



معهد التخطيط القومى

سلسلة قضايا التخطيط والتنمية

رقم (١٧٢)

دراسة ميدانية للمشاكل والمعوقات التى
تواجه صناعة الاحذية الجلدية فى مصر
"التطبيق على محافظة القاهرة ومدينة العاشر من رمضان"

يوليو ٢٠٠٣

سلسلة قضايا التخطيط والتنمية

رقم (١٧٢)

دراسة ميدانية للمشاكل والمعوقات التي تواجه صناعة
الأحذية الجلدية في مصر

"التطبيق على محافظة القاهرة ومدينة العاشر من رمضان"

يوليو ٢٠٠٣

المحتويات

الصفحة

الموضوع

مقدمة

١		الفصل الأول: أهم مراحل تصنيع الحذاء الجلدي
١		تقديم:
١		أولا: مرحلة التفصيل
٢		ثانيا: مرحلة المنطة
٣		ثالثا: مرحلة تثبيت النعل
٤		رابعا: مرحلة نزع الحذاء وتفنيشه
٤		خامسا: مرحلة الفرز والتغليف
٥		الفصل الثاني: المشاكل المتعلقة بالنواحي التكنولوجية والفنية
٥		تقديم:
٥		أولا: المشاكل المتعلقة بالفن الإنتاجي
١٥		ثانيا: المشاكل المتعلقة بالموصفات والمقاييس
٢٥		ثالثا: المشاكل المتعلقة بالجودة
٢٨		رابعا: المشاكل المتعلقة بالتصميم
٣٥		خامسا: النتائج
٣٩		الفصل الثالث: المشاكل المتعلقة بقوة العمل والإنتاجية
٣٩		تقديم:
٣٩		أولا: قوة العمل
٥٠		ثانيا: الإنتاجية
٥١		ثالثا: النتائج
٥٣		الفصل الرابع: المشاكل المتعلقة بالتكاليف والتمويل والحصول على الخامات
٥٣		تقديم:
٥٣		أولا: التكاليف
٦١		ثانيا: التمويل

تابع المحتويات

<u>الصفحة</u>	<u>الموضوع</u>
٦٤	ثالثا: الحصول على الخامات
٧٦	رابعا: النتائج
٧٩	الفصل الخامس: المشاكل المتعلقة بالتسويق المحلى والخارجى
٧٩	تقديم:
٧٩	أولا: التسويق المحلى
٨٩	ثانيا: التسويق الخارجى
١٠٤	ثالثا: النتائج
١٠٦	الفصل السادس: المشاكل المتعلقة بالتعامل مع الأجهزة الحكومية وغير الحكومية، والطاقة الإنتاجية العاطلة
١٠٦	تقديم:
١٠٦	أولا: المشاكل المتعلقة بالتعامل مع الأجهزة الحكومية وغير الحكومية
١٠٦	١- الحصول على الترخيص الصناعى والتجارى وتحديد هما
	٢- عضوية المنشآت فى الأجهزة ذات العلاقة ومستوى
١٠٨	الخدمات المقدمة
١١٤	٣- التعامل مع الضرائب
١١٦	٤- التعامل مع الهيئة العامة للتأمينات الاجتماعية
١١٧	٥- التعامل مع مصلحة الجمارك
١٢٠	٦- التعامل مع أجهزة الحكم المحلى
١٢١	٧- توافر الخدمات الأساسية
١٢٣	ثانيا: الطاقة الإنتاجية العاطلة
١٢٥	ثالثا: النتائج
١٢٧	التوصيات
١٣١	المراجع

مقدمة

أهمية الدراسة:

تبين من الدراسة السابقة التى أجريت فى معهد التخطيط القومى بعنوان صناعة الأحذية والمنتجات الجلدية ، الواقع والمستقبل تواضع مساهمة صناعة الأحذية الجلدية فى الصناعات التحويلية من حيث العمالة ، الناتج ، والإنتاج . إضافة إلى ذلك التواضع الشديد لصادرات مصر من الأحذية الجلدية فى الوقت الذى يتواجد فيه سوق عالمى كبير لاستيعاب هذه المنتجات . كما يتبين من الدراسة أن صناعة الأحذية الجلدية فى غالبية الدول المتقدمة تفقد مكانتها فى الوقت الذى حققت فيه العديد من الدول النامية نجاحات واضحة فى مجال تنمية إنتاج وصادرات الأحذية الجلدية . كما توصلت الدراسة إلى أهمية تنمية صناعة الأحذية الجلدية حتى يتسنى لها القدرة على التصدير وتوفير فرص عمل متزايدة شريطة تقديم الدعم الفعال لهذه الصناعة .

هدف الدراسة:

لما كانت صناعة الأحذية الجلدية شأنها شأن العديد من الصناعات تواجه العديد من المشاكل التى تحد من قدرتها على الإنطلاق ، وفى ظل أهميتها والحاجة إلى تقديم الدعم الفعال لها ، فإنه كان من الضرورى الوقوف على المشاكل والمعوقات التى تواجه هذه الصناعة ووضع الحلول المناسبة لها ، وهذا ما تهدف الدراسة الحالية فى محاولة منها إلى إنجازه .

منهجية الدراسة:

تعتمد الدراسة على معرفة المشاكل والمعوقات التى تواجه صناعة الأحذية الجلدية من خلال الوقوف على رأى أصحاب منشآت هذه الصناعة . وفى سبيل تحقيق ذلك أعد إستبيان تضمن العديد من الأسئلة المتعلقة بفصول الدراسة من الفصل الثالث وحتى الفصل السابع . وفى هذا الصدد نود الإفادة بما يلى :

– أن منشآت صناعة الأحذية الجلدية المعنية بالدراسة هى المنشآت التى يعمل بها ١٠ مشغلين بأكثر .

- أن عملية المسح الميداني اقتصر على محافظة القاهرة ومدينة العاشر من رمضان ، حيث أن محافظة القاهرة شكلت نحو ٥٩% من إجمالي عدد منشآت صناعة الأحذية الجلدية في جمهورية مصر العربية في عام ١٩٩٨ . وقد أضيف إلى محافظة القاهرة مدينة العاشر من رمضان باعتبارها منطقة صناعية تتضمن عددا من الصناعات الحديثة.

- بلغ عدد منشآت العينة التي أجريت عليها الدراسة ٤٣ منشأة من عدد منشآت صناعة الأحذية الجلدية في محافظة القاهرة ومدينة العاشر من رمضان والبالغ عددها ٦٧ منشأة في عام ٢٠٠٠ وفق بيان الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء - أى بنسبة قدرها ٦٤% .

- تم اختيار العينة بحيث تغطي جميع أقسام محافظة القاهرة .
- تم تقسيم المنشآت بعد جمع البيانات الخاصة بها وفقا للاستبيان المعد لذلك إلى ثلاثة مجموعات أولها المنشآت الصغيرة وهي التي يعمل بها من ١٠-١٩ عاملا ، ثانيها المنشآت المتوسطة وهي التي يعمل بها من ٢٠-٤٩ عاملا ، وثالثها المنشآت الكبيرة وهي التي يعمل بها من ٥٠ عاملا فأكثر ، وذلك حتى لا تتصف النتائج بالشمولية دون الأخذ في الاعتبار التباين في حجوم المنشآت . ولقد تبين من نتائج المسح الميداني أن عدد المنشآت الصغيرة يبلغ عددها ٢٥ منشأة ، وأن المنشآت المتوسطة يبلغ عددها ١٣ منشأة ، وأن المنشآت الكبيرة يبلغ عددها ٥ منشآت .

- ساهم فريق الدراسة الذي أعد الفصول من الثالث إلى السابع في إعداد الإستبيان وفق النقاط التي تناولتها هذه الفصول .

مكونات وفريق الدراسة:

تتكون الدراسة من ستة فصول هي كما يلي:

الفصل الأول: أهم مراحل تصنيع الحذاء الجلدي.

وقام بإعداده السيد /شعبان أحمد محمد

الفصل الثاني: المشاكل المتعلقة بالتواحي التكنولوجية والفنية.

وقام أ.د. ممدوح فهمى الشرقاوى بإعداد الجزء الخاص بالفن الإنتاجى ، أ.د. حسام مندور بإعداد الجزء الخاص بالمواصفات والمقاييس، د. محمد حسن توفيق بإعداد الجزء الخاص بالجودة، د. إيمان أحمد الشربيني بإعداد الجزء الخاص بالتصميم.

الفصل الثالث: المشاكل المتعلقة بقوة العمل والإنتاجية.

وقام بإعداده أ.د. حسام محمد مندور

الفصل الرابع : المشاكل المتعلقة بالتكاليف والتمويل والحصول على الخامات.

وقام بإعداده د. إيمان أحمد الشربيني

الفصل الخامس: المشاكل المتعلقة بالتسويق المحلى والخارجى.

وقام بإعداده د. محمد حسن توفيق

الفصل السادس: المشاكل المتعلقة بالتعامل مع الأجهزة الحكومية وغير الحكومية والطاقة الإنتاجية العاطلة.

وقام بإعداده أ.د. ممدوح فهمى الشرقاوى

هذا ويتقدم الباحث الرئيسى بالشكر والتقدير إلى أعضاء فريق البحث والجهاز المركزى للتعينة العامة والإحصاء وأصحاب منشآت العينة والفريق الذى قام بجمع البيانات تحت توجيه الأستاذ مصطفى محمد سالم جعفر. والذين قاموا بتفريغ وتجهيز البيانات بالحاسب الآلى بالمعهد والسيدة/ لطفية مصطفى عثمان على ما بذلته من جهد فى طباعة هذا البحث. ونرجوا من الله عز وجل أن تكون هذه الدراسة خطوة على طريق البحث والمعرفة،،،،،

الباحث الرئيسى

أ.د. ممدوح فهمى الشرقاوى

الفصل الأول

أهم مراحل تصنيع الحذاء الجلدى

تقديم:

إذا كانت الدراسة الحالية تتناول المشاكل والمعوقات التى تواجه صناعة الأحذية الجلدية ، فإنه قد يكون مفيدا للقارئ الوقوف على مراحل تصنيع الحذاء الجلدى بصورة مبسطة ، حيث أنه من خلال ذلك يمكن التعرف على أهم الخامات والأدوات والماكينات المستخدمة فى عملية تصنيع الحذاء يدويا أو آليا . وهذا ما يتناوله الفصل الحالى بإيجاز .

تبدأ مرحلة التصنيع للأحذية داخل المصنع خلال المراحل التالية:

أولا: مرحلة التفصيل:

يبدأ تفصيل الحذاء حسب الإستبنة المستخدمة لشكل كل حذاء وتصميمه وفى مرحلة التفصيل يوجد جزء كبير منه يفصل يدويا وجزء آخر يفصل آليا . وبالنسبة للجزء اليدوى يفصل باستخدام سكين مخصصة له تشبه القطر .

أما الجزء الآلى فيستعمل فيه جهاز عملاق يسمى البرست (الصندل)، وهذا الجهاز أدخلت عليه الميكنة الحديثة وأصبح مهما فى مرحلة تصنيع الأحذية ويستعمل فى الأجزاء المهمة التى يعجز الصانع عن أن يستخدم فيها السكين لأنه يكون أكثر اتقانا . والأجزاء التى تستخدم فيها البرست تكون لها اسطوانات مصنوعة من الحديد المقوى ويكون لها جزء مثل السكين عندما يضغط عليها الجزء العلوى للبرست ويسمى (الحصان) يتم قطع أجزاء الحذاء ، ومن المهم الإفادة بأن العامل الذى يستخدم البرست لابد وأن يكون على مستوى عالى من المهارة وغالبا ما يكون هو نفس الصانع (التفصيلجى) حيث يكون فى هذه المرحلة مسئولا عن عملية التفصيل بالكامل بالنسبة للجلود . وبعد ذلك تفصل البطانة المستخدمة فى بطانة الحذاء والتى يمكن أن يستخدم البرست فى تفصيلها أو تقطيعها .

ومن المهم الإشارة إلى أن عملية التفصيل يتم باستخدام اسطوانات لكل مقاس. وعلى سبيل المثال تبدأ المقاسات الرجالي من مقاس ٣٩ إلى ٤٥ ، أما بالنسبة لمقاسات الحريرى فتبدأ من مقاس ٣٦ إلى ٤١ ولكل مقاس مجموعة من الإسطوانات الخاصة بها .

تمثل مرحلة تصنيع الفوندى المرحلة الثانية فى مراحل تصنيع الحذاء ، ويقوم بها عامل يسمى المكنجى ، وتتم هذه العملية خلال عدة مراحل أولها مرحلة ترفيع الأجزاء متى كان ذلك ضروريا ثانيا ، ثنى الجزء المحتاج للثنى وذلك حسب كل موديل. وتتم عملية الترفيع هذه جزئيا باستخدام ماكينة الرفيع ، وجزئيا بالأسلوب اليدوى وذلك باستخدام سكينه الترفيع. يأتى بعد ذلك مرحلة ثنى الأجزاء التى تحتاج إلى الثنى ، ويتم ذلك بدهان الأجزاء بالكله البيضاء والكله الحمراء ثم يلى ذلك مرحلة الثنى ، علما بأن ذلك يقوم به الصبيان المساعدین للمكنجى ، وبعد ذلك يأتى دور المكنجى حيث يقوم بتجميع القطع الجلديه والمرور عليها بماكينه الخياطة مستخدما أنواع الخيوط المختلفه لإبراز الشكل الجمالى للحذاء حيث تصبح بعد ذلك ما يسمى بالفوندى وهو يشبه القميص بعد خياطته وبذلك تكون قد انتهت مرحلة المكنجى فى خياطة الحذاء ويقوم بعد ذلك إلى المرحلة التالية .

ثانيا: مرحلة المنطة:

وتتم هذه المرحلة إما بأسلوب يدوى أو آلى وذلك كما يلى:

أ- الأسلوب اليدوى:

يقوم الصانع ويسمى (الجزمى) بعملية الشد على القالب ، حيث تصنع القوالب من خشب الشجر حسب كل موديل وحسب كل مقاس ويستخدم الصانع فى عمله عدد من الأدوات اليدوية هى الكماشة والشاكوش. وتبدأ هذه العملية باستخدام مواد لتقوية الحذاء من الداخل مثل مادة تسمى الفنهور والكله البيضاء والإستون الذى تستخدم معه التتر ويقوى به الحذاء من الأمام ومن الخلف حسب كل حذاء واستخدامه . وبعد ذلك يقوم الصانع بتحضير مجموعة القوالب الخاصة بكل موديل حيث يكون لكل موديل قوالب خاصة به تسمى باسمه. وبعد إحضار القوالب يقوم الصانع بتركيب الباطس الذى يصنع من مادة صناعية تشبه الكريتون المقوى على لحم القالب ، علما بأن الباطس يتواجد بنوعيات مختلفه ومن ثم بأسعار مختلفه حسب جودة الحذاء.

وتتم عملية تركيب الباطس على القالب بتشبيكة بمجموعة مسامير صغيرة تسمى مسمار شيشة ، وعلى أن يتم ذلك برفق حيث أنه سيتم خلع تلك المسامير بعد ذلك. ويقوم الصانع بوضع جزء حديدى يسمى حديد قمارة حتى يصلب الحذاء بعد خلعه من القالب ، يلي ذلك تلبس الفندى على القالب بعد تخريم الكبسون عليه حسب نوع الحذاء ، ثم يقوم الصانع بعملية تسمى عملية شد الفندى على القالب بعد تلبسه على القالب مثل القميص وهنا يستخدم الصانع الكماشة الخاصة لذلك. وتتم عملية الشد بتثبيت الفوندى على القالب من كل الجوانب باستخدام مسامير الشيشة وبعد ذلك تتم عملية المنطة حيث يتم دهان الجزء الأسفل من الجلد بعد إزالة الطبقة الخارجية للجلد من الأطراف عن طريق الصنفرة مع الباطس الموجود على القالب بالكلة البيضاء باستخدام فرشاه مثل فرشاة الأسنان ثم يترك حتى يجف ثم يقوم بعملية تعريش تسمى عملية تطبيق وهذه العملية يستخدم فيها الصانع الشاكوش الخاص بذلك حتى يأخذ الفندى شكل القالب .

ب- الأسلوب الآلى:

وطبقا لهذا الأسلوب فإن عملية شد المنطة تتم بعملية آلية تسمى خط الإنتاج وهذه العملية يقوم فيها خط الإنتاج بعمل المكنجى ولكن بطريقة آلية وليس له تدخل إلا فى تلبس الفندى على القالب الآلى. وهذا القالب لا يصنع من الخشب مثل الذى يستخدم فى العملية اليدوية ولكن يصنع من مادة مثل الألومنيوم ثم تقوم مجموعة كماشات آلية بعمل المنطة على القالب من كل الجوانب وهذا النظام يسمى السير لأن الحذاء بعد ذلك يمشى على سير الإنتاج المسمى بخط الإنتاج مرحلة بعد الأخرى حتى عملية النعل. ويتميز هذا النظام بأنه يمكن من تحقيق إنتاج أكثر ولا يحتاج إلى أيدي عاملة كثيرة ، كما يتصف بالدقة فى عملية الإنتاج ولكنه يتطلب استثمارات كبيرة لشراء هذا ، الأمر الذى أدى إلى تطبيقه فى عدد محدود من المصانع.

ثالثا: مرحلة تثبيت النعل:

تتم العملية إما يدويا أو آليا ، وذلك كما يلى:

أ- الأسلوب اليدوى:

بعد عملية التخشين أو السنفرة أو التعريش والرسب وتلك هى مسميات هذه العملية حيث يقوم العامل بدهان الحذاء من أسفل بكلة تسمى كلة بوريتان أو كلة نعل ثم يدهن النعل من نفس هذه الكلة ثم يترك الحذاء أو مجموعة الأحذية التى تسمى (الطريجة) لمدة حوالى نصف الساعة حتى تجف الكلة ثم يقوم العامل بتسخين الحذاء وهو على القالب ثم تسخين النعل بواسطة

سخان خاص بذلك ثم يطابق الإثنيين على بعضهم البعض ، ثم بعد ذلك يدخل الحذاء بالقالب في المكبس وهو مكبس يعمل بضغط الهواء لمدة تتراوح بين ثلاث وأربع دقائق ثم يخرج من المكبس.

ب- الأسلوب الآلي:

وطبقا لهذا الأسلوب فإن عملية التثبيت يقوم بها السير بعد الدهان بنفس نوع الكلة والفرق في هاتين المرحلتين هو أن الطريقة اليدوية لا يستعمل فيها غير تركيب النعل أما الطريقة الآلية فمن الممكن استخدامها في عملية أخرى تسمى عملية حقن الحذاء بمادة سائلة ويصبح الحذاء والنعل عبارة عن قطعة واحدة وهذه الطريقة نادرا ما تستخدم في الأحذية.

رابعاً: مرحلة نزع الحذاء وتقنيته

أ- الأسلوب اليدوي:

وتتم عملية نزع أو خلع الحذاء من القالب بالأسلوب اليدوي وذلك باستخدام آلة حديدية مخصوصة لذلك وتسمى الغمزو.

ب- الأسلوب الآلي:

تتم عملية نزع الحذاء آليا بقفل القالب الآلي يكون مصنعا بطريقة تمكن من فتحه وغلقه. وبعد أن يخرج الحذاء من القالب يقوم العامل بوضع الفرش وتثبته داخل الحذاء بعد دهنه بكلة خاصة مطبوع عليه اسم المصنع الخاص به ولا يوجد فرق بين الطريقة اليدوية والآلية في هذا الخصوص.

خامساً: مرحلة الفرز والتغليف:

تتم هذه المرحلة بفرز الأحذية حسب لونها ومقاساتها بمعرفة الكنترول الخاص بذلك. وهذه الطريقة تتم في المرحلة الآلية مثلها مثل المرحلة اليدوية حيث لابد وأن يتدخل فيها العامل البشري المستول عن ذلك. ثم بعد ذلك يغلف الحذاء بوضعه في كيس خاص به أو يوضع ويغطى بورق خاص بذلك ثم يوضع في الصندوق الخاص به ، ويكون بذلك مهيتا لإرساله إلى مناطق التوزيع الممثلة في المحلات أو المعارض.

الفصل الثانى

المشاكل المتعلقة بالنواحى التكنولوجية والفنية

تقديم:

إن ما نعنيه بالنواحى التكنولوجية هو مدى ملاءمة الآلات والمعدات المستخدمة فى الإنتاج فى ظل التطور التكنولوجى كما أن المقصود بالنواحى الفنية هو مجموعة العناصر الفنية المؤثرة على تطوير الصناعة بما يمكنها من القدرة على المنافسة. وتشمل هذه العناصر المواصفات والمقاييس ، الجودة والتصميم .

ولما كانت هذه النواحى ذات أثر فعال فى تنمية وتقديم صناعة الأحذية الجلدية ، فإن الفصل الحالى يتناول نتائج المسح بالعينة للوقوف على مدى ما تواجهه هذه الصناعة من مشاكل تتعلق بهذه الموضوعات.

أولاً: المشاكل المتعلقة بالفن الإنتاجى

١- مدى خضوع الصناعة للتطور التكنولوجى:

تباين الصناعات فيما بينها من حيث خضوعها للتطور التكنولوجى. ففى حين يتصف الفن الإنتاجى المستخدم فى بعض الصناعات بالاستقرار فإن بعض الصناعات تخضع لتطور تكنولوجى سريع. ولما كان الفن الإنتاجى المستخدم فى الصناعات المختلفة يتم إنجازه فى الدول الصناعية المتقدمة التى يتصف بوفرة رأس المال والسعى لزيادة إنتاجية العامل ، فإنها تسعى جاهدة لتقديم فنون إنتاج كثيفة رأس المال فى الصناعات كثيفة العمل.

ولما كانت صناعة الأحذية الجلدية من الصناعات التى تستخدم فنون إنتاج مكثفة للعمل، فإنه من المهم بمكان الوقوف على رأى المنشآت فى مدى خضوع هذه الصناعة للتطور التكنولوجى.

يبين الجدول التالى ، رأى المنشآت فى مدى خضوع صناعة الأحذية الجلدية للتطور التكنولوجى السريع.

جدول رقم (١/٢)
توزيع المنشآت حسب رأيها في خضوع الصناعة
لتطور تكنولوجى سريع

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٦٠,٥	٢٦	١٠٠	٥	٦١,٥	٨	٥٢	١٣	نعم
٣٩,٥	١٧	-	-	٣٨,٥	٥	٤٨	١٢	لا
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

من الجدول السابق يتضح أن نحو ٦٠,٥% من إجمالى عدد منشآت العينة يرون بأن صناعة الأحذية الجلدية تخضع لتطور تكنولوجى سريع مقابل ٣٩,٥% يرون بخلاف ذلك. غير أنه من الملاحظ وجود علاقة بين رأى المنشآت وأحجامها ، ذلك بمعنى أنه كلما زاد حجم المنشأة كلما زادت نسبة الذين يرون بخضوع الصناعة إلى تطور تكنولوجى سريع حيث بلغت هذه النسبة ٥٢% فى المنشآت الصغيرة التى يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملا ثم تزايدت إلى نحو ٦١,٥% فى المنشآت المتوسطة التى يعمل بها من ٢٠ إلى ٤٩ عاملا ، وبلغت ١٠٠% فى المنشآت الكبيرة التى يعمل بها من ٥٠ عاملا فأكثر.

ولما كان إنتاج الحذاء يخضع لعدد من العمليات الإنتاجية والتى تستخدم بدورها آلات ومعدات معينة ، فإنه من المهم الوقوف على مسمى العمليات الإنتاجية التى تخضع لتطور تكنولوجى سريع وهو ما يبينه الجدول رقم (٢/٢).

من هذا الجدول يتضح ما يلى:

- أن عملية شد الفوندى تحتل المرتبة الأولى من وجهة نظر المنشآت الصغيرة التى يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملا والمنشآت الكبيرة التى يعمل بها ٥٠ عاملا فأكثر. وعلى الرغم من أن عملية لرق وكبس النعل تحتل المرتبة الأولى أيضاً من وجهة نظر المنشآت الكبيرة التى يعمل بها ٥٠ عاملا فأكثر، فإنها تحتل المرتبة الثالثة - وهى مرحلة متقدمة - من وجهة نظر المنشآت صغيرة الحجم. علاوة على ذلك تحتل عملية تسمير وتثبيت النعل المرتبة الثانية من وجهة نظر المنشآت الصغيرة. كما أنها تحتل المرتبة الثالثة بالنسبة

للمنشآت كبيرة الحجم. وإضافة إلى ذلك فإن عملية تفصيل الفوندى وتقطيع النعل تحتلان مرتبة ملحوظة من وجهة نظر المنشآت صغيرة الحجم.

٢- ملائمة الآلات والمعدات المستخدمة للتطور التكنولوجى:

وإذا كان من المهم الوقوف على معرفة العمليات الإنتاجية التى تخضع لتطور تكنولوجى سريع ، فإن ما لا يقل أهمية هو الوقوف على رأى المنشآت فيما يتعلق بمدى ملائمة الأدوات والمعدات التى تستخدمها فى ظل التطور التكنولوجى للصناعة. وهذا ما يتضمنه الجدول رقم (٣/٢).

جدول رقم (٢/٢)

العمليات الإنتاجية التى تخضع لتطور تكنولوجى سريع

حسب وجهة نظر المنشآت التى ترى خضوع الصناعة لتطور تكنولوجى سريع

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٣٨,٤	١٠	٢٠	١	٣٧,٥	٣	٤٦,٢	٦	١- تفصيل الفوندى
٥٧,٧	١٥	٦٠	٣	٢٥	٢	٧٦,٩	١٠	٢- شد الفوندى
٣٠,٨	٨	٤٠	٢	٢٥	٢	٣٠,٨	٤	٣- تقطيع جلد
٤٤,٦	٩	٤٠	٢	٢٥	٢	٣٨,٥	٥	٤- ترفيع جلد
٣٠,٨	٨	٤٠	٢	٢٥	٢	٣٠,٨	٤	٥- دهان جلد
٣٠,٨	٨	٤٠	٢	١٢,٥	١	٣٨,٥	٥	٦- خياطة جلد
٢٦,٩	٧	٢٠	١	٢٥	٢	٣٠,٨	٤	٧- سفرة جلد
٢٣,١	٦	٢٠	١	١٢,٥	١	٣٠,٨	٤	٨- تسخين جلد
١٥,٤	٤	-	-	-	-	٣٠,٨	٤	٩- التخرم
٣٤,٦	٩	٤٠	٢	١٢,٥	١	٤٦,٢	٦	١٠-تقطيع النعل
٣٤,٦	٩	٤٠	٢	٢٥	٢	٣٨,٥	٥	١١- ديكورات النعل
٣٨,٤	١٠	٦٠	٣	-	-	٥٣,٨	٧	١٢- لزق وكبس النعل
٢٦,٩	٧	٢٠	١	٢٥	٢	٣٠,٨	٤	١٣- حقن النعل
٤٢,٣	١١	٤٠	٢	١٢,٥	١	٦١,٥	٨	١٤- تسمير وتثبيت النعل.
١٩,٢	٥	-	-	-	-	٣٨,٥	٥	١٥- صب البوريتان

جدول رقم (٣/٢)
توزيع المنشآت حسب مساهمة الأدوات والمعدات
المستخدمة للتطور التكنولوجي

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٣٩,٥	١٧	٨٠	٤	٣٠-٣٨	٤	٣٦	٩	نعم
٦٠,٥	٢٦	٢٠	١	٦٩,٢	٩	٦٤	١٦	لا
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

يتضح من الجدول رقم (٣/٢) أن غالبية المنشآت الكبيرة التي يعمل بها ٥٠ عاملاً فأكثر - ٨٠% - ترى أن الأدوات والمعدات المستخدمة تعتبر ملائمة في ظل التطور التكنولوجي للصناعة ، بينما ترى غالبية المنشآت الصغيرة التي يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملاً والمنشآت المتوسطة التي يعمل بها من ٢٠ إلى ٤٩ عاملاً عدم ملائمة الأدوات والمعدات المستخدمة في ظل التطور التكنولوجي للصناعة ، حيث بلغت نسبة هذه المنشآت نحو ٦٤% ، ٦٩% ، على التوالي. ويمكن تفسير ذلك إلى أن هذين الحجمين من المنشآت يعتمد على استخدام المعدات البسيطة في عدد من العمليات الإنتاجية ، وذلك بخلاف وضع المنشآت الكبيرة.

وبتناولنا للأدوات والماكينات الواجب إستبدالها من وجهة نظر المنشآت التي ترى عدم أفضليتها مع التطور التكنولوجي للصناعة ، فإن الجدول رقم (٤/٢) يتناول ذلك.

من هذا الجدول يتضح وجود تباين في وجهة نظر المنشآت يتمثل فيما يلي:

- تحتل ماكينة ترفيع الفوندى المرتبة الأولى يليها في المرتبة الثانية كل من ماكينة ترفيع الجلد وماكينة التفصيل من حيث أهمية إستبدالهم من وجهة نظر المنشآت الصغيرة نظراً لعدم ملائمتهم للتطور التكنولوجي ، يلي ذلك عدد من المعدات الأخرى ذات الأهمية النسبية الأقل.

جدول رقم (٤/٢)

الأدوات والمعدات الواجب استبدالها من وجهة نظر

المنشآت التي ترى عدم أفضليتها مع التطور التكنولوجي للصناعة

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٤٢ر٣	١١	-	-	٢٢ر٢	٢	٥٦ر٣	٩	١- ماكينة ترفيع الفوندى
٣٤ر٦	٩	-	-	٣٣ر٣	٣	٣٧ر٥	٦	٢- ماكينة خياطة الفوندى
٤٦ر٢	١٢	١٠٠	١	٥٥ر٦	٥	٣٧ر٥	٦	٣- ماكينة خياطة حديثة
٢٦ر٩	٧	-	-	٢٢ر٢	٢	٣١ر٣	٥	٤- ماكينة تسخين الجلد
٣٨ر٥	١٠	-	-	٣٣ر٣	٣	٤٣ر٨	٧	٥- ماكينة ترفيع الجلد
٣٨ر٥	١٠	-	-	٣٣ر٣	٣	٤٣ر٨	٧	٦- ماكينة برست تفصيل
٣٤ر٦	٩	١٠٠	١	٤٤ر٤	٤	٢٥	٤	٧- ماكينة برست تقطيع ميكانيكى
٣٠ر٨	٨	-	-	٣٣ر٣	٣	٣١ر٣	٥	٨- ماكينة برست طبع
٣٠ر٨	٨	-	-	٣٣ر٣	٣	٣١ر٣	٥	٩- ماكينة كبس الأحذية
٣٤ر٦	٩	-	-	٣٣ر٣	٣	٣٧ر٥	٦	١٠- ماكينة خياطة النعل
٢٣ر١	٦	-	-	٤٤ر٤	٢	٢٥	٤	١١- ماكينة تثبيت النعل
٢٦ر٩	٧	-	-	٤٤ر٤	٢	٣١ر٣	٥	١٢- ماكينة ترفيع النعل
٣٤ر٦	٩	-	-	٣٣ر٣	٣	٣٧ر٥	٦	١٣- المكبس اليدوى
٣٤ر٦	٩	١٠٠	١	٢٢ر٢	٢	٣٧ر٥	٦	١٤- ماكينة الحقن
٣٠ر٨	٨	-	-	٢٢ر٢	٢	٣٧ر٥	٦	١٥- المعدات اليدوية
٢٦ر٩	٧	-	-	٢٢ر٢	٢	٣١ر٣	٥	١٦- ماكينة تثبيت الكعب

- تحتل ماكينة الخياطة الحديثة المرتبة الأولى من حيث أهمية استبدالها من وجهة نظر المنشآت المتوسطة والمنشآت الكبيرة ، يلى ذلك ماكينة التقطيع. كما أن ماكينة الحقن تحتل نفس الأهمية التى تحتلها ماكينة الخياطة الحديثة وماكينة التقطيع من وجهة نظر المنشآت الكبيرة.

٣- الأسباب التى تدعو لاستبدال الأدوات والمعدات:

ولما كانت الأسباب التى تدعو لعملية استبدال الأدوات والمعدات كثيرة ومتعددة فإنه من الواجب معرفة رأى المنشآت فى الأسباب التى تستند عليها فى قرار الاستبدال. والجدول التالى يتناول توزيعاً للمنشآت التى ترى ضرورة استبدال عدد من الآلات والمعدات حسب الأسباب.

جدول رقم (٥/٢)

توزيع المنشآت التي ترى عدم أفضلية الأدوات والمعدات

ويجب استبدالها حسب الأسباب

فئات عدد العاملين								بيان
جمله		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
١٦	-	٩	-	١	-	٢٦	-	عدد المنشآت ^(١)
١١	٦٨,٨	٥	٥٥,٦	١	١٠٠	١٧	٦٥,٤	الأسباب
١٤	٨٧,٥	٩	١٠٠	١	١٠٠	٢٤	٩٢,٣	١- خفض تكلفة الإنتاج
٢	١٢,٥	٢	٢٢,٢	-	-	٤	١٥,٤	٢- رفع جودة المنتج
٣	١٨,٨	٤	٤٤,٤	-	-	٧	٢٦,٩	٣- سهولة الحصول على قطع الغيا
٥	٣١,٣	١	١١,١	-	-	٦	٢٣,١	٤- سهولة عمليات الصيانة
٧	٤٣,٨	٤	٤٤,٤	١	١٠٠	١٢	٤٦,٢	٥- خفض العمالة المستخدمة
١	٦,٣	١	١١,١	-	-	٢	٧,٧	٦- سهولة التعامل مع المعدة
								٧- زيادة معدلات الإنتاج

يتضح من الجدول السابق أن الأسباب الرئيسية لاستبدال أدوات ومعدات الإنتاج من وجهة نظر المنشآت بمجموعها الثلاثة هي رفع جودة المنتج ، يلي ذلك بفارق ملحوظ خفض تكلفة الإنتاج في المنشآت الصغيرة والمتوسطة وإن احتل نفس الأهمية بالنسبة للمنشآت الكبيرة.

٤- المعوقات التي تحول دون استبدال أدوات ومعدات الإنتاج:

لما كانت نسبة كبيرة من المنشآت ترى عدم ملائمة الأدوات والمعدات المستخدمة للتطور التكنولوجي ، وأن غالبية هذه المنشآت تقع في المنشآت الصغيرة والمتوسطة - التي يعمل بها من ١٠ إلى ٤٩ عاملا - فكان لزاما معرفة رأى منشآت العينة فيما إذا كانت توجد معوقات تحول دون استبدال أدوات ومعدات الإنتاج فيما لو أرادت المنشأة ذلك ، وما هي تلك المعوقات. والجدول رقم (٦/٢) يتناول ذلك.

١ - انظر جدول رقم (٣/٢) .

من هذا الجدول يتضح أن نحو ٧٦,٧% من منشآت العينة ترى وجود عدد من المعوقات التي تحول دون استبدال الآلات والمعدات فيما لو رأت هذه المنشآت ذلك ، وهي نسبة عالية.

وبتناولنا رأى المنشآت حسب حجمها المختلفة يتبين لنا أن نسبة مرتفعة للغاية من المنشآت الصغيرة تبلغ نحو ٨٤% ترى بوجود معوقات تحول دون إمكانية استبدال الأدوات والمعدات بأخرى حديثة فيما لو شرعت في تنفيذ ذلك ، وعلى الرغم من أن هذه النسبة تتجه إلى التناقص مع كبر حجم المنشآت ، إلا أنها لا تزال مرتفعة حيث تبلغ نحو ٦٩,٢% في المنشآت متوسطة الحجم التي يعمل بها من ٢٠ إلى ٤٩ عاملاً ، ونحو ٦٠% في المنشآت الكبيرة التي يعمل بها ٥٠ عاملاً فأكثر.

وبتناولنا للمعوقات يتضح من الجدول رقم (٦/٢) وجود ثلاثة معوقات أساسية تتمثل في عدم توافر الأموال ، ضيق السوق المحلي ، وعدم القدرة على التصدير ، وإن تفاوتت الأهمية النسبية لهذه المعوقات حسب التفاوت في أحجام المنشآت.

جدول رقم (٦/٢)

توزيع المنشآت حسب وجود عوائق تحول دون

استبدال آلات ومعدات الإنتاج في حالة الرغبة في استبدالها وأسبابها

فئات عدد العاملين								بيان
١٩-١٠		٢٠-٤٩		٥٠ فأكثر		جملة		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
١	٤	٢	١٥ر٤	١	٢٠	٤	٩ر٣	لم يجب
٣	١٢	٢	١٥ر٤	١	٢٠	٦	١٤	لا
٢١	٨٤	٩	٩٦ر٢	٣	٦٠	٣٣	٧٦ر٧	نعم
								الأسباب
٢٠	٩٥ر٢	٨	٨٨ر٩	٢	٦٦ر٧	٣٠	٩٠ر٩	١- عدم توافر الأموال
٤	١٩ر١	-	-	-	-	-	١٢ر١٢	٢- عدم توافر العمالة المناسبة
١٦	٧٦ر٢	٨	٨٨ر٩	٣	١٠٠	٢٧	٨١ر٨	٣- ضيق السوق المحلي
٨	٣٨ر١	٤	٤٤ر٤	٢	٦٦ر٧	١٤	٤٢ر٤	٤- عدم القدرة على التصدير
٣	١٤ر٣	-	-	-	-	٣	٩ر١	٥- عدم المعرفة بأفضل المعدات
٤	١٩ر١	٢	٢٢ر٢	-	-	-	١٨ر٢	٦- عدم المعرفة بأفضل مصادر شراء المعدات.

٥- الحصول على قطع غيار الآلات والمعدات:

يمكن القول بأن عدم توافر قطع الغيار لأية آلة أو معدة تشكل مشكلة كبيرة ذلك لأنها تحول دون الإستخدام الأمثل للطاقة الإنتاجية للآلة أو المعدة وما لذلك من آثار سلبية على الإنتاج المحقق ، إنتاجية رأس المال ، إنتاجية العامل ، إرتفاع تكلفة الإنتاج ، إنخفاض القدرة التنافسية ، الخ.

ويبين الجدول التالى توزيع المنشآت حسب مواجهتها لمشكلة الحصول على قطع غيار الآلات والمعدات ومسامها.

جدول رقم (٧/٢)

توزيع المنشآت حسب مواجهتها لمشكلة الحصول على قطع غيار الآلات والمعدات ومسامها

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٧٩ر١	٣٤	٦٠ر٠٠	٣	٦١ر٥	٨	٩٢ر٠٠	٢٣	لا
٢٠ر٩	٩	٤٠ر٠٠	٢	٣٨ر٥	٥	٨ر٠٠	٢	نعم
								الآلات والمعدات التى يصعب الحصول على قطع غيار لها:
١١ر١	١	٥٠ر٠٠	١	-	-	-	-	١-ماكينة تفصيل الوجه
١١ر١	١	٥٠ر٠٠	١	-	-	-	-	٢-ماكينة الحقن
١١ر١	١	-	-	٢٠ر٠٠	١	-	-	٣-ماكينة البرست للتقطيع
١١ر١	١	-	-	٢٠ر٠٠	١	-	-	٤-ماكينة الترفيع
٢٢ر٢	٢	-	-	٢٠ر٠٠	١	٥٠ر٠٠	١	٥-المعدات التشيكية
٢٢ر٢	٢	-	-	٢٠ر٠٠	١	٥٠ر٠٠	١	٦-المعدات الإيطالية
٢٢ر٢	٢	٥٠ر٠٠	١	٤٠ر٠٠	٢	-	-	٧-معظم خطوط الإنتاج الحالية.

من الجدول السابق يتضح أن نحو ٢١% من إجمالى منشآت العينة تواجه مشكلة الحصول على قطع الغيار. غير أنه إذا تتبعنا هذه المشكلة بالنسبة لحجوم المنشآت يتضح لنا حقيقة هامة هى إنخفاض نسبة المنشآت التى تواجه مشكلة الحصول على قطع الغيار لدرجة كبيرة للغاية

في المنشآت الصغيرة التي يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملا حيث تبلغ نحو ٨% ، ثم تتزايد هذه النسبة بدرجة ملحوظة مع تزايد حجم المنشآت حيث بلغت نحو ٣٨,٥ في المنشآت التي يعمل بها من ١٩ إلى ٤٩ عاملا ، ثم إلى ٤٠% في المنشآت الكبيرة التي يعمل بها ٥٠ عاملا فأكثر.

وربما يمكن تفسير ذلك بأن المنشآت الصغيرة التي يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملا تستخدم أدوات ومعدات أقل تطورا ومن ثم يمكن تدبير قطع الغيار اللازمة لها بسهولة من المصادر المحلية. أما بالنسبة للمنشآت المتوسطة والكبيرة ، فإنه مع تزايد اعتمادها على الآلات والمعدات المتطورة يصعب الحصول على قطع الغيار اللازمة خاصة إذا ما اتجهت الدول الصناعية المتقدمة إلى تقديم آلات أكثر تطورا والبعد عن إنتاج قطع الغيار للآلات والمعدات الأقل تطورا ومن ثم تفرض عمرا زمنيا للآلات والمعدات قد لا يتفق مع التقادم الاقتصادي للآلة أو المعدة. وعموما ، فإنه من الجدول رقم (٧/٢) يتضح ما يلي:

- أن صعوبة الحصول على قطع غيار ماكينة تفصيل الوجه وماكينة الحقن تشكلان مشكلة بالنسبة إلى المنشآت كبيرة الحجم التي يعمل بها ٥٠ عاملا فأكثر.
- أن ماكينة البرست للتقطيع ، ماكينة الترفيع ، المعدات التشيكية والمعدات الإيطالية تشكل الآلات والمعدات التي يصعب الحصول على قطع غيارها بالنسبة للمنشآت المتوسطة التي يعمل بها من ٢٠ إلى ٤٩ عاملا.
- بالنسبة للمنشآت الصغيرة التي يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملا فإن صعوبة الحصول على قطع الغيار تتمثل في المعدات التشيكية والإيطالية.

