

مؤسسة النيزك للتعليم المساند والإبداع العلمي

مشروع الباحث الصغير



يونسف

خلاصة أبحاث الطلائع في

الملابس المحلية في فلسطين مقارنة بالملابس المستوردة «جودتها وتسويقها والثقافة السائدة عنها»

كتيب رقم (22)
2010 - 2011

مؤسسة النيزك للتعليم المساند والإبداع العلمي

مشروع الباحث الخبير



خلاصة أبحاث الطلائع في

الملابس المحلية في فلسطين

مقارنة بالملابس المستوردة جودتها

وتسويقها والثقافة السائدة عنها



الطبعة الأولى

© حقوق الطباعة والنشر محفوظة لمؤسسة «النيزك» للتعليم المساند والإبداع العلمي واليونسف

المواد المنشورة في هذا الكتيب لا تعكس بالضرورة سياسة أو وجهة نظر اليونسف و/أو النيزك، وإنما كاتبها.

القدس

شارع علي بن أبي طالب رقم (٩)
هاتف 02-6285387
فاكس 02-6263086

رام الله

شارع الإرسال - عمارة زهرة المصايف
هاتف 02-2985885
فاكس 02-2985886

غزة

الرمال - شارع عمر المختار، عمارة الأندلس الطابق الخامس
تلفاكس 08-2825282
info@alnayzak.org
www.alnayzak.org
للمراسلة ص.ب 49352 القدس

إدارة وإشراف:

م. شيرين الحسيني.

تحرير علمي:

م. محمد خريم.

م. بلال أبو شعر

إشراف عام :

م. عارف الحسيني

مراجعة لغوية:

م. بلال أبو شعر

إدارة مالية:

حنان مخلوف

تنسيق المشروع

م. هنادي نصر الله

م. آيات عطا الله

م. بلال أبو شعر

م. إبراهيم خليل

م. محمد خريم

أماني غبارية

نضال جدة

أسماء الطلائع الباحثة

محافظة جنين	محافظة غزة
محمد نياز ملحم	مجد أبو حامد
محمد ماهر ملحم	أحمد أبو شعبان
عبد السلام الأطرش	أحمد أبو شمالة
محافظة نابلس	محافظة شمال غزة
عبد الرحمن العالم	حنين زايد
إسراء لغداوي	هنادي السلطان
أسماء خويرة	
ماسة قمحاوي	
محافظة أريحا	
محمد حمو	
هيثم جودة اسعيد	
محافظة رام الله	
بشار الميمي	
باسل الخطيب	
توفيق تلاوي	
أميمة كراكرة	
آلاء عويضة	

تتقدم مؤسسة النيزك للتعليم المساند والإبداع العلمي بجزيل الشكر والتقدير لكل من:

منظمة الأمم المتحدة للطفولة - اليونيسيف	مكتبة بلدية أريحا
وزارة الشباب والرياضة الفلسطينية	بلدية أريحا
وزارة التربية والتعليم العالي الفلسطينية	قطاع غزة :
قسم النشاطات الطلابية في وزارة التربية والتعليم الفلسطينية	جامعة الأزهر
مؤسسة المقاييس والمواصفات الفلسطينية	الجامعة الاسلامية
شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية-جوال	جمعية جباليا للتاهيل - جباليا
بلدية نابلس	مؤسسة غسان كنفاني الترموية - بيت حانون
مركز بلدية نابلس الثقافي - حمدي مانكو	جمعية التغريد للثقافة والتنمية
مركز دارنا - نابلس	جمعية العطاء - بيت حانون
جمعية اللد الخيرية - نابلس	منتدى شارك الشبابي
جامعة النجاح الوطنية	جمعية طموح لتنمية المهارات
مركز جنين للثقافة والإبداع	وزارة الشباب والرياضة
منتدى شارك الشبابي - جنين	وزارة التربية والتعليم العالي
مركز أمنية الشبابي - جنين	دائرة التعليم - الأونروا
مركز التدريب والتعليم المجتمعي - جنين	كلية تدريب غزة - الأونروا
مركز الحاكورة - جنين	المراكز الثقافية - بلدية غزة
المركز المجتمعي - جمعية الهلال الأحمر / رام الله	نقابة المهندسين - غزة
مركز إسعاد الطفولة - الخليل	جمعية المنتدى الثقافي للشباب
مركز فنون الطفل - الخليل	اتحاد الشباب الديمقراطي الفلسطيني «أشد»
معهد فوزي كعوش - الخليل	اتحاد الصناعات البلاستيكية
مؤسسة رواق - القدس	اتحاد صناعة الورق
المركز الثقافي لتنمية الطفل - طولكرم	اتحاد صناعة الملابس
مؤسسة تامر للتعليم المجتمعي	مختبر الأغذية - جامعة الأزهر بغزة
مؤسسة شركاء في التنمية المستدامة.	إدارة النفايات الصلبة - محافظة شمال غزة
مركز العمل التنموي - معاً	مؤسسة تامر للتعليم المجتمعي
اللجنة الوطنية للمخيمات الصيفية	
مؤسسة شركاء نحو التغيير	

الفهرس

7	كلمة النيرك
8	كلمة اليونسيف
9	الباحث الصغير... الطلائع يبادرون ويبحثون
11	لماذا هذه الأبحاث
12	منهجية البحث
13	ملخص البحث
14	المقدمة
16	الملامح الأساسية للقطاع الصناعي في فلسطين
18	صناعة الملابس في فلسطين
22	مشاكل (معوقات) القطاع الصناعي
30	الاستراتيجية المقترحة للتصنيع في فلسطين
32	البحث
34	النتائج عامة
49	توصيات عامة
51	المصادر والمراجع
51	الملاحق

كلمة النيرك

في عصر العولمة الذي نعيشه، اختلطت نكهات المعرفة، حيث تحول الشغف والمتعة في الحصول عليها من خلال الاكتشاف والاستنتاج إلى هواية، وبخاصة بين الطلائع. وأصبحت المصادر المعرفية لدى شبابنا تعتمد على استهلاك أنصاف المعلومات الجاهزة التي اعتادوا على قصها من أي موقع من (شبكة الإنترنت)، ولصقها في حواسيبهم، حتى أنهم في معظم الأحيان لا يقرؤون ما يقصون من الشبكة العالمية.

وبما أن النظام التعليمي السائد مكتظ بالمعلومات والمفاهيم التي يتم تلقينها للطلاب حتى يحفظها، وتكون فيه نتيجة الامتحان هي أهم ما يطمح إليه الطالب، والتي لا تعكس بالضرورة مدى المعرفة لديه. وبسبب حرص المؤسسات الأكاديمية على تحصيل طلابها وليس على إنتاجهم العلمي والعملية، تدهور المستوى المعرفي وتقلصت إمكانات الطالب المستغزة للتفكير، التي تطوّر العين الناقدة عنده ليستطيع أن يفكر بالظواهر التي تحيط به دون الاستسلام للمسلّمات التي عليه أن يحفظها دون أن يفكر بمصدرها أصلاً.

تأسست مؤسسة النيرك للتعليم المساند والإبداع العلمي في القدس، عام 2003، على يد شباب يؤمنون بالعلم والمجتمع المعرفي وذلك للإسهام في تغيير الوضع المذكور آنفاً، حيث اعتمدنا التجربة العملية، والتفاعل مع الألعاب التفكيرية، والعلوم التطبيقية أساساً لبناء شخصية الفرد العلمية، وليس كحل إيجابية مستقبله الشخصي أولاً، ومن ثمّ يعكس ذلك على مجتمعه.

والنيرك من خلال مشروع الباحث الصغير اعتمدت قاعدة «الشك سيد اليقين» لأنها تؤمن أن الشخص الذي يعتاد التفكير المنطقي الناقد، ويربطه بالعلم والمعرفة يكون قادراً على تقويم وضعه، والتعامل معه مهما بلغ من التعقيد، ويكون أيضاً الأنجح في مواجهة التحدّيات في مسيرته نحو التميّز بطريقة ناجحة وفعّالة.

وعليه، فإننا نضع بين أيديكم خلاصة تجربة الباحثين الصغار، وتجربتنا في النيرك في رعايتهم، وذلك لتقدموا بدوركم النقد البناء الذي يساهم في تطوير أداؤنا والتعلم من أخطائنا ولكي نصيف إلى رصيدنا المعرفي ما نستطيع من أفكار تؤدّي إلى تعميق التجربة وتوجيهها.

م. عارف الحسيني
المدير العام

إن هدف برنامج «تطوير ومشاركة الطلاب» في منظمة الأمم المتحدة للطفولة «اليونسيف» هو المساهمة في تطوير الطلاب (13-18 سنة) وذلك من أجل حمايتهم من جميع المخاطر التي تواجههم حيث يعمل هذا البرنامج على توسيع قدرات وفرص الطلاب وذلك عن طريق إيجاد مناخ آمن يسمح للطلاب بالمشاركة الفاعلة والمسؤولة في مجتمعاتهم.

إن أحد أولويات برنامج «تطوير ومشاركة الطلاب» لعامي 2010-2011 هو زيادة المعرفة وتحسين استخداماتها في القضايا التي تؤثر في حياة الطلاب وذلك من خلال مشاركتهم. يعتبر مشروع «الباحث الصغير»، والذي ينفذ بالشراكة مع مؤسسة النيزك للتعليم المساند والإبداع العلمي ويتمويل من اللجنة الوطنية النرويجية واللجنة الوطنية الألمانية لليونسيف، أحد الطرق التي تعمل فيها اليونسيف على تقدير ودعم وتشجيع الأبحاث التي يقودها الطلاب والتي بدورها تمكنهم من إيصال أصواتهم والتأثير في مجتمعاتهم. فعلى سبيل المثال، استطاع الطلاب المشاركون في هذا المشروع أن يحددوا ويبحثوا قضايا اجتماعية ذات أولوية في حياتهم تضمنت، استخدام الطلاب لشبكة الانترنت، وصعوبات تعلم وتعليم اللغة الإنجليزية، ونظرة الطلاب للتعليم المهني، وصناعة الملابس الفلسطينية، كما عمل البعض الآخر على قضايا علمية تخص مثلاً إعادة تدوير الورق والبلاستيك وتأثير أبراج الهاتف الخليوي على صحة الطلاب في الأرض الفلسطينية المحتلة.

نأمل أن تصل أصوات الطلاب من خلال أبحاثهم إلى المسؤولين وصناع القرار من أجل العمل على توفير الحلول الممكنة لتأمين عالم جدير بالأطفال والطلاب.

برنامج تنمية الشباب والفتيان والفتيات
منظمة الأمم المتحدة للطفولة «اليونسيف»
الأرض الفلسطينية المحتلة

الباحث الصغير... الطلاب يبادرون ويبحثون

يمنح برنامج الباحث الصغير الفرصة للطلاب لتقضي المعرفة وبثها، للغوص في ظواهر اجتماعية، وتطبيقات علمية تجول في بال الطليعي، وتدفعه مسيرة العمل إلى إعادة التفكير بقضايا تهمة من المنظور الناقد، والخوض في خضم البحث العلمي المتطور، وبذلك يتحمل الطلاب المسؤولية بالمبادرة والبحث والتمحيص.

وبعد بدء الرحلة صوب المعرفة، يتمركز الباحثون الصغار في المقدمة، ليقدموا لمجتمعهم نموذجاً حياً ومنتجاً، يفعل دورهم، ويكونوا فيه قدوة لأبناء جيلهم في العطاء.

وغدا الباحث الصغير منبراً لكل طليعي في الأراضي الفلسطينية ينضم إليه كل من يسأل: لماذا؟ وأين؟ وكيف؟ ومن البحث عن المعلومة وفحصها، إلى التأثير إيجابياً في البيئة التي يعيشون فيها.

انضم للمشروع 350 طليعيًا/ة، بين الأعمار 14-16 عام، في سبع محافظات مختلفة وهي:

القدس، الخليل، رام الله، نابلس، جنين، غزة، أريحا وتم تقسيمهم إلى مجموعات بحثية، بحيث تتكوّن كل مجموعة من 25 باحثًا/ة، وهم يعملون على إنجاز الأبحاث في مجموعات صغيرة تتألف كل مجموعة من 2-3 باحثين.

ومن أجل إعداد الباحثين الصغار للخوض في رحلة البحث، طورت النيزك برنامجاً تدريبياً مهنيًا بالاعتماد على خبرتها التراكمية في رعاية البرامج التدريبية وتطويرها، وبالتنسيق مع خبراء واختصاصيين في مجالات علمية، ومجتمعية مختلفة.

14 مجموعة بحثية، تتكون كل واحدة منهم من 25 باحثًا/ة صغيرًا/ة انخرطوا في برنامج يستهدف تطوير آليات التفكير المنطقي والناقد، وذلك من خلال الألعاب الممتعة والمهام التفكيرية التي يجب على الجميع إنجازها، والتي بدورها تترك أثراً في طريقة التعامل اليومي مع ظروف حياة الطليعي/ة.

لماذا هذه الأبحاث

لا يخفى علينا جميعاً ما للملابس من أهمية وآثار كثيرة على حياتنا بشكل خاص وتصنيعها له أهمية كبيرة على الاقتصاد الوطني بشكل عام، لهذا السبب وأسباب أخرى كان لابد لمجموعات البحث من وقفة عند ذلك الواقع الذي تعيشه صناعة الملابس في بلدنا فلسطين، وكان لا بد لها أيضاً من أن تهتم بالبحث في الموضوع والتعمق فيه، حتى تقدم معلومات مفيدة عن صناعة الملابس في فلسطين، وحتى

صحيحة . وكان أيضاً محاولة لدعم الاقتصاد الوطني، والمساهمة غير المباشرة في تقوية اقتصاد الأخر بشرائنا للملابس المستوردة، كما كان لا بد من الاطلاع على واقع هذه الصناعة عند الدول الأخرى بوصفها منافساً للصناعة الفلسطينية، لذا كان لابد من دراسة مقارنة للملابس المستوردة والمحلية من حيث الجودة والسعر والتصاميم الخارجية وغيرها، ومعرفة ما الذي ينقص هذه الصناعة لتغدو منافسة لنظيرتها.

وعند البدء بالبحث كان هناك العديد من الأسئلة التي تراود الباحثة وكان من أهمها «معرفة ما هو سبب الإقبال الكبير للطلائع على الملابس المستوردة أكثر من الملابس المحلية؟»

تفيد كل ذي اهتمام بطريقة علمية مبنية على أسس لا يمكن إهمالها والإغفال عنها، وكان ما وقع عليه اختيارهم (صناعة الملابس في فلسطين وتسويقها مقارنة بالملابس المستوردة، جودتها والثقافة السائدة عنها)، يعزى أيضاً لما لهذا الموضوع من أهمية للناس في معرفة الملابس التي يرتدونها ومدى مناسبتها لاحتياجاتهم وظروفهم من سعر وجودة وتصميم.

كما كان هذا البحث محاولة في تفسير الصورة المتعلقة في أذهان الطلائع الفلسطينيين حول أن المنتج المستورد أفضل إذا ما قورن بنظيره الفلسطيني، وأن الأخير غير قادر على المنافسة. ولفت الانتباه إلى ما يترتب على هذا القطاع في حال كانت هذه الصورة

وبالإضافة إلى تطوير مهارات التفكير، حصل المشاركون على تدريب عملي في مهارات البحث العلمي، وإجراء التجارب العلمية، وقد عالج التدريب آليات البحث مثل الاستبانات، والمقابلات، والمجموعات البؤرية.

وقد عقدت خلال البرنامج العديد من الفعاليات لوضع الطليعي/ة في قلب التجربة ، وتعرضه لتجارب حقيقية تصقل الشخصية ، وتغني سجل الخبرات لديه/ها.

إن المسيرة التي يمر بها الباحثون، هي أهم تأهيل يحصلون عليه. حيث أن تجربة إنجاز بحث علمي أصيل تدفعهم إلى بلورة وصقل قدراتهم، فعلى سبيل المثال عمل الباحثين في مجموعات صغيرة لإنجاز البحث يعلمهم أسس العمل ضمن فريق، وأهمية التعاون، ويعرضهم إلى تجربة حقيقية في تحمل المسؤولية، وذلك دون الحاجة إلى إلقاء المحاضرات عن أهمية التعاون أو المسؤولية، كما أن إجراء التجارب العلمية أو تطوير الاستبانات أو غيرها من احتياجات المسيرة، يدفع الطلائع إلى الاحتكاك بالمجتمع، والتعامل مع أطرافه المختلفة، وهذا يزيد من خبراتهم وينمي مهاراتهم الحياتية.

