



معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)

الصناعات التراثية في الأراضي الفلسطينية فرص وآفاق الاستثمار للصناعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة

مهند حامد

2011



معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)

الصناعات التراثية في الأراضي الفلسطينية
فرص وآفاق الاستثمار للصناعات متناهية الصغر
والصغيرة والمتوسطة

مهند حامد

2011

معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)

تأسس في القدس عام 1994 كمؤسسة مستقلة، غير ربحية متخصصة في أبحاث السياسات الاقتصادية والاجتماعية. يوجه عمل ماس من قبل مجلس أمناء يضم شخصيات مرموقة من أكاديميين ورجال أعمال من فلسطين والدول العربية.

رسالة المعهد

معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)، ملتزم بعمل أبحاث السياسات الاقتصادية والاجتماعية وفق أولويات التنمية في فلسطين بهدف المساعدة في صناعة السياسات الاقتصادية والاجتماعية وتعزيز المشاركة العامة في مناقشتها وصياغتها.

الأهداف الاستراتيجية

- ✧ عمل أبحاث ودراسات وفق أولويات واحتياجات صانعي القرار للمساعدة في اتخاذ قرارات ورسم سياسات مستندة للمعرفة.
- ✧ تقييم السياسات الاقتصادية والاجتماعية وتبيان تأثيرها على مختلف المستويات، وذلك لمراجعة وتصحيح السياسات المطبقة.
- ✧ توفير منبر حر للنقاش العام والديمقراطي حول قضايا السياسات الاقتصادية والاجتماعية للمهتمين وأصحاب الشأن.
- ✧ تقديم ونشر معلومات ونتائج الأبحاث الحديثة عن القضايا الاقتصادية والاجتماعية.
- ✧ تقديم الدعم الفني والمشورة المتخصصة لمؤسسات السلطة الوطنية الفلسطينية، والقطاع الخاص والمنظمات غير الحكومية لدعم مشاركتهم وانخراطهم في عملية صياغة السياسات.
- ✧ تقوية القدرات والمصادر لعمل أبحاث السياسات الاقتصادية والاجتماعية في فلسطين.

مجلس الأمناء

رامي الحمد الله، رجا الخالدي، رضوان شعبان، سامر خوري (نائب الرئيس)، سمير حليلة، صبري صيدم، غانية ملحيس (الرئيسة)، غسان الخطيب (أمين الصندوق)، لؤي شبانة (أمين السر)، محمد مصطفى، نبيل قديمي، نبيل قسيس، سمير عبد الله (المدير العام).

حقوق الطبع والنشر محفوظة © 2011 معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)

ص.ب. 19111، القدس وص.ب. 2426، رام الله

تلفون: 2987053/4، فاكس: 2987055، بريد إلكتروني: info@pal-econ.org

الصفحة الإلكترونية: www.pal-econ.org



معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)

الصناعات التراثية في الأراضي الفلسطينية
فرص وآفاق الاستثمار للصناعات متناهية الصغر
والصغيرة والمتوسطة

مهذ حامد

2011

الصناعات التراثية في الأراضي الفلسطينية: فرص وآفاق الاستثمار للصناعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة

الباحث: مهند حامد

الباحثون المساعدون: رشا مسعود

آيات ديوان

آلاء سجدية

لميس فراج

المراجعة والتقييم: د. عادل الزاغة

د. ابراهيم عوض

التسيق الفني: ليلى عبد الله

التمويل: تم إنجاز هذه الدراسة بدعم مشكور من قبل مركز البحوث للتنمية الدولية - كندا (IDRC)

معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)

القدس ورام الله

2011

حقوق الطبع والنشر محفوظة © (ماس)

ISBN 978-9950-374-08-9



تقديم

تحظى الصناعات التراثية في الأراضي الفلسطينية المحتلة بمكانة اقتصادية ومعنوية هامة. فعلى الصعيد الاقتصادي تعتبر مصدراً هاماً للدخل والثروة لمئات الأسر التي توارثت تلك الصناعات وما تزال تتوارثها أباً عن جد. كما أنها تشكل نشاطاً تكميلياً للنشاط السياحي الفلسطيني، بحكم تقديمها لعدد كبير من المنتجات التي ترمز لحياة وثقافة وهوية فلسطين وسكانها عبر التاريخ. وبذلك، تساهم تلك المنتجات، بتقديم معلومات عن تطور الحياة الفلسطينية، وعن تجليات هوية الشعب الفلسطيني. كما تقدم الحرف التراثية معلومات هامة عما أبدعه الشعب الفلسطيني، وتقدم وقائع مادية حول تطور حضارته وعلاقاته مع محيطه عبر التاريخ. من هنا، فإن القيمة الحقيقية للصناعات التراثية تتعدى ما تقدمه من فرص عمل، وما تولده من دخل. وهذا ما يدعو إلى ضرورة حمايتها من مخاطر الاندثار، ودعمها والعناية بها ومساعدتها على الاستمرار والتوسع.

تأتي هذه الدراسة كجزء من برنامج بحثي متكامل حول المشاريع متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في الأراضي الفلسطينية المحتلة. وهي تناقش الفرص والآفاق للاستثمارات والمشاريع في قطاع الصناعات والحرف التراثية. وقد بينت الدراسة أن الصناعات التراثية هي بالغالب صناعات محدودة الحجم (من حيث عدد رأس المال والعمال)، وهي تعتمد على المهارات اليدوية رغم التوسع في إدخال الآلات والانتقال إلى الإنتاج الآلي الوفير في بعض الحرف. وبسبب ذلك، باتت حماية الحرف التراثية أكثر إلحاحاً وأكثر صعوبة في ذات الوقت.

تركز الدراسة على تشخيص الصعوبات التي تواجه الصناعات التراثية، سواء ما هو مرتبط بمحدودية الحجم، أو بطبيعة المهنة. وقد صنفت تلك الصعوبات ضمن أربعة محاور رئيسية: المواد الخام والتشغيل والإنتاج والتسويق. وتشير الدراسة إلى أن تقاوم تلك الصعوبات يهدد استمرارية بعض الصناعات التراثية، بل أن بعضها تلاشى،

والبعض الآخر في طريقه إلى ذلك. وقد ترك ذلك آثاره السلبية على المرتبطين بهذا القطاع بوجه خاص، وعلى عوائد القطاع السياحي بوجه عام، بسبب كونه الحاضنة الرئيسية للصناعات التراثية.

وبمناسبة إصدار هذه الدراسة أود أن أشكر فريق البحث والمراجعين والمقيمين للدراسة على جهودهم. وأود أن أشكر أيضا أعضاء أسرة الصناعات التراثية والحرفية المشاركين في المجموعة البؤرية المركزة، الذين قدموا معلومات قيمة عن أوضاع الصناعات التراثية. كما أشكر المشاركين في ورشة العمل من الخبراء والمختصين على مساهماتهم القيمة، التي أثرت الدراسة. ختاماً، أود أن أشير إلى أن هذه الدراسة هي الأخيرة في برنامج محاربة الفقر عبر تطوير المؤسسات الصغيرة جدا والصغيرة والمتوسطة الذي نفذ بدعم مركز البحوث للتنمية الدولية - كندا (IDRC) خلال العامين السابقين، فلهم منا جزيل الشكر على دعمهم السخي والنزيه.

د. سمير عبد الله
المدير العام

المحتويات

1	1- مقدمة
5	2- الدراسات السابقة
11	3- الصناعات التراثية: التعريف والخصائص والأبعاد المختلفة
11	1-3 تعريف الصناعات التراثية والسياحية
14	2-3 خصائص الصناعات التراثية
16	3-3 الأبعاد الاجتماعية والسياحية والاقتصادية
	4-3 حجم الصناعات التراثية والسياحية (المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة)
18	
21	4- الصناعات التراثية الفلسطينية
21	1-4 صناعة التطريز والأزياء الشعبية
27	2-4 صناعة الحفر على خشب الزيتون
32	3-4 صناعة الخزف والزجاج والفخار
32	1-3-4 الخزف
35	2-3-4 الزجاج
37	3-3-4 الفخار
39	4-3-4 صناعة الصدف
42	5-4 صناعة النسيج والسجاد اليدوي
45	6-4 صناعة الصابون النابلسي
49	7-4 صناعات أخرى
53	5- تجارب الدول
53	1-5 التجربة التونسية
55	2-5 التجربة المصرية

56	3-5 التجربة اللبنانية
57	4-5 التجربة الجزائرية
58	5-5 التجربة الكرواتية
59	6-5 التجربة الأوغندية
60	7-5 التجربة الهندية
60	8-5 تجربة البيرو
63	6- النتائج والتوصيات
63	1-6 النتائج
67	2-6 التوصيات
71	المراجع
75	الملحق

الملخص التنفيذي

تلعب الصناعات التراثية دورا هاما في المجال السياحي الفلسطيني. إذ توفر السلعة الأساسية والتذكارية للزائرين، والتي تعكس التراث والحضارة الفلسطينية، هذا من جهة. ومن جهة أخرى فإن الصناعات التراثية توفر البضائع والتذكارات الدينية التي يهتم باقتنائها الحجاج القادمين للقدس وبيت لحم. وبشكل عام، فإن هذه الصناعات أو الحرف تمثل نقطة التمايز بين الدول، فهذه الصناعات هي انعكاس للحضارة والتاريخ في كل بلد. وهناك العديد من الصناعات التراثية والسياحية في فلسطين، لكن عددا منها بدأ بالاندثار لأسباب مختلفة، والحرف التراثية الرئيسية في فلسطين هي؛ التطريز والأزياء الشعبية والصابون النابلسي والتشكيل والحفر على خشب الزيتون والزجاج والخزف والفخار والصدف والنسيج والسجاد اليدوي والخيزران والشمع والقش.

اختلفت الدول في الدراسات المختلفة في اعتماد مصطلح موحد للصناعات التراثية والسياحية، وتعريف بهذا المصطلح. ولكن ما نلاحظه من التعريفات العامة لهذه الصناعات أنها صناعات بسيطة ويديوية، وتعتمد بشكل أساسي على العمالة الحرفية والعائلية أحيانا، وتعتمد على مواد خام محلية، وتحتاج هذه الصناعات إلى مهارات خاصة متوارثة أو يتم اكتسابها وتعلمها، ومنتجاتها بسيطة وبكميات محدودة، ولا تعتمد بشكل أساسي على الآلات المتطورة عالية التكلفة، ولذلك فإن هذه الصناعات تتشابه إلى حد ما مع الصناعات صغيرة الحجم من حيث حجم رأس المال، وعدد العمال ومستوى التكنولوجيا المستخدمة، وأنه يمكن ممارسة أنشطتها داخل المنزل أو في مساحات محدودة.

تشير الإحصاءات إلى أن 199 مشغلا حرفيا للصناعات التراثية تشغل 637 حرفيا وتساهم بقيمة مضافة ما لا يزيد عن 2.5% من القيمة المضافة لأنشطة السياحة (والتي تساهم بأقل من 3.5% من الناتج المحلي الإجمالي). ويلاحظ أن هذه المشاغل صغيرة ويمكن وصفها أيضا بأنها متناهية الصغر من ناحية عدد العمال، إذ أن متوسط عدد

العاملين في المشغل الواحد يعادل 3.2 عاملا، وفي إحصاءات أخرى فإن متوسط عدد العمل أقل من ذلك.. وبذلك فإن دراسة الصناعات التراثية والسياحية ومشاكلها ستعكس المشاكل التي تواجهها المنشآت الصغيرة العاملة في هذا المجال.

تواجه الصناعات الحرفية التراثية العديد من الصعوبات والتي أدت في بعضها للتلاشي تماما أو بقي منها إنتاج لا يكاد يذكر، مثل حرفة السجاد اليدوي والخيزران والقش وغيرها. وحسب المصادر المختلفة فإن هذه الصناعات تواجه مشاكل تكاد تكون متشابهة إلى حد ما. ومن هذه المشاكل ما يتعلق بمحدودية حجمها، ومنها ما يتعلق بطبيعة الصناعة نفسها. حيث تواجه معظم هذه الصناعات مشكلة في توفير المواد الخام المحلية، إذ أن العديد منها كان يعتمد على مواد خام محلية (وهو من مميزات هذه الصناعات)، أما الآن فتعتمد بشكل كبير على استيراد المواد الخام، وذلك لعدة أسباب جعلت من المادة الخام المحلية غير متوفرة، ومنها ارتفاع تكلفتها مقارنة بالمواد الخام المستوردة. فقد أدى الضعف في القطاع الزراعي الفلسطيني إلى نقص حاد في الصوف والتي تشكل المادة الخام الرئيسية لحرفة السجاد اليدوي. كما أن القطاع الزراعي يوفر المادة الخام لحرفة الحفر على خشب الزيتون، وفي نفس الوقت فهو المصدر الأساس لزيت الزيتون المستخدم في صناعة الصابون النابلسي، مما دفع العاملين في المجال إلى استيراد زيوت من الخارج، وهذا يقلل من الأهمية النسبية للمنتج المحلي والتميز عن صناعة أي بلد آخر.

يعمل في الصناعات التراثية بالغالب أفراد الأسرة - والذين لا يتقاضون أجرا بشكل عام - بالإضافة إلى عدد من العمال اللذين يعملون بأجور منخفضة على المستوى المحلي، وهذا يشكل معيقا بحد ذاته. إذ أن العديد من العمال يفضلون البحث عن عمل آخر يوفر دخلا أعلى وفي نفس الوقت فإنه أقل جهدا وضررا في بعض الحالات مثل حرفة الزجاج اليدوي؛ والذي يتم تشكيله من خلال العمل أمام فرن مرتفع الحرارة ولساعات كثيرة. ويواجه هنا أصحاب الحرف مشكلة في توفير عامل آخر مؤهل، حيث أن هذه الحرف تحتاج إلى مهارات محددة ليست متوفرة في سوق العمل بشكل كبير.

ولكن من ايجابيات هذه الصناعات أنها توفر فرصا للعمل أمام العديد من الفئات المهمشة في سوق العمل مثل ربات البيوت والمتقاعدين وذوي الاحتياجات الخاصة، فعلى سبيل المثال عمل في حرفة التطريز والأزياء الشعبية في العام 2006 حوالي 4000 امرأة كعمل داخل المنزل، وكثير من هذه العائلات كانت قد فقدت مصدر الدخل الرئيسي.

يتجه الحرفيون أو أصحاب المشاغل إلى عمل تسويق لبضائعهم بعد إنتاجها. لكن ما يواجههم من صعوبات في التسويق المحلي أو الخارج يجعلهم يعتمدون بشكل أساسي على المعارض المحلية والخارجية كقناة وحيدة للتسويق، وهذا ليس كافيا لتسويق الإنتاج، هذا من جهة. ومن جهة أخرى فإن الحرفيين لا يستطيعون المشاركة في المعارض المحلية التي تتقاضى أجرا على المساحة المستغلة للعرض. أما على المستوى الخارجي، فليس هنالك قدرة للحرفيين للمشاركة في المعارض الخارجية إلا من خلال جمعيات وتعاونيات كبيرة الحجم، مع الأخذ بالاعتبار أن الطرف الإسرائيلي لا يسمح بإعادة ما لم يباع من معروضات إلا من خلال وسطاء ومخلصين إسرائيليين، وهذا عبء مادي كبير حتى على الجمعيات.

تسببت هذه المعوقات والصعوبات إلى جانب مشاكل أخرى في تقييد العمل الحرفي الفلسطيني، مما أدى بالكثير من الحرفيين إلى التحول إلى مجالات عمل أخرى، وتقلص مساهمة هذه الحرف في الاقتصاد الفلسطيني، والأهم من ذلك تلاشي الحرف والتراث الفلسطيني والذي يميز فلسطين عن باقي الدول. وهذا بكل تأكيد سيؤثر على النشاط السياحي الفلسطيني بشكل كبير، إذ أن الدول السياحية تتميز بما لديها من حضارة وتراث يتم صقلها في المنتجات التراثية.

وعلى الرغم من أهمية المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في الأراضي الفلسطينية من حيث المساهمة في التوظيف والدخل وتوفير المنتجات، وعلى الرغم من أهمية الصناعات التراثية من حيث البعد التراثي والسياحي والآثار الاقتصادية

والاجتماعية لها، إلا أن العديد من هذه الصناعات أصبح مهددا بالاندثار في الأراضي الفلسطينية. وللحفاظ على هذه الصناعات وتمييزها وتطويرها وبالتالي زيادة مساهمة وفرصة المنشآت الصغيرة التراثية يمكن اقتراح التوصيات التالية:

- ✧ اعتماد تعريف وتصنيف لهذه الصناعات، وعمل إحصاءات تفصيلية حول الصناعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في مجال الصناعات التراثية (والتي تشكل النسبة الأكبر في هذا القطاع).
- ✧ عمل قانون ينظم عمل هذه الصناعات ويوفر إطارا قانونيا لها. بحيث يشمل القانون التعريف بها، وتصنيفها، وتسجيلها، والإطار التنظيمي لها، والمواصفات والمقاييس لمنتجاتها بحيث تضمن وجود منتج تراثي وسياحي ذا جودة عالية.
- ✧ العمل على إنشاء جسم تنظيمي لهذه الصناعات، بحيث يعمل هذا الجسم على تنظيم القطاع وتتبع نشاطه. وعلى سبيل المثال يمكن للجسم التنظيمي للصناعات وبالتعاون مع الجهات الحكومية المساعدة في توفير المواد الخام ذات النوعية الجيدة للصناعات وبسعر مناسب.
- ✧ عمل خطة إستراتيجية شاملة لتنشيط قطاع لسياحة، فعلى سبيل المثال يمكن عمل موقع الكتروني رسمي لهذه الصناعات للتعريف بها دوليا، كما يمكن عمل معارض دائمة ودورية على المستوى المحلي والعالمي وذلك بهدف تسويق منتجاتها.

1- مقدمة

تتناول هذه الدراسة الصناعات التراثية في الأراضي الفلسطينية، وتحاول دراسة المنشآت متناهية الصغر والصغيرة ومتوسطة الحجم العاملة في الصناعات التراثية. وتقدم الدراسة محاولات لزيادة فرص التطور والنمو للمنشآت متناهية الصغر والصغيرة ومتوسطة الحجم العاملة في مجال الصناعات التراثية. تتشابه الصناعات التراثية مع المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في كثير من الجوانب. إذ أن كليهما تستخدم أساليب وأدوات بسيطة للإنتاج والتسويق، وبرأس مال متواضع نسبياً، وتستخدم عمالة قليلة في الغالب.

تقدم الصناعات التراثية المنتجات التراثية والسياحية والدينية للزائرين من سياح وحجاج. وهناك ارتباط وثيق بين الصناعات التراثية والنشاط السياحي في الأراضي الفلسطينية. إذ أن عدد المنشآت العاملة في الصناعات التراثية يتقلص إذا لم يكن هنالك طلب بالمستوى المطلوب ناتج عن ضعف في النشاط السياحي. وتشير البيانات إلى انخفاض عدد المنشآت العاملة في الصناعة التراثية، إلى جانب الانخفاض في عدد العمال والقيمة المضافة بشكل كبير، وقد بدأ النشاط السياحي للنهوض مرة أخرى منذ العام 2009. ومن الجدير بالذكر أن بعض الصناعات التراثية مهددة بالاندثار، ومن المهم بمكان المحافظة عليها من الاندثار، ليس فقط للحفاظ على الصناعة نفسها وإنما أيضاً للحفاظ على البعد التراثي لهذه الصناعة وصون التراث الفلسطيني من الاندثار.

لا يوجد إحصائيات شاملة ودورية تتناول الصناعات التراثية بحد ذاتها وحسب تصنيفاتها التفصيلية. إذ أن حصر هذه الصناعات ليس بالأمر السهل خصوصاً أنها أنشطة من القطاع غير المنظم في كثير من الأحيان، إذ تكون أحياناً أنشطة منزلية، بالإضافة أن أصحاب هذه الصناعات لا يتوجهون للتسجيل الرسمي. من جانب آخر، فإن عدم وجود تعريف رسمي للصناعات التراثية يخفف من إمكانية حصرها في المسوح الإحصائية. لذلك، فلا تتوفر بيانات دقيقة ودورية حول هذه الصناعات، مما

يصعب على الباحثين تناول هذه الصناعات. ولكن، قام بعض الباحثين المهتمين في هذه المجال بعمل مسوح لهذه الصناعات. وللصعوبة المنطوية في حصر الصناعات التراثية، فقد تمت دراسة وإحصاء الصناعات التراثية التي تعمل تحت مظلة الجمعيات النسائية أو التعاونيات وغيرها من الجهات الرسمية المسجلة.

لم توفر هذه المسوح الكثير من المؤشرات الاقتصادية، إذ أن هذه المسوح تقوم على أساس دراسة وإبراز الدور الثقافي والتراثي للصناعات التراثية من جهة، ودراسة الجمعيات النسائية وتوضيح دورها الثقافي والاجتماعي من جهة أخرى. لكن الإحصائيات الناتجة عن هذه المسوح أفرزت بعض المؤشرات الاقتصادية والتي تشير إلى الحجم الصغير للصناعات التراثية ومدى بساطتها، وبالتالي حاجتها إلى مؤسسات أو جمعيات أو تعاونيات لتحتضنها.

تقدم الدراسة عرضاً شاملاً للصناعات التراثية الفلسطينية، وتحاول الوصول إلى المشاكل والمعوقات التي تقلص من فرص تطورها ونموها، وبالتالي تضيق الفرص والآفاق أمام المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة العاملة في الصناعة التراثية. ومن خلال منهجية الدراسة سيتم تلخيص النتائج ومن ثم تقديم مقترحات للنهوض بدور الصناعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة التراثية.

المنهجية

تهدف الدراسة إلى تعزيز فرص ودور الصناعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في مجال الصناعات التراثية والسياحية. وقد اعتمدت الدراسة عدة منهجيات لتحقيق هذا الهدف، في ظل القصور الشديد في توفر بيانات ومعلومات شاملة ومعقدة يمكن أن يستند إليها البحث في التحليل. فقد تمت مراجعة الدراسات التي تتناول الصناعات التراثية الفلسطينية، وذلك للاستفادة منها في دراسة واقع هذه الصناعات من حيث البعد التاريخي والجغرافي، ومن حيث توفر المواد الخام والتشغيل والإنتاج والتسويق وغيرها. كما استقي من الدراسات السابقة الصعوبات والعوائق التي تواجهها

الصناعات التراثية متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة. وقد تم جمع بيانات من الدراسات المختلفة والمواقع الإلكترونية الخاصة بالغرف التجارية والصناعية والبلديات لمحاولة تكوين قاعدة أساسية لتحديد معالم هذا القطاع في السوق الفلسطيني.