ونرى أن ما يستحق لفت النظر إليه هو صعوبة الحصول على المعدات التشيكية والإيطالية. فالمنشآت التي تواجه هذه الصعوبة يرجع إلى أنها وهي كانت تسعى لتحديث الآلات والمعدات التي تستخدمها سعت إلى الحصول على المعدات التشيكية ولم تفتن إلى أن جمهورية التشيك وهي تتجه نحو التحديث استغنت عن الآلات والمعدات التي كانت تستخدمها وتم إحلالها بآلات ومعدات تخضع للتكنولوجيا الغربية ، وما ترتب عليه من عدم تصنيع أى قطع غيار للمعدات والآلات التي استغنت عنها. وربما هذا ما يمكن قوله بالنسبة لخطوط الإنتاج الإيطالية حيث اتجهت لاستخدام معدات أكثر تطورا وعدم قيامها بإنتاج قطع غيار لآلات والمعدات الأقل تطورا.

٦- برنامج تحديث الصناعة ورأى المنشآت بشأنه:

تسعى الدول إلى تحديث الصناعة وفق ما يسمى ببرنامج تحديث الصناعة المصرية بالتعاون مع دول الاتحاد الأوربي.

وربما يمكن القول أن نجاح أى برنامج تسعى الجهات المعنية إلى تنفيذه يتوقف على نشر هذا البرنامج بين المستفيدين وبيان أثره على تنمية وتطوير الصناعة من خلال تحديثها حتى يقابله تعاون فعال من قبل الصناعة المعنية لإنجاح البرنامج المعنى.

ونظرا لأهمية برنامج تحديث الصناعة المصرية واعتبار صناعة الجلود والمنتجات الجلدية من الصناعات المعنية بالتحديث ، فقد كان من الضروري معرفة وجهة نظر المنشآت بشأن هذا البرنامج.

والجدول رقم (٨/٢) يوضح توزيع المنشآت حسب توافر المعلومات الخاصة ببرنامج تحديث الصناعة ومصدرها.

من هذا الجدول يتضح أن غالبية منشآت العينة - نحو ٧٢% - لا تعرف شيئا عن هذا البرنامج. وبتناولنا توزيع المنشآت التى لا تعلم شيئا عن هذا البرنامج حسب حجوم المنشآت يتضح أن الغالبية العظمى من المنشآت الصغيرة التى يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملا - ٨٨% - لا تعلم شيئا عن هذا البرنامج. وإذا كانت هذه النسبة تتناقص مع كبر حجم المنشآت إلا أنها لا تزال ملحوظة حيث تبلغ نحو ٥٣ر٨% فى المنشآت المتوسطة التى يعمل بها من ١٩ إلى ٤٩ عاملا ، ثم نحو ٤٠% فى المنشآت الكبيرة التى يعمل بها ٥٠ عاملا فأكثر.

ومن الواضح أن غالبية النسبة المتواضعة التى لديها معلومات عن برنامج تحديث الصناعة قد استفتت المعلومات من غرفة صناعة الجلود.

جول رقم (٨/٢)
توزيع المنشآت حسب توافر المعلومات الخاصة
ببرنامج تحديث الصناعة ومصدرها

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٧٢٫١	٣١	٤٠٫٠٠	٢	٥٣٫٨	٧	٨٨٫٠٠	٢٢	لا
٢٧٫٩	١٢	٦٠٫٠٠	٣	٤٦٫٢	٦	١٢٫٠٠	٣	نعم
								المصدر:
٢٥٫٠٠	٣	٦٦٫٧	٢	١٦٫٧	١	-	-	١-وزارة الصناعة
٣٣٫٣	٤	٦٦٫٧	٢	٣٣٫٣	٢	-	-	٢-إتحاد الصناعات
١٦٫٧	٢	-	-	٣٣٫٣	٢	-	-	٣-المجلس السلي للجلود والمنتجات الجلدية
١٠٠٫٠	١٢	١٠٠٫٠	٣	١٠٠٫٠	٦	١٠٠٫٠	٣	٤-غرفة صناعة الجلود
٣٣٫٣	٤	٣٣٫٣	١	٥٠٫٠٠	٣	-	-	٥-وسائل الإعلام

كما سبق يمكن القول بوجود فجوة كبيرة بين المنشآت والجهات ذات العلاقة بصناعة الأحذية الجلدية من حيث تزويدها بالبيانات الفعالة عن كل ما يتصل بتحديث الصناعة.

ثانيا: المشاكل المتعلقة بالمواصفات والمقاييس

١- مواصفات إنتاج الحذاء والمقاييس:

تقديم:

لقد وضعت تعاريف كثيرة للتوحيد القياسى - بما فى ذلك إعداد المواصفات - ويشترك معظمها فى أنه اتباع أسلوب موحد وتطبيق قواعد ثابتة وإتخاذ مراجع واحدة عند مزاوله نشاط ما. ومن بين تطبيقات التقييس تحديد وحدات القياس ، وضع وشرح المصطلحات والرموز ، تعريف خصائص المنتجات وطرق قياسها واختبارها وتوصيف خصائصها لتحديد جودتها وقابليتها للتبادل ١٠٠٠ الخ. ثم أيضا سلامة الأشخاص والسلع أى أن - وبعبارة أخرى - التقييس هو ذلك النظام أو الأسلوب الذى يحقق وضع المواصفات القياسية التى تحدد الخصائص والأبعاد ومعايير

الجودة وطرق التشغيل والأداء للسلع والمنتجات مع تبسيط وتوحيد أنواعها وأجزائها على قدر الإمكان وذلك إقلالاً للتعدد الذى لا داعى له وتيسيراً للتبادلية فى إنتاج الجملة وقطع الغيار وخفضاً للتكاليف.

كما يشمل التقييس أيضاً توحيد الطرق والأساليب التى تتبع عند الفحص والاختبار للتأكد من مطابقة السلع والمنتجات للمواصفات المعتمدة وكذلك المصطلحات والتعاريف والرموز الفنية وأسس الرسم والتعبير.

وقد عرفت المنظمة الدولية للتقييس المواصفات القياسية فإنها:

"وثيقة معتمدة من سلطة معترف بها تم إعدادها باتباع أساليب التقييس فى مجال ما لتشمل مجموعة الاشتراطات التى ينبغى توافرها"^(١).

وعادة ما تشتمل المواصفة القياسية على النقاط التالية:

- المجال أى النطاق الذى تتناوله المواصفة القياسية. فإذا كانت السلعة يمكن أن تنتج منها أنواع مختلفة - مثل الأحذية وهو موضوعنا - فإن المجال يحدد الأنواع التى تشتمل عليها المواصفة كما يحدد استعمالها بصفة عامة أى أن المجال يلخص موضوع المواصفة بصورة مركزة.
- المصطلحات والتعاريف، أى أن تكتب المواصفة بلغة واضحة وبمفهوم موحد يهين لكل من يستعملها أن يستفيد منها ومن أجل ذلك يجب أن تشتمل المواصفة القياسية على تعريف للمصطلحات الأساسية الواردة فيها.
- التكوين العام للسلعة أو المنتج. أى وصف دقيق لهذا التكوين بحيث يلائم المنتج الغرض المصنوع من أجله ويضمن دوام حسن أدائه من حيث الدقة والجودة.
- المواد التى تصنع منها أجزاء المنتج. أى أن المواصفة القياسية عادة ما تشير إلى مواصفات قياسية أخرى خاصة بالمواد.
- الخصائص والاشتراطات الرئيسية.
- طرق الاختبار. ويجب أن توضح المواصفة القياسية للمنتج بالتفصيل خطوات إجراء الاختبار وتسجيل بياناته واستنتاج المؤشرات الدقيقة عن الجودة. مع النص على حدود الخطأ والتفاوتات المسموح بها.

^١ - ورد فى د.حسام مندور "المعايير والتوجيه القياسى"، مطبوعات مادة التخطيط الصناعى، المعهد العربى للتخطيط - الكويت ١٩٨٥.

- أى بيانات أخرى مثل الأشكال والرسومات التى تصاحب نص الموصفة وتوضحها
١٠٠ الخ.

- المراجع والجهات والهيئات التى شاركت فى وضع الموصفة.

٢- الموصفات المستعملة فى إنتاج الحذاء المصرى ومصدرها:

- تسهيلات لعمليات التحليل فقد قسمنا العينة حسب الحجم إلى ثلاثة فئات. الفئة الأولى للمشاريع التى يعمل بها من ١٠-١٩ عامل والفئة الثانية للمشاريع التى يعمل بها من ٢٠-٤٩ عامل والفئة الثالثة ٥٠ عامل فأكثر. وتظهر الإجابات عن السؤال رقم (١) والخاص بتحديد مصادر الموصفات المستعملة بأن مشاريع الفئة الأولى تعتمد بنسبة ٨٤% على موصفات مصرية والباقى على موصفات مصرية وأجنبية. أما الفئة الثانية فتعتمد بنسبة ٣٠% على موصفات مصرية أما الفئة الثالثة فحوالى ٦٠% من عدد المنشآت تعتمد على موصفات أجنبية وبوجه عام فإن ٦٣% من عدد المشروعات يعتمد على موصفات مصرية و ٢٥% من عدد المشروعات يعتمد على موصفات مصرية وأجنبية ويعتمد ٩٣% من مشروعات العينة (وكلهم فى الفئة الثانية) على موصفات أجنبية.

والخلاصة أن الاعتماد الأساسى يتم على استعمال الموصفات المصرية أو الجمع بين الموصفات المصرية والأجنبية (٢٥%).

جدول رقم (٩/٢)

مصادر موصفات إنتاج الحذاء المصرى

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
٢٢	٨٨	٤	٣٠,٧	٢	٤٠	٢٨	٦٥,١	مواصفات مصرية
-	-	٤	٣٠,٧	-	-	٤	٩,٣	مواصفات أجنبية
٣	١٢	٥	٣٨,٦	٣	٦٠	١١	٢٥,٦	مواصفات مصرية وأجنبية
٢٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٥	١٠٠	٤٣	١٠٠	جملة

٢- أظهر تحليل الإجابات أن هناك ١٥ مشروعا تستعمل مواصفات أجنبية خالصة أو مواصفات أجنبية ومصرية معا. وقد اتضح لنا أن حوالى ١٠ مشروعات تستعمل مواصفات أوروبية أى نسبة ٦٦,٦% من عدد المشروعات والباقي يتوزع بين مصادر إيطالية (٣ شركات) ثم مصادر ألمانية وإنجليزية (شركة لكل).

٣- المقاسات:

للمقاسات فى صناعة الأحذية أهمية خاصة لأن عدم الدقة يؤدى إلى عيوب مظهرية ومشكلات للمستهلك صحية ومزاجية. وتوجد لصناعة الأحذية قياسات مختلفة فرنسية وإنجليزية والقياس المترى وقياس منظمة المقياس الدولية وقياسات بالبوصة (قياس لانج) ٠٠٠ والنظام الفرنسى هو المعمول به فى مصر. وإذا كانت مصر تخطط للتصدير للخارج فإن ذلك يجعلها مستعدة لتلبية أكبر قدر من المقاسات يناسب الدول المصدر إليها^(١). ويشير تحليل العينة أن المقاسات النمطية التى تعتمد عليها المشروعات المصرية هى المقاسات المصرية (ذات الأصل الفرنسى) وبنسبة ٩٥% إذ أن هناك مشروعات فقط يعتمد على مقاسات أوروبية وإنجليزية.

٤- مواصفات مستلزمات الحذاء الإنتاجية:

أجاب على السؤال الخاص بمدى توافر مواصفات مستلزمات إنتاج الحذاء حوالى ٨٨% من العينة بنعم وأجاب الباقي بأن هناك مواصفات لبعض المستلزمات فقط وقد تركزت الإجابات بوجود مواصفات لبعض المستلزمات فى الفئة الأولى من العينة (١٠-١٩ عامل) أساسا. والجدول التالى يلخص هذه النتائج.

جدول رقم (١٠/٢)

مدى توافر مواصفات مستلزمات إنتاج الأحذية

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
١١٫٦	٥	—	—	٧٫٧	١	١٦	٤	بعض المستلزمات
٨٨٫٤	٣٨	١٠٠	٥	٩٢٫٣	١٢	٨٤	٢١	نعم
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

^١ - قارن فى ذلك "فريدش ليبيرت" تصنيع الحذاء المصرى ، القاهرة ١٩٨٥ ص ٢٠٣.

٥- جودة المستلزمات

وفي السؤال عن جودة المستلزمات فقد تركز السؤال حول الجلود المدبوغة والباطس والخيط والمواد اللاصقة أساسا.

جدول رقم (١١/٢)

جودة المستلزمات

مستوى الجودة – عدد المشروعات						المادة
منخفض		متوسط		جيد		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٩ر٢	٤	٣٥	١٥	٥٥ر٨	٢٤	الجلود المدبوغة
٩ر٢	٤	٢٠ر١	٩	٦٩ر٨	٣٠	الباطس
٤ر٧	٢	٢٣ر٣	١٠	٧٢	٣١	الخيط
٢ر٣	١	٢٠ر٩	٩	٧٦ر٧	٣٣	المواد اللاصقة
٢ر٣	١	٢٠ر٩	٩	٧٦ر٧	٣٣	إكسسوارات
–	–	٥	٢	٩٥	٤١	نعل

ويلاحظ بوجه عام أن المؤسسات التي أشارت إلى أن مستوى الجودة متوسط أو منخفض قد تركزت في الفئة الأولى والثانية. كما يلاحظ أن العنصر الأكثر انخفاض في الجودة هي الجلود المدبوغة وسوف نأتى إلى تفصيل ذلك لاحقا.

٦- أهم عيوب الجلود المصرية المدبوغة:

يظهر الجدول رقم (١٢/٣) أهم عيوب الجلود المصرية المدبوغة ويلاحظ على الجدول:

- ارتفاع الأسعار يمثل أهم عيب من وجهة نظر جميع المنتجين تقريبا.
- نقص الدباغة هو المصدر الأول فنيا في تحديد عيوب الجلود المدبوغة وقد أجاب حوالى ثلثي العينة بذلك مع ملاحظة أن ٨٠% من الفئة الثالثة قد أشارت إلى مشكلة نقص الدباغة.

- أشار حوالى نصف العينة أو أكثر إلى عيوب أخرى منها اختلاف السمك في الجلد الواحدة ، عيوب التشطيب ، عدم ثبات الألوان.

جدول رقم (١٢/٢)
أهم عيوب الجلود المصرية المدبوغة

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٦٥ر١٢	٢٨	٨٠	٤	٦١ر٥٤	٨	٦٤	١٦	نقص الدباغة
٢٥ر٥٨	١١	—	—	١٥ر٣٨	٢	٣٦	٩	نقص المقاس
٤٨ر٨٤	٢١	٦٠	٣	٣٨ر٤٦	٥	٥٢	١٣	اختلاف السمك في الجلد الواحدة
٢٧ر٩١	١٢	٤٠	٢	٣٠ر٧٧	٤	٢٤	٦	ضغط الخواص الميكانيكية
٥٣ر٤٩	٢٣	١٠٠	٥	٦١ر٥٤	٨	٤٠	١٠	عيوب في التشطيب
٤٨ر٨٤	٢١	٨٠	٤	٤٦ر١٥	٦	٤٤	١١	عدم ثبات الألوان
٣٧ر٢١	١٦	٤٠	٢	٢٣ر٠٨	٣	٤٤	١١	التشقق والجفاف
٨٦ر٠٥	٣٧	٦٠	٣	٩٢ر٣١	١٢	٨٨	٢٢	ارتفاع الأسعار

٧- الموقف من الجلود الخام المصرية:

لقد طرحنا هذا السؤال حتى يمكن التعرف على عيوب الصناعة وهل هى مركزة في الجلود المدبوغة أم أن الجلد الخام المصرى غير مناسب أو منخفض الجودة. وقد لاحظنا من الإجابات أن حوالى ٦٧ر٥% من أفراد العينة قد أجابوا بأن الجلد الخام المصرى جيد بما في ذلك ٨٠% من المشروعات الكبيرة (الفئة الثالثة) كما أجاب ٢٥ر٦% بأن الجلد المصرى متوسط الجودة ولم يصف الجلد المصرى بأنه منخفض الجودة إلا ثلاثة مشاريح وبنسبة ٧% تقريبا.

والجدول التالى يلخص هذه النتائج. وبالمقارنة فإن نسبة من أشار إلى جودة الجلد لم يتعدى نصف العينة إلا قليلا.

جدول رقم (١٣/٢)

مستوى جودة الجلد المصري الخام

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٦٧,٤٤	٢٩	٨٠	٤	٨٤,٦٢	١١	٥٦	١٤	جيد
٦,٩٨	٣	-	-	٧,٦٩	١	٨	٢	منخفض
٢٥,٥٨	١١	٢٠	١	٧,٦٩	١	٣٦	٩	متوسط
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

٨- وبالنسبة للسؤال الخاص بمدى مناسبة أسعار الجلود المدبوغة لأسعار الأحذية أشار ٨٨,٤% من حجم العينة إلى عدم مناسبة الأسعار والجدول التالي يظهر تفريغ الإجابات.

جدول رقم (١٤/٢)

مدى مناسبة أسعار الجلود المدبوغة

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٢,٣	١	—	—	٧,٧	١	—	—	
٨٨,٤	٣٨	١٠٠	٥	٧٧	١٠	٩٢	٢٣	غير مناسب
٩,٣	٤	—	—	١٥,٤	٢	٨	٢	لا أعرف
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

٩- أسباب ارتفاع أسعار الجلود المدبوغة:

ولمعرفة رأى أصحاب الصناعات فى الأسباب المحتملة لارتفاع أسعار الجلود تم صياغة السؤال مع وضع ثلاثة اجابات محتملة تمثل قلة المعروض من الجلود الخام وارتفاع أسعار خامات الدباغة ووجود مراكز احتكارية بالسوق.

والجدول رقم (١٥/٢) يلخص نتائج الإجابات.

جدول رقم (١٥/٢)
أسباب ارتفاع أسعار الجلود المدبوغة

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٥٥ر٨١	٢٤	٤٠	٢	٤٦ر١٥	٦	٦٤	١٦	قلة المعروض من الجلود الخام
٤١ر٨٦	١٨	٢٠	١	٥٣ر٨٥	٧	٤٠	١٠	ارتفاع أسعار خامات الدباغة
٤٦ر٥١	٢٠	٤٠	٢	٣٨ر٤٦	٥	٥٢	١٣	هناك مراكز احتكارية في السوق
٣٠ر٢٣	١٢	٦٠	٣	٣٨ر٤٦	٥	٢٠	٥	تصدير الجلد الخام والنصف مصنع

١٠- مدى مناسبة الجلود المدبوغة حالياً لإنتاج حذاء متميز:

أشار ٦٢ر٨% من العينة إلى عدم مناسبة الجلود المدبوغة لإنتاج حذاء متميز في حين

أجاب الباقي بنعم.

أمام أسباب عدم مناسبة الجلود المدبوغة لإنتاج حذاء متميز فقد أشار حوالى ٥٨% من العينة إلى أن سوء الدباغة هو السبب الرئيسى في حين أشار ٣٧% إلى سوء التشطيب وحوالى ٣٥% إلى سوء الصباغة وحوالى ٤٦ر٥% إلى عدم وجود مواصفات واضحة لدرجات الجلود بالإضافة إلى أسباب أخرى كما يوضحها الجدول التالى.

جدول رقم (١٦/٢)

أسباب عدم مناسبة الجلود المدبوغة لإنتاج حذاء متميز

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٥٨,١٤	٢٥	٦٠	٣	٦١,٥٤	٨	٥٦	١٤	سوء الدباغة
٣٧,٢١	١٦	٦٠	٣	٥٣,٨٥	٧	٢٤	٦	سوء التشطيب
٣٤,٨٨	١٥	٤٠	٢	٣٨,٤٦	٥	٣٢	٨	سوء الصباغة
٤٦,٥١	٢٠	٦٠	٣	٣٨,٤٦	٥	٤٨	١٢	عدم وجود مواصفات واضحة لدرجات الجلود
٩,٣٠	٤	-	-	٧,٦٩	١	١٢	٣	صغر المقاسات
٢٧,٩١	١٢	٢٠	١	٢٣,٠٨	٣	٣٢	٨	شق الجلد
٢,٢٣	١	-	-	٧,٦٩	١	-	-	نتيجة تصدير الدرجة الجيدة

ويلاحظ على الجداول الخاصة بدراسة عيوب الجلود المدبوغة الآتى:

- الإجماع من حجومات المنشآت المختلفة على أن العيوب الأساسية فى الجلود المدبوغة هي سوء الدباغة وعدم الإهتمام بالتشطيب وعدم ثبات الألوان بالرغم من أن الجلود المصرية الخام مقبولة بشكل جيد.

- إن استمرار هذه العيوب يعنى إهدار الثروة القومية من الجلود وإهدار فرص الاستفادة منها.

١١ - الحلول المقترحة لرفع مستوى الجلود المدبوغة:

ويبين الجدول رقم (١٧/٢) رؤية مفردات العينة التى أجابت بعدم مناسبة الجلود المدبوغة لإنتاج حذاء متميز حول وسائل ومقترحات علاج انخفاض مستوى الجلود المدبوغة. ويلاحظ من هذا الجدول أن الحلول الأكثر أهمية من وجهة نظر المنشآت بحجومها المختلفة هي العمل على رفع مستوى الدباغة والتشطيب وتحديد مواصفات فنية واضحة لدرجات الجلد المدبوغ والرقابة عليها. كذلك حازت الحلول الخاصة بالتدريب الفنى للدباغة والمزيد من ميكنة الدباغة على نسبة تقارب الـ ٥٨% وقد تساعد هذه الحلول على المساهمة فى التخفيف من الكثير من المشكلات.

جدول رقم (١٧/٢)

الحلول المقترحة لرفع مستوى الجلود المدبوغة

فئات عدد العاملين								بيان
١٩-١٠		٢٠-٤٩		٥٠ فأكثر		جملة .		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
٢٢	٨٨	١٣	١٠٠	٥	١٠٠	٤٠	٩٣,٠٢	رفع مستوى الدباغة والتشطيب
١٤	٥٦	٦	٤٦,١٥	٥	١٠٠	٢٥	٥٨,١٤	التدريب الفنى للدباغين
١٥	٦٠	٦	٤٦,١٥	٤	٨٠	٢٥	٥٨,١٤	مزيد من ميكنة الدباغة
١٧	٦٨	٩	٦٩,٢٣	١	٢٠	٢٧	٦٢,٧٩	تحديد مواصفات فنية واضحة للرجلت الجلد والرقابة عليها
٧	٢٨	٤	٣٠,٧٧	١	٢٠	١٢	٢٧,٩١	استيراد جلد مدبوغ لمنافسة الاحتكار
١٠	٤٠	٢	١٥,٣٨	١	٢٠	١٣	٣٠,٢٣	منع شق الجلد.
٥	٢٠	٤	٣٠,٧٧	-	-	٩	٢٠,٩٢	عدم تصدير الجلد الخام
٢	٨٠	١	٧,٦٩	١	٢٠	٤	٩,٣٠	عدم تصدير الجلد النصف مصنع
٢	٨٠	-	-	١	٢٠	١	٢,٣٣	اعطاء الفرصة للجلد المصرى بدلا من الاستيراد.

١٢- وأخيرا فإن السؤال عن أسباب الشكوى من الأحذية الحالية قد أتت متماشية مع اتجاه الإجابات في الأسئلة السابقة إذ أشار حوالى ٧٠% من الإجابات إلى أن السبب هو عيوب التصنيع ثم عيوب الخامات والمستلزمات فى المرتبة الثانية ثم عيوب التصميم وسوء الاستخدام.

١٢- مصادر مستلزمات الإنتاج المستعملة فى إنتاج الحذاء المصرى:

يلاحظ من الجدول أن هناك مجموعة من المستلزمات مستوردة يتم الاعتماد عليها بشكل رئيسى وتشمل النعل الصناعى والجلد الصناعى سكاى والرباط والأبزيم.

كما أن الشركات الكبيرة وعددها خمس شركات هى أكثر ميلا لاستعمال مستلزمات مستوردة والجدول التالى يلخص الصورة.

جدول رقم (١٨/٢)

مصادر المستلزمات

البيان	عدد الشركات محلى	%	عدد الشركات أجنبى	%
الجلود	٤١	٩٥ر٤	٢	٤ر٦
الباطس	٣١	٧٢	١٢	٢٨
الخيوط	٣٣	٧٦ر٨	١٠	٢٣ر٢
الموان اللاصقة	٣٤	٧٩	٩	٢١
الإكسسوارات	٣٦	٨٣ر٧	٧	١٦ر٣
نعل صناعى	٢	٤ر٦	٤١	٩٥ر٤
الجلد الصناعى سكاى	١	٢ر٣	٤٢	٩٧ر٧
رباط	٢	٤ر٦	٤١	٩٥ر٤
أبزيم	١	٢ر٣	٤٢	٩٧ر٧

ثالثاً: المشاكل المتعلقة بالجودة:

يوجد لكل صناعة مفتاح لفهم أسرارها ، ومفتاح التميز لأى صناعة مجموعة من الأسباب ، فبالنسبة لصناعة الأحذية الجلدية فمفتاح تميزها يتركز على عدد من الاعتبارات ومن أهمها الاعتبارات الفنية — حيث المواصفات القياسية للحذاء التى تعد مفتاح الجودة لتلك الصناعة.

ويوضح الجدول رقم (١٩/٢) أهم المواصفات القياسية للحذاء المصرى ، حيث يتضح منه ما يلى:

- بالنسبة للمنشآت الصغيرة فقد احتل وجود جلود مدبوغة جيدة الأهمية النسبية الأولى بنسبة مقدارها ٤٨% ، يليها فى الأهمية النسبية العمالة الجيدة والمستلزمات المساعدة الجيدة بأهمية نسبية مقدارها ٣٦% ، ٣٢% على التوالى ، أما بالنسبة لوجود نعل مطابق للمواصفات ، أو أن يكون نعل رقيقاً واختيار المواد اللاصقة الجيدة فقد أتت جميعها فى المرحلة الأخيرة بنسبة مقدارها ١٢%.
- بالنسبة للمنشآت المتوسطة فقد احتلت الجودة والتشطيب الجيد المرتبة الأولى بنسبة مقدارها ٥٣ر٨% مما يدل على اهتمام هذه المنشآت بأهمية الجودة فى تلك الصناعة ، يلى ذلك فى الأهمية الجلود المدبوغة والمتانة بنسبة مقدارها ٣٨ر٤% ، ٣٠ر٧% على التوالى ، أما بالنسبة لباقي المواصفات فقد بلغت أهميتها النسبية ٢٣ر٠٨% باستثناء المقاسات المضبوطة ، والنعل لا يكون رقيقاً ، واختيار المواد اللاصقة فقد بلغت ٧ر٦% واحتلت جميعها المرتبة الأخيرة.
- بالنسبة للمنشآت الكبيرة فتجى المتانة ، المقاسات المضبوطة ، والجلود المدبوغة جيداً فى الأهمية النسبية الأولى بالنسبة لها حيث بلغت ٤٠% وتجى جميع المواصفات الواجب مراعاتها فى المرحلة التالية بأهمية نسبية مقدارها ٢٠%.
- ومن الملاحظ بصفة عامة أن الجلود المدبوغة جيداً تجى فى المرتبة الأولى لجميع المنشآت بالنسبة لأهمية المواصفات القياسية للحذاء المصرى ، يلى ذلك المتانة من حيث عدم تشقق الجلد أو النعل.

جدول رقم (١٩/٢)
المواصفات القياسية للحذاء المصري

فئات عدد العاملين								أهم المواصفات
١٩-١٠		٢٠-٤٩		٥٠ فأكثر		جملة		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%			
٧	٢٨	٧	٥٣٫٨٥	١	٢٠	١٥	٣٤٫٨٨	الجودة والتشطيب الجيد
٥	٢٠	٤	٣٠٫٧٧	٢	٤٠	١١	٢٥٫٥٨	المثانة - عدم تشقق الجلد أو النعل
٥	٢٠	٣	٢٣٫٠٨	٣	٦٠	١١	٢٥٫٥٨	الموديلات الحديثة
٦	٢٤	٣	٢٣٫٠٨	٢	٤٠	١١	٢٥٫٥٨	خامات جيدة
٤	١٦	١	٧٫٦٩	١	٢٠	٦	١٣٫٩٥	مقاسات مضبوطة
١٢	٤٨	٥	٣٨٫٤٦	٢	٤٠	١٩	٤٤٫١٩	جلود مدبوغة جيدا
٨	٣٢	٢	١٥٫٣٨	١	٢٠	١١	٢٥٫٥٨	المستلزمات المساعدة جيدة
٢	٨	٣	٢٣٫٠٨			٥	١١٫٦٣	نعل مطابق للمواصفات
٣	١٢	١	٧٫٦٩			٤	٩٫٣٠	النعل لا يكون رفيعا جدا
٣	١٢	٢	١٥٫٣٨			٥	١١٫٦٣	باطس جيد
٣	١٢	١	٧٫٦٩	١	٢٠	٥	١١٫٦٣	اختيار المراد اللاصقة الجيدة
٦	٢٤	٣	٢٣٫٠٨	١	٢٠	١٠	٢٣٫٩٦	أسعار مناسبة
٩	٣٦			١	٢٠	١٠	٢٣٫٩٦	عمالة جيدة

كما يوضح الجدول رقم (٢٠/٢) الاعتبارات التي يجب مراعاتها عند صناعة الأحذية الجلدية:

- بالنسبة للمنشأة الصغيرة الحجم تجب في المرتبة الأولى من الأهمية أن يجمع الحذاء بين الناحية الجمالية والقوة والمثانة والتحمل للاستخدامات المختلفة بأهمية نسبية قدرها ٩٦% يلي ذلك من حيث الأهمية النسبية الاختيار الدقيق لجميع الخامات ومراعاة أصول تجميع الفوندى على النعل حيث بلغت ٩٢% ، أما بالنسبة لعدم استخدام الاسطوانات من الصاج أو الكرتون فتجى في المرتبة قبل الأخيرة بأهمية نسبية مقدارها ٤٤% ، أما بالنسبة لاختيار المادة اللاصقة المناسبة والنظافة فتجى في المرتبة الأخيرة حيث لا تمثل أى أهمية في الاعتبارات الواجب اتخاذها في صناعة الأحذية الجلدية.

- بالنسبة للمنشأة المتوسطة الحجم فتجى في المرتبة الأولى وهى أن يجمع الحذاء بين الناحية الجمالية والاختيار الدقيق لجميع الخامات ، واختيار المادة اللاصقة المناسبة ، ويجب تفصيل وقص الفوندى بأجزائه في المرتبة الثانية بأهمية نسبية مقدارها ٩٢% ، يلي ذلك في

المرتبة الثالثة التالية الأخذ في الاعتبار أن كل الخامات لها نفس الأهمية ، معرفة الإستفادة من حل جزء في الجلد ، مراعاة أصول تجميع الفوندى على النعل بأهمية نسبية مقدارها ٨٤٦% ، كما ييجى فى المرحلة الأخيرة عدم استخدام الإسطمبات من الصاج أو الكرتون بأهمية نسبية مقدارها ٤٦% .

- بالنسبة للمنشأة كبيرة الحجم ، فقد احتل عنصر الاختيار الدقيق لجميع الخامات ومراعاة الجودة المرتبة الأولى بأهمية نسبية ١٠٠% ، أما بالنسبة لباقي الاعتبارات الواجب مراعاتها عند صناعة الأحذية الجلدية فقد جاءت فى المرتبة الثانية بأهمية نسبية مقدارها ٨٠% باستثناء ، اعتبار أن كل الخامات لها الأهمية ، وعدم استخدام الإسطمبات من الصاج أو الكرتون فى المرتبة الأخيرة بأهمية نسبية مقدارها ٦٠% .

- بصفة عامة يتضح من الجدول السابق أن الاختيار الدقيق لجميع الخامات ومراعاة الجودة المناسبة للغرض المستخدم للحذاء ، أن يجمع الحذاء بين الناحية الجمالية والقوة والمتانة والتحمل للاستخدامات المختلفة فيجى فى الأهمية الأولى بالنسبة لجميع المنشآت حيث تراوحت الأهمية النسبية لها بين ٩٦% ، ١٠٠% بالمقارنة لباقي الاعتبارات الأخرى الواجب مراعاتها عند صناعة الأحذية الجلدية.

جدول رقم (٢ / ٢٠)
اعتبارات صناعة الأحذية الجلدية

فئات عدد العاملين								أهم الاعتبارات
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٩٥,٣٥	٤١	٨٠	٤	١٠٠	١٣	٩٦	٢٤	أن يجمع الحذاء بين الناحية الجمالية والقوة والمتانة والتحمل للاستخدامات المختلفة
٩٥,٣٥	٤١	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	٩٢	٢٣	الاختيار الدقيق لجميع الخامات ومراعاة الجودة والناسبة للغرض المستخدم للحذاء
٧٤,٤٢	٣٢	٦٠	٣	٨٤,٦٢	١١	٧٢	١٨	اعتبار أن كل الخامات لها نفس الأهمية
٧٢,٠٩	٣١	٨٠	٤	٧٦,٩٢	١٠	٦٨	١٧	تفهم ودراة الخواص المختلفة لكل نوع جلد مدبوغ وأفضلية استخدامه
٧٦,٧٤	٣٣	٨٠	٤	٨٤,٦٢	١١	٧٢	١٨	معرفة الاستفادة من كل جزء في الجلد في الغرض الذى يصلح له
٧٩,٠٧	٣٤	٨٠	٤	٩٢,٣١	١٢	٧٢	١٨	تفصيل وقص القوئدى بأجزائه والجلد في وضع أفقى ومستريح ومراعاة القطع مع اتجاه الألياف للجلد
٤٦,٥١	٢٠	٦٠	٣	٤٦,١٥	٦	٤٤	١١	عدم استخدام الإسطمبات من الصاج أو الكرتون لعدم استوائها أو لتآكلها من الجوانب
٨٨,٣٧	٣٨	٨٠	٤	٨٤,٦٢	١١	٩٢	٢٣	مراعاة أصول تجميع القوئدى على التعل حيث تعد من العمليات ذات الأهمية في صناعة الحذاء
٣٩,٥٢	١٧	٨٠	٤	١٠٠	١٣	-	-	اختيار المادة اللاصقة المناسبة، والنظافة ودرجة الحشونة للسطحين الذين سيتم لصقهما، مع مراعاة درجة الجودة.

رابعاً: المشاكل المتعلقة بالتصميم:

يعد التصميم أحد المشاكل المتعلقة بالنواحي التكنولوجية والفنية للإنتاج حيث يعد هذا العنصر من العناصر الهامة المحددة لجودة المنتج.

هذا ولقد تم اختيار عينة مكونة من (٤٣) مفردة تتوزع ما بين منشآت صغيرة تم تحديدها على أساس أن عدد العاملين بها من (١٠-١٩) ، ومنشآت متوسطة تم تحديدها على أساس أن عدد العاملين بها من (٢٠-٤٩) ، ومنشآت كبيرة تم تحديدها على أساس أن عدد العاملين بها ٥٠ فأكثر.

١- طرق الحصول على التصميمات:

يعد الحصول على التصميمات بالنسبة لإنتاج الحذاء نقطة هامة ولكنها نقطة مكلفة ، فالتصميم الجيد مؤداة الحصول على منتج جيد ومنافس ، ولكن هذا يتطلب الاعتماد على العديد من المصادر قد تكون هذه المصادر محلية أو مصادر أجنبية.

أما بالنسبة للمصنّاع المحلية فقد تعتمد المنشآت على طرق تقليدية عديدة أو قد تعتمد على استخدام الكمبيوتر إذا كانت لديها الإمكانيات المادية التي تتيح لها ذلك.

هذا ويوضح الجدول التالي مدى إعتدائية المنشآت على الكمبيوتر حيث يظهر أن منشأة واحدة فقط في الفئة من (١٠-١٩) تعتمد على الكمبيوتر ، ومنشأتان في الفئة من (٢٠-٤٩) ، ومنشأة واحدة في الفئة من ٥٠ فأكثر وهذا يوضح أن الإعتداع على الكمبيوتر إجتهداد شخصي من المنشآت في الفئات المختلفة حيث يعتمد ذلك على مدى قدرتها على استخدامه.

جدول رقم (٢١/٢)

مدى اعتماد المنشآت على الكمبيوتر

فئات عدد العاملين								أهم المواصفات
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٩٣	٤	٢٠	١	١٥٥	٢	٤	١	استخدام الكمبيوتر
٣٩,٥	١٧	٢٠	١	٢٣	٣	٥٢	١٣	الإعتماد على الطرق التقليدية
٥١,٢	٢٢	٦٠	٣	٦١,٥	٨	٤٤	١١	مصادر أخرى
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

ويظهر أيضا من هذا الجدول زيادة الاعتماد على الطرق التقليدية والمتمثلة في الاعتماد على النفس في إجراء التصميمات المختلفة ويظهر أن المنشآت في الفئة من (١٠-١٩) تعتمد بصفة أكبر على نفسها من المنشآت في الفئة من (٢٠-٤٩) إلى جانب انخفاض هذه النسبة أيضا في الفئة من ٥٠ فأكثر وهذا قد يرجع إلى ضعف إمكانيات المنشآت الصغيرة.

٢- مصادر التصميمات:

أما مصادر الحصول على التصميمات فهي إما مصادر محلية أو مصادر أجنبية أو كلاهما، ويوضح الجدول التالي توزيع التصميمات حسب مصادرها المختلفة.

جدول رقم (٢٢/٢)

مصادر التصميمات

فئات عدد العاملين								أهم المواصفات
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٢٧	-	٨٠	-	٢٠	٢	٤٢	٥	١- مصدر محلي
٧٣	١٧	٢٠	٤	٨٠	٨	٥٨	٧	مصدر أجنبي
١٠٠	٤٣	١٠٠	٤	١٠٠	١٠	١٠٠	١٢	جملة

يظهر من هذا الجدول أن المنشآت في الفئة من (١٠-١٩) يتوزع استخدامها على المصادر المحلية والمصادر الأجنبية بنسبة متقاربة تراوحت ما بين ٤٢% حتى ٥٨% وتجد الباحثة أن هذه النسبة تعد جيدة حيث لم تتوقع الباحثة أن يستخدم هذه الفئة المصادر الأجنبية ، أما في الفئة من (٢٠-٤٩) فقد توزع الاستخدام بين المصادر المحلية والأجنبية لصالح المصادر الأجنبية التي وصلت إلى نسبة ٨٠% أما المصادر المحلية فقد وصلت إلى ٢٠% ، أما في الفئة ٥٠ فأكثر فكان اعتمادها على المصادر الأجنبية فقط وهذا غير متوقع فلقد كانت الباحثة تعتقد أن هذه المنشآت قد تعتمد على المصادر المحلية بدرجة ما وخصوصا في ظل وجود مركز فليسك. أما توزيع العينة على المصادر المحلية فقد توزع بين العديد ومنها الكتالوجات والمصممين والورش والإسطمبات والتصميمات الخاصة ومركز فليسك ويظهر الجدول التالي ذلك:

جدول رقم (٢٣/٢)

المصادر المحلية للتصميمات

فئات عدد العاملين								أهم المواصفات
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
١٤	٦	-	-	٨	١	٢٠	٥	كتالوجات
٧	٣	-	-	-	-	١٢	٣	مصممين
٢	١	-	-	-	-	٤	١	ورش خاصة
٢	١	-	-	٨	١	-	-	مركز فليسك

من هذا الجدول يتضح تنوع المصادر المحلية التي تعتمد عليها المنشآت المختلفة ، فالمنشآت من (١٠-١٩) تعتمد على الكتالوجات والمصممين والورش الخاصة ، أما المنشآت في الفئة من (٢٠-٤٩) فتعتمد على الكتالوجات وعلى مركز فليسك . أما بالنسبة للمصادر الأجنبية للحصول على التصميمات فتشمل كتالوجات عالمية ، معارض خارجية ، مجلات عالمية متخصصة ، موديلات وتصاميم إيطالية ، وأيضا يعتمد البعض على شبكة الإنترنت ويوضح الجدول التالي ذلك:

جدول رقم (٢/٢٤)
المصادر الأجنبية للتصميمات

فئات عدد العاملين								أهم الموصفات
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	
٦	٢٤	٦	٤٦	٢	٤٠	١٤	٣٣	كتالوجات عالية
٢	٨	٥	٣٨	١	٢٠	٨	١٩	معارض خارجية
٢	٨	-	-	١	٢٠	٣	٧	موديلات وتصاميم إيطالية
-	-	١	٨	١	٢٠	٢	٥	شبكة الإنترنت Moda

ويظهر هذا الجدول زيادة اعتماد المنشآت من (١٠-١٩) على الكتالوجات العالمية يليها المعارض يليها المجلات العالمية المتخصصة ، أما المنشآت في الفئة من (٢٠-٤٩) فتعتمد على الكتالوجات العالمية يليها المعارض يليها شبكة الإنترنت ، أما المنشآت التي بها ٥٠ عامل فأكثر فتعتمد على كل المصادر بنسب متساوية تقريبا .