وبعد مرحلة الأبحاث، ينطلق الباحثون لتعميم التجربة من خلال جولات، ومحاضرات، وفعاليات يصممونها تحت إشراف الطاقم المختص، تهدف إلى عرض البحث ونتائجه بطريقة متميزة وقريبة الى الطلائع، بحيث يعملون على نشر المعرفة التي اكتسبوها خلال مسيرة بحثهم لأطراف أخرى من مجتمعهم في المدارس، والجامعات، والمراكز المهتمة.

منهجية البحث:

يتناول البحث الأسباب الاجتماعية التي تدفع بالطلائع نحو التعلق بغير الصناعات الوطنية، ولا سيما في صناعة الملابس التي تعد من أساسيات البيت الفلسطيني من خلال استخدام أدوات البحث العلمي، التي لم تكن بعيدة جداً عن الأسباب الاجتماعية التي تعمل على إرجاع كفة صناعة الملابس المستوردة والابتعاد عن شراء الملابس المصنعة محلياً.

من أجل معرفة وتحليل تلك الأسباب اعتمدت مجموعات البحث في طريقة عملها على رأي الطلائع وأصحاب المشاغل الفلسطينية، حيث عملت على توزيع استبانة لجميع آراء المجتمع بفئاته المختلفة، من أصحاب محال الملبوسات والطلائع الذين تتراوح أعمارهم من 14-17 عاماً بوصفهم مستهلكاً لهذه المنتجات.

قامت مجموعات البحث بتحليل هذه الاستبانات، وصياغة نتائجها كما قامت بتعزيز بحثها بالمعلومات اللازمة من قبل جهات مسؤولة مختصة، ومن الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني.

كما قام فريق البحث بعمل زيارات ميدانية لعدد من محلات الملبوسات، واستطلاع آراء الباحثين حول الفرق في استهلاك الملابس المحلية ونظيرتها المستوردة، وشملت الزيارات عدداً من مشاغل الخياطة المحلية.

وتتلخص المنهجية العلمية المتبعة بما يلي:

1. التخطيط لخطوات وطرق العمل وتنظيمه.
 2. جمع المعلومات والإحصائيات عن واقع صناعة الملابس في فلسطين.
 3. وضع الفرضيات التي تبرر الوضع الذي تعاني منه صناعة الملابس في فلسطين.
 4. إجراء المقابلات مع المسؤولين في الاتحاد العام لصناعة الملابس وأصحاب المشاغل ومحال الملبوسات.
 5. كتابة الاستبانات.
 6. تحديد الفئة المستهدفة.
 7. توزيع الاستبانات على الفئة المستهدفة.
 8. دراسة النتائج التي تم الحصول عليها وتحليلها وعرضها مع الإحصاءات والجداول والرسوم البيانية.
 9. الخروج بالنتائج والتوصيات.
 10. توثيق هذه العمليات، الفرضية وطرق العمل والنتائج والمراجع.
 11. التنويه بكل الدعم والمساعدة التي حصل عليها الباحثة خلال مسيرة البحث.
- انطلقت المجموعات إلى العمل في صيف عام 2010 وها هي تضع نتائجها أمام بقية الطلبة في كافة المدارس الفلسطينية من أجل الاطلاع عليها وإبداء آرائهم فيها.

ملخص البحث

تبرز أهمية قطاع صناعة الملابس في أن هذا القطاع يساهم في تنمية المجتمع الفلسطيني بشكل عام، وفي المقام الأول يساهم هذا القطاع في دعم الاقتصاد القومي كقطاع من قطاعات الصناعات التحويلية.

لذلك ومن أجل الوصول إلى أهدافها من هذه الدراسة قامت مجموعات البحث بالاطلاع على معلومات خاصة بموضوع بحثها عن طريق عمل مقابلات وتوزيع استبانات، والتعرف على صناعة الملابس في فلسطين عن طريق زيارة المشاغل المحلية للملابس ومحال الملبوسات في شتى المحافظات ومقارنة بين الملابس المستوردة والملابس محلية الصنع.

وبالطبع كان رأي الطلائع ومدى رضاهم عن صناعة الملابس المحلية محور اهتمام المجموعات الباحثة وكان من الملاحظ تفضيل شراء الملابس المستوردة الأجنبية كالتركية والصينية لأسباب التصميم والأشكال الخارجية والمميزة بشكل رئيس دون النظر إلى الجودة، حيث أن مشاغلنا الفلسطينية تفتقر إلى الآلات الحديثة وإلى خطوط الإنتاج المتنوعة الأمر الذي يعكس

محدودية هذه المنتجات، وفي المقابل لوحظ أن أغلب الطلائع يفضلون شراء الملابس الصينية المستوردة لرخص أسعارها وتوافرها في الأسواق الفلسطينية بكثرة، أما بالنسبة لشراء الملابس محلية الصنع فإن نسبة قليلة من الطلائع يقبلون على شرائها من منطلق تشجيع الاقتصاد الوطني.

وبشكل عام يفضل الطلائع في محافظات رام الله و نابلس وأريحا وغزة المنتجات غير الفلسطينية من قطاع الملابس على غيرها من المنتجات الفلسطينية ففي محافظة رام الله 77% من الطلائع يميلون إلى المنتجات غير المحلية عند الشراء مقابل 23% يميلون إلى شراء المنتجات المستوردة في قطاع الملابس، وقد شاهدنا نفس النسبة تقريباً في نابلس وأريحا وغزة أيضاً، وفي جنين تختلف النسبة قليلاً فيفضل 46% من الطلائع الملابس المحلية مقابل 54% يفضلون الملابس المستوردة.

وعند دراسة أهم ما ينظر إليه الطلائع عند شراء ملابسهم تبين أن في محافظة رام الله هناك عنصران أساسيان يفضلهما الطلائع وهما التصميم المتنوع والسعر ولكنها تختلف بين الذكور والإناث، 77% من الإناث تجذبن التصميم الجميلة والمتنوعة ومواكبتها للموضة، 20% منهن ينظرن إلى السعر و3% ينظرن إلى الجودة، أما بالنسبة إلى للذكور،

67% منهم ينظرون إلى السعر أولاً، 20% منهم يجذبه عنصر الموضة و13% ينظرون إلى جودة الملابس، وهناك 88% من الطلائع الذين يسكنون قلب المدينة

في رام الله يفضلون شراء الملابس المستوردة لتوافرها في جميع محال الملابس وبجميع الأشكال والتصاميم مقابل 12% فقط من الطلائع يفضلون شراء الملابس المحلية أما بالنسبة للطلائع القاطنين في القرى المحيطة، 69% منهم يفضلون شراء الملابس ذات التصميم البسيطة ولتوافرها في محلات الملابس في القرى بشكل أكبر من الملابس المستوردة و31% منهم يفضلون شراء الملابس المستوردة، أما في محافظة جنين تعاني الصناعة الفلسطينية في قطاع الملابس من عدم التقبل لدى المستهلك الناجم من صورة سلبية مسبقة عن منتجات هذا القطاع، 83% من الطلائع يفضلون شراء الملابس المستوردة ليتباهون بها مقابل 17% فقط يفضلون شراء الملابس المحلية لدعم الاقتصاد الوطني هذا إذا توافر الرديفان بنفس المعايير من حيث الجودة والسعر والتصاميم المتنوعة.

مقدمة

إن معركة التنمية الصناعية في بلدان العالم الثالث أو البلدان المتخلفة والتابعة عموماً، تعتبر من أهم المعارك في مواجهة التخلف والفقر، شرط توفر المشروع النهضوي الممكّن لنافية العلم والتقدم والتكنولوجيا وثقافة التنوير والعقل والحداثة كأساس لتلك المواجهة، فالمعركة في ساحة الصناعة، هي معركة في ميدان التقدم والحضارة والعلم، إذ أن تطور الصناعة يشكل العمود الفقري أو جوهر العملية التنموية، لما للتصنيع من دور ريادي في هذه العملية.

ولكن يبدو أن الاعتماد على الدول المانحة، والمصادر الخارجية في الإنفاق وفي توسيع السوق الداخلي، وما رافق ذلك من مظاهر الهبوط والتراجع وعدم الاستقرار، خلال السبع سنوات الماضية، عمق شدة الحاجة لمصادر التمويل الخارجية من جهة، وأدى إلى إهمال تطوير القطاعات الإنتاجية في الضفة والقطاع رغم الوجود، فعلى الرغم من تزايد عدد المؤسسات ذات الصفة الصناعية، إلا أن معدلات النمو ظلت منخفضة في القطاع الصناعي قياساً بقطاع الخدمات الذي ارتبط به، واعتمد عليه جزء هام من مؤسسات القطاع الصناعي، يتبين ذلك من توزيع الناتج المحلي الإجمالي للعوام 1999، 2003، 2004 على الأنشطة الاقتصادية حسب الجدول التالي:

جدول (1)

يوضح مساهمة الأنشطة الاقتصادية في الناتج المحلي الإجمالي في باقي الضفة الغربية وقطاع غزة بالأسعار الثابتة

النشاط الاقتصادي	1999	3002	4002
قيمة الناتج المحلي الإجمالي (بالألف دولار)	4511.7	9.8383	8.0104
مساهمة الزراعة (%)	10.4	5.01	8.01
مساهمة الصناعة (%)	14.5	5.01	41
مساهمة التجارة الداخلية (%)	11	4.9	5.31
مساهمة الإنشاءات (%)	13.7	6.3	8.2
مساهمة الخدمات الأخرى (%)	51.9	66	9.85

المصدر: معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس)، التقرير السنوي 2004، ص 44.

لقد أدى توسع الإنفاق الحكومي الاستهلاكي، في السلطة، إلى تضخم قطاع الخدمات إلى حد جعل نسبته في الناتج الإجمالي أكثر من 70% من الناتج المحلي الإجمالي عام 2003، إذا افترضنا أن نسبة 4% فقط من قطاع الصناعة مرتبطة بالخدمات (مما يعني في تقديرنا أن مساهمة الصناعة لا تتجاوز 10%)، ولا يعود هذا التضخم في قطاع الخدمات إلى النسبة العالية جداً من المستخدمين في وزارات ومؤسسات السلطة وحسب، بل وكذلك إلى توجيه الاستثمارات الخاصة لهذا القطاع لغايات الربح السريع من جهة، وبسبب هذا التراكم المتزايد للخدمات الناشئة عن زيادة التشغيل أو التوظيف في أجهزة السلطة عموماً، ولتلبية الاحتياجات الخاصة لأعداد كبيرة من الشرائح البيروقراطية العليا والطفيلية.

عانت فلسطين في الفترات المتعاقبة من الاحتلال، فقد سيطرت عليها قوى مختلفة وتعاقبت على حكمها، مما جعلها بلداً يعتمد على غيره في موارده، وقد ساهم الاحتلال المستمر له بتحويل سكانه إلى أناس استهلاكيين يعتمدون على ما ينتجه غيرهم، وهذا ما جعل من فلسطين بلداً يعاني من تخلف صناعي وزراعي لاعتمادها على ما ينتجه المحتل وما خلفه من تبعية وتقييد للحريات في شتى المناحي وخاصة الصناعة.⁽¹⁾

إن وجود هذه المعوقات أدى إلى ضعف الصناعة الفلسطينية في قطاعات مختلفة ومنها قطاع النسيج والملابس، مما أدى إلى اتجاه عدد كبير من المواطنين الفلسطينيين إلى شراء الملابس المستوردة.

1 معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس)، التقرير السنوي 2004، ص 44.

الملامح الأساسية للقطاع الصناعي في فلسطين:

تحليل هيكلية القطاع الصناعي:

لقد واجه القطاع الصناعي في فلسطين ظروفًا غير طبيعية أدت إلى اختلال معالم هذا القطاع وخلقت انعكاسات سلبية لا زالت تلقي بظلالها على الاقتصاد الفلسطيني حتى يومنا هذا، ولو أردنا واستعرض واقع هذا القطاع في الوقت الحالي فإنه حتماً سيكون مظلماً بسبب الشلل شبه التام الذي يعاني منه الاقتصاد

11.5% تطورت هذه النسبة عام 2003م لتصل إلى نحو 15.2% علماً بأن الناتج المحلي الإجمالي لهذا العام حسب ما أوردته الدراسة الصادرة عن البنك الدولي حول الاقتصاد الفلسطيني والمستوطنات في حزيران 2004م، بلغ نحو 3144 مليون دولار. ومن الملاحظ أن ارتفاع مساهمة القطاع الصناعي في الناتج المحلي الإجمالي خلال العام 2003م بالمقارنة بالأعوام السابقة لا يرجع إلى تحسن جوهري في حصة الصناعة من الناتج المحلي، وإنما يعود السبب الأساسي لذلك في انخفاض الناتج المحلي الإجمالي لذلك العام، حيث أن القيمة المضافة للصناعة خلال سنوات الانتفاضة لم تتجاوز في أفضل الأحوال 476 مليون دولار مقارنة بنحو 698 مليون دولار خلال العام 2000م، وما يلاحظ هو أن هذه المؤشرات جميعها تخالف التوقعات التي كانت تشير إلى أن مساهمة القطاع الصناعي في الناتج المحلي ستصل إلى نحو 21% مع نهاية العام 2000م (وزارة الصناعة، تقرير خسائر الصناعة)، ويعود السبب

الفلسطيني ككل وليس القطاع الصناعي فحسب، ولكن أهمية الحديث عن واقع هذا القطاع تنبع من فكرة إمكانية الاستمرار، لأن الاستمرار هو بمثابة الأمل للمجتمع الفلسطيني وليس للقطاع الصناعي فقط وهذا المفهوم يوازي المفهوم الذي كثر الحديث عنه في هذه الأوقات والذي ينطلق من فكرة تعزيز مفهوم اقتصاديات الصمود في وجه الاحتلال الإسرائيلي وهذا التعزيز يتطلب عدة أمور من أهمها دراسة الموارد المادية والبشرية المتاحة للمجتمع الفلسطيني حتى يتمكن من حصر جميع إمكانياته الذاتية بما يساهم في إيضاح الرؤى التي تخلق مناخاً مناسباً لصياغة خطة استراتيجية على المستوى القومي.

لم يتمكن قطاع الصناعة من رفع مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي بصورة ملموسة منذ عام 1994م إلى عام 2003م، ففي حين بلغت نسبة مساهمة الصناعة في الناتج المحلي عام 1994م نسبة

في ذلك التراجع إلى العديد من العوامل الخارجية والداخلية، منها، استمرار قيود برتوكول باريس والتعقيدات الإسرائيلية في وجه الصناعة الفلسطينية خصوصاً، إلى جانب نزوع رأس المال الفلسطيني إلى تحقيق الربح السريع عبر المشاريع الخدمية في التجارة والإنشاءات والسياحة والعقارات... الخ، وهي ظاهرة طبيعية في ظل العلاقات الاقتصادية المحكومة لمصالح التحالف البيروقراطي الكومبرادوري وما يرافق هذه العلاقات من استئثار البعد الطفيلي في الاقتصاد الفلسطيني.

لقد بلغت مساهمة القطاع الصناعي في التشغيل ما نسبته 12.5% خلال العام 2003، الأمر الذي يظهر تراجع مساهمة الصناعة في التشغيل مقارنة بالأعوام السابقة والتي بلغت نحو 15.5% و14.3% و14% و12.9% للأعوام 1999-2002. وهذه النسب قد تم احتسابها بناءً على مجموع العمالة الفعلية في القطاعات الاقتصادية الفلسطينية، وفي موازاة التراجع في التشغيل، فقد تراجع كذلك عدد المنشآت العاملة في القطاع الصناعي لتبلغ نحو 13693 منشأة خلال العام 2003 وبنسبة تراجع بلغت نحو 7.8% مقارنة بالعام 1999، ومن الجدير بالذكر أن التراجع في معدلات التشغيل في القطاع الصناعي قد تزايد مع ارتفاع عام في معدلات البطالة في الأراضي الفلسطينية⁽¹⁾.