اعتمدت الدراسة أيضا منهجية المقابلات الشخصية والهاتفية، إضافة إلى عقد "مجموعة مركزة" من أصحاب المنشآت العاملة في الصناعة التراثية والعاملين فيها، وذلك للتعلم في المشكلات والمعوقات الحالية التي يواجههم¹. استخدمت الدراسة مراجعة تجارب الدول للتعرف على الآليات والسياسات التي تقوم بها لرعاية وتعزيز دور الصناعات التراثية والسياحية في تلك الدول، وما توفره الجهات المختلفة من خدمات لتذليل الصعوبات أمام الصناعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة التراثية والسياحية.

محتويات الدراسة

تتكون الدراسة من ستة فصول، بما فيها هذه المقدمة، حيث يستعرض الفصل الثاني الدراسات السابقة حول موضوع الصناعات التراثية الفلسطينية. ويعرض الفصل الثالث التعريف والخصائص للصناعات التراثية ويوضح مدى التشابه بينها وبين الصناعات صغيرة الحجم، كما يقدم الفصل موجزا حول الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والتراثية والسياحية للصناعات التراثية. أما الفصل الرابع فيعرض واقع الصناعات التراثية الفلسطينية من حيث؛ البعد التاريخي والجغرافي والمواد الخام والتشغيل والإنتاج والتسويق. يركز الفصل الخامس على تجارب الدول المختلفة في تطوير الصناعات التراثية من حيث البعد القانوني والمؤسسي والخدمات المساندة والتسويق. ويختتم الفصل السادس الدراسة بالنتائج والتوصيات.

¹ للاطلاع على المشاركين في المجموعة المركزة وعلى المحاور التي تم نقاشها أنظر ملحق 1.

2- الدراسات السابقة

اعتبرت الصناعات التراثية والسياحية الفلسطينية جزءاً مهماً من الهوية الفلسطينية، إذ تناولتها دراسات عديدة لأسباب مختلفة، فمنها ما كان يبحث عن البعد التراثي، وأخرى تناولتها كنشاط من الصناعة وغيرها ما تناولها كمشاريع نسائية وعائلية. وسيعرض هذا الفصل دراسات فلسطينية حول الصناعات التراثية والسياحية والتقليدية.

أعدت جمعية مخيم قلنديا التعاونية النسوية (2000) دراسة حول "سوق المطرقات التقليدية الفلسطينية والجوادل في فلسطين". وقد هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أوضاع هذه الصناعات، ودراسة الثغرات والمشاكل الرئيسية التي تواجهها، خاصة عمليات التسويق وسلوك المستهلكين وكيفية تطوير خطط تسويقية لهذه المنتجات. واعتمدت الدراسة أسلوب البحث الميداني، حيث تم توزيع استبانات على المستهلكين المحليين والأجانب، ومحطات بيع المطرقات الفلسطينية، والفنادق والجمعيات النسائية التي تنتج أو تدير عملية إنتاج المطرقات الفلسطينية.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج رئيسية، من أهمها؛ وجود منافسة عالية بين المنتجين في صناعات التطريز، مما دفع المنتجين إلى رفع جودة المنتجات لفرض التميز في السوق. وقد أدى ذلك، من جهة، إلى رفع أسعار المطرقات بشكل كبير، بما لا يتناسب مع شريحة كبيرة من المستهلكين، مما خفض من الكمية المطلوبة في السوق المحلي. ومن جهة أخرى، فقد بدأ بعض المنتجون بإنتاج أصناف أقل جودة لمحاولة تخفيض الأسعار والمنافسة في السوق المحلي بشكل خاص. أضف إلى ذلك أن أسعار المواد الخام المستخدمة مرتفعة وتستورد من الخارج عن طريق وسطاء استيراد، مما دفع بعض المنتجين إلى استيراد مواد خام أقل جودة لتخفيض التكاليف الكلية والسعر النهائي، وذلك للتنافس في السوق بأسعار تنافسية ولكنها أقل جودة².

² إن المنافسة السعرية قد تكون مدمرة للسوق، وأن الأنسب هو استخدام تنوع في المنتج واعتماد جودة عالية له بدلاً من المنافسة السعرية، حيث أن هذا السوق يتصف بالمنافسة الاحتكارية، وفي جوهرها تنوع المنتج.

عكست المنتجات الأقل جودة صورة سلبية عن المنتج التقليدي الفلسطيني في ذهن المستهلكين، خصوصا الأجانب منهم. إذ تبين من خلال المسح الميداني أن المستهلك الأجنبي لا يهتم بالسعر قدر ما يهتم بجودة المنتج، وتبين أيضا، أن البائع يعتقد أن المستهلك الأجنبي لا يستطيع تمييز الجودة، ولذلك يقوم بعرض مطررات ذات نوعية سيئة. ومن النتائج البارزة في الدراسة أيضا، أن أكثر من 75% من السياح والأجانب المقيمين قاموا بشراء المطررات الفلسطينية، وتبين أن 81% من السكان الفلسطينيين يفتنون مطررات تقليدية.

كما استنتجت الدراسة، وجود اختلاف في الأذواق بين المنتج والمستهلك، حيث يقوم المنتجين بإنتاج مطررات دون أي معرفة برغبات المستهلك، مما يؤدي إلى تكديس كميات من المنتجات. كما بينت الدراسة وجود ظاهرة نسخ للتصاميم والأشكال في منتجات المطررات، وقد عزت الدراسة ذلك إلى عدم وجود قوانين حماية للابتكارات والتصاميم.

تعتبر عملية ترويج المنتجات في المعارض المحلية عملية بدائية، حيث تعرض المنتجات بمحاذاة بعضها البعض ضمن مساحات ضيقة وغير مؤهلة لعرض هذه السلع، بالإضافة إلى سوء إدارة المعارض، وعدم التنسيق المسبق بين المشاركين في المعارض بخصوص الأسعار والأصناف والكميات، وعدم توفير الدعاية الكافية لتغطية فعاليات المعرض، وارتفاع تكلفة المشاركة في المعارض من حيث أجرة مساحات العرض وتكاليف نقل البضائع. وقد سجلت الدراسة في هذا السياق، أن هدف القائمين على المعارض مادي بحت، وليس دعما وتشجيعا لهذه الصناعات أو للجمعيات النسائية.

تشارك الجمعيات العاملة في هذه المنتجات التراثية والسياحية في المعارض الخارجية من خلال جهودها الخاصة، حيث شارك 18% منها فقط في معارض خارجية. وقد أشار المشاركون إلى أن البضائع غير المباعة في المعارض الخارجية لا يمكن إعادتها إلى الأراضي الفلسطينية، حيث يمنع الجانب الإسرائيلي ذلك إذا لم يكن هنالك تنسيق

مسبق، وهذا ما لا تستطيع الجمعيات عمله لأنها عملية مكلفة وتحتاج إلى وسطاء تخليص جمركي.

في دراسة أخرى حول الصناعات التقليدية في فلسطين (التميمي، 2005)، والتي تناولت المشاكل والمعوقات الرئيسية لهذه الصناعات، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها؛ وجود قصور في التسويق المحلي وإقامة المعارض وتوزيعها جغرافيا. وعدم وجود مواصفات ومقاييس محددة لجودة المنتجات لتحسين جودة المنتجات نوعيا. كما ركزت الدراسة على عدم وجود أصناف جديدة ومتنوعة من هذه الصناعات، وأنها لا تستخدم كثيرا على المستوى المحلي كمنتجات استهلاكية، لذلك فإن قاعدة الطلب على المنتجات ضيقة إلى حد ما. أضف إلى ذلك، أنه لا يوجد تمييز على أرض الواقع بين الصناعات المصنعة يدويا والصناعات المصنعة آليا أو المصنعة في الخارج، حيث لا توجد علامات أو مرفقات توضيحية على المنتج توضح أن تصنيعها كان يدويا.

وأما لزيادة التسويق إلى الخارج فاقترحت الدراسة التنسيق بين أصحاب لصناعات والوزارات والجهات الرسمية المعنية وكذلك مركز التجارة الفلسطيني. وإصدار دليل شامل متكامل لتوثيق الصناعات التراثية والسياحية في فلسطين والتعريف بأهميتها التاريخية والاقتصادية وأماكن تواجد كل واحدة منها. ودعت الدراسة إلى زيادة المشاركة في المعارض الدولية وعدم اقتصر هذه المشاركة على السوق العربي أو الأوروبي، بل توسيعها لتشمل السوق الأمريكي والكندي وكذلك سوق اليابان وكوريا الجنوبية وغيرها. وعمل صفحة إلكترونية شاملة لجميع منتجات الصناعات التراثية الفلسطينية حتى تساعد الباحثين في الدول الأجنبية في معرفة الصناعات التراثية الفلسطينية.

هدفت دراسة أعدها مركز تطوير القطاع الخاص (القيج وآخرون، 2004)، إلى تقييم التغيرات الطارئة على الأبعاد الرئيسية لصناعة الصابون النابلسي خصوصا الإنتاجية والتسويقية منها، وبيان المعوقات التي تعترض ازدهار هذه الصناعة أو تهدها بالاندثار. حيث قام فريق البحث بإجراء مقابلات مع عدد من المسؤولين في الصناعات

العامة ومع عدد من الخبراء والمسؤولين في المؤسسات الحكومية والمنظمات غير الحكومية ذات العلاقة مثل الغرفة التجارية. استخدم في الدراسة استبانة، واستعان فريق البحث ببعض الدراسات والتقارير والنشرات الإحصائية. وقد خلصت الدراسة إلى أن أهم المشاكل التي تمر بها هذه الصناعة هي؛ أن أسعار زيت الزيتون المحلي لا تزال أعلى بكثير من الزيوت الصناعية المستخدمة في الصناعة في المناطق أخرى، وأن تقنيات الإنتاج المستخدمة بدائية حتى الوقت الحاضر، وأن غالبية العاملين بهذه الصناعة هم من كبار السن وذوي خلفية تعليمية متواضعة. وبالإضافة لذلك فإن هناك منافسة عالية في السوق المحلي بسبب استيراد الصابون من إسرائيل وبلدان أخرى. ومن أهم التوصيات المقترحة في هذه الدراسة؛ ضرورة تطوير تقنيات الإنتاج، والعودة لاستخدام زيت الزيتون في صناعة الصابون النابلسي، وتوفير الحماية للمنتجات المحلية.

هدفت دراسة أعدها معهد ماس (2006) إلى تشخيص الصعوبات والعقبات التي تواجه قطاع الصناعات الحرفية واستشراف فرصتها في السوق، بغرض اقتراح السياسات والمشروعات الضرورية للارتقاء بهذه الصناعة. اعتمدت الدراسة على البحث الميداني وعلى مراجعة الأدبيات السابقة، والأخذ بتجارب الدول السابقة. وتوصلت الدراسة إلى أن معظم المنشآت العاملة في مجال الصناعات الحرفية يغلب عليها الطابع غير الرسمي، أي أنها غير مسجلة لدى الجهات الرسمية، وفي أغلب الأحيان يتم تناقل الحرف من جيل إلى جيل، حيث لا توجد مراكز تدريب، وأن هذه الصناعات تمتاز بالمرونة العالية سواء على نطاق التوظيف أو على مكان العمل.

شخصت الدراسة أهم المشاكل التي واجهتها هذه الصناعات، والتي من أهمها عدم وجود سياسات ملائمة وواضحة على المستوى المحلي تستهدفها، بحيث تسهم في صنع المناخ الملائم لنمو الصناعات الحرفية وتطويرها والاستفادة منها في تنمية المجتمع. إضافة إلى الصعوبات الكبيرة التي تواجهها هذه الصناعات في تسويق منتجاتها في الأسواق المحلية والخارجية، نظرا للصعوبات التي يواجهها الحرفيين على صعيد

المشاركة في المعارض المحلية أو الخارجية، أو حتى في قدرتهم على الوصول المباشر إلى شريحة كبيرة من المستهلكين.

توصلت الدراسة إلى عدة استراتيجيات تسعى للنهوض بقطاع الصناعات الحرفية، ولعل من أهمها؛ إنشاء هيئة على المستوى المحلي يكون لها فروع في المحافظات المختلفة، تتمثل وظيفتها في العمل على دعم وتوجيه تكيف الصناعات الحرفية، والسعي لتحقيق الربط العضوي ما أمكن بين التعليم الفني على مستوى المدارس والمعاهد الفنية ومقتضيات التنمية الذاتية في كل محافظة، بحيث تتوفر الإمكانيات للاستفادة من القدرات السائدة في المجتمع المحلي. إضافة إلى القيام بالدعاية لمنتجات الصناعات الحرفية، إما عن طريق إصدار الكتيبات السياحية، أو إقامة المعارض المتنقلة على المستوى العالمي وعلى المستوى المحلي.

استهدفت دراسة حول الصناعات التقليدية (البرزري، 2006) البحث في التوجهات التنموية لحل مجموعة من المشكلات الأساسية في الاقتصاد الفلسطيني. حيث تبرز في المقدمة مشكلة البطالة، وضرورة توفير فرص عمل تضمن ارتفاعاً في المستوى المعيشي للشعب الفلسطيني في ظل إمكانيات مادية محدودة. وأن تطوير المشاريع الصغيرة من شأنها تحقيق فرصاً تشغيلية أكبر برأس مال أقل.

ركزت الدراسة أيضاً على الصعيد التراثي والثقافي، ووجدت أن زيادة الاهتمام بالصناعات التقليدية - وهي بالغالب صغيرة - له مبرره في تدارك ظاهرة باتت تؤثر بشكل سلبي واضح على هوية هذه الصناعات الصغيرة، حيث أصبحت تسوق عبر الموردين الإسرائيليين إلى الخارج على أنها صناعات تراثية إسرائيلية. وقد لخصت الدراسة أهم المشاكل التي تواجه هذه الصناعات؛ مشكلة التسويق، ضيق المنافذ التسويقية الخارجية، وعدم وجود خبرة كافية في هذا المجال، وعدم توفر عوامل الجودة في الإنتاج والتغليف، وتقليد المنتجات والتصاميم، وهجرة العاملين في الصناعات التقليدية إلى مجالات عمل أخرى بسبب عدم ملائمة المردود، وافتقار هذه الصناعات

لجسم تنظيمي تتبع له، وعدم توفر المواد الخام المحلية بشكل دائم، وارتفاع تكاليف المواد الخام المستوردة.

خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها؛ التنسيق بين المنتجين بما يتعلق باستيراد المواد الخام، وتطوير بعض وسائل ومعدات الإنتاج دون المساس بالسمات والعناصر الأساسية للصناعات التقليدية، وتأهيل وتدريب أعداد أكبر من النساء للعمل في هذا المجال، ووضع مواصفات محددة للمنتجات والتقيد بها، وتشجيع التسويق المحلي عبر إقامة معارض دائمة، وتفعيل المشاركة في المعارض والبازارات داخل وخارج فلسطين.

لخصت دراسة حول صناعة النسيج والبسط (مركز التخطيط الفلسطيني، 1996) أهم المشاكل التي واجهت هذه الصناعة. حيث تمثلت المشاكل بركود النشاط الاقتصادي، واستمرار الإجراءات الإسرائيلية. إضافة إلى مشاكل التسويق عموماً، وندرة المواد الخام وصعوبة استيرادها، ومشاكل الضرائب والجمارك، وغياب التسهيلات المصرفية. وقد أشارت الدراسة إلى أهمية حماية هذه الصناعة من المستوردات، خصوصاً ذات النوعية المتدنية، وضبط دخولها إلى الأسواق المحلية والخفض من التنافس مع السلع الأجنبية.

تناولت دراسة أخرى لمعهد ماس (1999) السياحة الثقافية والعناصر المتداخلة فيها، ومنها الحرف التقليدية. حيث تركزت الدراسة على الارتباط الوثيق بين قطاع الصناعات الحرفية التقليدية ومستقبل السياحة الثقافية. وقد أبرزت الدراسة أهم المشكلات التي تواجه الصناعات الحرفية، والتي تكمن في التسويق والتمويل والتنمية، وأن هنالك ارتباط وثيق بالسياحة والتي تتأثر بالأوضاع السياسية. وتوصي الدراسة بأهمية إنشاء الجمعيات التعاونية الداعمة للورش الحرفية وتمويلها، وتؤكد على ضرورة الاهتمام بالترويج والتسويق للمنتجات الحرفية اليدوية وربط ذلك بالترويج السياحي.

3- الصناعات التراثية: التعريف والخصائص والأبعاد المختلفة

يهدف هذا الفصل من الدراسة إلى التعريف بالصناعات التراثية والسياحية والإحاطة بالمصطلحات المختلفة التي تعبر عنها، كما ويعرض هذا الفصل أيضا أبرز وأهم الخصائص التي تميز الصناعات التراثية والسياحية عن غيرها من الصناعات، ومدى تداخلها مع المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة. ويوضح الفصل أهمية الصناعات التراثية والسياحية من مختلف الأبعاد، اقتصادية كانت أم اجتماعية، أو تراثية وتاريخية، وصولا إلى البعد السياحي الذي يمثل قطاعا اقتصاديا مهما. وفي نهاية هذا الفصل، يتم الربط بشكل مباشر بين الصناعات التراثية والسياحية والصناعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة.

يأتي هذا الفصل - بالمحصلة - لإبراز ما تمثله المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في الصناعات التراثية والسياحية. إذ أن الحديث عن الصناعات التراثية والسياحية سيكون في إطار دعم المنشآت متناهية الصغر والصغيرة ومتوسطة الحجم العاملة في مجال الصناعات التراثية والسياحية وإيجاد فرص التطور والنمو لها - كما يتضح من عنوان الدراسة.

3-1 تعريف الصناعات التراثية والسياحية

اختلفت الدراسات في التعريف بمصطلح الصناعات التراثية والسياحية، بالإضافة إلى الاختلاف في اعتماد مصطلح موحد لهذه الصناعات. إذ أن بعض الدراسات تعتبرها صناعات تراثية أو سياحية أو حرف تقليدية. ويعتمد البعض مصطلح الصناعات الحرفية، لكن الصناعات الحرفية يمكن أن تشمل الصناعات التراثية والسياحية وغيرها.

يرى باحثون أن عدم وجود تعريف واضح لهذه الصناعات له آثار سلبية. إذ أن ذلك يحد من تطوير هذه الصناعات وإيجاد قطاع منظم وموحد لها، ويحد أيضا من جمع

بيانات ومعلومات خاصة عن هذه الصناعات. فهذه الصناعة لا يوجد لها بيانات مستقلة في الإحصاءات التجارية الدولية (International Trade Statistics ITS)، إذ لا يمكن للدول معرفة كمية صادراتها من هذه المنتجات، وهذا يعيق دراسة مدى تأثيرها في الاقتصاد، وكيفية تطويرها، وجدوى تطويرها ... الخ.

يجد البعض أن هنالك أهمية لتصنيف هذه الصناعات ، وذلك لحصرها، من أجل جمع البيانات والإحصائيات عنها. وهنالك عدة طرق لتصنيف وتمييز الصناعات التراثية والسياحية عن باقي الصناعات؛ ومن أهمها التصنيفات؛ تصنيف الصناعات بناء على المواد الخام المستعملة في الإنتاج، أو تصنيفها حسب التقنيات المستخدمة في الإنتاج. وفي طريقة أخرى يتم التصنيف حسب المنتج، مع أن هذه الطريقة تتسبب في خلط بين المنتجات التراثية التي تمت صناعتها من قبل حرفي باستخدام أدوات بسيطة، والصناعات التراثية التي تصنع آليا، مثل صناعة كماليات المنازل (Barber & Krivoshlykova, 2006).

تبنت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (UNESCO) وهيئة تكنولوجيا المعلومات (ITA) تعريفا للصناعات التراثية. حيث تعرفها بأنها تلك الصناعات التي يقوم بإنتاجها الحرفي بطريقة كاملة يدويا أو بواسطة أدوات يدوية أو طرق ميكانيكية، وتعتبر مساهمة الحرفة اليدوية هي الحصة الأكبر في تكوين المنتج النهائي وتشكل الجزء الأهم فيها. وتتميز الصناعات التقليدية بطبيعتها الخاصة، فلها قيمة منفعية وجمالية وفنية وإبداعية، ولها صلة بالثقافة، وهي صناعة تقليدية ودينية وتعتبر رمزا اجتماعيا. تعتمد هذه الصناعات مواد خام متوفرة بشكل مستمر، ولا يوجد قيود على كمية الإنتاج، ولا يشترط التطابق بين المنتجات النهائية حيث أن للصنع اليدوي الدور الأكبر بإنتاجها.

وصفت الصناعات التقليدية، في دراسة يابانية حول الصناعات الحديثة والصناعات التقليدية، بأنها صناعات تستخدم تقنيات ومواد خالية من التدخل الأجنبي، وبأن كل منشأة تعمل باستخدام عدد قليل من العمال، وفي كثير من الحالات يكون العاملين في

المنشأة أفراد عائلة واحدة، وفي حالات قليلة يعمل موظفون إلى جانب أفراد العائلة (Takafusa, 2007).

وقد ورد في دراسة حول أوضاع الصناعات التقليدية في لبنان؛ أن الصناعات التقليدية هي تلك الصناعات التي استمرت فاعلة بآلياتها القديمة والتي تتميز بوضوح عن الصناعات الحديثة الممكنة ويجعلها تدرج ضمن القطاع الصناعي (عويضة، 2005). وتم تعريفها في دراسة أخرى في المملكة العربية السعودية على أنها تلك الصناعات التي يقوم بمزاوتها الحرفي معتمداً في عمله على مهاراته الفردية الذهنية واليدوية التي أكتسبها من تطور ممارسته للعمل الحرفي وذلك باستخدام الخامات الأولية المتوفرة في البيئة الطبيعية المحلية أو الخامات الأولية المستوردة، بحيث يتم التعامل معها في الإنتاج بصورة يدوية أو باستخدام بعض العدد والأدوات البسيطة (القحطاني، 2006).