٣- تكاليف الحصول على التصميمات من الخارج:

(أ) تكاليف السفر للحصول على التصميمات من الخارج:

إتضح من تحليل العينة أن ١٣ منشأة فقط هي التي تعتمد على الحصول على تصميماتها من الخارج ، وظهر أنه داخل الفئة من (١٠-١٩) ٤ منشآت تكلفت ٤١٠٠٠ جنيه بمتوسط ١٠٢٥٠ جنيه ، وأن ٧ منشآت في الفئة المتوسطة من (٢٠-٤٩) تكلفت ١٢٠٠٠٠ جنيه بمتوسط ١٧١٤٣ جنيه وأن منشأتين في الفئة ٥٠ فأكثر تكلفت ٢٧٠٠٠ جنيه بمتوسط ١٣٥٠٠ جنيه ، وعلى غير ما توقعت الباحثة فإن المنشآت الصغيرة اعتمدت على السفر للخارج للحصول على تصميماتها بنسبة أكبر من المنشآت الكبيرة ، عموما فإن عدد (١٣) منشأة من إجمالي (٤٣) منشأة تحصل على تصميماتها من الخارج أي بنسبة ٣٠% وهي نسبة

تعد صغيرة ولكن تجد الباحثة ما يبررها في ارتفاع تكاليف السفر للخارج ويظهر ذلك من الجدول التالي:

جدول رقم (٢٥/٢)

تكاليف السفر للخارج للحصول على التصميمات

فئات عدد العاملين									بيان
٥٠ فأكثر			٢٠-٤٩			١٠-١٩			
متوسط	عدد	مجموع	متوسط	عدد	مجموع	متوسط	عدد	مجموع	
١٣٥٠٠	٢	٢٧٠٠٠	١٧١٤٣	٧	١٢٠٠٠٠	١٠٢٥٠	٤	٤١٠٠٠	جنيه مصرى

(ب) تكاليف شراء الموديلات والتصميمات من الخارج:

يتضح من الدراسة ارتفاع تكلفة شراء الموديلات والتصميمات من الخارج وظهر أن هناك منشأتين فى الفئة من (١٠-١٩) تتكلفان ١٣٠٠٠ جنيه بمتوسط ٦٥٠٠ جنيه ، وأن هناك ستة منشآت فى الفئة (٢٠-٤٩) تتكلفان ٩٥٨٥٠ جنيه أى بمتوسط ١٥٩٧٥ جنيه للمنشأة الواحدة ، أما المنشآت التى بها ٥٠ عامل فأكثر والتى تشتري موديلات وتصميمات من الخارج تعددها (٤) منشآت وتتكلف ٢٠٩٥٠٠ جنيه أى بمتوسط ٥٢٣٧٥ جنيه هذا ولقد توقعت الباحثة أن تكون الفئة التى بها عدد عمال أكبر وهى الفئة من ٥٠ فأكثر أن تكون هى الفئة التى يكون بها عدد أكبر من المنشآت ولكن الدراسة أوضحت أن الفئة المتوسطة من (٢٠-٤٩) التى بها أكبر عدد من المنشآت بالرغم من أن متوسط التكلفة بها أقل من الفئة الكبيرة (٥٠) فأكثر ، هذا ويوضح الجدول التالى ذلك.

جدول رقم (٢٦/٢)

تكلفة شراء الموديلات والتصميمات من الخارج

فئات عدد العاملين									بيان
٥٠ فأكثر			٢٠-٤٩			١٠-١٩			
متوسط	عدد	مجموع	متوسط	عدد	مجموع	متوسط	عدد	مجموع	
٥٢٣٧٥	٤	٢٠٩٥٠٠	١٥٩٧٥	٦	٩٥٨٥٠	٦٥٠٠	٢	١٣٠٠٠	جنيه مصرى

(ج) تكاليف استخدام "استخدام" الخبراء للحصول على التصميمات:

وضح من أن هناك ثلاثة منشآت فقط فى الفئة من (١٠-١٩) تعتمد على الخبراء المتخصصين فى الحصول على تصميماتها بإجمالى تكلفة ٤٠٠٠ جنيه ومتوسط ١٣٣٣ جنيه وهذا على غير ما توقعت الباحثة فلقد توقعت الباحثة أن تعتمد المنشآت المتوسطة والكبيرة على

استخدام الخبراء بنسبة أكبر وذلك لما لديهم من امكانيات مادية أكبر للحصول على هؤلاء الخبراء وظهر ذلك من الجدول التالي:

جدول رقم (٢٧/٢)

فئات عدد العاملين									بيان
٥٠ فأكثر			٢٠-٤٩			١٠-١٩			
متوسط	عدد	مجموع	متوسط	عدد	مجموع	متوسط	عدد	مجموع	
-	-	-	-	-	-	١٣٣٣	٣	٤٠٠٠	جنيه مصرى

(د) تكاليف الحصول على خدمات مركز فليسك:

اتضح من الدراسة أن هناك منشأة واحدة تحصل على خدمات مركز فليسك وتقع في الفئة المتوسطة من (٢٠-٤٩) ، وأن تكلفة حصولها على الخدمة كانت ١٠٠٠ جنيه مصرى ، هذا ولقد توقعت الباحثة أن ترتفع نسبة الاعتماد على هذا المركز بنسبة أكبر في كل الفئات ولكن من الواضح أن نسبة كبيرة من العاملين في هذا القطاع ليست لديها دراية كافية بمدى وأهمية الخدمات التي يقدمها هذا المركز ويظهر ذلك بالجدول التالي:

جدول رقم (٢٨/٢)

تكاليف الحصول على خدمات مركز فليسك

فئات عدد العاملين									بيان
٥٠ فأكثر			٢٠-٤٩			١٠-١٩			
متوسط	عدد	مجموع	متوسط	عدد	مجموع	متوسط	عدد	مجموع	
-	-	-	١٠٠٠	١	١٠٠٠	-	-	-	جنيه مصرى

هذا ورغم أهمية مركز فليسك فلقد أجمعت العينة على عدم استعدادها لدفع مبالغ ولو رمزية للإستفادة بخدمات هذا المركز ولم تستطيع الباحثة أن تجد سببا منطقيا لذلك ، ويظهر ذلك من الجدول التالي رقم (٢٩/٢).

جدول رقم (٢٩/٢)

مصادر التصميمات

فئات عدد العاملين								أهم الموصفات
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٢٥,٥	١١	-	-	١٥	٢	٣٦	٩	ارتفاع أسعار الكتالوجات
٩	٤	-	-	٢٣	٣	٤	١	ارتفاع أسعار السفر للمعارض الأجنبية.
٢	١	-	-	-	-	٤	١	عدم الحصول على الكتالوجات في الوقت المناسب.
٢	١	-	-	-	-	٤	١	عدم معرفة كيفية الحصول على الكتالوجات.

٤- المشاكل والمعوقات التي تواجه المنشآت المختلفة عند حصولها على

التصميمات:

هناك العديد من المشاكل والمعوقات التي تواجه المنشآت المختلفة حين حصولها على التصميمات منها ارتفاع أسعار الكتالوجات وارتفاع أسعار السفر إلى المعارض الأجنبية ، عدم الحصول على كتالوجات عالمية في الوقت المناسب ثم عدم معرفة كيفية الحصول على هذه الكتالوجات ويتضح من الجدول التالي أن أهم عقبة تواجه المنشآت الصغيرة في الفئة من (١٩-١٠) هي ارتفاع أسعار الكتالوجات ، أما الفئة المتوسطة من (٢٠-٤٩) فيعد ارتفاع أسعار السفر إلى المعارض الخارجية أكبر مشكلة تواجهها وظهر أن الفئة الكبيرة ٥٠ فأكثر لا تواجه أى من هذه المشاكل ويظهر ذلك من الجدول التالي:

جدول رقم (٣٠/٢)

توزيع المنشآت حسب استعدادها لدفع مبلغ رمزي مقابل

الحصول على خدمات مركز فليبسك

فئات عدد العاملين								أهم المواصفات
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٢	١	-	-	٨	١	-	-	نعم
٩٨	-	١٠٠	٥	٩٢	١٢	١٠٠	٢٥	لا
١٠٠	١	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

النتائج:

١- ما يتعلق بالفن الإنتاجي

- غالبية المنشآت ترى أن الصناعة تخضع لتطور تكنولوجى سريع. وأن هذه النسبة بلغت نحو ٥٢% فى المنشآت التى يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملاً ثم تزايدت إلى نحو ٦١% فى المنشآت التى يعمل بها من ٢٠ إلى ٤٩ مشغلاً ، ثم وصلت إلى ١٠٠% فى المنشآت الكبيرة.

- أن العمليات الإنتاجية التى ترى المنشآت أنها تخضع لتطور تكنولوجى سريع تتمثل بصفة عامة فى شد الفوندى ، لزق وكبس النعل ، تسمير النعل ، وتقطيع النعل. وتظهر أهمية هذه العمليات بصفة خاصة فى المنشآت الصغيرة والكبيرة.

- أن غالبية المنشآت الكبيرة - ٨٠% - ترى أن الآلات والمعدات المستخدمة تتناسب مع التطور التكنولوجى للصناعة ، بينما أن غالبية المنشآت الصغيرة والمتوسطة ترى بغير ذلك. وأن الآلات والمعدات التى ترى المنشآت الصغيرة أهمية استبدالها تتمثل فى ماكينة ترفيع الفوندى ، ترفيع الجلد ، وماكينة البرست لتقطيع الجلد. أو بالنسبة للمنشآت المتوسطة تتأتى ماكينة الحياكة الحديثة فى مقدمة الأولويات يليها ماكينة البرست ثم ماكينة تثبيت وماكينة ترفيع النعل. أما بخصوص المنشآت الكبيرة فترى أن الآلات والمعدات التى ترى ضرورة استبدالها فهى ماكينة الحياكة الحديثة ، ماكينة البرست للتقطيع الميكانيكى ، ثم ماكينة الحقن.

- ترى المنشآت بمجموعها الثلاثة أن أهمية استبدال الآلات والمعدات يرجع إلى رفع جودة المنتج خفض تكلفة الإنتاج ، كما تحتل سهولة التعامل مع المعدة نفس المرتبة مع السبين المذكورين.

- ترى غالبية منشآت العينة بمجموعها الثلاثة وجود عدد من المعوقات تحول دون تحديث الآلات والمعدات المستخدمة ، وتتمثل هذه المعوقات فى ضيق السوق المحلى ، عدم توافر الأموال ، وعدم القدرة على التصدير ، وإن اختلفت الأهمية النسبية لهذه المعوقات من حجم إلى آخر.

- تقيد البيانات المستخدمة من العينة أن قطع الغيار للآلات والمعدات المستخدمة لا تشكل مشكلة لغالبية المنشآت الصغيرة ، بينما تعد مشكلة لنسبة ملحوظة من المنشآت المتوسطة والكبيرة ، وأن هذه النسبة تزايدت مع تزايد حجم المنشأة.

- لا تتوافر المعلومات عن برنامج تحديث الصناعة لغالبية المنشآت الصغيرة - ٨٨% .
وإذا كانت هذه النسبة نتيجة إلى التناقص مع كبر حجم المنشآت ، إلا أنها لا تزال مرتفعة حيث تبلغ نحو ٥٤% في المنشآت المتوسطة ، ٤٠% في المنشآت الكبيرة. وتمثل غرفة صناعة الجلود المصدر الرئيسى للحصول على المعلومات بالنسبة للعدد الضئيل من المنشآت التى لديها معلومات عن هذا البرنامج والتى تمثل نحو ٢٨% من منشآت العينة.

٢- ما يتعلق بالموصفات والمقاييس:

- يتم اعتماد الصناعة المصرية على مواصفات مصرية أو مواصفات مصري وأجنبية.
- كلما كبر حجم المشروع قل الاعتماد على المواصفات المصرية وزاد الاعتماد على المواصفات الأجنبية أو المصرية والأجنبية معا.
- المشاريع الصغيرة فى الفئة الأولى (١٠-١٩ عامل) لا تعتمد على أى مواصفات أجنبية بالكامل.
- تعتمد على الصناعة المصرية للأحذية على المقاسات المصرية ذات الأصل الفرنسى وذلك بنسبة ٩٥% من عدد المشروعات كلها وهناك مشروعات فى الفئة الثالثة (أكثر من ٥٠ عامل) تعتمد على مقاسات أوروبية وإنجليزية.
- أجاب حوالى ٨٨% من العينة بنعم على السؤال الخاص بمدى توفر المستلزمات.
- وبالنسبة لجودة المستلزمات فقد أشار الغالبية بأن المستلزمات جيدة وتركزت الإجابات بأنها متوسطة فى الفئة الأولى والثانية مع ملاحظة أن الجزء الأكثر انخفاضا فى الجودة تمثل فى الجلود المدبوغة.
- أهم عيوب الجلود المدبوغة المصرية تمثلت فى ارتفاع الأسعار (٨٦,٥%) ونقص الدباغة (٦٥% من العينة كلها) مع إشارة لعيوب أخرى تمثلت فى اختلاف السمك فى الجلد الواحدة ، عيوب (التشطيب ، عدم ثبات الألوان. كما وأن هذه العيوب تمثل وجهة نظر المنشآت بحجومها المختلفة وإن تباينت أهميتها النسبية حسب فئات حجوم المنشآت.
- يعتقد حوالى ثلثى العينة بأن الجلود الخام المصرية جيدة وأن المشكلة تتركز فى الدباغة.
- أشار ٨٨% من حجم العينة تقريبا إلى عدم مناسبة أسعار الجلود المدبوغة لأسعار الحذاء.
- توزعت الإجابات عن أسباب ارتفاع أسعار الجلود المدبوغة بشكل متقارب على الأسباب الأساسية الثلاث بالنسبة لحجوم المنشآت المختلفة وهى قلة المعروض من الجلود

الخام ، وارتفاع أسعار خامات الدباغة ، ووجود مراكز احتكارية في السوق وإن اختلفت الأهمية النسبية لهذه الأسباب حسب حجوم المنشآت.

- أشار حوالى ٦٣% من حجم العينة إلى عدم مناسبة الجلود المدبوغة حالياً لإنتاج حذاء متميز بسبب نقص الدباغة وعدم الإهتمام بالتشطيب وعدم ثبات الألوان.
- هناك نسبة كبيرة من المستلزمات يتم تغطيتها عن طريق الإستيراد.

٣- ما يتعلق بالجودة:

- استخدام الخامات الجيدة مثل الخيوط والمواد اللاصقة ، ومراعاة تجميع الفوندى على النعل من أهم العوامل التى تؤثر فى عنصر جودة الحذاء الجلدى. وذلك بالنسبة لحجوم المنشآت المختلفة.
- تعد عملية دباغة الجلود من العوامل التى تؤثر فى عامل الجودة لصناعة الأحذية الجلدية.

٤- ما يتعلق بالتصميم:

- اعتماد مجموعة صغيرة على استخدام الكمبيوتر فى الحصول على التصميمات إلى جانب اعتماد باقى العينة على الطرق التقليدية للحصول على التصميمات.
- تعتمد المنشآت الصغيرة والمتوسطة على المصادر الأجنبية بدرجة أكبر بكثير من اعتمادها على المصادر المحلية ، وهذا بخلاف المنشآت كبيرة الحجم التى تعتمد بدرجة أكبر على المصادر المحلية.
- اعتماد المجموعة التى تعتمد على المصادر المحلية على مجموعة من المصادر منها الكتالوجات والمصممين المحليين وورش وإسطمبات خاصة ومركز فليسك ويتضح من الدراسة أن أفراد العينة تعتمد على الكتالوجات المحلية بنسبة أكبر من المصادر الأخرى.
- يشكل الاعتماد على الكتالوجات العالمية أهم المصادر الأجنبية للحصول على التصميمات وذلك بالنسبة لحجوم المنشآت المختلفة وإن اختلفت فى أهميتها النسبية حسب حجوم المنشآت.
- اعتماد عدد صغير من المجموعة على السفر للخارج للحصول على التصميمات وذلك لإرتفاع تكاليف السفر للخارج.
- ارتفاع تكلفة شراء الموديلات والتصميمات من الخارج مما أدى إلى انخفاض عدد المنشآت التى تعتمد على هذا المصدر.

- انخفاض عدد المنشآت التي تعتمد من الحصول على تصميماها من الخارج وتركز المنشآت التي تعتمد على هذا المصدر في الفئة المتوسطة.
- تستعدم الفئة من (١٠-١٩) الخبراء من خارج المنشأة سواء المحليين أو الخارجيين للحصول على التصميمات التي تستطيع بها تطوير منتجاتها.
- عدم اعتماد المنشآت بحجومها المختلفة على مركز فليسك في الحصول على التصميمات المطورة رغم أهمية وخطورة دور هذا المركز في التطوير والتحديث ، حيث حصلت منشأة واحدة على خدمات هذا المركز وظهرت بالجدول تكاليف للحصول على هذه الخدمة بالرغم من أن هذا المركز يقدم خدماته بدون مقابل.
- عدم استعداد المنشآت بحجومها المختلفة لدفع أى تكاليف للحصول على خدمات مركز فليسك.
- وجود العديد من المشاكل والمعوقات التي تواجه المستخدمين للحصول على التصميمات منها ارتفاع أسعار الكتالوجات ، ارتفاع أسعار السؤال المعارض الأجنبية ، عدم الحصول على كتالوجات عالمية في الوقت المناسب ثم عدم معرفة كيفية الحصول على هذه الكتالوجات.

الفصل الثالث

المشاكل المتعلقة بقوة العمل والإنتاجية

تقديم:

يعرض هذا الفصل نتائج المسح بالعينة لتحديد المشاكل المتعلقة بقوة العمل والإنتاجية. وقد قسمت العينة بحسب الحجم إلى ثلاثة فئات. الأولى وعدد مشروعاتها ٢٥ مشروعا يعمل بها ما بين ١٠-١٩ عامل وبمتوسط عدد عاملين في الوحدة الواحدة قدره ١٢٣ عامل والفئة الثانية وعدد مشروعاتها ١٣ مشروعا ويعمل بها ما بين ٢٠-٤٩ عامل وبمتوسط عدد عاملين في الوحدة الواحدة قدره ٢٨٥ عامل ثم الفئة الثالثة وعدد مشروعاتها خمس مشروعات يعمل بها أكثر من ٥٠ عامل وبمتوسط عدد عاملين قدره ١٧٣٨ عامل.

- وسوف نتعرض في هذا الفصل إلى قوة العمل والإنتاجية ويشمل:
- تحليل لأعداد المشتغلين وتوزيعهم حسب الحالة التعليمية والنوع.
 - الحاجة إلى التدريب ومكانة.
 - مدى توافر نوعية العمل.
 - تحليل لمستويات الإنتاجية.

أولاً: قوة العمل:

١- تحليل لأعداد المشتغلين وتوزيعهم حسب الحالة التعليمية والنوع:

تظهر الجداول رقم (١/٣) أ ، ب ، ج توزيع العاملين في هذه المنشآت حسب الحالة التعليمية والنوع. ويتضح لنا المؤشرات الآتية:

- إرتفاع نسبة الأمية وإن كانت تقل مع كبر حجم المؤسسة.
- وهذا الهيكل الذي يعتمد بدرجة كبيرة على عمالة أمية تصل إلى ٧١٫٧% من مجموع العمالة في الفئة الأولى وحوالي ٥٤٫٤% في الفئة الثانية ثم حوالي ٣٠% في الفئة الثالثة. وقد اعتبرنا في التحليل أن من يقرأ ويكتب فقط هو في حالة أهمية حتى يكون التحليل أكثر واقعية. كما أن نسبة العمالة الجامعية منخفضة جدا في المجموعة الأولى

والثانية وتبلغ حوالى (٤٦% ، ٧٥%) على التوالى مما يجعل فرص زيادة الإنتاجية والإستفادة من التكنولوجيا الحديثة أشد مشقة.

- نسب عمل الإناث متدنية وإن كانت ترتفع مع كبر حجم المؤسسة. ونجد أن نسبة عمل الإناث حوالى ٢٧% فى الفئة الأولى ثم ترتفع لتصل إلى حوالى ١٠٥% فى الفئة الثانية ثم تقل لتصل إلى ٨٤% فى المجموعة الثالثة بالرغم من الإرتفاع المطلق فى أعداد المشتغلين النساء فى الفئة الثالثة. كما أن نسبة الأمية بين النساء شديدة الإرتفاع لتصل فى المجموعة الأولى إلى ١٠٠% ولتصل إلى حوالى النصف فى المجموعتين الثانية والثالثة.
- وأخيرا تجدر الإشارة إلى أن عمالة وتشغيل المرأة فى الصناعات الجلدية فى المستوى التعليمى الجامعى يقل بكثير عن عمالة وتشغيل الذكور. ففى الفئة الأولى لا توجد أى عمالة نسائية جامعية وفى الفئة الثانية توجد حالة واحدة فقط (مقارنة بـ ٢٧ حالة من الذكور) وأما الفئة الثالثة فتصل نسبة النساء الجامعيات قياسا بنسبة الجامعيين من الذكور إلى حوالى العشر (٤ نساء من أصل ٥٩ وظيفة والباقي ذكور).

جدول رقم (١١/٣)

توزيع العاملين حسب الحالة التعليمية والجنس

الفئة الأولى ١٠-١٩ عام

الحالة التعليمية	عدد الذكور	عدد الإناث	جملة
أمية	٩١	٤	٩٥
يقرأ ويكتب	١٢١	٤	١٢٥
دون المتوسط	٣٣	-	٣٣
متوسط	٣٢	-	٣٢
فوق المتوسط	٨	-	٨
جامعى وأعلى	١٤	-	١٤
جملة	٢٩٩	٨	٣٠٧

- نسبة الأميين ويقرأ ويكتب ٧١٧%
- نسبة الإناث ٢٧%
- نسبة الأميين ويقرأ ويكتب بين النساء ١٠٠%
- متوسط عدد العاملين فى الوحدة الواحدة ١٢٣ عامل

جدول رقم (١/٣ ب)

توزيع العاملين حسب الحالة التعليمية والجنس

الفئة الثانية ٢٠-٤٩ عامل

الحالة التعليمية	عدد الذكور	عدد الإناث	جملة
أمى .	٧٢	٥	٧٧
يقرا ويكتب .	١١٠	١٥	١٢٥
دون المتوسط	٥٣	٣	٥٦
متوسط	٥٩	١٢	٧١
فوق المتوسط	١١	٣	١٤
جامعى وأعلى	٢٧	١	٢٨
جملة	٣٣٢	٣٩	٣٧١

- نسبة الأميين ويقرا ويكتب ٥٤,٤%
- نسبة الإناث ١٠,٥%
- نسبة الأميين ويقرا ويكتب بين النساء ١٣,٣%
- متوسط عدد العاملين فى الوحدة الواحدة ٢٨,٥ عامل

جدول رقم (١/٣ ج)

توزيع العاملين حسب الحالة التعليمية والجنس

الفئة الثانية أكثر من ٥٠ عامل

الحالة التعليمية	عدد الذكور	عدد الإناث	جملة
أمى .	١٣٥	٨	١٤٣
يقرا ويكتب .	٩٣	٢٨	١٢١
دون المتوسط	٦٠	-	٦٠
متوسط	٣٩٥	٣٣	٤٢٨
فوق المتوسط	٦٨	-	٦٨
جامعى وأعلى	٤٥	٤	٤٩
جملة	٧٩٦	٧٣	٨٦٩

- نسبة الأميين ويقرا ويكتب ٣٠,٨%
- نسبة الإناث ٨,٤%
- نسبة الأميين ويقرا ويكتب بين النساء ٤٩,٣%
- متوسط عدد العاملين فى الوحدة الواحدة ١٧٣,٨ عامل

٢- مدى توافر نوعيات العمل المطلوبة في السوق:

يلخص الجدول رقم (٢ / ٣) الإجابات للفئات الثلاثة بخصوص مدى توافر نوعيات العمل المطلوبة في السوق.

جدول رقم (٢/٣)

مدى توافر نوعيات العمل في السوق

بيان	١٩-١٠		٢٠-٤٩		٥٠ فأكثر		جملة	
	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
أحيانا	١١	٤٤	٢	١٥ر٤	١	٢٠	١٤	٣٢ر٥
نعم	١٢	٤٨	١٠	٧٦ر٩	٢	٤٠	٢٤	٥٥ر٨
لا	٢	٨	١	٧ر٧	٢	٤٠	٥	١١ر٧
جملة	٢٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٥	١٠٠	٤٣	١٠٠

يلاحظ من هذا الجدول أن حوالي ٥٥ر٨% قد أجابوا بنعم كما أن ٣٢ر٥ قد أجابوا بأحيانا ونستنتج من ذلك أن توفر نوعيات العمل في السوق هي في مجملها مشكلة لا تتصف بالحدة وإن كان هذا لا يمنع أن هناك تخصصات محددة قد لا تتوافر خاصة في حالة المشروعات الأكبر حجما والمرتبطة بمثلا بمهمة الصيانة وغيرها حيث أشار ٤٠% من الفئة الثالثة إلى عدم توفر نوعيات العمل المطلوبة بالسوق. وقد يكون في هذه الحالة التدريب داخل وخارج المؤسسة هو الحل.

٣- توزيع العاملين حسب الحالة العملية وحسب المهنة:

تظهر الجداول (٣/٣) أ، ب، ج التحليلات للإجابات المتاحة ومنها يتضح أن نسبة العاملين من أصحاب الأعمال بأجر تقل مع زيادة حجم المنشأة. ففي الفئة الأولى الأصغر (١٩-١٠ عامل) نجد أن نسبة أصحاب العمل العاملين بأجر تصل إلى ٦٢ر٢% من أعداد العاملين ثم تقل هذه النسبة في الفئة الثانية لتصل إلى ٤% ثم لتخف هذه الظاهرة تقريبا في الفئة الثالثة (٣ر٠%).

أما الأفراد الآخرون الذين يعملون بالمنشأة بأجر فإن نسبتهم تتزايد مع زيادة حجم المنشأة. ففي الفئة الأولى تصل هذه النسبة إلى ٨٥ر٧% ثم تزداد في الفئة الثانية لتصل إلى ٨٩ر٣% ، ثم ترتفع مرة أخرى في المنشآت الكبيرة لتصل إلى ٩٨%. ويلاحظ تركز عمل المرأة في هذه الفئة.

وبالنسبة لأصحاب العمل الذين يعملون بدون أجر فإن نسبتهم تقل مع زيادة حجم المنشأة. وكانت النسب للفئات الثلاثة على التوالي ٨١% ثم ٦٧% وأخيرا ١٦%.

جدول رقم (٣/أ)

توزيع العاملين حسب الحالة العملية

الفئة الأولى ١٠-١٩ عام

عدد العاملين				نوعية العمل
%	جملة	إناث	ذكور	
٦٢	١٩	-	١٩	- أصحاب عمل يعملون بالمنشأة بأجر.
٨٥٧	٢٦٣	٨	٢٥٥	- أفراد آخرون يعملون بالمنشأة بأجر.
٨١	٢٥	-	٢٥	- أصحاب عمل يعملون بالمنشأة بدون أجر.
١٠٠	٣٠٧	٨	٢٩٩	المجموع

جدول رقم (٣/ب)

توزيع العاملين حسب الحالة العملية

الفئة الثانية ٢٠-٤٩ عام

عدد العاملين				نوعية العمل
%	جملة	إناث	ذكور	
٤	١٥	١	١٤	- أصحاب عمل يعملون بالمنشأة بأجر.
٨٩٣	٣٣١	٣٧	٢٩٤	- أفراد آخرون يعملون بالمنشأة بأجر.
٦٧	٢٥	١	٢٤	- أصحاب عمل يعملون بالمنشأة بدون أجر.
١٠٠	٣٧١	٣٩	٣٣٢	المجموع

جدول رقم (٣/ج)

توزيع العاملين حسب الحالة العملية

الفئة الثالثة أكثر من ٥٠ عام

عدد العاملين				نوعية العمل
%	جملة	إناث	ذكور	
٠٣	٣	-	٣	- أصحاب عمل يعملون بالمنشأة بأجر.
٩٨	٨٥٢	٦٩	٧٨٣	- أفراد آخرون يعملون بالمنشأة بأجر.
١٦	١٤	٤	١٠	- أصحاب عمل يعملون بالمنشأة بدون أجر.
١٠٠	٨٦٩	٧٣	٧٩٦	المجموع

توزيع المشتغلين حسب نوعية العمل

تظهر الجداول الثلاثة التالية (٤/٣) أ، ب، ج توزيع المشتغلين حسب نوعية العمل مقسمة

كالتالى:

- فنيون ومديرون وإداريون وكتبة.
- مشرفو إنتاج وملاحظون.
- عمال تشغيل وخدمات فنية.
- عمال بيع.
- عمال خدمات عامة.

وسوف نلاحظ أن هيكل العمالة يتغير بحسب حجم المشروع وذلك باتجاه زيادة التخصص الإدارى وإرتفاع نصيب المشروع الواحد من الفنيين الإداريين. كما نلاحظ أن نسبة عمال البيع وعددهم ضئيل جدا فى جميع الأحجام. ويبدو أن عمليات التسويق يقوم بها الإدارة العليا فى المشروعات الصغيرة والإدارة الوسطى والعليا فى المشروعات الكبيرة نسبيا.

جدول رقم (٤/٣) أ

توزيع المشتغلين حسب نوعية العمل

الفئة الأولى (١٠-١٩ عامل)

عدد العاملين				نوعية العمل
ذكور	إناث	جملة	%	
٣٨	٢	٤٠	١٣	فنيون ومديرون وإداريون وكتبة
١٧	-	١٧	٥٥	مشرفو إنتاج وملاحظون
٢٣٥	٣	٢٣٨	٧٧,٥	عمال تشغيل وخدمات فنية
٢	١	٣	١	عمال بيع
٧	٢	٩	٣	عمال خدمات عامة
٢٩٩	٨	٣٠٧	١٠٠	المجموع

ويلاحظ من الجدول:

- نسبة عمال البيع شديدة التدنى وذلك لأن أصحاب العمل فى المشروعات الصغيرة عادة ما يقومون بالأعمال الإدارية المختلفة (بيع/شراء/مراقبة إنتاج/حفظ ملفات ١٠٠٠ الخ).

- العدد الكلى للفنيون والمديرون والإداريون والكتبة صغير وبمتوسط ١٥ شخص لكل منشأة لشغل هذه الوظائف وهذا يعنى مرة أخرى أن هذه الوظائف غالبا ما تكون فى يد صاحب العمل.

جدول رقم (٣/٤ ب) توزيع المشتغلين حسب نوعية العمل

الفئة الثانية (٢٠-٤٩ عاملى)

نوعية العمل				عدد العاملين			
				ذكور	إناث	جملة	%
فنيون ومديرون وإداريون وكتبة				٥٨	٥	٦٣	١٧
مشرفو إنتاج وملاحظون				٢٢	-	٢٢	٥٩
عمال تشغيل وخدمات فنية				٢٢٤	٣٢	٢٥٦	٦٩
عمال بيع				٩	١	١٠	٢٧
عمال خدمات عامة				١٩	١	٢٠	٥٤
المجموع				٣٣٢	٣٩	٣٧١	١٠٠

ويلاحظ من الجدول السابق:

- ارتفاع نسبة الفنيون والمديرون والإداريون والكتبة لتصبح ١٧% من حجم المشتغلين وذلك لوجود بعض التخصص الإدارى.
- نسبة العاملين فى مجال التشغيل والخدمات الفنية هى الأكبر وإن كانت أقل قليلا من مثلتها فى الفئة الأولى.
- ازدياد أعداد عمال البيع ونسبتهم إلى العاملين (٢٧% بدلا من ١% فى الفئة الأولى).
- يتركز عمل المرأة فى الفئة الخاصة بعمال التشغيل أو الفئة الأولى فى الأعمال الإدارية.
- حيث أن عدد العينة فى هذه الفئة هو ١٣ مشروع فإن نصيب المشروع من العمالة الفنية والإدارية يصبح حوالى خمسة أفراد وهو عدد يظهر بداية التخصص فى العمليات الإدارية بدلا من قيام صاحب العمل منفردا بهذه الأعمال كما فى الفئة الأولى.

جدول رقم (٣/٤ ج)

توزيع المشتغلين حسب نوعية العمل

الفئة الثالثة (أكثر من ٥٠ عامل)

نوعية العمل				عدد العاملين		
				ذكور	إناث	جملة
						%
فنيون ومديرون وإداريون وكتبة				٧٣	١٠	٨٣
مشرفو إنتاج وملاحظون				٢٩	—	٢٩
عمال تشغيل وخدمات فنية				٦٧١	٦٣	٧٣٤
عمال بيع				٩	—	٩
عمال خدمات عامة				١٤	—	١٤
المجموع				٧٩٦	٧٣	٨٦٩
						١٠٠

يلاحظ من الجدول أن:

- ارتفاع العدد الكلى للعاملين في المجال الفنى والإدارى ويصبح متوسط عدد العاملين في كل مشروع حوالى ١٦ شخصا بعد أن كان هذا المتوسط في الفئة الأولى ١ر٥ شخص لكل منشأة.
- ارتفاع نسبة العاملين في التشغيل والخدمات الفنية.
- مازالت نسبة عمال البيع منخفضة جدا ويبدو أن عمليات التسويق تتم عن طريق جهود الإدارة العليا أساسا.

٤- تدريب العاملين:

يظهر الجدول التالى تفرغ المعلومات الخاصة بالسؤال عن حاجة العاملين للتدريب خارج الوحدة. والشئ الملفت للنظر أن غالبية الإجابات تعتبر أن التدريب خارج الوحدة غير مطلوب. منشآت الفئة الأولى (١٠-١٩ عامل) قد أفادت كلها بنسبة ١٠٠% أنه لا حاجة للتدريب خارج الوحدة ، كما أن الشركات الأكبر أفادت بنسبة ٨٠% تقريبا أنه لا ضرورة لمثل هذا التدريب. ونحن لا نستطيع دون دراسة إضافية تقدير الأسباب الحقيقية لهذا الرفض - فهل هو ناتج عن عدم احتياج حقيقى أم على اعتبارات اقتصادية وأمنية للمشروع. وعلى أى حال فالجدول التالى يلخص الصورة.

جدول رقم (٥/٣)
الحاجة للتدريب خارج الوحدة

البيان	الفئة الأولى ١٠-١٩ عاملا	الفئة الثانية ٢٠-٤٩ عاملا	الفئة الثالثة ٥٠ فأكثر	مجموع	
	عدد	%	عدد	%	
نعم	-	-	٢	١٥	٣
لا	٢٥	١٠٠	٤	٨٠	٩٣
مجموع	٢٥		٥	١٠٠	٤٣

وقد تم سؤال هؤلاء الذين أجابوا بنعم لتحديد مكان التدريب وقد أفادت حالتين أنه يتم الإيفاد للخارج وحالة واحدة أجابت بأن الإيفاد ثم إلى مركز تدريب الأحذية بالأميرية. ويلاحظ أن عدد الإجابات بنعم هي ثلاثة فقط.

وحتى لا يفهم من السؤال أنه لا حاجة أصلا للتدريب فقد توجهنا بالسؤال حول الحاجة للتدريب داخل الوحدة ، وكانت النتائج أن ربع الحالات فقط أشارت إلى الحاجة إلى التدريب داخل الوحدة أما الباقي وهو ثلاثة أرباع العينة فقد أجابوا بلا. والجدول التالى يظهر ملخص لهذه النتائج.

جدول رقم (٦/٣)
الحاجة للتدريب داخل الوحدة

البيان	الفئة الأولى ١٠-١٩ عاملا	الفئة الثانية ٢٠-٤٩ عاملا	الفئة الثالثة ٥٠ فأكثر	مجموع	
	عدد	%	عدد	%	
نعم	٣	١٢	٣	٦٠	١٠
لا	٢٢	٨٨	٢	٤٠	٣٣
مجموع	٢٥	١٠٠	٥	١٠٠	٤٣

وقد أجاب بنعم ٦٠% من عدد مشروعات الفئة الثالثة و ٣٠% من عدد مشروعات الفئة الثانية و ١٢% من عدد مشروعات الفئة الأولى فقط ، كما هو واضح من الجدول. ويبدو أن تقدير أهمية التدريب منخفضة وليس هناك إدراك كاف للأهمية القصوى للتدريب في حالة التفكير في تطبيق أى أساليب إدارية أو فنية أو تسويقية جديدة وهو أن لا مفر منه لمقابلة المنافسة في السوق المحلى والتطلع إلى التصدير في المستقبل.

٥- مدى توفر نوعية العمل والحاجة للتدريب

وحق لا يترك موضوع أهمية التدريب للانطباعات العامة فقد حاولنا ربطه بسؤال حول مدى توفر نوعيات العمل المختلفة والجدول التالية يعرض نتائج هذه الأسئلة.

جدول رقم (٧/٣)
مدى توفر نوعية العمل

مدى توفر نوعية العمل						نوعية العمل
لا أعلم		غير متوفرة		متوفرة		
%	عدد	%	عدد	%	عدد	
١١٫٧	٥	٢٫٣	١	٨٦	٣٧	فنيون ومديرون
—	—	٤٦٫٥	٢٠	٥٣٫٥	٢٣	إداريون وكتبة
—	—	٣٢٫٦	١٤	٦٧٫٤	٢٩	مشرفو إنتاج وملاحظون
٧	٣	١١٫٦	٥	٨١٫٤	٣٥	عمال إنتاج(تشغيل)
٥٣٫٥	٢٣	٢٫٣	١	٤٤٫٢	١٩	عمال إنتاج(خدمات فنية)
—	—	٦٢٫٨	٢٧	٣٧٫٢	١٦	عمال بيع
—	—	٥٥٫٨	٢٤	٤٤٫٢	١٩	عمال خدمات عامة
—	—	٨٣٫٧	٣٦	١٦٫٣	٧	تلاميذ صنا عيون

يوضح الجدول أن هناك فئات غير متوفرة بدرجة كبيرة بالرغم من المستويات الفنية المنخفضة للعمل مثل عمال البيع وعمال الخدمات العامة ثم الإداريون والكتبة في حين يتوفر الفنيون والمديرون وعمال الإنتاج (التشغيل).

٦- مصادر الحصول على العمالة الفنية:

يهدف هذا السؤال إلى تحديد أهم مصادر الحصول على العمالة الفنية والتي تشمل الفنيون والمديرون والإداريون والمشرفون والملاحظون وكذلك عمال التشغيل والخدمات الفنية وأخيراً عمال البيع. ويلاحظ أن أهم المصادر بالترتيب هي السوق المحلي ، ورش ومصانع أخرى هم من أهل الخبرة والمعرفة ومن التدريب داخل المنشأة. أما مراكز التدريب الرسمية ومراكز التدريب المهني والمعاهد والجامعات فإن مساهمتها محدودة جداً في توفير العمالة الجاهزة كما تشير الإجابات بالجدول التالي. وقد يرجع السبب في ذلك إلى انخفاض كفاءة خريجي تلك المراكز علاوة على قيود الحد الأدنى للأجور الذي تحدده الدولة.

جدول (رقم ٨/٣)
أهم مصادر الحصول على العمالة الفنية

البيان		الفئة الأولى ١٠-١٩ عاملا		الفئة الثانية ٢٠-٤٩ عاملا		الفئة الثالثة ٥٠ فأكثر		مجموع	
عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
معاهد وجامعات	—	—	—	—	—	—	٢٠.٠	١	٢٣٣
مراكز تدريب مهني	١	٤٠٠	٣	٢٣٠.٨	٢	٤٠.٠	٦	١٣٩٥	
مشروعات أخرى	—	—	—	—	—	٢٠.٠٠	١	٢٣٣	
تدريب داخل المنشأة	٣	١٢٠.٠	٦	٤١٥	١	٢٠.٠٠	١٠	٢٣٢٦	
ورش أو مصانع أخرى	١١	٤٤٠.٠	٢	١٥٣.٨	—	—	١٣	٣٠٢٣	
من السوق الخلى	١٣	٥٢٠.٠	٤	٣٠٧.٧	١	٢٠.٠٠	١٨	٤١٨٦	
من أهل الخبرة والمعرفة	٨	٣٢٠.٠	١	٧٦.٩	٢	٤٠.٠٠	١١	٢٥٥٨	
عن طريق الإعلان بالجرائد	—	—	١	٧٦.٩	١	٢٠.٠٠	٢	٤٦٥	
مركز تدريب مبلرك القومى	—	—	—	—	٢	٤٠.٠٠	٢	٤٦٥	
المقهى	١	٤٠.٠٠	٢	١٥٣.٨	—	—	٣	٦٩٨	

٧- وريديات العمل بمنشآت العينة:

يتضمن الجدول التالى (٩/٣) توزيعا لمنشآت العينة حسب وريديات العمل. ومن هذا الجدول يتضح أن حوالى ٦٧% من عدد المنشآت تعمل وريدية واحدة وهناك حوالى ١٨% من عدد المنشآت الذى يعمل وريدتين و ١٤% من عدد المنشآت يعمل حسب الطلب. وبالتالي فإن درجة الإستفادة من المعدات محدودة بسبب العمل وريدية واحدة. وبالرغم من أننا لم نطرح السؤال حول أسباب الإكتفاء بوريدية واحدة إلا أن المشاهدات العامة والمرتبطة بالإطار الإقتصادى الذى تعمل فيه الشركات الإنتاجية من تباطؤ الطلب وحالة الكساد القائم قد تبرر هذا الموضوع .