1 إدارة الدراسات والتخطيط، وزارة الاقتصاد الوطني، دراسة حول الصناعات التحويلية في فلسطين، محمد إبراهيم سعدي الراعي، 2003.

صناعة النسيج والملابس في فلسطين

تعتبر صناعة النسيج والملابس إحدى الصناعات المهمة، إن لم تكن الأكثر أهمية، في الاقتصاد الفلسطيني، من حيث العمالة والإنتاج وعدد المؤسسات. واحتلت صناعة النسيج أهمية كبيرة بالنسبة للاقتصاد الفلسطيني منذ بداية القرن الماضي، إذ أنه حسب التعداد الصناعي الحكومي لسنة 1928م كان هناك 357 محل نسيج و813 محل ملابس في فلسطين عام 1927، وهي تمثل 10,2% و23,2% على التوالي من عدد المؤسسات الصناعية في فلسطين في ذلك العام. وقد كان معظم هذه المنشآت عبارة عن مشاغل حرفية صغيرة.

كان لصناعة النسيج والملابس دوراً هاماً بالنسبة للاقتصاد الفلسطيني خلال العقود الماضية، ففي عام 1942 مثلاً، كان عدد مؤسسات صناعة النسيج والملابس يمثل حوالي 22% من عدد المؤسسات الصناعية، واحتلت بذلك المرتبة الأولى في قطاع الصناعة التحويلية. وفي عام 1960 شكلت مؤسسات هذه الصناعة 66% من عدد المؤسسات الصناعية في قطاع غزة، كما مثلت 13% من عدد المؤسسات الصناعية في الضفة الغربية عام 1966.

ولم يغير الاحتلال الإسرائيلي هذه الصورة بشكل جوهري. فقد ظلت صناعة النسيج والملابس تمثل إحدى الصناعات المهمة جداً بالنسبة للاقتصاد الفلسطيني، حيث شكلت مؤسساتها حوالي 20% - 22% من عدد المؤسسات الصناعية في الضفة الغربية و33%-37% في قطاع غزة خلال الفترة 1976 - 1987 وكانت توظف حوالي 25 و43% من مجموع العمالة الصناعية في كل من الضفة الغربية وقطاع غزة على الترتيب. وبعد توقيع إعلان المبادئ عام 1993 بين إسرائيل ومنظمة التحرير الفلسطينية ظهرت تحديات

جديدة في درجة هذه الصناعة، تتمثل في المنافسة الجديدة من قبل المؤسسات الأردنية، التي دخلت إلى الأسواق الفلسطينية والإسرائيلية بقوة، كما تتمثل هذه التحديات في تطوير البنية التحتية اللازمة لمواجهة هذه المنافسة بكفاءة وفعالية.

بلغ عدد المنشآت في صناعة النسيج والملابس في الضفة والقطاع 1842 منشأة في العام 1994، ويشكل هذا الرقم أكثر من 18% من العدد الكلي للمنشآت الصناعية في الضفة والقطاع، وهي الثانية من حيث الترتيب بعد صناعة منتجات المعادن. ومن ناحية أخرى فإن صناعة النسيج والملابس توظف حوالي 13600 عامل، يمثلون حوالي 28% من مجموع الأيدي العاملة في القطاع الصناعي، وتعتبر بذلك أكبر مصدر للتوظيف في ذلك القطاع، كذلك فإن صناعة النسيج والملابس تساهم بنحو 22% من القيمة المضافة الصناعية، وتساهم بأكثر من 15% من الناتج الإجمالي الصناعي، وهي الثالثة من حيث الأهمية بعد صناعاتي منتجات المعادن اللافلزية، والمنتجات الغذائية والمشروبات.

هيكل صناعة النسيج والملابس في فلسطين:

هناك ترابط قوي بين قطاعي النسيج والملابس بحيث يجري جمعهما في صناعة واحدة إلا أنهما يختلفان في عدة وجوه، مما يجعلهما يصنفان عالمياً في صناعيتين مختلفتين: صناعة الملابس، والتي تصنف حسب التصنيف الصناعي الدولي تحت رقم (18)، وصناعة النسيج التي تصنف تحت رقم (17)، وتنقسم صناعة النسيج إلى

قطاعات فرعية، تضم مصانع، ومشاغل تقوم بغزل ونسيج وتجهيز المنسوجات، وصنع البطانيات والشراشف والبسط والسجاد وأصناف التريكو وغيرها.

الجدول في الأسفل يعطي وصفاً وبيانات موجزة عن القطاعات الفرعية لصناعاتي النسيج والملابس، (1994)

النشاط الاقتصادي	عدد المنشآت	عدد العاملين	الإنتاج (ألف دولار)	القيمة المضافة (ألف دولار)
صنع المنسوجات	309	1338	26331	9099
غزل الألياف ونسج المنسوجات	32	535	14592	4945
إتمام وتجهيز المنسوجات	9	47	251	123
صنع المنسوجات عدا الملبوسات	210	599	6668	2669
صنع البسط والسجاد	7	44	702	248
صنع منسوجات أخرى	13	54	1052	367
صنع الأقمشة والتريكو	35	241	3066	747
صنع الملابس	1533	12269	107186	65562

المصدر: جهاز الإحصاء المركزي الفلسطيني، بيانات غير منشورة.

الشكل العام لتسويق الملابس والمنسوجات الفلسطينية:

تنقسم سوق صناعة الملابس والنسيج إلى: أسواق محلية، أسواق خارجية، والمتعاقدون من الباطن.

أ. السوق المحلي: هناك حالات يتم الإنتاج بكامله فيها للسوق المحلي، سواء بواسطة المنتج مباشرة أو بواسطة تجار الجملة أو التجزئة المحليين. وتصل نسبة ما تستوعبه السوق المحلي من الإنتاج حوالي 15%..

ب. الأسواق الخارجية: هناك حالات يقوم فيها المنتج المحلي بتوزيع جزء من إنتاجه في الأسواق

الإسرائيلية والأردن، والأسواق الأخرى مثل أوروبا والولايات المتحدة. ولكن البيع في الأسواق الخارجية يتم عادة من خلال وكيل إسرائيلي يقوم ضمن أشياء أخرى بتسهيل إجراءات النقل والشحن والتسليم.

ج. التعاقد من الباطن: إن ترتيبات التعاقد من الباطن تمثل حوالي 80% من إنتاج الملابس في الضفة الغربية وحوالي 90% من إنتاج الملابس في قطاع غزة. ولا يقع تسويق المنتجات النهائية عادة ضمن مسؤولية متعاقد الباطن، إذ ينصب اهتمامهم الرئيس على الحصول على العقود من الشركات الإسرائيلية، ثم تنفيذ تلك العقود على أفضل وجه وبأقل تكلفة ممكنة. وهناك تنافس كبير بين متعاقد الباطن الفلسطينيين مع متعاقد الباطن الأردنيين والمصريين.

فصل الشتاء و 250 عاملاً في الفصول الأخرى وتتميز صناعة الملابس الجلدية بسيطرة منتج واحد. إذ تقدر حصته من إنتاج هذه الصناعة ب 64 % وحصّة المنتج الذي يليه 8%، أما بقية المصانع فهي عبارة عن مشاغل خياطة صغيرة، وتستخدم صناعة الملابس الجلدية حوالي 3.9 مليون قدم مربع من الجلود منها 23% جلود مصنعة ومخلطة في فلسطين، وقد شكلت الجلود كاملة التصنيع والمصنعة في فلسطين 15% من الكمية الإجمالية. وحققت صناعة الملابس إنجازات كبيرة في الأسواق من حيث الأسعار والجودة إذ أن العديد من المنتجين الفلسطينيين ينتجون لصالح شركات وشبكات توزيع إسرائيلية مشهورة جداً. كما أن المنتج الرئيسي في هذه الصناعة يصدر حوالي 90% من إنتاجه إلى إسرائيل، وأن 73% من الإنتاج الكلي للصناعة يتم على أساس التعاقد من الباطن مع شركات إسرائيلية ويسوق 21% من الإنتاج في منطقة القدس الشرقية. وحسب الدراسة فإن المشكلة الرئيسية التي تواجه هذه الصناعة، هي المنافسة غير العادلة مع المنتجين والموزعين الإسرائيليين في منطقة القدس وذلك للسيطرة على الطلب الذي يوفره سوق السياحة، كما أن اعتماد هذه الصناعة بشكل كبير على نشاطات التعاقد من الباطن مع شركات إسرائيلية قد يخلق مشاكل مستقبلية لهذه الصناعة.

وحسب ما أكدته وزارة الاقتصاد الوطني على موقعها الإلكتروني فإنه نظراً للوضع الاستثنائي للسوق الفلسطينية والترابط المعقد مع الاقتصاد الإسرائيلي وعدم إمكانية الفصل التام بين السوقين، تم توقيع اتفاقية باريس مع الإسرائيليين والتي تنص على العمل من خلال اتحاد جمركي ينطبق على المستوردين من كلا الجانبين، مع مراعاة احتفاظ السلطة الفلسطينية بحق اتخاذ بعض الإجراءات التي تتفق مع المصلحة الاقتصادية للسوق الفلسطينية. وحسب الإحصائيات الرسمية لوزارة الاقتصاد الوطني فإن عدد المنشآت العاملة في صناعة الملابس يصل إلى قرابة 2000 منشأة كما احتلت صناعة الملابس والنسيج المرتبة الأولى من حيث مساهمتها في التوظيف، وبلغت نسبة العاملين فيها حوالي 26% من إجمالي العاملين في الصناعات التحويلية وذلك وفقاً لإحصائيات قديمة عام 1998-2000 وفي دراسة نشرتها وكالة الأنباء الفلسطينية وفا، فإن صناعة الملابس تلعب دوراً اقتصادياً كبيراً، وخاصة في مدينة القدس والمناطق المحيطة بها، إذ يوجد حوالي 27 منتجاً فلسطينياً للملابس الجلدية ويقدر حجم الإنتاج السنوي ب 86000 قطعة، وتبلغ قيمتها حوالي 10 ملايين دولار أميركي. ووفقاً لتلك الدراسة فإنه يعمل في هذه الصناعة حوالي 350 عاملاً في

الملابس عن مثيلاتها في الصناعات التحويلية حيث بلغ 3291.3 دولار مقابل 4477.2 دولار في الصناعات التحويلية وقد يعزى هذا الفرق إلى انخفاض إنتاجية العامل في صناعة الملابس بالمقارنة مع إنتاجية العامل في الصناعات التحويلية. كذلك يلاحظ تراجع قيمة إنتاج هذه الصناعة من 130.87 مليون دولار عام 1999 إلى 126.99 مليون دولار عام 2000 أي انخفضت بنسبة 3%، رافق ذلك تراجع في القيمة المضافة التي يحققها هذا الفرع من 84.71% إلى 83.9% مليون دولار عام 2000، أي تراجعت بنسبة 1%. في حين شكلت حصة القيمة المضافة من الإنتاج 77.9% مقابل 39% في الصناعات التحويلية ويعود هذا الفرق الكبير إلى اعتماد صناعة الملابس على عمليات التعاقد من الباطن، حيث بلغت تكاليف المواد الخام إلى الإنتاج 19% فقط مقابل 47.4% للصناعات التحويلية. هذا وتعمل 62.8% من مؤسسات صناعة الملابس في الضفة الغربية من بينها 74.5% حاصلة على ترخيص منها 72.3% حصلت عليه من البلديات و13.7% من وزارة الصناعة و14% من الإدارة المدنية ومصادر أخرى. أما من حيث الشكل القانوني فإن 90% من المؤسسات العاملة في الأراضي الفلسطينية مؤسسات فردية.

أما بخصوص المستوى التكنولوجي للآلات المستخدمة فإن البيانات المتوفرة تشير إلى تقادمها الواضح، فقد ارتفع تأكلها السنوي بأكثر من 111% عن قيمة الاستثمارات في الأصول وشكلت قيمة اهتلاكها 3.37% من الإنتاج كذلك فإن 80.4% من الآلات المستخدمة في هذه الصناعة يدوية ونصف مؤتمتة .

وانخفضت عدد المؤسسات الصناعية العاملة في هذه الصناعة من 2430 مؤسسة عام 1999 إلى 2048 عام 2000 أي انخفضت بنسبة 15.7% وتراجعت حصة صناعة الملابس التحويلية من مجمل عدد مؤسسات الصناعة التحويلية من 17.2% إلى 14.8% عام 2000. وارتفع عدد العاملين في هذه الصناعة من 19858 عام 1999 إلى 22101 عام 2000 أي بنسبة زيادة 11.3% وتستوعب ما نسبته 30.3% من حجم العمالة في الصناعة التحويلية.

كذلك بلغ متوسط عدد العاملين في المؤسسة الواحدة 10.8 عامل مقابل 5.3 عامل في الصناعة التحويلية وهذا يدل على أن مؤسسات صناعة الملابس كثيفة استخدام العمالة، حيث توظف 55.4% منها أقل من 5 عمال مقابل ما نسبته 76.9% لمتوسط الصناعات التحويلية.

كذلك بلغ مجموع العاملين بأجر في نفس العام 18661 عاملاً، يشكلون 82.3% من مجمل العاملين في هذا الفرع مقابل 70% في الصناعات التحويلية. ومن ناحية أخرى تشكل نسبة العمالة النسائية 41% من مجمل العاملين في صناعة الملابس وهي نسبة مرتفعة مقابل 15% فقط نسبة العمالة النسائية في الصناعات التحويلية ككل ويرجع ذلك لطبيعة العمل في هذه الصناعة.

في حين نلاحظ انخفاض متوسط نصيب العامل من تعويضات العاملين (متوسط الأجور) في صناعة

مشاكل (معوقات) القطاع الصناعي

واجه القطاع الصناعي في فلسطين خلال سنوات الاحتلال ظروفاً صعبة، بل تدهوراً مستمراً بسبب الكثير من المشكلات والمعوقات التي حالت دون تطويره ونموه وبالتالي أدت إلى زيادة ارتباطه بعجلة الاقتصاد الإسرائيلي وتعميق تبعيته له، وعملت من أجل تحقيق هذا الهدف على إصدار مختلف الأوامر العسكرية والتشريعات التي تصب في هذا الهدف، ولم يتوقف الأمر عند هذا الحد بل إنها لجأت إلى فرض مزيد من التدابير والإجراءات لحصار الصناعة الفلسطينية حتى بعد إعادة انتشار قواتها طبقاً لاتفاق أوسلو، وذلك من خلال إحكام السيطرة على المعابر والمفاذ التي تربط الأراضي الفلسطينية بالعالم الخارجي.

ويمكن تصنيف المشاكل والمعوقات التي يعاني منها القطاع الصناعي حسب المجموعات الرئيسية التالية:

1. المشاكل المتعلقة بالمستلزمات والمدخلات والتجهيزات الصناعية وتشمل:

أ- المشاكل المتعلقة بالمواد الخام:

تفتقر الأراضي الفلسطينية للمواد الخام اللازمة للصناعة، لذلك تلجأ معظم فروع الصناعة إلى الاعتماد على السوق الإسرائيلية والأجنبية في استيراد المواد الخام حيث تقدر نسبة المواد الخام، المستوردة من إسرائيل بأكثر من 85% وبالتالي فإن كثيراً ما تواجه منشآتنا الصناعية من مشاكل في الحصول على المواد الخام وارتفاع أسعارها والتأخير المستمر في استلامها بسبب الفحص الأمني على المعابر وبسبب الإغلاقات المستمرة.

ب- المشاكل المتعلقة بالمعدات والآلات:

يواجه القطاع الصناعي انخفاض في نسبة الكفاءة الإنتاجية من جانب وارتفاع تكلفة الإنتاج من جانب آخر وذلك بسبب أن معظم الآلات والمعدات المستخدمة في المصانع إما قديمة أو متخلفة تكنولوجياً، مما يترتب على ذلك تعطلها في كثير من الأحيان، الأمر الذي يزيد من تكلفة الصيانة بالإضافة إلى ما تواجهه المنشآت الصناعية من معوقات في استيراد الآلات والمعدات الحديثة بسبب القيود الإسرائيلية من فرض رسوم جمركية عليها وصعوبات في التخليص والفحص الأمني مما يترتب عليه إجهاد الكثير من أصحاب المصانع على تجديد الآلات والمعدات لمصانعهم الذي يعني انخفاض الكفاءة الإنتاجية وزيادة تكلفة المنتج وضعف القدرة التنافسية لها.

