة التي تم التوصل إليها تدل على أن الغالبية العظمى من أصحاب المصانع هم من الفئات العمرية الشابة وهذا بدوره يزيد من قدرة الشركة أو المصنع على اتباع الطرق العلمية الحديثة في الإدارة والإنتاج وغيرها من أعمال الشركة أو المصنع.

جدول رقم (1-3)

توزيع أصحاب مصانع الأحذية حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة %
امي	2	12
ابتدائي	2	12
اعدادي	3	18
ثانوي	6	35
دبلوم	1	06
جامعي	3	18
المجموع	17	100

يبين الجدول رقم(1-3) توزيع أصحاب مصانع العينة المختارة حسب المؤهلات العلمية، ويتضح أنه يوجد تفاوت في المؤهلات العلمية بين أصحاب المصانع، ففي حين أن معظمهم حاصلون على المؤهل العلمي الثانوي (نسبة 35 %)، شكل الحاصلون على مؤهل علمي جامعي وإعدادي ما

نسبته 18 % لكل منهما ، والابتدائي 12 % ، وشكل الأميون ما نسبته 12 % ، وأما الحاصلون على الدبلوم فيشكلون ما نسبته 06 %فقط.

جدول رقم(1-4)

توزيع مصانع العينة حسب تاريخ الإنشاء

التاريخ	العدد	النسبة %
1979-1970	5	29
1989-1980	7	42
1999-1990	5	29
المجموع	17	100

يوضح الجدول رقم (1-4) تاريخ إنشاء مصانع العينة التمثيلية ، حيث امتدت فترة إنشاء المصانع منذ عام 1970 إلى عام 1999 ، وقد كانت فترة الثمانينات تشكل أعلى نسبة لإنشاء مصانع الأحذية وذلك ما نسبته 42 %، في حين أن المصانع التي أنشئت في فترة السبعينات شكلت نفس نسبة المصانع التي أنشئت في فترة التسعينات وذلك بنسبة 29 %.

جدول رقم (1-5)

توزيع مصانع العينة حسب نوع الملكية

نوع الملكية	العدد	النسبة %
منشأة فردية	8	48
شركة تضامن	4	23
مساهمة خصوصية (محدودة)	4	23
مساهمة عامة	1	06
المجموع	17	100

يوضح جدول رقم (1-5) توزيع مصانع العينة حسب نوع الملكية ، حيث كانت المنشآت الفردية تشكل أعلى نسبة وهي 48 % ، ومن ثم تأتي شركات المساهمة الخصوصية و شركات التضامن بنسبة 23% لكل منهما ، أما شركات المساهمة العامة فهي تشكل نسبة 06%، وهذه النتيجة " قلة شركات المساهمة العامة "، تشير إلى التماسك الأسري والروح الحرفية لدى أصحاب المصانع والتي وقعت حائلا دون توحيد مجموعة من المصانع الصغيرة معا وتشكيل شركات مساهمة كبيرة.

3-2-2 الموارد البشرية العاملة في صناعة الأحذية

تبرز أهمية الموارد البشرية في البناء الصناعي من واقع أن بقية الموارد رغم أهميتها المتزايدة إلا أنها تظل بلا فائدة دون تدخل الإنسان بخبرته، والتي تمثل بدورها تراكما للمعرفة الإنسانية عبر القرون.[4]

جدول رقم (2-1)

تصنيف وتوزيع العاملين

تصنيف العاملين	العدد	النسبة %
عمال مهرة	140	37
عمال غير مهرة	100	27
إداريين	35	09
فنيين (تقنيين)	29	08
عمال موسميين	71	19
المجموع	375	100

إن العمل في مهنة صناعة الأحذية يحتاج إلى مهارات عالية في بعض الأعمال ، في حين ان أعمالا أخرى لا يتطلب القيام فيها إلى أية مهارات تذكر، وكما يتضح من جدول رقم (2-1) ان النسبة العظمى من العمال37 % هم من العمال المهرة، و27 % منهم من العمال غير المهرة، وشكل العمال الموسميين 19 %، في حين أن 17 % فقط هم من الإداريين والفنيين.

---

[4] نبيل كوكالي. مشكلات الصناعة. مرجع سابق. ص 62.

جدول رقم(2-2)

توزيع العمال والإداريين والفنيين لمصانع العينة حسب المؤهل العلمي

	العامل		الإداري		الفني	
	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
أمي	37	12	1	03	3	10
ابتدائي	81	26	0	0	1	03
إعدادي	115	37	5	15	2	06
ثانوي	49	16	14	41	20	65
دبلوم	10	03	6	18	4	13
جامعي	18	06	8	23	1	03
المجموع	310	100	34	100	31	100

إن من أهم عوامل قياس المستوى التأهيلي للعاملين في صناعة الأحذية هو ***المقياس التعليمي*** أي التعليم المدرسي والفوق مدرسي(جامعة أو معهد). إن للمستوى التعليمي أثره على مستوى الإنتاجية والتطور الصناعي، فالعلاقة بينهما علاقة طردية، فكلما ارتفع المستو ى التعليمي للعاملين زادت الإنتاجية، وتقلص الوقت اللازم لاستيعابهم لتعقيدات العمل. وباستعراض الجدول رقم(2-2) يتضح أن ما يميز العمال في هذه الصناعة هو انخفاض مستوى التعليم لديهم، وأن معظمهم ما دون الثانوية العامة 75%.

أما الإداريين فإن النسبة العظمى منهم(82 %) المستوى التعليمي لديهم مرتفع نسبيا (ثانوي، دبلوم ، جامعي).

في حين أن نسبة الفنيين الحاصلين على مؤهلات علمية عالية ، ثانوي فما فوق ، تشكل ما نسبته 81%.

جدول رقم (2-3)

طرق تدريب العاملين

طريقة التدريب	العدد	النسبة %
في المصنع من قبل العمال المهرة	16	70
في المصنع من قبل مدربين	5	22
دورات خارج المصنع	1	04
دورات للخارج	1	04
المجموع	23	100

من المقاييس الأخرى لمستوى تأهيل العاملين في المصانع ***الدورات التدريبية***، فبالرغم من توافر المعاهد والمراكز المتخصصة في تدريب وتعليم العمال على هذه الصناعة إلا أن الجدول(2-3) يوضح أن النسبة العظمى والبالغة 70% من مصانع العينة تعتمد على التدريب داخل المصنع ومن قبل العمال المهرة والقدامى، وأن ما نسبته 22% من التدريب يتم داخل المصنع من قبل مدربين متخصصين، في حين أن نسبة ضئيلة من المصانع تقوم بإرسال العمال لديها إلى دورات تدريبية خارج المصنع أو للخارج ، ولعل من أهم الأسباب لذلك أن تعلم المهنة وإتقانها لا يحتاج إلى مدة طويلة أو مهارات عالية إلا في بعض الأعمال مثل التصميم والتشطيب.

جدول رقم (2-4)

أعمار العاملين في مصانع العينة التمثيلية

الفئة العمرية	عدد العاملين	النسبة %
اقل من 20	40	11
24-20	88	23
29-25	85	23
34-30	83	22
39-35	34	09
40 فما فوق	45	12
المجموع	375	100

يتبين من خلال الجدول رقم (2-4) أن معظم العاملين في هذه الصناعة تتراوح أعمارهم ما بين 20-34 عاما، فنسبة العاملين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20-24 شكلت 23 %، و العاملين الذين

تراوحت أعمارهم ما بين 25–29 عاما شكلت ما نسبته 23 % أيضا، في حين أن العاملين الذين تراوحت أعمارهم ما بين 30–34 شكلت ما نسبته 22 % .

جدول رقم (2–5)

المشاكل العمالية

	التغيب		عدم الانضباط		عدم الانتماء والتعاون		عدم توفر المهارات		عدم الرضى عن الأجور	
	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
دائما	0	0	1	06	0	0	0	0	9	53
أحيانا	11	65	10	59	11	65	9	53	7	41
أبدا	6	35	6	35	6	35	8	47	1	06
المجموع	17	100	17	100	17	100	17	100	17	100

فيما يتعلق بالمشاكل العمالية التي تواجه المصانع يبين الجدول رقم (2–5) أن الغالبية العظمى من مصانع العينة التمثيلية(65 %) تواجه أحيانا مشاكل متعلقة بتغيب العاملين ،كما أن 59 %منهم يواجهون أحيانا صعوبات في عدم انضباط العمال ، أما المصانع التي تواجه أحيانا مشاكل في عدم الانتماء والتعاون فتشكل ما نسبته 53% ،في حين يواجه 53 % من أصحاب العمل وبشكل دائم صعوبات تتعلق بعدم رضى العاملين عن الأجور والرواتب. وذكر بعض أصحاب المصانع بأن بعض العمال لديهم يعانون من مشاكل صحية بسبب الكيماويات المستخدمة في المصنع[5].

ويلاحظ أن هذه المشاكل التي يعاني منها هذا القطاع فيما يتعلق بالعمال والموظفين يعتمد بعضها على بعض؛ فإن عدم الرضى عن الأجور والرواتب تؤدي بدورها إلى زيادة الغياب عند الموظف وبالتالي عدم انضباطه والتزامه بالنظام، وإن مشكلة عدم الرضى عن الأجور أصلها يعود إلى الأوضاع الاقتصادية السيئة التي يعاني منها المجتمع ككل.

[5] أنظر الملحق رقم (د).

والجدير بالذكر أن النتائج السابقة التي تم الحصول عليها من خلال الدراسة، والمتعلقة بالموارد البشرية ومدى توفرها في هذا النوع من الصناعة، اتفقت مع الفرضية التي وضعها فريق البحث في بداية الدراسة وهي أنه" لا يوجد علاقة بين الأوضاع السيئة التي تعيشها هذه الصناعة وبين توفر وكفاية الأيدي العاملة ".

3-2-3 الآلات

إن مستوى أدوات العمل المستخدمة في الانتاج هو عنصر رئيسي في تحديد درجات التطور الصناعي ، إذ بهذا المستوى ترتبط كمية ونوعية المنتج ، وبشكل عام فإن العلاقة التي تحكم مستوى أدوات العمل وكم ونوع المنتج هي علاقة طردية، فاستخدام الآلات الحديثة ومتابعة التطورات التكنولوجية يحقق مجموعة من الفوائد منها :

- زيادة الانتاج الكلي.
- تخفيض تكلفة الوحدة المنتجة.
- تحقيق درجة عالية من الإتقان والدقة.
- ضمان أمان أكبر للعاملين وتسهيل لأعمالهم وبالتالي رفع روحهم المعنوية.[6]

جدول رقم (3-1)

ضرورة متابعة التطور التكنولوجي

	ضروري جدا	ضروري	غير ضروري	المجموع
العدد	14	2	1	17
النسبة %	82	12	06	100

يبين الجدول رقم(3-1) أن الغالبية العظمى من أصحاب المصانع(82 %) يعتبرون أن متابعة التطور التكنولوجي في الآلات المستخدمة أمرا ضروريا جدا.

---

[6] نبيل كوكالي، مصدر سابق، ص 49.

إن عدم استخدام الوسائل التكنولوجية وخاصة أجهزة الكمبيوتر في عمليات التصميم وغيرها من العمليات الإنتاجية ، أدى إلى مواجهة هذه الصناعة لمشاكل تتعلق بالسرعة والإتقان ومتابعة التطورات ، في حين أن مثل هذه الصناعة باتت تعتمد اليوم على أحدث التقنيات التكنولوجية في الدول المتقدمة.

إن هذه النتائج التي تم التوصل إليها تتعارض مع الفرضية التي وضعها فريق البحث بأنه" لا يوجد علاقة بين الوضع السيئ الذي تعاني منه صناعة الأحذية وبين عدم متابعة التطور التكنولوجي في التصنيع".

جدول رقم (3-2)

وجود صعوبات في متابعة التطور التكنولوجي

	نعم	لا	المجموع
العدد	10	7	17
النسبة %	59	41	100

يوضح الجدول رقم (3-2) أن ما نسبته 59 %من المصانع تواجه صعوبات في متابعة التطور التكنولوجي، وهذا بدوره ينفي الفرضية التي وضعها فريق البحث بأنه" لا يوجد علاقة بين الأوضاع المتدهورة لصناعة الأحذية وبين عدم استخدام الآلات الحديثة " ، ويمكن تلخيص أهم تلك الصعوبات التي تواجه متابعة التطور التكنولوجي في البنود التالية وذلك حسب المعلومات الواردة في كل من الجداول (3-3، 3-4 ، 3-5) التالية :

- النقص في السيولة المالية المتاحة لشراء الآلات وذلك لغلاء ثمنها وعدم وجود مصادر التمويل الملائمة.

جدول رقم (3-3)

صعوبات في معاملات الاستيراد

	دائما	احيانا	ابدا	المجموع
العدد	3	8	6	17
النسبة %	18	47	35	100

- الإجراءات الحكومية اللازمة في عملية الاستيراد للآلات ، والوضع الحالي للميناء وصعوبة السفر للخارج ،حيث تواجه المصانع أحيانا هذه الصعوبات بما نسبته 47% ،كما هو موضح في الجدول رقم (3-3).

جدول رقم (3-4)

مصدر شراء المعدات والآلات

المصدر	العدد	النسبة %
الأراضي الفلسطينية	1	04
إسرائيل	8	33
دول اجنبية	15	63
المجموع	24	100

- يوضح الجدول رقم(3-4) أن الغالبية العظمى من الآلات يتم استيرادها من الدول الأجنبية خاصة من إيطاليا وألمانيا وتركيا وتايوان بما نسبته 63 %، أما من إسرائيل فإن نسبة الحصول على الآلات منها تبلغ 33 %، وتكمن الصعوبة في الإجراءات المعقدة التي تلزم لشراء الآلات ، وصعوبة السفر، وعدم توفر أشخاص ملمين بمعرفة اللغات الأجنبية تلك.

جدول رقم (3-5)

صعوبات في صيانة الآلات

	عدم توفر قطع الغيار		ارتفاع أثمان قطع الغيار		عدم وجود عمال صيانة مهرة	
	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
دائما	2	12	10	59	1	06
أحيانا	13	76	6	35	13	76
أبدا	2	12	1	06	3	18
المجموع	17	100	17	100	17	100

- تواجه المصانع صعوبات عديدة فيما يتعلق بصيانة الآلات ، كما هو موضح في الجدول رقم (3-5) حيث تعاني المصانع أحيانا من عدم توفر قطع الغيار وذلك ما نسبته 76% ، وتعاني باستمرار وبشكل دائم من ارتفاع أسعار قطع الغيار بما نسبته 59%، وتعاني أحيانا من عدم وجود عمال الصيانة المهرة بما نسبته 76% .

3-2-4 المواد الخام والإنتاج

المواد الخام:

إن جوهر الصناعة كنشاط اقتصادي هو تغيير شكل أو حالة المادة بما يساعد على خلق أو زيادة منفعتها للإنسان، أو قدرتها على إشباع الحاجات الإنسانية ومن هنا تبرز أهمية توافر المادة أو مجموعة المواد موضوع الصناعة أي التي ستجري عليها العملية الإنتاجية الصناعية، حيث أن توفر المواد الأولية بشكل منتظم وبالكميات والأنواع المطلوبة للمشروع الصناعي تشكل أحد الشروط الأساسية لنجاح المصنع في تنفيذ خططه الإنتاجية والتسويقية[7].