جدول رقم (٩/٣)
عدد الورديات التي تعملها المنشأة

البيان	الفئة الأولى ١٠-١٩ عاملا		الفئة الثانية ٢٠-٤٩ عاملا		الفئة الثالثة ٥٠ فأكثر		جملة	
	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
وردية	١٤	٥٦ر٠٠	١٢	٩٢ر٣١	٣	٦٠ر٠٠	٢٩	٦٧ر٤٤
ورديتين	٦	٢٤ر٠٠	-	-	٢	٤٠ر٠٠	٨	١٨ر٦٠
حسب الغرض	٥	٢٠ر٠٠	١	٧ر٦٩	-	-	٦	١٣ر٩٥
جملة	٢٥	١٠٠ر٠٠	١٣	١٠٠ر٠٠	٥	١٠٠ر٠٠	٤٣	١٠٠ر٠٠

ثانيا: الإنتاجية

١- المستوى العام لإنتاجية العاملين:

يعرض الجدول التالي نتائج الإجابة على السؤال "ماهو تصورك للمستوى العام للإنتاجية للعاملين".

ومنه يتضح أن ٦٠% من الإجابات تعطى تقدير متوسط وحوالى ٢٨% من الإجابات تعطى تقدير مرتفع وحوالى ١٢% تعطى تقدير منخفض. ويجب أن يربط هذا التقدير بتفشي الأمية وضعف الاهتمام بالتدريب. وقد أظهرت دراسات سابقة أن الوضع العام للإنتاجية فى الصناعات الصغيرة بوجه عام متوسط.

جدول رقم (١٠/٣)
المستوى العام لإنتاجية العاملين

البيان	الفئة الأولى ١٠-١٩ عاملا		الفئة الثانية ٢٠-٤٩ عاملا		الفئة الثالثة ٥٠ فأكثر		جملة	
	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
مرتفع	٤	١٦ر٠٠	٧	٥٣ر٨٥	١	٢٠ر٠٠	١٢	٢٧ر٩١
متوسط	١٨	٧٢ر٠٠	٤	٣٠ر٧٧	٤	٨٠ر٠٠	٢٦	٦٠ر٤٧
منخفض	٣	١٢ر٠٠	٢	١٥ر٣٨	-	-	٥	١١ر٦٣
جملة	٢٥	١٠٠ر٠٠	١٣	١٠٠ر٠٠	٥	١٠٠ر٠٠	٤٣	١٠٠ر٠٠

هذا وقد أشار من أجاب بأن الإنتاجية منخفضة إلى أن أهم أسباب انخفاض الإنتاجية هى:

- قلة الخبرة والحاجة للتدريب.
- كثرة الغياب.
- التراخي والامبالاه.
- ضعف الطلب فى السوق المحلى.

٢- إنتاجية عناصر الإنتاج

يلخص الجدول التالي إنتاجية عناصر الإنتاج.

جدول (رقم ١١/٣)
إنتاجية عناصر الإنتاج

البيان		الإنتاجية					
		جيد		متوسط		منخفض	
		عدد	%	عدد	%	عدد	%
إنتاجية العامل		١١	٢٥ر٦	٢٧	٦٢ر٨	٥	١١ر٦
إنتاجية رأس المال		٥	١١ر٦	٢٧	٦٢ر٨	١٠	٢٧ر٢
إنتاجية الخامات والمستلزمات		١٠	٢٣ر٣	٣٠	٦٩ر٨	٣	٧
إنتاجية الآلات والمعدات		١١	٢٥ر٦	٣١	٧٢	١	٢ر٣
الإنتاجية الكلية		٦	١٤	٣٥	٨١ر٤	٢	٤ر٦

تتركز معظم الإجابات لكل أنواع الإنتاجية إلى أنها متوسطة المستوى وذلك بصرف النظر عن حجم المنشأة. فالمنشآت الخمس الكبيرة تقدر الإنتاجية بمتوسط لجميع عناصر الإنتاجية (٧٠% من الإجابات متوسطة). أى أن اختلاف الإنتاجية بحسب الحجم غير مبرهن عليه هنا ويحتاج هذا الأمر إلى درجة أعمق من التحليل لتحديد قياس كمى للإنتاجية لكل من العناصر والإنتاجية الكلية لكافة أحجام المشاريع الثلاثة.

النتائج:

- إرتفاع نسبة الأمية مما يمثل عائقا أمام رفع كبير للإنتاجية .
- تقل نسبة الأمية مع كبر حجم المؤسسة.
- تمثل نسبة عمل الإناث نسبة متدنية وإن كانت ترتفع مع كبر حجم المؤسسة.
- نسبة الأمية بين النساء أكثر إرتفاعا من نفس النسبة للرجال كما أنها تعتبر شديدة الإرتفاع وخاصة في المشروعات الأصغر لتصل في المجموعة الأولى إلى ١٠٠%.
- عمالة وتشغيل المرأة في الصناعات الجلدية في مستوى التعليم الجامعى يقل بكثير عن عمالة وتشغيل الذكور.
- إن توافر نوعيات العمل في السوق في مجملها مشكلة لا تتصف بالحدة.
- تقل نسبة العاملين من أصحاب الأعمال بأجر مع زيادة حجم المنشأة. أما الأفراد الآخرون الذين يعملون بالمنشأة بأجر فإن نسبتهم تتزايد مع زيادة حجم المنشأة.

- إن هيكل العمالة يتغير بحسب حجم المشروع وذلك باتجاه زيادة التخصص الإدارى وارتفاع نصيب المشروع الواحد من الفنيين والإداريين.
- يصل نصيب المنشأة من الفنيين والإداريين لمنشآت الفئة الأولى (١٠-١٩ عامل) إلى ١٥ شخص لكل منشأة وترتفع لتصل إلى خمسة أفراد فى الفئة الثانية (٢٠-٤٩ عامل) ثم إلى ١٦ شخصا فى المشروعات الكبيرة.
- تشير غالبية الإجابات فى المستويات الحجمية الثلاث إلى أن التدريب خارج الوحدة وغير مطلوب.
- إن التدريب داخل الوحدة لا يحظى بالإهتمام الكافى فقد أشار ٨٨% من العينة إلى عدم ضرورة التدريب وذلك بالنسبة للفئة الأولى من المشروعات (١٠-١٩ عامل) ثم أجاب ٦٩,٢% بلا بالنسبة للفئة الثانية من المشروعات (٢٠-٤٩ عامل) ثم ٤٠% بالنسبة للمشروعات الكبيرة (أكثر من ٥٠ عامل).
- ظهر من تحليل الإجابات أن مساهمة مراكز التدريب المهنى والمعاهد والجامعات تمثل مصدرا محدودا جدا للعمالة فى هذا القطاع وأن مصادر العمالة الرئيسية هى السوق المحلى والورش والمصانع الأخرى والمعارف ومن التدريب داخل المنشأة.
- لوحظ أن حوالى ٦٧% من المنشآت المبحوثة تعمل وريدية واحدة وينطبق ذلك على جميع أحجام المشروعات.
- إن الإنتاجية الكلية وإنتاجية العوامل تم تقديرها على أنها متوسطة ويرتبط بذلك إرتفاع نسبة الأمية وضعف الإهتمام بالتدريب.

الفصل الرابع

المشاكل المتعلقة بالتكاليف ، التمويل ، الحصول على المواد الخام

تقديم:

من بين المشاكل التي قد تواجهها المنشآت الصناعية ما يتعلق منها بالتكاليف ، التمويل ، الحصول على المواد الخام. ونظرا لأن هذه العناصر تؤثر تأثيرا كبيرا على كفاءة المنشآت الصناعية وقدرتها على الإنتاج والمنافسة بفاعلية. ولما كانت المنشآت الصناعية تتباين فيما بينها من تواجد هذه المشكلات وحدتها تبعا للتباين في حجمها ، ونظرا لأن صناعة الأحذية الجلدية تعتمد في غالبيتها طبقا لبيانات العينة على المنشآت الصغيرة التي يعمل بها من ١٠-٩٩ عاملا ، فإن الفصل الحالي يتناول المشاكل المتعلقة بالتكاليف ، التمويل ، الحصول على الخامات اللازمة للصناعة.

أولاً: المشاكل المتعلقة بالتكاليف:

تتمثل إجمالي تكلفة الحذاء في مجموع تكلفة الخامات والعمالة والمصروفات الإدارية :

١- تحليل البيانات الخاصة بتكلفة الحذاء الجلد الرجالي والحريمي والأطفال:

من الدراسة التي نحن بصددتها فقد أجمعت العينة على أن عناصر التكلفة الخاصة بالحذاء تشتمل على جلد الوجه ، النعل ، الباطس ، البطانة ، فرش ، كلة ، غلبة (درج) إلى جانب تكاليف التفصيل والماكينات والشد والتجميع وإذا كانت هناك عمالة أخرى ثم المصروفات الإدارية والتي تتسم بالعمومية.

ولقد أجمعت مفردات العينة على أن الجلود بمختلف أنواعها هي العناصر الحاكمة في تكلفة الحذاء ، وأن جلود الوجه هي العنصر الحاسم في مجموعة الجلود ، ومؤدى ذلك إلى أن أى جهد للحد من الإسراف والضياع في جلود الوجه بشكل خاص والجلود بشكل عام يؤدي إلى انخفاض التكلفة ، وكذلك فإن أى محاولة لخفض تكلفة جلود الوجه ستعكس بشكل مباشر على تكلفة الحذاء ، ويظهر أيضا من الدراسة أن ارتفاع أسعار الجلود وزيادة تأثيرها على تكلفة الحذاء بالمقارنة مع باقى العوامل يشير إلى الانخفاض النسبي لمستوى الصناعة بشكل عام لأن صناعة الأحذية من الصناعات التي تجمع بين

القيمة الجمالية والقيمة الإستعمالية ومن المفترض أن تبرز فيها القيمة الجمالية ، وبالتالي يجب أن تظهر الأهمية النسبية للعمالة والإكسسوارات باعتبارها عوامل حاسمة في إبراز القيمة الجمالية. هذا إلى جانب أنه على الرغم من زيادة الشكوى من الارتفاع النسبي لأجور العمالة إلا أنها ليست العنصر الحاكم في التكلفة ، وأن تكلفة المستلزمات أكثر تأثيراً من تكلفة العمالة ، وأن جوهر مشكلة ارتفاع أسعار الأحذية يكمن في الارتفاع النسبي في أسعار الجلود.

هذا وسوف يتم دراسة عدة أنواع من الأحذية منها الرجالي والنسائي والأطفالى وذلك بالنسبة للمنشآت الصغيرة التى بها عدد عمال يتراوح ما بين (١٠-١٩) ، والمنشآت المتوسطة والتى يتراوح عدد العمال فيها ما بين (٢٠-٤٩) ، والمنشآت الكبيرة التى يزيد فيها عدد العمال عن ٥٠ عامل.

هذا ويوضح الجدول التالى دراسة مقارنة لعناصر تكلفة الحذاء الرجالى.

جدول رقم (١/٤)
عناصر تكلفة الحذاء الجلد الرجالى

فئات العاملين						عناصر التكلفة
٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	متوسط	%	متوسط	%	متوسط	
٣٧٫٢	٢٧٫٥	٤٧	٢١٫٦	٥٠٫٨	١٩٫٥	جلد الوجه
٢٩٫٥	٢١٫٨	١٥٫٢	٧	١١٫٥	٤٫٤	النعل
٢٫٣	١٫٦	٢٫٢	١	٢٫٢	٨	الباطس
٦	٤٫٤	٣٫٥	١٫٦	٦٫٥	٢٫٥	بطانة
٢٫٨	٢	٢٫٧	١٫٢٥	١٫٦	٦	فرش
١٫١	٨	٢٫٢	١	٢٫٦	١	كله
٨	٦	٢٫٢	١	١٫٣	٥	علبة (درج)
٣٫٣	٢٫٤	٣٫٣	١٫٥	٢	٨	تفصيل
٥	٣٧٫٥	٦٫٥	٣	٥٫٢	٢	ماكينة
٤	٣	٦٫٥	٣	٥٫٩	٢٢٫٥	شد وتجميع
-	-	٢٫٢	١	٣٫٢	١٫٢٥	عمالة أخرى
٨	٦	٦٫٥	٣	٧٫٢	٢٧٫٥	م إدارية
١٠٠	٧٣٫٨٥	١٠٠	٤٥٫٩٥	١٠٠	٣٨٫٣٥	الإجمالي

هذا ويظهر هذا الجدول ارتفاع تكلفة جلد الوجه بالنسبة لإجمالي تكلفة الحذاء فهو يمثل في المنشآت الصغيرة من (١٠-١٩) ٨٠.٥% وفي المنشآت المتوسطة من (٢٠-٤٩) ٤٧% وبالنسبة للمنشآت الكبيرة (٥٠- فأكثر) ٣٧.٢% ، هذا ونرى أيضا انخفاض تكلفة جلد الوجه مع ارتفاع حجم المنشأة.

هذا ويظهر أيضا من الجدول السابق ارتفاع تكلفة النعل بالنسبة لإجمالي التكلفة فبالنسبة للفئة من (١٠-١٩) تصل النسبة المئوية لتكلفة النعل ١١.٥% وبالنسبة للفئة المتوسطة (٢٠-٤٩) تصل النسبة المئوية لتكلفة النعل ١٥.٢% ، أو بالنسبة للفئة الكبيرة وهي (٥٠ فأكثر) فتصل النسبة المئوية لتكلفة النعل ٢٩.٥% بالنسبة لإجمالي التكلفة.

أما عناصر تكلفة الحذاء الجلد الحريري من خلال دراسة العينة نجدها تظهر أيضا نفس خواص الحذاء الجلد الرجالي ويظهر ذلك بالجدول التالي.

جدول رقم (٢/٤)
عناصر تكلفة الحذاء الجلد الحريري

فئات العاملين						عناصر التكلفة
٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	متوسط	%	متوسط	%	متوسط	
٣٥	٣٠	٣٩٫٢	٢١	٤٣٫٤	١	جلد الوجه
٤١	٣٥	١٧	٩	١٢٫١	٥	النعل
٢٫٣	٢	٢٫٩	١٫٦	٤٫٨	٢	الباطس
٧	٦	٧٫٥	٤	٨٫٤	٣٫٥	بطانة
١٫٢	١	٤٫٧	٢٫٥	٢٫٤	١	فرش
١٫٢	١	٢	١	٢٫٤	١	كلة
٧٫٧	٥٫٥	١٫٥	٨٫٧	١٫٧	٧٫٧	علبة(درج)
٢٫٣	٢	٣٫٧	٢	٣٫٦	١٫٥	تفصيل
٣٫٥	٣	٧٫٥	٤	٦٫١	٢٫٥	ماكينة
٣٫٥	٣	٧٫٥	٤	٩	٣٫٧٥	شد وتجميع
٢٫٣	٢	٦٫٥	٣٫٥	٦٫١	٢٫٥	م إدارية
١٠٠	٨٥٫٥	١٠٠	٥٣٫٤٠	١٠٠	٤١٫٤٥	الإجمالي

يتضح من هذا الجدول ارتفاع تكلفة جلد الوجه بالنسبة لإجمالي التكلفة الكلية للحذاء الجلد الحريمي وذلك في كل المنشآت سواء الصغيرة من (١٠-١٩) حيث كانت النسبة المئوية لها ٤٣ر٤% ، أما المنشآت المتوسطة من (٢٠-٤٩) فلقد كانت التكلفة ٣٩ر٢% ، أما في المنشآت الكبيرة (٥٠ فأكثر) فلقد كانت التكلفة ٣٥% ولكن يلاحظ انخفاض النسبة المئوية لهذه التكلفة كلما انتقلنا من فئة إلى فئة أخرى أعلى .

هذا ويلاحظ أيضا ارتفاع تكلفة النعل بالنسبة لإجمالي تكلفة الحذاء الحريمي في جميع الفئات الداخلة في الدراسة سواء في المنشآت الصغيرة (١٠-١٩) أو المتوسطة (٢٠-٤٩) أو الفئة الكبيرة (٥٠ فأكثر) ولكن يلاحظ ارتفاع النسبة المئوية لهذه التكلفة كلما انتقلنا من فئة إلى فئة أخرى. فقد مثلت ١٢ر١% في الفئة الأولى ، ثم زادت إلى ١٧% في الفئة الثانية ثم وصلت إلى ٤١% في الفئة الثالثة وهي زيادة كبيرة عن الفئة الأولى والثانية.

أما إذا انتقلنا لعناصر تكلفة الأحذية الجلدية للأطفال فنجد أنها تشتمل على نفس عناصر التكلفة الخاصة بالحذاء الرجالي والحريمي ولكن يلاحظ الإنخفاض النسبي الكبير في التكلفة عن الأحذية الخاصة بالكبار ، ويتضح ذلك من الجدول التالي.

جدول رقم (٣/٤) عناصر تكلفة الحذاء الجلد الأطفالي

القيمة بالجنيه المصري

فئات العاملين						عناصر التكلفة
٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	متوسط	%	متوسط	%	متوسط	
-	-	٣٩	١٦	٤٦ر٣	١١	جلد الوجه
-	-	٢٣ر١	٩ر٥	١٦ر٨	٤	النعل
-	-	٣ر٦	١ر٥	٢ر١	٥ر	الباطس
-	-	٨ر٥	٣ر٥	٤ر٢	١	بطانة
-	-	٢ر٤	١	٣ر٢	٧٥ر	فرش
-	-	١ر٨	٧٥ر	٣ر٢	٧٥ر	كلا
-	-	١ر٥	٦٣ر	-	-	علبة(درج)
-	-	٣ر٦	١ر٥	٣ر٢	٧٥ر	تفصيل
-	-	٥ر٥	٢ر٢٥	١٠ر٥	٢ر٥	ماكينة
-	-	٦ر١	٢ر٥٠	٦ر٣	١ر٥	شد وتجميع
-	-	٤ر٩	٢	٤ر٢	١	م إدارية
-	-	١٠٠	٤١ر١٣	١٠٠	٢٣ر٧٥	الإجمالي

يلاحظ من هذا الجدول عدم ظهور أى قيم لعناصر التكاليف فى الفئة من (٥٠ فأكثر) ولم تستطيع الباحثة تحديد أسباب ذلك ولكن قد يرجع ذلك لعدم وجود منشآت كبيرة تعمل فى مجال أحذية الأطفال حيث يتم الاعتماد على الاستيراد بصورة أكبر بالنسبة لهذا النوع من الأحذية وخصوصا الرياضة منها حيث يتم استيرادها من الصين وجنوب شرق آسيا.

ويتضح من هذا الجدول أيضا ارتفاع تكلفة جلد الوجه بالنسبة لإجمالي التكاليف بالنسبة للفئة الصغيرة من (١٠-١٩) حيث وصلت إلى ٤٦,٣% أى ما يقرب نصف التكاليف ، ثم الفئة التى تليها وهى من (٢٠-٤٩) وصلت التكاليف إلى ٣٩% وهى أقل من الفئة الأولى ولكنها تشكل نسبة كبيرة من إجمالي تكلفة حذاء الأطفال.

وينطبق ما سبق أيضا على تكلفة النعل فهو يشكل نسبة كبيرة من إجمالي تكلفة الحذاء الأطفال فى حوالى ١٧% فى الفئة الصغيرة من (١٠-١٩) ثم يصل إلى حوالى ١٣% فى الفئة الأكبر من (٢٠-٤٩).

هذا ويتم تسعير الأحذية طبقا لمبدأ التكلفة المرشدة مضافا إليها هامش ربح Cost plus^(١) حيث تحدد نسبة ربح للمنتج ونسبة ربح لتاجر التجزئة ، وهذا مؤداه أن تخفيض تكلفة المنتج وخصوصا تخفيض تكلفة جلد الوجه والنعل وهما العنصران الحاکمان فى تكلفة الحذاء كما يبدو من الدراسة سيؤدى إلى تخفيض التكلفة الكلية ، وسينعكس هذا بالتأكيد على الأسعار .

٢- أسباب ارتفاع تكلفة الأحذية:

ومن الدراسة نجد إجماع أفراد العينة حول تزايد تكاليف إنتاج الحذاء ويرجع ذلك للعديد من العوامل والتى تظهر بالجدول التالى.

^١ - دراسة قطاعية عن صناعة الأحذية فى ج.م.ع وقطاع التعاون الإنتاجى ، الجزء الأول ، صناعة الأحذية والمنتجات الجلدية فى ج.م.ع ، سبتمبر ١٩٨٨ ، ص ٢٤٣.

جدول رقم (٤/٤)

تزايد تكاليف إنتاج الحذاء وأسبابها

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	القيم
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة
								الأسباب:
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	-ارتفاع أسعار الجلود المحلية
٩٥	٤١	١٠٠	٥	٨٥	١١	١٠٠	٢٥	-ارتفاع أسعار الباطس
٩٥	٤١	١٠٠	٥	٨٥	١١	١٠٠	٢٥	-ارتفاع أسعار النعل
٩٣	٤٠	١٠٠	٥	٨٥	١١	٩٦	٢٤	-ارتفاع أسعار الخيوط
٦٣	٢٧	٦٠	٣	٣٨	٥	٧٦	١٩	-ارتفاع نسبة المهالك
٧٤	٣٢	٨٠	٤	٦٢	٨	٨٠	٢٠	-ارتفاع سعر القوالب
٨١	٣٥	٦٠	٣	٦٩	٩	٩٢	٢٣	-ارتفاع أجور العمال
٧٠	٣٠	٦٠	٣	٨٥	١١	٦٤	١٦	-ارتفاع المصاريف الإدارية
٣٠	١٣	٦٠	٣	٣٨	٥	٢٠	٥	-ارتفاع الرسوم الجمركية
٦٠	٣٧	١٠٠	٥	٩٢	١٢	٨٠	٢٠	-ارتفاع الضرائب
٦٠	٢٦	٦٠	٣	٧٧	١٠	٥٢	١٣	-ارتفاع تكلفة الخدمات الأخرى

من الجدول السابق نلاحظ إتفاق جميع مفردات العينة في كل الفئات أى (٤٣) مفردة على استمرار ارتفاع أسعار الأحذية وإرجاعهم ذلك لعدد من الأسباب ولكن أهمها ارتفاع أسعار الجلود المحلية ، ارتفاع أسعار الباطس وارتفاع أسعار النعل والخيوط إلى جانب العوامل الأخرى .

٣- مدى عدم الاعتماد على أقسام محاسبة التكاليف

هذا ولم تقتصر الدراسة على تحديد أسباب تزايد تكاليف إنتاج الأحذية ولكن امتدت إلى أبعد من ذلك لمعرفة مدى توافر قسم لحاسبة التكاليف بالمنشآت المختلفة على اختلاف فئاتها ، ووضح من تحليل البيانات أن عدد قليل جدا يصل إلى ٤% من إجمالى عدد المنشآت فى الفئة من (١٠-١٩) وذلك بواقع منشأة واحدة من إجمالى ٢٥ منشأة هو الذى لديه قسم لحاسبة التكاليف ، يرتفع فى الفئة التالية (٢٠-٤٩) ليصل إلى ١٥%

بواقع منشأتين من إجمالى ثلاثة عشرة منشأة ، ثم يرتفع هذا العدد بنسبة ٦٠% فى الفئة من ٥٠ فأكثر بواقع عدد ٣ منشآت من إجمالى خمسة منشآت. وتعتبر الباحثة أن هذه الزيادة منطقية فوجود قسم للتكاليف بالمنشأة يتطلب إنفاق المزيد من التكاليف لإستخدام العمالة المؤهلة المناسبة لإدارته والذى يعد فوق طاقة العديد من المنشآت ذات الحجم الصغير ، ولكن بصفة عامة فإن عدد المنشآت التى لديها أقسام للتكاليف من إجمالى عدد المنشآت يعد قليل بالرغم من التطور الكبير فى نظم المعلومات والذى يترتب عليه توفير خدمات متميزة للمنشآت المختلفة إذا ما استعانت بنظم تكاليف مستحدثة مستخدمة فى ذلك الحاسب الآلى.

وهذا ولقد تم أيضا تحديد مجموعة من الأسباب التى تؤدى إلى عدم الإقبال على إنشاء قسم لحاسبة التكاليف بالمنشآت من هذه الأسباب صغر حجم المنشآت واعتماد أصحاب المنشآت على أنفسهم فى القيام بإجراء الحسابات الخاصة بالتكاليف واعتقادهم أن تكاليف إنشاء هذه الأقسام قد تفوق إمكانياتهم المادية ، وسوف نقوم بتوضيح ذلك بالتفصيل بالجدول الآتى.

جدول رقم (٥/٤)

توزيع المنشآت حسب توافر أقسام لمحاسبة التكاليف بها
وأسباب عدم توافر هذه الأقسام إلا في مجموعة محددة من المنشآت

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
١٤	٦	٦٠	٣	١٥	٢	٤	١	نعم
٨٦	٣٧	٤٠	٢	٨٥	١١	٩٦	٢٤	لا
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة
								الأسباب:
٥٦	٢٤	-	-	٦٢	٨	٦٤	١٦	-صغر حجم المنشأة
٦٧	٢٩	٢٠	١	٦٩	٩	٧٦	٩	-صاحب المنشأة يقوم بذلك
٢٣	١٠	٤٠	٢	٣٨	٥	١٢	٣	-ارتفاع تكاليف إنشاء أقسام لمحاسبة التكاليف.

من الجدول السابق يتضح لنا أن ٩٢% من المنشآت الصغيرة والمتوسطة لا تتوافر بها أقسام لمحاسبة التكاليف وذلك مقابل ٤٠% في المنشآت الكبيرة.
ويرجع السبب في ذلك إلى صغر حجم المنشآت الصغيرة والمتوسطة ومن ثم قيام أصحاب هذه المنشآت بالأعمال المحاسبية.

٤- هيكل الرسوم والضرائب التي تدفعها المنشآت العاملة في مجال الأحذية:

تتحمل المنشآت العاملة في صناعة الأحذية العديد من أنواع الرسوم والضرائب والتي أجمعت كل العينة على دفعها لهذه الرسوم والضرائب ، ولقد تم حصـرها في العديد من الأنواع ، ولكن الدراسة أظهرت تركـزها في ضريبة الأرباح وضريبة المبيعات ، وذلك في الفئة من (١٠ - ١٩) ، أما الفئة (٢٠ - ٤٩) فقد تركزت في ضريبة الأرباح وضريبة المبيعات والغرامات أما الفئة (٥٠ فأكثر) فقد تركزت في الرسوم السيادية وضريبة المبيعات ويظهر ذلك من بيان الجدول التالي.

جدول رقم (٦/٤)

توزيع المنشآت بناء على مدى دفعها
للضرائب والرسوم وهيكل هذه الضرائب والرسوم

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	نعم
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة
								هيكल الرسوم والضرائب:
		٨ر	٣	٢ر	١٢	٢	٢٠	-رسوم التراخيص
		٧ر	٣	٤ر	١٣	٢ر٤	١٩	-رسوم النظافة
		٦٢	١	٣ر٤	١	-	-	-الرسوم السيادية التي تحصل داخل الدائرة الجمركية.
		٢ر١	٢	٤ر	٣	١ر٧	٤	-الضريبة العقارية
		٩ر	١	٨	٩	٣٧	١٤	-ضريبة الأرباح الصناعية
		٣٢	٤	١٣	١٢	٤٣ر٤	١٨	-ضريبة المبيعات
		١ر٥	١	٦ر	٤	١٢ر٤	٣	-ضريبة المدفعة
		-	-	٧٤	١	١ر١	١	-غرامات
		١٠٠	١٥	١٠٠	٥٥	١٠٠	٧٩	الإجمالي

ومن الجدول السابق نجد إشتراك كل الفئات وإجماعها على تزايد ضرائب المبيعات بصفة

مستمرة.

ثانيا: المشاكل المتعلقة بالحصول على التمويل:

١- مصادر تمويل النشاط الإنتاجي للمنشأة:

يتضح من دراسة العينة اعتماد معظم مفرداتها على التمويل الذاتي ، فهناك ٢٤ منشأة من إجمالي ٢٥ منشأة في الفئة (١٠-١٩) تعتمد على التمويل الذاتي ومنشأة واحدة تعتمد بجانب التمويل الذاتي على القروض ، وهناك في الفئة من (٢٠-٤٩) ، ٩ منشآت من إجمالي ١٣ منشأة تعتمد على التمويل الذاتي و٤ فئات تعتمد على التمويل الذاتي والقروض ، أما في الفئة من ٥٠ فأكثر فهناك منشأتان تعتمدان على التمويل الذاتي من إجمالي خمسة منشآت ثم منشآت تعتمد على التمويل الذاتي والقروض مما يتضح اعتماد المنشآت بكثافة على التمويل الذاتي ويظهر ذلك من الجدول التالي.

جدول رقم (٧/٤)

مصادر تمويل النشاط الإنتاجي للمنشأة

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٨١	٣٥	٤٠	٢	٦٩	٩	٩٦	٢٤	تمويل ذاتي
١٩	٨	٦٠	٣	٣١	٤	٤	١	تمويل ذاتي وقروض
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

٢- مصادر وأهداف الحصول على القروض:

تعددت مصادر الحصول على القروض من خلال البنوك المختلفة ولكن هناك تركيز على استخدام البنك الأهلي إلى جانب الاعتماد على الإقراض من الأهل والأقارب ، وتنوعت أهداف الحصول عليها من شراء للمعدات والخامات والإنشاءات والمباني ، ويظهر ذلك من الجدول التالي.

جدول رقم (٨/٤)

مصادر وأهداف الحصول على القروض

فئات عدد العاملين								بيان
جولة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
<u>مصادر الحصول على القروض:</u>								
٢٣	١	-	-	٧٧	١	-	-	١- بنك التنمية الصناعية
٢٣	١	-	-	-	-	٤	١	٢- الصندوق الاجتماعي للتنمية
٢٣	١	-	-	٧٧	١	-	-	٣- الأقارب والأصدقاء
٢٣	١	٢٠	١	-	-	-	-	٤- بنك الاسكندرية الكويت الدولي
٢٣	١	-	-	٧٧	١	-	-	٥- بنك الاسكندرية فرع العباسية
٤٧	٢	٢٠	١	٧٧	١	-	-	٦- البنك الأهلي
٢٣	١	٢٠	١	-	-	-	-	٧- بنك المهندس
<u>أهداف الحصول على القروض</u>								
١٤	٦	٦٠	٣	٢٣	٣	-	-	١- شراء معدات
١٤	٦	٤٠	٢	٢٣	٣	٤	١	٢- شراء خامات
٤٧	٢	٤٠	٢	-	-	-	-	٣- إنشاءات ومباني

٣- مشاكل الحصول على التمويل وأسبابه:

ظهرت من دراسة العينة أن معظم المنشآت لا تعاني من مشاكل في الحصول على التمويل وهناك منشآت تواجهها العديد من المشكلات منها صعوبة الحصول على قروض بالعملية الأجنبية ، ارتفاع سعر الفائدة ، فترة السداد ومواعيد الأقساط غير مناسبة ، الضمانات أكثر من اللازم ، فترات السماح معدومة أو محدودة ، فرض بعض التدخلات في الخصوصيات ، طلب دراسات ومستندات يصعب تقديمها ، ارتفاع مصروفات التمويل ، عدم تفضيل إقراض المشروعات الصغيرة ، إلى جانب كون بعض البنوك لا تعطى قروض لصناع الأحذية ويظهر ذلك من الجدول الآتي:

جدول رقم (٩/٤)

توزيع المنشآت حسب مدى مواجهتها لمشاكل الحصول على التمويل

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
١٦	٧	٢٠	١	٣١	٤	٨	٢	نعم
٨٤	٣٦	٨٠	٤	٦٩	٩	٩٢	٢٣	لا
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

٤- الحصول على قروض من مصادر تمويل أجنبية وأسبابه :

يظهر من دراسة العينة أن معظم العينة لا تواجه مشكلات في الحصول على تمويل أجنبي، أما المجموعة التي تواجه صعوبات في الحصول على هذا التمويل فإن هذا يرجع للعديد من الأسباب منها ارتفاع سعر الفائدة ، فترة السداد ومواعيد الأقساط غير مناسبة ، فترة السماح معدومة أو محدودة ، نوع العملة غير ملائم ، سداد الفائدة بذات العملة ، الضمانات أكثر من اللازم ، طلب دراسات ومستندات يصعب تقديمها ، ارتفاع مصروفات القرض ، ثم عدم وجود قروض بالعملية المحلية.

جدول رقم (١٠/٤)

توزيع المنشآت تبعا لما تواجهه من صعوبات الحصول على قروض أجنبية

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
١٤	٦	٢٠	١	٢٣	٣	٨	٢	نعم
٨٦	٣٧	٨٠	٤	٧٧	١٠	٩٢	٢٣	لا
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

هذا ولقد حدد بعض أفراد العينة العديد من الصعوبات الأخرى التي تواجههم للحصول على التمويل بصفة عامة ومنها عزوف المسئولين بالبنوك عن إقراض الصناع ، عدم وجود حجة توفر قروض بضمانات معقولة وليس مبالغ فيها ، الحاجة إلى قروض بفترة سماح معقولة ثم إلغاء الائتمان بأوراق القبض.

ثالثا: المشاكل المتعلقة بالحصول على الخامات:

١- مصادر الحصول على الخامات:

يستخدم العاملون في قطاع الأحذية العديد من الخامات منها جلد الوجه ، النعل ، الباطس ، البطانة والفرش ، الكلة ، علبة (درج) ، الخيوط ثم الإكسسوارات ، وتعدد مصادر الحصول على هذه الخامات فمنها تجار الجملة ، تجار التجزئة ، مصانع القطاع الخاص أو قد تكون مستوردة ، ويظهر من الجداول التالية ذلك بالتفصيل.

(أ) مصادر الحصول على جلد الوجه:

يوضح الجدول التالي مصادر الحصول على جلد الوجه.

جدول رقم (١١/٤)

مصادر الحصول على جلد الوجه

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٤٤	١٩	٨٠	٤	٦٩	٩	٢٤	٦	محلّي من تجار الجملة
٤٩	٢١	٢٠	١	٨	١	٧٦	١٩	محلّي من تجار التجزئة
٧	٣	-	-	٢٣	٣	-	-	محلّي من مصانع القطاع الخاص
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

يظهر من هذا الجدول اعتماد مجموعة المنشآت في الفئة (٢٠-٤٩) بصورة كبيرة على

تجار الجملة ثم تلى ذلك مصانع القطاع الخاص ، أما مجموعة المنشآت في الفئة من (١٠-١٩)

فتعتمد بصفة أكبر على تجار التجزئة يلي ذلك تجار الجملة ، أما مجموعة المنشآت في الفئة من (٥٠ فأكثر) فتعتمد على تجار الجملة بصفة كبيرة يلي ذلك تجار التجزئة ولا يعتمد على القطاع الخاص.

(ب) مصادر الحصول على النعل:

يتضح من دراسة العينة اعتمادها على العديد من المصادر منها تجار الجملة ، وتجار التجزئة ، ومصانع القطاع الخاص ، وتعتمد أيضا على مصادر مستوردة في الحصول على النعل ويظهر ذلك من الجدول التالي.

جدول رقم (١٢/٤)

مصادر الحصول على النعل

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٤٤	١٩	٦٠	٣	٦٢	٨	٣٢	٨	محلى من تجار الجملة
٤٤	١٩	-	-	١٥	٢	٦٨	١٧	محلى من تجار التجزئة
٥	٢	-	-	١٥	٢	-	-	محلى من مصانع القطاع الخاص
٧	٣	٤٠	٢	٨	١	-	-	مستورد
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

ويظهر من هذا الجدول اعتماد المنشآت في الفئة من (١٠-١٩) على تجار التجزئة بصورة أكبر من باقى المصادر يلي ذلك تجار الجملة ولا تعتمد هذه الفئة على مصانع القطاع الخاص أو المستورد ، أما في الفئة من (٢٠-٤٩) فتعتمد بنسبة أكبر على تجار الجملة يلي ذلك اعتمادها على تجار التجزئة والقطاع الخاص بنفس النسبة ليتبع ذلك اعتمادها على المصادر المستوردة ، أما المنشآت في الفئة (٥٠ فأكثر) فتعتمد بنسبة أكبر على تجار الجملة ثم المستورد ولا تعتمد على تجار التجزئة أو مصانع القطاع الخاص.

(ج) مصادر الحصول على الباطس:

هناك العديد من المصادر للحصول على الباطس منها تجار الجملة ، تجار التجزئة ثم مصادر مستوردة ويبدو ذلك من الجدول التالي.

جدول رقم (١٣/٤)

مصادر الحصول على الباطس

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٤٤	١٩	٤٠	٢	٦٩	٩	٣٢	٨	محلى من تجار الجملة
٤٧	٢٠	-	-	٢٣	٣	٦٨	١٧	محلى من تجار التجزئة
٩	٤٠	٦٠	٣	٨	١	-	-	مستورد
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

يظهر من هذا الجدول اعتماد المنشآت في الفئة من (١٠-١٩) في الحصول على الباطس بنسبة أكبر من تجار التجزئة يلي ذلك تجار الجملة وعدد اعتمادهم على مصادر مستوردة ، أما الفئة من (٢٠-٤٩) فيحصلون على الباطس بنسبة أكبر من تجار الجملة يلي ذلك تجار التجزئة ثم الإستيراد ، أما المنشآت في الفئة (٥٠ فأكثر) فيعتمدون على الإستيراد بنسبة أكبر يلي ذلك تجار الجملة ولا يعتمدون على تجار التجزئة.

(د) مصادر الحصول على البطانة:

أما مصادر الحصول على البطانة فمتعددة منها تجار جملة وتجار تجزئة ومصانع القطاع الخاص ، ومصادر مستوردة ، ويظهر ذلك من الجدول التالى.

جدول رقم (١٤/٥)

مصادر الحصول على البطانة

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٤٤	١٩	٤٠	٢	٧٧	١٠	٢٨	٧	محلى من تجار الجملة
٤٧	٢٠	٢٠	١	٨	١	٧٢	١٨	محلى من تجار التجزئة
٤٥	٢	-	-	-	-	-	-	محلى من مصانع القطاع الخاص
٤٥	٢	٤٠	٢	١٥	٢	-	-	مستورد
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

من هذا الجدول نجد أن المنشآت في الفئة من (١٠-١٩) تعتمد على تجار التجزئة بنسبة أكبر يلي ذلك تجار الجملة ولا تعتمد على مصانع القطاع الخاص أو المستورد ، أما الفئة من (٢٠-٤٩) فتعتمد على تجار الجملة بنسبة أكبر يلي ذلك المستورد ثم تجار التجزئة ولا تعتمد على القطاع الخاص ، أما المنشآت في الفئة من (٥٠ فأكثر) فتعتمد على تجار الجملة والمستورد بنفس النسبة يلي ذلك تجار التجزئة ولا تعتمد على القطاع الخاص.

(هـ) مصادر الحصول على الفرش:

يتضح من دراسة العينة تعدد مصادر الحصول على الفرش فمنها مصادر محلية متمثلة في تجار الجملة والتجزئة والقطاع الخاص ومنها مصادر مستوردة ، ويتضح ذلك من الجدول التالي.

جدول رقم (١٥/٤)

مصادر الحصول على الفرش

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
٧	٢٨	٩	٦٩	٢	٤٠	١٨	٤٢	محلى من تجار الجملة
١٨	٧٢	١	٨	١	٢٠	٢٠	٤٦	محلى من تجار التجزئة
-	-	٣	٢٣	-	-	٣	٧	محلى من مصانع القطاع الخاص
-	-	-	-	٢	٤٠	٢	٥	مستورد
٢٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٥	١٠٠	٤٣	١٠٠	جملة

ويظهر من هذا الجدول اعتماد المنشآت في الفئة (١٠-١٩) في تجار التجزئة بنسبة كبيرة يلي ذلك تجار الجملة ولا يعتمدون على القطاع الخاص أو المستورد ، أما الفئة من (٢٠-٤٩) فيعتمدون بنسبة أكبر على تجار الجملة يلي ذلك مصانع القطاع الخاص ثم تجار التجزئة ولا يعتمدون على المصادر المستوردة في الحصول على الفرش ، أما الفئة من (٥٠ فأكثر) فيعتمدون على تجار التجزئة والمصادر المستوردة بنفس النسبة يلي ذلك تجار التجزئة ولا يعتمدون على مصانع القطاع الخاص.

(و) مصادر الحصول على علبة (درج)

من دراسة العينة يتضح تعدد مصادر الحصول على العلبة (درج) وتمثل في تجار الجملة وتجار التجزئة ومصانع القطاع الخاص ثم إنتاج ذاتي ، ثم مصادر مستوردة ، ويظهر ذلك من الجدول التالي.