ج- عدم ملائمة مواقع المصانع وأبنيتها:

تبين من خلال أكثر من مسح ميداني للمنشآت الصناعية أن مواقع الإنتاج لمعظمها تقع خارج المناطق الصناعية وهي موزعة ومشتتة في المناطق التجارية والسكنية حيث أن سلطات الاحتلال لم تعمل على إنشاء المناطق الصناعية المناسبة والمزودة بكل الخدمات لتلك المصانع وهذا يعيدنا إلى التفكير بشكل جدي لإنشاء المناطق الصناعية لإعادة التوطن الصناعي في مواقع معروفة وليس عشوائياً.

2. مشاكل تتعلق بنقص التمويل:

واجهت الصناعة بشكل أساسي مشاكل كثيرة نتيجة لغياب جهاز مصرفي قادر على تمويل إقامة صناعات جديدة أو تطوير صناعات قائمة خلال سنوات الاحتلال وبالتالي حرم القطاع الصناعي من مصدر هام ورئيسي لتنميته بالتالي نتج عن ذلك أن اعتمدت منشآتنا الصناعية على التمويل الذاتي حيث يشكل التمويل الذاتي أكثر من 90% من منشآتنا الصناعية القائمة، مما يترتب عليه قلة حجم الاستثمارات في القطاع الصناعي وصغر حجم المنشآت الصناعية التي تم إقامتها.

3. مشاكل متعلقة بالتسويق:

تعتبر مشكلات التسويق من أبرز المشاكل والمعوقات التي يعاني منها القطاع الصناعي سواء في عهد الاحتلال أو حالياً في ظل السلطة الفلسطينية حيث ما زالت إسرائيل تسيطر على كل المعابر والتي من خلالها يتم تسويق وتصدير منتجاتنا المصنعة.

ومن أهم تلك المعوقات المرتبطة بالتسويق ما يلي:

أ - صغر حجم السوق المحلية وعجزها عن استيعاب الإنتاج المحلي مع تدهور الوضع المعيشي والمالي للمستهلكين، حيث أضر ذلك بكثير من الصناعات، خاصة نتيجة إغلاق منافذ التسويق الداخلية (بين المدن الفلسطينية أو بين الضفة والقطاع) والخارجية من قبل إسرائيل حيث أن جزءاً كبيراً من الصناعات الفلسطينية تعمل بأقل من نصف طاقتها الإنتاجية.

ب- المنافسة غير العادلة وغير المتكافئة بين منتجات الصناعة المحلية وبين منتجات الصناعة الإسرائيلية حيث فتحت إسرائيل القطاع والضفة على مصراعيها للسلع والمنتجات الإسرائيلية حيث بلغت حجم صادرات إسرائيل للضفة والقطاع أكثر من مليار دولار وحتى الآن ومع مجيء السلطة الفلسطينية ما زالت المنتجات الإسرائيلية تدخل أسواقنا دون أية قيود حيث لا بد من وجود سياسات حماية وذلك لحماية الصناعات الفلسطينية الوليدة وإعطائها القدرة على المنافسة.

4. مشاكل تتعلق بالخبرة الفنية وغياب التنظيم والتخطيط الصناعي:

من الواضح أن الخبرة الفنية والتقدم التقني ضروري لمواكبة مدى التقدم الذي يحدث في مجالات الإنتاج والتي تمكن من خلال استيراد ونقل التكنولوجيا زيادة الطاقة الإنتاجية، إلا أن إسرائيل كانت تضع الكثير من الحواجز والمعوقات لنقل التكنولوجيا هذا بالإضافة إلى النقص الواضح في مجال الخبرة الفنية وذلك يرجع إلى

نقص مؤسسات التعليم التقني والفني والتي عرقلت سلطات الاحتلال إنشاء تلك المؤسسات والمعاهد الفنية المتخصصة التي كان يمكن الاعتماد عليها في تخريج العمالة المدربة اللازمة لمواكبة التقدم التقني والفني اللازم لتطوير القطاع الصناعي (تعمل السلطة حالياً على زيادة عدد المعاهد التقنية والفنية من أجل توريد القطاع الصناعي بالعمالة المدربة)، هذا بالإضافة إلى غياب التنسيق والتنظيم بين المؤسسات الصناعية وغياب التخطيط الصناعي الضروري لانطلاق حقيقة وصحيحة للقطاع الصناعي.

5) مشاكل متعلقة بغياب السياسات والتشريعات والقوانين :

عانى القطاع الصناعي خلال فترة الاحتلال من غياب أي شكل من أشكال السياسات التنموية الصناعية، وبالتالي لم يكن هناك برامج وخطط للتنمية الصناعية واضحة الأهداف والمعالم، الأمر الذي يعني أن القطاع الصناعي كان يعمل بشكل عشوائي خاصة في ظل غياب القوانين والتشريعات التي تنظم عمل القطاع الصناعي، وبالتالي لم تكن هناك الدراسات والإحصاءات عن نشاط القطاع الصناعي وكيفية بناء القدرة التنافسية لبعض الصناعات وغياب مرجعية للقطاع الصناعي، والآن وفي ظل السلطة الوطنية الفلسطينية لابد أن تتظافر كل الجهود من أجل وضع الخطط والبرامج الواضحة الأهداف والجدول الزمنية

لتنفيذها مما تضمن تنسيق الجهود وتكثيفها وحسب الموارد الاقتصادية اللازمة لتنفيذها وإصدار التشريعات والقوانين التي تنظم قطاع الصناعة.

تلك صورة لأهم المشاكل التي تواجه القطاع الصناعي والتي ترتبط في معظمها بسياسات الاحتلال السابقة وذلك لتهميش القطاع الصناعي ومنع تطويره وتنميته وما زالت تلك السياسات السابقة تمارس اليوم حيث ما زالت إسرائيل تفرض حصاراً وإغلاقاً على الأراضي الفلسطينية، وما زالت تتحكم في المعابر والمنافذ مع العالم الخارجي وحتى مع أسواقنا الداخلية في الضفة والقطاع⁽¹⁾.

المشاكل والعقبات التي تواجه صناعة الملابس والنسيج:

يعتبر منتجو الملابس المحلية أن البضائع المستوردة التي تأتي من وراء البحار، تمثل تهديداً لكيانهم وتضعف صناعتهم، وتمنعهم من القدرة على النجاح والمنافسة في ميادين التجارة، وتُندّر بمستقبل مأساوي للصناعة الوطنية.

كما وتحرم الملابس المستوردة، الصناع المحليين من فرصة المنافسة المتكافئة، لأنها تُطرح بأسعار منخفضة جداً لا تستطيع المنتجات المحلية المُماثلة أن تُصاهيها، ولا أن تصمد في وجهها، إلا إذا رتبت على نفسها خسائر فادحة، بعد تخفيض أسعارها.

ويؤكد مدير دائرة التنمية الصناعية في وزارة الاقتصاد الوطني م. هاني مطر، وجود مشكلات كثيرة تواجه الصناعات المحلية، في مقدمتها الحصار المفروض على قطاع غزة، وكذلك سياسة الاحتلال التدميرية وما تعرضت له المصانع الفلسطينية من دمار على يد الاحتلال خلال الانتفاضة.

وقال: "كان المنتج المحلي في السابق يتم تصديره إلى الخارج بنسبة 80%، والباقي يطرح في السوق المحلي أي بنسبة 20%، وبعد الإغلاق والحصار أصبح الإنتاج قليلاً ويطرح في السوق المحلي فقط".

وأشار إلى أن الملابس المستوردة بالرغم من قلة جودتها في بعض الأحيان، إلا أن المستهلكين يقبلون عليها لأنها تتناسب مع قدرتهم الشرائية، باعتبار زهد أسعارها مقارنة بالإنتاج المحلي مرتفع الثمن، حيث إن المواد الخام التي يحتاجها المنتج المحلي لصناعة الملابس باهضة الثمن.

وأوضح أن المصانع الوطنية تعاني من مشكلة عدم القدرة على التسويق، في ذات الوقت الذي يستطيع فيه المستوردون وتجار الملابس المستوردة، الترويج لبضاعتهم بأسهل الطرق وأسرعها.

من جانبه، أوضح مسؤولون في وزارة الاقتصاد الوطني، أن السوق المحلي الفلسطيني غارق بالملابس المستوردة من الخارج والتي تباع بأسعار منخفضة، في حين تجد المنتجات المحلية ذات الأسعار المرتفعة

صعوبة في الرواج، "لأن التاجر يبحث عن الأسعار الرخيصة للملابس التي يرغب بشرائها، غافلاً عن النوعية والجودة".

وأكد المسؤولون أنه لابد لوزارة الاقتصاد الوطني من اتباع سياسة لتقليل إغراق السوق بالملابس المستوردة، والعمل على تحسين الإنتاج المحلي كي تساهم في تخفيض ثمنها، مبيّناً في ذات الوقت أن الأمر ليس سهلاً وإنما يحتاج إلى جهد وخطط مدروسة. ورأى أن اتباع سياسة رشيدة من قبل الاقتصاد الوطني لحماية الإنتاج المحلي، تكون بتقليص إغراق السوق بالملابس المستوردة، ودعم المنتج المحلي بسياسة داعمة حتى تتوفر فيه الجودة والمواصفات المطلوبة.

واعتبر أن التصدير إلى الخارج، يحتاج إلى معايير ومقاييس دولية، بالإضافة إلى بنية تحتية جيدة، وقال: "إن التصدير يساهم في زيادة الناتج الإجمالي المحلي ويعود بعائد مفيد على الاقتصاد المحلي، وحتى ينجح التصدير يجب أن تكون له ميزة تنافسية.

من ناحيته، أكد المحلل الاقتصادي د. معين رجب أن هناك أسباباً كثيرة تجعل أسعار الملابس المستوردة منخفضة مقارنة بسعر الملابس المصنعة محلياً.

وقال: "إن السوق الفلسطيني المحلي ضيق والأسعار مرتفعة مقارنة مع ما يتم استيراده".

وبيّن أن من اختصاصات وزارة الاقتصاد توفير الحماية

والرعاية للسوق المحلي، دون أن تغلق الباب في وجه الاستيراد من الخارج، "وعليها اتباع سياسة مزدوجة: السماح بالاستيراد وتشجيع المنتج المحلي بإعفاءات ضريبية، ومنح التسهيلات".

وأوضح أنه لنجاح هذه السياسة المزدوجة، "يجب زيادة الرسوم الضريبية على الملابس المستوردة، وإعطاء فرصة لعرض إنتاج الملابس المحلية، بحيث يكون المستهلك أمامه فرصة اختيار السلعة المستوردة أو السلعة الوطنية".

وشدد د. رجب على أهمية دور وحدة المواصفات والمقاييس والمكايل المرتبطة بوزارة الاقتصاد الوطني، باعتبارها جهة رقابية على أن تقوم بفحص كل السلع سواء أكانت محلية أو مستوردة، على أن تتحقق فيها الشروط اللازمة لإنتاج كل سلعة وضمان تحقيق الجودة.

إن صناعة النسيج والملابس تواجه عدداً كبيراً من المشاكل والتحديات خلال هذه المرحلة الانتقالية، ويتعلق معظم هذه المشاكل بالوضع الحالي الذي يتسم بعدم الاستقرار السياسي والاقتصادي والذي يمكن أن يتلاشى إذا تم التوصل إلى سلام حقيقي، ويمكن حصر أهم المشاكل والعقبات بما يلي:

1. الإغلاق المتكرر للحدود وللمناطق الفلسطينية، وقد كان تأثير هذه الاغلاقات مدمراً بالنسبة للصناعة بالإضافة إلى تأثيرها على فرص الاستثمار.

2. صعوبة الحصول على تصاريح لدخول إسرائيل من أجل شراء المواد الخام والإكسسوارات، أو من أجل الحصول على طلبات من المقاولين الإسرائيليين.

3. التكلفة الإضافية التي يتم دفعها للوسيط الإسرائيلي لضمان وصول المواد الخام وتوزيع المنتجات. 4. عدم وجود بنية تحتية سليمة، فحالة الطرق غير مرضية، والمطارات والموانئ غير موجودة فعلياً في الوقت الحاضر.

5. نقص العمالة الماهرة والمدربة: هذه إحدى المشاكل الرئيسية التي تواجه الصناعة وخصوصاً في مجال تصميم الأزياء. وتشغيل وصيانة الآلات ومراقبة الجودة والمهارات الإدارية.

6. عدم توفر مصادر التمويل: هذه مشكلة أخرى تواجه هذا القطاع حيث إن البنوك التجارية لا تستجيب للاحتياجات المالية لقطاع الصناعة بصفة عامة. بما في ذلك صناعة النسيج والملابس.

7. عدم وجود سياسية عامة ملائمة نحو الصناعة لتشجيع الاستثمارات الخاصة في هذا القطاع الحيوي من القطاعات الصناعية⁽¹⁾.

المشاكل التي تعاني منها المصانع في قطاع النسيج والملابس:

تعاني المصانع الفلسطينية في قطاع النسيج والملابس من العديد من المشاكل والعقبات لعل أهمها:

1. ضعف جانب الصيانة داخل المصانع خصوصاً مصانع النسيج.

2. ضعف الأداء الإداري لأصحاب المصانع.

3. عدم وجود مناطق صناعية كافية.

4. ضعف الروابط الشخصية بين أصحاب المصانع المتشابهة (لوجود منافسة دائمة وليس تعاون لحل المشاكل).

5. ضعف جانب التصميم داخل المؤسسات خصوصاً فيما يخص الملبوسات.

6. عدم قدرة أصحاب المصانع بصورة عامة على حساب التكاليف بالطريقة العلمية وبناء برامج الإنتاج الكبيرة.

كما أن هناك العديد من المشاكل التي يعاني منها هذا القطاع على مستوى القطاع نفسه والقائمين عليه ويمكن تلخيص هذه المشاكل بالتالي:

1. عدم وجود حماية وضعف القدرة على منافسة المستورد خصوصاً في الحالات غير القانونية.

2. عدم وجود أسواق كافية لاستيعاب المنتج الفلسطيني.

3. ضعف مؤسسات تطوير الصناعة من الناحية الفنية والتقنية.

4. ضعف الإمكانيات الفنية وعدم مواكبة التطور التكنولوجي.

5. عدم وجود مختبرات لإجراء عمليات الفحص على المنتجات المحلية منها والمستوردة، وتقييم جودتها ومدى ملاءمتها للتصدير.

6. عدم وجود دليل صناعي كامل وواضح يبرز إمكانيات القطاع الصناعي.

7. اعتماد عدد كبير من المؤسسات على التعاقد من الباطن.

8. وجود ثلاثة اتحادات تمثل هذه الصناعة مما يشتت الجهود المبذولة لتحسين أوضاع هذه الصناعة، ويضعف القدرة على إيجاد استراتيجية موحدة لتطوير وتنمية هذا الفرع من الصناعة. بالإضافة إلى ضعف الثقة بين الاتحادات الممثلة لصناعة النسيج والملابس وأصحاب المصانع.

بناء على ما سبق تم تحديد نقاط القوة والضعف الداخلية لفرع صناعة النسيج والملابس في فلسطين، وكذلك الفرص المتاحة والمحددات لهذه الفرص من عناصر خارجية (SWOT) والجدول في الأسفل يبين نقاط القوة والضعف والفرص والمحددات الخارجية لفرع صناعة النسيج والملابس في فلسطين:

عوامل داخلية	عوامل خارجية
نقاط القوة	الفرص
الجودة	مصانع إسرائيلية أغلقت بسبب التكلفة العالية.
المرونة في الإنتاج وتنوعه	المناطق الصناعية الحدودية.
	الاتفاقيات الخارجية.
نقاط الضعف	المحددات
ضعف القدرات الإدارية لأصحاب المصانع.	التغيرات السياسية.
ارتفاع تكلفة العمالة الماهرة.	ضعف المواصفات والمقاييس.
ارتفاع تكلفة المرافق.	ضعف البيئة القانونية بشكل عام.
ارتفاع تكلفة الإنتاج (مياه، كهرباء، أجور، نقل).	عدم وجود سياسات صناعية واضحة.
عدم وجود حلقات إنتاج كاملة.	إغراق السوق والاستيراد غير المنظم.
ضعف التسويق.	الإغلاقات وعدم السيطرة على المعابر.
ضعف المعلومات والدراسات حول الأسواق.	عدم القدرة على التواصل بين الضفة الغربية وقطاع غزة.
ضعف السيطرة على السوق الداخلي.	
ضعف المؤسسات كقوة ضاغطة على الدولة.	
عدم العمل على تطوير مهارات العاملين.	
الافتقار إلى مختبرات فحص الجودة.	
ضعف البنية التحتية.	
ضعف القدرة على التعاقد.	