جدول رقم (4-1)

نسبة و مصدر الحصول على المواد الأولية لمصانع العينة المختارة

	فلسطين%	إسرائيل %	أوروبا %	أمريكا %	أخرى %	المجموع %
1. مصنع قمر	10	30	30		30	100
2. مصنع الجعبري	20	80				100
3. شركة ريم سبورت	40	20	40			100
4. مصنع ديلوكس		50	30		20	100
5. شركة توسيتي	30	50	20			100
6. شركة جي آر اس	40	20	40			100
7. شركة نابولي	30	30	40			100
8. مصنع هاي شو	35	65				100
9. شركة سوبر ستار	40	20	20		20	100
10. شركة باك فير		05	95			100
11. رامكو سبورت	20	50	30			100
12.مصنع الاميرة	10	90				100
13. مصنع البتراء	20	50	30			100
14. الشركة الاهلية	20	70	10			100
15. شركة ريدكو	20	40	40			100
16. شركة يوكو	05	75	20			100
17. موندیال	40	30			30	100

[7] نبيل كوكالي. مشكلات الصناعة.مرجع سابق. ص 51.

تتعدد مصادر المواد الخام المستخدمة في صناعة الأحذية ونسبة الحصول عليها، والجدول رقم (4-1) يبين مصادر الحصول على المواد الخام والنسبة من كل مصدر لمصانع العينة التمثيلية، ويتبين من خلال هذا الجدول المعدل الوسطي لكل مصدر؛ 25% من الأراضي الفلسطينية ، و 46% من إسرائيل وهي النسبة الأعلى بحيث يتم جلبها عن طريق الوكلاء الإسرائيليين ، 34% من الدول الأوروبية، 25% من دول أخرى.

جدول رقم (4-2)

صعوبة الحصول على المواد الخام

	دائما	أحيانا	أبدا	المجموع
العدد	2	8	7	17
النسبة %	12	47	41	100

يبين الجدول رقم (4-2) أن 47% من المصانع تواجه أحيانا صعوبات تتعلق بالحصول على المواد الخام تتمثل في الوكالات الإسرائيلية لهذه المواد، وارتفاع السعر، وزيادة كلفة ما تنتجه من بضائع، مما يؤدي إلى زيادة أسعار بيعها في السوق المحلية وضعف قدرتها على المنافسة في الأسواق المحلية والخارجية، وهذا يتنافى مع الفرضية التي وضعها فريق البحث بأنه "لا يوجد علاقة بين الوضع السيئ الذي تعيشه صناعة الأحذية وبين صعوبات الحصول على المواد الخام".

جدول رقم (4-3)

كفاية المواد الخام المحلية

	نعم	لا	لا اعلم	المجموع
العدد	2	14	1	17
النسبة %	12	82	06	100

أما بالنسبة للمواد الخام الموجودة في السوق المحلي يوضح جدول رقم (4-3) أنها لا تكفي للإنتاج، حيث أشار لذلك 82 %من أصحاب المصانع لذلك يتجهون لاستيرادها من إسرائيل ومن دول أخرى، وذلك بالرغم من اعتقاد 41 % من أصحاب المصانع بأن المادة الخام المحلية ذات جودة عالية و 41% آخرون يرون بأنها ذات جودة متوسطة، بينما اعتبر 18 % بأنها ذات جودة عالية جدا كما يوضح ذلك جدول رقم(4-4).

جدول رقم (4-4)

جودة المواد الخام المحلية

	عالية جدا	عالية	متوسطة	متدنية	متدنية جدا	المجموع
العدد	3	7	7	0	0	17
النسبة %	18	41	41	0	0	100

جدول رقم (4-5)

تأثير المواد الخام المحلية على الانتاج

	إيجابي	سلبي	لا يوجد تأثير	المجموع
العدد	6	1	10	17
النسبة %	35	06	59	100

وباستعراض الجدول (4-5) يتضح أن 59% من أصحاب المصانع قد اعتبروا أن المواد الخام المحلية لا تأثير لها على الإنتاج،في حين أن 35% قد اعتبروا أن لها تأثيرا إيجابيا.

وبمقارنة هذه النتيجة التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة بنتيجة دراسة قام بإعدادها أ. عبد العليم دعنا عام 1987 تبين" أن إحدى أكثر المواد الخام أهمية هي الجلود الطبيعية، وتبين أيضا أن مدابغ الجلود في الخليل لا تستطيع توفير احتياجات صناعة الأحذية في المحافظة فحسب، وإنما تستطيع تغطية جميع أسواق المناطق الفلسطينية والتصدير للخارج"[8]، فعند مقارنة هاتين النتيجتين يتضح أنه في خلال العشر سنوات الأخيرة اتجهت صناعة الأحذية في الخليل اتجاها آخر في استخدام المواد الخام ، بهدف تحسين جودة المنتجات بما يضاهي الإنتاج الأجنبي ، بالإضافة إلى ظهور العديد من المواد الخام الجديدة مثل الجلود الصناعية وحبيبات الPVC ، أو مادة البوليريتان، أو مادة ال EVA وغيرها.

[8] عبد العليم دعنا. صناعة الأحذية. مصدر سابق. ص 19.

الإنتاج :

تعرف الطاقة الإنتاجية في مفهومها الواسع على أنها أقصى كمية من المنتجات التي يمكن إنتاجها خلال زمن معين بأجهزة ومعدات وآلات، وضمن نظام وظروف عمل محددة[9] ، ولكن هناك عدة ضغوطات أدت إلى اتساع حجم الهوة بين الطاقة الإنتاجية وحجم الانتاج الفعلي في الصناعة الفلسطينية عموما ولا سيما صناعة الأحذية.

جدول رقم (4-6)

كمية الانتاج الحالي

	ضمن الطاقة الإنتاجية	اقل من الطاقة الإنتاجية	المجموع
العدد	4	13	17
النسبة %	24	76	100

وكما هو موضح في جدول رقم (4-6) فإن 76% من مصانع الأحذية تعمل بأقل من طاقتها الإنتاجية، في حين أن ما نسبته 24 %فقط من مصانع الأحذية تعمل ضمن طاقتها الإنتاجية.

جدول رقم (4-7)

كمية الانتاج لهذا العام مقارنة بالسنوات السابقة

اسم المصنع/ الشركة	نفس المستوى	اقل من السابق بنسبة	اعلى من السابق بنسبة
1. مصنع قمر		60	
2. مصنع الجعبري		50	
3. شركة ريم سبورت		20	
4. مصنع ديلوكس		50	
5. شركة توسيتي			12
6. شركة جي آر اس		20	
7. شركة نابولي		60	
8. مصنع هاي شو		60	
9. شركة سوبر ستار	*		
10. شركة باك فير		*	
11. رامكو سبورت		20	
12.مصنع الاميرة		*	

[9] عبد العليم دعنا .صناعة الاحذية. مصدر سابق. ص24.

13. مصنع البتراء		30	
14. الشركة الاهلية		30	
15. شركة ريدكو		50	
16. شركة يوكو	*		
17. موندیال		50	
المجموع	2	14	1
النسبة %	12	82	06

ومن خلال الدراسة تبين أن كمية الانتاج لهذا العام مقارنة بالسنوات السابقة كانت أقل بما نسبته 82 % كما هو مبين في الجدول رقم(4-7).

إن انخفاض الطاقة الإنتاجية يرجع إلى فتح باب الاستيراد وخاصة من دول جنوب شرق آسيا وطرح بضائعها في الأسواق المحلية بسعر يقل كثيرا عن سعر المنتجات المحلية، بالإضافة إلى ضيق السوق المحلي وقلة التصدير للدول العربية أو للخارج عبر الموانئ، فكل هذه الأمور وغيرها تنبع من الوضع السياسي غير المستقر، ومحاولة إسرائيل تهميش الاقتصاد الفلسطيني وتكريس تبعيته وإلحاقه بالاقتصاد الإسرائيلي.

إن النتائج المترتبة على عدم الاستغلال للطاقة الإنتاجية هو زيادة تكلفة الوحدة المنتجة؛ فعوضا عن توزيع التكلفة على وحدات أكثر وبالتالي تقليص النفقات فإن الكلفة توزع على وحدات أقل وتزيد النفقات، وهذا يعني إضعاف قدرة الوحدة المنتجة على المنافسة. بالإضافة إلى أن ذلك يحد من إتاحة فرص العمل مما يفاقم من مشكلة البطالة.

جدول رقم (4-8)

توقع الاتجاه العام للطلب على الانتاج في السنوات القادمة

	سيرتفع كثيرا	سيرتفع نوعا ما	سيكون ثابتا	سينخفض كثيرا	سينخفض نوعا ما	لا ادري	المجموع
العدد	0	5	2	2	3	5	17
النسبة %	0	29	12	12	18	29	100

يتبين من جدول رقم(4-8) أن 29% من المصانع التي شملها البحث تتنبأ بأن الاتجاه العام للطلب على الإنتاج في السنوات القادمة سيرتفع نوعا ما،وأن 12% تعتقد أن الطلب على الانتاج سيكون ثابتا، وأن 12% أيضا يعتقدون بأنه سينخفض كثيرا، وأن 18% يعتقدون بأنه سينخفض نوعا ما، وأعرب 29% عن أنه لا يوجد لديهم أدنى تصور لما سيكون عليه الطلب على الإنتاج خلال السنوات القادمة وذلك بسبب تدهور الوضع وعدم استقراريته.

جدول رقم (4-9)

العمل على تطوير الانتاج

وسيلة التطوير	العدد	النسبة %
لا يتم التطوير باستمرار	1	06
من خلال البحوث والتطوير	6	35
من خلال تبادل الخبرة وجلب الخبراء	1	06
الحصول على معلومات عن الصناعة المماثلة	3	18
تقليد المنافسين	6	35
المجموع	17	100

يبين الجدول رقم (4-9) أن العمل على تطوير الانتاج في مصانع العينة التمثيلية يتركز بالدرجة الأولى على تقليد المنافسين ومن خلال البحوث والتطوير بما نسبته 35 % لكل منهما، و 18% من خلال الحصول على معلومات منتظمة عن تطور الصناعات المماثلة، 06% من خلال تبادل الخبرة وجلب الخبراء والمختصين من دول أجنبية، وأجاب 06% بأنه لا يتم تطوير الانتاج لديهم بشكل مستمر.

جدول رقم(4-10)

تقسيم تكلفة الانتاج على العمليات

اسم المصنع/ الشركة	المواد الخام	الأيدي العاملة	مصادر الانتاج	التخزين	ماء وكهرباء	فحص الجودة	مواصلات	اخرى	المجموع
مصنع قمر	65	20	2	2	3		3	5	100
مصنع الجعبري	40	10		2	10	5	5	28	100
شركة ريم سبورت	40	350		5	10		5	5	100
مصنع ديلوكس	60	10		3	10		2	10	100
شركة توسيتي	60	20	5	2	5		2	6	100
شركة جي آر اس	80	5		3	2		1	9	100
شركة نابولي	50	30		5	5	4	6		100
مصنع هاي شو	30	17		5	20		15	13	100
شركة سوبر ستار	60	20		5	10		5		100
شركة باك فير	61	21	2	1	2	9	1	4	100
رامكو سبورت	50	15	10	2	18		1	4	100
شركة الأميرة									100
مصنع البتراء	50	20			10		5	15	100
الشركة الاهلية	50	25		3	10		2	10	100
شركة ريدكو	50	22		20	1.5		3.5	3	100
شركة يوكو	50	20		3	10	1	2	14	100
موندیال	60	25	2	2	5	2	2	2	100
المعدل	52	20	4	4	8	4	4	9	

يوضح الجدول(4-10) تقسيم تكلفة الانتاج على العمليات ؛ فقد استأثرت المواد الخام بالحصة الاكبر وذلك بمعدل 52%، ثم الأيدي العاملة بمعدل 20%، ثم مصادر الانتاج والتخزين والمواصلات بمعدل 4% لكل منهم ، و8% لكل من الماء والكهرباء والوقود، و 9% تكاليف أخرى.

جدول رقم (4-11)

معدل نسب التالف/شهر

	اقل من 1%	1-3%	3-6%	6-10%	اكثر من 10%	المجموع
العدد	4	8	1	1	3	17
النسبة %	23	47	06	06	18	100

وتشير البيانات الواردة في الجدول رقم (4-11) أن 23 % من المصانع يبلغ معدل التالف من الانتاج لديها 1 % أو أقل، في حين أن 47 %منها معدل التالف من الانتاج لديها يكون من 1-3 %، و06 %من تلك المصانع كان معدل نسبة التالف لديها 3-6 %،و06 %من المصانع كان معدل التالف لديها 6-10% ،في حين أن 18 % من المصانع كان معدل نسبة التالف لديها 10 %أو أكثر.

ومما يجدر ذكره أن وجود نسبة من المنتجات التالفة هو أمر طبيعي طالما كان ذلك في حدود المعقول ، حيث يمكن إرجاع أسباب ذلك إلى عدة أمور تتعلق بالآلات أو بالعمال أنفسهم ،أو بطبيعة العمل ومقدار الصعوبة فيه.

5-2-3 التسويق:

يمكن تعريف التسويق بأنه مجموعة القوى والشروط التي في ضوئها يتخذ المشترون والبائعون قرارات ينتج عنها انتقال السلع والخدمات.[10] إن معرفة السوق – بالمعنى الواسع- تعني معرفة المستهلكين أو المستفيدين المحتملين وبيئتهم الاقتصادية والسيكولوجية والاجتماعية ... إن هذه المعرفة يجب أن تكون الاكمل ما أمكن كميا ونوعيا.

جدول رقم (5-1)

نسبة ومكان التسويق

اسم المصنع/ الشركة	الضفة %	غزة %	اسرائيل %	دول عربية %	دول اجنبية %	المجموع %
مصنع قمر	5		95			100
مصنع الجعبري	40	20	40			100
شركة ريم سبورت	50	20	20	10		100
مصنع ديلوكس	20	10	30			100
شركة توسيتي	10	3	20	2	65	100
شركة جي آر اس	30	10	30	30		100
شركة نابولي	60	10	20	10		100
مصنع هاي شو	50	20	30			100
شركة سوبر ستار	40	30	10	10	10	100
شركة باك فير	12	5	65		18	100
رامكو سبورت	70	10	20			100
مصنع الاميرة	80		15	5		100
مصنع البتراء	70	30				100
الشركة الاهلية	20		68	10	2	100
شركة ريدكو	40	30	30			100
شركة يوكو	20		80			100
مونديال	30	40	30			100
العدد	17	13	16	7	4	
النسبة	%100	%76	% 94	%41	%24	

[10] بشير العلاق وآخرون. استراتيجيات التسويق. عمان: دار زهران للنشر. 1999، ص 61.

بوليتكنك فلسطين
Palestine Polytechnic Institute (PPI)
المكتبة
THE LIBRARY
الرقم المتسلسل .....
CLASSIFCATION ..... رقم التصنيف

ويوضح جدول رقم (5-1)نسبة ومكان التسويق لمصانع العينة التمثيلية المختارة؛ حيث تقوم كافة مصانع العينة بتسويق وبيع إنتاجها في أراضي الضفة الغربية ،وتقوم 76 %من مصانع العينة بتسويق إنتاجها في غزة، و 94 % من المصانع تسوق إنتاجها في إسرائيل، في حين أن 41 %من المصانع تقوم بتسويق انتاجها في الدول العربية ، و24 % فقط من المصانع تسوق انتاجها في الدول الأجنبية، وبالرغم من هذه النتائج الا انه يوجد صعوبات عديدة في البيع والتسويق كما سيتضح من خلال الجدول التالي.