جدول رقم (١٦/٥)

مصادر الحصول على علبة (درج)

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٤٧	٢٠	٤٠	٢	٦٩	٩	٣٦	٩	محلى من تجار الجملة
٤٧	٢٠	٤٠	٢	٢٣	٣	٦٠	١٥	محلى من تجار التجزئة
٢	١	-	-	٨	١	-	-	محلى من مصانع القطاع الخاص
٢	١	-	-	-	-	٤	١	محلى إنتاج ذاتى
٢	١	٢٠	١	-	-	-	-	مستورد
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

يتبين من هذا الجدول اعتماد المنشآت في الفئة من (١٩-١٠) على تجار التجزئة يلي ذلك تجار الجملة يلي ذلك الإنتاج الذاتي وليس هناك مصانع قطاع خاص أو مصادر مستوردة ، أما الفئة (٢٠-٤٩) فتعتمد على تجار الجملة يلي ذلك تجار التجزئة ثم مصانع القطاع الخاص ولا تعتمد على ذاتها أو مصادر مستوردة ، أما المنشآت التي بها (٥٠ عامل فأكثر) فتعتمد على كلا من تجار الجملة والتجزئة بنفس النسبة ثم يلي ذلك المستورد ولا تعتمد على مصانع القطاع الخاص أو الإنتاج الذاتي.

(ز) مصادر الحصول على الخيوط:

يتضح من دراسة العينة تعدد مصادر الحصول على الخيوط سواء مصادر محلية متمثلة في تجار الجملة وتجار التجزئة ومصانع القطاع الخاص أو مصادر مستوردة ، ويظهر ذلك من الجدول التالي.

جدول رقم (١٧/٤)
مصادر الحصول على الخيوط

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٤٠	١٧	٢٠	١	٦٩	٩	٢٨	٧	محلى من تجار الجملة
٤٧	٢٠	-	-	١٥	٢	٧٢	١٨	محلى من تجار التجزئة
٢	١	-	-	٨	١	-	-	محلى من مصانع القطاع الخاص
١١	٥	٨٠	٤	٨	١	-	-	مستورد
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

يتبين من هذا الجدول أن الفئة من (١٠-١٩) تعتمد على تجار التجزئة بنسبة أكبر ثم يلى ذلك تجار الجملة ولا تعتمد على القطاع الخاص أو المصادر المستوردة ، أما الفئة من (٢٠-٤٩) فتعتمد بنسبة كبيرة على تجار الجملة يلى ذلك تجار التجزئة ثم مصانع القطاع الخاص والمستورد بنفس النسبة ، أما المنشآت التى بها (٥٠ عامل فأكثر) فتعتمد بنسبة أكبر على المستورد يلى ذلك تجار الجملة ولا تعتمد على تجار التجزئة أو مصانع القطاع الخاص.

(ج) مصادر الحصول على الإكسسوارات:

تعدد مصادر الحصول على الإكسسوارات من تجار الجملة وتجار التجزئة ومصادر مستوردة ، ويظهر ذلك من الجدول التالى.

جدول رقم (١٨/٤)
مصادر الحصول على الإكسسوارات

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٤٠	١٧	٢٠	١	٦٩	٩	٢٨	٧	محلى من تجار الجملة
٤٩	٢١	-	-	٢٣	٣	٧٢	١٨	محلى من تجار التجزئة
١١	٥	٨٠	٤	٨	١	-	-	مستورد
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

يتبين من الجدول أن المنشآت في الفئة من (١٠-١٩) تعتمد بنسبة أكبر على تجار التجزئة يلي ذلك تجار الجملة ولا تعتمد على المصادر المستوردة ، أما المنشآت في الفئة من (٢٠-٤٩) فتعتمد على تجار الجملة بنسبة أكبر يلي ذلك تجار التجزئة ثم المستورد ، أما المنشآت في الفئة من (٥٠ فأكثر) فتعتمد بنسبة أكبر على المصادر المستوردة يلي ذلك تجار الجملة ولا تعتمد هذه المنشآت على تجار التجزئة.

ويتضح من دراسة العناصر السابقة اعتماد المنشآت في الفئة من (١٠-١٩) على تجار التجزئة بصورة كبيرة يلي ذلك تجار الجملة وعدم الاعتماد على المستورد ، أما في الفئة من (٢٠-٤٩) فتعتمد على تجار الجملة بصورة أكبر ثم تجار التجزئة ثم المستورد ، أما الفئة من (٥٠ فأكثر) فتعتمد على المستورد وبصورة كبيرة يلي ذلك تجار الجملة ولا تعتمد إلا بصورة ضئيلة على تجار التجزئة.

٢- مشاكل الحصول على المواد الخام المحلية:

انقسمت العينة إلى مجموعتين ، مجموعة تعاني مشاكل في الحصول على الخامات بنسبة ٧٢% وأخرى لا تعاني مثل هذه المشاكل وذلك بنسبة ٢٨% .
وقد أرجعت المجموعة الأولى هذه المشاكل إلى عدم توافر الخامات بانتظام طوال العام ، ارتفاع أسعار الخامات ، انخفاض جودة الخامات ، نظم السداد ، ويظهر توزيع هذه المنشآت بالجدول التالي.

جدول رقم (١٩/٤)

توزيع المنشآت حسب مواجهتها لمشاكل الحصول على الخامات

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
٨	٦٨	٤	٦٩	-	-	٣١	٧٢	نعم
١٧	٣٢	٩	٣١	٥	١٠٠	١٢	٢٨	لا
٢٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٥	١٠٠	٤٣	١٠٠	جملة

٣- مشاكل الحصول على الخامات المستوردة:

يتضح من دراسة العينة مواجهتها للعديد من المشاكل في الحصول على الخامات المستوردة منها ارتفاع أسعار هذه الخامات ، عدم توافر النقد الأجنبي ، وطول الفترة الزمنية للإفراج عن الخامات من الجمارك ، ثم تقدير الجمارك جزافيا ، ويظهر ذلك من الجدول التالي.

جدول رقم (٢٠/٤)

توزيع المنشآت حسب مواجهتها لمشاكل الحصول على الخامات المستوردة

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٤٧	١٨	٥٠	٢	٧٥	٩	٣٢	٧	نعم
٥٣	٢٠	٥٠	٢	٢٥	٣	٦٨	١٥	لا
١٠٠	٣٨	١٠٠	٤	١٠٠	١٢	١٠٠	٢٢	جملة

يتبين من هذا الجدول المنشآت في الفئة (١٠-١٩) معظمها لا تواجه مشاكل في الحصول على الخامات المستوردة وترجع الباحثة ذلك إلى أن معظم هذه المنشآت لا تعتمد على المصادر المستوردة في الحصول على خاماتها ، أما الفئة من (٢٠-٤٩) فتواجه مشاكل أكثر في الحصول على الخامات المستوردة ، أما المنشآت في الفئة (٥٠ فأكثر) فنصف العينة تواجه مشاكل والنص الآخر لا يواجه مشاكل.

٤- مدى أثر انخفاض سعر صرف الجنيه المصري:

أجمعت العينة على أن انخفاض سعر صرف الجنيه يؤدي إلى ارتفاع أسعار الخامات المستوردة ويظهر ذلك الجدول التالي.

جدول رقم (٢١/٤)
توزيع المنشآت حسب مواجهتها لمشاكل
الحصول على الخامات المستوردة

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	نعم
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

٥- مدى إلتزام مصادر المواد الخام بتلبية احتياجات الصناعة:

تعدد مصادر الحصول على المواد الخام وفي هذه الجزئية سيتم دراسة مدى إلتزامها بتلبية احتياجات المستخدمين وتمثل في تجار الجملة وتجار التجزئة والقطاع الخاص والقطاع العام ، ويظهر ذلك في مجموعة الجداول التالية.

جدول رقم (٢٢/٤)
توزيع العينة تبعا لمدى إلتزام تجار الجملة
بالوفاء بمتطلبات المنشآت من الخامات

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٤٧	٢٠	٢٠	١	٢٣	٣	٦٤	١٦	لا يتعامل
٥١	٢٢	٨٠	٤	٦٩	٩	٣٦	٩	ملتزم
٢	١	-	-	٨	١	-	-	غير ملتزم
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

يتبين من هذا الجدول بالنسبة للفئة (١٠-١٩) أن معظمها لا تتعامل مع تجار الجملة وأن من يتعامل فيها مع تجار الجملة يتسم بالإلتزام ، أما في الفئة من (٢٠-٤٩) فهناك نسبة فلا تتعامل مع تجار الجملة أما النسبة التي يتعامل مع تجار الجملة فمعظمها ملتزم ونسبة ضئيلة غير ملتزمة ، أما في الفئة (٥٠ فأكثر) فتتسم معظمها أيضا بالإلتزام في تلبية احتياجات المستخدمين.

(أ) تجار التجزئة:

يتضح من دراسة العينة أيضا اتسام معظم الموردين من تجار التجزئة بالإلتزام في تلبية احتياجات المستخدمين من المواد الخام ويظهر ذلك بالجدول التالي.

جدول رقم (٢٣/٤)

توزيع العينة تبعا لمدى إلتزام تجار الجملة بالوفاء بمتطلبات المنشآت من الخامات

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٢١	٩	٤٠	٢	٣١	٤	١٢	٣	لا يتعامل
٧٠	٣٠	٦٠	٣	٤٦	٦	٨٤	٢١	ملتزم
٩	٤	-	-	٢٣	٣	٤	١	غير ملتزم
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

يتبين من هذا الجدول ارتفاع نسبة الملتزمين من تجار التجزئة في الفئة من (١٠-١٩) إلى جانب نسبة ضئيلة غير ملتزمة ، أما في الفئة من (٢٠-٤٩) فيتضح أن حوالى ٥٠% من العينة أشارت بإلتزام تجار التجزئة والـ ٥٠% الأخرى نصفها يبدو غير ملتزم والنصف الآخر لا يتعامل مع هؤلاء التجار ، أما في الفئة (٥٠ فأكثر) فحوالى ٦٠% من العينة ملتزمة و ٤٠% لا تتعامل ، أى إجماع العينة في هذه الفئة على إلتزام تجار التجزئة.

(ب) القطاع الخاص:

يتضح من العينة أن نسبة كبيرة منها لا تتعامل مع هذا القطاع والنسبة الضئيلة من المنشآت التى تتعامل مع هذا القطاع تعتبر ملتزمة ، ويظهر ذلك من الجدول التالي.

جدول رقم (٢٤/٤)

توزيع العينة تبعا لمدى التزام مصانع القطاع الخاص تبعا للوفاء بمتطلبات المنشآت من الخامات

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٧٩	٣٤	٨٠	٤	٥٤	٧	٩٢	٢٣	لا يتعامل
١٩	٨	٢٠	١	٣٨	٥	٨	٢	ملتزم
٢	١	-	-	٨	١	-	-	غير ملتزم
١٠٠	٤٣	١٠٠	٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

يتبين من هذا الجدول أن الفئة من (١٠-١٩) لا يتعامل معظمها مع القطاع الخاص والنسبة الضئيلة التي تتعامل مع القطاع الخاص تعتبر ملزمة ، أما الفئة من (٢٠-٤٩) فلا تتعامل تقريبا نصفها مع القطاع الخاص أما النصف الآخر معظمه ملتزما بالقطاع الخاص ونسبة ضئيلة تعتبره غير ملتزم ، أما الفئة (٥٠ فأكثر) معظمها لا يتعامل مع القطاع الخاص والجزء الضئيل الذي يتعامل معه يعتبره ملتزما ، أى يتسم التعامل مع هذا القطاع بالالتزام.

(ج) قطاع الأعمال:

يتضح من العينة أن كلها تقريبا لا يتعامل مع قطاع الأعمال وأن منشأتان فقط تتعاملان مع هذا القطاع ونعتبره قطاع ملتزم ، ويظهر ذلك من الجدول التالى.

جدول رقم (٢٥/٤)

توزيع العينة تبعا لمدى التزام قطاع الأعمال

تبعا للوفاء بمتطلبات المنشآت فى الحصول على الخامات

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
٢٥	١٠٠	١٢	٩٢	٤	٨٠	٤١	٩٥	
لا يتعامل	٢٥	١٠٠	١٢	٩٢	٤	٨٠	٤١	٩٥
ملتزم	-	-	١	٨	١	٥٠	٢	٥
جملة	٢٥	١٠٠	١٣	١٠٠	٥	١٠٠	٤٣	١٠٠

يتبين من هذا الجدول مدى التزام مصانع قطاع الأعمال بالوفاء بمتطلبات المنشآت فى الحصول على الخامات ، فنجد أن حوالى ٩٥% من أفراد العينة لا يتعاملون مع هذا المصدر ، أما باقى مصانع قطاع الأعمال فتعد من المصادر الملتزمة.

٦- تكلفة المواد الخام (ما عدا السعر):

يظهر من الجداول الآتية تعدد تكاليف الحصول على المواد الخام بخلاف سعرها وتتمثل فى تكاليف النقل ، تكاليف التأمين ، تكاليف الشحن ، تكاليف التخزين ثم الجمارك ، ويتضح من دراسة العينة أن تكاليف النقل والتخزين تمثل أكثر عناصر التكاليف تأثيرا فى تحديد تكلفة المواد الخام.

أما بالنسبة للمخزون فهناك العديد من الأسباب التي تؤدي إلى زيادة المخزون عن الحدود العادية منها خشية عدم توافره وخشية ارتفاع الأسعار وضمان الإنتاج ثم خصم الكمية وتتركز أسباب زيادة المخزون عن الحدود العادية في عنصرين هما خشية عدم توافره أو خشية ارتفاع أسعاره ويظهر ذلك من الجداول الآتية.

جدول رقم (٢٦/٤)

عناصر تكلفة المواد الخام بخلاف سعرها

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٦٥	٢٨	٦٠	٣	٧٧	١٠	٦٠	١٥	١- تكاليف النقل
٧	٣	٢٠	١	٨	١	٤	١	٢- تكاليف التأمين
٥	٢	٢٠	١	٨	١	-	-	٣- تكاليف الشحن
١٤	٦	٤٠	٢	١٥	٢	٨	٢	٤- تكاليف التخزين
١٤	٦	٤٠	٢	١٥	٢	٨	٢	٥- كل العناصر السابقة
٧	٣	٤٠	٢	-	-	٤	١	٦- الجمارك

جدول رقم (٢٧/٤)

أسباب زيادة المخزون من المواد الخام عن الحدود العادية

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٣٠	١٣	-	-	٦٢	٨	٢٠	٥	١- خشية عدم التوافر
٣٠	١٣	٢٠	١	٣٨	٥	٢٨	٧	٢- خشية ارتفاع الأسعار
٢٣	١٠	٢٠	١	٣٨	٥	١٦	٤	٣- ضمان الإنتاج
٢	١	-	-	-	-	٤	١	٤- خصم الكمية

رابعاً: النتائج

- ارتفاع تكلفة جلد الوجه والنعل بالمقارنة بباقي عناصر تكلفة الحذاء والتي تشتمل على الباطس ، بطانة الفرش ، الكلة ، التفصيل ، الشد والتجميع وغيرها من المصاريف الإدارية وذلك بالنسبة للحذاء الجلد الرجالي والحريمي والأطفال وذلك على مستوى جميع الفئات سواء الصغيرة أو المتوسطة أو الكبيرة.
- إجماع جميع المنشآت بحجومها المختلفة على تزايد تكاليف إنتاج الحذاء.
- يشكل أسعار جلد الوجه والنعل أهم مكونات تكلفة الحذاء الرجالي والحريمي والأطفال في كافة أحجام المنشآت باستثناء المنشآت الكبيرة بخصوص أحذية الأطفال.
- يتركز ارتفاع تكاليف إنتاج الحذاء في أحجام المنشآت المختلفة في أربعة أسباب رئيسية هي ارتفاع أسعار الجلود المحلية ، ارتفاع أسعار الباطس ، ارتفاع أسعار النعل ، وارتفاع أسعار الخيوط.
- ارتفاع نسبة عدد المنشآت التي لا يتوفر لديها قسم لحاسبة التكاليف بالنسبة لإجمالي عدد المنشآت الصغيرة والمتوسطة وذلك لاعتماد معظم أفراد العينة على أنفسهم في عمل الحسابات الخاصة بمنشآتهم.
- التزام جميع المنشآت بحجومها المختلفة بدفع الضرائب مع تعدد أنواعها وتركزها في الرسوم السيادية خاصة ضريبة المبيعات.
- اعتماد النسبة الغالبة من المنشآت الصغيرة والمتوسطة مقابل نسبة قليلة إلى حد ما على التمويل الذاتي في المنشآت الكبيرة .
- تعدد مصادر الحصول على القروض منها بنك التنمية الصناعية والصندوق الاجتماعي للتنمية ، بنك الإسكندرية الكويت الدولي ، بنك الإسكندرية ، البنك الأهلي وبنك المهندس ثم الاعتماد على الأقارب والأصدقاء.
- تعدد أسباب الحصول على القروض رغم تركزها في شراء معدات وشراء خامات ، إنشاءات ومباني.
- أن غالبية المنشآت بحجومها المختلفة لا تتعامل مع البنوك للحصول على التمويل
- تعدد أسباب مشاكل الحصول على القروض للقلة التي تتعامل مع البنوك منها صعوبة الحصول على قروض بالعملة الأجنبية ، ارتفاع سعر الفائدة ، عدم مناسبة فترات السداد ومواعيد الأقساط ، الضمانات أكثر من اللازم ، فترة السماح معدومة أو محدودة ، فرض بعض التدخلات على خصوصيات المنشآت ، طلب دراسات ومستندات يصعب

تقديمها ، ارتفاع مصروفات التمويل ، عدم تفضيل إقراض المشروعات الصغيرة ، وغيرها من الأسباب.

- تعاني العديد من المنشآت من الكثير من المشاكل عند حصولها على تمويل من مصادر أجنبية منها ارتفاع سعر الفائدة ، فترة السداد ومواعيد الأقساط غير مناسبة ، فترة السماح معدومة أو محدودة ، نوع العملة غير ملائم ، سداد الفائدة بذات العملة ، الضمانات أكثر من اللازم ، طلب دراسات ومستندات يصعب تقديمها ، ارتفاع مصروفات القروض إلى جانب عدم وجود قروض بالعملة المحلية ، هذا ويأخذ ارتفاع سعر الفائدة الوزن النسبي الأكبر بالمقارنة بباقي المشاكل.

- هناك العديد من الصعوبات الأخرى التي تواجهها المنشآت عند حصولها على التمويل تتمثل في عزوف المسئولين بالبنوك عن إقراض الصناع ، الحاجة إلى قروض من جهة ما بضمانات معقولة وليس مبالغ فيها ، الحاجة إلى قروض بفترة سماح معقولة ، ثم إلغاء الإئتمان بأوراق القبض .

- تعتمد المنشآت الصغيرة التي يعمل بها من ١٠-١٩ مشتغلا على المصادر المحلية من تجار التجزئة للحصول على الخامات اللازمة والتي تشمل جلد الوجه ، النعل ، الباطس ، البطانة ، علبه الدرج ، والإكسسوار مقابل اعتماد المنشآت المتوسطة على تجار الجملة. أما المنشآت الكبيرة فتعتمد على تجار الجملة المحليين للحصول على هذه الخامات مع اعتماد نسبة كبيرة منها على استيراد الخيوط ، الإكسسوارات ، الباطس ، الفرش ، البطانة ، والنعل.

- تتعدد المشاكل التي تواجه المنشآت عند حصولها على الخامات ومنها عدم توافر الخامات بانتظام طوال العام ، ارتفاع أسعار الخامات ، انخفاض جودة الخامات ثم السداد الفوري لسعر الخامات.

- تعدد مشاكل الحصول على خامات مستوردة ، ومنها ارتفاع الأسعار ، عدم توافر النقد الأجنبي ، طول الفترة الزمنية اللازمة للإفراج عن الخامات من الجمارك ، ثم التقدير الجزافي للجمارك.

- إجماع العينة على أن تغير سعر صرف الجنيه يؤثر على أسعار الخامات المستوردة.

- عدم التزام نسبة كبيرة من تجار الجملة بالوفاء بمتطلبات المنشآت في الحصول على الخامات.

- التزام تجار التجزئة بالوفاء بمتطلبات المنشآت في الحصول على الخامات .

- لا تتعامل غالبية المنشآت بحجومها المختلفة مع مصانع القطاع العام للحصول على متطلباتها من الخامات.
- لا يتعامل غالبية المنشآت بحجومها المختلفة مع مصانع قطاع الخاص للحصول على متطلباتها من الخامات.
- تعدد عناصر تكلفة المواد الخام بخلاف السعر ومنها تكاليف النقل ، تكاليف التأمين ، تكاليف الشحن ، تكاليف التخزين ثم الجمارك.
- تعدد أسباب زيادة المخزون من المواد الخام عن الحدود العادية خشية عدم التوافر ، ارتفاع الأسعار ، ضمان الإنتاج ، ثم خصم الكمية.

الفصل الخامس

المشاكل المتعلقة بالتسويق المحلى والخارجى

تقديم:

تعتبر صناعة الأحذية من أهم الصناعات الجلدية فى مصر ، ويمكن من خلال العمل على حل المشاكل التى تواجهها والتى حالت دون تحقيق تقدم منشود لها تتبوأ مركزاً مرموقاً بين الصناعات المختلفة. ولما كان التسويق الداخلى والخارجى من العوامل المؤثرة على تحقيق ذلك فإن الفصل الحالى يتناول ما يلى:

أولاً: التسويق المحلى للأحذية الجلدية.

ثانياً: التسويق الخارجى للأحذية الجلدية.

أولاً: التسويق المحلى للأحذية الجلدية

يعد التوزيع من أحد الوظائف الرئيسية للتسويق ، حيث يهدف إلى توصيل المنتجات بعد الانتهاء منها إلى المستهلك الأخير. كما يوجد عدة طرق مختلفة يتم على أساسها تسويق الإنتاج من الأحذية الجلدية منها ما يلى:

- ١- تقوم بعض المنشآت بالإنتاج والبيع عن طريق بيوت العرض الخاصة بها حيث تقوم تلك المنشآت بإمداد بيوت العرض وفروعها بمنتجاتها بالإضافة إلى إنتاج المنشآت الأخرى.
- ٢- تقوم بعض المنشآت وخاصة الصغيرة عن طريق نقل الموديلات من الخارج وتصنع منها النماذج وتقوم بعرضها على معارض بيع الأحذية الكبيرة وبذلك تحصل على مميزات أهمها ميزة تحديد السعر ومن ثم الحصول على ربح أكبر إلا أنهم قد يتعرضون لخسائر ناتجة عن أحجام المستهلكين عن منتجاتهم الجديدة ، إذ غالباً ما تشترط هذه المعارض على تلك المنشآت أن تشترك معها فى تحمل جانب من المخاطرة فى حالة عدم إقبال السوق على المنتجات.
- ٣- تقوم معظم منشآت الأحذية الجلدية بالإنتاج والبيع إلى محلات العرض عن طريق التعاقد على توريد كمية معينة وصنف معين بناء على عينة سابقة وتقوم المنشآت بتوريد الكمية المطلوبة وتقوم المعارض بتسديد ثمنها على أقساط أو بالأجل.

٤- تتبع بعض المنشآت في ترويج منتجاتها من الأحذية الجلدية نظام البيع عن طريق الأمانات وذلك بوضعها في المعارض في صورة أمانة يتم تصريفها لحساب المنشآت.

١- نسبة وجود إدارة للتسويق بمنشآت الأحذية الجلدية

ويوضح الجدول رقم (١/٥) نسب وجود إدارة للتسويق بمنشآت الأحذية الجلدية.

جدول رقم (١/٥)

نسبة وجود إدارة للتسويق بمنشآت الأحذية الجلدية

فئات عدد العاملين								بيان
جمله		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
١٧	٣٩,٥٣	٥	١٠٠ر-	٦	٤٦,١٥	٦	٢٤ر-	نعم
٢٦	٦٠,٤٧	-	-	٧	٥٣,٨٥	١٩	٧٦ر-	لا
٤٣	١٠٠ر-	٥	١٠٠ر-	١٣	١٠٠ر-	٢٥	١٠٠ر-	جمله

ويتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

- بالنسبة للمنشآت الصغيرة فإن معظمها لا يوجد لديها إدارة للتسويق حيث بلغت الأهمية النسبية لذلك ٧٦%.
- بالنسبة للمنشآت المتوسطة فإن ٤٦% منها لديه إدارة لتسويق إنتاجها.
- بالنسبة للمنشآت الكبيرة فيوجد لديها إدارة للتسويق لمنتجاتها.
- بصفة عامة يتضح انخفاض نسبة المنشآت الصغيرة التي يمكنها الاعتماد على إمكاناتها الذاتية في القيام بالنشاط التسويقي لمنتجاتها وأما أكثر المنشآت معاناة من نقص الإمكانيات لممارسة النشاط التسويقي بذاتها ، بعكس الحال في المنشآت الكبيرة.

٢- طرق وصول الإنتاج للعملاء

يعد القرار الخاص باختيار منافذ التوزيع المناسبة لوصول الإنتاج للعملاء من أهم القرارات التي تقابل إدارة التسويق في أى منشآه ، حيث يلعب منفذ التوزيع دورا مهم في

تسهيل العملية البيعية للمنتج وتسهيل حصول المستهلك النهائي عليها ، وبالطريقة المناسبة التي تحقق له أكبر قدر من الأشباع ، وكذلك تؤثر طرق إختيار منافذ التوزيع على تخطيط السياسات الأخرى للمنشآت ، مثل التسعير والإعلان والمنتجات.

ويوضح الجدول رقم (٢/٥) الخاص بطرق وصول الإنتاج للعملاء ما يلي:

- بالنسبة للمنشآت الصغيرة فإنها تعتمد على تجار التجزئة في المرتبة الأولى بنسبة مقدارها ٦٤% لوصول إنتاجها للعملاء ثم يلي ذلك الاتفاقات المسبقة على الإنتاج مع عملائها ، أما بالنسبة للاعتماد على مندوبي المبيعات فيأتي ذلك في المرحلة الأخيرة بأهمية نسبية لا تذكر مقدارها ٤%.

- بالنسبة للمنشآت المتوسطة فإنها تعتمد بشكل كبير على تجار التجزئة والمعارض الداخلية لتسويق منتجاتها من الأحذية الجلدية.

- بالنسبة للمنشآت الكبيرة فإنها تسوق منتجاتها من الأحذية الجلدية من خلال البيع بمعارض الدفليه حيث احتلت أهمية نسبية مقدارها ٨٠% يلي ذلك تجار التجزئة وتجار الجملة، وبالاتفاقات المسبقة على الإنتاج بأهمية نسبية مقدارها ٦٠% ، ٤٠% ، ٤٠% على التوالي.

جدول رقم (٢/٥)

طرق وصول الإنتاج للعملاء

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٢٥,٥٨	١١	٤٠ر-	٢	١٥,٣٨	٢	٢٨ر-	٧	من خلال تجار الجملة
٥٨,١٤	٢٥	٦٠ر-	٣	٤٦,١٥	٦	٦٤ر-	١٦	من خلال تجار التجزئة
٣٤,٨٨	١٥	٨٠ر-	٤	٤٦,١٥	٦	٢٠ر-	٥	من خلال البيع بالمعارض الداخلية(المحلية).
٣٠,٢٣	١٢	٤٠ر-	٢	٢٣,٠٨	٣	٣٢ر-	٨	الاتفاقات المسبقة على الإنتاج
١٨,٦٠	٨	-	-	٧,٦٩	١	٢٨ر-	٧	حضور المستهلكين إلى معارض البيع الخاصة بكم
٢,٣٣	١	-	-	-	-	٤ر-	١	مندوب مبيعات

٣- طرق تحصيل ثمن إنتاج الأحذية الجلدية

يوضح الجدول رقم (٣/٥) الخاص بطرق تحصيل منشآت الأحذية لإنتاجها بأن أسلوب البيع بالأجل دون مقدم يحتل المرتبة الأولى بنسبة مقدارها ٦٩% ، يلي ذلك البيع بالأجل مع مقدم من الثمن بنسبة مقدارها ٥١% ، وهذا يدل على أن منشآت الأحذية الجلدية تأخذ فترة زمنية لكي تستطيع تحصيل قيمة مبيعاتها ، مما قد يسبب للبعض منها مشكلة في السيولة المالية لها مما يحد من قدرتها على الإنتاج للموسم التالي.

جدول رقم (٣/٥)

طرق تحصيل ثمن إنتاج الأحذية الجلدية

فئات عدد العاملين								بيان
١٩-١٠		٢٠-٤٩		٥٠ فأكثر		جملة		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%			
٣	١٢ر-	١	٧ر٦٩	-	-	٤	٩ر٣٠	نقدا مقدما
٣	١٢ر-	٢	١٥ر٣٨	١	٢٠ر-	٦	١٣ر٩٥	نقدا عند الإستلام
١٣	٥٢ر-	٦	٤٦ر١٥	٣	٦٠ر-	٢٢	٥١ر١٦	بالأجل مع مقدم من الثمن
١٩	٧٦ر-	٨	٦١ر٥٤	٣	٦٠ر-	٣٠	٦٩ر٧٧	بالأجل دون مقدم.

٤- المنشآت التي تقوم بالتخطيط لمنتجات الأحذية الجلدية

يعتبر تخطيط المنتجات النقطة الأساسية للبداية في أى برنامج تسويقى لأى منشأة ، ويقصد به النشاط المستمر لاختيار المزيج السلقى ، الذى يعمل على تحقيق الأهداف الخاصة بالمنشأة بكفاءة عالية ، وتعد المنتجات التى تقدمها منشأة معينة للسوق هى المجدد الأساسى لإستمرارها وتقدمها وتحقيق الربح ، ولذلك فإن نجاح أى منشأة ، وبصرف النظر عن المعيار المستخدم لمعرفة نجاحه ، وهل هو العائد على الاستثمار. أو حصته السوقية أو أى معيار آخر يستخدم ، إنما يعتمد بدرجة كبيرة على السياسات التى يجب اتباعها فى إدارة منتجاتها.

ويتضح من الجدول رقم (٤/٥) أن المنشآت المتوسطة والكبيرة تهتم بالتخطيط لمنتجاتها من الأحذية الجلدية حيث أوضحت ذلك الدراسة بنسبة ٦٩% ، ١٠٠% على التوالى ، على عكس الحال بالنسبة للمنشآت الصغيرة حيث أظهرت الدراسة أن أكثر من نصف تلك المنشآت لا تهتم بالعملية التخطيطية لمنتجاتها وكان ذلك بنسبة مقدارها ٥٢% وهذا يظهرها بأنها لا تهتم بالمزيج السلقى لمنتجاتها.

جدول رقم (٤/٥)

نسبة عدد المنشآت التي تقوم بالتخطيط لمنتجاتها من الأحذية الجلدية

فئات عدد العاملين								بيان
١٩-١٠		٢٠-٤٩		٥٠ فأكثر		جملة		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
١٢	٤٨ر-	٩	٦٩ر٢٣	٥	١٠٠ر-	٢٦	٦٠ر٤٧	نعم
١٣	٥٢ر-	٤	٣٠ر٧٨	-	-	١٧	٣٩ر٥٣	لا
٢٥	١٠٠ر-	١٣	١٠٠ر-	٥	١٠٠ر-	٤٣	١٠٠ر-	جملة

٥- النواحي التنظيمية المتعلقة بتخطيط المنتجات

لا يوجد شكل تنظيمي معين لتخطيط المنتجات ، لكنه يختلف من مشاة لأخرى طبقا لعدد من العوامل منها حجم المنشأة ونوع المنتجات ومدى إهتمام الإدارة بعملية تخطيط المنتجات. كما أن النتيجة لا تعتمد على الشكل التنظيمي وحده ، وإنما على العمل والنتائج التي يتم تحقيقها ، ويوضح الجدول التالي رقم (٥/٥) من المسئول عن القيام بالعملية التخطيطية لمنتجات الأحذية الجلدية بكفاءة المنشآت.

بالنسبة للمنشآت الصغيرة الحجم فإن أصحاب المنشأة هم المسئولون أولا عن العملية التخطيطية لمنتجات منشأهم وذلك بأهمية نسبية مقدارها ٤٤% يليهم في ذلك أفراد إدارة التسويق بالمنشأة. وكذلك الحال بالنسبة للمنشآت المتوسطة الحجم فإن أصحابها أيضا هم المسئولون عن تلك العملية ثم يليهم أفراد إدارة التسويق بأهمية نسبية مقدارها ٦١ر٥% و ١٥% على التوالي. أما المنشآت الكبيرة الحجم فيتضامن أصحابها مع أفراد التسويق في المسئولية عن عملية تخطيط المنتجات بأهمية نسبية مقدارها ٦٠% يلي ذلك الإستعانة بمختصين من خارج المنشأة في نفس ذات المجال بنسبة ضعيفة بنسبة قدرها ٢٠%.

ولذلك يفضل وجود إدارة مسئولة عن تخطيط منتجات المنشأة تتبع لإدارة المبيعات ، باعتبارها الإدارة المسئولة عن النشاط التسويقي ، حيث تحقق هذه الإدارة عدة مزايا من أهمها ، التفرغ لوظيفة تخطيط المنتجات والتنسيق بين كافة الأنشطة المرتبطة بها ، كذلك التعرف على الصعاب التي تقابل منتجات المنشأة في الأسواق والعمل على حلها ، كذلك تعد كمركز للمعلومات يمكن الإستعانة به عند الحاجة في الحصول على أية بيانات أو معلومات عن إنتاج المنشأة.

جدول رقم (٥/٥)

المسئول عن القيام بالعملية التخطيطية

فئات عدد العاملين								بيان
١٩-١٠		٢٠-٤٩		٥٠ فأكثر		جمله		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
١١	٤٤ر-	٨	٦١ر٥٤	٣	٦٠ر-	٢٢	٥١ر١٦	
أصحاب المنشأة	١١	٤٤ر-	٨	٦١ر٥٤	٣	٦٠ر-	٢٢	٥١ر١٦
أفراد التسويق بالمنشأة	٣	١٢ر-	٢	١٥ر٣٨	٣	٦٠ر-	٨	١٨ر٦٠
متخصصون من خارج المنشأة في ذلك المجال	-	-	-	-	١	٢٠ر-	١	٢ر٢٣

٦- تمييز منتجات منشآت الأحذية الجلدية

يعتبر التمييز هو استخدام الأسماء أو الكلمات أو الرموز أو الرسوم أو الصور أو مزيج منها ، بحيث يهدف إلى التعريف بالسلع أو بالخدمات الخاصة لمنتج أو موضوع معين عن السلعة والخدمات الخاصة بالمنافسين الآخرين. كذلك يوجد للتمييز مزايا كثيرة ومهمة بالنسبة للمستهلكين ، فمنها تعريفهم بمصادر إنتاج السلع وضمان حصولهم على مستوى عالى من الجودة ، كذلك بالإضافة على تعرفهم على السلع والخدمات التي يرغبون في الحصول عليها عند الشراء. كذلك فإن المنشآت المنتجة للأحذية الجلدية تتمكن عن طريق تمييز منتجاتها من حرية تسعير منتجاتها والحصول على مساحة أكبر في الأسواق وإستمرار الاتصالات بينها وبين المستهلكين. كذلك لابد من توافر شروط معينة لتمييز المنتجات ومن أهمها أن يكون الإسم واضحا وبسيطا ويسهل نطقه وتذكره وألا يكون غير عام ومرتبطة بالمنتج الذي يميزه ، كما هو الحال بالنسبة لمنتجات الأحذية الجلدية ، فلا يجوز استخدام أسماء الأشخاص في تمييز الأحذية فيعد أمر لا يتفق مع شروط الإسم الناجح من حيث عدم إرتباط هذه الأسماء بالسلع التي تميزها بالإضافة إلى إستخدامها للسخرية ، ولعد ملائمتها لهذا النوع من المنتجات.

ويوضح الجدول رقم (٦/٥) أن جميع منشآت الأحذية الجلدية بإختلاف حجمها

تستخدم إسم تجارى لتمييز منتجاتها من الأحذية الجلدية في الأسواق.

جدول رقم (٦/٥)

استخدام اسم تجارى فى تمييز الأحذية الجلدية

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
١٠٠ر-	٤٣	١٠٠ر-	٥	١٠٠ر-	١٣	١٠٠ر-	٢٥	نعم
١٠٠ر-	٤٣	١٠٠ر-	٥	١٠٠ر-	١٣	١٠٠ر-	٢٥	جملة

٧- العوامل التى تدفع العملاء للشراء

- يتضح من الجدول رقم (٧/٥) الخاص بأهم العوامل التى تدفع العملاء للشراء ما يلى:
- أن أهم عامل يدفع العملاء لشراء الأحذية الجلدية هو الجودة وكان ذلك بأهمية نسبية مقدارها ٩٥% لجميع منشآت الأحذية الجلدية.
 - نتيجة التميز المستمر فى أشكال الأحذية الجلدية من حيث إضافة موديلات جديدة بصفة مستمرة وذلك بإضافة أجزاء للوجه فقط مع بقاء القالب والنعل دون تغير ، أو تغير شامل يترتب عليه تغير أجزاء الوجه والقالب والنعل وذلك مسايرة للموضة ، فإن نسبة ٨٣% من عدد منشآت الأحذية الجلدية أفادت بأن مسايرة الموضة كالأحذية الجلدية من أهم العوامل التى تدفع العملاء لشرائها.
 - بالنسبة للثقة فى المنتج والعلامة التجارية فقد احتلت المرتبة الثالثة من حيث الأهمية التى تشير اهتمام العملاء بالنسبة للأحذية واقتناعهم بشرائها حيث ظهر ذلك بنسبة مقدارها ٧٢%.
 - أما لإنخفاض السعر لإغراء المستهلكين وتشجيعهم على الشراء اعتمادا على استراتيجية التمكن من السوق للوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين والحصول على أكبر حصة تسويقية ممكنة ، أو للتخلص من بعض الأصناف بسبب عدم تمشيها مع أذواق المستهلكين ، فقد احتلت المرتبة الرابعة بالنسبة لباقي العوامل التى تدفع المستهلكين لشراء الأحذية الجلدية ، وكان ذلك بأهمية نسبية مقدارها ٦٢%.
 - أما عامل اللون ، فقد كان تأثيره ضعيف بالمقارنة بباقي العوامل الأخرى حيث احتلت المرتبة الأخيرة لدفع العملاء لشراء الأحذية ، حيث أن معظم الأحذية يتم تقديم الموديل منها بلون أو لونين على الأكثر ، مما يعنى أن فرصة الاختيار بالنسبة للألوان محدودة.

جدول رقم (٧/٥)

أهم العوامل التي تدفع العملاء للشراء

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٨٣٫٧٢	٢٦	١٠٠٫-	٥	٨٤٫٦٢	١١	٨٠٫-	٢٠	مسايرتها للموضة
٦٢٫٧٩	٢٧	٢٠٫-	١	٤٦٫١٥	٦	٨٠٫-	٢٠	انخفاض السعر
٩٥٫٣٥	٤١	١٠٠٫-	٥	٩٢٫٣١	١٢	٩٦٫-	٢٤	الجودة
٦٠٫٤٧	٢٦	٨٠٫-	٤	٣٨٫٤٦	٥	٦٨٫-	١٧	توفر تشكيلة كبيرة من الأحذية
٣٧٫٢١	١٦	٦٠٫-	٣	٣٨٫٤٦	٥	٣٢٫-	٨	اللون
٧٢٫٠٩	٣١	١٠٠٫-	٥	٧٦٫٩٢	١٠	٦٤٫-	١٦	الثقة في المنتج والعلامة التجارية.

٨- تشكيل المنتجات بمنشآت الأحذية الجلدية

يهدف تشكيل المنتجات إلى اتساع نطاق أسواق المنشآت وذلك لإشباع رغبات واحتياجات أكبر قدر ممكن من المستهلكين الذين تختلف احتياجاتهم وأذواقهم وغير ذلك. فتشكيل المنتجات يحدد مدى العمق في المزيج السلعي أى عدد السلع التي تقدمها المنشأة في كل خط من خطوط الإنتاج. ويشمل التشكيل في صناعة الأحذية المقاسات والموديلات والألوان. ويوضح الجدول رقم (٨/٥) مدى توافر المقاسات المناسبة لجميع العملاء .

جدول رقم (٨/٥)

مدى توافر المقاسات المناسبة لجميع العملاء

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٧٤٫٤٢	٣٢	١٠٠٫-	٥	٦٩٫٢٣	٩	٧٢٫-	١٨	دائما
٢٥٫٥٨	١١	-	-	٣٠٫٧٧	٤	٢٨٫-	٧	أحيانا
-	-	-	-	-	-	-	-	نادرا

يتضح من الجدول السابق أنه على الرغم من قيام المنشآت بالتعامل في جميع المقاسات إلا أن بعض العملاء تواجههم صعوبة في الحصول على مقاساتهم خاصة بالنسبة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة الحجم ، وقد يرجع ذلك إلى أن كميات الأحذية الجلدية المنتجة من كل مقاس يتم تحديدها على أساس الخبرة الشخصية للشخص المسئول عن الإنتاج ، فيتم إنتاج كميات كبيرة من المقاسات المتوسطة باعتبارها الأكثر تداولاً وكميات معينة من المقاسات الأخرى . بمعنى أنه في بعض الأحيان يكون الإنتاج من بعض المقاسات لا يتفق في كميته مع احتياجات العملاء.