الملامح الأساسية لعمليات الإنتاج في قطاع صناعة الملابس الفلسطينية:

من خلال الملاحظة ومقابلة مسؤولي الإنتاج في الشركات العاملة في قطاع النسيج والملابس، والحوار مع أصحاب مصانع النسيج والملابس تبين أن الجداول الزمنية لعمليات الإنتاج تعد بواسطة أصحاب الشركة أو مديري الإنتاج فيها مع الأخذ بعين الاعتبار معدلات إنتاجية القوى العاملة والزمن اللازم لتنفيذ المراحل المختلفة لعملية الإنتاج، وبالتالي أعداد الأيدي العاملة اللازمة وتكلفتها، وبالتالي تكلفة إنجاز الفعاليات المختلفة في العملية الإنتاجية.

وتعتمد حالياً عملية بناء خطط الإنتاج على الخبرة السابقة لمعديها في أعمال مشابهة، والمعدلات التقريبية للإنتاجية وتقدير الفعاليات، حيث من الصعوبة بمكان أن يؤخذ بعين الاعتبار وضع الموارد المتاحة في مكانها الصحيح وكذلك تقدير المستوى والفعالية، لتعدد عمليات الإنتاج وصعوبة التعامل معها بصورة يدوية مما يؤدي إلى أن تكون هذه الخطط غير دقيقة ويتطلب تعديل الجداول الزمنية أثناء عملية الإنتاج ولا تعبر عن العملية الإنتاجية بصورة دقيقة، مما يؤدي إلى عدم القدرة على تلبية متطلبات السوق في الوقت المناسب، وأحياناً تكون الشركات متعاقدة مع جهات أخرى عن طريق المناقصات بعقود ملزمة بمواعيد وتواريخ محددة لا يتم الالتزام بها، مما قد يؤدي إلى أن تدفع الشركات غرامات تأخير بالإضافة إلى الأضرار غير المباشرة التي قد تصيبها بسبب وضعها ضمن الشركات غير القادرة على التسليم في المواعيد المحددة مما يؤدي إلى فقدان سمعتها الجيدة،

ويمكن القول بأن تحديد الموارد اللازمة والزمن اللازم لأي نشاط لا يتم باستخدام الطرق العلمية مثل معدلات الإنتاج أو المحاكاة، للحصول على الوقت والإنتاجية الأفضل في تنفيذ عمليات الإنتاج المختلفة في الشركات العاملة في قطاع النسيج والملابس.

أشكال الممارسات الإسرائيلية ضد الاقتصاد الفلسطيني:

منذ قدومه السلطة الوطنية الفلسطينية والحكومة الإسرائيلية تواصل وضع عراقيل أمام تقدم عجلة الاقتصاد الفلسطيني ونموه عن طريق:

1. السيطرة الكاملة على الحدود والمعابر والموانئ.
2. منع تصدير المنتجات الوطنية إلا من خلال الموانئ الإسرائيلية.
3. منع دخول المواد الخام إلى مناطق السلطة الوطنية.
4. السيطرة على الموارد الطبيعية.
5. فرض ضرائب جمركية على جميع البضائع المستوردة من العالم الخارجي عبر إسرائيل إلى أراضي السلطة الوطنية الفلسطينية.
6. فرض ضرائب الدخل وضرائب الضمان الاجتماعي على الفلسطينيين العاملين داخل الخط الأخضر دون أن تعود عليهم بأي فوائد.
7. تخریب البنية التحتية للاقتصاد الفلسطيني من خلال القصف اليومي للمنشآت والمصانع والمشاعل الفلسطينية وتجريف الأراضي الزراعية واقتلاع الأشجار... إلخ.

الاستراتيجية المقترحة للتصنيع في فلسطين

قبل الخوض في تفاصيل هذه الاستراتيجية لا بد من الإشارة إلى ما يلي :

من الصعب القيام بنهضة صناعية حقيقية في فلسطين ومن الصعب تطبيق أي استراتيجية مقترحة للتصنيع في فلسطين في ظل وجود الاحتلال الإسرائيلي المسيطر على الأرض والمعابر، أي أن الاستقلال السياسي الكامل يعتبر شرطاً أساسياً للتصنيع في فلسطين. والهدف من اقتراح استراتيجية مستقبلية للتصنيع في فلسطين

دعم الصناعات الموجهة للإحلال مكان الواردات بشكل رئيس ودعم الصناعات ذات القدرة التنافسية في الأسواق الخارجية ولكن ضمن ضوابط رئيسة بهدف تلافى السلبيات الناجمة عن تطبيق هذه الاستراتيجية. حيث أن بساطة التكنولوجيا المطلوبة وعدم الحاجة إلى العمالة الماهرة والارتفاع النسبي للأرباح وقصر فترة استرداد الاستثمارات تجعل المرحلة الأولى من سياسة إحلال الواردات أكثر ملاءمة للظروف المحيطة بالاقتصاد الفلسطيني ولكن ولنجاح هذه الاستراتيجية في تلبية الأهداف المنشودة من الزيادة المطلوبة في الدخل القومي والتخفيف من البطالة وتحقيق الترابطات الهيكلية بين الفروع الاقتصادية المختلفة واستقرار دخل الاقتصاد الوطني من العملات الصعبة والاستغلال الأمثل للموارد الاقتصادية يتطلب تطبيق الشروط الرئيسية التالية:

يكن في حشد الإمكانيات والطاقات المتاحة حالياً في ظل القيود والمعوقات الموجودة للبدء في رسم خطوط التحرك الممكنة في ظل مراعاة الظروف الاقتصادية الإقليمية والدولية، التي تؤثر على مستقبل اقتصادنا من جانب والظروف الاقتصادية والاجتماعية التي نعيشها تحت الحصار وعدم الاستقرار من جانب آخر، وبالتالي يجب أن تكون الاستراتيجية منبثقة عن السياسة الاقتصادية وفق الأهداف العامة والأولويات المنصوص عليها بواقعية ومرونة تامة للاستجابة لمتطلبات الظروف الراهنة والأوضاع الاستراتيجية المستقبلية المستجدة، وذلك بتظافر جهود كل من مؤسسات القطاع العام والخاص، إضافة للاستفادة من الاتفاقيات والجهود الدولية إن أمكن في سبيل تلبية متطلبات التنمية الصناعية في فلسطين. الاستراتيجية المقترحة: تقوم هذه الاستراتيجية على

1. التركيز على إحلال السلع الاستهلاكية ذات الوزن الأكبر في هيكل الطلب المحلي، أي لا بد من توافر السوق بشكل يسمح بإقامة مشروعات إحصائية ذات حجم معقول للاستفادة من الوفورات الاقتصادية لتقليل حجم التكاليف وللوصول إلى المستهلك بأسعار معقولة، وهذا يتم عن طريق دراسة قوائم الواردات ودراسة الاحتياجات الحقيقية للمواطنين .

2. التركيز على الصناعات القادرة على تحقيق الترابطات الأمامية والخلفية مع الوحدات والنشاطات الإنتاجية المختلفة، أي البدء بالمشروعات التي تضمن استخدام نسبة معقولة من الخامات والمواد الأولية والمكونات الصناعية المحلية .

3. عدم المبالغة في فرض الرسوم الجمركية على الواردات المماثلة خوفاً من تراجع الكفاءة المحلية للصناعات الفلسطينية وخوفاً من ارتفاع الأسعار ولا بد من اتباع سياسة حماية ملائمة ومتوازنة تهدف إلى تحقيق إحلال تدريجي مكان المستوردات المماثلة في الوقت الذي تضمن فيه وجود درجة معقولة من المنافسة .

4. توجيه جزء معين من إنتاج هذه السلع إلى الخارج بهدف ضمان توفير السيولة النقدية الأجنبية اللازمة لتغطية نفقات الآلات والمعدات المستوردة ولزيادة كفاءة تصنيع هذه السلع⁽¹⁾

2. البحث

2.1 أهداف البحث

لا شك أن معظم الشعب الفلسطيني يراوده شك في تفضيل المنتجات المستوردة في قطاع الملابس على المحلية وتعتبر الملابس الصينية أو التركية مثلاً واضحاً يغزو الأسواق الفلسطينية ويفضله المستهلكون لأسباب عزمه الطلائع البحثية على معرفتها واكتشافها.

يحاول الطلائع معرفة الأسباب الحقيقية التي تجعل المواطن الفلسطيني يفضل ويقبل على شراء الملابس المستوردة، واقتراح حلول للنهوض بهذه الصناعة مشجعين المصانع المحلية لتوفير البديل الجيد الذي يناسب أذواق المواطنين ويصبح جزءاً من اعتماده على الصناعة المحلية.

جدول 1: حجم الاستيراد الفلسطيني من الصين للأعوام ما بين 1999-2004

العام	1999	2000	2001	2002	2003	2004
حجم الاستيراد (\$)	98,190,000	89,305,000	45,987,000	43,969,000	63,382,000	85,937,000

الأرقام الواردة في الجدول السابق جاءت حسب البيانات الجمركية لدائرة الجمارك الفلسطينية.

هل تستطيع الملابس المحلية أن تدخل إلى حلبة المنافسة إذا ما حصلت على الدعم الكافي وقامت إدارة المصانع بتطوير عملها بما يناسب احتياجات الفرد؟

لذا كان لابد من العمل على تطوير احتياجات هذه الصناعة في فلسطين ولتحقيق ذلك كان لا بد من دراسة الأسباب التي تدفع بالمواطن الفلسطيني تفضيل شراء الملابس المستوردة، حاول الباحث محو تلك الصورة النمطية فوقفوا عند عدد من التساؤلات التي حاولوا إيجاد حلول لها، وقد كان من أهم هذه التساؤلات: ما مدى

مساهمة عناصر (السعر، الجودة، الموضة) في حشد الإقبال المتزايد شراء الملابس المحلية؟ وما هو السبب الحقيقي وراء الإقبال الكبير على الملابس غير المحلية؟ وما هي العوامل التي تفتقدها الملابس المحلية؟ وهل الملابس المحلية ترضي أذواق المواطنين من حيث التصاميم الخارجية الجميلة والجذابة وغيرها؟

2.2 طريقة العمل:

تمثلت منهجية إجراء البحث أو طريقة العمل عند مجموعات البحث بما يلي:

أولاً: جمع المعلومات

تم جمع المعلومات الخاصة بالموضوع من مصادر متعددة منها الانترنت والكتب والرجوع إلى بعض الإحصائيات من الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني.

ثانياً: المقابلات

قامت مجموعات البحث بالعديد من المقابلات مع الاختصاصيين ذوي الخبرة والمسؤولين في بعض المصانع المنتجة للملابس المحلية وأصحاب محلات الملابس التجارية ومصممين/ات الأزياء لإنجاز هذه الدراسة.

ثالثاً: إعداد الاستبانات

تم تصميم استبيان لمعرفة وفحص مدى رضى طلاب وطالبات المدارس عن جودة الملابس المحلية، والأسباب التي تدفع بهم لتفضيل شراء الملابس المستوردة على المحلية.

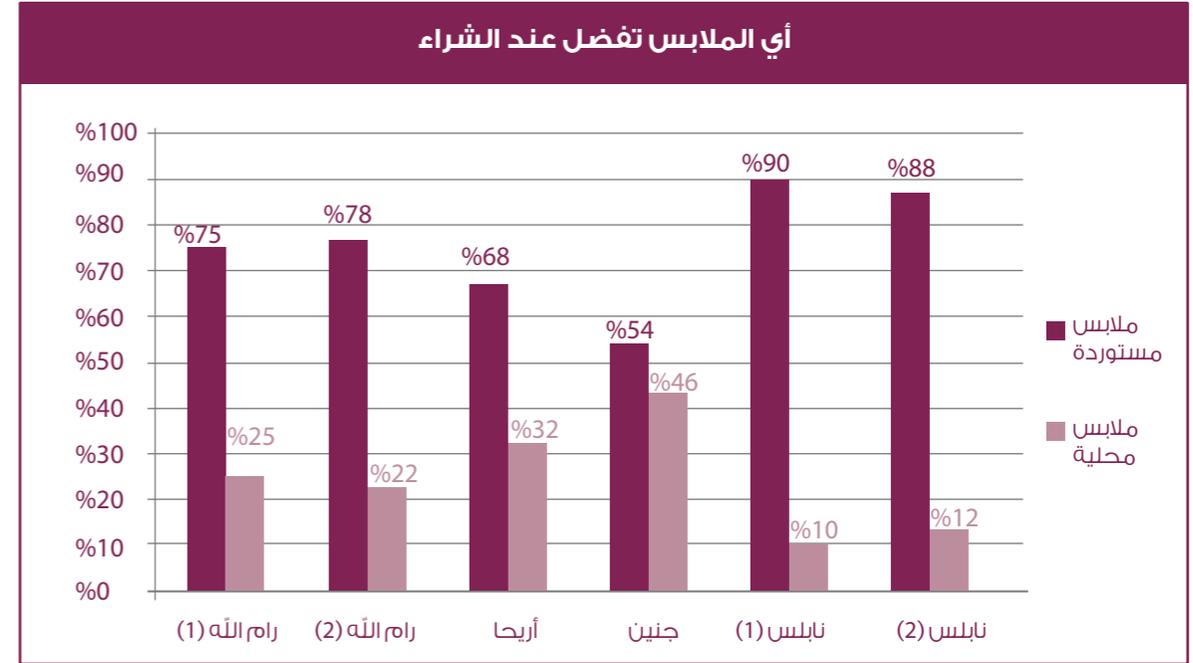
رابعاً: اختيار العينات

تمثلت عينة البحث في طلاب وطالبات المدارس وتراوحت الفئة العمرية لعينة البحث (14-17) سنة، والجدول التالي يوضح الآلية التي تمت بها عملية توزيع الاستبانات:

الرقم	المحافظة	عدد الاستبانات	ذكور	إناث
1	جنين	300	170	130
2	نابلس(1)	250	100	150
	نابلس(2)	250	90	160
3	أريحا	200	100	100
4	رام الله(1)	230	187	100
	رام الله(2)	346	166	180
5	غزة	240	130	110
6	شمال غزة	200	100	100
	المجموع	2016	1033	983

نتائج عامة:

فيما يلي عرض لأهم النتائج لجميع المحافظات والتي رأينا أهمية في عرضها، للمقارنة بين المحافظات:



برفع كفاءة الآلات وتحديثها لتكون قادرة على إنتاج ما ينافس الملابس المستوردة وبجودة وسعر مناسبين لمختلف طبقات المجتمع المحلي أما في مدينة جنين فهناك تقارب كبير في النسب في تفضيل شراء الملابس المستوردة أو المحلية وهذا يعود إلى طبيعة محافظة جنين والقرى المحيطة بها والتي تتسم بالبساطة في شوارعها وأزقتها ومحلاتها التي تعتمد أيضاً على الصناعة المحلية.