جدول رقم (5-2)

وجود صعوبات في البيع والتسويق

	نعم	لا	المجموع
العدد	17	0	17
النسبة %	100	0	100

يبين الجدول رقم (5-2) أن جميع مصانع العينة التمثيلية تواجه صعوبات ومشاكل في بيع وتسويق إنتاجها ولعل أسباب ذلك يعود بالدرجة الأولى إلى الوضع السياسي غير المستقر ، وتعثر العملية السلمية، وتحكم إسرائيل في المعابر والحدود والميناء ، إن عدم الاستقرار هذا ترك بصمات واضحة على اقتصاديات الأراضي الفلسطينية بصورة عامة وعلى القطاع الصناعي بصورة خاصة ولا سيما صناعة الأحذية، حيث انه يعمل بشكل تلقائي على خلق مشاكل عديدة وبصورة مستمرة على جميع الصناعات القائمة، والتي يمكن إجمالها في:

- الارتفاع المستمر للأسعار ، وخاصة أسعار المواد الخام ، والآلات المستوردة.
- عدم مقدرة السلطة الفلسطينية على التدخل لفرض الحماية على الصناعات المحلية بسبب التزاماتها بالاتفاقيات الموقعة بينها وبين اسرائيل.[11]
- صعوبات التصدير للخارج، وضيق السوق المحلي، وانخفاض مستوى الدخل الفردي.

جدول رقم (5-3)

نطاق الصعوبة في التسويق

	محلي %	خارجي %	خارجي ومحلي %	المجموع
العدد	2	2	13	17
النسبة %	12	12	76	100

[11] أنظر الملحق رقم (ج).

وكما هو موضح في الجدول رقم (5-3) فإن مصانع العينة التمثيلية تواجه صعوبات في التسويق على النطاقين المحلي والخارجي وذلك ما نسبته 76 %.

جدول رقم (5-4)

أسباب صعوبات التسويق المحلي

الصعوبات	العدد	النسبة %
اسعار المنتجات الاجنبية اقل	15	38
اسعار المنتجات المحلية اقل	5	13
جودة المنتجات المنافسة اعلى	0	0
عدم ثقة المستهلك بالمحلي	3	08
عدم وجود منافذ توزيع ملائمة	9	23
تسهيلات المنافسين اكبر	3	08
عدم استخدام الدعاية والإعلان	4	10
المجموع	39	100

يبين الجدول رقم (5-4) أسباب صعوبات التسويق المحلي كما يراها أصحاب مصانع العينة والتي يمكن ترتيبها حسب أهميتها كما يلي:

1. أسعار المنتجات الأجنبية أقل، والمقصود هنا البضائع المستوردة من جنوب شرق آسيا.
2. عدم وجود منافذ توزيع ملائمة بسبب تحكم إسرائيل بالمعابر والموانئ.
3. أسعار المنتجات المحلية أقل.
4. عدم استخدام الدعاية والإعلان : بالرغم من أهمية الإعلان في العصر الحاضر في لعب دور فعال في تغيير الميول والاتجاهات وسلوك المستهلكين المحتملين لشراء سلعة لم يكونوا مقتنعين بها، إلا أن مصانع الأحذية لا توليه الاهتمام الكافي ، ويرجع هذا للمفاهيم والقيم التي يحملها أصحاب تلك المصانع تجاه الدعاية والإعلان من أن الأموال التي تنفق عليها مهدورة وقلما يرصدون جزءا من ميزانيتهم لها.
5. عدم ثقة المستهلكين بالمنتجات المحلية،وهذا راجع لعدم توفر الوعي الاستهلاكي لديهم.
6. التسهيلات التي يقدمها المنافسون أكبر.

جدول رقم (5-5)

أسباب صعوبات التسويق الخارجي

الصعوبات	العدد	النسبة %
انخفاض مستوى الجودة	1	03
ارتفاع السعر	9	35
ارتفاع تكلفة الانتاج	9	35
عدم القدرة على تقديم تسهيلات البيع	7	27
المجموع	26	100

يوضح الجدول رقم (5-5) أسباب صعوبة التسويق الخارجي، من وجهة نظر أصحاب مصـــانع العينة التمثيلية، ويمكن ترتيبها حسب أهميتها كما يلي :

1. ارتفاع تكلفة الانتاج، مما يؤدي إلى زيادة أسعار البيع مقارنة بالمنتجات الأجنبية.
2. ارتفاع السعر مقارنة بأسعار المنتجات المنافسة.
3. عدم مقدرة الصناعة المحلية على تقديم تسهيلات البيع التي يقدمها المنافسون.
4. انخفاض مستوى الجودة مقارنة بجودة المنتجات الأجنبية وخاصة الأوروبية منها.

وهذه النتائج تتنافى مع الفرضية التي وضعها فريق البحث بأنه" لا يوجد علاقة بين الأوضاع الســـيئة التي تعيشها صناعة الأحذية وبين وجود مشاكل متعلقة بالتسويق المحلي والخارجي".

جدول رقم (5-6)

أساليب حل مشكلة التسويق كما يراها أصحاب مصانع العينة

الحل	العدد	النسبة %
تخفيض الاسعار	7	13
تحسين الجودة	3	06
توفير منافذ توزيع	16	30
تطوير الوسائل الترويجية	6	11
استشارة ذوي الخبرة التسويقية	4	08
توفير قسم او موظف خاص بالتسويق	5	09
اجراء بحوث تطوير	2	04
تطوير المنتجات بشكل مستمر	10	19
المجموع	53	100

يوضح الجدول رقم (5-6) أنه يمكن حل مشكلة التسويق من خلال عدة أمور والتي يمكن ترتيبها حسب أهميتها كالتالي:

1. توفير منافذ توزيع ملائمة.
2. تطوير المنتجات بشكل مستمر ، وذلك من خلال البحث والتطوير .
3. تخفيض أسعار المنتجات وذلك باتباع استراتيجيات تسعير مناسبة.
4. تطوير الوسائل الترويجية.
5. توفير قسم أو موظف خاص بالتسويق .
6. استشارة ذوي الخبرة التسويقية
7. تحسين الجودة.
8. إجراء بحوث تطوير .

جدول رقم (5-7)

وسائل الترويج

الوسيلة	العدد	النسبة %
الدعاية والإعلان	5	20
مشاركة في المعارض	14	56
اصدار نشرات	6	24
المجموع	25	100

يبين الجدول (5-7) أن وسيلة الترويج الأفضل حسب اعتقاد أصحاب المصانع هي المشاركة في معارض للصناعة ، وكانت الإجابة ما نسبته 56 % ، بينما كانت وسيلة إصدار النشرات في المرتبة الثانية، وذلك بما نسبته 24%، أما الدعاية والإعلان فكانت النسبة 20%، وهذا بدوره ينفي الفرضية التي وضعها فريق البحث بأنه " لا يوجد علاقة بين المشاكل التي تواجه صناعة الأحذية وبين توجه المصانع إلى تسويق منتجاتهم بالطرق الإعلانية والدعائية المختلفة " .

3-2-6 المنافسة:

تعتمد القدرة التنافسية لمنتجات الأحذية في الأسواق المحلية وأسواق التصدير على مدى إقبال المستهلكين لشرائها، وهذا يعكس قدرتها على المنافسة السعرية أو النوعية.

جدول رقم (6-1)

مصادر المنافسة

المصدر	العدد	النسبة %
محلية	7	27
اسرائيلية	4	15
عربية	0	0
اجنبية	15	58
المجموع	26	100

وتشير البيانات الواردة في الجدول رقم (6-1) إلى أن مصدر المنافسة الأول لمصانع العينة التمثيلية هي منافسة أجنبية ، وهي الأحذية المستوردة من جنوب شرق آسيا، وهذه النتيجة تنفي الفرضية التي وضعها فريق البحث بأنه" لا يوجد علاقة بين المشكلات التي تعاني منها صناعة الأحذية في مدينة الخليل وبين المنافسة الشديدة للصناعات المماثلة الأجنبية المستوردة ". وقد ازدادت هذه الضغوطات التنافسية منذ عام 1998 خاصة بعد أن عملت إسرائيل على تحرير تجارتها مع هذه الدول، والتزام السلطة الفلسطينية معها ببروتوكول باريس الاقتصادي،وهذا بدوره يؤكد الفرضية التي وضعها فريق البحث بأنه" يوجد علاقة بين الأوضاع السيئة التي تعيشها صناعة الأحذية وبين التزام السلطة الفلسطينية ببروتوكول باريس الاقتصادي"

بالإضافة إلى المنافسة الأجنبية ، يوجد هناك منافسة محلية بين مصانع الأحذية الموجودة والتي يمكن تفسير وجودها بين المصانع المحلية إلى أن كثيرا من هذه المصانع أنشئ بطريقة عشوائية دون تخطيط، حيث أنه جرت العادة في مجتمعات العالم الثالث على إنشاء مصانع تنتج نفس السلع المنتجة محليا وخاصة إذا ما لوحظ أن مثل هذه المصانع تحقق أرباحا مقبولة، إنه من المنطق أن يجري

الاستثمار على نطاق واسع في عدة صناعات متكاملة وليست متشابهة حتى تستطيع أن تخلق هذه المنشآت سوقا لبعضها البعض.

أما المصانع التي تواجه منافسة إسرائيلية فهي التي تقوم بتوزيع منتجاتها داخل لإسرائيل، بالرغم من أن الأحذية المصنعة في مدينة الخليل قد حققت نجاحا نسبيا في إسرائيل؛ فقد استطاعت أن تنافس على أساس السعر والجودة لذوي الدخل المحدود والمتوسط، إلا أنها حاليا تواجه مشكلة وذلك بعد قيام إسرائيل على تحرير تجارتها مع دول جنوب شرق آسيا، وإلغاء الحماية الجمركية على الواردات من الأحذية .

أما فيما يتعلق بمنافسة الدول العربية فيشير الجدول (6-1) إلى عدم وجود أي منافسة من قبل الدول العربية في الأسواق المحلية.

جدول رقم (6-2)

مدى منافسة منتجات مصانع العينة للمنتجات المحلية والإسرائيلية والأجنبية

	منافسة جدا		منافسة إلى حد ما		غير منافسة		المجموع والنسبة
	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	
المنتجات المحلية	7	41	10	59	0	0	17 (100)
المنتجات الإسرائيلية	10	59	7	41	0	0	17 (100)
المنتجات الأجنبية	10	59	5	24	2	17	17 (100)

يتضح من الجدول رقم (6-2) مدى منافسة منتجات مصانع العينة لكل من المنتجات المحلية والإسرائيلية والأجنبية؛ فقد اعتبرت منتجات العينة التمثيلية منافسة إلى حد ما للمنتجات المحلية بما نسبته 59 %، في حين اعتبرها البعض بأنها منافسة جدا وذلك بما نسبته 41%.

وقد كانت منتجات مصانع العينة منافسة جدا للمنتجات الإسرائيلية بما نسبته 59%، وقد صنفت من قبل البعض الآخر بأنها منافسة إلى حد ما بما نسبته 41%.

وقد اعتبر أصحاب مصانع العينة بأن منتجاتهم منافسة جدا لمنتجات الدول الأجنبية بما نسبته 59% ، في حين اعتبرها آخرين بأنها منافسة إلى حد ما بنسبة 24%.

جدول رقم (6-3)

اعتمادية المنافسة

اعتماد المنافسة على	العدد	النسبة %
السعر	8	32
الجودة	15	60
غير ذلك	2	08
المجموع	25	100

يشير الجدول رقم (6-3) إلى أن اعتماد المنافسة عند 60 % من مصانع العينة التمثيلية هو على الجودة في المقام الأول، إذ لا بد لمثل هذه الصناعات وفي ظل هذه الظروف أن تعتمد على عنصر الجودة والنوعية المميزة، في حين أن 32 % من مصانع العينة تعتمد في منافستها على السعر، بينما أشار 08 %من أصحاب المصانع بأنهم يعتمدون في منافستهم على تنوع الإنتاج .

جدول رقم (6-4)

زيادة القدرة التنافسية

الاقتراحات	العدد	النسبة %
تحسين نوعية الانتاج	6	20
تخفيض الاسعار	9	30
توسيع الطرق الاعلانية	5	17
دراسة الانتاج المنافس	8	27
اخرى	2	06
المجموع	30	100

تشير بيانات الجدول رقم (6-4) إلى أنه يمكن زيادة القدرة التنافسية حسب وجهة نظر أصحاب مصانع العينة من خلال :

1. تخفيض الأسعار وكان هذا اقتراح 30%من أصحاب مصانع العينة.
2. دراسة الإنتاج المنافس، وكان اختيار أصحاب المصانع لهذا الاقتراح يشكل ما نسبته 27% .

3. تحسين نوعية الإنتاج وكانت النسبة 20%.

4. توسيع الطرق الإعلانية، وكانت النسبة 17% فقط، وكما ذكر سابقا فإن مصانع الأحذية قلما تركز على الدعاية والإعلان مقللين من أهميته كنوع من أنواع الاستثمار، والحصول على العوائد التي يجنيها.

5. أجاب بعض أصحاب المصانع أنه يمكن زيادة القدرة التنافسية من خلال توفير خامات بأسعار أقل، وتفعيل نشاط رجال المبيعات ، بالإضافة إلى وقف الاستيراد وخاصة من جنوب شرق آسيا ولا سيما الصين.

3-2-7 البنية التحتية:

جدول رقم (7-1)

البنية التحتية

المشكلة	العدد	النسبة %
توافر المياه	1	03
توافر الكهرباء	4	14
خدمة الهاتف	0	0
خدمات الصرف الصحي	3	10
الابنية اللازمة	12	41
الطرق والمواصلات	3	10
وسائل الامن والحماية	6	22
المجموع	29	100

يشير الجدول رقم (7-1) أعلاه إلى وجود عدة مشاكل يعاني منها مجتمع العينة المختارة فيما يتعلق بالبنية التحتية وهي:

1. يعاني 41% من مصانع العينة نقصا في الأبنية اللازمة والمناسبة لمثل هذا النوع من الصناعات، وإلى افتقار مدينة الخليل إلى منطقة صناعية بالمعنى الحقيقي، وهذا يؤدي ببعض أصحاب المصانع والمشاغل لإقامة مصانعهم في مناطق سكنية وفي أماكن تخلو من الظروف الصحية لمثل هذه الصناعات والتي تعتمد اعتمدا كبيرا على المواد الكيميائية الخطرة .
2. عدم توفر وسائل الأمن والحماية في مصانع العينة المختارة وذلك بنسبة 22%، فمن المتعارف عليه أن صناعة الأحذية لا تخلو من المخاطر كاستنشاق الغازات السامة والمنبعثة من تصنيع الأحذية وغيرها من الأمور التي تؤدي في النهاية إلى التأثير على وضع العامل الصحي.
3. تعاني 14% من مصانع العينة من انقطاع التيار الكهربائي أو ضعفه مما يؤدي إلى زيادة التالف من الوحدات المنتجة ، وتوقف الآلات عن العمل مما يؤدي رفع كلفة الإنتاج.
4. تعاني 10% من مصانع العينة من عدم توفر خدمات الصرف الصحي بشكل يضمن سلامة العمال.

5. تواجه10% من مصانع العينة مشكلة تتعلق بالطرق والمواصلات.

6. تواجه بعض المصانع مشاكل متعلقة بعدم توفر المياه لفترات من الزمن مما يؤثر على نسبة الإنتاج، وبالتالي زيادة تكلفته وخاصة عندما يقوم المصنع بتوفير المياه بواسطة شراء الصهاريج.