وتم تعريفها في دراسة للصناعات الحرفية في العراق بأنها صناعات محلية يغلب عليها الطابع اليدوي، وهي شعبية متوارثة بين أفراد الأسرة تمارس في البيوت أو في أي مكان آخر، وعادة ما تعتمد هذه الصناعات على الإمكانيات الطبيعية والبشرية المتاحة بغرض الحصول على مجموعة من السلع والمنتجات لتحقيق منافع تكون أكبر قيمة من الإمكانيات المستخدمة لأجلها (الشريفي والعلي، 2007). وفي دراسة حول تحليل الطلب على سوق الحرف التقليدية في الأردن تم تعريف هذه الصناعات على أنها نوع من الصناعات تقوم بإنتاج سلع تستخدم لأغراض مفيدة أو للزينة ويتم تصنيعها يدوياً أو باستخدام أدوات بسيطة وبطريقة تقليدية وتعكس هذه السلع دلالة ثقافية ودينية (Qattan, 2009).

وقد أصدرت بعض الدول قوانين لتعريف الصناعات الحرفية، فعلى سبيل المثال أصدر قانون في الهند عام 1999 يعرف الصناعات الحرفية بأنها عبارة عن تصنيع لمنتجات يدوية عن طريق أدوات بسيطة، وتكون هذه المنتجات عادة تقليدية، وتستعمل لأغراض مفيدة أو للزينة فقط (Deepak, 2008).

وفي دراسة لمعهد ماس (2006) حول الصناعات الحرفية، تم تعريف الصناعات الحرفية بأنها تلك الصناعات التي تعتمد على مهارات يدوية خاصة بالعمال، أو التي تستخدم أدوات بسيطة فقط، وتستند تلك الصناعات إلى فكرة رئيسية تتمثل في تحويل المواد الخام البسيطة - وبشكل يدوي - إلى منتجات مصنعة تعكس طابعا تراثيا وثقافيا محليا، ويتم تسويقها باعتبارها سلعة اقتصادية، وتحمل هذه المنتجات تعابير وملاح تراثية ودينية في معظم الأحيان. عرفت الصناعات التراثية والتقليدية في دراسة أخرى أجريت عن فلسطين بأنها تلك الصناعات ذات الامتداد التاريخي التي تقوم على تحويل المادة الخام إلى منتج مصنع يعكس طابعا تراثيا فلسطينيا بحيث تحمل هذه المنتجات تعبيراً وملاح تاريخية أو دينية (التميمي، 2005).

نلاحظ من التعريفات السابقة أن الصناعات التراثية والسياحية والتقليدية بسيطة ويدوية، وتعتمد بشكل أساسي على العمالة الحرفية، وعلى العمالة العائلية. وأن عدد العمال محصور في من يعرفون الحرفة أو من هم أفراد في العائلة، ولذلك فإن عدد العمال قليل، وذلك لسببين؛ الأول أن هذه الصناعات تحتاج مهارات خاصة متوارثة أو يتم تعلمها، والثاني أن منتجاتها بسيطة وبكميات محدودة، ولا تعتمد بشكل أساسي على الآلات المتطورة عالية التكلفة، ولذلك، فإن هذه الصناعات ذات حجم صغير من ناحية رأس المال، مما يجعل معظم هذه الصناعات تندرج تحت الصناعات التي توصف بأنها صناعات متناهية الصغر أو صغيرة أو متوسطة الحجم بمعيار عدد العمال ومستوى التكنولوجيا المستخدمة وحجم رأس المال، عدا عن الطابع العائلي للصناعة.

3-2 خصائص الصناعات التراثية

- تتميز هذه الصناعات عن باقي الصناعات بعدة خصائص، نجلها بما يلي:
- ✧ يعتبر الإنتاج منخفضا بسبب عدم قدرة وسائل الإنتاج على الإنتاج، فوسائل الإنتاج بسيطة بالغالب.
 - ✧ تعتبر الأجور منخفضة في هذه الصناعات بشكل عام.

- ✧ تميل النساء للعمل في هذه الصناعات، حتى لو كن ربات بيوت، فهذه الصناعات تتميز بإمكانية إنجاز أعمالها في أي مكان، فهي تعتمد فقط على اليد العاملة والقليل من الأدوات البسيطة.
- ✧ يغلب على هذه الصناعات الطابع العائلي من حيث الملكية، فهي بالغالب صناعات متوارثة.
- ✧ يعمل في هذه الصناعة أفراد الأسرة الذين يتوارثون المهنة عن الآباء، ولا يستعان بأيدي عاملة من خارج العائلة إلا إذا تم توسيع الصناعة بشكل كبير.
- ✧ تعمل هذه الصناعات في أماكن قريبة من البيوت أو داخل البيوت نفسها، حيث أن هذه الصناعات لا تتطلب وجود مساحات واسعة للعمل.
- ✧ لا يشترط الحصول على سجلات أو تراخيص لإجازة العمل بالمهنة وبالتالي لا يتمتع الحرفي بأية ميزات أو إعفاءات.
- ✧ تعتمد هذه الصناعات على مواد أولية بسيطة لا يدخل في تصنيعها التعقيدات العلمية وعادة تكون المادة الخام المستخدمة في الصناعة من نفس منطقة الصناعة.
- ✧ تتأثر منتجاتها بذوق الحرفي وميوله الشخصية.
- ✧ لا تحتاج هذه الحرف إلى رأس مال كبير.
- ✧ لا تحتاج إلى عدد كبير من العمال، وإنما تعتمد على عدد محدود من العمال المهرة.
- ✧ تتميز هذه الصناعات بالمرونة العالية في توظيف العمالة والاستغناء عنها بالإضافة إلى مرونة في أوقات العمل ومكانه (الشايب، 2006).

تعبّر الخصائص عن أن هنالك تشابه كبير بين هذه الصناعات والصناعات متناهية الصغر وصغيرة ومتوسطة. حيث أن رأس مالها منخفض وذلك لاعتمادها أدوات بسيطة، وأنها تشغل عددا قليلا من العمال وهم بالأغلب من العائلة، وأن العديد منها يمارس أنشطته داخل المنزل أو في مساحات محدودة.

3-3 الأبعاد الاجتماعية والسياحية والاقتصادية

تمثل الصناعات التراثية والسياحية في الوقت الحالي حيزا مهما في منظومة التعريف بثقافة الشعوب والحفاظ عليها، كما أنها تعكس تاريخ الشعوب وتصل الحاضر بالماضي. حيث أن هذه الصناعات هي امتداد لصناعات كانت موجودة في الماضي وصناعات حديثة تنتج منتجات تمثل تاريخ وحضارة وديانات الشعوب. وفي فلسطين فإن هذه الصناعات ذات أهمية كبيرة، إذ أن فلسطين من الدول التي مرت عليها حضارات متعددة، وهي بلاد للأديان الثلاثة. لذلك فإن فلسطين من البلدان السياحية المهمة في المنطقة، وهي بلد الحج للمسيحيين، إضافة إلى أهميتها للمسلمين.

تنقسم الصناعات التراثية والسياحية إلى نوعين رئيسيين، الأول الصناعات التي كانت تلبى حاجات ومتطلبات حياتية، مثل صناعة الفخار التي كانت توفر الأواني والجرار وغيرها، وصناعة القش التي كانت توفر السلال، وصناعة البسط اليدوية التي وفرت البسط اليدوية قبل التطور التكنولوجي. أصبحت هذه الصناعات التراثية والسياحية بعد توقف الطلب عليها كمنتجات استهلاكية، وتحولت إلى صناعات ذات طابع تاريخي وتراثي وتقاليدي رمزي. أما النوع الثاني هو الصناعات التي كانت توفر منتجات رمزية وتعبيرية عن التاريخ أو الأديان، ولا زالت كذلك (القحطاني، 2006).

وقد برزت اتجاهات عديدة حول ماهية وأهمية الحرف التراثية والسياحية. حيث أن فئة تنظر إلى هذه الحرف على أنها تراث ولا يجب تغييرها أو إجراء أي تعديل عليها. وترى فئة ثانية أنه يجب دمج هذه الصناعات بالصناعة الحديثة وإهمال الصناعات التي لا يمكن دمجها. أما الفئة الثالثة فتجد أنه من الضرورة الحفاظ على هذه الحرف، وفي نفس الوقت معاملتها كسلع اقتصادية وتسويقها بما يتلاءم مع رغبات المستهلكين (القحطاني، 2006).

يكن البعد الاجتماعي والاقتصادي للصناعات التراثية في دورها الهام في الحد من البطالة. حيث تقوم بتشغيل جزء من الأيدي العاملة خاصة من النساء وبالتحديد ربات

البيوت، إذ أن المرأة لا تتردد بالعمل في مجال الصناعات الحرفية بسبب إمكانيتها العمل في المنزل دون الحاجة إلى الانتقال إلى أماكن العمل، وأحيانا يكون المشغل داخليا في نفس المنزل. فعلى سبيل المثال تعمل 4000 امرأة في صناعة التطريز الفلسطينية.

تفتح الصناعات التراثية المجال في التشغيل ليس فقط أمام النساء وإنما أيضا أمام كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة، لذلك فإن قطاع الصناعات التراثية يعمل على استغلال كافة الموارد البشرية، حتى التي لا تتوفر لها فرص في سوق العمل. وهذا التشغيل له آثار اقتصادية واجتماعية ونفسية ومعنوية على النساء والكبار بالسن وذوي الاحتياجات الخاصة (الشايب، 2006).

تتوفر في هذه الصناعات مرونة خاصة تتمثل في إمكانية العمل تشغيلها في جميع المناطق، حتى المناطق التي لا تتوفر فيها الخدمات الأولية. لذلك فإن هذه الصناعات يمكن تشغيلها في الأماكن المهشمة، وبذلك فإنها تساهم في تحقيق نوع من التنمية الاقتصادية والبشرية، ويمكن أن تحد بشكل بارز من ظاهرة الهجرة الداخلية من الريف إلى المدينة (الشايب، 2006).

ذكرت الدراسة سابقا أن هذه الصناعات هي كثيفة العمالة، ولا تعتمد على رأس مال كبير في الإنشاء أو التشغيل، وهذا يؤكد أنها صناعات صغيرة بالغالب، وبذلك فإن هذا القطاع يمثل مصدرا للتشغيل، مع الأخذ بعين الاعتبار أنها لا تشترط مستويات عالية من التعليم، وانخفاض تكاليف التدريب والتعليم لهذه المهن. تتمتع أيضا هذه الصناعات بمرونة في الإنتاج، إذ أن منتجاتها تحدد حسب الطلب عليها (القحطاني، 2006).

يتمثل **البعد الثقافي والسياحي** للصناعات التراثية والسياحية التراثية بما توفره من السلع التراثية والسياحية والتراثية التي تجذب السياح وتعرفهم بثقافة البلد (وهو بعد اقتصادي أيضا). إذ أن نسبة مبيعات هذه الصناعات للسياح مرتفعة، وهذا له أهمية بالغة في توفير دخل للعديد من الحرفيين في هذه الصناعة من جهة، ومن جهة أخرى فإن تنشيط

السياحة يشكل عائدا للبلد ككل، حيث أن السياح يقيمون ويستهلكون من البلد نفسه وهذا ينشط قطاعات أخرى أيضا. وتعتبر هذه الصناعات أيضا جزءا مهما من صادرات البلد من ناحيتين، الأولى اقتصادية تتمثل في العائد من الصادرات، والثانية في تسويق السياح لزيارة البلد، وهذا يمثل استثمار على المدى الطويل (شوملي، 1999).

تزدهر فلسطين بالمناطق السياحية من أماكن أثرية وتاريخية ودينية، وذلك لكونها مهبط الديانات السماوية الثلاث ولتعاقب الحضارات والشعوب فيها. لذلك، فإن تطوير هذه الصناعات يعزز من الأهمية السياحية لفلسطين، ويساعد في تثبيت الهوية الفلسطينية، خصوصا في ظل الاحتلال الذي يحاول صقل هذه الصناعات تحت ثقافته وتاريخه (التميمي، 2005).

3-4 حجم الصناعات التراثية والسياحية (المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة)

عبرت التعريفات والخصائص والأبعاد عن أن الصناعات التراثية والسياحية هي بالأغلب متناهية الصغر أو صغيرة أو متوسطة الحجم، وللتأكيد فإنه لا بد من مراجعة البيانات الإحصائية المتوفرة حول هذه الصناعات وحجمها. فقد أشارت المسوحات التي أجراها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني إلى أن عدد مشاغل الصناعات التقليدية والتحف (المصطلح المستخدم لدى الجهاز) بلغ 141 في عام 2000 (جدول 1).

ونتيجة للظروف السياسية غير المستقرة والإجراءات الإسرائيلية انخفض عدد المشاغل بشكل كبير وبنسبة 20% إلى 113 مشغلا في العام 2002 و112 مشغلا في عام 2007. وخلال العام 2009 ارتفعت أعداد مشاغل الصناعات التقليدية والتحف بنسبة كبيرة 78% إلى 199 مشغلا، وهذا يشير إلى عودة الهدوء النسبي في الأراضي الفلسطينية والارتفاع في عدد السياح والزائرين للمنطقة وعودة النشاط الحرفي التقليدي إلى حد ما. حيث تضاعف عدد الزوار من العام 2007 حتى العام 2009 وكذلك تضاعفت القيمة المضافة لهذه المشاغل. ويعمل في مشاغل الصناعات التقليدية 637

عاملا في 199 مشغلا، وهذا يشير إلى أن متوسط حجم العمالة في المشغل يعادل اقل من أربعة عمال، وهذا يشير بالمتوسط إلى أن هذه الصناعات صغيرة الحجم من حيث معيار عدد العاملين (أنظر جدول 1). ومع أن عدد المنشآت والعاملين ارتفع بشكل ملحوظ إلا أن مساهمة هذه المشاغل في القيمة المضافة للقطاع السياحي لا تتجاوز 2.5%.

**جدول 1: أهم المؤشرات الاقتصادية الرئيسية لمشاغل
الصناعات التقليدية والتحف - سنوات مختلفة**

المؤشر/السنة	2000	2002	2007	2009
عدد المنشآت	141	113	112	199
عدد العاملين	517	216	414	637
القيمة المضافة (ألف دولار أمريكي)	2450	801.8	1905	4441
عدد الزوار	100184	51357	220850	452625

المصدر: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، مسح الأنشطة السياحية: نتائج أساسية - سنوات مختلفة.

بالنظر لمسوحات أخرى فقد أشارت البيانات إلى أن صناعة خشب الزيتون هي الصناعة الأكثر من بين الصناعات التراثية والسياحية المختلفة (59%) من حيث عدد المنشآت والعاملين (أنظر جدول 2). كما يشير الجدول إلى أن متوسط عدد العمال في هذه الصناعات ككل لا يتجاوز 6 عمال، أي أن هذه الصناعات هي صغيرة الحجم بطبيعتها. وبشكل فرعي فإن متوسط عدد العمال في أي من هذه الصناعات لا يتجاوز 10 عمال. وحسب دراسة أعدها معهد ماس (2009) فإن المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الحجم تعرّف، بمقياس عدد العمال، بأنها المنشآت التي لا يتجاوز عدد العمال بها 20 عاملا. وقد ورد أيضا في نشرة عن الاتحاد العام للصناعات الفلسطينية (2010) أن عدد المنشآت يعادل 1020 منشأة تشغل 1200 عامل، أي بمتوسط 1.2 عامل لكل منشأة. وهذا يؤكد على الحجم الصغير جدا لهذه الصناعات.

جدول 2: الصناعات التقليدية حسب عدد المنشآت وعدد العمال ومتوسط عدد العمال لكل منشأة - 2006

الصناعة	عدد المنشآت	عدد العمال	%	متوسط عدد العمال لكل منشأة
خشب الزيتون	120	600	59.1	5
الصابون النابلسي	12	114	5.9	9.5
الزجاج اليدوي	3	30	1.5	10
الصدف	25	100	12.3	4
الفخار	28	164	13.8	6
الخيزران	15	120	7.3	8
المجموع	203	1128	100	6

المصدر: (اليزري، 2006) لكل الصناعات عدا الصابون النابلسي. أما مصدر الصابون النابلسي فهو (مكحول وآخرون، 2006).

في هذه الدراسة سيتم تناول الصناعات متناهية الصغر والصغيرة ومتوسطة الحجم (التي تشغل أقل من عشرين عاملاً) التي تعمل في قطاع الصناعات التراثية والسياحية، والتي تشكل الأغلبية من هذه الصناعات، كما لوحظ فيما سبق. وستحاول الدراسة التوصل إلى استراتيجيات وإجراءات، موجهة إلى الجهات المسؤولة وذات العلاقة، لتساهم في زيادة فرص هذه الصناعات محدودة الحجم في مجال الصناعة التراثية والسياحية من حيث زيادة مساهمتها في التشغيل ورفع الفرص التسويقية لمنتجاتها.

4- الصناعات التراثية الفلسطينية

يتناول هذا الفصل الصناعات التراثية الفلسطينية الرئيسية، من حيث؛ البعد التاريخي والجغرافي والمواد الخام والتشغيل والإنتاج والتسويق. وقد تم دراسة هذه الأبعاد لفرز المشاكل والمعوقات التي تواجه الصناعات التراثية. وهذه الصناعات هي: التطريز والأزياء الشعبية، والحفر على خشب الزيتون، والخزف، والزجاج، والفخار، والصدف، والنسيج والسجاد اليدوي، والصابون النابلسي، وصناعات أخرى قارب على الاندثار مثل الخيزران والشمع والقش وغيرها.

4-1 صناعة التطريز والأزياء الشعبية

لمحة تاريخية

يعود أصل التطريز إلى عصر الكنعانيين، حيث اشتهرت نساء الكنعانيين بالغزل والتطريز، تعد حرفة التطريز من الحرف الشعبية التي توارثتها الأجيال جيلا بعد جيل. ويعتبر التطريز جزءا هاما من حياة المرأة الفلسطينية، إذ يعبر عن شخصيتها ويميزها عن شعوب أخرى.

تحول التطريز إلى سلعة يتم عرضها بالأسواق في عام 1948، حيث قام العديد من الفلسطينيين ببيع مقتنياتهم الشخصية بما فيها التطريز بسبب الفقر اثر النكبة. ومنذ ذلك الوقت أصبح التطريز سلعة يتم تداولها بالأسواق (جمعية مخيم قلنديا، 2000). تتنوع أنماط التطريز الفلسطيني، إذ أن لكل منطقة جغرافية نمطا خاصا للتطريز وألوانه. وقد اثر تهجير العديد الفلسطينيين على التوزيع الجغرافي لهذه الأنماط. وعلى الرغم من هذا التشتت فما زال الفلسطينيون محافظين على حرفة التطريز لإثبات هويتهم الفلسطينية (Saca & Saca, 2006).

التركز الجغرافي

ينتشر التطريز في كل المناطق الفلسطينية، وقد عملت العديد من النساء على إنشاء جمعيات نسائية تقوم بإنتاج المطرزات الفلسطينية وتوزع هذه الجمعيات في كافة المحافظات الفلسطينية. ولكن، يتركز نشاط حرفة الأزياء الشعبية والتطريز بشكل بارز في محافظات رام الله والقدس وبيت لحم، إذ تنتشر في هذه المدن الأماكن الدينية والسياحية والأثرية التي يرتادها السياح والحجاج. حيث أن نسبة تمركز الجمعيات النسائية التي تقوم بإنتاج أو إدارة إنتاج التطريز الفلسطيني في محافظة رام الله تبلغ نحو 24% في حين تبلغ نسبتها في محافظة القدس نحو 15% وتبلغ نسبتها في محافظة بيت لحم نحو 6% (جمعية مخيم قلنديا، 2000). وحسب بيانات غرفة التجارة والصناعة في بيت لحم فإن عدد المنشآت العاملة في حرفة التطريز بلغ 18 منشأة حتى نهاية العام 2010 في بيت لحم.³

المواد الخام

تنوعت المواد الخام المستخدمة في صناعة التطريز والأزياء الشعبية. حيث استعمل قديماً، ومن مصادر محلية، قماش الكتان المنسوج أو نسيج ممزوج من الكتان والقطن كمادة رئيسية لعملية التطريز، ذلك بالإضافة إلى الأقمشة المنسوجة بالنول. وقد كانت الأقمشة تمتاز بحياكة خاصة لتسهيل آلية الخياطة وإظهار الغرز، كما استخدمت الخيوط الحريرية التي يتم تحضيرها من مزارع للحرير الطبيعي، ويتم صباغتها بصبغات طبيعية. أما في الوقت الحالي، فيعتمد جزء من هذه الصناعة على استيراد الأقمشة والخيوط المصنعة آلياً، بدلاً من خيوط الحرير الأصلية المصنعة محلياً. إذ يحصل 78.5% من المنتجين على المواد الخام من السوق المحلي، و12.5% يحصلوا عليها من السوق الإسرائيلي، و9% من دول أخرى. ويعتبر ارتفاع أسعار المواد الخام المستخدمة في حرفة التطريز التقليدي الفلسطيني من المشاكل الرئيسية التي تواجه معظم الجمعيات النسائية لأن المواد الخام مواد يتم شراؤها من خلال عدة وسطاء وبالتالي تصل إلى الجمعيات (المنتجين) بأسعار مرتفعة (قوعار وصافي، 2003). تؤكد

³ غرفة التجارة والصناعة - بيت لحم، 2010.

إحدى العوامل في مجال التطريز إلى أنهم يعانون من ارتفاع الأسعار بشكل كبير، لكنهم لا يقمن بشراء المواد الخام من إسرائيل مع أن سعر التكلفة منخفض جداً⁴.

تتراوح صعوبة الحصول على المواد الخام من صناعة إلى أخرى، إذ أن المواد الخام اللازمة للتطريز متوفرة دائماً، وهي الحرير بكافة أنواعه؛ الفرنسي والرهباني وغيره ويتم استيرادها من الخارج. وقد أثر الحرير المستورد من الصين على جودة الصناعات التراثية بسبب رداءته⁵.

يتم أحياناً توفير المواد الخام من الأسواق المحلية ومن الأسواق الأردنية، وتعتبر تكلفة المواد الخام في الأردن أقل بكثير من المواد الخام المتوفرة محلياً، إلا أنه في الآونة الأخيرة يلاحظ اختفاء المواد الخام في الأردن وذلك بسبب منافسة الصناعات الصينية حيث أثرت على الصناعات الأردنية بالإضافة للصناعات الفلسطينية نفسها. وأحياناً يتم توفير المواد الخام من يافا ولكن هنالك صعوبة في الوصول إلى تلك المناطق. حيث لا يوجد حماية للأسواق المحلية من البضائع المستوردة. وذلك أدى إلى فقدان السائح الثقة بالصناعات التراثية وذلك بسبب رداءة الصناعات المستوردة. وأن المستهلكين المحليين أو الأجانب يهتمون أحياناً بالسعر أكثر من اهتمامهم بالجودة. كما أنه لا يوجد أي مؤسسة حكومية أو غير حكومية ترافق جودة هذه المنتجات⁶.