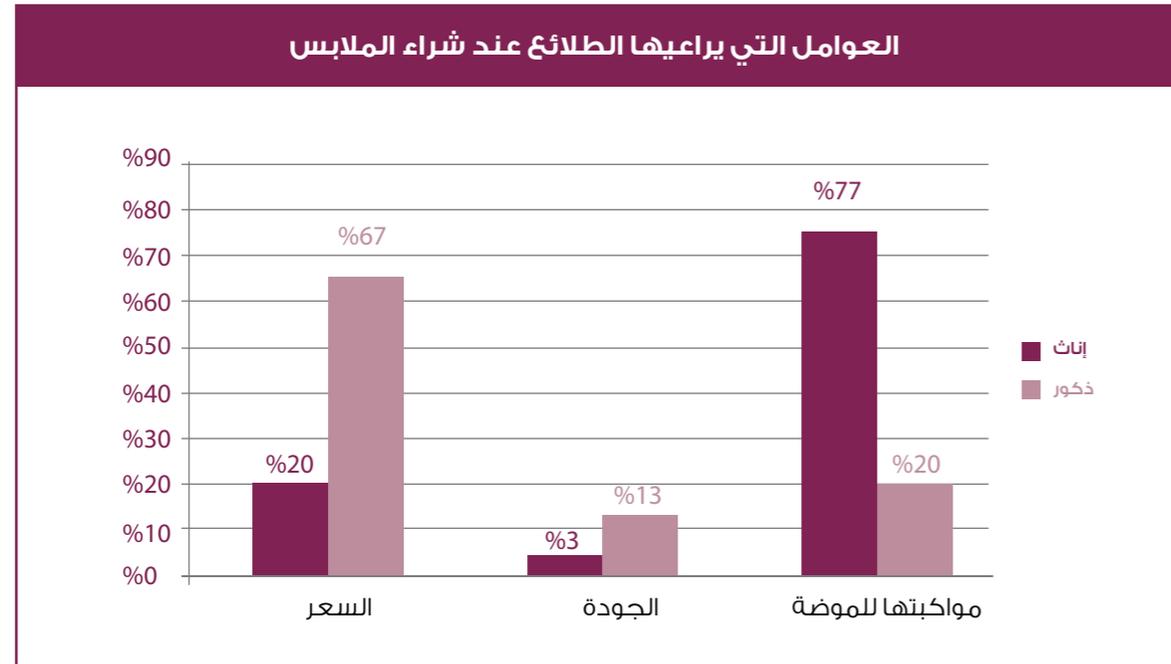
نلاحظ من النتائج السابقة اختلاف النسب بين المحافظات الفلسطينية في التفضيل لأحد أصناف الملابس ولكن نلاحظ بشكل عام في محافظة جنين، رام الله، أريحا ونابلس تفضيل شراء الملابس المستوردة بنسبة أكبر وذلك لتوفرها بجميع أنواع القطع ومواكبتها للتصاميم الجذابة والجميلة بغض النظر عن سعرها أو جودتها فهذه الفجوة التي يجب على إدارات المصانع الفلسطينية سدها من خلال الاهتمام

النتائج الخاصة في كل محافظة:

محافظة رام الله:

المجموعة الأولى:

بحث الطلائع في محافظة رام الله عن أهم العناصر التي ينظر إليها الطلائع عند شرائهم الملابس وكانت النتائج كالتالي:



أما بالنسبة للذكور، 67% منهم ينظرون إلى عنصر السعر أولاً و20% منهم ينظرون إلى عنصر الموضة و13% منهم ينظرون إلى الجودة.

يلاحظ من الرسم البياني أن هناك اختلافاً بين الذكور والإناث في عملية انتقاء الملابس، 77% من الإناث يفضلن شراء الملابس بناء على مواكبتها للموضة، 20% ينظرن إلى السعر و3% فقط ينظرن إلى الجودة.

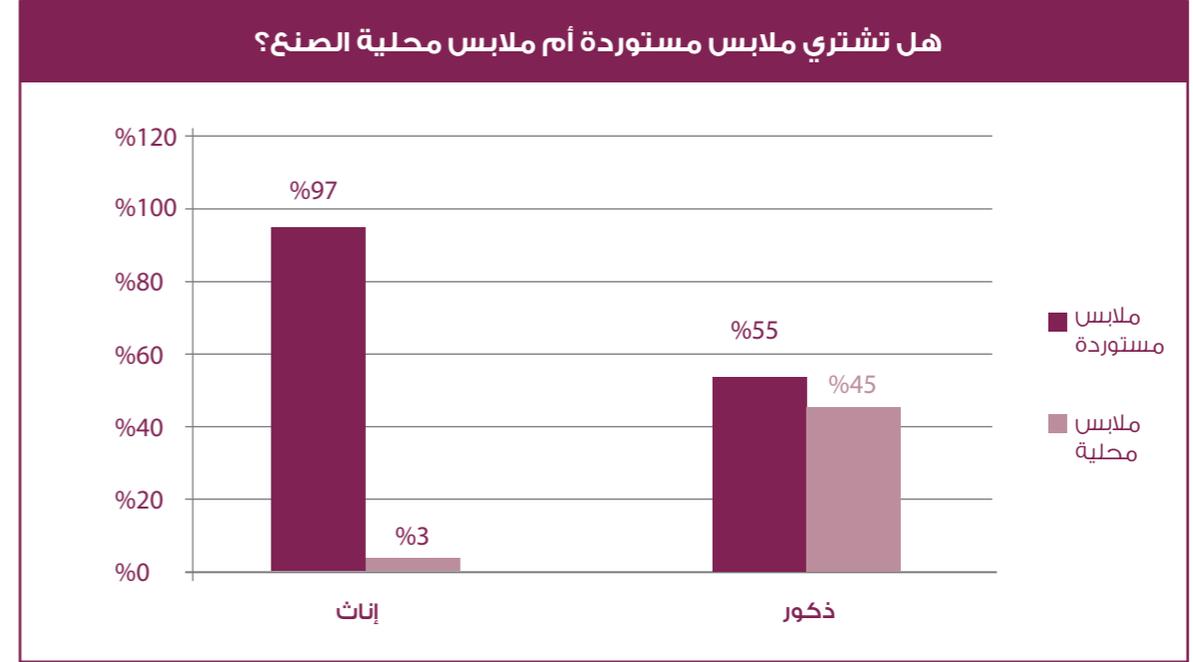
المجموعة الثانية:

بحث الطلائع في إيجاد العلاقة بين مكان سكن الطلائع وتفضيل شراء الملابس سواء المستوردة أو المحلية.

52% من الطلائع المستهدفين يقطنون في مدينة رام الله و48% يقطنون في القرى التابعة للمدينة، وعند البحث عن تفضيل الطلائع لأحد أصناف الملابس المستوردة أم المحلية كانت النتائج كالتالي:



نلاحظ من خلال النتائج أن عنصر الجودة هو الأقل اهتماماً من قبل الطلائع سواء الذكور أو الإناث منهم، أهم ما يلفت انتباه الإناث هو التصميم الجميل الذي يواكب شيئاً من الموضة والذي نراه في الملابس المستوردة بغض النظر عن الجودة والسعر وهذا ما تفتقده مصانعنا الفلسطينية، أما بالنسبة للذكور فهم يقبلون على شراء الملابس بناءً على سعرها سواء محلية أو مستوردة.

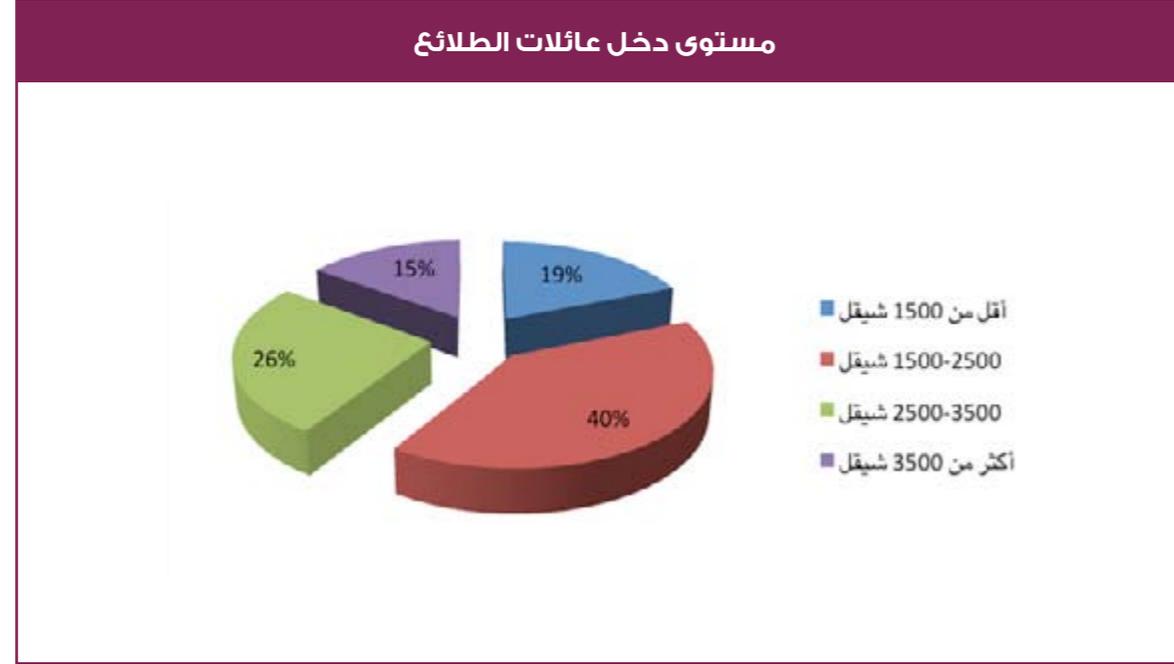


نلاحظ من النتائج السابقة أن 99% من الإناث يفضلن شراء الملابس المستوردة مقابل 1% يفضلن شراء الملابس المحلية وذلك يعود إلى أن الإناث تهتم بعنصر الموضة أولاً كما تبين في النتائج أعلاه وهذا ما نجده في الملابس المستوردة وتفتقره الملابس محلية الصنع.

أما بالنسبة للذكور 45% منهم يفضلون شراء الملابس المحلية مقابل 55% يفضلون شراء الملابس المستوردة وهي نسبة متقاربة وذلك لأن الذكور ينظرون إلى عنصر السعر أولاً كما تبين سابقاً فإذا كانت الملابس المستوردة الأجنبية عالية الثمن فهناك ما يعادلها من الملابس محلية الصنع أو الملابس الصينية التي تغزو الأسواق بأسعار مناسبة ترضي المستهلك.

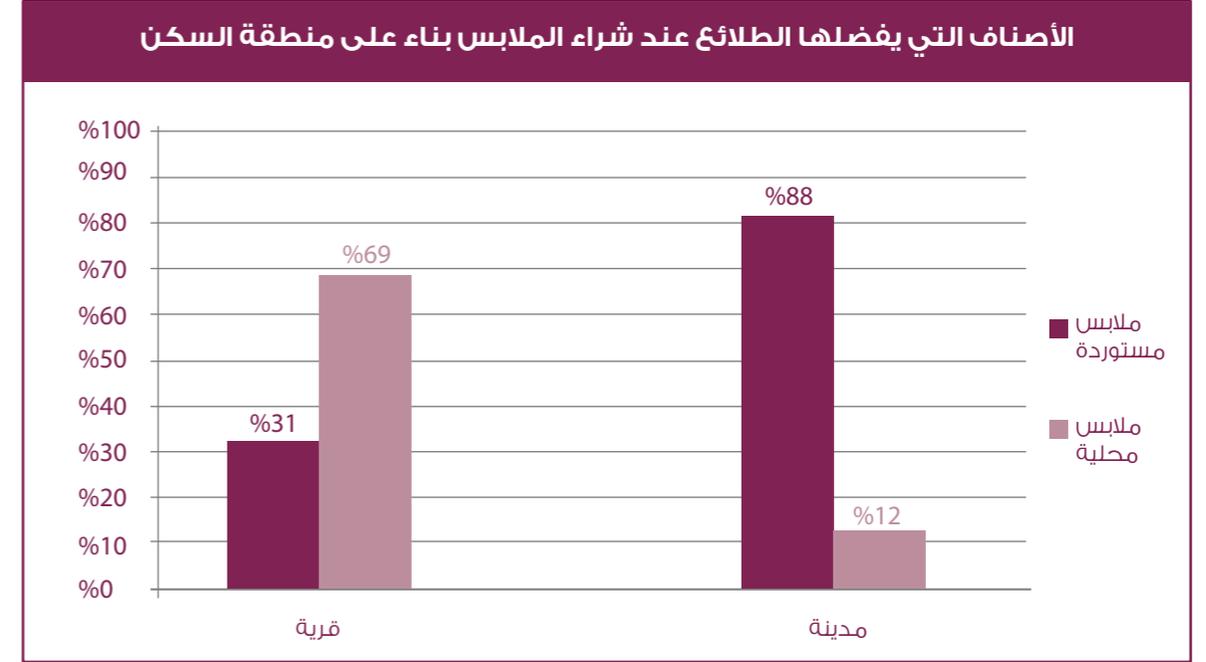
محافظة جنين:

بحث الطلائع في محافظة جنين في إيجاد العلاقة بين مستوى دخل الطلائع وشراء الملابس المستوردة أو المحلية.



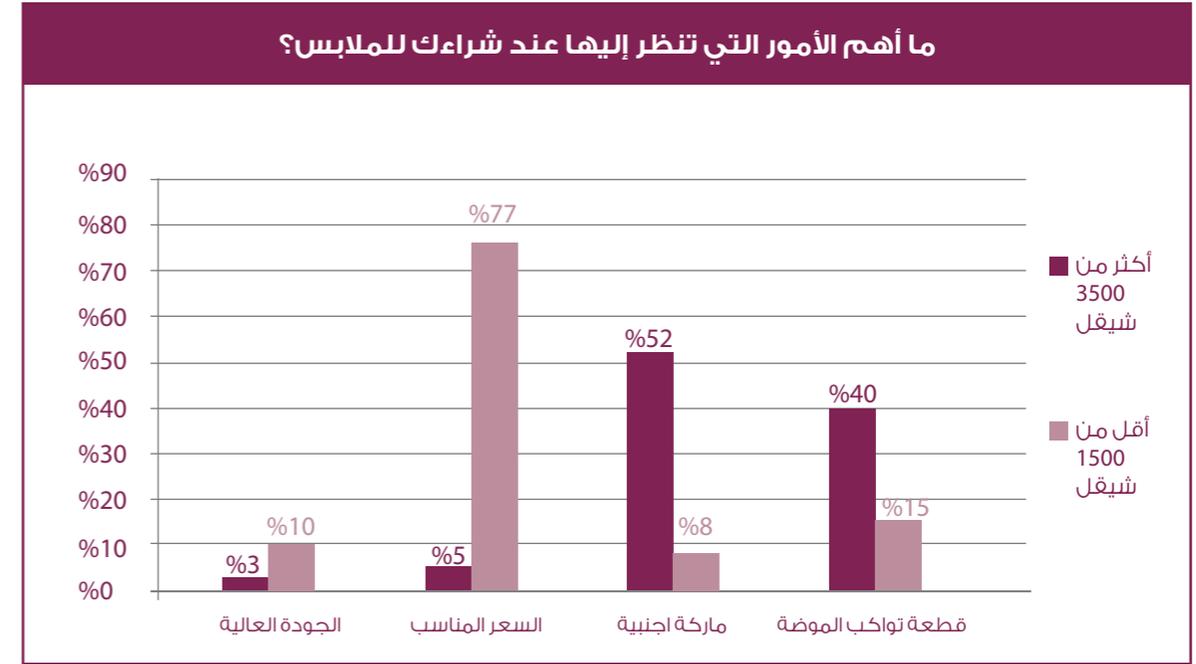
نلاحظ من النتائج أن 19% من الطلائع يجمعون أن مستوى دخل عائلاتهم أقل من 1500 شيقل، 40% من الطلائع مستوى دخلهم من 1500-2500 شيقل، 26% من الطلائع مستوى دخلهم من 2500-3500 شيقل، أما 15% منهم مستوى دخل عائلاتهم هم أكثر من 3500 شيقل.

كما قامت مجموعات الطلائع في محافظة رام الله بدراسة العلاقة بين التوزيع الجغرافي وأماكن السكن والأصناف المفضلة عند الشراء وحصلت على النتائج التالية:



نلاحظ أن 88% من الطلائع القاطنين في المدينة يفضلون شراء الملابس المستوردة و12% منهم يفضلون شراء الملابس المحلية، أما بالنسبة للطلائع القاطنين في القرية يوجد 69% منهم يفضلون شراء الملابس المحلية مقابل 31% منهم يفضلون شراء الملابس المستوردة ويعود ذلك الاختلاف إلى طبيعة ومحدودية القرى بشكل عام، فإن تواجدت محلات الملابس فتكون محدودة الأصناف وأغلبها من الملابس محلية الصنع ذات الطابع التقليدي وأسعارها رخيصة.