7. لا تعاني مصانع العينة المختارة من مشاكل فيما يتعلق بخدمة الهاتف .

إن هذه النتائج التي تم التوصل إليها تتنافى مع الفرضية التي وضعها فريق البحث وهو أنه " لا يوجد علاقة بين الأوضاع التي تعيشها صناعة الأحذية والمشاكل التي تواجهها وبين عدم توفر بعض خدمات البنية التحتية في مدينة الخليل".

الفصل الرابع

دور نظم المعلومات في تطوير الوضع الحالي

والحد من المشكلات التي تواجه قطاع صناعة الأحذية

محتويات الفصل

الموضوع	الصفحة
4-1 مقدمة عن نظم المعلومات	62
4-1-1 تعريف نظم المعلومات	62
4-1-2 اسباب الحاجة إلى تطوير نظم المعلومات	64
4-2 المشاكل التي تواجه صناعة الأحذية ودور نظم المعلومات في حلها	67
4-2-1 المشاكل التي تواجه قطاع صناعة الأحذية	67
4-2-2 دور نظم المعلومات في الحد من المشاكل	67
4-2-3 أنواع نظم المعلومات التي يمكن استخدامها في هذه الصناعة	71

الفصل الرابع

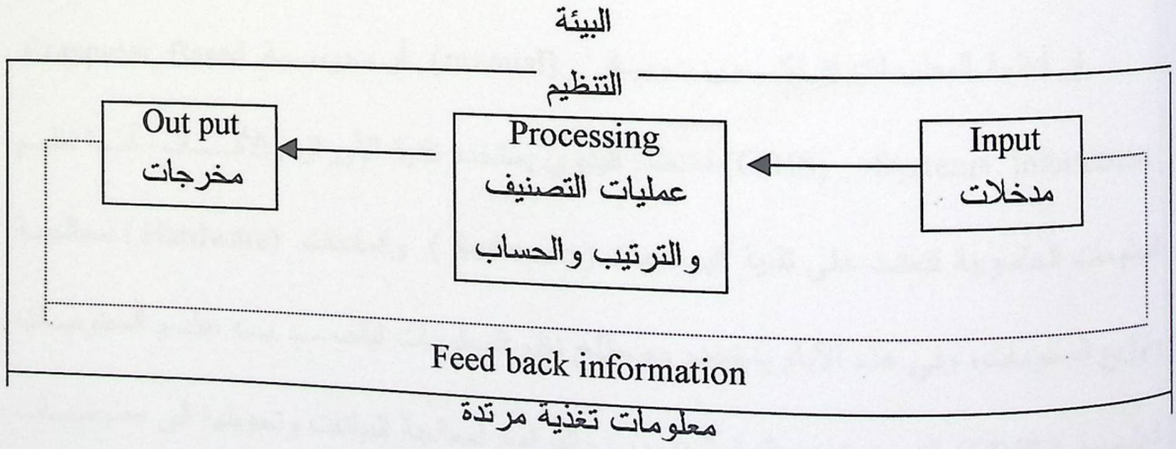
دور نظم المعلومات في تطوير الوضع الحالي والحد من المشكلات التي تواجه قطاع صناعة الأحذية

4-1 مقدمة عن نظم المعلومات

4-1-1 تعريف نظم المعلومات Information Systems Definition[1]

يمكن تعريف نظم المعلومات من الناحية الفنية على أساس انه مجموعة من الإجراءات التي تقوم بجمع واسترجاع وتشغيل وتخزين وتوزيع المعلومات بتدعيم اتخاذ القرارات والرقابة في التنظيم، وأيضا تساعد المديرين والعاملين في تحليل المشاكل وتطوير المنتجات المقدمة وخلق المنتجات الجديدة.

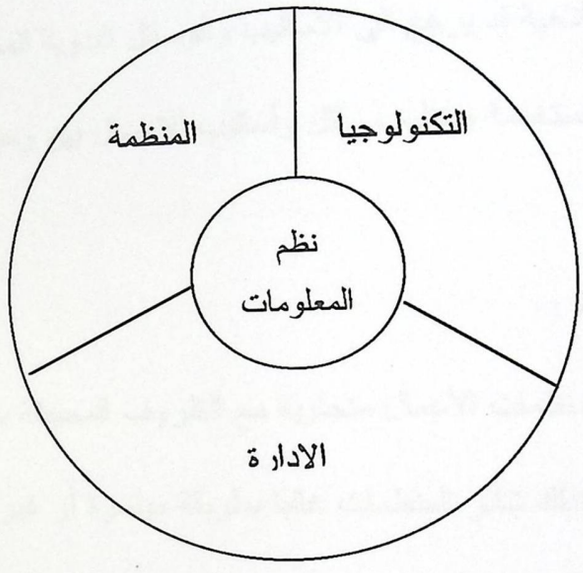
نظم المعلومات تحتوي على معلومات عن التنظيم والبيئة المحيطة، ويتم إنتاج المعلومات من خلال ثلاثة أنشطة رئيسية هي : المدخلات والعمليات التشغيلية والمخرجات، وتعتبر معلومات التغذية المرتدة مخرجات ترتد إلى الأفراد المسؤولين عن الأنشطة في المنظمة لتقييم وتحسين المدخلات.



شكل (4-1) نظم المعلومات الإدارية

[1] سونيا البكري. نظم المعلومات الادارية . 1997. الإسكندرية : اشعاع. ص ص 14،19.

أما من المنظور الإداري فتعتبر نظم المعلومات اكثر من مجرد نظـــام مدخـــلات وعمليـــات تحويلية ومخرجات بل تعتبر حل تنظيمي واداري مبني على تكنولوجيا المعلومـــات (IT) لمواجهـــة التحديات المفروضة من البيئة. ان استخدام نظم المعلومات يقتضي فهما للنواحي التنظيمية والإداريـــة وتكنولوجيا المعلومات التي تسود التنظيم، ويبين الشكل (4-2) كيف تعمل العناصر الخاصة بـــالتنظيم والإدارة وتكنولوجيا المعلومات وتتفاعل لخلق النظام الذي يمكن ان يواجه التحديات ويقـــدم الحلـــول الإدارية للمشاكل التي تنشأ في التنظيم.



شكل (4-2) نظم المعلومات وعلاقتها ببيئة العمل.

إن أنظمة المعلومات قد تكـــون يدويـــة (manual) أو محوســـبة Computer Based Systems Information (CBIS)،فالنظام اليدوي يستخدم تقنية الأوراق والأقـــلام، أمـــا نظـــم المعلومات الحاسوبية فتعتمد على تقنية البرمجيات (Software) والماديات (Hardware) لمعالجـــة وتوزيع المعلومات، وفي هذه الأيام يستخدم مصطلح نظم المعلومات ليقصـــد بـــه نظـــم المعلومـــات الحاسوبية (CBIS) التي تستخدم تقنية الحاسوب والبرامج لمعالجة البيانات وتحويلها الى معلومـــات ذات معنى.

4-1-2 أسباب الحاجة إلى تطوير نظم المعلومات :

ترجع الحاجة إلى تطوير نظم المعلومات إلى عدة أسباب [2]:

1. عدم الصلاحية :

أي أن تشغيل النظام الحالي بما يحتويه من نظم فرعية وإجراءات عمل ... الخ، اصبح بطريقة أو بأخرى غير فعال ولا يأتي بربح للمنشأة مقارنة بالبدائل الأخرى المتاحة، وغالبا ما تحتوي هذه البدائل على إدخال الأساليب ووسائل الجديدة مثل الحواسيب او وسائل جديدة لمعالجة وحفظ البيانات. وكذلك فان عدم الصلاحية قد يرجع الى الأساليب والوسائل اليدوية المستخدمة مما يتطلب إعادة تصميم المستندات المستخدمة وتنظيم وسائل وأساليب الاتصال بين وحدات النظم المختلفة داخل المنظمة.

2. البيئة الاقتصادية :

غالبا ما تكون جميع منظمات الأعمال متجاوبة مع الظروف المحيطة بها ، وخصوصا الظروف الاقتصادية للدولة، وكذلك تتأثر المنظمات غالبا بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بالظروف الاقتصادية للعالم الخارجي، فالمنظمات تقوم باتباع نظم خاصة في حالة فترات الكساد أو الرواج، كما ان معظم المنظمات تقوم باتباع نظم وأساليب ووسائل جديدة لمسايرة الانتاج الاقتصادي، ونجد ان حجم الأعمال يزداد في فترات الرواج بينما يقل في فترات الكساد أو الحروب، وبالتالي فان وجود نظام متكامل ومتطور للمعلومات سوف يساعد الإدارة على معرفة البدائل الأخرى المتاحة، كما يساعدنا بالتالي على حسن اختيار البديل الأمثل في الوقت المناسب.

3. الاختراعات والابتكارات العلمية والتكنولوجيا :

أن تطوير وابتكار وسائل أو أساليب جديدة في العمل قد يؤدي إلى ضرورة وجود نظام متطور للمعلومات وخير مثال على ذلك اختراع الحواسيب وما صاحب ذلك من تحول عن استخدام النظم

---

[2] يونس أبو اسنينة وسائد الحرباوي ، دراسة تحليلية وتطويرية للمستشفى الأهلي في الخليل. جامعة بوليتكنك فلسطين. 2000.ص ص 13،14.

اليدوية في حفظ واسترجاع المعلومات إلى أساليب التكنولوجيا الحديثة لحفظ ومعالجة واسترجاع للبيانات والمعلومات من خلال الحاسوب.

4. تخطيط المنظمة :

يجب أن يصاحب تخطيط الأعمال في أي منشاة تخطيطا مماثلا لتطوير نظام المعلومات بحيث يساعد على تتابع العمل بكفاءة، فعناصر التخطيط تلعب دورا هاما في أي نظام معلومات، فمثلا إذا كان التخطيط يهدف إلى التوسع في أعمال المنظمة فان نظام المعلومات يجب أن يتطور ليأخذ في الاعتبار التوسعات المطلوبة في المستقبل.

وإذا كانت المنظمة قد استخدمت أساليب تكنولوجية جديدة او قامت بشراء معدات حديثة لتطوير منتجاتها وخدماتها فإنها تحتاج إلى نظام معلومات مواكب لهذا التطور، لان نظام المعلومات يوفر للإدارة العليا معلومات شاملة عن كافة الأمور التي تريد اتخاذ قرار بشأنها.

5. المنافسة :

كثيرا ما تتطلب عوامل المنافسة وجود نظام حديث ومتكامل للمعلومات. فعلى سبيل المثال إذا قامت إحدى المنظمات باستخدام أساليب ووسائل تكنولوجية حديثة لتطوير إنتاجها وتقديم خدمات افضل، ففي هذه الحالة نجد أن معظم المنظمات المماثلة تحاول أن تدخل هذه الأساليب أو الوسائل حتى تستطيع أن تواجه منتجات المنظمة المنافسة وذلك بتقديم خدمات ومنتجات افضل. وتتطلب ظروف المنافسة دائما معلومات مستمرة عن المنظمات المنافسة وعن الظروف المحيطة بها، ولن يأتي ذلك إلا بوجود نظام معلومات متطور يسمح بتزويد الإدارة بالمعلومات المناسبة لها بالوقت المناسب.

6. متطلبات السوق :

كثيرا ما تحتاج زيادة الطلب على سلعة أو منتج معين تطورا مماثلا في نظم المعلومات المستخدمة، فمثلا في بداية ظهور الحواسيب استخدمت في حل عدد من المشاكل الرياضية المعقدة، وعندما

نجحت في أداء هذه الوظيفة بدأت الشركات المنتجة للحواسيب بتطويرها بحيث تستخدم في حل المشاكل الاقتصادية والتجارية.

وهناك عدة أسباب أدت إلى زيادة تفكير المدراء بضرورة تبني فكرة أنظمة المعلومات في شركاتهم وهي:[3]

1. ***التكلفة:*** بمجرد دخول البيانات لأداء معالجة العمليات التبادلية فهي تصبح متاحة داخل النظام الحاسوبي لاستخدامها في توفير المعلومات. وبذلك تقل التكلفة الهامشية لاستخدامها في توليد المعلومات لمختلف الأغراض.

2. ***السرعة :*** يمكن توليد المعلومات بسرعة فائقة ، وهذا يؤدي إلى فعالية القرارات المتخذة.

3. ***التفاعل*** : يحصل المستخدمون على المعلومات المطلوبة عند الحاجة إليها ، فنظم المعلومات تقدم خدمات تفاعلية ضمن النظام.

4. ***المرونة*** : إن توفر نظام حديث للإدارة يتوفر فيه قدر كاف من المرونة يسمح للمدير بتحديد المعلومات المطلوبة .

---

[3] جراهام كورتيس. تحليل وتصميم نظم المعلومات .ترجمة علي يوسف علي. خوارزم للنشر والتوزيع.1998. ص ص 33،34.

4-2 المشاكل التي تواجه قطاع صناعة الأحذية في مدينة الخليل ودور نظم المعلومات في حلها :

4-2-1 المشاكل التي تواجه صناعة الأحذية في مدينة الخليل :

فيما يلي أبرز المشاكل التي تواجه قطاع صناعة الأحذية في مدينة الخليل

1. تعاني غالبية مصانع الأحذية من مشاكل عمالية.
2. مواجهة عقبات في متابعة التطور التكنولوجي.
3. صعوبات في الحصول على المواد الخام.
4. الغالبية العظمى من مصانع الأحذية تعمل بأقل من طاقتها الانتاجية .
5. ضيق السوق المحلي، وعدم وجود منافذ التوزيع، وعدم وجود سياسات تسويقية واضحة.
6. ازدياد الضغوطات التنافسية من قبل المنتجات الأجنبية والمحلية.
7. صعوبات في البنية التحتية.

4-2-2 دور نظم المعلومات في الحد من المشاكل التي تواجه صناعة الأحذية :

من خلال نتائج الدراسة التي تم التوصل إليها تبين أن استخدام نظم المعلومات في مصانع الأحذية له دور مهم وفعال في حل الأزمة الشديدة التي تمر بها مصانع وشركات الأحذية :

1. المشاكل العمالية :

تقدم أنظمة المعلومات حلولا فعالة فيما يتعلق بمواجهة المشاكل العمالية التي تواجه المؤسسات الصناعية فهي تعطي الإدارة فهما واعيا ودقيقا لطبيعة هذه المشاكل ، وذلك من خلال :

- توفير معلومات دقيقة عن العمال ومقياس أدائهم لأعمالهم ، عن طريق الملاحظة أو استخدام الاستبانات لمثل هذا النوع من المهام، وذلك لمساعدة الشركة على اتباع سياسة لدفع الأجور

والرواتب، بحيث يمكن تحقيق مبدأ عدالة الأجور دونما ظلم أو تحيز، بالإضافة إلى معرفة الإدارة بالطرق التحفيزية وسياسات الترقية الملائمة.

- توفير معلومات دقيقة عن الأعمال التي تتم داخل الشركة أو المصنع، ومكونات هذه الأعمال من نشاطات فرعية، ومعرفة للظروف البيئية الخاصة لكل عمل يؤدي إلى قيام الإدارة باتخاذ القرارات الصائبة في عملية الاختيار وإجراء المقابلات والتوظيف – وضع الرجل المناسب في المكان المناسب – هذا بدوره يؤدي إلى زيادة الرضى الوظيفي عند الموظفين والعمال وبالتالي زيادة ولائهم وانتمائهم للشركة، والتقليل أو الحد من التغيب ودوران العمل(Turnover) .
- توفير برامج تدريبية حاسوبية مناسبة تساهم مساهمة فعالة في رفع الأداء الوظيفي وزيادة إنتاجية الفرد من خلال فهمه لمعطيات العمل وبالتالي زيادة مهاراته وقدراته.