التشغيل

تعتمد حرفة التطريز اعتماداً كبيراً على الأيدي العاملة من النساء، وخاصة في المناطق الريفية. حيث تعمل أكثر من 4000 امرأة فلسطينية في إنتاج المطرزات. ويعتبر أجر الأيدي العاملة في حرفة المطرزات قليل بالنسبة للجهد المبذول في إنجاز العمل. حيث يتم قياس الأجر بطريقتين؛ إما أن تكون وحدة قياس الأجر هي "الطبة" حيث أن أجر

⁴ مقابلة مع الدكتورة نفوذ مسلماني، اتحاد لجان المرأة، يوم الخميس 2010/10/28. مهرجان التراث 2010، قصر رام الله الثقافي.

⁵ السيد ياسر ملايشة، مدير البرامج والتسويق، جمعية مخيم قلنديا التعاونية، المجموعة المركزية، معهد ماس، 24 تشرين ثاني 2010.

⁶ السيدة أمينة زهران، صاحبة مشروع خاص "عناة"، المجموعة المركزية، معهد ماس، 24 تشرين ثاني 2010.

الطبة الواحدة من التطريز يعادل 25 شيكل، أو تكون القطعة المنجزة هي وحدة القياس لحساب الأجر، وهذا يعني أنه لا يتم استخدام معيار ساعات العمل أو أيام العمل كأساس لحساب الأجر. تعتبر هذه الطرق في حساب الأجر مثبّطاً للعاملين في هذه الصناعة، مما يدفعهم للتوجه إلى صناعات أخرى (جمعية مخيم قلنديا، 2000).

الإنتاج

هناك العديد من الأصناف المنتجة من المطرزات الفلسطينية، ومن أكثر هذه الأصناف انتشاراً منتجات الوسائد والقرن المطرزة والشالات المطرزة، ويلبها في الانتشار المعاطف والجليهات، وقد أضيف إلى هذه المنتجات في الوقت الحالي أصناف جديدة مختلفة مثل الجزادين وأطواق الشعر والبراويز واللوحات وساعات الحائط والحقائب وغيرها، وقد جاءت هذه الإضافات لتلبية لطلبات وأذواق المستهلكين المحليين والأجانب المختلفة.

يعتبر التنوع والتغيير في نوع الأقمشة والمطرزات أمراً ضرورياً لتطوير هذه الصناعة، فمن واقع الاحتكاك بالمستهلكين المحليين والأجانب يجب التنوع في السلع لتلبية رغبات جميع الزبائن، وعلى الرغم من وجود الأفكار والتصاميم إلا أنه يوجد بعض المشاكل في توفير المواد الخام لتلبية التنوع في الطلبات.⁷

تتميز المطرزات الفلسطينية بأسعارها المرتفعة، الأمر الذي يعود لارتفاع تكلفة إنتاج هذه المطرزات، مما يجعل حجم المبيعات المحلية محدوداً. أما بالنسبة لجودة المطرزات الفلسطينية فإن 83.4% من المنتجين يقومون بإنتاج مطرزات ذات جودة عالية جداً، جودة من ناحية المواد الخام والجهد المبذول في التطريز والألوان والأشكال. ويعود اهتمام المنتجين بالجودة إلى حدة المنافسة الموجودة في الأسواق بين المؤسسات العاملة في هذه الصناعة. لذلك فإن التنافس بين المنتجين يكون من خلال رفع الجودة، مما يؤدي إلى ارتفاع الأسعار بشكل لا يتناسب مع شريحة كبيرة من المستهلكين المحليين ذوي الدخل المحدود، وهذا يؤدي إلى محدودية الطلب على تلك الأصناف ومحدودية في حجم المبيعات الإجمالية لها (جمعية مخيم قلنديا، 2000).

⁷ السيدة أمينة زهران، صاحبة مشروع خاص "غنا"، المجموعة المركزة، معهد ماس، 24 تشرين ثاني 2010.

يواجه منتجو المطررات والأزياء الشعبية العديد من المشاكل، بالإضافة إلى ارتفاع الأسعار. إذ أن الحصار والإغلاق ساهم في وضع العراقيل أمام تدفق المواد الخام، ووصولها إلى المنتجين، مما قلل من حجم الإنتاج. كما أن وجود قيود على استيراد السلع للمناطق الفلسطينية يحد من القدرة الإنتاجية. وقد ساهمت هذه المعوقات في رفع تكلفة الإنتاج، مما يؤثر سلباً على القدرة التنافسية لهذه المنتجات الفلسطينية، هذا من ناحية. ومن ناحية أخرى، فإن عدم الالتزام بمواعيد التسليم لمنتجات هذه الصناعة، غير المنظمة، أدى إلى توجه المستهلكين إلى مصادر أخرى أكثر التزاماً بالمواعيد، والكثير من هذه المصادر خارجية (ماس، 2006).

من المفروض أن يحتوي المنتج على ملصق يشرح طريقة غسل وكوي القطعة، إذ أن السياح يركزون على وجود ملصق يحوي طريقة الغسيل والكي، كما أنه لا يوجد مختبر خاص في فلسطين لفحص الأقمشة وتبيان طريقة الكي والغسيل. ومن ناحية أخرى فإن من المفترض وجود رقم هاتف على الملصق يسهل عملية التواصل بين المستهلك والمنتج والرجوع إليه.⁸

التسويق

يتم ترويج المطررات الفلسطينية عن طريق المعارض المحلية والدولية. حيث أن جميع الجمعيات النسائية تروج منتجاتها من خلال معارض محلية، بينما 12.5% من الجمعيات النسائية قامت بترويج منتجاتها في معارض عربية، و16.7% من الجمعيات النسائية شاركت في معارض أجنبية، و8.3% شاركت في معارض إسرائيلية⁹. ويقوم المنتجون بترويج المطررات في المعارض الخارجية لأهداف عدة، منها عرض المنتجات الفلسطينية التراثية والتعريف بها ودولياً، وترويجها لعقد صفقات خارجية وتصدير هذه المنتجات، والاختلاط بأصحاب نفس الصناعة لمعرفة وضع السوق، واكتساب خبرات جديدة تخص حرفة التطريز اليدوية، بالإضافة إلى بناء علاقات عامة. كما تستخدم الجمعيات وسائل تسويق أخرى مثل المنشورات الصغيرة والكتالوجات

⁸ السيدة أمينة زهران، صاحبة مشروع خاص "عناة"، المجموعة المركزة، معهد ماس، 24 تشرين ثاني 2010.

⁹ تقوم المعارض الإسرائيلية باستغلال الأيدي العاملة الفلسطينية الرخيصة في المطررات وعرضها على أنها منتجات إسرائيلية.

والصحف والمجلات المحلية والانترنت ومحطات التلفاز المحلية، ولكن بنسب منخفضة. بالمقابل، هنالك عدد محدود من الجمعيات يستخدم أساليب تسويق متطورة، مثل استخدام الصفحات الالكترونية للتسويق أو استخدام مؤسسات دينية واجتماعية لتعزيز عملية البيع أو المشاركة في مناسبات احتفالية يتم فيها بيع المبرزات الفلسطينية.

تواجه منتجات صناعة المبرزات الفلسطينية منافسة عالية من منتجات تصنع في دول عربية أخرى، مثل سوريا ولبنان. إذ أن أسعار مبرزات هذه الدول تعتبر رخيصة مقارنة بأسعار منتجات التطريز الفلسطينية المصنوعة محليا. لذلك فإن المنافسة في السوق الخارجي عالية جدا، خصوصا إذا ما أضفنا إلى فرق الأسعار معيقات وارتفاع تكلفة استيراد المادة الخام، وارتفاع تكلفة تصدير الصناعات المحلية الفلسطينية للسوق الخارجي، وتنوع أشكال وألوان المنتجات المنافسة.

تتركز مبيعات المبرزات الفلسطينية للسياح الأجانب، لاهتمامهم باقتناء منتجات تعكس التراث الفلسطيني. كما أن المستهلك الأجنبي لا يهتم بارتفاع السعر، وإنما يكمن اهتمامه في مستوى جودة المنتج. ويوجد نحو 73.3% من البائعين يقومون ببيع المبرزات الأجنبية بأسعار مرتفعة جدا. ولا تكمن المشكلة فقط في ارتفاع السعر، وإنما أيضا في أن أسعارها قابلة للتفاوض، والذي يؤدي -بطبيعة الحال- إلى عكس صورة سيئة عن التاجر الفلسطيني، ويؤدي إلى فقدان ثقة المستهلك الأجنبي بالسوق الفلسطيني (جمعية مخيم قلنديا، 2000).

وقد أكدت الدكتورة مسلماني أن المعارض هي الطريقة الأساسية لتسويق منتجات التطريز، وليس هنالك مجالات أخرى أفضل، كما أشارت مسلماني إلى أن معظم المشترين هم من الأجانب والسياح، وأن المشاركة في المعرض تسوق حوالي نصف الإنتاج، وأن النصف الآخر يبقى للمعرض التالي. وقد ذكرت أن تكلفة المشاركة بالمعارض مرتفعة، ولذلك فإنهم قليلا ما يشاركون في المعارض، إلا إذا توفر لهم مساحة مجانية في المعرض¹⁰.

¹⁰ مقابلة مع الدكتورة نفوذ مسلماني، رئيسة جمعية، اتحاد لجان المرأة، يوم الخميس 28/10/2010. مهرجان التراث 2010، قصر رام الله الثقافي.

يواجه قطاع الصناعات الحرفية بشكل عام مشاكل في التسويق، حيث أن إحدى طرق التسويق التي تم أتباعها هي وضع البضائع التطريزية برسم البيع ولكن لدى محلات تجارية. وفي الغالب لا يتم بيعها وإنما إرجاع السلع في حالة رديئة. وفي بعض الحالات يتم سرقة فكرة السلع وتصنيعها وتسويقها. وأحيانا يتم تصويرها والنسخ منها في الصين. وهذا يستدعي وجود قانون حماية الصناعة. يمكن أيضا التسويق من خلال الجمعيات، ولكن أغلبية هذه الجمعيات أغلقت بسبب غلاء الأيدي العاملة المتخصصة في مجال التطريز.¹¹

تقوم جمعية قلنديا بتصدير منتجاتها إلى أبو ظبي ، الأخذ بعين الاعتبار السعر المرتفع للمنتج ، ويبرر ارتفاع سعر المنتج نتيجة لارتفاع تكلفة المواد الخام والوقت المستغرق في إنتاج القطعة. أما بالنسبة لوسائل التسويق، فلا يوجد للجمعيات والمؤسسات موقع الكتروني لعرض منتجاتهم والتعريف بها أو موسوعة تعطى للسياح عن طريق الشركات السياحية تبين هذه المنتجات. بالإضافة إلى عدم القدرة على التسويق خارجيا. وهنا يقع دور المكاتب التمثيلية والسفارات التي يجب أن تدعم الصناعات الحرفية وتزود السياح بالكتيبات المتعلقة بالصناعات الحرفية الفلسطينية.¹²

4-2 صناعة الحفر على خشب الزيتون

لمحة تاريخية

عرفت صناعة تشكيل خشب الزيتون والحفر عليه في فلسطين منذ القدم، حيث يعتقد أنها بدأت في بيت لحم في القرن الرابع ميلادي، وقد بدأ ظهورها مع قدوم البعثات التبشيرية إلى الأراضي الفلسطينية. فقد كانت المسابح التي شكلها الرهبان الفرانسيسكان من بذور الزيتون هي الصناعة الأولى من نوعها في تاريخ هذه الحرفة. ومن ثم

¹¹ السيدة أمينة زهران، صاحبة مشروع خاص "عناة"، المجموعة المركزة، معهد ماس، 24 تشرين ثاني 2010.

¹² السيد ياسر ملايشة، مدير البرامج والتسويق، جمعية مخيم قلنديا التعاونية، المجموعة المركزة، معهد ماس، 24 تشرين ثاني 2010.

تطورت هذه الصناعة إلى إنتاج صناعات دينية أخرى تسوق إلى السياح والحجاج المسيحيين في منطقة بيت لحم. وانتقلت هذه الصناعة عبر الأجيال المتعاقبة، حتى أصبحت من أهم الصناعات السياحية في فلسطين. وقد كان لارتباط هذه الحرفة بشجرة الزيتون المقدسة، وانتشار زراعتها في المنطقة، دورا هاما في انتشارها بشكل بارز في فلسطين (ماس، 2006).

التركز الجغرافي

تتمركز صناعة تشكيل خشب الزيتون والحفر عليه في منطقة جنوب الضفة الغربية بشكل عام، وكما ذكرنا سابقا، فإنها تتمركز تحديدا في مدينة بيت لحم وبيت ساحور وبيت جالا. حيث تصل نسبة المشاغل العاملة في صناعات خشب الزيتون في منطقة بيت لحم إلى 50% من عدد المشاغل الموجودة في فلسطين. أما بالنسبة للمتاجر الخاصة ببيع وتسويق هذه الصناعات فهي تتركز في مدينة القدس، إذ أن نسبة هذه المتاجر في مدينة القدس تعادل 83% من عدد المتاجر في فلسطين، ولا تتجاوز نسبة هذه المتاجر في مدينة بيت لحم أكثر من 15% من عدد متاجر منتجات هذه الصناعة (شوملي، 1999). وحسب بيانات غرفة التجارة والصناعة في بيت لحم فإن عدد المنشآت العاملة في صناعة خشب الزيتون يعادل 32 منشأة حتى نهاية العام 2010.¹³

المواد الخام

تستخدم في هذه الصناعة أخشاب شجرة الزيتون الضعيفة التي لا تحمل ثمارا، وبذلك لا تتسبب هذه الصناعة بأضرار على زراعة الزيتون. يتميز خشب الزيتون باللينة وتدرج لون الخشب، وكلما تقدمت الشجرة في العمر تبرز الألوان وتدرجها بشكل أوضح (التميمي، 2005). ويتوفر في خشب الزيتون أيضا صفات تتناسب مع حاجة التلوين والدهان. وتمثل منطقة شمال الضفة الغربية المورد الرئيسي لخشب الزيتون، مثل مدينة نابلس وطولكرم وجنين وسلفيت، بالإضافة إلى منطقة الجليل والجولان وغزة، وتأتي بعدها في الترتيب مدينتي رام الله وبيت لحم (ماس، 2006).

¹³ غرفة التجارة والصناعة - بيت لحم، 2010.

واجه الحرفيون والعاملون في هذه الصناعة مشكلة في الحصول على خشب الزيتون نتيجة الحصار وإقامة الجدار والمستوطنات، والتي أدت إلى اقتلاع آلاف أشجار الزيتون في السنوات الأخيرة، كما أدى الجدار الذي تبنه إسرائيل في أراضي الضفة الغربية إلى تقلص مساحة الأراضي الزراعية، وقد أحدث كل ذلك تقييد حركة المزارعين وعدم تمكنهم من الوصول إلى أراضيهم للاعتناء بها وقص الخشب وزراعة أشجار جديدة بدلا منها، وبذلك أصبحت كمية خشب الزيتون قليلة للغاية، وهناك خشية من انعدامها في حال تصاعد الإجراءات التي تحول دون الاهتمام بأشجار الزيتون. وفي حال استمرار هذه الظروف، يمكن أن تلجأ هذه الصناعات إلى الاستيراد، وهذا من شأنه أن يضاعف في التكاليف، عدا عن عقبات الاستيراد الأخرى. هذا بالإضافة إلى ارتفاع تكلفة الحصول على المواد الخام الناجمة عن تكاليف النقل المرتفعة، مما يساهم في إضعاف قدرة منتجاتهم التنافسية سواء في الأسواق المحلية أو في الأسواق الدولية (التميمي، 2005). يقوم العاملون بهذه الصناعة بالحصول على الأخشاب بمجهودهم الخاص كمحاولة لتقليل التكلفة، إذ أن أسعار خشب الزيتون مرتفعة جدا، حيث تقدر كلفة الطن 1500 شيكل.¹⁴

ومن المشكلات التي تواجه هذه الحرفة أيضا درجة رطوبة الخشب المستخدم، فاستخدام بعض الحرفيين للخشب الرطب يكبد هذه الصناعة خسائر عالية جدا تتمثل في التشققات التي تصيب الخشب مع مرور الوقت، ويعكس هذا صورة سيئة عن المنتج. ومع أن الخشب الرطب له ميزة من الناحية الحرفية، فالتعامل معه أسهل نسبيا من الجاف، وقد يوفر الوقت والجهد في عملية التشكيل، مما يخفض تكلفة الإنتاج. ولكن من ناحية استمرارية هذه الصناعة واستمرار رضا السياح عن هذه المنتجات فإن جودة المنتج واستمرارية جودته يتطلب عناية أكبر من الحرفي لتلافي تلف المنتج بعد مرور وقت على إنتاجها (ماس، 2006).

¹⁴ السيد نضال شاهين، مدير جمعية بيت التراث الفلسطيني - بيرزيت وحرفي حفر على خشب الزيتون، المجموعة المركزية، معهد ماس، 24 تشرين ثاني 2010.

التشغيل

تتخذ معظم المشاغل التي تعمل في صناعة خشب الزيتون الطابع العائلي وتقع ضمن نطاق المنازل حيث تتبع عادة لسكن مالك المنشأة التي ورثها غالبا عن أبيه وأجداده، ومن هنا فإن مهارات هذه الصناعة تكتسب من خلال العمل منذ الطفولة في المنشأة. أما حديثا فقد ظهرت بعض المصانع الكبيرة في الحجم التي تستخدم التقنيات الحديثة في الإنتاج، وهي متخصصة بصنع أشكال جديدة من خشب الزيتون دون غيرها من المنشآت، فهناك على سبيل المثال مصانع متخصصة بصنع التماثيل وأخرى متخصصة في صنع المسابح.

وتشير الإحصائيات إلى أن عدد المنشآت العاملة في حرفة تشكيل خشب الزيتون في منطقة بيت لحم بلغت في عام 2000 270 مشغلا يعمل بها 2000 عاملا (أقل من ثمانية عمال للمنشأة الواحدة)، لكن وبعد تراجع الحركة السياحية الوافدة إلى المدينة في فترة انتفاضة الأقصى انخفض عدد المنشآت وبالتالي العاملين فيها، حيث أصبح هناك في عام 2003، 130 منشأة يعمل فيها 400 عامل فقط (ثلاثة عمال للمنشأة) (ماس، 2006).

الإنتاج

تقوم مشاغل خشب الزيتون بصناعة العديد من التماثيل الدينية والبراويز والمسابح والأواني وبعض التحف الأخرى المستوحاة من الأماكن الدينية المسيحية والإسلامية. يتم حفر خشب الزيتون بأشكال متنوعة باستخدام أدوات يدوية بسيطة، أما التماثيل فيتم بداية استخدام الآلات الكهربائية لقطع خشب الزيتون وتحويله إلى تماثيل ومن ثم إعداد تفاصيلها الدقيقة يدويا باستخدام الأدوات اليدوية البسيطة، وتأتي بعد ذلك مرحلة الطلاء بالشمع لتصبح جاهزة لدخول مرحلة التسويق. وهناك العديد من النماذج المعروفة من صناعات خشب الزيتون من تماثيل وغيرها: مثل تماثيل العائلة المقدسة، الرعاة، تجليد الكتب، العلب، الصور، وغيرها من الأشكال المنحوتة. (ماس، 2006).

ومن المشاكل الرئيسية التي تواجهها المشاغل العاملة في هذه الصناعة النقص في التمويل وعدم توفر القروض الميسرة. فوفقاً لتصريحات أصحاب هذه المشاغل فإنهم يعتمدون في تمويل مشاغلهم فقط على مدخراتهم الشخصية، بالإضافة إلى إعادة استثمار الأرباح. يحد ذلك من قدرة هذه المشاغل على التطور والتوسع والدخول إلى الأسواق الخارجية، فقد تبين أن معظم المشاغل العاملة في هذه الصناعة تعمل بأقل من طاقتها الإنتاجية الكاملة، وهذا يشير إلى أنه من الممكن توسيع حجم الإنتاج دون الحاجة إلى رفع الاستثمارات الرأسمالية، لكن زيادة الإنتاج دون وجود قدرة على التوسع في الأسواق لن يكون في مصلحة أصحاب المشاغل، وبالتالي فإن استغلال أفضل للطاقة الإنتاجية للمشاغل العاملة في هذه الصناعة لن يؤدي إلى تطور وتوسع وإنما إلى تكديس الإنتاج وتحمل خسائر إضافية (شوملي، 1999)، (ماس، 2006).

لا يوجد معايير ضبط للجودة لصناعة الحفر على خشب الزيتون أو حماية للصناعة، إلا أنها ليست بحاجة لذلك لأنها لا تواجه منافسة الصناعات المستوردة. وبشكل عام، لا يوجد اهتمام بهذه الصناعة في محافظة رام الله من قبل المؤسسات الحكومية والمؤسسات غير الحكومية.¹⁵

التسويق

يتم تسويق منتجات خشب الزيتون في ثلاث اتجاهات رئيسة تتمثل في السوق المحلي، والأسواق العربية والأسواق الأجنبية. حيث يتم تسويق 55% من هذه المنتجات عبر محلات بيع التحف بالجملة والمفرق للحجاج في منطقة بيت لحم، ويسوق ما نسبته 15% من المبيعات إلى الأسواق العربية كالأردن وبعض دول الخليج العربي. أما النسبة المتبقية من المنتجات (30%) فيتم تسويقها في الأسواق الأجنبية في أوروبا وأمريكا بواسطة مكاتب التصدير.

¹⁵ السيد نضال شاهين، مدير جمعية بيت التراث الفلسطيني - بيرزيت وحرفي حفر على خشب الزيتون، المجموعة المركزية، معهد ماس، 24 تشرين ثاني 2010.