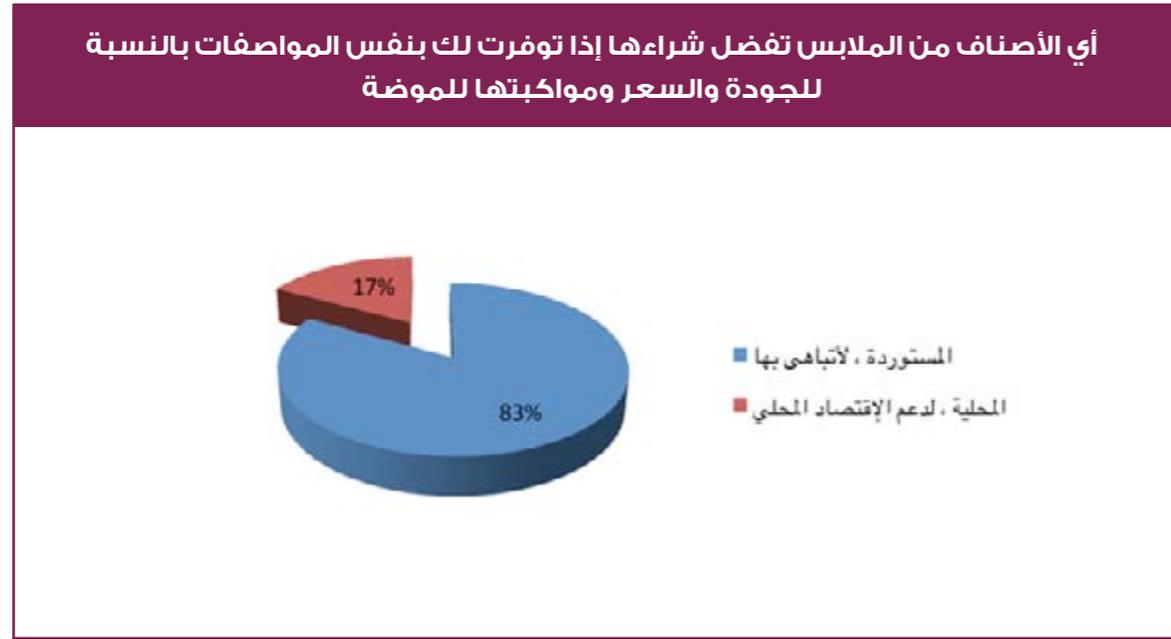
وعند إيجاد العلاقة بين مستوى الدخل والعناصر التي يبحث عنها الطلائع عند شراء الملابس كانت النتائج كالتالي:



نلاحظ أن الطلائع ذوي الدخل المرتفع ينظرون إلى عنصر الموضة والماركات الأجنبية والعالمية عند شراء الملابس، 52% من الطلائع ذوي الدخل المرتفع يأيدون أن الماركات العالمية أهم ما ينظرون إليه و40% منهم يختارون ملابسهم بناءً على مواكبتها للموضة، 5% من الطلائع ينظرون إلى السعر، 3% ينظرون إلى عنصر الجودة.

أما الطلائع ذوي الدخل المنخفض ينظرون إلى عنصر السعر أولاً، 77% منهم يأيدون ذلك بغض النظر عن مواكبتها للموضة أو اسم الماركة التي تحملها أو وجودتها، 10% من الطلائع يبحثون عن الجودة، 8% يبحثون عن الماركات الأجنبية، 5% يبحثون عن قطع الملابس التي تواكب الموضة.

وقام الطلائع في البحث عن الصورة السلبية النمطية المتعلقة في أذهان الطلائع حول الملابس محلية الصنع.

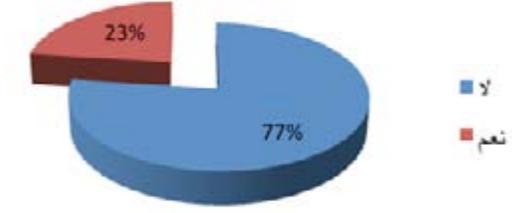


83% من الطلائع يفضلون شراء الملابس المستوردة مقابل 17% يفضلون شراء الملابس المحلية إذا توفرت بنفس الظروف وذلك بسبب الصورة النمطية المتعلقة في أذهان الطلائع بشكل عام بأن المنتج غير الفلسطيني هو الأفضل دائماً وذلك يعود إلى العامل النفسي لدى الطلائع والبيئات المختلفة التي يعيشون فيها وعدم وجود الوعي الكامل عند الطلائع منذ الصغر بضرورة دعم الاقتصاد الوطني المحلي.

محافظة أريحا:

بحث الطلائع في محافظة أريحا حول قدرة الملابس المصنعة محلياً على المنافسة في السوق وكانت النتائج كالتالي:

قدرة الملابس المصنعة محلياً على منافسة الملابس المستوردة



سبب عدم قدرة الملابس المصنعة محلياً على المنافسة حسب رأي الطلائع



يعتقد 77% من الطلائع أن الملابس المصنعة محلياً غير قادرة على المنافسة، بينما 23% فقط من الطلائع يجمعون أنها قادرة على المنافسة، من حيث السعر تعد الملابس المصنعة محلياً ذات أسعار معقولة ويستطيع

المواطن ذو الدخل المحدود شراءها ولكنها تفتقر إلى أهم ما ينظر إليه الطلائع بشكل عام عند شرائهم الملابس وهي التصاميم والأشكال الخارجية المميزة والمتنوعة وهذا ما يجعلها غير قادرة على المنافسة بنظر الطلائع أنفسهم.

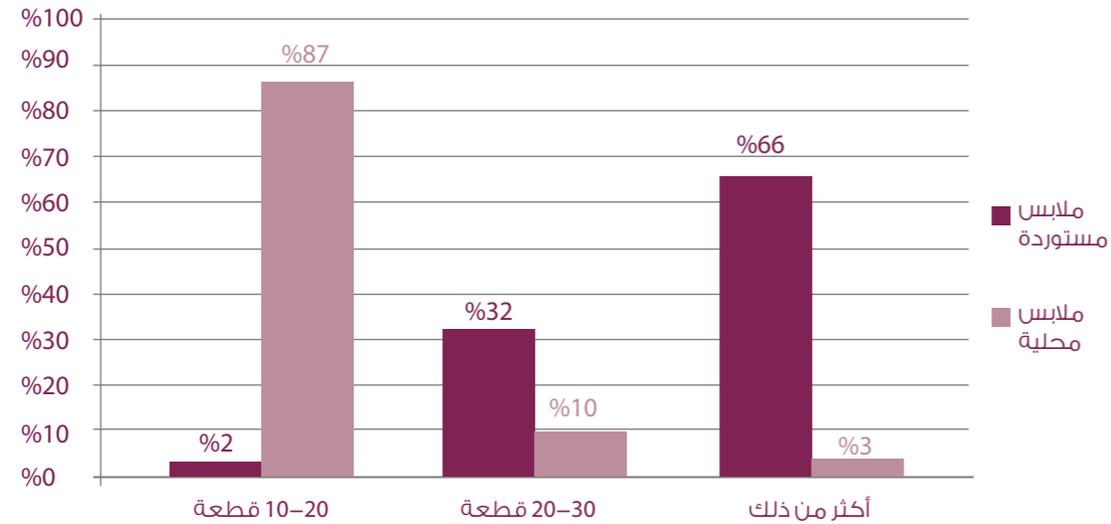
أجمع 51% من الطلائع أن عدم وجود التصاميم الجميلة والموضة في الملابس المحلية هما سببان رئيسان يجعلان الملابس المصنعة محلياً غير قادرة على المنافسة.

محافظة نابلس:

المجموعة الأولى:

حاولت مجموعات البحث استطلاع آراء أصحاب محلات بيع الملابس حول الملابس التي يقبل عليها الطلائع عند الشراء وكانت النتائج كالتالي:

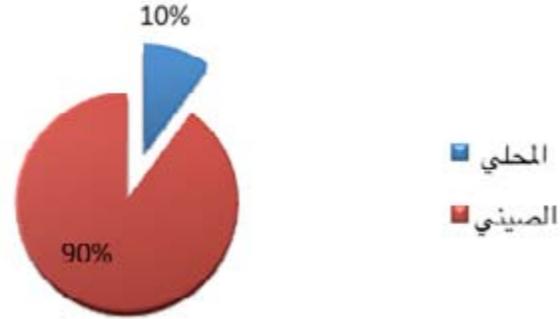
معدل بيع قطع الملابس المستوردة والمحلية شهرياً



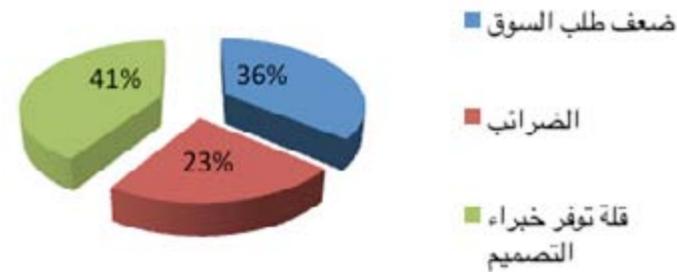
المجموعة الثانية:

قامت الباحثة بإجراء مقابلات مع عدد من تجار الملابس وأصحاب المشاغل الفلسطينية وكانت النتائج كالتالي:

نسبة شراء الملابس المحلية إلى الصينية في محافظة نابلس



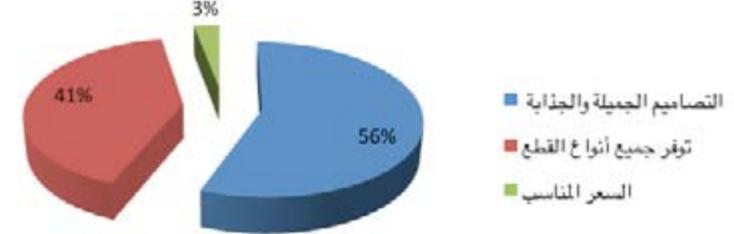
أسباب تراجع صناعة الملابس المحلية من وجهة نظر أصحاب المشاغل



تطرقت الباحثة إلى الملابس الصينية التي تغزو الأسواق حيث أصبحت منافساً للملابس المحلية وذلك لرخص أسعارها، 90% من المستهلكين يقبلون على شراء الملابس الصينية و10% فقط يشترون الملابس المحلية، فالملابس الصينية متوفرة بأسعار منافسة وبجميع الأشكال، فالمشاغل الفلسطينية تفتقر إلى مصممين ذوي

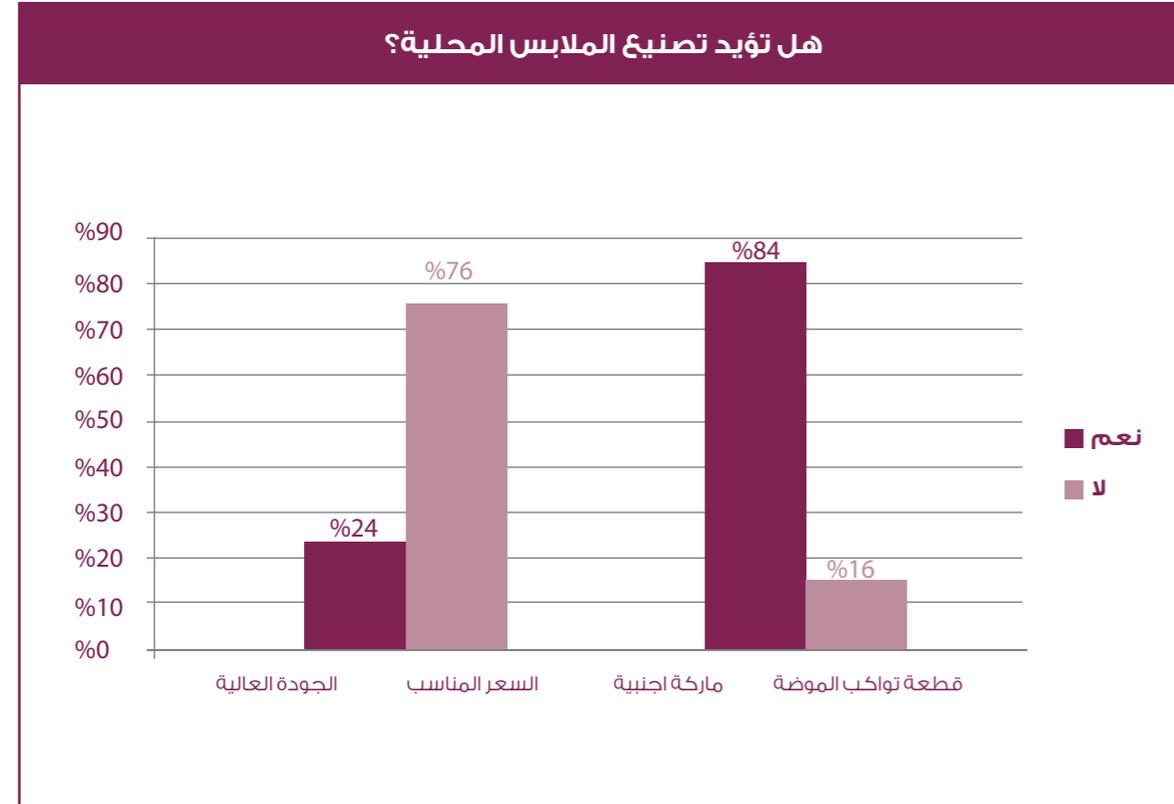
نلاحظ أن نسبة بيع الملابس المستوردة أكبر بالمقارنة مع الملابس المحلية، 66% يجمعون أن أكثر من 30 قطعة ملابس من المستورد تباع شهرياً مقابل 3% من الملابس المحلية وعندما سُئل عن الأسباب كانت كالتالي:

ما الذي يلزم للملابس المحلية لترضي ذوق المستهلك



نلاحظ أن 56% من أصحاب محال الملابس يجمعون أن الملابس المحلية ينقصها التصميم الجميلة والمميزة حتى تحظى بذوق المستهلك، و41% منهم يجمعون أن توفر جميع أنواع القطع من الملابس المحلية يجعلها ترضي المستهلك ويقبل على شرائها، أما 3% فقط يجمعون أن عنصر السعر هو العائق الذي لا يرضي المستهلك وهي نسبة ضئيلة جداً.

يلاحظ من النتائج السابقة أن هناك وعياً من الطلائع لضرورة دعم الملابس المصنعة محلياً ولكن هذا الوعي غير كافٍ، فهناك 34% من الطلائع يفضلون شراء الملابس المستوردة حتى إذا توفرت ملابس محلية الصنع بنفس المواصفات، وهذا يعود إلى طبيعة الثقافة التقليدية السائدة والتي ترى في الملابس المستوردة هي الأفضل دائماً.



بطلب المستهلك لافتقارها للتصاميم الجيدة والأشكال المميزة وهذا بالضرورة يعود إلى أن الآلات المستخدمة تفتقر إلى النوعية الجيدة والحداثة.

- 41% يجمعون أن عدم توفر خبراء التصميم سبباً يؤدي إلى تراجع في صناعة الملابس المحلية.
- 23% يجمعون أن الضرائب المفروضة على الحواجز سبباً يؤدي إلى ضعف استيراد المواد الخام من خارج فلسطين.

خبرات جيدة لتصميم الملابس بالأشكال المرغوبة لدى المستهلك بالإضافة إلى بدائية الآلات المستخدمة أيضاً فهذه الأسباب جميعها تؤدي إلى تراجع ملحوظ في صناعة الملابس المحلية وعدم إقبال المواطنين على شرائها.