2. **مواجهة عقبات في متابعة التطور التكنولوجي** واستخدام الآلات الحديثة وصعوبة الحصول عليها بسبب الإجراءات المتعلقة في عملية استيرادها وصيانتها:

يمكن لأنظمة المعلومات مساعدة الإدارة في المصنع أو الشركة على بناء علاقات قوية وثقة متبادلة بينها وبين الشركات المصنعة لمثل هذه الآلات والتي بناء عليها يتم الحصول على الآلات بأسعار معقولة وتقديم المشورة في عمليات الصيانة والتدريب على استخدامها، إنشاء علاقات تبادلية مصلحية، يتم ذلك من خلال اشترك المصنع بتكنولوجيا الاتصالات الحديثة مثل "الإنترنت" والتي من خلالها يتم الحصول على معلومات مفصلة ودقيقة عن توفر تلك الآلات ، فيتيح ذلك للمصنع فرصة اختيار الأفضل وبحسب المقاييس والسعر المحدد. فأصبح بإمكان الإدارة توفير المعلومات اللازمة والضرورية عن تطور الصناعات المماثلة ، وتطور الآلات المستخدمة في الإنتاج.

3. **صعوبة الحصول على المواد الخام :**

توفر أنظمة المعلومات للشركات والمصانع إمكانية الشراء والحصول على المواد الخام بأسعار مناسبة وبوقت أسرع، وذلك من خلال عمليات الشراء بواسطة الإنترنت، كما أنها توفر معلومات

دقيقة عن توفر الخامات بمواصفات عالية، ففي هذه الحالة تصبح شركات ومصانع الأحذية ليست بحاجة للوكالات الإسرائيلية لهذه المواد وتحكمهم بالسعر.

يمكن لمصانع الأحذية الاستفادة من أنظمة المعلومات في إعداد برامج حاسوبية خاصة لإجراء مسوحات شاملة للمواد الخام المتوفرة محليا ومن ثم إعداد الدراسات اللازمة لاستثمار هذه المواد بالشكل المناسب.

تساعد أنظمة المعلومات بتوفير معلومات شاملة وحقيقية عن إمكانية إنشاء صناعات تكميلية قادرة على الوفاء باحتياجات هذه الصناعة.

4. الغالبية العظمى من مصانع الأحذية تعمل بأقل من طاقتها الإنتاجية :

نشأت هذه المشكلة من عدة عوامل منها زيادة الضغوطات التنافسية، وضيق السوق المحلي، وعدم وجود سياسات تسويقية واضحة، وصعوبة متابعة التطور التكنولوجي، وصعوبة الحصول على المواد الخام، كل هذه العوامل وغيرها أدت إلى جعل المصانع وشركات الأحذية تعمل بأقل من طاقتها الإنتاجية بما يعادل الضعف تقريبا. إن أنظمة المعلومات يمكنها معالجة هذه العوامل كل على حدة ، بالإضافة إلى أنها تساعد في تقديم العديد من الخدمات الداعمة للعمليات الإنتاجية المختلفة ، وزيادة الكفاءة في إنجاز المهام المطلوبة ورفع مستوى الإنتاجية من خلال التركيز على الجودة العالية، وبأقل قدر ممكن من المصادر والموارد.[4]

5.ضيق السوق المحلي وقلة منافذ التوزيع الملائمة، وعدم وجود سياسات تسويقية واضحة :

- تقوم أنظمة المعلومات بتزويد المصنع أو الشركة بمعلومات تفصيلية وتحليلية عن البيع والتسويق، التنبؤ عن مبيعاتها المستقبلية، المستهلكين المحتملين وما هي أذواقهم وميولهم واتجاهاتهم في عملية الشراء، وما هي العوامل المؤثرة في ذلك.

---

(4) Uma G. Gupta . Management Information Systems. , p 17,18

- تزويد المصنع أو الشركة بخدمة التجارة الإلكترونية من خلال الإنترنت، هذا بدوره يعمل على حل مشكلة عدم توفر منافذ للتوزيع.
- تمكن الإدارة من اتباع الوسائل الحديثة في استخدامها لإستراتيجيات تسويق وتوزيع ملائمة، وإمكانية التطور المستمر لهذه الإستراتيجيات بما يتفق مع التغييرات الحاصلة في البيئة الخارجية للشركة أو المصنع.
- تزويد الشركة بمعلومات عن أفضل الوسائل الإعلانية والدعائية لمثل هذا النوع من الصناعة لترويج وتسويق الإنتاج بالشكل الفعال.
- تزويد الشركة أو المصنع بمعلومات حول تطور الصناعات المماثلة في العالم، وامكانية إجراء بحوث لتطوير الإنتاج بما يتلاءم مع التغييرات البيئية المختلفة.

6. ازدياد الضغوط التنافسية من قبل المنتجات المماثلة الأجنبية والمحلية :

أصبح العالم اليوم في ظل المنافسة العالمية كقرية صغيرة تنافس في ظلها الشركات والمصانع على المستوى العالمي، هذا بدوره أدى إلى التحديات المفروضة على هذه الشركات والمصانع. هنا يتجلى دور نظم المعلومات في التغلب على هذه الضغوطات، واستغلال الفرص المتاحة في البيئة الخارجية، فهذا يتطلب نظام استراتيجي يقوم بتحديد الفرص ويبين الطرق التي من خلالها يتم الاستغلال الأمثل لهذه الفرص ، لتكون الشركة متميزة عن غيرها من الشركات المماثلة المحلية والأجنبية.

يمكن لنظم المعلومات تزويد الشركة أو المصنع بالعديد من الاستراتيجيات التنافسية التي في ضوئها تنافس الشركة بتفوق وتميز (Competitive Advantage) وهذه الاستراتيجيات هي :

- التميز في المنافسة عن طريق السعر.
- التميز من خلال تقديم المنتجات الخاصة والفريدة.
- تحديد فئة من المستهلكين والتركيز على تلبية احتياجاتهم.

7. مواجهة صعوبات في البنية التحتية :

تواجه مصانع الأحذية في مدينة الخليل صعوبات في البنية التحتية من حيث توفر وسائل الأمن والحماية، وعدم وجود أبنية مناسبة لمثل هذا النوع من الصناعة.

- وتقوم أنظمة المعلومات بتزويد الشركة أو المصنع بالمعلومات اللازمة عن خطورة المواد المستخدمة في هذه الصناعة على الصحة العامة للعمال وعلى البيئة المحيطة ، وتزويد الشركة أو المصنع بالتدابير العلاجية والوقائية لتقوم الشركة بالأخذ بها وتطبيقها للمحافظة على الصحة العامة وسلامة موظفيها وبالتالي تجنب التبعات القانونية التي قد تنشأ بسبب تدهور صحة العاملين، وإصابات العمل.

- تقوم أنظمة المعلومات بتزويد الشركات والمصانع بالمعلومات اللازمة للتعرف على أفضل المناطق ليتم فيها بناء الأبنية اللازمة والملائمة لهذه الصناعة، وذلك من خلال عمل دراسات مسحية شاملة، بحيث تراعى فيها كل وسائل الأمن والحماية.

فشركات ومصانع الأحذية في مدينة الخليل كغيرها من قطاعات الصناعة الفلسطينية أصبحت عرضة للتغيرات الاقتصادية العالمية، ففي ظل العولمة والمنافسة العالمية الشديدة أصبح العالم كقرية صغيرة تنافس فيها الشركات الصناعية ليس فقط على مستوى المنطقة أو الدولة التي توجد فيها وإنما على المستوى العالمي، ويتجلى ذلك من خلال الاستيراد والتصدير ، فبعد توقيع بروتوكول باريس الاقتصادي بين السلطة الفلسطينية وإسرائيل، أصبحت فلسطين كغيرها من دول العالم النامي تشكل سوقا استهلاكيا للمنتجات الأجنبية وخاصة من دول جنوب شرق آسيا . ولما كانت السرعة في إنجاز الأعمال وتلبية احتياجات الزبائن من أهم عوامل بقاء ونجاح المنشآت الصناعية وشركات الأعمال، كان لا بد من توفر التكنولوجيا الحديثة والاستفادة من المميزات التي تضيفها من إنجاز للأعمال بوقت أقل وجودة أعلى وتكاليف أقل.

4-2-3 أنواع نظم المعلومات التي يمكن استخدامها في قطاع صناعة الأحذية :

من خلال ما سبق تبين أن شركات ومصانع الأحذية تواجه صعوبات ومشاكل في الأيدي العاملة ، الآلات والمعدات ، المواد الخام ، التسويق ، المنافسة ، والبنية التحتية، وتبين أيضا كيف يمكن لنظم المعلومات أن تساعد في حل هذه المشكلات، وفي هذا القسم سيتم التعرف على أنواع نظم المعلومات التي يمكن استخدامها بكل سهولة ، كل نوع منها يختص بنوع معين من الأعمال داخل الشركة أو المصنع ويكون موجه إلى فئة معينة من الأشخاص، وهذه الأنواع يمكن تصنيفها وفقا لمعايير مختلفة،منها التصنيف حسب المستويات الإدارية للشركة أو المصنع [5]:

1. نظم المعلومات الاستراتيجية :

وهذه النظم تكون عادة موجهة إلى الإدارة العليا في الشركة، لمساعدتها على التخطيط واتخاذ القرارات بالطرق الاستراتيجية من خلال تحليل البيئة الداخلية والخارجية ومعرفة الخيارات المتوفرة.

2. نظم المعلومات الوظيفية :

وتكون هذه النظم موجهة لخدمة وظيفة محددة من وظائف الشركة ، ومنها :

- نظم معلومات الانتاج : وهي تهتم بالعمليات الإنتاجية داخل المصنع ، الاهتمام بالآلات والمعدات المستخدمة في الانتاج، والاهتمام بالمواد الخام .
- نظم معلومات المبيعات : تهتم بتسويق وبيع المنتجات ومعرفة سلوك المستهلك ، وفهم للتغييرات الحاصلة في البيئة وعلاقتها بالشركة.
- نظم معلومات الموارد البشرية : تهتم بالعنصر البشري داخل الشركة وتكون مسؤولة عن التوظيف والاختيار ، وإجراء المقابلات وتطوير البرامج التدريبية المختلفة وغيرها من الأعمال ، فهي إذن تعمل جنبا إلى جنب مع دائرة القوى البشرية في الشركة.

---

[5] آيات النتشة ولينا ابو عياش. "تطبيق نظام الايزو على شركة ريم سبورت" . جامعة بوليتكنك فلسطين .2000 .ص11.

3. نظم المعلومات التنفيذية :

وتكون موجهة لخدمة العمليات الإدارية مثل نظام معلومات المخـــزون، ونظـــام معلومـــات حســـاب الرواتب والأجور.

يمكن أيضا تقسيم نظم المعلومات إلى ستة أنواع رئيسية تختلف باختلاف وجهـــة اهتمامـــها وطبيعة عملياتها والأشخاص المستفيدين منها :[6]

1. أنظمة أتمتة المكاتب (Office Automation Systems) :

تساعد في تزويد الموظفين بالطرق الفعالة لمعالجة البيانات وحوسبتها.

2. أنظمة الاتصال(Communication Systems) :

تساعد الموظفين داخل المصنع أو الشركة على العمل مع بعضهم البعض من خـــلال المشـــاركة فـــي استخدام البيانات والمعلومات بأشكالها المختلفة.

3. أنظمة المعلومات الإدارية (Management Information Systems) :

تساعد في تنظيم المعلومات وفي مراقبة الأداء، وفي أعمال الصيانة والتنسيق، كما أنها تقـــدم خلفيـــة كاملة للمعلومات حول عمليات الشركة ، حيث يستفيد من هذه المعلومات كل من المدراء والموظفيـــن

4. أنظمة دعم القرارات (Decision Support Systems) :

تهدف إلى مساعدة المديرين في اتخاذ القرارات المتعلقة بالحالات قليلة الحدوث أو غير المتوقعة .

5. نظم دعم جماعات العمل (Groupware Systems) :

صممت هذه النظم من أجل مساعدة المديرين والموظفين العاملين في المنشأة أثناء تأديتـــهم للأنشـــطة اليومية التي تقع ضمن مسؤولياتهم ، وتوفر هذه النظم إمكانيات اتصـــال متطـــورة بيـــن الموظفيـــن باستخدام الشبكات الخارجية.

---

(6) Steven Alter . Management Information Systems .p 215.

6. النظم الخبيرة (Expert Systems) :

نوع متطور من أنواع نظم المعلومات ، وهو من أحد فروع علم الذكاء الصناعي ، يمكن تطويرها بشكل مستقل أو دمجها ضمن نظم دعم القرارات ، أو نظم دعم المديرين، تقوم بتخزين المعلومات بشكل حقائق وقواعد معرفة (Knowledge base) تشبه أو تحاكي عمليات اتخاذ القرارات التي يقوم بها الإنسان الخبير.

الفصل الخامس

الاستنتاجات والتوصيات

محتويات الفصل

الموضوع	الصفحة
1. الاستنتاجات	77
2. التوصيات	79

الفصل الخامس

الاستنتاجات والتوصيات

1. الاستنتاجات

تم التعرف في هذه الدراسة على الظروف والمشاكل والأوضاع الحالية لصناعة الأحذية في مدينة الخليل من حيث الموارد البشرية العاملة فيها، والآلات ومعدات الانتاج المستخدمة، والمواد الخام وأنواعها ومصادر الحصول عليها، والانتاج، والتسويق، والمنافسة ومصادرها، والبنية التحتية فيها.

وفيما يلي أهم الاستنتاجات التي تم التوصل إليها من خلال الدراسة :

1. يتميز أصحاب مصانع الأحذية بوجود التماسك الأسري والروح الحرفية، وهذا وقع حائلا دون توحيد مجموعة من المصانع الصغيرة معا وتشكيل شركات مساهمة كبيرة، تلك الشركات التي ستستفيد من مزايا الانتاج الكبير وتقلل النفقات للوحدات المنتجة، كما ستتمكن من الحصول على ماكنات وآلات أكثر حداثة وانتاجية، لا يمكن لمالك المصنع الصغير توفيرها، هذا عدا عن وقوف مثل هذه الشركات الكبيرة صامدة في وجه المنافسة المحلية والخارجية.
2. تعاني غالبية مصانع الأحذية من مشاكل عمالية ؛ مثل عدم الرضى عن الأجور والرواتب، وما ينجم عن ذلك من تغيب وعدم الانتماء والتعاون.
3. تواجه صناعة الأحذية عقبات كثيرة في متابعة التطور التكنولوجي واستخدام الآلات الحديثة، ويعود ذلك لارتفاع أسعار تلك الآلات، وصعوبة الحصول عليها بسبب الإجراءات المعقدة في عملية استيرادها، وصعوبات في عمليات الصيانة .
4. تواجه صناعة الأحذية صعوبات في الحصول على المواد الخام تتمثل في الوكالات الاسرائيلية لهذه المواد، وارتفاع السعر وزيادة كلفة ما تنتجه من بضائع حيث أن المواد الخام الموجودة في السوق المحلي لا تكفي للإنتاج.