٩- العلاقة بين أسعار الأحذية الجلدية ومستويات الدخل

يعد السعر من الأسباب الرئيسية المؤثرة على درجة نجاح تسويق المنتج ، فعلى ضوء طبيعة نظام التسعير يتم تحديد الطلب على المنتج في الأسواق المختلفة ، كذلك تتحدد نوعية مستويات المستهلكين الذين يمكن للمنشآت التعامل معها . كما تؤثر الأسعار على الموقع التنافسي للمنشأة ، وعلى حجم المبيعات المتوقعة ، والأرباح الممكنة تحقيقها ، كذلك تؤثر الأسعار على تخطيط الخطط التسويقية الأخرى للمنتج ، سواء فيما يتعلق بالتطوير والتوزيع والترويج. ويوضح الجدول التالي رقم (٩/٥) مدى ملائمة أسعار الأحذية الجلدية لمستويات الدخل المختلفة.

جدول رقم (٩/٥)

مدى ملائمة أسعار الأحذية الجلدية لمستويات الدخل المختلفة

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٣٩,٥٢	١٧	٢٠,٠-	١	٣٠,٧٧	٤	٤٨,٠-	١٢	مناسبة
٣٢,٥٦	١٤	٦٠,٠-	٣	٤٦,١٥	٦	٢٠,٠-	٥	يصعب التحديد
٢٧,٩١	١٢	٢٠,٠-	١	٢٣,٠٨	٣	٣٢,٠-	٨	إلى حد ما
١٠٠,٠-	٤٣	١٠٠,٠-	٥	١٠٠,٠-	١٣	١٠٠,٠-	٢٥	جملة

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

- بالنسبة للمنشآت الصغيرة فيوضح أن الأسعار ملائمة لمستويات الدخل حيث بلغت ذلك نسبة مقدارها ٤٨%.
- بالنسبة للمنشآت المتوسطة فقد إتضح من الدراسة الميدانية أن ٤٦% منها ، يصعب التحديد بمدى ملائمة أسعار الأحذية الجلدية لمستويات الدخل ، يلي ذلك ٣٠% من تلك المنشآت ترى أن الأسعار مناسبة لمستويات الدخل.

- بالنسبة للمنشآت الكبيرة ، أوضحت الدراسة أن ٦٠% منها ترى أيضا صعوبة تحديد الأسعار بالنسبة لمستويات الدخل.

- بصفة عامة يتضح أن المنشآت المتوسطة والكبيرة لا تستطيع أن تحكم على مدى ملائمة الأسعار الخاصة بالأحذية الجلدية بالنسبة لمستويات الدخل المختلفة.

١٠- تعديل أسعار البيع للأحذية الجلدية

تقوم بعض المنشآت بإعادة النظر في أسعار منتجاتها ، لتقرير مدى مناسبة الأسعار الحالية لاستمرار التعامل بها في ضوء المتغيرات الجديدة في تكاليف الإنتاج وكميات المخزون من تلك المنتج ، ويترتب على ذلك عدد من الإجراءات أهمها ما يلي:

١- خفض أسعار بيع بعض الأصناف (الموديلات) من الأحذية الجلدية وذلك للتخلص من إنتاج نفس السنة بسبب عدم تمشيها مع احتياجات وأذواق العملاء ، وكذلك لوجود كميات كبيرة مخزونة ، وذلك لجذب المستهلكين لشراء الأصناف المخفضة. وكذلك يتم خفض الأسعار لتصريف المنتجات الراكدة من سنوات ماضية.

٢- استمرار التعامل بنفس الأسعار لبعض الأصناف (الموديلات) من الأحذية الجلدية ، وذلك في وجود زيادة في أسعار المواد الخام الداخلة في الإنتاج وكذلك لاستمرار تداولها في السوق.

ويوضح الجدول رقم (٩/٥) الخاص بإجراء تخفيضات في أسعار بيع الأحذية الجلدية أن جميع المنشآت سواء كانت صغيرة أو متوسطة أو كبيرة تقوم بإجراء تخفيضات في أسعار منتجاتها من الأحذية الجلدية حيث تراوحت تلك التخفيضات بأهمية نسبية مقدارها ٦٠% إلى ٨٨%.

جدول رقم (٩/٥)

نسبة المنشآت التي تقوم بإجراء تخفيضات في أسعار بيع الأحذية الجلدية

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٧٩,٠٧	٣٤	٦٠, -	٣	٦٩,٢٣	٩	٨٨, -	٢٢	نعم
٢٠,٩٣	٩	٤٠, -	٢	٣٠,٧٧	٤	١٢, -	٣	لا
١٠٠, -	٤٣	١٠٠, -	٥	١٠٠, -	١٣	١٠٠, -	٢٥	جملة

كما يوضح الجدول التالى رقم (١٠/٥) أن أهم الأسباب للقيام بإجراء التخفيضات وفى أسعار بيع الأحذية يرجع إلى إنتهاء موضة هذه الأحذية بالنسبة لجميع المنشآت حيث تراوحت الأهمية النسبية لذلك بين ٥٣ر٨% و ٨٠%.

جدول رقم (١٠/٥)

أهم أسباب القيام بإجراء تخفيضات

فى أسعار بيع الأحذية الجلدية

فئات عدد العاملين								بيان
١٩-١٠		٢٠-٤٩		٥٠ فأكثر		جملة		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
٢	٨ر-	-	-	-	-	٢	٤ر٦٥	انخفاض جودة الأحذية المنخفضة
٢٠	٨٠ر-	٧	٥٣ر٨٥	٣	٦٠ر-	٣٠	٦٩ر٧	انتهاء موضة هذه الأحذية
٥	٢٠ر-	٢٠	٢٣ر٠٨	-	-	٨	١٨ر٦٠	ركود السوق
١	٤ر-	١	٧ر٦٩	-	-	٢	٤ر٦٥	المنافسة
١	٤ر-	٢	١٥ر٣٨	-	-	٣	٦ر٩٨	الاحتياج للسيولة
٢	٨ر-	-	-	-	-	٢	٤ر٦٥	فترة الأوكازيون
١	٤ر-	-	-	-	-	١	٢ر٣٣	زيادة الإنتاج لتشغيل المنشأة
١	٤ر-	-	-	-	-	١	٢ر٣٣	المرئع من المخلات

ثانيا: التسويق الخارجى للأحذية الجلدية

تعتبر صناعة الأحذية من الصناعات التى يمكن أن يعتمد عليها فى التصدير ، ولكن من المؤسف أن صادرتها فقدت الكثير من الأسواق ، ويبدو أن الأمر يحتاج إلى مزيد من الرعاية والاهتمام بهذه الصناعة حيث أنها مازالت فى حاجة إلى التنظيم والتشجيع حتى يمكن أن تحقق الأهداف الكبيرة المرجوة منها ، وحتى يمكن عن طريقها فتح الأسواق الخارجية والتوسع فى الأسواق القائمة الحالية ، وفتح الأسواق الخارجية يحتاج إلى دراسة كبيرة وخبرات واسعة بالأسواق الخارجية وأذواق المستهلكين بها ومدى حاجة السوق ، وغير ذلك من الدراسات التى يجب إجراؤها حتى لا تفقد السوق تلو الآخر كما هو حادث الآن.

١- المنشآت التي تقوم بالتصدير للأجنبية الجلدية

توصل الباحث من خلال نتائج الدراسة الميدانية للبحث إلى نسبة المنشآت المصدرة للأجنبية الجلدية كما يوضحها الجدول رقم (١١/٥)

جدول رقم (١١/٥)

نسبة المنشآت المصدرة للأجنبية الجلدية

فئات عدد العاملين								بيان
١٩-١٠		٢٠-٤٩		٥٠ فأكثر		جملة		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
١	٤	٣	٢٣٫٠٨	١	٢٠	٥	١١٫٦٣	نعم
٢٤	٩٦	١٠	٧٦٫٩	٤	٨٠	٣٨	٨٨٫٣٧	لا
٢٥	١٠٠٫٠	١٣	١٠٠٫٠	٥	١٠٠٫٠	٤٣	١٠٠٫٠	جملة

يتضح من بيانات الجدول السابق إلى انخفاض نسبة منشآت الأفضدية الجلدية والتي تعتمد على إمكاناتها الذاتية فى القيام بالأنشطة التصديرية ، وإن اختلفت هذه النسبة بين حجم تلك المنشآت ، وتعد كل من المنشآت الصغيرة والكبيرة أكبر المنشآت قياما فى ممارسة النشاط التصديرى حيث بلغت النسبة لكلا من هذه المنشآت ٤% و ٢٠% على التوالى ، وتعد هذه النسبة ضعيفة للغاية ، بمعنى أن تلك المنشآت المصدرة تحتاج لمساعدة لتسويق صادراتها من الأفضدية الجلدية.

٢- صعوبة القيام بالتصدير

يوضح الجدول رقم (١٢/٥) نسبة المنشآت المصدرة للأفضدية الجلدية سواء كانت صغيرة أو متوسطة أو كبيرة التى تواجه صعوبة فى القيام بالتصدير ، فيظهر أن جميع هذه المنشآت تواجه صعوبات بصفة دائمة ، مما يضعف موقفها التنافسى فى الأسواق الخارجية ويجعلها تعمل على بذل كثير من الجهود للتواجد فى تلك الأسواق العالمية.

جدول رقم (١٢/٥)

نسبة المنشآت التى تواجه صعوبة فى تصدير الأفضدية الجلدية

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
١٠٠٫٠-	٥	١٠٠	١	١٠٠٫٠-	٣	١٠٠٫٠-	١	نعم
١٠٠٫٠-	٥	١٠٠	١	١٠٠٫٠-	٣	١٠٠٫٠-	١	جملة

٣- أسباب عدم قيام منشآت الأحذية الجلدية بالتصدير

أصبح التصدير ضرورة ملحة بعد أن أصبح السوق المحلى غير قادر على استيعاب إنتاج الأحذية الجلدية ، وعلى هذا أصبح من الضرورى تحديث وتطوير قطاع الأحذية الجلدية لزيادة قدرته على مواجهة المنافسة فى الأسواق العالمية ، خطوة مهمة للملاحقة التقدم الصناعى والبعد التكنولوجى فى هذه الصناعة.

بالرغم من أن الأحذية الجلدية من الصناعات التصديرية فى مصر ، وعلى الرغم من الزيادة الكبيرة فى حجم الإستهلاك منها إلا أن مصر مازالت لا تحقق الفائض التصديرى المطلوب.

ويوضح الجدول رقم (١٣/٥) أسباب عدم قيام المنشآت بالتصدير (الأهمية النسبية لكل من المنشآت الصغيرة والمتوسطة والكبيرة) فيتضح من بيانات هذا الجدول ما يلى:

- أن من أهم الأسباب الرئيسية لعدم قيام منشآت الأحذية الجلدية بالتصدير ، هو عدم وجود أى بيانات عن الأسواق الخارجية ويظهر ذلك من خلال إرتفاع نسبة إجابة عدد المنشآت التى ترى أنه لا يتوفر لها بيانات عن تلك الأسواق وخصوصا المنشآت الصغيرة والكبيرة حيث بلغت نسبة مقدارها ٨٠% ، ٦٠% على التوالى ، الأمر الذى يفرض أن يتوفر البيانات لإحتياجات الأسواق العالمية عن الأحذية الجلدية المصرية.
- ظهر من الدراسة الميدانية أيضا أن معظم المنشآت لا تستطيع الحصول على عقود لتصدير الأحذية ، وهذا يتطلب وجود إدارات تسويقية بها فعالة ووجود قوى لمؤسسات متخصصة تعمل فى مجال الترويج لمساعدة تلك المنشآت للحصول على فرص تصديرية بالأسواق الخارجية.
- يظهر الجدول عدم وجود جهة تقوم بإجراءات التصدير للمنشآت من أهم الأسباب أيضا لعدم القيام بالتصدير ، فيتضح أن المنشآت الصغيرة تحتاج إلى تمويل خارجى بدرجة أكبر من بقية المنشآت وذلك للقيام بالنشاط التصديرى حيث أشارت إلى ذلك نسبة قدرها ٥٦% من عينة الدراسة الميدانية ، تليها المنشآت الكبيرة بنسبة مقدارها ٤٠% ، وهذا يتطلب دور فعال للجهاز المصرفى حتى يمكن أن يساعد فى تنمية صادرات الأحذية الجلدية المصرية.
- كما أن صعوبة إجراءات التصدير التى تواجه تلك المنشآت تجعلها تحجم عن الدخول فى هذا المجال وتفضل التعامل مع السوق المحلى والبعد عن الإرهاق فى التعامل مع المؤسسات الحكومية التى تعمل فى مجال التصدير ، وذلك لعدم التنسيق الفعال بين المؤسسات الحكومية التى تعمل فى مجال التصدير فيما بينها مما أثر فى تعدد الإجراءات وتضارب الإختصاصات.

جدول رقم (١٣/٥)
المنشآت التي لا تقوم بالتصدير

فئات عدد العاملين								الأسباب
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٦٧ر٤٤	٢٩	٦٠ر-	٣	٤٦ر١٥	٦	٨٠ر-	٢٠	عدم وجود أى بيانات عن الأسواق الخارجية
٦٠ر٤٧	٢٦	٦٠ر-	٣	٥٣ر٨٥	٧	٦٤ر-	١٦	عدم وجود منافذ أو عقود للتصدير
٣٩ر٥٣	١٧	٤٠ر-	٢	١٥ر٣٨	٢	٥٢ر-	١٣	صعوبة إجراءات التصدير
٤٤ر١٩	١٩	٤٠ر-	٢	٢٣ر٠٨	٢	٣٥ر٦	١٤	عدم وجود جهة تقبل إجراءات التصدير
٢٠ر٩٣	٩	-	-	١٥ر٣٨	٢	٢٨ر-	٧	عدم وجود الكوادر الفنية للتصدير بالمنشأة
٤ر٦٥	٢	-	-	-	-	٨ر-	٢	تخلف الموديلات
٩ر٣٠	٤	-	-	٧ر٦٩	١	١٢ر-	٣	تخلف وانخفاض مستوى الخامات والمستلزمات والإكسسوارات
٢ر٣٣	١	-	-	-	-	٤ر-	١	عدم كفاية الإنتاج وبالتالي لا يوجد إنتاج يخصص للتصدير
٣٤ر٨٨	١٥	٢٠ر-	١	٥٣ر٨٥	٧	٢٨ر-	٧	ارتفاع الأسعار بسبب ارتفاع التكلفة
٣٩ر٥٣	١٧	٤٠ر-	٢	٤٦ر١٥	٦	٣٦ر-	٩	سوء تنظيم قطاع الأحذية الجلدية
٦ر٩٨	٣	-	-	٧ر٦٩	١	٨ر-	٢	عدم مسايرة الموديلات للطلب الخارجى
٩ر٣٠	٤	-	-	١٥ر٣٨	٢	٨ر-	٢	عدم وجود سيولة كافية
٢ر٣٣	١	-	-	-	-	٤ر-	١	عدم وجود جهة مسئولة عن توزيع المنتجات فى الأسواق الخارجية
٢ر٣٣	١	-	-	٧ر٦٩	١	-	-	عدم جدية مكاتب التمثيل التجارى فى المساعدة على التصدير

جدول رقم (١٣/٥)
المنشآت التي لا تقوم بالتصدير

لغات عدد العاملين								الأسباب
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٦٧ر٤٤	٢٩	٦٠ر	٣	٤٦ر١٥	٦	١٨٠ر	٢٠	عدم وجود أى بيانات عن الأسواق الخارجية
٦٠ر٤٧	٢٦	٦٠ر	٣	٥٣ر٨٥	٧	٦٤ر	١٦	عدم وجود منافذ أو عقود للتصدير
٣٩ر٥٣	١٧	٤٠ر	٢	١٥ر٣٨	٢	٥٢ر	١٣	صعوبة إجراءات التصدير
٤٤ر١٩	١٩	٤٠ر	٢	٢٣ر٠٨	٢	٣٥٦ر	١٤	عدم وجود جهة تقبل إجراءات التصدير
٢٠ر٩٣	٩	-	-	١٥ر٣٨	٢	٢٨ر	٧	عدم وجود الكوادر الفنية للتصدير بالنشأة
٤٦ر١٥	٢	-	-	-	-	٨ر	٢	تخلف الموديلات
٩ر٣٠	٤	-	-	٧ر٦٩	١	١٢ر	٣	تخلف وانخفاض مستوى الخامات والمستلزمات والإكسسوارات
٢ر٣٣	١	-	-	-	-	٤ر	١	عدم كفاية الإنتاج وبالتالي لا يوجد إنتاج يخصص للتصدير
٣٤ر٨٨	١٥	٢٠ر	١	٥٣ر٨٥	٧	٢٨ر	٧	ارتفاع الأسعار بسبب ارتفاع التكلفة
٣٩ر٥٣	١٧	٤٠ر	٢	٤٦ر١٥	٦	٣٦ر	٩	سوء تنظيم قطاع الأحذية الجلدية
٦ر٩٨	٣	-	-	٧ر٦٩	١	٨ر	٢	عدم مسايرة الموديلات للطلب الخارجى
٩ر٣٠	٤	-	-	١٥ر٣٨	٢	٨ر	٢	عدم وجود سيولة كافية
٢ر٣٣	١	-	-	-	-	٤ر	١	عدم وجود جهة مسئولة عن توزيع المنتجات في الأسواق الخارجية
٢ر٣٣	١	-	-	٧ر٦٩	١	-	-	عدم جدية مكاتب التمثيل التجارى في المساعدة على التصدير
٢ر٣٣	١	-	-	٧ر٦٩	١	-	-	عدم وجود جهة لضمان الحصول على أموالنا عند التصدير
٦ر٩٨	٣	٤٠ر	٢	٧ر٦٩	١	-	-	انخفاض السعر العالمى
٢ر٣٣	١	٢٠ر	١	-	-	-	-	زيادة أسعار الخامات الممتازة نتيجة ضريبة المبيعات

٤ - أهم الصعوبات التي تواجه المنشآت للقيام بنشاط التصدير

تطالب معظم المنشآت المنتجة والمصدرة للأحذية الجلدية بأهمية حوافز التصدير ، والدولة مقتنعة كل الإقتناع بجدوى التصدير وأهمية إعطاء التصدير الحوافز المناسبة لانطلاقه ودول العالم حيث تتسابق في منح منتجاتها ومصدرها لتلك الصناعة حوافز التصدير. وبالرغم من حاجة المنشآت المصرية المصدرة للأحذية الجلدية لوجود نظام متكامل لحوافز التصدير أسوة بما يقدم بأغلب دول العالم ، إلا أنه يوجد قصور في حوافز التصدير المتاحة للمنشآت المصدرة.

وفيما يلي يوضح الجدول رقم (١٤/٥) من الدراسة الميدانية التي تم إجرائها أهم الصعوبات التي تواجه منشآت الأحذية الجلدية أثناء القيام بنشاط التصدير من خلال الدراسة الميدانية ما يلي:

- بالنسبة للمنشآت الصغيرة حيث أشارت النتائج أن نسبة ١٠٠% من عينة الدراسة تعاني من مشكلة عدم توفير المعلومات عن احتياجات الأسواق الأجنبية ، حيث تعد مشكلة كبيرة خاصة وأن جميع الدول تعيش الآن في عصر ثورة المعلومات ، ويعتقد الباحث أن ذلك يرجع لعدم وجود تنظيمات فعالة تمد تلك المنشآت بالبيانات المطلوبة وتوفرها في الوقت المناسب لخدمة النشاط التصديري ، كما أشارت النتائج أيضا إلى أن نسبة ١٠٠% من عينة المنشآت تعاني من اختيار منافذ التوزيع الملائمة في الأسواق الخارجية والإشتراك في المعارض والأسواق الخارجية ، مما يدل على وجود مشاكل ترويجية في عدم إتمام التعاقدات التصديرية ، ولذا يجب الإهتمام بإعداد كوادر مدربة في المجال التسويقي الخارجى والتأكد من وجود المهارات التسويقية والأخذ بالنظم الحديثة حتى يكون ذلك إحدى الطرق للترويج والرعاية لصادرات الأحذية الجلدية في الأسواق العالمية.

- بالنسبة للمنشآت المتوسطة ، أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة ٦٧% من عينة الدراسة لتلك المنشآت أن مشكلة تعدد القوانين وعدم ملائمتها تأتي في المرتبة الأولى مما يوضح إلى عدم ملائمة القوانين الذى يؤدي إلى التقصير في المجال التصديري ، ويظهر في عدم ملاحقة التطورات السريعة المتعاقبة في الأوضاع الإقتصادية الحالية سواء على المستوى المحلى أو العالمى التي تمر به الدولة.

جدول رقم (١٤/٥)
أهم الصعوبات التي تواجه المنشآت للقيام بنشاط التصدير

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٤٦٥	٢	١٠٠	١	٣٣	١	-	-	الترويج للصادرات
٦٩٨	٣	١٠٠	١	٣٣	١	١٠٠	-	توفير المعلومات عن احتياجات الأسواق الأجنبية
٦٩٨	٣	١٠٠	١	٣٣	١	١٠٠	١	توفير المعلومات عن السلع المنافسة
٤٦٥	٢	-	-	٦٧	٢	-	-	اختيار منافذ التوزيع الملائمة في الأسواق الخارجية
٤٦٥	٢	-	-	٦٧	١	١٠٠	١	الإشتراك في المعارض والأسواق الخارجية
٢٣٣	١	-	-	٦٧	١	-	-	تعدد القوانين وعدم ملائمتها
٢٣٣	١	١٠٠	١	-	-	-	-	صعوبة الحصول على التمويل اللازم
٢٣٣	١	-	-	٦٧	١	-	-	صعوبة القيام بنشاط الترويج في الخارج
٢٣٣	١	١٠٠	١	-	-	-	-	عدم وجود خطة واضحة للصادرات المصرية تشجعها الدولة

كما أوضحت الدراسة أيضا أن نسبة ٦٧% من عينة الدراسة وهى نسبة مرتفعة أن مشكلة الإشتراك فى المعارض والأسواق الخارجية وصعوبة القيام بنشاط الترويج فى الخارج تأتى فى المرتبة الأولى من أهم الصعوبات، والتي تقابلها للقيام بنشاط التصدير ، لأنه لا بد من توافر الوقت المناسب لتلك المنشآت للإمداد والإشتراك بهذه المعارض الخارجية من حيث توافر الوقت المناسب والمساحة الملائمة للعرض ، وهذا يوضح أن المشكلة المهمة التى تقابل تلك المنشآت هى التسويق فى الخارج وإظهار الأحذية الجلدية المصرية بصورة لائقة من خلال هذه المعارض باعتبارها النافذة لإخترق الأسواق الخارجية . أما بالنسبة لتوفير المعلومات عن احتياجات الأسواق الأجنبية ومن السلع المنافسة فتأتى فى المرحلة التالية بأهمية نسبية مقدارها ٣٣% مما يضع على هذه المنشآت الفرص التصديرية المتاحة.

أما بالنسبة للمنشآت الكبيرة أوضحت النتائج للدراسة الميدانية أن صعوبة الحصول على التمويل اللازم للقيام بنشاط التصدير يعد من أهم الصعوبات التى تقابل تلك المنشآت حيث أشارت إلى ذلك نسبة ١٠٠% من عينة البحث الميداني مما يشير إلى أن منح التسهيلات الائتمانية يعوق عملية التصدير للأحذية الجلدية بالنسبة لهذه المنشآت ويظهر ذلك وجود مشاكل تمويلية. كذلك أوضحت الدراسة أن عدم وجود خطة واضحة للصادرات المصرية تشجعها الدولة من أهم الصعوبات ، مما يدل على قصور دور الأجهزة المعنية بالصادرات عن ممارسة دورها وعدم التنسيق فيما بينها. وكذلك مشاكل الترويج وتوافر المعلومات عن الأسواق الخارجية والسلع المنافسة تأتى فى الأهمية الكبرى التى تقابل تلك المنشآت للقيام بالنشاط التصديرى للأحذية الجلدية التى تنتجها.

جدول رقم (١٥/٥)

نسبة عدد المنشآت التى تواجه صعوبة للتصدير إلى دول التكتلات الاقتصادية

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٦٠	٣	-	-	٦٦,٦٧	٢	١٠٠	١	نعم
٤٠	٢	١٠٠	١	٣٣,٣٣	١	-	-	لا
١٠٠	٥	١٠٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١	جملة

٥- المنشآت التي تواجه صعوبة للتصدير إلى دول التكتلات الاقتصادية

يتضح من بيانات الجدول رقم (١٥/٥) أن هناك نسبة كبيرة من المنشآت تقابل مشاكل في تعاملها مع دول التكتلات الاقتصادية وخصوصا المنشآت الصغيرة والمتوسطة.

٦- الصعوبات التي تواجه المنشآت المصدرة في تعاملها مع دول التكتلات الاقتصادية

يصنف العصر الحالي بأنه عصر التكتلات الاقتصادية الكبرى مما جعل كثير من الدول إلى الإتفاق بينها وبين بعض على العمل لخلق صور وأشكال جديدة من التكتلات الاقتصادية وذلك للإستفادة من المزايا التي من الممكن أن تتيحها تلك التكتلات. ونتيجة للميزات التي توفرها التكتلات الاقتصادية لدولها الأعضاء فإن ذلك يؤثر على الدول غير الأعضاء في تلك التكتلات ، وبالتالي فوجود هذه التكتلات يؤثر مباشرة على الصادرات المصرية وبصفة خاصة صادرات الأحذية الجلدية نتيجة احتمال إغلاق أسواق بعض دول التكتلات الاقتصادية أمام صادرات الأحذية الجلدية نتيجة تحقيق الإكتفاء الذاتي منها داخل نطاق أسواقها ، وإزدياد حدة المنافسة من جانب صادرات دول التكتلات الاقتصادية من الأحذية الجلدية في أسواقها أو في أسواق الدول الأخرى وبصفة خاصة النامية التي ترتبط مصر بعلاقات بها. كذلك احتمال انخفاض أسعار الأحذية الجلدية المصرية في أسواق دول التكتلات الاقتصادية وذلك لأن توحيد سياسات التجارة الخارجية لدول أعضاء تلك التكتلات يؤدي إلى زيادة قدرتها على فرض شروط التجارة التي تتلائم مع مصالحها.

وقد قامت الدراسة بإستطلاع رأى المنشآت المصدرة عن أهم الصعوبات التي تواجه في تعاملها مع دول التكتلات الاقتصادية وذلك بالنسبة للمنشآت المختلفة كما يوضحها الجدول رقم (١٦/٥).

جدول رقم (١٦/٥)
الأهمية النسبية للصعوبات التي تواجه المنشآت المصدرة
فى تعاملها مع دول التكتلات الاقتصادية

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٢٣٣	٢	-	-	٧٦٩	١	-	-	فرض إجراءات حماية منتجات الأحمية لدول التكتل فى مواجهة الأحمية المصرية
٤٦٥	٢	-	-	٧٦٩	١	مرء	١	تقييد استيراد أسواق تلك التكتلات للأحمية
٢٣٣	١	-	-	٧٦٩	١	-	-	فرض شروط خاصة بالتبادل التجارى بالنسبة للأحمية للبلدية
٤٦٥	٢	-	-	٧٦٩	١	مرء	١	اعطاء اعفاءات وتسهيلات لدول التكتل فيما بينها مما يضعف الموقف التنافسى للأحمية المصرية
٢٣٣	١	-	-	٧٦٩	١	-	-	عدم إمكانية الوصول إليهم
٢٣٣	١	-	-	٧٦٩	١	-	-	تنافس بين الدول من حيث الجودة والسعر

يتضح من الجدول السابق أن معظم منشآت الأحذية الجلدية تواجه صعوبة وبصفة خاصة بفرض إجراءات الحماية لمنتجاتها من الأحذية الجلدية في مواجهة مثيلاتها المصرية أو اعطاء اعفاءات وتسهيلات لدول الأعضاء في التكتل ، تقدير الإستيراد لأسواقها. ومن هنا لابد أن يوجد دور فعال للحكومة في المحافظة على مصالح جميع منشآت الأحذية الجلدية في ظل وجود التكتلات تالاقتصادية لمساعدتها في الوقوف في وجه تلك التكتلات الاقتصادية.

٧- أهم الأسواق الخارجية للأحذية الجلدية

فقدت صناعة الأحذية سمعتها الطيبة في الأسواق الخارجية بعد أن شقت طريقها بنجاح إلى بعض الدول.

ويعيب صناعة الأحذية الجلدية المصرية عدم وجود مواصفات قياسية محددة على البضائع المصدرة إلى الخارج ، أو بمعنى آخر عدم وجود الإشراف الفعلى على الأحذية المصدرة ، وقد ترتب على ذلك أن بعض المنشآت تقوم بتصدير أنواع رديئة للحصول على أكبر ربح ممكن مخالفة في ذلك العينات المتفق عليها.

بالإضافة إلى ذلك فإن الكثير من الدول تقوم بفرض رسوم جمركية عالية على الأحذية الجلدية بصفة خاصة.

بالإضافة إلى أن السوق الأوروبية تحتاج إلى مواصفات معينة من الأحذية التي تستوردها لإختلاف البيئة والمناخ ، فالبلاد الممطرة تحتاج إلى أحذية ذات نعل غير قابل لتشرب المياه. ويوضح الجدول رقم (١٧/٥) أن الدول العربية تأتي في المرتبة الأولى من أهم الأسواق التي تقوم منشآت الأحذية الجلدية بالتصدير إليها يلي ذلك الأسواق الأفريقية ودول الإتحاد الأوربي.

جدول رقم (١٧/٥)

أهم الأسواق الخارجية التي تقوم المنشأة بالتصدير إليها

فئات عدد العاملين						بيان
٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
١٠٠	١	٦٧	٢	١٠	١	الدول العربية
١٠٠	١	٣٣	١	-	-	الدول الأفريقية
-	-	-	-	-	-	دول آسيا
-	-	-	-	-	-	دول شرق أوروبا
١٠٠	١	٣٣	١	-	-	دول الإتحاد الأوروبي
-	-	-	-	-	-	أمريكا الشمالية
-	-	-	-	-	-	أمريكا الجنوبية

٨- مدى إستفادة منشآت الأحذية الجلدية من بعض الأجهزة فى نشاطها التصديرى

يبين الجدول رقم (١٨/٥) مدى إستفادة منشآت الأحذية الجلدية المصدرة من تلك

الأجهزة للقيام بنشاطها التصديرى .

جدول رقم (١٨/٥)

مدى استفادة منشآت الأحذية الجلدية من الأجهزة التالية فى نشاط التصدير

الإجمالي				٥٠ فأكثر				٢٠-٤٩				١٠-١٩				الأجهزة
لا	نعم	عدد	%	لا	نعم	عدد	%	لا	نعم	عدد	%	لا	نعم	عدد	%	
%	عدد	النشآت		%	عدد	النشآت		%	عدد	النشآت		%	عدد	النشآت		
٨٠	٤	٢٠	١		١	-			٢	١			١	-	-	مركز خدمة صناعة الأحذية والجلود(الصندوق الاجتماعى)
٨٠	٤	٢٠	١		١	-			٢	١			١	-	-	المجلس السلى للجلود والمنتجات الجلدية .
		١٠٠	٥		-	١			-	٣			-		١	غرفة صناعة الجلود
٤٠	٢	٦٠	٣		-	١٠٠	١	٣٣	١	٦٧	٢	١٠٠	١	-	-	نقطة التجارة
٤٠	٢	٦٠	٣		-	١٠٠	١	٣٣	١	٦٧	٢	١٠٠	١	-	-	جهاز التمه التجارية
					-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	أجهزة أخرى (تذكر)

يتضح من بيانات الجدول ما يلى:

- تحتل غرفة صناعة الأحذية المرتبة الأولى من تلك الأجهزة التى تستفيد منها كافة منشآت الأحذية الجلدية بكافة قطاعاتها وذلك بأهمية نسبية مقدارها ١٠٠% .
- يمثل جهاز التمثيل التجارى ونقطة التجارة المرتبة الثانية من حيث إستفادة تلك المنشآت المصدرة وذلك بأهمية نسبية قدرها ٦٠% ، مما يدل على أن أغلب المنشآت تستفيد من الخدمات التى يقدمها ويظهر ذلك بوضوح فى إستفادة المنشآت الصغيرة والمبيرة الحجم منها حيث بلغت نسبة الإستفادة ١٠٠% لكلا منها.
- كما يأتى فى المرتبة الثالثة والأخيرة من حيث إستفادة منشآت الأحذية الجلدية مركز خدمة صناعة الأحذية الجلدية التابع للصندوق الاجتماعى ، والمجلس السلى للجلود والمنتجات الجلدية وذلك بنسبة مقدارها ٢٠% ، وهذا يعنى أن المنشآت بمختلف أحجامها لا تستفيد من الخدمات التى تقدم منها فى مجال تنمية وتنشيط صادرات الأحذية الجلدية.

٩- المنشآت التى تحتاج إلى تمويل من البنوك للقيام بنشاطها التصديرى

تقوم البنوك بدور مهم فى خدمة نشاط التبادل الدولى بصفة عامة وخدمة النشاط

التصديرى بصفة خاصة. ويكبر هذا الدور ويصل لإشباع احتياجات المصدرين المحليين وكذا

المستوردين الأجانب من النشاط المصرفي المختلف بالشكل الذى يؤدي إلى زيادة حجم وقيمة الصادرات وتعددتها وإدخال أنواع جديدة من السلع التصديرية.

والجدول التالى رقم (١٩/٥) يوضح نسبة عدد المنشآت التى تحتاج إلى تمويل من البنوك للقيام بنشاطها التصديرى.

جدول رقم (١٩/٥)

نسبة المنشآت التى تحتاج إلى تمويل من البنوك للقيام بنشاطها التصديرى

فئات عدد العاملين								بيان
١٩-١٠		٢٠-٤٩		٥٠ فأكثر		جملة		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
-	-	-	-	١	١٠٠	١	٢٠	نعم
١	١٠٠	٣	١٠٠	-	-	٤	٨٠	لا
١	١٠٠	٣	١٠٠	١	١٠٠	٥	١٠٠	جملة

يتضح من بيانات الجدول السابق أن جميع المنشآت الصغيرة والمتوسطة لا تحتاج إلى تمويل من البنوك للقيام بنشاطها التصديرى حيث أشارت إلى ذلك نسبة مقدارها ١٠٠% من عينة الدراسة ، أما بالنسبة للمنشآت الكبيرة فقد أوضحت جميعها من خلال الدراسة إلى احتياجها إلى تمويل خارجى من البنوك للقيام بنشاط تصدير الأحذية الجلدية ، وهذا يظهر مدى أهمية مساهمة الجهاز المصرفى للقيام بهذا الدور ، ومن هذا يمكن أن نوضح أن نشاط التمويل يعد من أهم الأدوار الخاصة بالجهاز المصرفى والتى من الممكن أن يساهم فى تنمية صادرات الأحذية الجلدية.

١٠- أهم الجهات التى يعتمد عليها لتمويل الإنتاج المخصص للتصدير

يوضح الجدول رقم (٢٠/٥) نسبة تعامل المنشآت مع المصادر المختلفة لتمويل الإنتاج المخصص للتصدير.

جدول رقم (٢٠/٥)

نسبة تعامل المنشآت مع الجهات التى يعتمد عليها لتمويل الإنتاج المخصص للتصدير

فئات عدد العاملين								بيان
١٩-١٠		٢٠-٤٩		٥٠ فأكثر		جملة		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
-	-	-	-	١	١٠٠	١	١٠٠	البنوك التجارية
-	-	-	-	-	-	-	-	بنك التنمية الصناعية
-	-	-	-	-	-	-	-	البنك المصرى لتنمية الصادرات
-	-	-	-	-	-	-	-	مصادر أخرى(تذكر من فضلك)

يتضح من الجدول السابق:

- أن البنوك التجارية تتأثر بالنصيب الأكبر بالنسبة للمنشآت الكبيرة حيث تعتمد عليها ، ولهذا تحتل مركز الصدارة بين البنوك الأخرى. كذلك إنعدام تعامل المنشآت الصغيرة والمتوسطة مع تلك البنوك.

- بالنسبة لبنكى التنمية الصناعية والمصرى لتنمية الصادرات فلا يوجد لهما أى نسبة تعامل مع جميع المنشآت ، فقد يكون ذلك لإعتمادها على التمويل الذاتى أو لإرتفاع أسعار الفوائد للقروض أو لطول إجراءات التعامل مع تلك البنوك للحصول على التمويل المناسب فى الوقت المناسب.

١١- أهم الخدمات التى تحصل عليها منشآت الأحذية الجلدية من الجهاز المصرفى

يوضح الجدول رقم (٢١/٥) نسبة عدد المنشآت الكبيرة التى تحصل على تسهيلات ائتمانية وخدمات مصرفية من البنوك ، أما باقى الخدمات فلا تحصل على شئ يذكر منها. أما بالنسبة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة الحجم فنسبة حصولها على أى خدمة من تلك الخدمات التى تقدمها البنوك معدومة تماما ، وقد يرجع ذلك إلى عدم معرفة تلك المنشآت بالخدمات التى تقدمها البنوك وهذا يشير أيضا إلى وجود خلل فى نظام تعريف تلك المنشآت بدور البنوك ، مما يدعو البنوك إلى محاولة تكثيف جهودها الإعلامية بالخدمات التى تقدمها والعمل على خلق قنوات جديدة للاتصال بينها وبين المنشآت مما يعمل على زيادة فاعلية البنوك فى تحقيق أدائها فى تنمية صادرات الأحذية الجلدية.

جدول رقم (٢١/٥)

أهم الخدمات التى يتم الحصول عليها من الجهاز المصرفى

فئات عدد العاملين								أهم الخدمات
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
٢,٣٣	١	٢٠	١	-	-	-	-	تسهيلات ائتمانية
٢,٣٣	١	٢٠	١	-	-	-	-	خدمات مصرفية
-	-	-	-	-	-	-	-	ضمان وتأمين الصادرات
-	-	-	-	-	-	-	-	تقديم الاستشارات
-	-	-	-	-	-	-	-	التعريف بأحدث أساليب التعبئة والتغليف والشحن
-	-	-	-	-	-	-	-	خدمات أخرى (تذكر من فضلك)

١٢- أهم المشاكل التي تواجه المنشآت في تعاملها مع الجهاز المصرفي

يواجه كثير من منشآت الأحذية الجلدية في تعاملها مع الجهاز المصرفي عدد من المشاكل ، وقد أوضحت الدراسة الميدانية عدد من المشاكل التي تواجه تلك المنشآت ، وبين الجدول رقم (٢٢/٥) أهم تلك المشاكل التي تواجه منشآت الأحذية الجلدية في تعاملها مع الجهاز المصرفي.

جدول رقم (٢٢/٥)

المشاكل التي تواجه المنشآت في التعامل مع الجهاز المصرفي

فئات عدد العاملين								بيان
١٠-١٩		٢٠-٤٩		٥٠ فأكثر		جمله		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
-	-	-	-	٢	٤٠ر-	٢	٤٦٥	صعوبة الحصول على التسهيلات الائتمانية
-	-	١	٧٦٩ر	٢	٤٠ر-	٣	٦٩٨	ارتفاع أسعار الخصم والفائدة على القروض والسلفيات
-	-	١	٧٦٩ر	٢	٤٠ر-	٣	٦٩٨	عدم استقرار سوق النقد الأجنبي
-	-	-	-	١	٢٠ر-	١	٢٣٣	صعوبة استرداد حصيله الصادرات
-	-	-	-	١	٢٠ر-	١	٢٣٣	بطء الإجراءات في البنوك المصرفية
-	-	-	-	١	٢٠ر-	١	٢٣٣	نقص الكوادر الفنية لدى البنوك في مصر مما يخلق من المشاكل في التعامل معها
-	-	١	٧٦٩ر	-	-	١	٢٣٣	الضمانات أكثر من اللازم.

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

- بالنسبة للمنشآت الصغيرة فلا يوجد لها أى مشاكل مع الجهاز المصرفي حيث أنها لا تتعامل كما سبق وأن أشرنا.
- بالنسبة لمشكلي صعوبة الحصول على التسهيلات الائتمانية والضمانات أكثر من اللازم فنجد أنها من أهم المشاكل التي تقابل المنشآت المتوسطة والكبيرة ، ويرجع ذلك إلى عدم قدرتها على تقديم الضمانات الكافية التي يتطلبها الجهاز المصرفي أو لعدم وجود نظام محاسبى جيد لها مما يسبب مشاكل للجهاز المصرفي القائم بالتمويل بسبب ازدياد المخاطرة.
- كذلك الحال بالنسبة لارتفاع أسعار الخصم والفائدة على القروض والسلفيات فتأتى أيضا من حيث أهم المشاكل التي تصادف المنشآت المتوسطة والكبيرة الحجم أيضا ، مما يسبب إلى زيادة تكلفة الائتمان ، وبالتالي يؤدي إلى زيادة تكلفة الإنتاج مما ينعكس على الأسعار النهائية ، وما لا شك فيه أن القطاع التصديري للأحذية الجلدية مازال وليدا ويحتاج لتوافر التمويل المطلوب بحيث تخفض أسعار الخصم والفائدة التي تحسب على القروض الممنوحة لمنشآت الأحذية الجلدية المصدرة حيث يقوم البنك المركزى بتحديد أسعار الخصم لذلك.