اعتمد الحرفيون العاملون في صناعة خشب الزيتون خلال الفترة السابقة في تسويق منتجاتهم وترويجها على محلات بيع التحف الشرقية، مرتكزين في ترويجها على الميزات التي تتمتع بها هذه المنتجات على اعتبار أنها مصنوعة من شجرة الزيتون المباركة والمزروعة في الأراضي المقدسة (ماس، 2006). لكن السيد شاهين أشار إلى أن تسويق منتجات خشب الزيتون أصبح أكر صعوبة حالياً، إذ أن خيار البيع للمحلات لا يوفر ثمن المواد الخام، وأن الطريقة الوحيدة للتسويق أمامه هي المعارض المحلية¹⁶. تعتبر الوسيلة الوحيدة لتسويق منتجات هذه الصناعة المعارض أو عن طريق بيعها بالقطعة الواحدة عند الطلب، وفي هذه الحالة يكون سعرها أقل مقارنة بسعرها في المعارض.¹⁷

4-3 صناعة الخزف والزجاج والفخار

تواجه بعض الصناعات التراثية خطر الاندثار، حيث أن بعضها يواجه منافسة حادة من المستوردات الأقل سعراً - الأقل جودة أيضاً. والبعض الآخر من هذه الصناعات لم تعد مطلوبة كما في السابق بسبب توفر منتجات يمكن أن تحل محلها. وفي الصناعات التالية (الخزف والزجاج والفخار) سنتناول الأبعاد المختلفة؛ من إنتاج وتشغيل ومواد خام وتسويق.

4-3-1 الخزف

لمحة تاريخية

يعود تاريخ صناعة الخزف في فلسطين إلى أكثر من 400 عام، حيث تم إدخال هذه الصناعة من قبل الأتراك أثناء عمليات ترميم المسجد الأقصى. وقد أقيم أول مصنع

¹⁶ مقابلة شخصية مع السيد نضال شاهين، حرفي تشكيل خشب الزيتون، جمعية بيت التراث الفلسطيني، يوم الخميس 2010/10/28. مهرجان التراث 2010، قصر رام الله الثقافي.

¹⁷ السيد نضال شاهين، مدير جمعية بيت التراث الفلسطيني - بيرزيت وحرفي حفر على خشب الزيتون، المجموعة المركزة، معهد ماس، 24 تشرين ثاني 2010.

للخزف في مدينة القدس في العام 1922 لمتابعة عمليات ترميم المسجد الأقصى وقبة الصخرة (ماس، 2006).

التركز الجغرافي

تعتبر مدينة الخليل في الوقت الراهن، المدينة الفلسطينية الأولى في إنتاج الخزف، وقد تم إنشاء أول مصنع خزف في هذه المدينة في العام 1962. وقد مرت هذه الصناعة بتطورات عديدة خلال العقود السابقة بحيث ازدهرت وتطورت حتى وصل عدد مصانع الخزف إلى 30 مصنعاً في السنوات السابقة (التميمي، 2005). أما حالياً فإن عدد المنشآت العاملة في صناعة الخزف في الخليل يعادل 19 منشأة حتى نهاية العام 2010.¹⁸

المواد الخام

تستورد المواد الخام المستخدمة في تصنيع الخزف من الخارج، وتتكون هذه المواد بشكل أساسي من مادة الصلصال أو الطين الأبيض أو مسحوق الزجاج، كما تدخل الأصباغ كملح أساسي للخزف والتي يتم استيرادها تقريباً من أوروبا. وقد سعى العديد من الحرفيين والتجار في محاولة لتصنيع هذه المواد محلياً، إلا أن ذلك يزيد من فرص الخسارة، حيث ترتفع تكاليف الإنتاج بشكل كبير، ولا تتوفر المواد اللازمة لإنتاج المواد الخام (التميمي، 2005).

تعد هذه الصناعة من الصناعات المهددة بالاندثار. حيث أن الصناعات الخزفية المستوردة تنافس المحلية منها بشدة، بسبب انخفاض أسعار المستوردات.¹⁹

التشغيل

لقد كانت حرفة الخزف مهنة لعديد كبير من العمال، ولكن هذا العدد انخفض بعد انتفاضة الأقصى وأصبح لا يتجاوز 300 عامل. وقد أشارت الدراسات السابقة إلى أن

¹⁸ غرفة التجارة والصناعة - الخليل، 2010.

¹⁹ السيدة أمينة زهران، صاحبة مشروع خاص "عنا"، المجموعة المركزة، معهد ماس، 24 تشرين ثاني 2010.

صناعة الخزف لا تعاني من نقص في الأيدي العاملة، بل تكمن المشكلة الحقيقية في عدم وجود عمال مهرة ومدربين للعمل في هذه الصناعة، فيتم تدريب العمال داخل المنشآت العاملة من قبل الحرفيين القدامى، حيث لا توجد مراكز تدريب متخصصة لتدريب العمال وتأهيلهم (ماس، 2006).

الإنتاج

تصل قيمة الإنتاج لصناعة الخزف إلى نحو 3 ملايين دولار سنوياً، و يستخدم في عملية إنتاج الخزف معدات وآلات بسيطة وأولية، يتم تصنيعها عادة محلياً، أما في ورشة تصنيع الخزف، أو في ورش متخصصة بهذا النوع من الآلات ووفقاً لآراء بعض الحرفيين العاملين في هذه الصناعة، فإنه يمكن استيراد هذه المعدات من الخارج، بحيث يتم توفير الوقت والجهد في العملية الإنتاجية، كما يتوقعون أن يزداد حجم الإنتاج، إلا أنهم يرون أن استيراد معدات حديثة سيفقد هذه الصناعة أحد أهم الميزات التي تميزها وهي الطابع اليدوي والبساطة والبدائية في التصنيع، وهي من أهم الميزات التي تجذب المستهلكين لشراء منتجات هذه الصناعة. (ماس، 2006).

التسويق

يتم إنتاج القطع الخزفية وفقاً للطلب من قبل المستهلكين المحليين والأجانب في الداخل والخارج، إذ لا يستطيع الحرفيون إنتاج هذه القطع وتخزينها إلى حين توفر الطلب عليها وبيعها، بسبب تكاليف الإنتاج العالية جداً ولأن فيها نوع من الخطورة لهم، ويعاني أرباب هذه الحرفة من عدم قدرتهم على الاستفادة من أحد أهم وسائل الترويج المتمثلة بالمشاركة بالمعارض ويعود ذلك للتكلفة المرتفعة المترتبة على المشاركة في هذه المعارض وأيضاً بسبب عدم وجود جهات أو مؤسسات تتبنى هذه التكاليف، فيخشى هؤلاء الحرفيون من المشاركة في مثل هذه المعارض خوفاً من النتائج التي تظل غير مضمونة.

تراجعت مستويات الطلب الداخلي على المنتجات الخزفية حيث تأثر سلبا بتراجع الحركة السياحية في الأراضي الفلسطينية، إضافة إلى تراجع الطلب من قبل المستهلكين المحليين بسبب انخفاض مستويات المعيشة، والقدرة الشرائية لهؤلاء المستهلكين نتيجة التطورات السياسية والأمنية التي شهدتها الأراضي الفلسطينية عام 2000. ويتم تسويق هذا الإنتاج في الأسواق المحلية والخارجية، بواقع 30% في السوق المحلي و70% في الأسواق الأخرى (30% للسوق الإسرائيلي، و40% في أسواق أوروبا وأمريكا وبعض الدول العربية) (ماس، 2006).

4-3-2 الزجاج

لمحة تاريخية

عرفت صناعة الزجاج اليدوي في فلسطين منذ القدم، وذلك عبر الحضارات القديمة التي قامت على أراضيها، وتطورت بشكل واضح مع بناء المساجد والأماكن الدينية، حيث ابتكرت أساليب متنوعة في الألوان والزخارف (جمعية إنعاش الأسرة، 1975).

التركز الجغرافي

تتركز هذه الصناعة بشكل خاص في مدينة الخليل حيث يوجد في الخليل 7 مصانع عاملة في صناعة الزجاج حتى نهاية العام 2010.²⁰ كما أن هنالك مصنعا في مدينة نابلس يستخدم تقنيات نصف آلية، تجمع ما بين الزجاج اليدوي والآلي.

المواد الخام

تعتبر هذه الصناعة من الصناعات الصديقة للبيئة، إذ أنها تعتمد على مخلفات الزجاج كمادة خام رئيسية، ويتم الحصول على هذه المخلفات من الباعة الذين يجمعون زجاجات المياه الغازية أو من تجار الزجاج.

²⁰ غرفة التجارة والصناعة - الخليل، 2010.

التشغيل

تعتبر هذه المهنة من المهن الشاقة، إذ أن مهنة الزجاج تحمل مشقة العمل أمام أفران تدوير الرمل وتشكيل الزجاج. تتطلب هذه المهنة توفر الروح والمهارة في عملية تشكيل الزجاج والإبداع والدقة العالية في التزيين. بالمقابل فإن هذه المهنة لا توفر عائداً عالياً مقارنة بالمهن الشبيهة. لذلك، فإنه لا يوجد إقبال شديد على هذه المهنة، كما أن العاملين في هذه المهنة ينتقلون إلى مهن لها عائداً أكبر وأقل مشقة من مهنة صناعة الزجاج وتشكيله.

الإنتاج

يستخدم في عملية الإنتاج فرن كبير تصل درجة الحرارة فيه إلى 1400 درجة مئوية. وفيما قبل كان يتم تشغيل الفرن اعتماداً على الحطب، أما الآن فأصبح يشغل بالكهرباء. ويتم تشكيل الزجاج حسب الطلب. ويقدر قيمة الإنتاج السنوي بـ 1 مليون دولار (التميمي، 2005).

التسويق

تشارك المصنوعات الزجاجية التراثية المنتجة في فلسطين في العديد من المهرجانات والمعارض المحلية والعالمية، والتي يتم المشاركة بها بواسطة المؤسسات الحكومية التي تشجع القطاع الحرفي، والإقبال على تلك المعارض تعتبر كبيراً جداً وتلاقي المصنوعات استحسان الزائرين لتلك المعارض. ويتم تسويق المنتجات من هذه الصناعة بشكل إجمالي إلى السوق الخارجي، حيث يصدر 40% من الإنتاج إلى الدول الأوروبية، و10% إلى الأردن، و50% توزع في السوق الإسرائيلي (التميمي، 2005).

ومن المشاكل التي تواجه حرفة الزجاج في مجال التسويق، الصعوبات الناتجة عن الاحتلال من معيقات في التنقل والاستيراد والتصدير. كما أن قلة الكوادر البشرية العاملة في تلك الحرفة تقلل من الإنتاج بشكل عام وانتشار هذه المنتجات محلياً. يضاف إلى المشاكل المنافسة المحلية التي تضر بالمنتج نفسه حيث يعتمد بعض التجار إلى بيع

المنتج بأقل الأسعار، حتى لو أدى ذلك إلى الخسارة، وذلك بهدف المنافسة لا أكثر، مع الأخذ بعين الاعتبار أن المنافسة الأجنبية لا تكاد تكون مشكلة أمام صناعة الزجاج كما هي في الصناعات التراثية الأخرى (التميمي، 2005).

4-3-3 الفخار

لمحة تاريخية

تعتبر صناعة الفخار من الصناعات البدائية والأكثر قدماً بين الصناعات التراثية في فلسطين، حيث عرفت صناعة الفخار في فلسطين من قديم الأزل (قبل الميلاد بأربعة آلاف سنة) وتأثرت بالشعوب التي توافدت على فلسطين من الحضارات الأخرى.

ومازلت هذه الحرفة تمارس في مختلف المناطق والقرى الفلسطينية، بل أنه حتى وقت قريب كانت كل منطقة متخصصة في إنتاج أشكال محددة من الأواني الفخارية تبعاً لتقافتها والأبعاد الاجتماعية فيها. لم تتطور هذه الصناعة بشكل كبير وبقيت أغلبية المشاغل تنسم بالطابع العائلي والمنزلي، باستثناء بعض المشاغل غير المنزلية في مدينة الخليل (سراج، 2010).

التركز الجغرافي

تنتشر هذه الصناعة في معظم المناطق الفلسطينية، وتتركز بشكل بارز في مدينة الخليل أكثر من المدن الأخرى، حيث تم تطوير بعض مشاغل الخليل المنزلية إلى مشاغل صناعية مستقلة (سراج، 2010).

التشغيل

تكون معظم مشاغل الفخار منزلية وعائلية، ويكون العمال العاملون فيها من الأقارب الذين توارثوا هذه المهنة عن الآباء، وتعود ملكية المشغل إلى العائلة. أما في المشاغل المستقلة في مدينة الخليل فإنها تعتمد عمالة من الأقارب وغير الأقارب، حيث يشغل

16 مشغلا في مدينة الخليل 96 عاملا، أي بواقع 6 عمال لكل مشغل. ولا تحتاج عمالة هذه الصناعة إلى مهارات نوعية مثل مهن أخرى²¹.

المواد الخام

تعتمد صناعة الفخار بشكل أساسي على طين الفخار وهو رخيص نسبيا ومتوفر. وتستخدم معدات بسيطة في هذه الصناعة لتشكيل الفخار، وهذه المعدات هي الدولاب والفرن الذي يعتمد إما على حرق الحطب أو السولار (ديزل). وبالتالي فإنه من السهولة إنشاء مشغل للفخار وتشغيله، ولذلك فهي متوفرة في معظم القرى الفلسطينية، وهناك منافسة عالية بين المشاغل لكثرة الإنتاج المعروض من الفخار (التميمي، 2005).

الإنتاج

يعتبر رأس المال المستثمر في صناعة الفخار صغيرا جدا مقابل الأعداد الكبيرة لمشاغل الفخار، ويقدر مجموع رأس المال المستثمر في هذه الصناعة بنصف مليون دولار، أما الإنتاج فيصعب حصره ولكنه مقدر بحوالي مليون دولار سنويا (التميمي، 2005).

التسويق

تعتبر إسرائيل السوق الرئيسي لمنتجات الفخار، حيث يصدر إليها 70% من الإنتاج، فيما يتم تصدير 20% للأسواق الأوروبية والأمريكية، ويتم توزيع وبيع الباقي في الأسواق الفلسطينية (الموقع الإلكتروني لبلدية الخليل، 2010).

تتمثل المخاطر والصعوبات التي تواجه صناعة الخزف والزجاج والفخار بما يلي:
أولا: تراجع الطلب على منتجات هذه الصناعات. يعود بعض هذا التراجع إلى وجود منتجات بديلة لهذه المنتجات، وتحول هذه المنتجات إلى سلع تراثية وثقافية وليست استهلاكية كما في الماضي.

²¹ <http://www.hebron-city.ps/atemplate.php?id=14>

ثانياً: سهولة تعرض منتجاتها للكسر، مما يشكل خسائر على المنتجين في كل عملية نقل.

ثالثاً: محدودية تدفق المواد الخام وارتفاع أسعارها أحياناً، وذلك لسببين رئيسيين؛ الأول المعوقات الإدارية والإجرائية الإسرائيلية أمام السلع (المحلية أو المستوردة)، أما الثاني فهو سيطرة أصحاب المشاغل الكبيرة على المواد الخام وتحكمهم بكميات العرض وأسعارها بعد شرائها من الموردين (ماس، 2006).

4-3-4 صناعة الصدف

لمحة تاريخية

اختلفت الروايات التاريخية وتعددت حول بدايات ظهور صناعة الصدف في فلسطين. ومن بين الحقائق التاريخية التي توصل إليها الباحثون، أن الفلسطينيين القدماء استخدموا الصدف، حيث تم العثور على قبور مزينة بالأصداف في مدينة أريحا تعود إلى 7000 سنة قبل الميلاد²²، ويقول البعض بأنها تعود إلى الرهبان الفرنسيين الذين قدموا من دمشق في القرن الرابع عشر وقاموا بتدريب العمال المحليين على هذه الصناعة، كما قاموا بإحضار حرفيين من جنوة في إيطاليا لمساعدتهم في تدريب أبناء المدينة (شوملي، 1999). وفي رواية أخرى، يقال أنها بدأت من خلال سائح زار الأماكن المقدسة في بيت لحم، وأن هذا السائح نبه أحد أصحاب المعامل في المدينة - بعد رؤيته للتحف التي يصنعها الأهالي من خشب الزيتون وغيرها - لفكرة صنع تحف مماثلة من الصدف، وبالفعل أصبحت صناعة الصدف مهنة يعمل بها أهل المدينة (داكاريت وآخرون، 2005).

مرت صناعة الصدف بتطورات عديدة مع مرور العصور. واستمرت هذه الصناعة بالازدهار لتبلغ ذروتها من الانتعاش في عهد الحكم الأردني للضفة الغربية، وقد جاء هذا الانتعاش نتيجة إعفاء السلطات الأردنية جميع الصناعات الدينية من الضرائب والرسوم المستحقة عليها (ماس، 2006).

²² <http://www.pal-chambers.org/arabic/arabichamb/beth4.html>

التركز الجغرافي

تقدمت حرفة صناعة الصدف في منطقة بيت لحم وتعلمها أهل المدينة لتشمل الكبير والصغير والرجال والنساء. وبلغت من الشهرة درجة عالية، حتى أن الملوك والقادة رغبوا في امتلاك شيء من نتاجها، فلما جاء إبراهيم باشا إلى سورية أخذ من أهل هذه البلدة ومن بيت جالا عددا من أصحاب الحرف والمهن الحاذقين بقصد نقل تلك الحرف إلى مصر. وقد دعا منليك (نجاشي الحبشة السابق) أبرع الحفارين والنحاتين والبنائين من أهل بيت لحم لتشييد قصر جديد له في بلاده. وقد بلغت الدقة والمهارة في صناعة الصدف عند أبناء بيت لحم إلى مستويات مميزة، ويوجد في منطقة بيت لحم وحدها 36 مصنعا للصدف موزعة بين مدينة بيت لحم وبيت ساحور (ماس، 2006).

المواد الخام

استخدم الحرفيون في البداية الصدف الرقيق المنتج من البحر الأحمر في هذه الصناعة، لكنهم اتجهوا فيما بعد لاستيراد الصدف من استراليا وكاليفورنيا والمكسيك والبرازيل ونيوزيلاندا (شوملي، 1999). هناك أنواع مختلفة من الصدف؛ كالخار الذي يستورد من أوروبا ويستخدم في صناعة المسابح والعقود، والشل الأبيض الذي يستخرج منه اللؤلؤ، وهناك أيضا صدف الالبالوني الملون.

تعتبر مشكلة الحصول على المواد لخام المستخدمة في عملية الإنتاج من المشاكل التي تتفرد بها صناعة الصدف عن باقي الصناعات الحرفية، حيث يواجه أصحاب المصانع العاملة في هذه الصناعة صعوبات كبيرة في الحصول على المواد الخام المستوردة وذلك لصعوبة الاستيراد والنقل من الخارج في ظل قيود الاحتلال، وبذلك ترتفع تكاليف المواد الخام وتتأخر عملية انجاز الطلبات في موعدها (ماس، 2006).

الإنتاج

اقتصرت صناعة الصدف في بداياتها على إنتاج بعض أنواع الخرز والتصفيح والصور الدينية، لكنها بعد ذلك شملت عشرات الأصناف الجديدة لتواكب التطور الذي شهدته هذه الحرفة على مر السنين، بالإضافة إلى تزايد الطلب على منتجاتها، واختلاف الأذواق وتعددتها.

تصنف منتجات الصدف إلى أربع مجموعات رئيسية هي منتجات التصفيح التي تقوم فكرتها الأساسية على تصفيح المجسمات والأشكال الدينية والتاريخية بالصدف، والبروشات وعادة تستخدم كأقراط وأساور وتعليق، ومنتجات الخرز من مسابح وعقود، والمنتجات الأخرى المتعلقة بالطلبيات الخاصة من قبل التجار والفنادق والمؤسسات السياحية.

تتم معظم مراحل صناعة الصدف يدويا. فبعد تجهيز المواد الخام وتحضيرها للإنتاج تتم المرحلة الأولى من الإنتاج، بما فيها من تقطيع ونشر، ليتم بعد ذلك برادة الصدف وجليه، أما العمليات الرئيسية من التشكيل والتخريم والتركيب والتلميع واللف فتتم في المرحلة الثانية من مراحل إنتاج مصنوعات الصدف، وبعد ذلك تأتي مرحلة ما يسمى بعملية التشطيب والتي تشكل المرحلة النهائية من مراحل الإنتاج، فيتم فيها شك المسابح والعقود وتلبس القماش وتركيب الدبابيس في حالة صنع البروشات. أحيانا يضطر الحرفي استخدام الآلات الحديثة والبسيطة، خاصة عندما تكون الأصداف بسيطة الشكل وبدائية التركيب. ويبرر الحرفيون العاملون في الصدف تعلقهم بتلك الأدوات البسيطة ورفضهم للجوء إلى آلات حديثة بأن الآلات الحديثة تعجز عن إنجاز الزخرفة التي يبرعون بإتقانها بأيديهم (ماس، 2006).

تتعرض صناعة الصدف حاليا للاندثار لأنها تحتاج إلى مهارة كبيرة، وقدرة على التركيز، وهناك مخاوف من اختفاء المصنوعات الصدفية في المستقبل، وأنها لن تتواجد إلا في المتاحف إذا لم يتم العمل على حماية هذه الصناعة الحرفية التراثية²³.

التشغيل

تحتاج صناعة الصدف إلى أيدي عاملة ماهرة ومدربة على العملية الإنتاجية، لكن العديد من هؤلاء العاملين عزفوا عن العمل في هذه الحرفة نتيجة الظروف السيئة المتعددة التي مرت بها هذه الصناعة. فقد أشارت دراسة صادرة عن غرفة صناعة والتجارة في مدينة بيت لحم عام 2004 إلى أن عدد العاملين والمشاعل في هذه الحرفة انخفض كثيرا عما كان عليه قبل الاحتلال عام 1967. وفي الوقت الحالي هناك مائة

²³ <http://www.pal-chambers.org/arabic/arabichamb/beth4.html>

عامل في المشاغل التجارية، بالإضافة إلى خمسين عاملا في الوحدات المنزلية غير الرسمية. في حين كان هناك ألف عامل في العام 1967 يعملون في سبعين مشغل تجاري ومائة عامل في المشاغل المنزلية. هذا الانخفاض في عدد العمال والمنشآت العاملة في صناعة الصدف هو أحد الدلائل على مدى التراجع الكبير في هذه الصناعة في السنوات الأخيرة، وقد جاء هذا الانخفاض نتيجة أسباب متعددة منها أسباب مادية واقتصادية أدت إلى انخفاض الأرباح المتوقعة من ممارسة الأنشطة المتعلقة بهذه الصناعة، مما دفع العديد من أصحاب المعامل والورش إلى إغلاقها وتسريح أعداد كبيرة من عمالها، وهناك جزء من العمال انتقلوا من مهنتهم للعمل في مجالات أخرى تتيح لهم أجرا أعلى (ماس، 2006).