5. إن 76 % من مصانع الأحذية تعمل بأقل من طاقتها الإنتاجية وإن هذا الانخفاض راجع إلى فتح باب الاستيراد وخاصة من جنوب شرق آسيا وطرح بضائعها في الأسواق المحلية بسعر يقل كثيرا عن سعر المنتجات المحلية .

6. ضيق السوق المحلي وقلة منافذ التوزيع الملائمة، وقلة التصدير للدول العربية أو للخارج عبر الموانئ، وعدم وجود سياسات تسويقية واضحة.

7. ازدياد الضغوطات التنافسية مع المنتجات الأجنبية، وخاصة تلك المستوردة من جنوب شرق آسيا، منذ عام 1998 خاصة بعد أن عملت إسرائيل على تحرير تجارتها مع هذه الدول والتزام السلطة الفلسطينية معها ببروتوكول باريس الاقتصادي. بالإضافة إلى وجود منافسة محلية قوية.

8. إن الوضع السياسي غير المستقر وتعثر العملية السلمية وتحكم إسرائيل في المعابر والحدود والموانئ قد ترك بصمات واضحة على اقتصاديات الأراضي الفلسطينية بصورة عامة وعلى القطاع الصناعي بصورة خاصة ولا سيما صناعة الأحذية، ويتجلى ذلك في محاولة إسرائيل تهميش الاقتصاد الفلسطيني وتكريس تبعيته وإلحاقه بالاقتصاد الإسرائيلي.

9. إن صناعة الأحذية في مدينة الخليل تواجه صعوبات عديدة فيما يتعلق بالبنية التحتية، وخاصة عدم توافر الأبنية اللازمة لمثل هذا النوع من الصناعة حيث تفتقر المدينة من وجود منطقة صناعية بالمعنى الحقيقي لمثل هذا النوع من الصناعات، وعدم توفر وسائل الأمن والحماية في المصانع.

2. التوصيات

فيما يلي بعض التوصيات التي يرى فريق البحث ضرورة الأخذ بها من أجل تخفيف حدة المشاكل التي تواجه صناعة الأحذية في مدينة الخليل :

- **توصيات خاصة بأصحاب المصانع:**

1) العمل على إنشاء اتحادات كل منها تضم ثلاثة أو أربعة مصانع بحيث يتمكن هذا الاتحاد من شراء المواد الخام والآلات بالكميات والأسعار المناسبة مما يؤدي إلى تطوير هذه الصناعة واستخدام التقنيات العلمية والتكنولوجية الحديثة، وتستطيع أن تستفيد من مزايا الانتاج الكبير من تخفيض لتكلفة الانتاج للوحدة الواحدة ووقوفها صامدة في وجه المنافسة المحلية والأجنبية وعدم تأثرها بالضغوطات التنافسية الشديدة .

2) إنشاء مركز للمعلومات (Information Center) لتزويد الشركة بالمعلومات الضرورية عن السوق المحلي والخارجي وطبيعة المنافسة وامكانية دخول أسواق جديدة والاطلاع الدائم على أحدث الموديلات والمواصفات العالمية والتنبؤ بالفرص الجديدة والتحذير من وجود مخاطر ليتم التصدي لها ومعالجتها قبل وقوعها.

3) استخدام التكنولوجيا المتطورة وأجهزة الكمبيوتر خاصة في عمليات التصميم والتشطيب ، واستخدام البرامج الجاهزة (Software) لمثل هذه الأعمال، لما يضيفه ذلك من دقة وإتقان وسرعة في العمل.

4) إرسال العاملين لدورات تدريبية في الداخل والخارج ليتم اطلاعهم بشكل مستمر على ما هو حديث، وإعطائهم الحوافز المادية وغير المادية وغيرها من الأمور التي من شأنها أن تزيد الرضى الوظيفي وتقلل من المشاكل العمالية وبالتالي تزيد الإنتاجية .

5) ضرورة الاهتمام بالدعاية والإعلان لما لها من فوائد في تعريف المستهلك بمزايا المنتجات وتحريك دوافعه ورغباته للحصول عليها، ضرورة أن يعمل أصحاب المصانع على إقامة علاقات وثيقة مع مراكز ومؤسسات الأبحاث لدراسة ميول المستهلكين وأذواقهم واتجاهاتهم.

- **توصيات خاصة بوزارتي الصناعة والتجارة :**

1. ضبط عملية الاستيراد العشوائي للأحذية ووضع معايير للجودة وتطبيقها فعليا على أرض الواقع والتحقق من كفاءة المستورد بحيث يخضع لمعايير معينة مثل حصوله على رخصة للاستيراد.
2. أن يتم الاستيراد وفقا لحاجة السوق.
3. توفير التسهيلات المتعلقة بإرجاع ضريبة الشراء والضريبة المضافة (17 %) على المواد الخام.
4. إيجاد منطقة صناعية لمثل هذا النوع من الصناعات تتوفر فيها الظروف البيئية والصحية الملائمة.
5. إنشاء الصناعات التكميلية القادرة على الوفاء باحتياجات هذه الصناعة.
6. ضرورة التوجه لإعداد مسوحات شاملة للمواد الأولية المتوفرة محليا ومعرفة مواصفاتها الفنية، ومن ثم اعداد الدراسات لاستثمار هذه المواد.

المراجع والملاحق

قائمة المراجع والمصادر

المراجع العربية :

1. آيات النتشة ولينا أبو عياش. تطبيق نظام الايزو على شركة ريم سبورت.جامعة بوليتكنك فلسطين.2000.

2. باسم مكحول." واقع وآفاق صناعة الأحذية في فلسطين".الأيام .ت(23 تشرين أول 1999).

3. بشير العلاق وآخرون. استراتيجيات التسويق . عمان : دار زهران للنشر.1999.

4. جراهام كورتيس. تحليل وتصميم نظم المعلومات.ترجمة علي يوسف علي. خوارزم للنشر والتوزيع. 1998.

5. ذوقان اعبيدات وآخرون. البحث العلمي. عمان : دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.1983.

6. سونيا البكري. نظم المعلومات الإدارية. الاسكندرية : الإشعاع للنشر والتوزيع.1997.

7. عبد العليم دعنا. صناعة الأحذية. دراسة ميدانية لم تنشر.1987.

8. كمال حسونة. " أسس التنمية الاقتصادية ". الاقتصاد. (ع2، أيلول1992) ص9.

9. ماهر الهيموني." الوضع الاقتصادي في مدينة الخليل ". الاقتصاد. (ع4، أيلول1997) ص5.

10. معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني-ماس.(ع5،حزيران 1999).

11. موسى الخطيب. " ثقافة عامة عن الأحذية ". المركز الايطالي الفلسطيني للتدريب المهني.

12. نبيل كوكالي. مشكلات الصناعة في محافظة الخليل. الخليل : مركز البحث العلمي في جامعة الخليل.1987.

13. وزارة العمل الفلسطينية. مركز الإرشاد والتوعية. نشرة رقم27. 1999.

14. يونس أبو اسنينة وسائد الحرباوي، دراسة تحليلية وتطويرية للمستشفى الأهلي في الخليل. جامعة بوليتكنك فلسطين. 2000.

المراجع الأجنبية :

1. Alter Steven . **Management Information Systems.** .2nd. Ed.

2. Gupta Uma G. **Management Information Systems Management Perspective**. 1996.

3. Nickerson Robert C.. **Business And Information Systems** . Sanfransesco State.

الملاحق

ملحق (أ) : استبانة البحث.

ملحق (ب) : غرفة تجارة الخليل : تقرير المنشآت حسب مصانع الأحذية.

ملحق (ج) : نص الاتفاقية الاقتصادية بالعربية (بروتوكول باريس الاقتصادي).

ملحق (د) : المواد الكيميائية المستخدمة في صناعة الأحذية وآثارها الصحية.

ملحق (أ)

استبانة البحث

بسم الله الرحمن الرحيم

استبانة بحث بعنوان

" المشاكل التي تواجه صناعة الأحذية في مدينة الخليل"

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

يقوم فريق البحث بدراسة حول " المشاكل التي تواجه صناعة الأحذية في مدينة الخليل"، وذلك استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في نظم المعلومات من كلية العلوم الإدارية والمعلوماتية بجامعة بوليتكنك فلسطين.

ومن أجل تحقيق هدف هذه الدراسة ، نرجو مساعدتكم بالتكرم بدراسة فقرات الاستبانة والإجابة عليها بدقة وموضوعية ، لما لذلك من أهمية على نتائج الدراسة، وإنني أؤكد لكم بأن المعلومات والبيانات الواردة في هذه الاستبانة ستستخدم فقط لأغراض البحث العلمي وستحاط بالسرية التامة.

شاكرين لكم حسن تعاونكم

فريق البحث

رنا ربحي زيتون

نورا محمد ابو ريان

الرجاء وضع إشارة ✓ في الأقواس بجانب الحالة التي تنطبق، والإجابة في المكان المحدد

القسم الأول (بيانات عامة) :

1. اسم المصنع/الشركة _____

2. اسم صاحب المصنع أو مديره _____

3. العمر _____،المؤهل العلمي _____

4. تاريخ إنشاء المصنع _____

5. العنوان _____

6. نوع ملكية المصنع :

( ) منشأة فردية ( ) شركة تضامن

( ) شركة مساهمة عامة ( ) أخرى (حدد) _____

القسم الثاني (العمال):

1. عدد العاملين في المصنع/الشركة :

* عمال بدون اجر (أصحاب العمل) : _____

* عمال مدفوعي الأجر : عمال مهرة _____ عمال غير مهرة _____

فنيين (تقنيين) _____

إداريين _____

عمال موسميين _____

2. المستوى التعليمي للعاملين في المصنع/ الشركة ؟ (ضع العدد في الخانة المناسبة)

	عامل	إداري	فني
1. أمي			
2. ابتدائي			
3. إعدادي			
4. ثانوي			
5. دورة فنية أو دبلوم			
6. جامعي			

3. أعمار العاملين :

الفئة العمرية	عدد العاملين
اقل من 20	
24 – 20	
29 – 25	
34 – 30	
39 – 35	
40 فما فوق	

4. المشاكل العمالية التي تواجهكم (إن وجدت) :

	دائماً	احياناً	ابداً
التغيب			
عدم الانضباط			
عدم الانتماء والتعاون			
عدم توفر بعض المهارات			
عدم الرضى لدى العاملين عن الأجور والرواتب والمكافئات			
غير ذلك (حدد) _____			

5. يتم تدريب العاملين في المصنع/ الشركة :

( ) تدريب داخل المصنع من قبل العمال المهرة والقدامى.

( ) تدريب في المصنع من قبل المدربين.

( ) دورات تدريبية خارج المصنع.

( ) إرسال العاملين في دورات تدريبية للخارج.

القسم الثالث (الآلات) :

1. مصادر شراء المعدات والآلات :

( ) الأراضي الفلسطينية

( ) إسرائيل

( ) دول أجنبية (حدد) _____

2. هل تواجهون صعوبات في معاملات استيراد المعدات والآلات؟

( ) دائما ( ) أحيانا ( ) أبدا

3. هل تعتقدون ان متابعة التطور التكنولوجي فيما يتعلق بإنتاجكم ضروري ؟

( ) غير ضروري ( ) ضروري ( ) غير ضروري

4. هل تواجهون صعوبات في متابعة التطور التكنولوجي فيما يتعلق بإنتاجكم ؟

( ) نعم ( ) لا

5. ما نوع تلك الصعوبات (حدد) :_____

_____

_____

6. فيما يتعلق بصيانة الآلات والمعدات، فهل تواجهون صعوبات في :

	دائما	أحيانا	أبدا
أ. عدم توفر قطع الغيار			
ب. ارتفاع أسعار قطع الغيار			
ج. عدم وجود عمال الصيانة المهرة			

د. أخرى (اذكرها) _____

القسم الرابع (المواد الخام والإنتاج) :

1. مصدر الحصول على المواد الأولية المستخدمة في الانتاج :

المصدر	النسبة %
الأراضي الفلسطينية	
إسرائيل	
أوروبا	
أمريكا	
دول أخرى	

2. هل تواجهون صعوبات في الحصول على المواد الخام المستوردة :

( ) دائماً ( ) أحيانا ( ) أبدا

3. المواد الخام المحلية تكفي للانتاج المحلي :

( ) نعم ( ) لا

4. جودة المواد الخام المحلية : ( ) لا اعلم

( ) جودة عالية جداً ( ) جودة عالية

( ) جودة متدنية ( ) جودة متدنية جداً ( ) جودة متوسطة

5. تأثير المواد الخام المحلية على الإنتاج:

( ) تأثير إيجابي ( ) تأثير سلبي ( ) ليس هناك تأثير

6. كمية الانتاج لديكم حاليا :

( ) ضمن الطاقة الانتاجية الكاملة للمصنع ( ) اقل من الطاقة الانتاجية الكاملة للمصنع

7. كمية الانتاج لهذا العام مقارنة بالسنوات السابقة:

( ) نفس المستوى

( ) أقل من السابق (اذكر النسبة)_____

( ) أكثر من السابق(اذكر النسبة)_____

8. الاتجاه العام للطلب على إنتاجكم في السنوات القادمة:

( ) سيرتفع كثيرا ( ) سيرتفع نوعا ما ( ) سيكون ثابتا

( ) سينخفض كثيرا ( ) سينخفض نوعا ما ( ) لا ادري

9. العمل على تطوير الانتاج :

( ) لا يتم تطوير الانتاج بشكل مستمر

( ) يتم تطوير الانتاج من خلال البحوث والتطوير

( ) يتم تطوير الانتاج من خلال تبادل الخبرة وجلب الخبراء المختصين من دول اجنبية

( ) يتم تطوير الانتاج من خلال الحصول على معلومات منتظمة عن تطور الصناعات المماثلة

( ) يتم تطوير الانتاج من خلال تقليد المنافسين

( ) وسائل اخرى (حدد) _____

_____

_____

10. تقسيم تكلفة الانتاج على العمليات :

المواد الخام _____ %	الايدي العاملة _____%	مصادر الانتاج _____%
التخزين _____ %	ماء، كهرباء، وقود _____%	فحص الجودة _____%
المواصلات _____ %	تكاليف اخرى _____%	

11. معدل نسبة التالف من مجموع الإنتاج يقدر بحوالي / شهر :

( ) اقل من 1 %	( ) 1-3 %	( ) 3-6 %
( ) 6-10 %	( ) اكثر من 10 %	

القسم الخامس (التسويق) :

1. ما هي نسبة تسويق منتجاتكم في :

الضفة (____ %)	غزة (____ %)	إسرائيل (____ %)
دول عربية (____%)	دول اجنبية (____ %)	

2. هل تواجهون صعوبة في بيع وتسويق إنتاجكم ؟

( ) نعم ( ) لا

3. اذا كانت إجابة السؤال السابق (نعم) فهل تواجهون صعوبة في :

( ) التسويق المحلي ( ) التسويق الخارجي

4. اذا كنتم تواجهون صعوبة في التسويق المحلي، فذلك يرجع حسب اعتقادكم الى :

( ) أسعار المنتجات المنافسة الأجنبية اقل ( ) أسعار المنتجات المنافسة المحلية اقل
( ) جودة المنتجات المنافسة أعلى ( ) عدم ثقة المستهلكين بالمنتجات المحلية
( ) عدم وجود منافذ توزيع ملائمة ( ) التسهيلات التي يقدمها المنافسون اكبر
( ) عدم الاستخدام الكافي للدعاية والإعلان

5. إذا كنتم تواجهون صعوبة في التسويق الخارجي، فذلك يرجع حسب اعتقادكم الى :

( ) انخفاض مستوى الجودة مقارنة بجودة المنتجات المنافسة
( ) ارتفاع السعر مقارنة بأسعار المنتجات المنافسة
( ) ارتفاع تكلفة الإنتاج
( ) عدم القدرة على تقديم تسهيلات البيع التي يقدمها المنافسون

6. يمكن حل مشكلة التسويق لديكم او التخفيف منها من خلال :

( ) تخفيض أسعار المنتجات
( ) تحسين جودة المنتجات
( ) توفير منافذ توزيع ملائمة
( ) توسيع وتطوير الوسائل الترويجية

( ) استشارة ذوي الخبرة من الخبراء او المؤسسات التسويقية

( ) توفير قسم خاص او موظف متخصص بالتسويق لديكم

( ) إجراء بحوث تسويق

( ) تطوير المنتجات بشكل مستمر

7. وسيلة الترويج الأفضل لحل مشكلة التسويق لديكم :

( ) الدعاية والإعلان (تلفزيون، راديو، صحف، ...)