- أما بالنسبة لعدم إستقرار سوق النقد الأجنبي فيجب في محور أهم المشاكل التي تواجه المنشآت المتوسطة والكبيرة الحجم ، نتيجة لما يحدث من تغيرات سعر الصرف ومستوى السعر الذي يتوقف على أساسه للشراء من النقد الأجنبي ، ومدى تقلبات سعر الصرف عند الإقتراض والإلتزام بالسداد بالنقد الأجنبي ، وبالتالي سيطرة الوطاء والسمرة على تحديد سعر الصرف وسيطرة الدولار باعتباره كقاعدة في تحديد القيم التبادلية للعمالات الأخرى وبالتالي يؤثر ذلك على الإيرادات وبالتالي يؤثر على الأرباح عند التصدير ، وكذلك يؤثر على احتياجات تلك المنشآت من الإكسسوارات والنعال المستوردة والماكينات أو غير ذلك من مستلزمات إنتاج خلال دورة الإنتاج ، وبالرغم من المحاولات الحكومية إلا أن هذه المحاولات لم تحقق الأهداف المرجوة منها ، ولذا يجب وضع سعر الصرف على أسس موضوعية لتلك المنشآت والعمل على اتخاذ إجراءات مالية واقتصادية تعمل على استقرار الأسعار.

ثالثاً: النتائج

- عدم القيام بالدراسات التسويقية المطلوبة قبل تقديم الأحذية إلى السوق لعدم وجود إدارات للتسويق في غالبية المنشآت الصغيرة والمتوسطة. أما المنشآت الكبيرة فلديها أقسام لدراسة السوق.
- اعتماد معظم منشآت الأحذية الجلدية بحجومها المختلفة على التوزيع من خلال تجار التجزئة لوصول منتجاتها إلى العملاء.
- معظم المنشآت بحجومها المختلفة تتبع أسلوب البيع بالأجل مع مقدم من الثمن لتحصيل إنتاجها من الأحذية الجلدية ، مما يسبب لها نقص في مواردها المالية.
- لا تقوم المنشآت الصغيرة والمتوسطة بالعملية التخطيطية لمنتجاتها ، مما يدل على عدم الاهتمام بالمزيج التسويقي لمنتجاتها من الأحذية الجلدية. وذلك بخلاف المنشآت الكبيرة التي تقوم بذلك.
- تعتمد كافة المنشآت بحجومها المختلفة على استخدام اسم تجارى - علامة تجارية مميزة - لتمييز إنتاجها من الأحذية الجلدية.
- تعد الجودة ومسايرة الموضة وانخفاض السعر والثقة في المنتج والعلامة التجارية من أهم العوامل التي تدفع العملاء لشراء الأحذية الجلدية. وذلك كما تراه غالبية المنشآت بحجومها المختلفة ، وإن اختلفت الأهمية النسبية لهذه العوامل حسب حجوم المنشآت.

- تشكيلة الأحذية الجلدية المعروضة لا يتفق مع رغبات واحتياجات وأذواق العملاء ، وذلك لعدم توافر جميع المقاسات ومحدودية الألوان ، لاعتماد تلك المنشآت على استخدام عنصر الخبرة الشخصية للمسئول عن الإنتاج.
- إهمال دراسة القدرات الشرائية للعملاء ، وذلك لعدم قدرة المنشآت على تحديد الأسعار بالنسبة لمستويات الدخل.
- يتم الاعتماد على تخفيضات الأسعار كوسيلة لجذب المستهلكين لشراء الأحذية الجلدية لانتهاء موزنتها وذلك بالنسبة للمنشآت بمجموعها المختلفة.
- أن غالبية المنشآت بمجموعها المختلفة لا تقوم بالتصدير ..
- احتياج معظم منشآت الأحذية الجلدية للمساعدة حتى تستطيع القيام بالتصدير لإنتاجها من الأحذية الجلدية. حيث أن جميع المنشآت بمجموعها المختلفة تواجه صعوبة في التصدير.
- أحجام كثير من تلك المنشآت في الدخول للمجال التصديري وذلك لصعوبة إجراءات التصدير. صعوبة الحصول على التمويل اللازم ، عدم توافر المعلومات عن الأسواق الخارجية ، وصعوبة الاشتراك في المعارض الخارجية يعد من أهم الصعوبات التي تواجه منشآت الأحذية الجلدية للقيام بالنشاط التصديري ، مما يضعف موقفها التنافسي بتلك الأسواق.
- نظرا لوجود تكتلات اقتصادية عالمية يؤدي إلى التأثير على صادرات الأحذية الجلدية المصرية ، وذلك لتحقيق الاكتفاء الذاتي داخل نطاق أسواق تلك التكتلات ، وكذلك لفرض شروط التجارة التي تتلائم مع مصالحها الاقتصادية ، مما أدى إلى إغلاق معظم الأسواق أمام صادرات الأحذية الجلدية باستثناء أسواق الدول العربية والأفريقية والاتحاد الأوروبي .
- عدم تعامل كثير من المنشآت مع الجهاز المصرفي لتمويل الإنتاج المخصص للتصدير ، وذلك لوجود كثير من الصعوبات في التعامل مع تلك الجهاز ، ومن أهمها صعوبة الحصول على التسهيلات وارتفاع أسعار الخصم والفائدة على القروض.

الفصل السادس

المشاكل المتعلقة بالتعامل مع الأجهزة

الحكومية وغير الحكومية والطاقة الإنتاجية العاطلة

تقديم

يشكل الحصول على الترخيص الصناعى والتجارى أولى الخطوات اللازمة لكى تبدأ المنشأة الصناعية نشاطها الإنتاجى. ومع دخولها مرحلة الإنتاج تبدأ فى التعامل مع العديد من الأجهزة الحكومية وغير الحكومية.

ويرى البعض أن المنشآت الصناعية وهى تتعامل مع هذه الأجهزة تواجه العديد من المشكلات التى تستنفذ من هذه المنشآت الوقت والجهد والمال ، وما لذلك من أثر سلبى على قدرة هذه المنشآت على التنمية والتطوير.

ويهدف الفصل الحالى إلى الوقوف على حقيقة ما تواجه صناعة الأحذية الجلدية من مشاكل خلال تعاملها مع الأجهزة الحكومية وغير الحكومية. ولما كانت الطاقة الإنتاجية العاطلة تشكل إهدارا لموارد المجتمع الإنتاجية ، فقد إرتأت الدراسة تضمينها فى هذا الفصل كنقطة أخيرة لكى تلقى الضوء على أسبابها والتى فى مجملها قد تكون محصلة لعدد من الأسباب ذات العلاقة بأبواب الدراسة.

أولاً: المشاكل المتعلقة بالتعامل مع الأجهزة الحكومية وغير الحكومية:

١ - الحصول على الترخيص الصناعى والتجارى وتجديدهما:

تتعالى كثير من الأصوات بالشكوى من المشاكل التى تواجه المستثمرين فى الحصول على التراخيص التجارية والصناعية وتجديدهما.

وسعياً وراء معرفة الحقيقة ، فقد تناولت استمارة الاستبيان وجهة نظر المنشآت التى تعمل فى مجال صناعة الأحذية الجلدية فى هذا الموضوع.

والجدول التالى يتناول توزيع المنشآت حسب مواجهتها للصعوبات المتعلقة بهذا الموضوع

وأسبابها.

جدول رقم (١/٦)
توزيع المنشآت التي تواجه مشاكل في الحصول
على السجل التجارى والصناعى وأسبابها

فئات عدد العاملين								بيان
جمله		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
١٦	٦٤ر-	١٠	٧٦ر٩	٤	٨٠ر-	٣٠	٦٩ر٨	لا
٩	٣٦ر-	٣	٢٣ر١	١	٢٠ر-	١٣	٣٠ر٢	نعم
٨	٨٨ر٩	٢	٦٦ر٧	١	١٠٠ر-	١١	٨٤ر٦	الأسباب ١-المستندات المطلوبة كثيرة العدد.
٨	٨٨ر٩	٢	٦٦ر٧	١	١٠٠ر-	١١	٨٤ر٦	٢-تعدد الجهات التي يتم التعامل معها.
٨	٨٨ر٩	١	٣٣ر٣	١	١٠٠ر-	١٠	٧٦ر٩	٣-طول الوقت اللازم لإنهاء الإجراءات.
٨	٨٨ر٩	٢	٦٦ر٧	١	١٠٠ر-	١١	٨٤ر٦	٤-الرسوم المطلوبة
١	١١ر١	-	-	-	-	-	٧ر٧	٥-عقد إيجاد المنشآت بالجدارة والمطلوب عقد إيجار دائم.

من الجدول رقم (١/٦) يتضح ما يلى:

- أن نحو ٣٠% من منشآت صناعة الأحذية الجلدية تواجه مشكلة في الحصول على الترخيص الصناعى والتجارى أو تجديدهما. وأن هذه النسبة تتناقص مع تزايد حجم المنشأة حيث أنه في المنشآت الصغيرة التى يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملا بلغت نسبة المنشآت التى تواجه هذه المشكلة من إجمالى منشآت الفئة ٣٦% مقابل نحو ٢٣% في المنشآت الكبيرة التى يعمل بها ٥٠ عاملا فأكثر.

يتلخص أسباب المشكلة - بصفة عامة - بالنسبة لحجوم المنشآت المختلفة في كثرة المستندات المطلوبة ، تعدد الجهات التى يتم التعامل معها ، طول الوقت اللازم لإنهاء الإجراءات- وإن كان يشكل أهمية منخفضة للمنشآت المتوسطة - وإرتفاع الرسوم

المطلوبة. علاوة على ذلك فإن منشأة واحدة من المنشآت الصغيرة والتي تمثل نحو ١١% من منشآت هذه الفئة التي تواجه مشكلة الحصول على التراخيص قد أثارت سببا ذات أهمية وهي أنه للحصول على التراخيص لابد من توافر عقد إيجار دائم - في حالة استئجار المنشأة - بينما أن المنشأة مؤجرة بالجدك.

٢- عضوية المنشآت في الأجهزة ذات العلاقة ومستوى المساعدات المقدمة:

يتواجد عدد من الأجهزة ذات العلاقة بالعديد من الصناعات والتي من بينها صناعة الأحذية الجلدية. وتهدف هذه الأجهزة إلى تقديم المساعدات لتدعيم وتنمية صناعة الأحذية الجلدية. ولقد تناول البحث الميداني علاقة صناعة الأحذية الجلدية بهذه الأجهزة والتي تشمل جمعية رجال الأعمال ، المجلس السلي للجلود والمنتجات الجلدية ، غرفة صناعة الجلود ، التعاون الإنتاجي ، وجمعية المصدرين المصريين^(١).

يتناول الجدول التالي توزيع المنشآت من حيث عضويتها في عدد من الأجهزة ذات العلاقة.

جدول رقم (٢/٦)

توزيع المنشآت حسب عضويتها في بعض الأجهزة

فئات عدد العاملين								بيان
١٩-١٠		٢٠-٤٩		٥٠ فأكثر		جملة		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
-	-	١	٧٧	١	٢٠	٢	٤٧	١-جمعية رجال الأعمال
-	-	٢	١٥٤	٢	٤٠	٤	٩٣	٢-المجلس السلي للجلود والمنتجات الجلدية
٢٤	٩٦-	١٣	١٠٠-	٥	١٠٠-	٤٢	٩٧٧	٣-غرفة صناعة الجلود
٣	١٢-	-	-	-	-	٣	٧-	٤-التعاون الإنتاجي
١	٤-	٤	٣٠٨	٢	٤٠-	٧	١٦٣	٥-جمعية المصدرين المصريين

^١ - للتعرف على أهداف هذه الأجهزة انظر:

معهد التخطيط القومي ، أثر البعد المؤسسي والمعوقات الإدارية والتسويقية على تنمية الصادرات المصرية ، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم ١٤٦ ، مارس ٢٠٠٢.

يتضح من الجدول رقم (٢/٦) ما يلي:

- باستثناء منشأة واحدة فإن المنشآت التي يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملا ، فإن باقى عدد منشآت العينة والتي يبلغ نسبتها نحو ٩٧,٧% تنتمى إلى عضوية غرفة صناعة الجلود.

- تمثل جمعية المصدرين المصريين المرتبة الثانية من حيث إنتماء منشآت صناعة الأحذية الجلدية إلى عضويتها حيث تبلغ نسبة المنشآت الأعضاء في هذه الجمعية نحو ١٦,٣% من إجمالى عدد منشآت العينة. ومن الواضح أن تواضع هذه النسبة يرجع إلى التواضع الشديد في عضوية المنشآت الأعضاء التي يعمل بها من ١٠-١٩ عاملا حيث بلغت نسبة عدد المنشآت الأعضاء في هذه الجمعية إلى إجمالى منشآت الفئة ٤% مقابل ٣٠,٨% في المنشآت التي يعمل بها من ٢٠ إلى ٤٩ عاملا و ٤٠% في المنشآت التي يعمل بها ٥٠ عاملا فأكثر. بمعنى آخر ربما يمكن القول أن المنشآت المتوسطة والكبيرة هي التي تسعى إلى الانتساب لعضوية هذه الجمعية.

- أن المنشآت الأعضاء في جمعية رجال الأعمال والمجلس السلى للجلود والمنتجات الجلدية يشكلون نسبة ضئيلة ربما لأن الإنتماء إلى عضوية هذه الأجهزة يتطلب شروطا معينة يجب توافرها في المنشأة.

- على الرغم من تواضع نسبة المنشآت الأعضاء في التعاون الإنتاجى إلا أنها تتواجد في المنشآت الصغيرة والتي يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملا. ويمكن تفسير ذلك بأن جهاز التعاون الإنتاجى يركز نشاطه على المنشآت الصغيرة والحرفية. ولما كانت هذه الأجهزة وجدت لتقديم خدمات معينة فإنه يبدو مفيدا الوقوف على ما إذا كانت العضوية مقابل رسوم من عدمه.

جدول رقم (٣/٦)

توزيع المنشآت من حيث تحملها لرسوم سنوية

مقابل عضوية الأجهزة المعنية

فئات عدد العاملين								بيان
١٩-١٠		٢٠-٤٩		٥٠ فأكثر		جملة		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%			
١	٤٣	-	-	-	-	١	٢,٣	١-محلات
٢٤	٩٦,٣	١٣	١٠٠,٣	٥	١٠٠,٣	٤٢	٩٧,٧	٢-مقابل رسم سنوى
٢٥	١٠٠,٣	١٣	١٠٠,٣	٥	١٠٠,٣	٤٣	١٠٠,٣	جملة

يتضح من الجدول رقم (٢/٦) أنه باستثناء منشأة واحدة تقع في الفئة التي يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملا ، فإن عضوية باقي المنشآت والتي تبلغ نسبتها نحو ٩٧٧% في الأجهزة المبينة في الجدول رقم (٢/٦) يتم مقابل رسم سنوى.

وبتناولنا للمساعدات المقدمة من الأجهزة ذات العلاقة والتي تشمل جمعية رجال الأعمال ، المجلس السلى للجلود والمنتجات الجلدية ، غرفة صناعة الجلود ، التعاون الإنتاجى ، وجمعية المصدرين المصريين إلى منشآت صناعة الأحذية الجلدية ، فقد تم تقسيم هذه المساعدات إلى تقديم معلومات ، تمويل ، تسويق ، مستلزمات إنتاج ، ومساعدات تكنولوجية. وفيما يلى نتناول موقف المنشآت الأعضاء في هذه الأجهزة من حيث حصولهم على مساعدات من عدمه ونوعية المساعدات المقدمة.

أ- غرفة صناعة الجلود

يبين الجدول رقم (٤/٦) توزيع المنشآت الأعضاء في غرفة صناعة الجلود الذين لا يحصلون على مساعدات والذين يحصلون على مساعدات ونوعية هذه المساعدات. من هذا الجدول يتضح ما يلى:

- أن غالبية المنشآت الأعضاء في غرفة صناعة الجلود لا يحصلون على مساعدات حيث أن نسبة هذه المنشآت إلى إجمالى المنشآت الأعضاء يبلغ نحو ٦٢%.
- أن غالبية المنشآت التى لا تحصل على مساعدات تتركز في المنشآت الصغيرة التى يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملا حيث بلغت هذه النسبة نحو ٨٣%. وأن نسبة الذين لا يحصلون على مساعدات تتناقص بشكل واضح للغاية مع كبر حجم المنشآت ، حيث أن المنشآت التى تحصل على مساعدات إلى عدد منشآت الفئة بلغ نحو ١٦٧% في المنشآت التى يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملا ثم تزايدت إلى نحو ٦١٥% في المنشآت المتوسطة أى التى يعمل بها من ٢٠ إلى ٤٩ مشغلا ووصلت إلى ٨٠% في المنشآت الكبيرة أى التى يعمل بها ٥٠ عاملا فأكثر. ولما كانت المنشآت الصغيرة يشكل غالبية صناعة الأحذية الجلدية ، فإنه يمكن القول بأن غالبية منشآت هذه الصناعة لا تحصل على مساعدات. وبمعنى آخر فإن المساعدات المقدمة من غرفة صناعة الجلود تتركز في المنشآت المتوسطة والكبيرة.

ومن حيث نوعية المساعدات المقدمة فإنها تقتصر على تقديم المعلومات.

جدول رقم (٤/٦)
توزيع المنشآت الأعضاء في غرفة صناعة الجلود
حسب حصولهم على مساعدات ونوعيتها

فئات عدد العاملين								بيان
١٩-١٠		٢٠-٤٩		٥٠ فأكثر		جملة		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
٢٠	٨٣,٣	٥	٣٨,٥	١	٢٠,٣	٢٦	٦١,٩	لا يحصل
٤	١٦,٧	٨	٦١,٥	٤	٨٠,٣	١٦	٣٨,١	يحصل
نوعية المساعدات								
٢	٥٠,٣	٨	١٠٠,٣	٤	١٠٠,٣	١٤	٨٣,٤	١- معلومات
١	٢٥,٣	-	-	-	-	-	٨,٣	٢- تمويل
-	-	-	-	-	-	-	-	٣- تسويق
١	٢٥,٣	-	-	-	-	-	٨,٣	٤- مستلزمات إنتاج
-	-	-	-	-	-	-	-	٥- معلومات تكنولوجيا

ب- المجلس السلعي للجلود والمنتجات الجلدية

يتناول الجدول التالي توزيع المنشآت الأعضاء في المجلس السلعي للجلود والمنتجات الجلدية حسب حصولهم على مساعدات ونوعيتها.

جدول رقم (٥/٦)
توزيع المنشآت الأعضاء في المجلس السلعي للجلود والمنتجات الجلدية حسب حصولهم على مساعدات ونوعيتها

فئات عدد العاملين								بيان
١٩-١٠		٤٩-٢٠		٥٠ فأكثر		جملة		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%			
-	-	-	-	-	-	-	-	لا يحصل
-	-	٢	١٠٠,٣	٢	١٠٠,٣	٤	١٠٠,٣	يحصل
نوعية المساعدات								
-	-	٢	١٠٠,٣	٢	١٠٠,٣	٤	١٠٠,٣	١- معلومات
-	-	-	-	-	-	-	-	٢- تمويل
-	-	-	-	-	-	-	-	٣- تسويق
-	-	-	-	-	-	-	-	٤- مستلزمات إنتاج
-	-	-	-	-	-	-	-	٥- مساعدات تكنولوجية

من الجدول السابق رقم (٥/٦) يتضح أن جميع المنشآت الأعضاء في المجلس السلعي للجلود والمنتجات الجلدية يحصلون على مساعدات. وبالنظر إلى نوعية المساعدات المقدمة من المجلس السلعي للأعضاء فإنها لا تختلف عن تلك التي تقدمها غرفة صناعة الجلود والتي لا تتعدى تقديم المعلومات.

ج- جمعية رجال الأعمال:

يتناول الجدول التالي توزيع المنشآت الأعضاء في جمعية رجال الأعمال حسب حصولهم على مساعدات ونوعيتها.

جدول رقم (٦/٦)

توزيع المنشآت الأعضاء في جمعية رجال الأعمال

حسب حصولهم على مساعدات ونوعيتها

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
-	-	-	-		-	-	-	لا يحصل
١٠٠ر-	٢	١٠٠ر-	١	١٠٠ر-	١	-	-	يحصل
١٠٠ر-	٢	١٠٠ر-	١	١٠٠ر-	١	-	-	نوعية المساعدات
-	-	-	-	-	-	-	-	١- معلومات
-	-	-	-	-	-	-	-	٢- تمويل
-	-	-	-	-	-	-	-	٣- تسويق
-	-	-	-	-	-	-	-	٤- مستلزمات إنتاج
								٥- مساعدات
								تكنولوجية

يوضح الجدول المذكور بعاليه رقم (٦/٦) أن المنشآت الأعضاء في جمعية رجال الأعمال تحصل على مساعدات. وأن هذه المساعدات تقتصر على تقديم المعلومات.

د- التعاون الإنتاجي:

يتناول الجدول التالي توزيعا للمنشآت الأعضاء في التعاون الإنتاجي حسب حصولهم على مساعدات ونوعيتها.

جدول رقم (٧/٦)
توزيع المنشآت الأعضاء في التعاون الإنتاجي
حسب حصولهم على مساعدات ونوعيتها

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٦٦,٧	٢	-	-	-	-	٦٦,٧	٢	لا يحصل
٣٣,٣	٣	-	-	-	-	٣٣,٣	١	يحصل
١٠٠,٠-	١	-	-	-	-	١٠٠,٠-	١	نوعية المساعدات
-	-	-	-	-	-	-	-	١- معلومات
-	-	-	-	-	-	-	-	٢- تمويل
-	-	-	-	-	-	-	-	٣- تسويق
-	-	-	-	-	-	-	-	٤- مستلزمات إنتاج
-	-	-	-	-	-	-	-	٥- مساعدات تكنولوجيا

من الجدول المذكور بعاليه رقم (٧/٦) يتبين أن نحو ثلثى الأعضاء لا يحصلون على مساعدات ، وأن المساعدات المقدمة إلى الأعضاء الذين يحصلون على مساعدات ويشكلون نحو الثلث لا تتعدى تقديم المعلومات.

هـ - جمعية المصدرين المصريين:

يتناول الجدول التالي توزيعا للمنشآت الأعضاء في جمعية المصدرين المصريين حسب حصولهم على مساعدات ونوعيتها.

جدول رقم (٨/٦)
توزيع المنشآت الأعضاء في جمعية المصلرين المصريين
حسب حصولهم على مساعدات ونوعيتها

فئات عدد العاملين								بيان
جمله		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
١٤ر٣	١	-	-	-	-	١٠٠ر-	١	لا يحصل
٨٥ر٧	٦	١٠٠ر-	٢	١٠٠ر-	٤	-	-	يحصل
١٠٠ر-	٦	١٠٠ر-	٢	١٠٠ر-	٤	-	-	نوعية المساعدات
-	-	-	-	-	-	-	-	١- معلومات
-	-	-	-	-	-	-	-	٢- تمويل
-	-	-	-	-	-	-	-	٣- تسويق
-	-	-	-	-	-	-	-	٤- مستلزمات إنتاج
-	-	-	-	-	-	-	-	٥- مساعدات تكنولوجية

من الجدول السابق رقم (٨/٦) يتضح أن غالبية هذه المنشآت - ٨٥ر٧ % - تحصل على مساعدات غير أن هذه المساعدات تتمثل في تقديم المعلومات.

٣- التعامل مع مصلحة الضرائب:

يثور جدل كبير حول ما تواجهه المنشآت الصناعية من مشاكل مع مصلحة الضرائب. وكان من الضروري أن تتناول هذه الدراسة رأى المنشآت التي تقوم بإنتاج الأحذية الجلدية في هذا الموضوع. والجدول رقم (٩/٦) يتناول توزيعا للمنشآت من حيث تعاملها مع مصلحة الضرائب.

جدول رقم (٩/٦)
توزيع المنشآت من حيث تعاملها مع مصلحة الضرائب

فئات عدد العاملين								بيان
١٩-١٠		٤٩-٢٠		٥٠ فأكثر		جملة		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%			
٢٤	٩٦ر٠٠	١٣	١٠٠ر٠٠	٥	١٠٠ر٠٠	٤٢	٩٧ر٦٧	١- نعم
١	٤ر٠٠	-	-	-	-	١	٢ر٣٣	٢- لا
٢٥	١٠٠ر٠٠	١٣	١٠٠ر٠٠	٥	١٠٠ر٠٠	٤٣	١٠٠ر٠٠	جملة

من الجدول رقم (٩/٦) يتضح أن نحو ٩٧,٥% من منشآت صناعة الأحذية الجلدية يتعاملون مع مصلحة الضرائب. وأن جميع المنشآت التي يعمل بها من ٢٠ إلى ٤٩ عاملاً و ٥٠ عاملاً فأكثر تتعامل مع مصلحة الضرائب، وأن الاستثناء الوحيد يتواجد في المنشآت التي يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملاً حيث أن ٤% من هذه المنشآت - منشأة واحدة - ليس لها تعامل مع مصلحة الضرائب، وأن من لا يتعاملون مع مصلحة الضرائب في هذه الفئة يشكلون نحو ٢,٥% من إجمالي عدد منشآت العينة.

من هذا يمكن القول بأن مجتمع صناعة الأحذية الجلدية لديه وعى من حيث تحمل العبئ الضريبي.

وبتناولنا توزيع المنشآت التي تتعامل مع مصلحة الضرائب ويوجد معها مشاكل يتضح من الجدول رقم (١٠/٦) أن ٧٣,٨% من هذه المنشآت يوجد لها مشاكل مع مصلحة الضرائب. غير أنه من الملاحظ وجود تباين في هذه النسبة حسب أحجام المنشآت. ففي المنشآت التي يعمل بها من ١٠ إلى ٤٩ عاملاً وهي المنشآت الصغيرة والمتوسطة تبلغ نسبة من لديهم مشاكل مع مصلحة الضرائب حوالي ٧٨%، بينما تنخفض هذه النسبة في المنشآت كبيرة الحجم والتي يعمل بها ٥٠ عاملاً فأكثر إلى ٤٠%.

ومن ثم يمكن القول بأن غالبية المنشآت التي لها مشاكل مع مصلحة الضرائب تتمثل في المنشآت الصغيرة والمتوسطة.

ومن حيث توزيع المنشآت التي لها مشاكل مع مصلحة الضرائب حسب الأسباب يتضح أن هناك شبه إجماع بين هذه المنشآت على السبب الرئيسي يتمثل في أنه يتم تقدير الضرائب على المنشآت بطريقة جزافية.

ولما كانت غالبية المنشآت التي لها مشاكل مع مصلحة الضرائب تقع في نطاق المنشآت الصغيرة والمتوسطة، فإنه يمكن القول أن ذلك يرجع إلى عدم إمساك دفاتر محاسبية في هذه المنشآت.

جدول رقم (١٠/٦)
توزيع المنشآت التي تتعامل مع مصلحة الضرائب
ولها مشاكل وأسبابها

فئات عدد العاملين								بيان
١٩-١٠		٤٩-٢٠		٥٠ فأكثر		جملة		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%			
٥	٢٠,٨	٣	٢٣,١	٣	٦٠,٣	١١	٢٦,٢	لا
١٩	٧٩,٢	١٠	٧٦,٩	٢	٤٠,٣	٣١	٧٣,٨	نعم
١٨	٩٤,٧	٨	٨٠,٣	٢	١٠٠,٣	٢٨	٩٠,٣	الأسباب
								١- يتم تقدير الضرائب
								حزافيا
١	٥,٣	٢	٢٠,٣	-	-	٣	٩,٧	٢- مأمورى الضرائب
								على غير علم بطبيعة
								الصناعة.

٤- التعامل مع الهيئة العامة للتأمينات الاجتماعية:

توضح الدراسة أن جميع المنشآت تتعامل مع الهيئة العامة للتأمينات الاجتماعية. وبتناولنا لتوزيع المنشآت التي لها مشاكل مع الهيئة العامة للتأمينات الاجتماعية وأسباب ذلك يتضح لنا من الجدول رقم (١١/٦) ما يلي:

- أن المنشآت التي يعمل بها ٥٠ عاملا فأكثر وهي المنشآت كبيرة الحجم ليس لها مشاكل مع الهيئة العامة للتأمينات الاجتماعية.

- أن المنشآت التي لها مشاكل مع الهيئة العامة للتأمينات الاجتماعية وإن كانت تتواجد في المنشآت التي يعمل بها من ١٠ إلى ٤٩ عاملا ، إلا أن غالبية هذه المنشآت تتواجد في المنشآت التي يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملا حيث تبلغ نحو ٧٤% من اجمالي عدد المنشآت التي يعمل بها من ١٠ إلى ٤٩ عاملا ويوجد لها مشاكل مع الهيئة العامة للتأمينات الاجتماعية.

وبتبعنا لأسباب المشاكل مع الهيئة العامة للتأمينات الاجتماعية يتضح ما يلي:

- ترى المنشآت التي يعمل بها ٥٠ عاملا فأكثر - المنشآت كبيرة الحجم - أن عدم مراعاة العمالة التي تعمل بصفة مؤقتة يحتل المرتبة الأولى، يلي ذلك إرتفاع قسط التأمين الذي تتحمله المنشأة وعدم الأخذ في الاعتبار فترة التدريب قبل التعيين في المنشأة.
- أما المنشآت الصغيرة والمتوسطة فتري أن أسباب المشكلة مع الهيئة العامة للتأمينات الاجتماعية يتمثل في سببين أساسيين هما إرتفاع قسط التأمين الذي تتحمله المنشأة وعدم مراعاة العمالة التي تعمل بصفة مؤقتة.

جدول رقم (١١/٦)

توزيع المنشآت التي لها مشاكل مع الهيئة العامة للتأمينات الاجتماعية وأسبابها

فئات عدد العاملين								بيان
١٩-١٠		٤٩-٢٠		٥٠ فأكثر		جملة		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%			
١١	٤٤ر-	٨	٦١ر٥	٥	١٠٠ر-	٢٤	٥٥ر٨	لا
١٤	٥٦ر-	٥	٣٨ر٥	-	-	١٩	٤٤ر٢	نعم
١	٧١ر٤	٤	٨٠ر-	-	-	١٤	٧٣ر٧	الأسباب ١- قسط التأمين الذي تتحمله المنشأة مرتفع مما يترتب عليه ارتفاع تكاليف الإنتاج. ٢- لا يتم مراعاة العمالة التي تعمل بصفة مؤقتة. ٣- لا يؤخذ في الاعتبار فترة التدريب قبل التعيين بالمنشأة.
١٠	٧١ر٤	٥	١٠٠ر-	-	-	١٥	٧٩ر-	
٤	٢٨ر٦	٤	٨٠ر-	-	-	٨	٤٢ر١	

٥- التعامل مع مصلحة الجمارك:

يوضح الجدول التالي توزيع المنشآت من حيث اعتمادها على استيراد الأدوات والمعدات والخامات ، ومن ثم وجود تعامل للمنشآت مع مصلحة الجمارك.

جدول رقم (١٢/٦)

توزيع المنشآت حسب اعتمادها على استيراد
الألوات والمعدات والخامات

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٢٥ر٥٨	١١	١٠٠ر-	٥	٤٦ر١٥	٦	-	-	نعم
٧٤ر٤٢	٣٢	-	-	٥٣ر٨٥	٧	١٠٠	٢٥	لا
١٠٠ر-	٤٣	١٠٠ر-	٥	١٠٠ر-	١٣	١٠٠	٢٥	جملة

من هذا الجدول يتضح تضاول نسبة المنشآت التي لها تعامل مع مصلحة الجمارك حيث بلغت هذه النسبة نحو ٢٥ر٥% من إجمالي عدد منشآت العينة.

علاوة على ذلك فإن المنشآت ذات العلاقة مع مصلحة الجمارك تتمثل في جميع المنشآت الكبيرة التي يعمل بها ٥٠ عاملاً فأكثر - بالإضافة إلى نحو ٤٦% من المنشآت التي يعمل بها من ٢٠ إلى ٤٩ عاملاً وهي المنشآت متوسطة الحجم. أما المنشآت التي يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملاً وهي المنشآت صغيرة الحجم فليس لها تعامل مع مصلحة الجمارك ، ويمكن إرجاع ذلك إلى أنه نظراً لصغر نشاط هذه المنشآت وعدم معرفتها بالأسواق الخارجية فإنها تفضل الحصول على احتياجاتها من السوق المحلي.

وبتناولنا توزيع المنشآت التي تتعامل مع مصلحة الجمارك من حيث وجود مشاكل لهذه المنشآت مع هذه المصلحة وأسباب هذه المشاكل يتضح من الجدول رقم (١٣/٦) ما يلي:

جدول رقم (١٣/٦)
توزيع المنشآت التي تتعامل مع مصلحة الجمارك
ولها مشاكل وأسبابها

فئات عدد العاملين								بيان
١٩-١٠		٢٠-٤٩		٥٠ فأكثر		جملة		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%			
-	-	١	١٦,٧	٢	٤٠,٠	٣	٢٧,٣	لا
-	-	٥	٨٣,٣	٣	٦٠,٠	٨	٧٢,٧	نعم
-	-	٤	٨٠,٠	٣	١٠٠,٠	٧	٥٧,٥	الأسباب ١- الرسوم الجمركية مرتفعة. ٢- الرسوم الأخرى بخلاف الرسوم الجمركية مرتفعة. ٣- طول الفترة الزمنية اللازمة للإفراج عن الواردات. ٤- كثرة المستندات المطلوبة.
-	-	٣	٦٠,٠	٢	٦٦,٧	٥	٦٢,٣	
-	-	١	٢٠,٠	٢	٦٦,٧	٣	٣٧,٥	
-	-	١	٢٠,٠	١	٣٣,٣	٢	٢٥,٠	

- أن غالبية هذه المنشآت لها مشاكل مع مصلحة الجمارك حيث تبلغ نسبة هذه المنشآت إلى عدد المنشآت التي لها علاقة مع هذه المصلحة نحو ٧٣%.

- إذا كانت نسبة المنشآت التي يعمل بها ٥٠ عاملاً فأكثر تعد مرتفعة حيث تبلغ هذه النسبة ٦٠% ، فإنها أكثر ارتفاعاً بالنسبة للمنشآت التي يعمل بها من ٢٠ إلى ٤٩ عاملاً حيث تبلغ نحو ٨٣%.

وبتناولنا لأسباب المشاكل التي تواجهها المنشآت مع مصلحة الجمارك فإنه من الجدول رقم (١٣/٦) يتضح وجود سببين رئيسيين هما ارتفاع الرسوم الجمركية وأن الرسوم الأخرى بخلاف الرسوم الجمركية مرتفعة.

ولما كان الاستيراد طبقاً لنظام السماح المؤقت يدور حوله نقاش كبير من حيث فاعليته وحقيقة المشاكل المتعلقة به ، فقد تناولت استمارة الاستبيان هذا الموضوع.

وتوضح البيانات المتعلقة بهذا الموضوع أن منشأة واحدة من المنشآت التي يعمل بها من ١٩ إلى ٤٩ عاملاً هي التي لها تعاملات مع مصلحة الجمارك طبقاً لنظام السماح المؤقت وأنها تواجه مشكلة مع مصلحة الجمارك تتمثل في طول الفترة الزمنية لإستيراد قيمة الرسوم الجمركية المدفوعة.

ومن المؤكد أن ما يمكن أن نسميه عدم أعمال الاستيراد طبقا لنظام السماح المؤقت بين منشآت صناعة المنتجات الجلدية يرجع إلى أن هذا النظام يتواجد في ظل قيام المنشآت بالتصدير اعتماداً على استخدام مستلزمات إنتاج مستوردة. ولما كان من الواضح بعد صناعة الأحذية الجلدية عن التصدير ، فإنه لا يمكن القول بأن الإستيراد طبقا لنظام السماح المؤقت يشكل مشكلة أو عائقا للمنشآت التي تعمل في مجال صناعة الأحذية الجلدية.

٦- التعامل مع أجهزة الحكم المحلي:

يوجد العديد من التعاملات بين المنشآت الصناعية وأجهزة الحكم المحلي ، حيث تشير بيانات العينة إلى وجود تعاملات بين منشآت صناعة الأحذية الجلدية وأجهزة الحكم المحلي. ومن حيث مدى ما تواجهه هذه المنشآت من مشاكل مع أجهزة الحكم المحلي وأسبابها فإن الجدول التالي يلقي الضوء على ذلك.

جدول رقم (١٦/٦)

توزيع المنشآت التي تتعامل مع الحكم المحلي ولها مشاكل وأسبابها

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٨٨٫٤	٣٩	٨٠٫-	٤	٨٤٫٦	١١	٩٢٫-	٢٣	نعم
١١٫٦	٥	٢٠٫-	١	١٥٫٤	٢	٨٫-	٢	لا
١٠٠٫-	٥	١٠٠٫-	١	١٠٠٫-	٢	١٠٠٫-	٢	الأسباب ١- دفع رسوم النظافة مع عدم رفع المخلفات.

يتضح من الجدول رقم (١٦/٦) أن غالبية المنشآت سواء كانت هذه الغالبية بالنسبة . لإجمالي عدد المنشآت العينة أو إلى عدد المنشآت حسب فئات الحجم ليس لها مشاكل مع أجهزة الحكم المحلي.

وأن النسبة الضئيلة التي لها مشاكل مع أجهزة الحكم المحلي يرجع السبب في ذلك إلى أن أجهزة الحكم المحلي تحصل رسوما للنظافة غير أنها لا تقوم برفع المخلفات مما يجعل هذه الشركات مضطرة لرفع المخلفات على نفقتها مرة أخرى وهو ما يشكل عبئا ماليا على هذه المنشآت.

٧- توافر الخدمات الأساسية:

إن ما نعينه بالخدمات الأساسية هي الكهرباء ، المياه ، الصرف الصحي ، والنقل .
ومما لا شك فيه أن توافر هذه الخدمات تشكل أساس لا غنى عنه لتنمية الأحذية الجلدية شأنها في ذلك شأن أية صناعة أخرى. وأن عدم توافرها أو توافرها بشكل مشكك أو عائقا لتنمية صناعة الأحذية الجلدية شأنها شأن أية صناعة أخرى.
ويبين الجدول رقم (١٤/٦) مدى توافر هذه الخدمات لصناعة الأحذية الجلدية. من هذا الجدول يمكن القول بما يلي:

- توافر الكهرباء لصناعة الأحذية الجلدية بنسبة ١٠٠% من منشآت العينة.
- أن نسبة المنشآت التي لا يتوافر لها المياه اللازمة بشكل نسبة متواضعة للغاية حيث تبلغ نحو ٤٦% من إجمالي عدد منشآت العينة. وأن المنشآت التي لا يتوافر لها المياه تتواجد في المنشآت التي يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملا و ٢٠ إلى ٤٩ عاملا ، حيث بلغت نسبة هذه المنشآت نحو ٤% ، ٧٧% على التوالي. ومن ثم يمكن القول بأن توافر المياه لا يشكل مشكلة أو عائقا ذو أهمية كبرى أمام هذه المنشآت.
- تتوافر خدمة الصرف الصحي لنحو ٩٥% من منشآت العينة. وأن المنشآت التي لا يتوافر لها خدمة الصرف الصحي تتواجد في المنشآت التي يعمل بها من ٢٠ إلى ٤٩ عاملا والتي تشكل نحو ١٥% من منشآت هذه الفئة. ومن ثم يمكن القول بأن المنشآت التي تعمل في مجال صناعة الأحذية الجلدية لا تواجه مشكلة بخصوص توافر خدمات الصرف الصحي.
- بالمقارنة بوضع الكهرباء المياه ، والصرف الصحي ، يمكن القول بأن توافر خدمة النقل تشكل مشكلة إلى حد ما حيث أن عدد المنشآت التي لا تتوافر لهم خدمات النقل تمثل نحو ٢١% من إجمالي منشآت العينة. وأن هذه المشكلة تتواجد في فئة المنشآت التي يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملا يليها المنشآت التي يعمل بها من ٢٠ إلى ٤٩ عاملا.

جدول رقم (١٤/٦)
توزيع المنشآت حسب توافر الكهرباء ، المياه
الصرف الصحي ، والنقل

فئات عدد العاملين								بيان
جولة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
١٠٠-٠	٤٣	١٠٠-٠	٥	١٠٠-٠	١٣	١٠٠-٠	٢٥	١- الكهرباء
-	-	-	-	-	-	-	-	نعم
١٠٠-٠	٤٣	١٠٠-٠	٥	١٠٠-٠	١٣	١٠٠-٠	٢٥	لا
								جولة
٩٥ر٤	٤١	١٠٠-٠	٥	٩٢ر٣	١٢	٩٦ر-	٢٤	٢- المياه
٤ر٦	٢	-	-	٧ر٧	١	٤ر-	١	نعم
١٠٠-٠	٤٣	١٠٠-٠	٥	١٠٠-٠	١٣	١٠٠-٠	٢٥	لا
								جولة
٩٥ر٤	٤١	١٠٠-٠	٥	٨٤ر٦	١١	١٠٠-٠	٢٥	٣- الصرف الصحي
٤ر٦	٢	-	-	١٥ر٤	٢	-	-	نعم
١٠٠-٠	٤٣	١٠٠-٠	٥	١٠٠-٠	١٣	١٠٠-٠	٢٥	لا
								جولة
٧٢ر١	٣١	٨٠ر-	٤	٧٦ر٩	١٠	٦٨ر-	١٧	٤- النقل
٢٠ر٩	٩	-	-	١٥ر٤	٢	٢٨ر-	٧	نعم
٧ر-٠	٣	٢٠ر-	١	٧ر٧	١	٤ر-	١	لا
١٠٠-٠	٤٣	١٠٠-	٥	١٠٠-٠	١٣	١٠٠-٠	٢٥	لم يجب
								جولة

وإذا كان توافر خدمات الكهرباء والمياه من الناحية الكمية ذات أهمية قصوى لتنمية صناعة الأحذية الجلدية شأنها في ذلك شأن أية صناعة أخرى ، فإن توافر هذه الخدمات بالسعر المناسب لا يقل أهمية نظرا لتأثيره المباشر على تكلفة الإنتاج ومن ثم القدرة على المنافسة في السوق الداخلي والأسواق الخارجية.