ومن جهة أخرى، تقلص عدد العاملين في هذه الصناعة في مدينة بيت لحم بسبب هجرة عدد كبير من أهالي المدينة، وذلك لجأ التجار إلى أهالي مدينة بيت جالا وبيت ساحور، ودرّبوا البعض على هذه الصناعة لسد الطلب الخارجي (ماس، 2006)، (شوملي، 1999).

التسويق

يتم تصدير النسبة الأكبر من منتجات الصدف والبالغة قيمتها %75 إلى أسواق الأردن ودول الخليج وأوروبا الغربية والولايات المتحدة الأمريكية. ويتم تسويق النسبة المتبقية في السوق المحلي عن طريق التجار، والبالغ عددهم وفقا لدراسة غرفة تجارة وصناعة بيت لحم 45 تاجرا، والذين يعتمدون في بيعها بشكل رئيسي على الحركة السياحية الوافدة إلى فلسطين (ماس، 2006).

4-5 صناعة النسيج والسجاد اليدوي

لمحة تاريخية

تعود صناعة نسيج الصوف إلى آلاف السنين، فقصاصات الكتان المصرية القديمة تدل على أن المصريين قاموا بنسج الكتان منذ 5000 سنة قبل الميلاد، وقد صنعوا

فالموميوات المصرية من نسيج يشبه الكتان، أما صناعة السجاد فتعود إلى 2700 عاما قبل الميلاد، حيث قاموا الصينيين بنسج السجاد، وبعد ذلك انتقلت صناعة السجاد إلى البابليون والفرس. ثم إلى إيران وباقي أجزاء العالم العربي (سراج، 2010) ويعتقد أن صناعة النسيج والسجاد قدمت إلى فلسطين عن طريق مصر (مركز التخطيط الفلسطيني، 1996).

التركز الجغرافي

تزهدهر صناعة السجاد اليدوي في المناطق الجنوبية من فلسطين، في محافظة الخليل ومنطقة النقب وبئر السبع. حيث تتوفر المادة الخام الرئيسية اللازمة لهذه الصناعة وهي الصوف في تلك المناطق، وذلك لاعتماد سكان القرى على تربية المواشي بشكل رئيسي لكسب رزقهم. وانتقلت هذه الحرفة إلى المناطق الجنوبية عبر أبناء مدينة المجدل اللذين انتقلوا إليها بعد حرب عام 1948، حيث اشتهر أبناء مدينة المجدل بحرفة السجاد اليدوي (جريدة القدس، 2010).

التشغيل

تعتمد صناعة السجاد على الأيدي العاملة من النساء، حيث تقوم النساء بغالبية المهام من غسل الصوف وغزله وصباغته بأصباغ طبيعية. كانت هذه الصناعة مزدهرة قبل خمسة عشر عاما، حيث كان هناك العديد من العائلات تعمل في صناعة السجاد. ولكنها تراجعت في الوقت الحالي بسبب وجود صناعات منافسة عديدة وعدم توفر الإمكانيات اللازمة لتطويرها (سراج، 2010).

يعتبر المتوسط العام لساعات العمل في صناعة السجاد مرتفعا مقارنة بالصناعات الأخرى، ويعود ذلك لكثرة العمليات المطلوبة في إنتاج السجاد، ومع ذلك فإن أجور العمال في هذه الصناعة منخفضة (يتراوح أجر العامل بين 600-1000 شيكل شهريا)، وذلك لعدم اعتماد هذه الصناعة على الخبرات والكفاءات. وتعتبر جميع المنشآت التي يقوم بإنتاج السجاد اليدوي منشآت صغيرة الحجم، حيث توظف ما يقل عن 10 عمال (مركز التخطيط الفلسطيني، 1996).

المواد الخام

يستخدم الصوف كمادة خام رئيسية لصناعة السجاد اليدوي بعد إعدادها كخيوط ملونة. وتتم عملية إعداد الصوف بمهارة متوارثة - خاصة عند البدو - حيث يقومون بغسل الصوف ثم غزله وتحويله إلى خيوط، ومن ثم يتم صبغ الخيوط (سراج، 2010). ويتم صباغة الخيوط بمواد طبيعية يتم استخراجها من النباتات المتوفرة في المنطقة، فيتم الحصول على الصبغة الحمراء من جذر نبات الفوة وهي نبتة متسلقة. والصبغة القرمزية من احد أنواع الصبار، أما اللون البني والأصفر والأزرق فيتم الحصول عليهم من القرمز والزعفران والنيلية. والخطوة الأخيرة هي تثبيت الألوان من خلال غسل الخيوط المصبوغة بماء البحر (جريدة القدس، 2010). ولتجنب كل ذلك العناء، فإن بعض أصحاب المشاغل يستوردون خيوطا ملونه جاهزة من نيوزلندا وبريطانيا.

ومن المشاكل التي تواجه المنتجين في هذه الصناعة هو تحكم الطرف الإسرائيلي في جميع معاملات الاستيراد والتصدير والبيع والشراء التابع لقطاع النسيج والسجاد اليدوي. وخاصة معاملة استيراد المواد الخام اللازمة لصناعة النسيج، حيث يتم توفير المواد الخام محليا (50%) ومن إسرائيل (25%) ومن دول عربية (25%). ويتم استيراد المواد الخام بشكل مباشر (40%) وعن طريق وكيل محلي (40%)، وعن طريق وكيل إسرائيلي (20%) (مركز التخطيط الفلسطيني، 1996).

الإنتاج

تشير الدراسات إلى أن معظم مصانع النسيج والسجاد اليدوي هي مصانع صغيرة الحجم ويعزى السبب في ذلك لاعتماد أصحاب المصانع على عدد قليل من العمال وتركيزهم على الطابع العائلي في الصناعة. (مركز التخطيط الفلسطيني، 1996). ويتم نسج السجاد اليدوي بواسطة النول وهو عبارة عن آلة قديمة وبسيطة جدا مصنوعة محليا يتكون على شكل قطعة مستديرة من الخشب وتثبت مسامير صغيرة حول محيط القطعة بأبعاد متساوية. وتستعمل الخيوط في عملية النسيج. (سراج، 2010). وترتبط كمية الإنتاج بكمية الطلب على هذه المنتجات، بالإضافة إلى عدة مشاكل تحد من زيادة وتطوير الإنتاج، مثل الإغلاق والتأثيرات السياسية، ومنافسة السلع المستوردة، ويعتبر

عدم توفر رأس المال والمواد الخام من أهم المشاكل الأخرى التي تواجه هذه الصناعة (مركز التخطيط الفلسطيني، 1996).

التسويق

يتم تسويق السجاد اليدوي أما بشكل مباشر، أو عن طريق وكيل محلي، أو وكيل إسرائيلي. ويعتبر ضعف عملية التسويق في قطاع السجاد اليدوي من أهم المشاكل التي تواجهه بسبب عدم معرفة المنتجين بما تحتاجه الأسواق المحلية والخارجية بالإضافة إلى الإغلاق وإجراءات التصدير المعقدة (مركز التخطيط الفلسطيني، 1996). يسوق السجاد للزوار الأجانب ولبعض السكان المحليين ممن يحبون اقتناء الصناعات التراثية، ويتم تصدير أغلبية المنتجات إلى الخارج وبشكل أساسي إلى دول المجموعة الأوروبية، وفي أغلب الأحيان يتم تصدير السجاد الفلسطيني على أنه منتج إسرائيلي (سراج، 2010).

يلجأ الفلسطينيون إلى شراء بسط ومنتجات نسيج ذات أسعار منخفضة مشغولة صناعياً أو بجودة رديئة بسبب مستوى الدخل المحدود للفلسطينيين وارتفاع مستوى أسعار هذا النوع من المنتجات المشغولة يدوياً، خصوصاً في ظل محدودية العاملين في المجال والمستثمرين فيه.²⁴

4-6 صناعة الصابون النابلسي

لمحة تاريخية

يعود تاريخ صناعة الصابون من زيت الزيتون إلى أكثر من ألف عام وخصوصاً في مدينة نابلس، ولكنه لم يكن ممكناً تحديد تاريخ معين أو عصر معين لبدائها، ويمكن الاستدلال على تاريخها بالكتابات التي دونها الرحالة والمؤرخون القدماء، فقد ذكر ابن بطوطة مدينة نابلس في كتبه وذكر معها صناعة الصابون المصنوع من زيت الزيتون.

²⁴ أم عمار الميمي، مسؤولة شؤون المرأة، نادي الأم، المجموعة المركزة، معهد ماس، 24 تشرين ثاني 2010.

التركز الجغرافي

اختلف الباحثون على أن صناعة الصابون قد نشأت في نابلس أم أنها صناعة نقلت إلى نابلس من منطقة أخرى. ولكن الثابت أن هذه الصناعة وجدت لها في نابلس البيئة والظروف المناسبة لتصنيع الصابون، وتتمثل هذه البيئة في وفرة زيت الزيتون بالإضافة إلى مناخ مدينة نابلس الذي يعتبر مناخا جيدا لحفظ الزيت والصابون. ومما ساهم في ازدهار هذه الصناعة في نابلس أيضا عدم وجود منتجات محلية أو خارجية أفضل من هذا المنتج، وقد ساعد الازدهار التجاري في مدينة نابلس في انتشار هذا المنتج في العديد من الدول المجاورة (ماس، 2006).

المواد الخام

تستخدم في صناعة الصابون عدد من المواد الخام، وهي زيت الزيتون، وزيتون أخرى يتم استيرادها من إيطاليا بأسعار أقل مقارنة ب زيت الزيتون المحلي، والصودا الكاوية وتنتشر في السوق المحلي. ومن الجدير بالذكر أن المواد الخام المستخدمة في الصناعة لم تتغير منذ عشرات السنين (القبيج وآخرون، 2004).

هناك العديد من منتجات الصابون في أقطار كثيرة من العالم، وللصابون النابلسي ما يميزه وسط هذه المنتجات، حيث يصنع الصابون النابلسي من زيت الزيتون، في حين تصنع منتجات الصابون الأخرى من زيوت أخرى نباتية وشحوم حيوانية، ولا يستعمل فيها زيت الزيتون في إلا في حالات نادرة بنسبة لا تتجاوز 10-20% تضاف إلى الزيوت الأخرى المستخدمة.

التشغيل

تعتمد صناعة الصابون الطرق اليدوية في الإنتاج في كافة مراحل الإنتاج، ولذلك فإنها تشغل أيدي عاملة أكثر من الصناعات التراثية الأخرى. لكن استخدام العمالة في هذه الصناعة يتفاوت خلال العام، حسب حجم الطلب على المنتج ومدى توفر المواد الخام وخصوصا زيت الزيتون. يعتبر متوسط أعمار العاملين في صناعة الصابون أعلى من المتوسط العام لأعمار العاملين في القطاع الصناعي، إذ أن هذه الصناعة مع أنها

بسيطة إلا أنها تحتاج إلى خبرة طويلة. وقد بلغ عدد العاملين في الصناعات 114 عاملاً في عام 2006 (ماس، 2006).

الإنتاج

على الرغم من عراقة صناعة الصابون في نابلس وازدياد طاقتها الإنتاجية، ووجود منافذ تسويق داخلية وخارجية، إلا أنه لم يواكب هذا التطور في الإنتاج تطور في التقنيات المستخدمة في هذه الصناعة. حيث ظلت حتى الوقت الحاضر ذات طابع صناعي بدائي، وتتم عملية التصنيع في حاويات يتم تحريك المواد بها يدوياً، وكذلك باقي العمليات من بسط ونقل المواد إلى المفرش لغايات التقطيع والتشبيك ثم عملية التغليف، إذ تتم كلها بشكل يدوي، باستثناء صبابة واحدة تمكنت من إدخال وسائل ميكانيكية للقيام بعملية الخلط (القبج وآخرون، 2004).

وتذكر سجلات الغرفة التجارية في نابلس (بتاريخ 14/11/2010) أن عدد الصناعات المسجلة فيها هي 14 صبابة²⁵. ولا تتوفر أرقام دقيقة حول الكميات المنتجة من الصابون النابلسي في الوقت الحاضر، ولكن تشير سجلات الغرفة التجارية إلى أن الصابون النابلسي يحتل مكان الصدارة في صادرات نابلس إلى الخارج فقد شكل الصابون نسبة 41.5% من حجم الصادرات الكلي لمدينة نابلس عام 2001 وانخفضت هذه النسبة إلى 36.2% عام 2002. ويعتقد أن هذا الانخفاض ناتج بشكل أساسي عن تدمير قوات الاحتلال لثلاثة صناعات خلال عملية السور الوافي في نفس العام. ومع أن هذه الصناعة تتركز في نابلس، إلا أن هنالك 5 مصانع للصابون في بيت لحم حتى نهاية العام 2010.²⁶

تواجه صناعة الصابون النابلسي مشكلة في انخفاض قدرته التنافسية وسط أنواع الصابون الأخرى الموجودة في السوق، ويعود هذا الانخفاض لعدة عوامل أهمها عدم حصول أي تطور في وسائل الإنتاج المستخدمة في هذه الصناعة منذ عشرات السنين،

²⁵ غرفة التجارة والصناعة - نابلس، 2010.

²⁶ غرفة التجارة والصناعة - بيت لحم، 2010.

وقد برز هذا الجمود التكنولوجي خلال الثلاثين سنة الماضية. إضافة لذلك فقد قام أصحاب الصبانات باستخدام الزيوت الصناعية المستوردة من أوروبا بدلا من زيت الزيتون المحلي الذي كان أساس هذه الصناعة، وذلك بسبب انخفاض سعر زيت الزيتون المستورد مقارنة بسعر زيت الزيتون المحلي، وقد أدى ذلك بالمقابل إلى انقطاع تام لصلة هذه الصناعة بزيت الزيتون الفلسطيني.

تعتبر هذه الصناعة تراثية تقليدية، وقد حافظت على كثير من الوسائل القديمة في الإنتاج، ومن المهم الاستمرار فيها، إلا أنه من المهم أيضا عمل تطوير لمنتجات الصابون، فعلى سبيل المثال يمكن عمل صابون نابلسي سائل، بدلا من الشكل التقليدي للصابون النابلسي. وذلك بهدف توسيع نطاق بيع هذا المنتج في الأسواق الخارجية.²⁷

التسويق

يتم تسويق الصابون النابلسي في السوق المحلي والخارجي، ولا تتجاوز حصة السوق المحلي أكثر من 30% من الإنتاج. حيث يواجه هذا الصابون في السوق المحلية منافسة عالية من الصابون المستورد من إسرائيل وكوريا وتايوان. وهي تتميز بالأشكال والأحجام المتعددة والتكلفة الأقل، وتحمل أسماء جذابة وأغلفة على مستوى عال من الإقتان، على عكس الصابون النابلسي الذي ينتج بشكل واحد وحجم موحد ويغلف بغلاف بسيط يدويا (عوف، 2006).

تشكل حصة الأردن الحصة الأكبر من الأسواق الخارجية للصابون النابلسي (نحو 70%)، إذ أن تكاليف النقل إلى الأردن لا يشكل عبئا كبيرا على التكلفة بسبب المسافة القريبة للنقل، إضافة إلى عدم فرض رسوم جمركية من الأردن على الصابون النابلسي، على عكس السوق المصري والسوري، والتي تفرض رسوم جمركية على الصابون النابلسي لحماية صناعة الصابون المحلية فيها (عوف، 2006).

²⁷ عيبر أبو خضير، منسقة مشاريع، اتحاد لجان المرأة الفلسطينية - القدس، المجموعة المركزية، معهد ماس، 24 تشرين ثاني 2010.

تواجه صناعة الصابون منافسة شديدة في الأسواق الخارجية، ويتم تقليد هذه الصناعة في عدد من الدول الأخرى مثل فرنسا، كما تواجه إضافة إلى ذلك عقبات عديدة في تصدير منتجاتها ، بعضها من الجانب الإسرائيلي والتي ترفع من تكاليف النقل والتصدير، والآخر من الدول التي تحاول تخفيض منافسة السلع المستوردة من إنتاج الصابون لديها.

وقد ساهم انتشار المساحيق المستخدمة في الغسيل والاستحمام وانخفاض أسعارها إلى تراجع القدرة التنافسية للصابون النابلسي في السوق المحلي الفلسطيني (عوف، 2006).

4-7 صناعات أخرى

لا تقتصر الصناعات التراثية في فلسطين على الصناعات الستة السابقة فقط، إذ أن هنالك العديد من الصناعات التراثية الأخرى في فلسطين، وإن كانت تلك الصناعات الستة هي الأكثر شهرة وانتشارا في وقتنا الحالي مقارنة بباقي الصناعات التي قل انتشارها مع مرور الوقت، وبعض هذه الصناعات مهدد بالانقراض أو التلاشي.

إن تراجع انتشار بعض الصناعات التراثية لا يعني عدم وجودها، ويأتي حصرها في جزء واحد من الدراسة لقلّة توفر المعلومات عنها وقلّة ممارستها في الوقت الحالي. ومن الأمثلة على هذه الصناعات التراثية؛ صناعة الخيزران والنقش والشمع والفسيفساء والمنتجات المعدنية ودبغ الجلود والنقش على البيض.

صناعة الخيزران

يعود أصل صناعة الخيزران إلى بلاد الصين وبلاد شرق آسيا وانتقلت بعد ذلك إلى الدول الأخرى. وقد ازدهرت هذه الحرفة في فلسطين أثناء فترة الانتداب البريطاني، ففي ظل وجود عدد كبير من الأيتام (أبناء الشهداء) في ذلك الوقت، تم فتح مدارس لتعليمهم حرف متعددة منها حرفة الخيزران، لتكون مصدر رزق لهم. وفي مرحلة

لاحقة تولت وكالة الغوث وتشغيل الفلسطينيين دور توفير معامل الخيزران في قطاع غزة.

تتركز صناعة الخيزران في مدينة غزة في قطاع غزة وبيت جالا في الضفة الغربية. ويبلغ عدد المصانع الموجودة في مدينة غزة 12 مصنع إضافة إلى مصنع واحد في بيت جالا، ويبلغ عدد العاملين في هذه الصناعة 120 عاملاً، منهم 15 عاملاً من المعاقين. ويتم استيراد المواد الخام عبر موردين إسرائيليين بتكاليف مرتفعة (اليزري، 2006) (هيئة الموسوعة الفلسطينية، 1984). يستخدم الخيزران بأنواعه المختلفة في هذه الصناعة، مثل الملكان والفرنسي والمطوي والقش والمويل والفرعوني، ولكل نوع منها استخدام مختلف لتكوين المنتج النهائي (سراج، 2010).

أثر الحصار المفروض على غزة منذ عام 2007 بشكل كبير على صناعة الخيزران. إذ توقف توريد المواد الخام اللازمة لهذه الصناعة مثل: القش وأعواد الخيزران والدبابيس وغيرها. حيث كانت إسرائيل المورد الرئيسي للخيزران قبل الحصار، مما أضطر العاملين في هذه الصناعة للاعتماد على الخيزران المهرب عبر الأنفاق الأرضية الممتدة بين قطاع غزة والأراضي المصرية، وقد ضاعف ذلك من سعر التكلفة بنسبة 57%، والذي يؤدي بالمحصلة إلى رفع أسعار المنتجات المصنعة، مما يقلص الفئات عدد المستهلكين ويحددهم بالأكثر قدرة شرائية (المركز الفلسطيني للتوثيق والمعلومات، 2010).

صناعة الشمع

تتركز صناعة الشمع في محافظة بيت لحم، وذلك لارتباطها بالديانة المسيحية، حيث يوجد في محافظة بيت لحم 3 مصانع متخصصة بصناعة الشموع الدينية بالطريقة تقليدية²⁸، بالإضافة إلى مصنع في أحد أديرة محافظة أريحا (اليزري، 2006). وتعتبر هذه المنتجات من أهم التذكارات التي يشتريها السياح لارتباطها بالأراضي المقدسة (هيئة الموسوعة الفلسطينية، 1984).

²⁸ غرفة التجارة والصناعة - بيت لحم، 2010.

ومن أهم المواد الخام التي تدخل في عملية تصنيع الشمع الشمع البرافين وحمض الستريك وصبغات وألوان وخيوط وخامات التغليف والتعبئة. ويتم تصميم الشموع بأشكال وعبور متعددة. من المشاكل التي تواجه صناعة الشمع المنافسة الشديدة نتيجة استيراد الشموع من دول أخرى، والتي تباع بأسعار منخفضة بشكل ملحوظ عن أسعار الشموع المصنعة محليا (سراج، 2010)، (اليزري، 2006).

صناعة القش

تتركز صناعة القش في المدن والقرى وسط فلسطين، حيث تتوفر المواد الخام فيها، إذ تتميز تلك المناطق بزراعة القمح وأشجار النخيل، وتستعمل سيقان نبتة القمح وسعف النخيل في صناعة القش. ويعمل في هذه الصناعة بالغالب ربات بيوت لصالح جمعيات ولجان نسويه (اليزري، 2006). تساهم هذه الصناعة في إنتاج العديد من الأدوات المنزلية مثل "الطبق" و "القبة" وغيرها. توصف عملية الإنتاج بأنها بسيطة (عبد الجبار وغوشة، 1987).

ويمكن تطوير حرفة القش عن طريق إيجاد منتجات بأشكال واستعمالات جديدة تناسب العصر الحالي، مع المحافظة على طابعها الشعبي الأصيل وإدخال بعض الخامات الأخرى بالإضافة إلى خامة القش كالخرز والحريز وبعض المعادن (شوملي، 1999).

الصناعات المعدنية

تعود بدايات الصناعات المعدنية في فلسطين إلى المهاجرين الأرمن، الذين استقروا في المدن الفلسطينية، وهي يافا والقدس ونابلس والناصرية وعكا، وتعلم منهم أهل المدن هذه الحرفة. تنتج هذه الصناعة الأدوات والأواني النحاسية والصناعات الذهبية والفضية، مثل الخناجر الذهبية أو الفضية المطعمة بالأحجار الكريمة والعاج، كما أن هذه الصناعة كانت توفر بعض الأدوات الزراعية (هيئة الموسوعة الفلسطينية، 1984). ويوجد في بيت لحم منشأة تعمل في تشكيل الفضة.²⁹

²⁹ غرفة التجارة والصناعة - بيت لحم، 2010.