( ) المشاركة في المعار المحلية والعربية والدولية

( ) إصدار النشرات عن صناعة الأحذية

القسم السادس (المنافسة) :

1. مصادر المنافسة في صناعتكم :

( ) منافسة محلية ( ) منافسة إسرائيلية

( ) منافسة عربية ( ) منافسة اجنبية

2. كيف تقيمون منتجاتكم من ناحية المنافسة مع :

	منافسة جداً	منافسة الى حد ما	غير منافسة
المنتجات المحلية			
المنتجات الاسرائيلية			
منتجات الدول العربية			
منتجات الدول الأجنبية			

3. على ماذا تعتمدون في المنافسة؟

( ) السعر ( ) الجودة ( ) غير ذلك(حدد) _____

4. ما هي الاقتراحات التي ترونها مناسبة لزيادة قدرتكم التنافسية؟

( ) تحسين نوعية الإنتاج ( ) تخفيض الأسعار

( ) توسيع وتطوير الطرق الإعلانية ( ) دراسة الإنتاج المنافس

( ) أخرى (حدد) _____

القسم السابع (البنية التحتية):

1. هل تواجهون مشاكل من حيث :

( ) توافر المياه ( ) توافر الكهرباء

( ) توافر خدمة الهاتف ( ) خدمات الصرف الصحي

( ) توافر الأبنية اللازمة ( ) الطرق والمواصلات

( ) توافر وسائل الأمن والحماية

انتهت الاستبانة

( ) استشارة ذوي الخبرة من الخبراء أو المؤسسات التسويقية

( ) توفير قسم خاص أو موظف متخصص بالتسويق لديكم

( ) إجراء بحوث تسويق

( ) تطوير المنتجات بشكل مستمر

7. وسيلة الترويج الأفضل لحل مشكلة التسويق لديكم :

( ) الدعاية والإعلان (تلفزيون، راديو، صحف، ...)

( ) المشاركة في المعارض المحلية والعربية والدولية

( ) إصدار النشرات عن صناعة الأحذية

القسم السادس (المنافسة) :

1. مصادر المنافسة في صناعتكم :

( ) منافسة محلية ( ) منافسة إسرائيلية

( ) منافسة عربية ( ) منافسة اجنبية

2. كيف تقيمون منتجاتكم من ناحية المنافسة مع :

	منافسة جداً	منافسة الى حد ما	غير منافسة
المنتجات المحلية			
المنتجات الاسرائيلية			
منتجات الدول العربية			
منتجات الدول الأجنبية			

3. على ماذا تعتمدون في المنافسة؟

( ) السعر ( ) الجودة ( ) غير ذلك(حدد) _____

4. ما هي الاقتراحات التي ترونها مناسبة لزيادة قدرتكم التنافسية؟

( ) تحسين نوعية الإنتاج ( ) تخفيض الأسعار

( ) توسيع وتطوير الطرق الإعلانية ( ) دراسة الإنتاج المنافس

( ) أخرى (حدد) _____

القسم السابع (البنية التحتية):

1. هل تواجهون مشاكل من حيث :

( ) توافر المياه ( ) توافر الكهرباء

( ) توافر خدمة الهاتف ( ) خدمات المصرف الصحي

( ) توافر الأبنية اللازمة ( ) الطرق والمواصلات

( ) توافر وسائل الأمن والحماية

ملحق (ب)

غرفة تجارة الخليل

تقرير المنشآت حسب مصانع الأحذية

تقرير المنشآت حسب المهنة

مصانع احذيه

	الاسم	الشارع	المسؤول	العائلة	تلفون	فاكس
	شركه توستي للاحذيه م.خ.م	السلام	شاكر وشركاه	سياج	2220433	2220826
	مازن نيروخ لصناعة الضبان	قرن الثور	مازن نور الدين واخوانه	نيروخ	2228646	0
	مصنع نيروخ لصناعة الاحذية	الجلده	نور الدين واخويه سعد وعزام واولاده	نيروخ	2220267	2220267
	شركة التوفيق لصناعة الاحذيه	السلام	ماجد عبد المجيد عبد الجواد	زغير	2250964	2250964
	مصنع رامي سبورت للاحذيه	بيت امر	بسام رشدي موسى	زغير	2227610	0
	شركة القدس لصناعة الاحذيه	قرن الثور	فرحات عمران حسين	ابو اشخيدم	2220266	
	شركة سوبر ستار للاحذيه	السلام	محمد عبد العزيز سعيد واخوانه	زغل	2227540	2227540
	مصنع احذية مونديال	باب الزاويه	حسن سلمان	زغير	2228991	0
	شركة الروابي لصناعة الاحذية	وادي الهريه	يحيى سليمان وولده سليمان	طرش	2225317	0
	شركة سوبر بلايزر للتجارة والصناعة	بئر المحجر	يونس رجب عبد النبي وشركاه	زغير	539609	0
	شركه ايفل لصناعة الاحذية	الحاووز	اسعد خليل ابراهيم	نتشه	2224103	0
	شركة ريم سبورت للاحذيه	السلام	جبريل موسى	نتشه	2229697	2229697
	شركة بريما الصناعية التجارية	السلام	غسان زين الدين وشركاه	بدر	2228517	2229080
	شركة روما لصناعة الاحذيه	تربة اليهود	محمد علي موسى واولاده	مدبوح	2220616	2220220
	مصنع القلابي للاحذية	بئر حرم الرامه	عبد الكريم محمد محمد واخيه ناجي	قواسمي	2253006	2253006
	مصنع روما للاحذية	الزاهد	سعدي حسن واخوانه	صلاح	2228773	2226451
	مصنع احذية فينا	الشلاله	موسى صبري بدوي	نتشه	2228486	2220893
	مصنع كنكرز للاحذيه	المحاور	محمد جبرين عايد	نتشه	309457	0
	شركة ديلوكس لصناعة الاحذيه	وادي التفاح	محمد ياسين بكر ياسين	عابدين	2229065	0
	شركة رامكو لصناعة الاحذيه	السلام	محمد رجب موسى عيسى	نتشه	2229483	9929483
	مصنع احذية كينغ ستار	السلام	موسى محمود شاكر	ابو عمر	2229400	0
	مصنع احذية باسل	بئر المحجر	حسن اسماعيل عبد الجليل واخيه	قواسمي	2254948	0
	شركة نابولي لصناعة الاحذيه	وادي التفاح	نبيل سلمان عبد الحفيظ	نتشه	2259946	2227936
	شركة تاكو غسان للاحذيه	الحاووز	خالد اسماعيل ومحمد ظافر	بغمور	2228517	0
	شركة باما الصناعيه التجارية	راس الجوره	محمود محمد واخيه محمد صلاد	عبيدو	2227676	2220332
	شركة فورم سبورت للاحذيه	الحاووز	محمد نايف و عبد الحكيم	شويكي	2229436	0
	شركة مصنع الراية لصب الكاوتشوك	الحاووز	طارق عبد المنعم موسى وشركاه		2229014	2254814
	مصنع اورجينال للاحذية	حارة الشيخ	موسى نعيم وشريكه جميل	امريش	406551	0
	شركة جولد شوز للاحذية والتجا	الحاووز	راضي كامل وسمير الشنتير	فريقي	503811	0
	مشغل ابو عمر للاحذيه	الحاووز	محمد صابر عبد المهدي	ابو عمر	2225921	0
	شركة بورا لصناعة الاحذيه	الحاووز	محمد عايد عواد وشركاه	نتشه	50222560	0
	شركة ريدكو للاحذية	بئر المحجر	رفيق فريد سلمان وشركاه	كستيرو	2256841	2228140
	شركة رايت سبورت للاحذية	وادي الهريه	نضال عبد المجيد وشركاه	سيد احمد	2225007	2225007
	مصنع احذية هاي شو	وادي التفاح	عز الدين نعمان عبد المنعم	جعبري	2229658	0
	مصنع احذية دوبك	عيصى	سالم ابراهيم	قواسمي	0	0
	شركة شريفكو لصناعة الاحذية	السلام	زيدان احمد حسن واخويه	جعبه	2259461	2259462
	شركة الوفاء لصناعة الاحذيه	السلام	سمير احمد محمود	ابو حميد	2254725	2229697
	شركة السلام للاحذيه	الحاووز	راجح محمد كمال وشركاه	جعبه	2226727	0
	شركة ابو الضبعات لصناعة وتجارة الاحذية	الجامعه	باسم عبد المجيد واخويه نافذ وحمزه	ابوالضبعا	2256939	2256937
	مصنع احذية غسان	السلام	زين الدين نجاتي	بدر	2228517	0
	الشركه الاهليه لصناعة الاحذية	السلام	محمد عبد المهدي وشركاه	ابو عمر	2225921	2225844
	مصنع هاواي سبورت	طريق السبع	وائل محمد كمال	طباخي	502747	0
	شركة زوم الاهلية الصناعية التجارية	شارع الجامعه	حلمي وحمدي وسليم	قواسمي	2254958	2254959
	شركة اليوسفية التجارية لصناعة الاحذية	الحاووز	عزيز صالح محمد ونفوز جرار	مدبوح	2225546	2225997
	شركة الخياط لصناعة الاحذية	الحاووز	نبيله جبريل وشركائها	خياط	2220243	2254461
	شركة الورود لصناعة الاحذية	وادي الهريه	فارس عبد الرازق واخوانه	ابو رجب	2256801	2256802

شركة G.R.S	الجلده	عبد السميع احمد واولاده	زغل	2227895	
مصنع كونكورد للاحذية	المنطقه الصناعيه	محمد سمير زيدان وصبحي محمد	زغير	2226452	2223091
شركة برج باريس لصناعة وتجارة الاحذية ع.ع	واد الهريه	جودي محمد احمد وشركاه	عاشور	2226083	2226083
شركة جلاد بيبي لصناعة الا	راس الجوره	موسى صبري بدوي وشركاه	ابو رجب	2229325	2221245
شركة فست التجارية لصناعة الا	عيصى	محمد نايف وعبد الوهاب ابوا	نتشه	2228486	2220893
شركة الهناء لصناعة الاحذية وا	حارة الشيخ	محمد كامل بدوي واخيه محمد	شويكي	2225978	
شركة الرماح العامية التجارية	مربعة سبته	محمد نظمي يونس وابراهيم	زغير	2254946	
شركة الشادي للاحذية والتجارة العامة	الحاووز	هشام محمد عبد الرحمن وشركاه	سنقرط	2224250	
شركة سوح لصناعة وتجارة الاحذية	خلة حاضور	يعقوب محمد شقير ونسرين	سموح	483440	
شركة بلاك فاير لصناعة وتجارة الاحذية	السلام	جواد ابراهيم وشركاه	ابو دين	2220145	
شركة شيك للاحذية	الحاووز	ادريس داري عبد الغفار واخيه طه	نتشه	2252530	2252529
شركة جولدن كلب لصناعة الاحذية	الحاوز	عيسى رضوان رمضان واولاده	ابو ارميله	2254665	0
شركة النور للاحذية م.م	الحاووز	رفيق رشاد عبد المحسن	جعبه	50261442	
مصنع احذية تامر	شارع السلام	جواد محمد ديب علي	ابو قويدر	2254882	0
مصنع قمر للاحذيه	حلحول	عماد اسماعيل	نتشه	22252640	
شركة بوكو للصناعات والخدمات التجارية م.خ	جبل الشريف	عرفات فرج وشركاه	عمران	2258554	2223355
شركة ايلاكر لصناعة الاحذيه	ضاحية البلدية	محمد ماهر عيد وشركاه	سلايمه	2257137	2257138
شركة انيو توستي لتجارة وصناعة الاحذية	الحاووز	احمد شاكر احمد	ابو رجب	52389225	0
			سياج	2281948	2281949

ملحق (ج)

نص الاتفاقية الاقتصادية بالعربية
(بروتوكول باريس الاقتصادي)

Nov 19 '98 11:42 D-A.T.A.BLM 972 2 743369 P.1

ملاحظة: الأرقام أعلاه خاصة بالكميات التي يتم تسويقها من الضفة الغربية وقطاع غزة إلى إسرائيل وبالعكس، وستبلغ السلطة الفلسطينية إسرائيل بنسب توزيع هذه الكميات بين المنطقتين (فيما يتعلق بكميات المنتوج الفلسطيني).

١١- سيكون من حق الفلسطينيين تصدير منتجاتهم الزراعية إلى الاسواق الخارجية دون قيود على أساس شهادات المنشأ التي تصدرها السلطة الفلسطينية.

١٢- دون الإضرار بالالتزامات الناجمة عن الاتفاقيات الدولية، سيمتنع الجانبان عن استيراد منتجات زراعية من طرف ثالث قد تمس بمصالح مزارعي الجانب الآخر.

١٣- كل جانب سينخذ الإجراءات الضرورية في مناطق ولايته لمنع الأضرار التي قد تنسبب بها زراعته للبيئة لدى الطرف الآخر.

١٤- سيقيم الجانبان لجانا فرعية من أجهزة البيطرة الرسمية وأجهزة الوقاية الزراعية، والتي ستقوم بتحديث المعلومات ومراجعة المواضيع والسياسات والإجراءات في هذه المجالات. وأي تغييرات في شروط هذه الاتفاقية سيتم الاتفاق عليهما من قبل الجانبين.

١٥- سيقيم الجانبان لجانا فرعية من الخبراء في قطاع الألبان بهدف تبادل المعلومات وبحث وتنسيق انتاجهما في هذا المجال لحماية مصالح الجانبين. ومن حيث المبدأ سيقوم كل طرف بالانتاج وفقا لاستهلاكه المحلي.

مادة IX

الصناعة

١- ستكون هناك حركة حرة للسلع الصناعية بدون أية قيود، بما في ذلك الجمارك وضرائب الاستيراد بين الجانبين، وفقا لتشريع كل جانب.

٢-أ- للجانب الفلسطيني الحق في تطبيق طرق مختلفة لتشجيع وتعزيز تنمية الصناعة الفلسطينية عن طريق تقديم المنح والقروض ومساعدة البحث والتطوير والمزايا الضريبية المباشرة. وللجانب الفلسطيني الحق أيضا في تطبيق طرق أخرى لتشجيع الصناعة يلجأ إليها في إسرائيل.

ب- سيتبادل الجانبان المعلومات حول الطرق التي يطبقانها لتشجيع صناعتيهما.