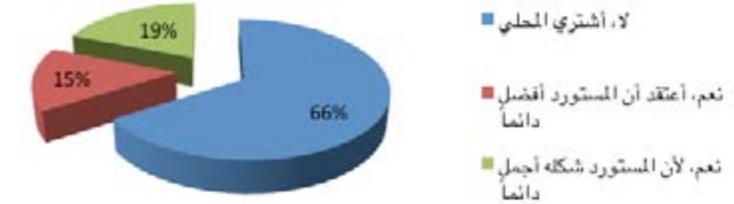
- يمكن تلخيص النتائج التالية التي أدت إلى تراجع الصناعة المحلية:
- 36% يجمعون أن الملابس المحلية لا تحظى

محافظة شمال غزة:

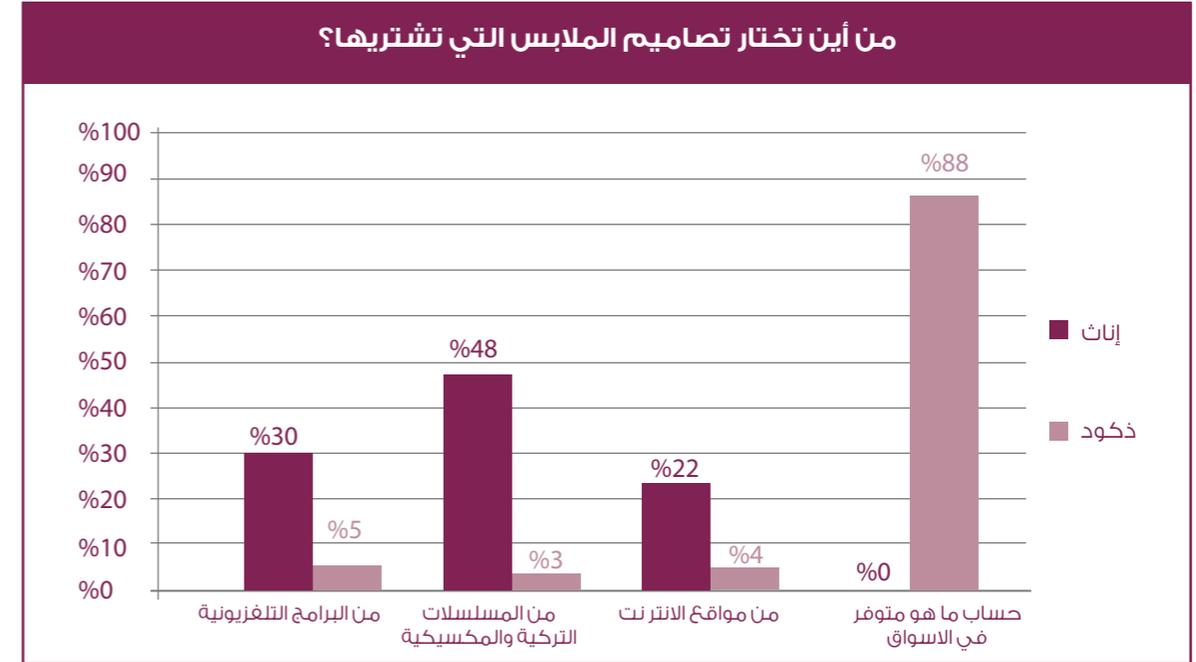
المجموعة الأولى:

بحث الطلائع في محافظة شمال غزة عن مدى وعي الطلائع في دعم تصنيع الملابس المحلية.

إذا أردت شراء ملابس وتواجد في المحل ملابس مستوردة ومحلية الصنع من نفس الجودة والتصميم والسعر، هل من الممكن أن تشتري ملابس مستوردة كونها مستوردة فقط؟



بحث الطلاب في دور الإنترنت والمسلسلات التركية والمكسيكية التي تحظى باهتمام الإناث بشكل أكبر من الذكور في التأثير على اختيار التصاميم والأشكال الخارجية لقطع الملابس المختلفة.



يلاحظ من الرسم البياني السابق أن الإناث تهتم بالموضة والتصاميم والأشكال الخارجية المتوفرة في الملابس المستوردة التركية أو الأجنبية أو حتى الصينية بغض النظر عن سعرها أو جودتها، 48% من الإناث يختارن تصاميمهن من المسلسلات التركية والمكسيكية و30% منهن من البرامج التلفزيونية و22% من مواقع الإنترنت.

أما 88% من الذكور يشتررون ما هو متوفر في الأسواق وبما يتناسب مع احتياجاتهم دون الاهتمام بالموضة.

توصيات عامة من البحثة:

تنوعت التوصيات لتشمل توصيات موجهة إلى أصحاب مصانع الملابس المحلية والمسؤولين في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية وللمواطنين بشكل عام وقد تلخصت في الآتي:

1. تقديم الدعم الفني اللازم لأصحاب المصانع بهدف رفع الإنتاجية من تصنيع الملابس حيث يعاني أصحاب المصانع من النقص الحاد في الموارد الهامة لإنجاح هذا النشاط، لذلك يجب على كل مختص أن يأخذ دوره في محاولة الانطلاق بعملية التطوير لهذه الصناعة فلا بد من توفير الدعم الكافي سواء كان هذا الدعم فنياً أو مادياً.

2. على المصانع الفلسطينية العمل على ربط الإنتاج الوطني بالحاجات المحلية، وبالتالي محاولة تقليص اعتماد المواطن على استهلاك كل ما هو مستورد وذلك لنقل الاقتصاد الفلسطيني تدريجياً إلى مراحل النمو الذاتي.

3. العمل على رفع مستوى الوعي والمعرفة لأصحاب المصانع العاملة في قطاع الملابس فيما يتعلق بالطرق العلمية المستخدمة في بناء خطط الإنتاج لما قد يعود بالفائدة على أصحاب المصانع وذلك عن طريق ندوات وورشات توعوية.

4. دعم المراكز المهنية والمعاهد الصناعية المتخصصة وإنشاء المزيد منها لتوفير الكوادر الفنية والإدارية اللازمة لعملية الإنماء، بالإضافة إلى إقامة

مراكز للدراسات وتقديم الاستشارات الصناعية للمصانع وتوفير التدريب المهني والإداري للعاملين في قطاع صناعة الملابس.

5. على أصحاب المصانع توظيف خبراء متخصصين في عالم النسيج ومصممي أزياء قادرين على النهوض بمستوى إنتاج تصاميم تواكب الموضة وترضي ذوق المستهلك وخاصة الإناث منهم.

6. على أصحاب المصانع المحلية إدراك نقاط الضعف الموجودة لديها في تطوير وصيانة الآلات القديمة المهترئة المستخدمة في المصانع إلى آلات حديثة قادرة على الاستمرار في تصنيع قطع الملابس المتنوعة لتصبح قادرة على منافسة الملابس المستوردة.

7. على إدارات الجامعات الفلسطينية إنشاء تخصصات جديدة لها علاقة بتصاميم الأزياء وبالتالي تخريج طلاب قادرين على النهوض بمستوى صناعة الملابس المحلية.

8. توعية المستهلك بوجود ملابس محلية الصنع يمكن شراءها بأسعار مناسبة تغطي حاجة لمعظم فئات المجتمع وذلك كنوع من الدعم للاقتصاد الوطني المحلي.

9. العمل على توحيد الاتحادات الممثلة لفرع صناعة النسيج والملابس في فلسطين من أجل توحيد الجهود والسير نحو تنمية وتطوير هذا الفرع الهام في القطاع الصناعي.

10. العمل على تحسين الخدمات المقدمة من الاتحاد الممثل لصناعة النسيج والملابس، وعقد ورش العمل من أجل زيادة الثقة والترابط بين أصحاب المصانع وإدارة هذا الاتحاد.

11. العمل على تشجيع صناعة النسيج والملابس المحلية من خلال إلزام المؤسسات الرسمية وشبه الرسمية بإعطاء الأولوية لشراء منتجات هذه الصناعة.

12. العمل على بناء مختبرات فحص وتقييم الجودة في مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية فيما يتعلق بمنتجات صناعة النسيج والملابس في فلسطين.

13. العمل على ضرورة إعداد دليل صناعي شامل للقطاع الصناعي الفلسطيني بشكل عام ولصناعة النسيج والملابس بشكل خاص بحيث يشمل هذا الدليل كافة المعلومات المتعلقة بهذا القطاع.

14. العمل على إنشاء مركز لتحديث صناعة النسيج والملابس تكون مهمته رفع المستوى الإداري والفني للعاملين في هذه الصناعة.

15. تشجيع أصحاب المصانع والمستثمرين من أجل بناء حلقات (مصانع) متكاملة مع بعضها من أجل إيجاد صناعة متكاملة في مجال النسيج والملابس.

16. تشجيع أصحاب المصانع الصغيرة خاصة في صناعة الملابس للاندماج وتكوين مصانع كبيرة

قادرة على المنافسة والتعاقد بكميات كبيرة مع الأسواق الخارجية من أجل التقليل قدر الإمكان من عمليات التعاقد من الباطن مع الشركات الإسرائيلية من جانب، وتحقيق مزايا الإنتاج الكبير خاصة فيما يتعلق بالنفقات من جانب آخر.

17. على وزارات السلطة المعنية العمل على الحد من سياسة الإغراق الحالية والاستيراد غير المنظم فيما يتعلق بمنتجات صناعة النسيج والملابس من أجل دعم الصناعة المحلية.

ماذا بعد؟

قد تكون هذه الأبحاث التي قام بها الطلائع بمثابة توضيح لواقع صناعة وتسويق الملابس المصنعة محلياً والمشاكل والمعوقات التي تعاني منها هذه الصناعة، واضعين بين يدي المطلعين كافة الأسباب والظوابط التي برأيهم قد تكون السبب في تفضيل بعض الصناعات على بعضها الآخر، وقد تكون هذه الدراسة بمثابة تنبيه لبعض المصنعين والمسؤولين إلى ضرورة الاهتمام بالملابس المصنعة محلياً ودعمها على كافة الأصعدة، أخذين بذلك التوصيات التي خرج بها الطلائع للمسؤولين والمصنعين والمواطنين والطلائع لخلق صناعة محلية قادرة على منافسة مثيلاتها من المصنوعات المحلية. لعل أهم توصية للمرحلة القادمة ما بعد بحثنا هذا هو فتح الباب والآفاق أمام باحثين مهنيين في الجامعات الفلسطينية ومراكز الأبحاث لإجراء أبحاث تخصصية تكشف النقاب عن نقاط الضعف في كل صناعة

وصناعة الملابس المحلية على وجه الخصوص، وتوجيه النتائج للجهات المعنية لمعالجة الخلل وتداركه.

المصادر والمراجع:

1. معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس)، التقرير السنوي 2004.
2. إدارة الدراسات والتخطيط، وزارة الإقتصاد الوطني، دراسة حول الصناعات التحويلية في فلسطين، محمد إبراهيم سعدي الراعي، 2003.
3. واقع القطاع الصناعي في فلسطين، عبد الفتاح نصرالله، طاهر عواد، 2004.
4. جريدة حياة وسوق، <http://www.alhayat-j.com/sooq/economic%2019.pdf>
5. ورقة بعنوان "المشاكل التي تواجه القطاع الصناعي ودور وزارة الإقتصاد الوطني في دعم المنتج المحلي، سامي أبو ظريفة.
6. وكالة الأنباء الفلسطينية وفا: <http://www.wafainfo.ps/atemplate.aspx?id=3093>
7. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، تقرير المنشآت 1997.
8. جان نورا ستينة، أمل القرن العشرين الكبير، ترجمة عبد الحميد الكاتب، بيروت، منشورات عويدات، 1966
9. السلمي علي، إدارة الإنتاجية، مكتبة غريب، القاهرة.

1996.

10. العلي وجيه عبد الرسول، الإنتاجية، مفهومها، قياسها، العوامل المؤثرة فيها، دار الطليعة، بيروت، 1983.

11. المراقب الاقتصادي، عدد 1، ص. 74-75، وعدد خاص ص. 176-177. ماس (كانون أول 2003، وكانون أول 2001).

12. منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO)، الصناعة في العالم منذ 1960 التقدم المحرز والاحتمالات المقبلة، دراسة إلى المؤتمر الثالث لليونيدو، نيودلهي، الهند، 21 يناير/ 8 فبراير 1980، مطبوعات الأمم المتحدة، نيويورك، 1979.

13. ILO: Methods of Labor productivity, studies and Reports, New series, No 18, Geneva, 1951.

الملاحق:

نموذج استبانة بحثية

تقوم مجموعة من الباحثين الصغار بإجراء بحث تحت عنوان صناعة الملابس في فلسطين وتسويقها مقارنة بالملابس المستوردة، جودتها والثقافة السائدة عنها ضمن مشروع الباحث الصغير بإشراف مؤسسة النيزك للتعليم المساند والإبداع العلمي وبدعم من اليونيسف. لذا نرجو منكم تعبئة هذه الاستبانة بكل صدق وأمانة مع العلم أنها أعدت من قبل الطلاب أنفسهم، وبهدف جمع المعلومات بغرض البحث العلمي فقط، ونشكركم لحسن تعاونكم.

1. الجنس :

أ. ذكر
ب. أنثى

2. مكان السكن:

أ. مدينة
ب. قرية
ج. مخيم

3. مستوى دخل الأسرة:

أ. أقل من 1500 شيكل
ب. من 1500–2500 شيكل
ج. من 2500–3500 شيكل
د. أكثر من 3500 شيكل

4. عند توجهك لشراء قطعة ملابس، ما أهم ما تبحث عنه؟

أ. الجودة العالية
ب. السعر المناسب
ج. أن تحمل ماركة أجنبية
د. أن تكون قطعة جميلة تواكب الموضة
5. عادة ما أقبل على شراء الملابس:

أ. المحلية
ب. المستوردة

ج. لا أهتم لمكان التصنيع.

6. ما هي أهم مميزات الملابس المحلية، حسب اعتقادك؟ أرجو وضع إشارة X في المكان الذي تراه مناسباً:

الصفة	أوافق بشدة	أوافق	أعارض	أعارض بشدة
الجودة العالية				
السعر المنخفض				
مواكبة الموضة				

7. هل أنت من المتابعين لآخر صيحات الموضة؟

أ. نعم
ج. لا
ح. أحياناً.

8. هل تقبل على شراء الملابس المحلية عادة؟

أ. نعم
ب. لا

9. برأيك، لماذا يفضل الكثيرون شراء الملابس المستوردة؟

أ. بسبب جودتها
ب. بسبب ملاءمة أسعارها
ج. لأنها تناسب جميع الأذواق
ح. جميع ما ذكر

10. أين تباع الملابس المحلية عادة؟

أ. لا يوجد مكان محدد

ب. في محلات معينة

11. في حال عرض عليك قطعتي ملابس الأولى محلية الصنع ذات جودة عالية والأخرى مستوردة بنفس الجودة و السعر، فأأي القطعتين ستختار؟ لماذا؟

أ. المستوردة، لأتباهى بها.
ب. المحلية، لدعم المحلي.

12. هل تشتري ملابس من العربات المنتشرة في السوق؟

أ. نعم
ب. لا
ج. أحياناً

13. ما الذي ينقص الملابس المحلية لتنافس المستوردة؟

أ. التصاميم الحديثة
ب. جودة الأقمشة السعر المناسب
ج. جميع ما ذكر

14. حسب اعتقادك، أي أنواع الملابس محلية الصنع ترى أن هناك اقبال على شرائها؟

أ. بنطلونات الجينز
ب. تيشيرتات قطنية
ج. ملابس داخلية
ح. غير ذلك.....

15. أين برأيك تباع الملابس المحلية؟

أ. في الأسواق المحلية
ب. في الأسواق الخارجية محلياً و خارجياً
ج. لا أعلم

16. هل ترى أن الملابس المحلية الصنع متنوعة مليية لرغبات المشتري الفلسطيني؟

أ. نعم
ب. لا

17. أحياناً هل تغطي الملابس المحلية حاجة الناس في جميع المناسبات؟

أ. نعم
ب. لا
ج. لا أعلم

18. برأيك، لماذا يفضل الناس شراء الملابس المستوردة؟

أ. للمفاخرة
ب. أسعارها مناسبة تراعي جميع الأذواق
ج. غير ذلك.....

19. هل لديك أي ملاحظات ترغب بإضافتها؟

الطلّاع يبادرون ويبحثون

Adolescents Taking the Lead



ISBN 978-9950-368-21-7

Alnayzak For Supportive Education and Scientific Innovation
Science. Innovation. Education
www.alnayzak.org