5- تجارب الدول

يعرض هذا القسم من الدراسة بعض التجارب، من دول مختلفة، حول تطوير قطاع الصناعات التراثية (السياحية أو التقليدية - حسب المصطلح المتفق عليه في الدولة)، وما يتم اتخاذه من إجراءات وسياسات لدعم هذه الصناعات. ويمكن الاستناد لبعض هذه التجارب والاستشهاد بها في التجربة الفلسطينية في مجال تطوير الصناعات التراثية والسياحية التقليدية. وفي سياق تطوير هذه الصناعات فإن ذلك يتلاقى مع تطوير الصناعات متناهية الصغر والصغيرة ومتوسطة الحجم العاملة في مجال الصناعات التراثية والسياحية، والتي تشكل النسبة الأكبر من منشآت هذه الصناعات.

قامت العديد من الدول بتطبيق سياسات وإجراءات للنهوض بذه الصناعات، خصوصا الدول المعتمدة على السياحة كمصدر للنتائج المحلي، إلى جانب الدول التي تتميز بالمناطق السياحية والتاريخية والدينية. وقد تم اعتماد عدد من التجارب للدول عربية ودول أجنبية.

ركزت التجارب على عدة أبعاد تخص الصناعات التراثية والسياحية التقليدية، ومن الوارد أن تكون هذه الأبعاد مختلطة مع أبعاد تخص المنشآت متناهية الصغر والصغيرة ومتوسطة الحجم، خصوصا في الدول التي تشكل فيها هذه المنشآت جزءا كبيرا من هذه الصناعات. وهذه الأبعاد هي الإطار المؤسسي والقانوني والتمويل والتسويق والخدمات المساندة، بالإضافة إلى السياسات التشجيعية الأخرى.

5-1 التجربة التونسية

تشكل الصناعات التراثية والسياحية التقليدية في تونس قطاعا هاما ذا أبعاد اقتصادية وثقافية واجتماعية، حيث تمثل مصدرا اقتصاديا مهما للدخل القومي في تونس، بالإضافة لكونها عنصرا حيا من عناصر الثقافة والحضارة. وهناك حوالي 60 صناعة

تراثية وسياحية تقليدية في تونس تصنف حسب المادة الخام المستخدمة فيها إلى مجموعات، مثل مجموعات النسيج والمعادن والخشب والطين والحجارة.

من الناحية المؤسساتية فقد قامت الحكومة التونسية بإنشاء "الديوان المهني للصناعات التقليدية" والذي انطلقت منه العديد من المراكز التي تعمل ضمن قطاع الصناعات التقليدية. كما أنشأت "مصلحة للتكوين المهني والحرف والفنون التونسية"، والذي أصبح يسمى بـ "ديوان الفنون التونسية". ومن ثم تم إقامة "الديوان الوطني للصناعات التقليدية" ليكون المؤسسة المرجعية لهذه الصناعات، بحيث يتناول كل ما يخصها من عوائق ومشاكل ويقدم لها سياسات وإجراءات مساندة لعمل الصناعات التقليدية. يقوم الديوان بالمهام الرئيسية التالية: تحسين جودة المنتج من خلال ضبط المقاييس والمراقبة الفنية على المنتج قبل الانتقال لمرحلة التسويق، ويرصد بيانات الصناعات التقليدية، ويعد دراسات وأبحاث حولها، ويقوم بالتنسيق مع المؤسسات المحلية والدولية.

وقد أسس الديوان "الجامعة الوطنية للصناعات التقليدية" والتي تضم حاليا 15 نقابة تمثل الصناعات التقليدية الأكثر انتشارا، كالنسيج التقليدي والنحت على الحجارة وغيرها، وتمثل 300,000 حرفي يعملون في حوالي مئة صناعة مصنفة ومسجلة لقطاع الصناعات التقليدية، وتقوم أيضا بإعداد الدراسات والبحوث التي تهتم بالقطاع.

ينص الإطار القانوني على أن يكون هذا الديوان مؤسسة حكومية ذات صبغة تجارية وصناعية، ويتولى المهام الإشرافية والتنفيذية التي تسهم في تنمية قطاع الصناعات التقليدية. إذ يقوم الديوان بمهمة تسجيل الصناعات التقليدية ومنشأتها والحرفيين العاملين بها للقيام بمهمة تأطير الحرفيين والمؤسسات الحرفية وضبط النواحي القانونية للقطاع.

من الناحية التمويلية، قامت الدولة التونسية بتوفير مصادر تمويل متنوعة لقروض الحرفيين، ويتم منح هذه القروض بمساعدة "الديوان الوطني للصناعات التقليدية". ومن ضمن هذه المصادر صندوق خاص بهذه الصناعات (الصندوق الوطني للنهوض بالصناعات التقليدية والمهن). كما دعمت الحكومة بنوكا لإقراض أصحاب الصناعات،

مثل البنك التونسي للتضامن وبنك تمويل المؤسسات الصغرى والمتوسطة، بالإضافة إلى الصندوق الوطني للتشغيل وصندوق التطوير واللامركزية الصناعية.

وفيما يتعلق بالخدمات المساندة للصناعات التقليدية، فيقوم الديوان بتحسين الجودة وضبط المقاييس والمراقبة الفنية على منتجات هذه الصناعات. ثم يقدم الديوان خدمات تسويقية للمنتجات ويحتضن اشتراكها في المعارض المحلية والدولية (ماس، 2006). ومن الإجراءات التشجيعية التي تقدمها الحكومة تجاه هذه الصناعات، عملت الحكومة على إقرار يوم للصناعات التقليدية واللباس الوطني (16 من آذار)، إلى جانب إقرار ارتداء الزي الوطني في المناسبات والأعياد الدينية (يونس، 2006).

5-2 التجربة المصرية

تعتبر مصر من الدول الهامة في المجال السياحي على المستوى العالمي. إلا أنه ومن الناحية القانونية، هنالك غياب للأطر القانونية التي تعنى بالصناعات التراثية والسياحية التقليدية، وقد عوض عن هذا الغياب الأطر المؤسسية لهذه الصناعات. إذ أنشأت الحكومة "إدارة مركزية للحرف التقليدية" بحيث تتبع وزارة الثقافة. وتم إنشاء خمس مراكز لهذه الحرف تتبع كلها لإدارة مركزية، والمراكز هي: مركز الحرف، ومركز الخزف (المركز الدولي للفسطاط)، ومركز النسيج المرسم، ومركز بحوث الفنون التقليدية، ومركز الفن والحياة (ديني، 2008).

قامت الحكومة بعمل تقسيم إقليمي للصناعات، بحيث تتوزع على كل محافظة بما تشتهر به، وذلك اعتماداً على توفر المواد الخام في المحافظة وتأكيداً لهوية المحافظة. إذ تتحمل المحافظة والهيئات المحلية مسؤولية النهوض بكل الحرف والصناعات التقليدية الخاصة بالمحافظة. وتتولى الحكومة مسؤولية توفير الخامات والمعدات والأدوات اللازمة للإنتاج، كما توفر أيضاً قاعات لعرض منتجات الصناعات التقليدية. وتقوم بعقد دورات تدريبية في مجال الحرف التقليدية للشباب من خريجين الجامعات والمرحل المتوسطة، وتشجيعهم على فتح مشاريع لهذه الحرف بعد إنهاء التدريب.

من الناحية التمويلية، قامت الحكومة المصرية بتخصيص صندوق اجتماعي لدعم الصناعات التقليدية، حيث يتم من خلال هذا الصندوق تقديم قروض مالية تتيح الفرص للشباب بالبدء في مشاريع متناهية الصغر في قطاع الصناعات التقليدية. ويستعين الصندوق بجهات دولية لتمويل المشاريع الصغيرة في قطاع الصناعات التقليدية.

وقد قدمت الحكومة العديد من الخدمات المساندة من خلال وزارة الثقافة ووزارة الصناعة ووزارة السياحة والمحافظات، مثل؛ إقامة مجمع للصناعات التقليدية، وبناء قرية لصناعة الفخار مكونة من 40 مشغل ومعارض للفخار، وعمل معارض دولية وعربية للصناعات التقليدية، وإبرام عقود للتصدير مع دول أخرى، وتصميم قرى تراثية لجذب السياح، وتصميم موقع الكتروني عن التراث المصري وعمل دعاية لهذه الصناعات في وسائل الإعلام. وعلى سبيل التحفيز، عقدت العديد من المسابقات والجوائز التشجيعية الخاصة بالصناعات التقليدية، مثل مكافأة مالية لكل المتدربين على هذه الصناعات (علي وعمار، 2006).

5-3 التجربة اللبنانية

يتميز لبنان بتراثه الغني والمتنوع، وهناك تشابه إلى حد ما بين الصناعات التقليدية اللبنانية والصناعات التقليدية الفلسطينية، مثل؛ صناعة الصابون والقش والنحاس والفخار والخزف والزجاج (عويضة، 2005). وقد تعددت المرجعية المؤسسية للصناعات التقليدية اللبنانية، حيث يتمثل الإطار المؤسسي بوزارة الصناعة ووزارة التجارة ووزارة الشؤون الاجتماعية ووزارة السياحة، بالإضافة إلى نقابة الحرفيين اللبنانيين.

دعمت وزارة الشؤون الاجتماعية جزءاً من الصناعات التقليدية من خلال تشجيع الجمعيات الخيرية والنسائية - والتي توفر عملاً للنساء. وقد أسست الوزارة "بيت المحترف اللبناني"، والذي يهدف لتسهيل تسويق المنتجات التقليدية مباشرة من الحرفي إلى المستهلك، مع احتساب نسبة مئوية لـ "بيت المحترف اللبناني" مقابل مصاريفه

الإدارية. كما أقامت الوزارة مركزا لإعادة حياكة السجاد وصباغة الصوف اليدوي، وأنشأت أيضا مكتبا لإعادة صناعة الحرير - التي اشتهرت بها المدن والقرى اللبنانية - وضمان تقديم منتجات على مستوى عال من الدقة والإتقان والإبداع مما يسهل على الحرفيين تصديرها إلى أوروبا.

تتعاهد وزارة الشؤون الاجتماعية مع الجمعيات الخيرية الداعمة للصناعات التقليدية على مساعدة هذه الجمعيات في التجهيزات التي تحتاجها للقيام بدورها، حيث تساهم الوزارة في كلفة برامج التدريب الذي تقوم بها هذه الجمعيات. وقد قامت العديد من الجمعيات الخيرية بإنشاء مشاغل متخصصة في مجال الخياطة والتطريز لمساعدة النساء وخاصة الأرمال (بعد الحرب).

من الناحية التمويلية، تقوم الحكومة بتوفير التمويل لقطاع الصناعات التقليدية. حيث توفر القروض الميسرة وتسهل الحصول عليها بفوائد منخفضة. وتقدم، أيضا، وزارة الشؤون الاجتماعية مساعدات مالية لأصحاب هذه الصناعات، وتسهل الحصول على مساعدات من المؤسسات الدولية (عويضة، 2005).

تقدم الحكومة خدمات مساندة لهذا القطاع؛ مثل مساعدة المنتجين في تسويق إنتاجهم في الخارج، من خلال إنشاء معارض دولية أو مساعدتهم في المشاركة بالمعارض الدولية. ومن الخدمات المساندة أيضا، إجراء دراسات ميدانية وإحصائية لتوفير الكثير من المعلومات عن قطاع الحرف والصناعات التقليدية، وعمل دليل للحرفيين (بدير، 2009). ولرفع المستوى التنظيمي والتخطيطي للقطاع، تم تطبيق خطة عمل لإحياء الصناعات التقليدية، وذلك من خلال تنظيم مرسوم يوكل الاهتمام بالنشاطات الحرفية إلى مصلحة خاصة سميت "مصلحة الحرف والصناعات التقليدية".

5-4 التجربة الجزائرية

تبنّت الجزائر خلال السنوات الماضية إستراتيجية تنموية لقطاع الصناعة التقليدية. حيث أصبح الإشراف على القطاع يتم من خلال الدائرة الوزارية المكلفة بالمؤسسات

الصغيرة والمتوسطة، وحددت القواعد العامة للصناعة التقليدية والحرف. ومن الناحية التمويلية، يتم تمويل الصناعات التقليدية والحرفية من خلال تقديم الدعم من "الصندوق الوطني" أو القروض البنكية التجارية.

تتاح الفرصة أمام الحرفيين للتواجد في أهم المعارض المحلية والدولية، ومساندتهم في التعرف على استراتيجيات الترويج وأساليب التصدير والتفاوض مع التجار المحليين والخارجيين. وقد تم تفعيل دور الممثلات الدبلوماسية في ترويج منتجات الصناعة التقليدية في الدول الأخرى. ومن سياسات التشجيع أيضاً؛ وضعت الحكومة مواصفات ومقاييس للمنتجات التقليدية، وذلك لحمايتها من الصناعات المقلدة المستوردة من جهة، ومن جهة أخرى حماية المنتجات التقليدية اليدوية من المنتجات شبه اليدوية المقلدة (شكري، 2009).

5-5 التجربة الكرواتية

تتميز جمهورية كرواتيا بمجموعة واسعة ومتنوعة من التراث، وتشكل الصناعات التقليدية ركنا من أركان هذا التراث. تشجع الحكومة الكرواتية تسجيل المنشآت العاملة في الصناعات التقليدية، إذ تعرف أصحاب المنشآت بالفوائد الناتجة عن التسجيل، مثل عمل علاقات تجارية محلية وخارجية. وللصعوبة التي تواجهها هذه المنشآت في توفير تكاليف التسجيل، فقد أمهلت المنشآت للعمل لمدة سنة واحدة كمؤسسة تعاونية، لتكون بذلك معفاة من رسوم التسجيل ودفع الضرائب في السنة الأولى، مما يفتح المجال أمام هذه المنشآت للعمل وفرصة للدخول في السوق والبدء بتوفير الأرباح.

بالمقابل، فإن الحكومة تفرض على هذه المنشآت دفع الحد الأدنى من للأجور للعمال، وتوفير الضمان الاجتماعي لهم، وذلك لضمان حقوق العاملين بهذه الحرف. وتقوم الحكومة أيضاً بعمل تشبيك بين الصناعات التقليدية وجمعيات ومنظمات غير حكومية متخصصة بعمليات التسويق. وقد قدمت الحكومة أيضاً خدمات مساندة لهذه الصناعات لتطوير عملية التسويق، من أهمها:

- ✧ حثت الحرفيين على التنوع والتحديث في الصناعات التقليدية بأنماط تعكس المنتج التقليدي وفي نفس الوقت تتماشى مع الأذواق الحديثة.
- ✧ إضافة ملصق للصناعة التقليدية يحوي نبذة تاريخية أو ثقافية عن الصناعة وعراقتها ومعلومات عن المنتج والمنتج.
- ✧ عمل مواد تسويقية (بروشورات وكتالوجات)، تشرح عن الصناعات التقليدية وتوضح تاريخها وميزاتها والبعد الاجتماعي والثقافي لها.
- ✧ المشاركة في المهرجانات الترويجية والمعارض المحلية والتواجد الجيد في الفنادق السياحية.
- ✧ توفير مساحات دائمة لعرض الصناعات التقليدية (Molery, 2007).

5-6 التجربة الأوغندية

يعتبر قطاع الحرف التقليدية في أوغندا قطاعا غير منظم، وهي منشآت صغيرة جدا وصغيرة، ويعمل بها النساء والأطفال والمعاقون، لذلك تحتاج هذه الصناعات إلى دعم ومساندة من الجهات المختلفة. وتقدم الحكومة والجهات غير الرسمية خدمات مساندة، مثل:

- ✧ تجميع عدة منتجين لصناعة واحدة في تعاونيات وربطهم بوكلاء التصدير.
- ✧ توفير معلومات حول أسعار المواد الخام، والمعايير والمقاييس الإنتاجية، وحالة السوق.
- ✧ عمل معارض خاصة بالصناعات التقليدية، تفتح لهم مجالات للتعريف بمنتجاتهم وتسويقها.

في المجال التمويلي، فإن البنوك هي المصدر الأساسي للقروض قصيرة ومتوسطة الأجل. وتقدم البنوك خدمات هامة مثل القيام بدور الوسيط المالي بين المنتج والمستورد. حيث تقوم البنوك بهذا الدور كاستثمار بشكل أساسي، وبدعم من الحكومة

ومنظمات المجتمع المدني، والتي تنشئ صناديق ضمانات لهذه القروض الخاصة بالصناعات التقليدية (ITC, 2005).

5-7 التجربة الهندية

تعتبر الصناعات التقليدية في الهند من القطاعات الاقتصادية المهمة. إذ توفر سلعاً استهلاكية على المستوى المحلي، و سلعاً سياحية وصادرات سلعية. ولأهمية الصناعات التقليدية قامت الدولة بإدخال الثقافة والصناعات التقليدية في المناهج التعليمية. وأنشأت مجلساً خاصاً بتصدير منتجات الصناعات التقليدية وهو "المجلس الوطني لتصدير الحرف التقليدية". وقد قامت الدولة بتنشيط العلامات التجارية للصناعات التقليدية الهندية (ITC, 2005).

تشرف على هذه الصناعات الحكومة المحلية في الأقاليم المختلفة، في حين ترسم الحكومة المركزية البرنامج العام المتعلق بتطوير هذه الصناعات. وتقدم الحكومة المركزية جزءاً من التمويل الذي تحتاجه الولايات المحلية للقيام ببرامج لرعاية الصناعات التقليدية. وقد حقق ذلك نجاحاً مشهوداً، حيث تصدر الهند العديد من دول العالم في تصدير الكثير من منتجات الصناعات التقليدية والتي تدر عوائد مالية كبيرة للحكومة (باغريب، 2007).

5-8 تجربة البيرو

تعمل الصناعات التقليدية في جمهورية البيرو كمنشآت صغيرة كثيفة العمالة، حيث يبلغ متوسط عدد العمال في المنشأة الواحدة 3.5 عامل. ويتراوح متوسط أعمارهم ما بين 20-50 عاماً، وبالغالب يحملون شهادة التعليم الأساسي فقط. وتعتبر نسبة مشاركة المرأة كبيرة في عمالة هذه الصناعات. ويغلب على هذه الصناعات الطابع العائلي، إذ

يتم تناقل المهنة داخليا في العائلة، وقد أدى ذلك إلى حصر هذه الصناعات بعائلات محددة.

تثبت تجربة البيرو أن الخدمات المساندة - المقدمة من الجهات المختلفة - لها دور فعال في تشجيع قطاع الصناعات التقليدية، إذ أن تحسين نوعية المنتج وتنظيم إنتاجية العمال وتشجيع عملية التصدير، كلها من العوامل التي ساعدت في تشجيع قطاع الصناعات التقليدية.

من الخطوات المتبعة لتطوير عملية التصدير؛ أولاً، حث المنشآت على المشاركة في جمعيات قادرة على الإنتاج والتسويق، وقادرة على تحصيل دعم مالي سواء كانت منحا أم قروضا بنكية. وثانياً، دراسة أوضاع الأسواق الخارجية والطلب العالمي على السلع التقليدية. وثالثاً، إيجاد حقوق ملكية للصناعات التقليدية الأصلية وتمييزها عن الصناعات التقليدية المستوردة، حيث أن المستوردات عبارة عن تقليد للصناعات التقليدية الأصلية وبجودة منخفضة، تعكس صورة مشوهة عن الصناعات التقليدية المحلية. ورابعاً، استخدام عدة وسطاء في عملية التصدير خصوصاً في المراحل الأولى من عملية التسويق، وتوسيع خيارات التصدير عن طريق الاشتراك بمؤسسات تصدّر منتجاتها بنفسها، أو شركات تجارية لها روابط مع أنشطة تجارية خارجية (Leon, 2008).

6- النتائج والتوصيات

على الرغم من أهمية المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في الأراضي الفلسطينية من حيث المساهمة في التوظيف والإنتاج وتوفير المنتجات. وعلى الرغم من أهمية الصناعات التراثية من حيث البعد التراثي والسياحي والآثار الاقتصادية والاجتماعية لها، إلا أن العديد من هذه الصناعات أصبح مهدداً بالاندثار في الأراضي الفلسطينية. وكما مر في الفصل الثالث من الدراسة فإن الصناعات التراثية هي في معظمها منشآت متناهية الصغر وصغيرة ومتوسطة الحجم، وهذا يدل على أن دور هذه المنشآت في الصناعات التراثية كبير، ويمكن أن يشير ذلك إلى اتساع فرصتها في العمل في هذا المجال. وهناك معيقات ومشاكل متعددة تهدد هذه الصناعات بحد ذاتها كصناعة تراثية، ومعيقات أخرى تهددها بسبب حجمها المحدود من ناحية حجم رأس المال وعدد العمال. بشكل عام، هنالك تداخل وترابط كبيرين في المعوقات والمشاكل بغض النظر عن ارتباطها بالحجم أو بنوع الصناعة.

6-1 النتائج

تمثلت النتائج الرئيسية بمايلي:

- ✧ تختلف الدراسات في اعتماد مصطلح موحد للصناعات التراثية والتي يتبعها بالضرورة اختلاف في اعتماد تعريف موحد لهذه الصناعات. لكن هذه التعريفات تشترك في أن هذه الصناعات على اختلاف مسمياتها هي صناعات بسيطة ويدوية، ويغلب عليها الطابع العائلي، كما أنها تعد صناعات متناهية الصغر أو صغيرة أو متوسطة، حيث أنه من النادر وجود منشآت كبيرة عاملة في هذه الصناعات.
- ✧ يواجه الباحثون مشكلة ندرة الإحصاءات المتوفرة حول هذه الصناعات، حيث لا يتوفر بيانات تفصيلية سنوية حول عدد المنشآت وعدد العمال والإنتاج والصادرات، الأمر الذي يحدد آفاق الدراسات التي يمكن أن نتناول هذه الصناعات.