ج- لن يسمح بإعادة الحسومات الضريبية غير المباشرة للمنتجين أو تقديم مزايا ودعم مباشر على المبيعات لهم بالنسبة للتجارة بين الجانبين.

٣- سيبذل كل جانب قصارى جهده لتجنب الإضرار بصناعة الجانب الآخر وسيأخذ ... الاعتبار اهتمامات الجانب الآخر في سياسته الصناعية.

٤- سيتعاون الجانبان في منع الممارسات المضللة والتجارة في السلع التي قد تعرض ... والسلامة والبيئة للخطر وفي السلع التي انتهت صلاحيتها.

٥- سينخذ كل جانب الإجراءات الضرورية في المنطقة الخاضعة لولايته لمنع الضرر ... تنسبب به صناعته لبيئة الجانب الآخر.

٦- سيكون للفلسطينيين الحق في تصدير إنتاجهم الصناعي إلى الأسواق الخارجية بدون ... على أساس شهادات المنشأ التي تصدرها السلطة الفلسطينية.

٧- ستلتقي (JEC) وتراجع القضايا المتعلقة بهذه المادة.

مادة X

السياحة

١- ستنشيء السلطة الفلسطينية سلطة سياحة فلسطينية وستمارس، ضمن أشياء أخرى، السلطات التالية في المناطق:

أ- التنظيم والترخيص والتصنيف والإشراف على الخدمات السياحية والأماكن والصناعات السياحية.

ب- تعزيز السياحة الأجنبية والمحلية وتنمية المصادر والأماكن السياحية الفلسطينية.

ج- الإشراف على النشاطات التسويقية والترويجية والإعلامية المتعلقة بالسياحة الأجنبية والمحلية.

٢- سيعمل كل جانب على حماية وحراسة وصيانة الأماكن التاريخية والأثرية والثقافية والدينية والأماكن السياحية الأخرى الموجودة تحت ولايته لتلائم وضعها وغرضها أيضا كمقصد للزوار.

٣- سيحدد كل جانب ساعات وأياما مختلفة ومعقولة للزيارات لكل الأماكن السياحية من أجل تسهيل الزيارات مع أخذ العطل الدينية والوطنية بعين الاعتبار. وسيعلن كل جانب هذه الأوقات المفتوحة. كما أن التغييرات الرئيسية في الأوقات المفتوحة ستأخذ في الاعتبار البرامج السياحية التي قد تم الالتزام بها مسبقا.

٤- سوف يسمح للحافلات السياحية وأي شكل آخر من النقل السياحي المحول من أي من

ملحق (د)

المواد الكيميائية المستخدمة في صناعة الأحذية وآثارها الصحية.

المواد الكيماوية المستخدمة في صناعة الأحذية وآثارها الصحية

المواد الرئيسية:

بولي فنيل كلوريد *PVC*

بولي يورثان *Polyurethane*

المواد المساعدة : مواد تستخدم كمذيبات للمواد اللاصقة أو لتنظيف آلات الصب أو والحقـــن تضاف إلى المواد الرئيسية .

ومن هذه المواد :

ميثلين كلوريد *Methylene chloride*

- *Dioctyl Phthalate (DOP)*

ايثل ميثيل كيتون *Ethyl methyl ketone*

N,N – Dimethyl formamide DMF

- *1.4- Butanediol*
- بولي ايستر *Polyester*

١،١،١-ثلاثي كلوريد الايثان *1,1,1- Trichloroethane*

· بولي يورثان : *Polyurethane*

يورثان : المادة الناتجة من تفاعل الكحول مع الأيزوسينات .

$$ROH + O=C=NR \rightarrow R\text{-}O\text{-}C\text{-}N\text{-}R$$

يورثان ايزوسينات كحول

بولي يورثان : ناتج من التفاعل بين كحول ثنائي (diol)

مع ثنائي الايزوسينات .

تستخدم أنواع مختلفة من الكحول الثنائي وفي صناعة الأحذية يتم إستخدام بولي ايســـتر (Polyester) في

نهاية مجموعة O معادلة

أما الايزوسينات المستخدم فهو ٤,٤ – ثنائي فنيل ميثان ثنائي الايزوسينات .

$$O = C = N - O - CH2 - O - N = C = O$$

بولي فنيل كلوريد Poly (vinyl chloride) , PVC

هذه المادة الصلبة عبارة عن بوليمر Polymer وكلمة بوليمر مكونة من مقطعين :

متعدد Poly

وحدة mer

والوحدة الأساسية التي يتركب منها البوليمر تسمى مونمر monomer

$$n \quad CH = CH _____ CH2\ CH - CH2 - CH$$

بولي فنيل كلوريد فنيل كلوريد

بوليمر Polymer مونمر monomer

مادة صلبة درجة إنصهارها عالية غاز درجة غليانه – ١٤ م

كل سلسلة في البوليمر قد تحوي مئات أو آلاف من المونمر .

لا يوجد أخطار من البولي فنيل كلوريدو هو في حالته الصلبة .

٤,٤– ثنائي فنيل ميثان ثنائي الايزوسينات .

Diphenyl methane- 4,4- Diiso cyanate

مادة ضارة تحتوي على ثنائي فنيل ميثان –٤,٤ ثنائي الايزوسينات مؤذية إذا استنشقت وقد تسبب حساسية عند استنشاقها . مهيجة للعيون وللجهاز التنفسي وللجلد .

في حالة ملامستها للعين يجب غسل العين بكمية وافرة من الماء والتماس معالجة طبية ،عند ملامستها للجلد يتم غسل الجلد بكمية وافرة من الماء الدافئ والصابون . في حالة عدم وجود تهوية كافية يجب استخدام أجهزة تنفسية مناسبة وفي حالة حصول حادث أو الشعور بالتوعك التمس علاجاً طبياً مع أخذ هذه الورقة إن كان ذلك بالإمكان .

عند صهر حبيبات البولي فنيل كلوريد وحقنها في قوالب فهناك احتمال لحصول تكسر في تركيبة البوليمر أما إن تجاوزت الحرارة ٣٠٠ م فإن ذلك يؤدي إلى تصاعد أجزاء صغيرة بسبب تفسخ وتحطم البوليمر وبعض هذه الأجزاء تشكل خطراً على الصحة ومنها :

أ. كلوريد الهيدروجين : HCL

يتم إطلاق هذا الغاز من بولي فنيل كلوريد على درجات الحرارة العالية كما يلي :

$$CH - CH _____ CH2 - CH + CL$$

$$CH - CH + CL _____ CH - CH + HCL$$

غاز كلوريد الهيدروجين يسبب أضراراً جسمية للجهاز التنفسي لهذا فإن تركيزه في الجـــو يجب أن لا يتجاوز ٠،٠٠٧ غم /م٣ أما التركيز الذي يقارب ٢ غم / م٣ فيشكل خطراً على الحياة وخلال فترة نصف ساعة .

ب. فنيل كلوريد Vinyl chloride

انحلال البولي فنيل كلوريد قد يؤدي إلى إطلاق كميات منخفضة من فنيل كلوريد وهذه مـــادة مصنفة على أنها مسرطنة (مسبب لنوع نادر من سرطان الكبد) يدعى ongiosarcoma.

المقادير والتعابير المتعلقة بالفنيل كلوريد

اسم الوكالة	المستوى المسموح به	غم /م٣	ملاحظة
	جزء /مليون جزء		
ACGIH	٥	٠،٠١٣	مادة مسرطنه
	١٠	٠،٠٢٦	لزمن لا يتجاوز ١٥ د
NIOSH	صفر	صفر	مستوى الصفـــر لكونـــها مـــادة مسرطنه
OSHA	١	٠٠٣ ,	لفترة عمل لمدة ٨ ساعة
	٥	٠،٠١٣	لزمن لا يتجاوز ١٥ د

ميثلين كلوريد : Methylene chloride

شكله الكيماوي CH2 CL2

سائل شفاف له رائحة خفيفة ومقبولة وهو غير مشتعل ودرجة غليانه تقارب ٤٠ م

يستخدم الميثلين كلوريد كمذيب لكثير من المواد الدهنية والشمعية والبوليمرات .

معظم حالات التعرض للمثلين كلوريد تكون في بيئة العمل ودخوله إلـــى الجســـم يتـــم بصورة رئيسية عن طريق الجهاز التنفسي بسبب سرعة تبخره .

الأعراض الناتجة عن التعرض للمثلين كلوريد والتراكيز المسموحة

الأثر	التركيز جزء/مليون جزء	غم / م٣	فترة التعرض

ACGIH	٥٠	٠،١٧	٨ ساعات
حد الإحساس بالراحة	١٠٠ – ٣٠٠	٠،٣٤ –١،٠٢	حال التعرض للمادة
OSHA	٥٠٠	١،٧	٨ ساعات
المستوى الذي لا يتسبب بآثار حادة	١٠٠ – ٢٨٠	٠،٣٤ –٠،٩٥	حتى ٧،٥ ساعة
تغير في ردود الفعل للمؤثرات الخارجية	٣٠٠ – ٨٠٠	١،٠٢ – ٢،٧	لمدة ٤٠ دقيقة
أوجاع خفيفة بالرأس	٥٠٠ – ١٠٠٠	١،٧ – ٣،٤	١-٢ ساعة
تهيج وشعور بالدوار	٢٣٠٠	٧،٨	٥ دقائق
آلام بالرأس وشعور بالإعياء	حتى ٥٠٠٠	١٧	التعرض الطويل في مجال العمل
تخدر	٨٠٠٠ – ٢٠،٠٠٠	٢٧ – ٦٨	٣٠د – ٤ساعات
خطر فوري على الصحة والحياة	٥٠٠٠٠	١٧٠	فوري

معدل الإستهلاك اليومي في مصنع للأحذية = ١٠كغم / يوم

١،١،١ – ثلاثي كلوريد الإيثان 1,1,1 – Tri chloro ethane

شكله الكيميائي : Cl3 – CH3

مادة متطايرة ليس لها وزن ورائحة مميزة ودرجة غليانها تقارب ٧٤ م .

تستخدم كمذيب لكثير من المواد اللاصقة ولتنظيف القوالب التي تستعمل في صناعة البلاستيك .

المصدر الرئيسي للتعرض لهذه المادة هو الاستنشاق كما أن هذه المادة قد تدخل الجسم عن طريق الجلد ثم تتوزع على باقي أجزاء الجسم بما فيها خلايا الدماغ .

مخاطر هذه المادة تكون كبيرة إذا تم التعرض إلى تراكيز عالية وهو أمر وارد لان كثافة الغاز هي حوالي ٥ أضعاف كثافة الهواء . ومثال ذلك الأماكن سيئة التهوية أو الحاويات والصهاريج .

خلال سنوات الستين تم إحصاء ١١٠ حالات وفاه بسبب سوء استخدام المذيبات في الولايات المتحدة منها ٢٩ حالة كان السبب بها ١،١،١ – ثلاثي كلوريد الايثان وفي الفترة بين ١٩٧١ – ١٩٨١ حصلت ١٤٠ حادثة وفاه بسبب سوء استخدام المذيبات في بريطانيا منها ٢٠ حاله يعتقد أن المسؤول عنها هو ١،١،١- ثلاثي كلوريد الإيثان .

الأثر	التركيز غم/م٣	فترة التعرض
الإحساس بالرائحة	.٥٠	---
لا تأثير يذكر	أقل من ١,٨	٧ سنوات
لا تأثير على الجهاز العصبي	٢,٧	من ٩٠ – ٤٥٠ دقيقه
تهيج بالعيون وآلام بالرأس	٢,٧	٦–٧ ساعه / يوم لمدة ٥ أيام
تشويشات بالجهاز العصبي ووجع بالرأس وحرقه بالعينين	٥	٧٠–٧٥ دقيقه
إختلال بالتوازن	١٠	٥ دقائق
موت	أكثر من ٢٧غم	١٠ دقائق

هنالك توجه للتقليل من استخدام مادة ١.١.١–ثلاثي كلوريد الإيثان بسبب آثارها على طبقة الأوزون كما أن التعرض لهذه المادة بكميات كبيره أو لفترات طويلة لها آثار على الجهاز العصبي المركزي تتراوح بين تغيرات طفيفه بالسلوك وقد تصل إلى الإغماء كما قد تحدث الوفاة نتيجة فشل في الجهاز التنفسي أو مشاكل في القلب بسبب هذه المادة ولكن لا توجد تقارير عن إصابات السرطان نتيجة التعرض لهذه المادة .

الايثل ميثل كيتون Ethyl methyl ketone

الشكل الكيماوي $CH_3 - C - CH_2 CH_3$

المادة عبارة عن سائل يغلي على درجة ٧٩،٦ م وهي تستخدم كمذيب لبعض المواد اللاصقة .

التعرض لهذه المادة على تركيز يقارب ٠،٦ غم /م٣ لم يكن له تأثير يذكر على الصحة أو السلوك كما أن التعرض لهذه المادة لمدة طويلة في ظروف العمل لم يشكل خطراً على الصحة أو الحياة إذ لم يثبت تسبب هذه المادة للموت في أي حالة . وفي إحدى الحالات التي تم التعرض بها لمادة المثيل ايثل كيتون على تركيز يتراوح بين ٠،٨ – ١,٨ غم / م٣ أدى ذلك إلى ظهور بعض الأعراض مثل خدر في الأصابع وفي اليد و وجع بالرأس وفقدان الشهية ونقص بالوزن ولكن بصورة عامة فتعتبر هذه المادة ذات سمومية منخفضة وبصورة نسبية تعتبر مادة عضوية غير مؤذية .

ثنائي مثيل فورمأمير (DMF) Dimethyl for mamide

الشكل الكيمياوي $CH_3 - N - C$

هذه المادة تكون بصورة سائل ليس له لون ويغلـــي علـــى درجـــة ١٥٣ م وتستخدم هذه المادة كمذيب للبولي يورثان .

تأثيرها على الإنسان : ا لتعرض المباشر للمادة يؤدي إلـــي تـــهيج بـــالجلد أو حتـــى الإلتهاب أما التعرض لكميات عالية من هذه المادة فيؤدي إلي أوجاع بالجوف , التقيؤ وغثيـــان وشعور بالاجهاد خلال ٤٨ ساعة . كما أن عمل الكبد قد يطرأ علية تشويش بالإضافـــة إلـــي تغير في ضغط الدم ولكن الشفاء من هذه الأعراض يمكن أن يكون تاماً.

كما أن معظم الأعراض السابقة يمكن ظهورها في حالة التعرض لهذه المادة لمدة طويلـة ويمكن حصول أضرار في الكبد إذا تم التعرض لكميات تزيد عن ٠،٠٣ غم / م٣ . وبـــالرغم من عدم ثبوت تسبب هذه المادة بالإصابة بالسرطان الا أنها مصنفة على كونها مادة يحتمـل أن تؤدي إلي الإصابة بالسرطان .

هناك بعض التقارير التي تقدر أن كمية DMF التي تدخل الجسم عن طريق الجلد قـــد تصل إلي ضعف الكمية التي تدخله عن طريق التنفس لهذا فإن استخدام القفازات هو أمر هـــام وضروري عند التعامل مع هذه المادة . وقد أجريت دراسات بهذا الخصوص فوجد مثـــلاً أن الزمن الضروري لمادة DMF لإختراق قفاز مصنوع من مادة المطاط يقارب ٤٨٠ دقيقـــة بينما وجد أن الزمن لحصول مثل هذا الإختراق مع قفازات مصنوعة مـــن PVC أو البولـــي فنيل الكحولي هو ٢٢ دقيقة فقط .