- ✧ تتميز هذه الصناعات بخصائص عديدة. حيث تتميز المنشآت العاملة في هذه الصناعات بصغر حجم التوظيف ورأس المال، هذا إضافة إلى أن لدى النساء فرص أفضل للعمل في هذه الصناعات. كما تنعكس البساطة في المواد الخام والأدوات المستخدمة في عملية الإنتاج.
- ✧ يعتبر قطاع الصناعات التراثية من القطاعات المهمة في المجتمع الفلسطيني، حيث يستمد هذه الأهمية من دوره الاقتصادي والاجتماعي والثقافي في المجتمع. فعلى الصعيد الاقتصادي والاجتماعي، تفتح هذه الصناعات مجالاً للتشغيل أمام الكثيرين ممن ليس لديهم فرص كبيرة في العمل مثل ربات البيوت، وبالتالي تسهم هذه الصناعات في التنمية البشرية والاقتصادية في المجتمع، كما تلعب هذه الصناعات دوراً مهماً في تنشيط السياحة، إذ أنها تعتبر نقطة جذب سياحية رئيسة من مختلف أنحاء العالم.
- ✧ تعاني الصناعات التراثية حالياً في فلسطين تراجعاً ملحوظاً مقارنة لما كانت عليه سابقاً، إذ أن هناك العديد من الصناعات التي توشك على الاندثار كصناعة الصدف والخزف والزجاج وخشب الزيتون - مقارنة لما كانت عليه في السابق، بالإضافة إلى بعض الصناعات التي اندثرت تقريباً كصناعة القش والخيزران. وتعود أسباب هذا الاندثار إلى عدة عوامل بعضها سياسي والبعض الآخر اقتصادي، بالإضافة إلى الصناعات المستوردة التي تنتشر في السوق الفلسطيني وبأسعار منخفضة مما يقلل فرصة التنافس لمنتجات هذه الصناعات. يعاني قطاع الصناعات التراثية من أربعة اختلالات رئيسية تتمثل في ما يلي:

1. اعتمادها كثير من هذه الصناعات على مواد خام مستوردة، وبالتالي تفقد الصناعات ميزتها الأولية في الاعتماد على مواد خام محلية. يأتي ذلك نتيجة الانخفاض الملحوظ في توفير هذه المواد والذي يؤدي إلى ارتفاع الأسعار للمواد المحلية. يُعزى ذلك بشكل أساسي إلى الضعف الشديد في القطاع الزراعي الفلسطيني، حيث يوفر هذا القطاع؛ خشب الزيتون والصوف وزيت الزيتون وغيرها. وقد تأتي هذا الضعف في القطاع الزراعي من: التوجه العام إلى القطاعات الخدمية عوضاً عن القطاعات الانتاجية، ومصادرة الأراضي من خلال الجدار والاستيطان، وعوامل داخلية أخرى. لذلك انتقل أصحاب

الصناعات لاستيراد المواد الخام. وفي ظل محدودية قدرة هذه الصناعات على الاستيراد، فقد لجؤوا إلى شراء المواد الخام من مستوردين وتجار. وقد خلق ذلك تبايناً في البضائع التراثية من حيث الجودة، مما يسيء إلى سمعة هذه المنتجات بشكل إجمالي. من جهة أخرى فإن عدم توفر المواد الخام (سواء مستوردة أو محلية) يوقف عمل الصناعة تماماً.

2. هنالك خلل في التشغيل في هذه الصناعات. إذ أن الأجور منخفضة وشبكة أمان الوظيفية ضعيفة (تأمين - ضمان اجتماعي) بحكم أن هذه الصناعات لا تستطيع تغطية هكذا تاليف. لذلك، يتم استخدام أفراد العائلة لتخفيض التكاليف. مع أن هذه الصناعات توفر فرص عمل للسيدات اللاتي يعلن أسرهن وذوي الاحتياجات الخاصة، إلا أن ظروف العمل والأجور المنخفضة وساعات العمل الطويلة يجعل العمال بأجر يبحثون عن خيارات عمل أخرى. وبالتالي فإن الخلل الثاني يتمثل في خروج العمال من القطاع بسبب ظروف العمل غير الملائمة.

3. يشكل الإنتاج النمطي وتباين الجودة الخلل الثالث الذي تعاني منه الصناعات التراثية. حيث يتبع معظم أصحاب المشاغل سياسة ضغط التكاليف نتيجة لارتفاع أسعار المواد الخام، ما يحول دون توفر إنتاج متنوع عالي الجودة يراعي الأذواق المختلفة وبأسعار منافسة. كما أن عدم وجود مواصفات ومقاييس تضبط إنتاج هذه الصناعات وتشتت وجود نشرات تعريفية تذكر المكونات ومكان وتاريخ الإنتاج وتعليمات الاستخدام ساهم كذلك في خلق التباين في جودة المنتجات وانخفاض قدرتها التنافسية.

4. يشكل ضعف ومحدودية قنوات التسويق الخلل الرابع المتعلق بهذه الصناعات. إذ أن هنالك تباين في المنتجات من حيث الجودة والسعر، وهنالك محدودية رأسمالية وبشرية وضعف الوسائل المستخدمة في الدعاية والاتصال مع الأسواق، كما أن هنالك إمكانية ضئيلة للبيع لمحلات بيع التحف والتذكارات - لأنها تفضل تسويق بضائعها المنتجة لديهم أو البضائع

المستوردة التي توفر هامش ربح أعلى، بالإضافة إلى أن النشاط السياحي لا يستهلك هذه المنتجات بالشكل المطلوب. ويبقى للمنتجي الصناعات التراثية والسياحية قناة واحدة وهي المعارض، وهي محدودة العقد، ولها تكاليف اشترك مرتفعة، بالإضافة إلى نقص معلومات المتوفرة حول هذه المعارض. لذلك، تنحصر المشاركة في المعارض المحلية والخارجية في الجمعيات والتعاونيات وبعض المنشآت التي تملك القدرة المادية على المشاركة وتحمل تكاليف النقل أيضا.

5. أما الخلل الخامس فيتمثل في محدودية التمويل المتوفر لهذه الصناعات بشكل خاص. حيث تعاني معظم المنشآت الصغيرة العاملة في مجال الصناعة التراثية من نقص في التمويل ومحدودية حجم رأس المال فيها، الأمر الذي يجعلها تعمل بطاقة إنتاجية محدودة، مما يحد من قدرتها على المنافسة. ومن المشاكل التي تواجه عملية الإنتاج في المنشآت الصغيرة غياب آلات الإنتاج الحديثة، التي تساعد في توفير الوقت والجهد، رغم أن استخدام هذه الآلات يفقد هذه الصناعات خاصية الإنتاج البسيط واليدوي.

✧ نجحت العديد من الدول في النهوض بقطاع الصناعات التراثية فيها - بغض النظر عن الاختلاف في المصطلح - حيث وضعت هذه الدول أطرا قانونية تتعلق بتنظيم الحرفيين والمنشآت. وقد ساعدت هذه الأطر في تنظيم ذلك القطاع ككل وضبط النواحي القانونية. كما عملت أيضا دول عديدة على إنشاء أطر مؤسسية تتولى كل ما يتعلق بهذه الصناعات من مهام إشرافية، كبيت المحترف اللبناني في لبنان، والديوان المهني للصناعات التقليدية في تونس وغيرها.

✧ يشكل تمويل المنشآت الصغيرة العاملة في المجال التراثي والسياحي إستراتيجية أساسية في خطة عمل كل دولة تهدف إلى النهوض بهذه الصناعات ، حيث عملت الحكومات في العديد من الدول على توفير مصادر تمويل للحرفيين، كما أنشئت صناديق خاصة لإقراض أصحاب المنشآت العاملة في هذه الصناعات وبشروط ميسرة وفوائد متدنية.

- ✧ قدمت العديد من الدول خدمات مساندة من شأنها المساعدة في تنمية هذه الصناعات والنهوض به، كمساعدة أصحاب المنشآت بالمشاركة بالمعارض المحلية والدولية، ومساعدتهم على الترويج لمنتجاتهم وتسويقها داخليا وخارجيا.
- ✧ يشكل التشجيع والتحفيز الذي تقدمه الحكومات للعاملين في قطاع الصناعات التراثية عاملا مهما من عوامل تقدم الصناعة، كتقديم المكافآت المالية للمتدربين، كما قامت بعض الدول على تشجيع هذه الصناعات من خلال إقرار يوم وطني لهذه الصناعات كما هو الحال في تونس.

6-2 التوصيات

أولاً: اعتماد مصطلح وتعريف موحد للصناعات التراثية وتصنيفها ضمن فئات واضحة (كما في دول أخرى يتم التصنيف حسب المادة الخام المستخدمة). ومن ثم إنشاء قاعدة بيانات شاملة مختصة بالصناعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في المجال التراثي والسياحي. بحيث تزود الباحثين بإحصاءات تفصيلية يمكن تحليلها والتعمق في واقع هذه الصناعات، وذلك لفتح المجال بشكل أوسع لوضع خطط واستراتيجيات وطنية للنهوض بهذه الصناعات. وبحيث تشمل الإحصاءات القطاع غير المنظم العامل في هذه الصناعات، مثل المشاغل العاملة في المنازل ومثل ربوات البيوت، واللاتي يشكلن جزءا لا يستهان به في هذه الصناعات ويساهمن في إعالة أسرهن وإبقاء التراث الفلسطيني.

ثانياً: تنظيم قطاع الصناعات التراثية وذلك من خلال:

- ✧ العمل على إنشاء جسم تنظيمي أو دائرة مختصة ضمن المؤسسات الإشرافية على المنشآت الصغيرة والمتوسطة، بحيث يعمل هذا الجسم على تنظيم القطاع وتتبع نشاطه الحرفي وتسجيل المنشآت العاملة في هذا المجال، مما يسهل عملية حصرها إحصائياً، ويوفر سجلات رسمية لكل المنشآت ويسهل عملها بشكل رسمي وأكبر محليا وعالميا. كما سيعمل هذا الجسم بشكل دوري على وضع سياسات وخطط إستراتيجية لحل المشاكل وتذليل العقبات أمام هذه الصناعات.

✧ إقرار قانون ينظم عمل الصناعات التراثية، ويوفر إطاراً قانونياً لها. بحيث يشمل القانون التعريف بها، وتصنيفها، وتسجيلها، والإطار التنظيمي لها، والمواصفات والمقاييس لمنتجاتها بحيث تضمن وجود منتج ذا جودة عالية.

ثالثاً: توجيه الأيدي العاملة نحو الصناعات التراثية وذلك من خلال:

✧ تضمين مراكز التدريب والتأهيل المهني برامج خاصة تعنى بتدريب أيدي عاملة على الحرف التراثية، وتسهيل حصولهم على التمويل المناسب لإنشاء مشاغلهم الخاصة. إنشاء نقابة أو تجمع مهني للحرفيين العاملين في هذا القطاع للحيلولة دون عملهم في ظروف غير إنسانية والدفاع عن حقوقهم المادية والمعنوية. وفي نفس الوقت تمثيل العاملين في هذه الصناعات في المستويات المحلية والعالمية. وبالطبع يمكن أن يكون هذا جزءاً من دور الجسم التنظيمي.

✧ توفير الدعم لإنشاء شبكة ضمان توفر الحد الأدنى من الحماية للعاملين في القطاع كتوفير التأمين الصحي والتعويضات ضد إصابات العمل وغيرها من النواحي التشجيعية للتقليل من خروج العمال والحرفيين من هذا القطاع.

رابعاً: العمل على معالجة الخلل الذي تعانيه الصناعات التراثية فيما يتعلق بجودة وتنافسية الإنتاج وذلك من خلال:

✧ معالجة الخلل الذي تعانيه الصناعات التراثية فيما يتعلق بالمواد الخام، وذلك على المديين القصير والطويل. حيث يجب التركيز في المدى القصير على استيراد المواد الخام بمواصفات موحدة (من خلال الجسم التنظيمي أو غيره) وبأسعار معقولة. أما على المدى الطويل فإنه يجب وضع خطة استراتيجية لإعادة إحياء القطاع الزراعي. توجيه السياسات التجارية المتعلقة بمدخلات الإنتاج والمستوردات البديلة بما يخدم هذا القطاع ويشجع المنتج المحلي. إذ يمكن تخفيض الجمارك على المواد الخام المستوردة لهذه الصناعات من جهة. ومن جهة أخرى فإنه يجب فرض رسوم جمركية أو ضرائب على السلع المستوردة لحماية الصناعة المحلية.

✧ تحديد المواصفات والمقاييس الفلسطينية الضابطة لجودة المنتجات التراثية،

وتدريب الحرفيين على أحدث التصميمات وتنويع الإنتاج وتوعيتهم حول دور جودة وتنوع الإنتاج في زيادة تنافسية منتجاتهم.

خامسا: تطوير آليات التسويق وتوسيع الخيارات والمنافذ التسويقية للصناعات التراثية والسياحية بما يسد الثغرة بين الاحتياجات التسويقية لهذه الصناعات والقدرات والموارد المحدودة لأصحاب المشاغل وذلك من خلال:

- ✧ عمل معارض دائمة ومعارض دورية لهذه الصناعات في مختلف المحافظات الفلسطينية، خصوصا السياحية منها، وذلك بهدف تسويق منتجاتها بشكل دائم وعلى مستوى شامل، على أن تكون تكاليف المشاركة بهذه المعارض في متناول أصحاب هذه المهن.
- ✧ عمل خطة إستراتيجية شاملة للسياحة في الأراضي الفلسطينية، على المستوى المحلي والعالمي، وذلك لتعويض الانحدار في النشاط السياحي. ويمكن أن يكون للسفارات والأجسام الممثلة للفلسطينيين في الدول المختلفة دور كبير في ذلك.
- ✧ عمل نشرات سياحية وتعريفية تتناول هذه الصناعات والتركيز على الصناعات الأيالة للاندثار بهدف إعادة إحيائها وتشجيع الصناعات التي لا تزال قائمة.
- ✧ دراسة جدوى عمل قرى سياحية تحتوي كل هذه الصناعات كما في الدول الأخرى.
- ✧ عمل موقع الكتروني رسمي للصناعات التراثية للتعريف بها عالميا، وتطوير الموقع بحيث يوفر بوابة امام هذه الصناعات للتعاقد والتصدير للخارج.

المراجع

- باغريب، نصر. (2007). الصناعات الصغيرة والحرفية في اليمن: تحديات وآمال كبيرة. اليمن.
- بدير، نجوى. (2009). أهمية تطبيق الأسس العلمية للتسويق والترويج على الحرف والصناعات اليدوية.
- البيزري، سلمى. (2006). الصناعات التقليدية في فلسطين: الواقع والآفاق.
- التميمي، نادر. (2005). الصناعات التقليدية في فلسطين. ورشة عمل حول الصناعات التقليدية في الوطن العربي.
- هيئة الموسوعة الفلسطينية. (1984). الموسوعة الفلسطينية. القسم الأول. المجلد الثاني. بيروت.
- جريدة القدس. (2010). أعمال فنية إبداعية من صنع النساء. الأحد الموافق 2010/1/31، قسم المحليات، ص11.
- جمعية إنعاش الأسرة. (1975). التراث والمجتمع. جمعية إنعاش الأسرة - البيرة. لجنة الأبحاث الاجتماعية والتراث الشعبي الفلسطيني. رام الله، فلسطين.
- جمعية مخيم قلنديا التعاونية النسوية. (2000). دراسة سوق المبرزات التقليدية الفلسطينية والجوادل في فلسطين. القدس، فلسطين.
- حامد، مهندس. هنتش، إبراهيم. خليفة، محمد. صلاح، عبيدة. (2009). تجارب الدول في تطوير أعمال المنشآت الصغيرة جدا والصغيرة والمتوسطة: دروس لفلسطين. معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس). رام الله، فلسطين.
- داكاريت، إنريكي وآخرون. (2005). فن شغل الصدف في فلسطين.
- ديني، جمال. (2008). المنتدى الوطني والنهوض بقطاع الحرف اليدوية. جريدة القرن. القاهرة، مصر.
- سراج. (2010). عبق الماضي: مبادرة تنمية القيادات الشابة في العالم العربي. مؤسسة إنقاذ الطفل. القدس، فلسطين.
- الشايب، عبدالله. (2006). مراكز التدريب الحرفية: الأهمية والمعوقات. المؤتمر الدولي الأول حول السياحة والحرف التقليدية.

- الشريفي، راشد. العلي، محمد. (2007). الصناعات الحرفية في قضاء ابي الخصيب: دراسة في الجغرافية الصناعية.
- شكري، بن زعرور. (2009). تجربة الجزائر في تنمية قطاع الصناعة التقليدية والحرف 1992-2009. الجزائر.
- شوملي، قسطندي. (1999). السياحة الثقافية في الضفة الغربية وقطاع غزة. منتدى أبحاث السياسات الاجتماعية والاقتصادية في فلسطين. فلسطين.
- عبد الجبار، ناجي. غوشة، عدلة. (1987). دليل متحف التراث الشعبي الفلسطيني. جمعية إنعاش الأسرة - البيرة. لجنة الأبحاث الاجتماعية والتراث الشعبي الفلسطيني. رام الله، فلسطين.
- علي، إبراهيم. عمار، حسين. (2006). أوضاع الصناعات التقليدية في مصر. القاهرة، مصر. عوف، ميرفت. (2006). صابون نابلس تجربة عملية للصمود. إنسان أون لاين.
- عويضة، فائقة. (2005). أوضاع الصناعات التقليدية في لبنان. ورشة عمل حول الصناعات التقليدية في الوطن العربي.
- غرفة صناعة وتجارة محافظة بيت لحم. (2004). دراسة خاصة: الصناعات الحرفية في بيت لحم - خشب الزيتون والصدف. بيت لحم، فلسطين.
- القبج، نائل وآخرون. (2004). واقع ومستقبل صناعة الصابون في مدينة نابلس. مركز تطوير القطاع الخاص. نابلس، فلسطين.
- القحطاني، سعيد. (2006). الجدوى الاقتصادية للاستثمار في مشروع للحرف والصناعات اليدوية بالمملكة العربية السعودية. المؤتمر الدولي للسياحة والحرف اليدوية. الرياض، المملكة العربية السعودية.
- قعوار، وداد. صافي، تانيا. (2003). التطريز الفلسطيني - غرزة الفلاحي التقليدية. المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
- مركز التخطيط الفلسطيني. (1996). واقع صناعة النسيج والبسط في قطاع غزة. نتائج بحث ميداني تم بالتعاون مع المؤسسة الوطنية للاستثمار والإنماء. مكتب الرئيس. الرمال، غزة.
- معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس). (2006). قطاع الصناعات الحرفية غير المنظم في الأراضي الفلسطينية: الواقع والأفاق. رام الله، فلسطين.
- يونس، عزيزة. (2006). الصناعات التقليدية في تونس: التجربة التونسية. تونس، تونس.

- Barber, T.Krivoshlykova, M. (2006). Global Market Assessment for Handicrafts. United States Agency for International Development.
- Deepak, S. (2008). Protection of Traditional Handicrafts Under Indian Intellectual Property Laws. Journal of Intellectual Property Rights. Vol 13. p 197-207.
- International Trade Centre (ITC). (2005). Uganda Handicrafts Export Strategy. The Sector Core Team (SCT). Uganda.
- Leon, Janin V. (2008). Handicraft Trade and Women Entrepreneurs: A Case Study in Lima, Peru. Paper prepared for the North - South Institute, Canada, 13th APEC Women Leaders' Meeting. Arequipa, Peru.
- Morley, Siiri. (2007). Handcraft Development in Croatia: product development and marketing of women's handcrafted item in economically distressed regions. STTA Report for activities. Prepared for Croatia enhancing small and medium enterprise performance project.
- Qattan, Alla. (2009), Handicrafts Market Demand Analysis. USAID.
- Saca, Iman. Saca, Maha. (2006). Embroidering Identities, A Century of Palestinian Clothing, The Oriental Institute Museum of the University of Chicago. Chicago, USA.
- Palestinian Federation of Industries. (2010). The Current Status of Industrial Sector in Palestine. Funded by the USAID. Ramallah, Palestine.
- www.hebron-city.ps/atemplate.php?id=14

الملحق

تم عقد مجموعة مركزة من العاملين في مجال الصناعات التراثية في قاعة المؤتمرات في مقر معهد ماس يوم الأربعاء الموافق 24 تشرين ثاني 2010. ويوضح الجدول التالي أسماء المشاركين في المجموعة المركزة بالإضافة إلى مهنتهم والجهة التي يمثلونها.

المشاركين في المجموعة المركزة حول الصناعات التراثية - معهد ماس يوم الأربعاء الموافق 24 تشرين ثاني 2010

الاسم	المهنة	المؤسسة
1 ياسر ملايشة	مدير البرامج والتسويق	جمعية مخيم قننديا التعاونية
2 نضال شاهين	مدير الجمعية / حرفي حفر على خشب الزيتون	جمعية بيت التراث الفلسطيني - بيرزيت
3 عبير أبو خضير	منسقة مشاريع	اتحاد لجان المرأة الفلسطينية - القدس
4 فاطمة توفيق	سكرتيرة الجمعية	جمعية شعاع المقدسية
5 داوود الديك	نائب الرئيس	مركز أيام زمان
6 هنادي أبو خضير	إدارية	جمعية شعاع
7 أم عمار الميمي	مسئولة شؤون المرأة	نادي الأم
8 أمينة محمد زهران	صاحبة مشروع	مشروع "عناة"

وقد تم طرح عدة محاور رئيسية للنقاش، وهي كما يلي:

1. المواد الخام

- ✧ ارتفاع التكلفة.
- ✧ عدم توفر هذه المواد وصعوبة الحصول عليها.
- ✧ معوقات الاستيراد.

2. الإنتاج

- ✧ تمويل الإنتاج.
- ✧ عدم توفر آلات حديثة.
- ✧ عدم ضبط مقاييس ومعايير جودة هذه المنتجات.
- ✧ عدم التنوع في المنتجات.

3. التسويق

- ✧ منافسة المنتجات الإسرائيلية والمنتجات المستوردة.
- ✧ المشاركة في المعارض (تكلفتها مرتفعة وعدم توفرها بكثرة).
- ✧ عدم توفر تجمعات وساحات خاصة بهذه الصناعات ومتوفرة بشكل دائم.
- ✧ عدم توفر قوى تراثية.
- ✧ عدم توفر مواقع انترنت وكتالوجات وبروشورات وأساليب تسويقية حديثة.
- ✧ عدم وجود ملصق أو علامة تجارية تميز هذه المنتجات عن الصناعات المستوردة.
- ✧ صعوبة المشاركة بالمعارض الدولية.

4. الأيدي العاملة

- ✧ أجور الأيدي العاملة (تكلفة الأيدي العاملة).
- ✧ عدم توفير الحد الأدنى من الأجور لهذه الأيدي العاملة.
- ✧ عدم توفر ضمان اجتماعي بشكل عام للعاملين.
- ✧ عدم تناسب الجهد المبذول مع الأجر.

5. الأطر القانونية والمؤسسية

- ✧ عدم توفر قوانين منظمة.
- ✧ عدم توفر مؤسسات مرجعية منظمة وداعمة لهذا القطاع.
- ✧ عدم توفر مؤسسات تسويقية.
- ✧ صعوبة التسجيل في قطاع الحرفيين والغرف التجارية بسبب ارتفاع التكلفة وصعوبة الإجراءات.