يتناول الجدول رقم (١٥/٦) رأى منشآت العينة في مدى مناسبة أسعار الكهرباء والمياه.

من هذا الجدول يتضح ما يلي:

- أن أسعار الكهرباء لا تحظى بقبول غالبية منشآت صناعة الأحذية الجلدية حيث تمثل هذه المنشآت نحو ٥٦% من إجمالي عدد منشآت العينة. وإذا كانت نسبة المنشآت التي توى أن أسعار الكهرباء الحالية غير مناسبة تبلغ ٤٠% من المنشآت التي يعمل بها ٥٠ عمالاً فأكثر ، فإن هذه النسبة ترتفع إلى ٤٦% في المنشآت التي يعمل بها من ٢٠ إلى ٤٩

عاملا ، ثم ترفع بحيث تشكل مشكلة واضحة في المنشآت التي يعمل بها من ١٠ إلى ١.٩
عاملا حيث تبلغ هذه النسبة ٦٤% من منشآت هذه الفئة.

- على عكس الوضع فيما يتعلق بأسعار الكهرباء ، فإن غالبية منشآت العينة ترى أن
أسعار المياه مناسبة - ٧٤.٤% من منشآت العينة - ومن الواضح أن أسعار المياه
تشكل مشكلة إلى حد ما في المنشآت التي يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملا حيث تبلغ
٣٢% من منشآت هذه الفئة مقابل نحو ١٥% ، ٢٠% في المنشآت التي يعمل بها من
١٠ إلى ١٩ عاملا ومن ٥٠ عاملا فأكثر - على التوالي.

جدول رقم (١٥/٦)

توزيع المنشآت حسب رأيها في مدى مناسبة

أسعار الكهرباء والمياه

فئات عدد العاملين								بيان
١٠-١٩		٢٠-٤٩		٥٠ فأكثر		جملة		
عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	
١٠-١٩	%	٢٠-٤٩	%	٥٠ فأكثر	%	١٠-١٩	%	
١- أسعار الكهرباء								
٩	٣٦ر-	٧	٥٣ر٩	٣	١٠٠ر-	١٩	٤٤ر٢	نعم
١٦	٦٤ر-	٦	٤٦ر١	٢	٤٠ر-	٢٤	٥٥ر٨	لا
٢٥	١٠٠ر-	١٣	١٠٠ر-	٥	١٠٠ر-	٤٣	١٠٠ر-	جملة
٢- أسعار المياه								
١٧	٦٨ر-	١١	٨٤ر٦	٤	٨٠ر-	٣٢	٧٤ر٤	نعم
٨	٣٢ر-	٢	١٥ر٤	١	٢٠ر-	١١	٢٥ر٦	لا
٢٥	١٠٠ر-	١٣	١٠٠ر-	٥	١٠٠ر-	٤٣	١٠٠ر-	جملة

ثانيا: الطاقة الإنتاجية العاطلة:

يعتبر تواجد الطاقة العاطلة في أى صناعة مشكلة تعوق تنميتها حيث أن ذلك يعد إهدارا
لرأس المال المستثمر وقوة العمل المستخدمة ، وأن حل هذه المشكلة يمكن من رفع كفاءة
المستخدم من رأس المال والعمل وما يترتب عليه من زيادة الإنتاج المحقق وإمكانية خفض تكلفة
الإنتاج ومن ثم القدرة على المنافسة في الأسواق المختلفة.

الجدول رقم (١٧/٦) يلقي الضوء على مدى ما تواجهه منشآت العينة من طاقة إنتاجية
عاطلة وأسبابها.

الجدول رقم (١٧/٦) يلقي الضوء على مدى ما تواجهه منشآت العينة من طاقة إنتاجية عاطلة وأسبابها.

من هذا الجدول يتضح بجملاء أن غالبية منشآت العينة لديها طاقة إنتاجية عاطلة حيث بلغت نسبة هذه المنشآت من إجمالي عدد منشآت العينة ٧٩% . وأن هذه النسبة بلغت بين ٨٠% من المنشآت التي يعمل بها من ١٠ إلى ١٩ عاملا و ٥٠ عاملا فأكثر ، من ونحو ٧٧% من المنشآت التي يعمل بها من ٢٠ إلى ٤٩ عاملا.

وبالنظر إلى أسباب الطاقة العاطلة نجد أنها كما يتضح من الجدول رقم (١٧/٦) تتركز في ضيق السوق المحلي ، عدم القدرة على التصدير ، وعدم توافر الأموال لشراء الخامات. وإن كان إنقطاع التيار الكهربائي يشكل سببا هاما من وجهة نظر المنشآت التي يعمل بها ٥٠ عاملا فأكثر.

جدول رقم (١٧/٦)

توزيع المنشآت حسب ما يوجد لديها من طاقة إنتاجية عاطلة وأسبابها

فئات عدد العاملين								بيان
جملة		٥٠ فأكثر		٢٠-٤٩		١٠-١٩		
%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	%	عدد المنشآت	
٤٧ر	٢	-	-	٧٧ر	١	٤ر-	١	لم يجب
١٦ر٣	٧	٢٠ر-	١	١٥ر٤	٢	١٦ر-	٤	لا
٧٩ر-	٣٤	٨٠ر-	٤	٧٦ر٩	١٠	٨٠ر-	٢٠	نعم
٩١ر٢	٣١	١٠٠ر-	٤	١٠٠ر-	١٠	٨٥ر-	١٧	الأسباب
٥٢ر٩	١٨	٥٠ر-	٢	٣٠ر-	٣	٦٥ر-	١٣	١- ضيق السوق المحلي
٣٨ر٢	١٣	٧٥ر-	٣	٢٠ر-	٢	٤٠ر-	٨	٢- عدم توافر الأموال لشراء الخامات
٢٦ر٥	٩	-	-	١٠٠ر-	١	٤٠ر-	٨	٣- إنقطاع التيار الكهربائي
٦٤ر٧	٢٢	٧٥ر-	٣	٨٠ر-	٨	٥٥ر-	١١	٤- قـدم الآلات والمعدات المستخدمة
								٥- عدم القدرة على التصدير

النتائج:

- يشكل الحصول على الترخيص الصناعة والتجاري وتحديدًا مشكلة لحوالي ثلث منشآت العينة.
- أن جميع منشآت العينة أعضاء في غرفة صناعة الجلود . وأن العضوية في باقى الأجهزة والى تتضمن جمعية رجال الأعمال ، المجلس السلى للجلود والمنتجات الجلدية وجمعية المصدررين المصريين مقصورة تقريبا على المنشآت المتوسطة والكبيرة ، كما أن نسبة المنشآت المتوسطة الأعضاء فى هذه الأجهزة ضئيلة. وأن العضوية فى هذه الأجهزة تتم مقابل رسم سنوى.
- تبين النتائج المستمدة من العينة أن غالبية المنشآت الصغيرة - ٨٣% - لا تحصل على مساعدات من غرفة صناعة الجلود ، بينما تحصل غالبية المنشآت المتوسطة والكبيرة على مساعدات من هذه الغرفة. ومن حيث نوعية المساعدات المقدمة فإنها تقتصر على تقديم المعلومات.
- أن المساعدات المقدمة من المجلس السلى للجلود والمنتجات الجلدية للمنشآت المتوسطة والكبيرة لا تختلف عن مثيلتها المقدمة من غرفة صناعة الجلود حيث تقتصر على تقديمه المعلومات.
- لا تختلف نوعية المساعدات المقدمة من جمعية رجال الأعمال والتعاون الإنتاجى ، وجمعية المصدرين إلى المنشآت عن مثيلتها المقدمة من غرفة صناعة الجلود والمجلس السلى للجلود والمنتجات الجلدية حيث تقتصر على تقديم المعلومات.
- أن جميع المنشآت - باستثناء منشأة واحدة صغيرة - تتعامل مع مصلحة الضرائب ، وأن غالبية هذه المنشآت وبصفة خاصة الصغيرة والمتوسطة لها مشكلة مع مصلحة الضرائب تتمثل فى التقدير الجزافى للضرائب.
- أن جميع منشآت العينة تتعامل مع الهيئة العامة للتأمينات الاجتماعية. وأن المنشآت التى لها مشاكل مع هذه الهيئة تتركز فى المنشآت الصغيرة والمتوسطة. ويرجع السبب فى ذلك إلى أن الهيئة لا تأخذ بعين الاعتبار العمالة التى تعمل بصفة مؤقتة ، وأن قسط التأمين الذى تتحمله المنشأة مرتفع.
- أن التعامل مع مصلحة الجمارك يتركز فى جميع المنشآت الكبيرة يليها المنشآت المتوسطة ولكن بنسبة أقل بنحو ٤٦%. بينما لا تتعامل المنشآت الصغيرة مع هذه المصلحة. وأن

غالبية المنشآت التي تتعامل مع هذه المصلحة تعاني من المشاكل المتمثلة في ارتفاع الرسوم الجمركية والرسوم الأخرى بخلاف الرسوم الجمركية ، إضافة إلى طول الفترة الزمنية اللازم للإفراج عن الواردات بالنسبة للمنشآت الكبيرة.

- لا يشكل الحصول على الكهرباء مشكلة لجميع منشآت العينة.
- يشكل توافر المياه مشكلة بنسبة ضئيلة للغاية تبلغ ٤% في المنشآت الصغيرة ، نحو ٧٧% للمنشآت المتوسطة.
- لا يشكل توافر خدمات الصرف الصحي مشكلة لمنشآت العينة باستثناء نحو ١٥% من المنشآت متوسطة الحجم.
- يشكل الحصول على خدمات النقل مشكلة إلى حد ما بالنسبة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة ، بينما تنقص هذه المشكلة بالنسبة للمنشآت الكبيرة.
- ترى تالية المنشآت الصغيرة - ٦٤% - أن أسعار الكهرباء غير مناسبة ، مقابل نحو ٤٦% في المنشآت المتوسطة و ٤% في المنشآت الكبيرة.
- أن غالبية منشآت العينة ترى أن أسعار المياه مناسبة.
- أن غالبية المنشآت لا يوجد لها مشاكل مع أجهزة الحكم المحلي ، وأن النسبة المنخفضة التي لها مشاكل مع هذه الأجهزة ترى أن سبب المشكلة يتمثل في أنها تدفع رسوم النظافة على الرغم من عدم رفع الحلفاء.
- أن غالبية المنشآت بحجومها المختلفة يوجد لديها طاقة ، إنتاجية عاطلة ، ويرجع ذلك إلى ضيق السوق المحلي ، عدم القدرة على التصدير ، وعدم توافر الأموال اللازمة لشراء الخامات ، وإن اختلفت الأهمية النسبية لهذه الأسباب حسب حجوم المنشآت المختلفة.

التوصيات:

أولاً: ما يختص بالمشاكل المتعلقة بالنواحى التكنولوجية والفنية:

١- الفن الإنتاجى:

- أن تحديث الصناعة يتطلب أولاً أن تقوم الدول منفردة أو بالتعاون مع القطاع الخاص بحل مشكلة ضيق السوق المحلى وفتح أسواق للتصدير. ثانياً توفير الأموال اللازمة بشروط إقراض ميسرة تمكن من جذب أصحاب الصناعات على التحديث.
- أهمية نشر الأخذ بالتخصص فى العمليات الإنتاجية بين المنشآت بحجومها المختلفة وإيجاد سيغة فعالة لتحقيق نظام التعاقد الجزئى - Sucontracting System - بين المنشآت الصغيرة والمتوسطة من جهة والمنشآت الكبيرة من جهة أخرى.
- لما كان الحصول على قطع الغيار تشكل مشكلة للمنشآت كبيرة الحجم والتي غالباً ما تستخدم فنون إنتاج متطورة ، فإن أى برنامج لتحديث الصناعة لابد وأن يأخذ فى الاعتبار تضمين ضرورة تصنيع قطع غيار الآلات والمعدات محلياً فى التعاقد مع الجهات الموردة للآلات والمعدات.

٢- المواصفات والمقاييس

- لابد من رفع مستوى الدباغة والتشطيب وتحديث صناعة الدباغة وقد يكون فى نقل مدايع القاهرة إلى مدينة الشروق مدخلاً للتحديث.
- ضرورة الإهتمام بالتدريب الفنى للدباغين.
- ميكنة عمليات الدباغة.
- تحديد مواصفات فنية واضحة لدرجات الجلد والرقابة عليها.
- منع شق الجلد.
- عدم تصدير الجلد الخام ونصف المصنع.

٣- الجودة:

- لابد من مراعاة أصول الصناعة من حيث استخدام الخامات الجيدة أثناء العملية الصناعية للأحذية الجلدية للوصول إلى أحذية ذو مواصفات فنية عالية الجودة.
- العمل على تحديد أسعار الجلود المدبوغة ووضع مواصفات ثابتة لها ، لأنها تؤثر بطريقة مباشرة على صناعة الأحذية الجلدية.

٤ - التصميم:

- التوسع في استخراج الكمبيوتر لما له من فوائد كبيرة في الحصول على أفضل التصميمات بأقل كمية مستخدمة من الجلود.
- تعريف أصاب صناعة الأحذية الجلدية بوجود مركز فليسك حيث أنه يقدم خدمات ممتازة في أعمال التصميمات يمكن أن تؤدي إلى تخفيف الاعتماد على الخارج بدرجة كبيرة .

ثانيا: ما يختص بقوة العمل والإنتاجية

- ضرورة مكافحة أمية العاملين حتى لا تصبح عائقا أمام التقدم الفنى والتكنولوجى.
- الإهتمام بالتدريب المهنى والفنى بالمعاهد والجامعات حتى تصبح مثل هذه المعاهد مصدرا أساسيا
- للعاملة مع تصميم التدريب بحيث يرتبط بشكل وثيق مع احتياجات الصناعة.
- الإهتمام برفع الوعى لدى الملاك والمديرين لأهمية التدريب المستمر وضرورة قيام
- الغرف الصناعية بالعمل فى هذا الإتجاه.
- لابد من القيام بدراسات لتحديد أسباب انخفاض الإنتاجية وطرق رفعها سواء
- على سنوى الكلى أو إنتاجية العوامل والإستفادة مما توفره وزارة الصناعة
- والمشروع الأوربى لتحديث الصناعة من فرص.

ثالثا: ما يختص بالتكاليف والتمويل والحصول على المواد الخام:

- ضرورة رفع الوعى المحاسبى بالمنشآت العاملة فى هذا المجال حيث أن ذلك سوف
- يؤدى إلى تنظيم كبير فى المعاملات المالية لهذه الصناعة.
- ضرورة قيام الدولة بالخطوات الفعالة بما يضمن حصول منشآت هذه الصناعة
- على القروض والتسهيلات الائتمانية من البنوك بشروط ميسرة وبصفة خاصة
- المنشآت الصغيرة.
- تخفيف العبء الضريبى التى تتحملها المنشآت العاملة فى هذه الصناعة كى
- تستطيع زيادة الاعتماد الذاتى على التمويل والقدرة على البقاء فى السوق.

- تشجيع قيام الصناعات المغذية العاملة في مجال إنتاج مستلزمات الإنتاج مثل الخيوط ، المواد اللاصقة ، النعل ، القوالب ، الإكسسوارات ١٠٠٠ الخ.

رابعاً: ما يختص بالتسويق المحلي والتصدير:

- لابد من وجود شركات متخصصة للتسويق بمنشآت الأحذية الجلدية لتقديم المنتجات من تلك الأحذية وفقاً للأسس المتبعة في مجال تخطيط المنتجات وفي إطار المفهوم الحديث للتسويق.
- يجب تنويع منافذ التوزيع لمنتجات الأحذية بحيث لا تقتصر على تجار التجزئة فقط.
- محاولة تعديل أسلوب تحصيل إنتاج منشآت الأحذية حتى لا تقابل مشاكل مالية تفوق العملية الإنتاجية للمواسم المتلاحقة.
- حسن اختيار الاسم التجارية ومراعاة تميزها بالبساطة والوضوح وسهولة النطق.
- الاهتمام بجودة مواصفات تصنيع الأحذية المصرية.
- تحديد الكميات المنتجة من كل مقاس عن طريق تحليل شكاوى العملاء ، بجانب الخبرة الشخصية.
- العمل على تطوير الموديلات المعروضة لتلائم مع أذواق العملاء واحتياجاتهم مع إعادة النظر في الموديلات والألوان التي تعرضها تلك المنشآت.
- الاهتمام بدراسة السوق ومن أهمها دراسة مستويات الدخل لتحديد القدرة الشرائية للعملاء.
- لابد من توافر المعلومات عن الأسواق الخارجية وتسهيل الاشتراك في المعارض الخارجية من خلال الأجهزة التي تعمل في مجال تنشيط الصادرات.
- الاهتمام بتوفير التمويل المناسب لإنتاج المخصص للتصدير من الأحذية الجلدية من خلال التسهيل في الحصول على القروض.

خامساً: ما يختص بالتعامل مع الأجهزة الحكومية وغير الحكومية:

- ضرورة تبسيط الإجراءات والمستندات اللازمة للحصول على الترخيص الصناعي والترخيص التجاري وتحديدتهما ، ويفضل أن يتم ذلك في مبنى واحد.

- حتمية تفعيل دور غرفة صناعة الجلود ، المجلس السلعي للجلود والمنتجات الجلدية ، جمعية رجال الأعمال ، التعاون الإنتاجي وجمعية المصدرين المصريين في تزويد صناعة الأحذية الجلدية بالمعلومات التسويقية والتكنولوجية والفنية وكل ما يتعلق بتحديث الصناعة.
- تطوير مصلحة الضرائب بما يضمن تواجد مأموري الضرائب من ذوى الخبرة في مجال صناعة الأحذية الجلدية والإلمام بأحوال السوق حتى يكون تقدير الضرائب على المنشآت أقرب ما يكون إلى الواقع.
- تطوير مصلحة الجمارك والتشريعات الجمركية بما يكفل واقعية الرسوم الجمركية.
- ضرورة أن تأخذ الهيئة العامة للتأمينات الاجتماعية ظروف الصناعة من حيث تشغيل العمالة المؤقتة ، فترة الاختبار ، والاشتراكات التي تتحملها المنشأة وذلك عند تحديد الاشتراكات السنوية.
- إذا رأت الدولة ضرورة تصدير الجلود الخام ، فإنه من الضروري إعادة النظر في الرسوم الجمركية المفروضة على الجلود الخام المستوردة بما يمكن الصناعة من خفض تكاليف الإنتاج والقدرة على المنافسة.
- أهمية النظر في أسعار الكهرباء بحيث تمكن من خفض تكاليف الإنتاج والقدرة على المنافسة.

المراجع:

- ١- المجلس السلمي للجلود والمنتجات الجلدية ، نشرات متنوعة.
- ٢- اتحاد الصناعات ، الكتاب السنوى ٢٠٠١.
- ٣- معهد التخطيط القومى ، أثر البعد المؤسسى والمعوقات الإدارية والتسويقية على تنمية الصادرات الصناعية ، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم (١٤٦) ، القاهرة ٢٠٠٢.
- ٤- معهد التخطيط القومى ، صناعة الأحذية والمنتجات الجلدية فى مصر ، الواقع والمستقبل ، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم (١٤٦) القاهرة ٢٠٠٢.
- ٥- دراسة الحدود الفنية والاقتصادية لمشروع إنشاء مركز خدمة لصناعة الأحذية والجلود ، بيمكو ، ١٩٨٨.
- ٦- بيمكو ، "دراسة قطاعية عن صناعة الأحذية والمنتجات الجلدية فى جمهورية مصر العربية وقطاع التعاون الإنتاجي" ، بيمكو ١٩٨٨.
- معهد التخطيط القومى ، "صناعة الأحذية والمنتجات الجلدية فى مصر الواقع والمستقبل" ، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم (١٥٤) ، يوليو ٢٠٠٢.
- ٧- د.جسأم مندور ، "المعايرة والتوحيد القياسى" ، مطبوعات مادة التخطيط الصناعى ، المعهد العربى للتخطيط ، الكويت ١٩٨٥.
- ٨- Terry Mc Collin, "Marketing Leather Footwear: Suggestions for new Exporters", International Trade FORUM, ٢/١٩٩٥, P١٠.
- ٩- Ron Sauer, Leather goods: attractive exports for developing countries, International Trade FORUM, ٣, ١٩٩٣, P.٢٢.

فهرس قضايا التخطيط و التنمية

م	العنوان	التاريخ
١	دراسة الهيكل الاقليمي للعمالة في القطاع العام في جمهورية مصر العربية	ديسمبر ١٩٧٧
٢	Adverse Economic Effects Resulting From Israeli Aggressions and continued Occupation of Egyptian territories,	April 1978
٣	الدراسات التفصيلية لمقومات التنمية الإقليمية بمنطقة جنوب مصر	أبريل ١٩٧٨
٤	دراسة تحليلية لمقومات التنمية الإقليمية بمنطقة جنوب مصر	يوليو ١٩٧٨
٥	دراسة اقتصادية فنية لأفاق صناعة الأسمدة والتنمية الزراعية في جمهورية مصر العربية حتى عام ١٩٨٥	أبريل ١٩٧٨
٦	التغذية والتنمية الزراعية في البلاد العربية	أكتوبر ١٩٧٨
٧	تطوير التجارة وميزان المدفوعات ومشكلة تفاقم العجز الخارجى وسلبات مواجهته (١٩٧٠/٦٩ - ١٩٧٥)	أكتوبر ١٩٧٨
٨	Improving the Position of Third World Countries in the International Cotton Economy,	June 1979
٩	دراسة تحليلية لتفسير التضخم في مصر (١٩٧٠ - ١٩٧٦)	اغسطس ١٩٧٩
١٠	حوار حول مصر في مواجهة القرن الحادى والعشرين	فبراير ١٩٨٠
١١	تطوير أساليب وضع الخطط الخمسة باستخدام نماذج البرمجة الرياضية في جمهورية مصر العربية	مارس ١٩٨٠
١٢	دراسة تحليلية للنظام الضريبي في مصر (١٩٧٠/٧١ - ١٩٧٨)	مارس ١٩٨٠
١٣	تقييم سياسات التجارة الخارجية والنقد الاجنبى وسبل ترشيدها	يوليو ١٩٨٠
١٤	التنمية الزراعية في مصر ماضيها وحاضرها (ثلاثة أجزاء)	يوليو ١٩٨٠
١٥	A study on Development of Egyptian National fleet,	June 1980
١٦	الأنفاق العام والاستقرار الاقتصادى في مصر ١٩٧٠ - ١٩٧٩	ابريل ١٩٨١
١٧	الأبعاد الرئيسية لتطوير وتنمية القرى المصرية	يونيو ١٩٨١
١٨	الصناعات الصغيرة والتنمية الصناعية (التطبيق على صناعة الغزل والنسيج في مصر)	يوليو ١٩٨١
١٩	ترشيد الإدارة الاقتصادية للتجارة الخارجية والنقدية الأجنبية	ديسمبر ١٩٨١
٢٠	الصناعات التحويلية في الاقتصاد المصرى. (ثلاثة أجزاء)	أبريل ١٩٨٢
٢١	التنمية الزراعية في مصر (جزئين)	سبتمبر ١٩٨٢
٢٢	مشاكل إنتاج اللحوم والسياسات المقترحة للتغلب عليها	أكتوبر ١٩٨٣
٢٣	دور القطاع الخاص في التنمية	نوفمبر ١٩٨٣

٢٤	تطوير معدلات الاستهلاك من السلع الغذائية وأثارها على السياسات الزراعية في مصر	مارس ١٩٨٥
٢٥	البحيرات الشمالية بين الاستغلال النباتي والاستغلال السمكي	أكتوبر ١٩٨٥
٢٦	تقييم الاتفاقية التوسع التجارى والتعاون الاقتصادى بين مصر والهند ويوغوسلافيا	أكتوبر ١٩٨٥
٢٧	سياسات وإمكانيات تخطيط الصادرات من السلع الزراعية	نوفمبر ١٩٨٥
٢٨	الأنفاق المستقبلية في صناعة الغزل والنسيج في مصر	نوفمبر ١٩٨٥
٢٩	دراسة تمهيدية لاستكشاف آفاق الاستثمار الصناعى في إطار التكامل بين مصر والسودان	نوفمبر ١٩٨٥
٣٠	دراسة تحليلية عن تطوير الاستثمار في ج.م.ع مع الإشارة للطاقة الاستيعابية للاقتصاد القومى	ديسمبر ١٩٨٥
٣١	دور المؤسسات الوطنية في تنمية الأساليب الفنية للإنتاج في مصر (جزئين)	ديسمبر ١٩٨٥
٣٢	حدود وإمكانات مساهمة ضريبية على الدخل الزراعى في مواجهة مشكلة العجز في الموازنة العامة للدولة واصلاح هيكل توزيع الدخل القومى	يوليو ١٩٨٦
٣٣	التفاوتات الإقليمية للنمو الاقتصادى والاجتماعى وطرق قياسها في جمهورية مصر العربية	يوليو ١٩٨٦
٣٤	مدى إمكانية تحقيق اكتفاء ذاتى من القمح	يوليو ١٩٨٦
٣٥	Intergrated Methodology for Energy planning in Egypt,	Sep, 1986
٣٦	الملامح الرئيسية للطلب على تملك الاراضى الزراعية الجديدة والسياسات المتصلة باستصلاحها واستزراعها	نوفمبر ١٩٨٦
٣٧	دراسة بعنوان مشكلات صناعة الألبان في مصر	مارس ١٩٨٨
٣٨	دراسة بعنوان آفاق الاستثمارات العربية ودورها في خطط التنمية المصرية	مارس ١٩٨٨
٣٩	تقدير الإيجار الاقتصادى للأراضى الزراعية لزراعة المحاصيل الزراعية الحقلية على المستوى الاقليمى لجمهورية مصر العربية عامى ١٩٨٥/٨٠	مارس ١٩٨٨
٤٠	السياسات التسويقية لبعض السلع الزراعية وآثارها الاقتصادية	يونيو ١٩٨٨
٤١	بحث الاستزراع السمكى في مصر ومحددات تنميته	أكتوبر ١٩٨٨
٤٢	نظم توزيع الغذاء في مصر بين الترشيح والإلغاء	أكتوبر ١٩٨٨
٤٣	دور الصناعات الصغيرة في التنمية دراسة استطلاعية لدورها في الاستيعاب العمالى	أكتوبر ١٩٨٨
٤٤	دراسة تحليلية لبعض المؤشرات المالية للقطاع العام الصناعى التابع لوزارة الصناعة	أكتوبر ١٩٨٨
٤٥	الجوانب التكاملية وتحليل القطاع الزراعى في خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية	فبراير ١٩٨٩
٤٦	إمكانيات تطوير الضرائب العقارية لزيادة مساهمتها في الإيرادات العامة للدولة في مصر	فبراير ١٩٨٩
٤٧	مدى إمكانية تحقيق ذاتى من السكر	سبتمبر ١٩٨٩
٤٨	دراسة تحليلية لاثار السياسات الاقتصادية والمالية والنقدية على تطوير وتنمية القطاع الزراعى	فبراير ١٩٩٠
٤٩	الإنتاجية والأجور والأسعار - الوضع الراهن للمعرفة النظرية والتطبيقية مع إشارة خاصة للدراسات السابقة عن مصر	مارس ١٩٩٠

٥٠	المسح الاقتصادي والاجتماعي والعمراني لمحافظة البحر الأحمر وفرص الاستثمار المتاحة للتنمية	مارس ١٩٩٠
٥١	سياسات إصلاح ميزان المدفوعات المصرية للمرحلة الاولى	مايو ١٩٩٠
٥٢	بحث صناعة السكر وامكانية تصنيع المعدات الرأسمالية في مصر	سبتمبر ١٩٩٠
٥٣	بحث الاعتماد على الذات في مجال الطاقة من منظر تنموى وتكنولوجى	سبتمبر ١٩٩٠
٥٤	التخطيط الاجتماعى والإنتاجية	أكتوبر ١٩٩٠
٥٥	مستقبل استصلاح الاراضى في مصر في ظل محددات الأراضى والمياه والطاقة	أكتوبر ١٩٩٠
٥٦	دراسات تطبيقية لبعض قضايا الإنتاجية في الاقتصاد المصرى	نوفمبر ١٩٩٠
٥٧	بنوك التنمية الصناعية في بعض دول مجلس التعاون العربى	نوفمبر ١٩٩٠
٥٨	بعض آفاق التنسيق الصناعى بين دول مجلس التعاون العربى	نوفمبر ١٩٩٠
٥٩	سياسات إصلاح ميزان المدفوعات المصرى(مرحلة ثانية)	نوفمبر ١٩٩٠
٦٠	بحث اثر تغيرات سعر الصرف على القطاع الزراعى وانعكاساتها الاقتصادية	ديسمبر ١٩٩٠
٦١	الإمكانيات والأفاق المستقبلية للتكامل الاقتصادى بين دول مجلس التعاون العربى في ضوء هياكل الانتاج والتوزيع	يناير ١٩٩١
٦٢	إمكانيات التكامل الزراعى بين مجلس التعاون العربى	يناير ١٩٩١
٦٣	دور الصناديق العربية في تمويل القطاع الزراعى	ابريل ١٩٩١
٦٤	بعض القطاعات الإنتاجية والخدمية بمحافظة مطروح (جزئين) الجزء الأول: القطاعات الإنتاجية	اكتوبر ١٩٩١
٦٥	مستقبل إنتاج الزيوت في مصر	اكتوبر ١٩٩١
٦٦	الإنتاجية في الاقتصاد القومى المصرى وسبل تحسينها - مع التركيز على قطاع الصناعة (الجزء الأول) الأسس والدراسات النظرية	اكتوبر ١٩٩١
٦٦	الإنتاجية في الاقتصاد القومى المصرى وسبل تحسينها - مع التركيز على قطاع الصناعة (الجزء الثانى) الدراسات التطبيقية	اكتوبر ١٩٩١
٦٧	خلفية ومضمون النظريات الاقتصادية الحالية والمتوقعة بشرق أوروبا. ومحددات انعكاساتها الشاملة على مستقبل التنمية في مصر والعالم العربى	ديسمبر ١٩٩١
٦٨	ميكنة الأنشطة والخدمات في مركز التوثيق والنشر	ديسمبر ١٩٩١
٦٩	إدارة الطاقة في مصر في ضوء أزمة الخليج وانعكاساتها دوليا وإقليميا ومحليا	يناير ١٩٩٢
٧٠	واقع آفاق التنمية في محافظات الوادى الجديد	يناير ١٩٩٢
٧١	انعكاسات أزمة الخليج(١٩٩١/٩٠) على الاقتصاد المصرى	يناير ١٩٩٢
٧٢	الوضع الراهن والمستقبلى لاقتصاديات القطن المصرى	مايو ١٩٩٢
٧٣	خبرات التنمية في الدول الآسيوية حديثة التصنيع وامكانية الاستفادة منها في مصر	يوليو ١٩٩٢
٧٤	بعض قضايا تنمية الصادرات الصناعية المصرية	سبتمبر ١٩٩٢

٧٥	تطوير مناهج التخطيط وإدارة التنمية في الاقتصاد المصرى في ضوء المتغيرات الدولية المعاصرة	سبتمبر ١٩٩٢
٧٦	السياسة النقدية في مصر خلال الثمانينات " المرحلة الاولى " ميكانيكية وفاعلية السياسة النقدية في الجانب المالى والاقتصادى المصرى	سبتمبر ١٩٩٢
٧٧	التحرير الاقتصادى وقطاع الزراعة	يناير ١٩٩٣
٧٨	احتياجات المرحلة المقبلة للاقتصاد المصرى ونماذج التخطيط واقتراح بناء نموذج اقتصادى قومى للتخطيط التأشيرى - المرحلة الاولى	يناير ١٩٩٣
٧٩	بعض قضايا التصنيع في مصر منظور: تنموى تكنولوجيا	فبراير ١٩٩٣
٨٠	تقويم التعليم الاساسى في مصر	مايو ١٩٩٣
٨١	الآثار المتوقعة لتحرير سوق النقد الأجنبى على بعض مكونات ميزان المدفوعات المصرى	مايو ١٩٩٣
٨٢	The Current development in the methodology and applications of operations research obstacles and prospects in developing countries	Nov.1993
٨٣	الآثار البيئية للتنمية الزراعية	نوفمبر ١٩٩٣
٨٤	تقييم البرامج للنهوض بالإنتاجية الزراعية	ديسمبر ١٩٩٣
٨٥	اثر قيام السوق الأوروبية المشتركة على مصر والمنطقة	يناير ١٩٩٤
٨٦	مشروع إنشاء قاعدة بيانات الأنشطة البحثية بمعهد التخطيط القومى "المرحلة الاولى"	يونيو ١٩٩٤
٨٧	الكوارث الطبيعية وتخطيط الخدمات في ج.م.ع (دراسة ميدانية عن زلزال أكتوبر ١٩٩٢ في مدينة السلام)	سبتمبر ١٩٩٤
٨٨	تحرير القطاع الصناعى العام في مصر في ظل المتغيرات اقليمية والعالمية	سبتمبر ١٩٩٤
٨٩	استشراف بعض الآثار المتوقعة لسياسة الإصلاح الاقتصادى بمصر (مجلدان)	سبتمبر ١٩٩٤
٩٠	واقع التعليم الاعدادى وكيفية تطويره	نوفمبر ١٩٩٤
٩١	تجربة تشغيل الخريجين بالمشروعات الزراعية وافق تطويرها	ديسمبر ١٩٩٤
٩٢	دور الدولة في القطاع الزراعى في مرحلة التحرير الاقتصادى	ديسمبر ١٩٩٤
٩٣	الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية لتحرير القطاع الصناعى المصرى في ظل الإصلاح الاقتصادى	يناير ١٩٩٥
٩٤	مشروع انشاء قاعدة بيانات الأنشطة البحثية بمعهد التخطيط القومى (المرحلة الثانية)	فبراير ١٩٩٥
٩٥	السياسات القطاعية في ظل التكيف الهيكلى	أبريل ١٩٩٥
٩٦	الموازنة العامة للدولة في ضوء سياسة الإصلاح الاقتصادى	يونيو ١٩٩٥
٩٧	المستجدات العالمية (الجات وأوروبا الموحدة) وتأثيراتها على تدفقات رؤوس الأموال والعمالة والتجارة السلعية والخدمية (دراسة حالة مصر)	أغسطس ١٩٩٥
٩٨	تقييم البدائل الإجرائية لتوسع قاعدة الملكية في قطاع الأعمال العام	يناير ١٩٩٦
٩٩	أثر التكتلات الاقتصادية الدولية على قطاع الزراعة	يناير ١٩٩٦

١٠٠	مشروع إنشاء قاعدة بيانات الأنشطة البحثية بمعهد التخطيط القومى (المرحلة الثالثة)	مايو ١٩٩٦
١٠١	دراسة تحليلية مقارنة لواقع القطاعات الإنتاجية والخدمية بمحافظات الحدود	مايو ١٩٩٦
١٠٢	التعليم الثانوى فى مصر: واقعة ومشكلة واتجاهات تطويرة	مايو ١٩٩٦
١٠٣	التنمية الريفية ومستقبل القرية المصرية: المتطلبات والسياسات	سبتمبر ١٩٩٦
١٠٤	دور المناطق الحرة فى تنمية الصادرات	أكتوبر ١٩٩٦
١٠٥	تطوير اساليب وقواعد المعلومات فى ادارة الأزمات المهددة لأطراد التنمية (المرحلة الأولى)	نوفمبر ١٩٩٦
١٠٦	المنظمات غير الحكومية والتنمية فى مصر (دراسة حالات)	ديسمبر ١٩٩٦
١٠٧	الابعاد البيئية المستدامة فى مصر	ديسمبر ١٩٩٦
١٠٨	التغيرات الهيكلية فى مؤسسات التمويل الزراعى ومصادر ومستقبل التمويل الزراعى فى مصر	مارس ١٩٩٧
١٠٩	التغيرات الهيكلية فى مؤسسات التمويل الزراعى ومصادر ومستقبل التمويل الزراعى فى مصر	اغسطس ١٩٩٧
١١٠	ملامح الصناعة المصرية فى ظل العوامل الرئيسية المؤثرة فى مطلع القرن الحادى والعشرين	ديسمبر ١٩٩٧
١١١	آفاق التصنيع وتدعيم الأنشطة غير المزرعية من اجل تنمية ريفية مستدامة فى مصر	فبراير ١٩٩٨
١١٢	الزراعة المصرية والسياسية الزراعية فى اطار نظام السوق الحرة	فبراير ١٩٩٨
١١٣	الزراعة المصرية فى مواجهة القرن الواحد والعشرين	فبراير ١٩٩٨
١١٤	التعاون بين الشرق الأوسط وشمال أفريقيا	مايو ١٩٩٨
١١٥	تطوير أساليب وقواعد المعلومات فى إدارة الأزمات المهددة بطرد التنمية (المرحلة الثالثة)	يونيو ١٩٩٨
١١٦	حول أهم التحديات الاجتماعية فى مواجهة القرن ٢١	يونية ١٩٩٨
١١٧	محددات الطاقة الادخارية فى مصر دراسة نظرية وتطبيقية	يونية ١٩٩٨
١١٨	تصور حول تطوير نظام المعلومات الزراعية	يوليو ١٩٩٨
١١٩	التوقعات المستقبلية لإمكانيات الاستصلاح والاستزراع بجنوب الوادى	سبتمبر ١٩٩٨
١٢٠	استراتيجية استغلال البعد الحيزى فى مصر فى ظل الاصلاح الاقتصادى	ديسمبر ١٩٩٨
١٢١	حولت الى مذكرة خارجية رقم (١٦٠١)	ديسمبر ١٩٩٨
١٢٢	Artificial Neural Networks Usage For Underground Water storage & River Nile in Toshoku Area	December 1998
١٢٣	بناء وتطبيق نموذج متعدد القطاعات للتخطيط التأشيرى فى مصر	ديسمبر ١٩٩٨
١٢٤	اقتصاديات القطاع السياحى فى مصر وانعكاساتها على الاقتصاد القومى	ديسمبر ١٩٩٨
١٢٥	تحديات التنمية الراهنة فى بعض محافظات جنوب مصر	فبراير ١٩٩٩
١٢٦	الافاق والإمكانيات التكنولوجية فى الزراعة المصرية	سبتمبر ١٩٩٩
١٢٧	ادارة التجارة الخارجية فى ظل سياسات التحرير الاقتصادى	سبتمبر ١٩٩٩
١٢٨	قواعد ونظم معلومات التفاوض فى المجالات المختلفة	سبتمبر ١٩٩٩

١٢٩	اتجاهات تطوير نموذج لاختيار السياسات الاقتصادية للاقتصاد المصري	يناير ٢٠٠٠
١٣٠	دراسة الفجوة النوعية لقوة العمل في محافظات مصر وتطويرها خلال الفترة ١٩٨٦ - ١٩٩٦	يناير ٢٠٠٠
١٣١	التعليم الفنى وتحديات القرن الحادى والعشرون	يناير ٢٠٠٠
١٣٢	أنماط الاستيطان فى منطقة جنوب الوادى " توشكى"	يونيو ٢٠٠٠
١٣٣	فرص ومجالات التعاون بين مصر ومجموعة دول الكوميسا	يونيو ٢٠٠٠
١٣٤	الاعاقة والتنمية فى مصر	يونيو ٢٠٠٠
١٣٥	تقويم رياض الأطفال فى القاهرة الكبرى	يناير ٢٠٠١
١٣٦	الجمعيات الأهلية وآليات التنمية بمحافظات جمهورية مصر العربية	يناير ٢٠٠١
١٣٧	آفاق ومستقبل التعاون الزراعى فى المرحلة القادمة	يناير ٢٠٠١
١٣٨	تقويم التعليم الصحى الفنى فى مصر	يناير ٢٠٠١
١٣٩	منهجية جديدة للإستخدام الأمثل للمياه فى مصر مع التركيز على مياه الري الزراعى مرحلة أولى	يناير ٢٠٠١
١٤٠	التعاون الإقتصادى المصرى الدولى (دراسة بعض حالات الشراكة	يناير ٢٠٠١
١٤١	تصنيف وترتيب المدن المصرية (حسب بيانات تعداد ١٩٩٦)	يناير ٢٠٠١
١٤٢	الميزة النسبية ومعدلات الحماية للبعض من السلع الزراعية والصناعية	يناير ٢٠٠١
١٤٣	سبل تنمية الصادرات من الخضر	ديسمبر ٢٠٠١
١٤٤	تحديد الاحتياجات التدريبية لمعلمى المرحلة الثانوية	ديسمبر ٢٠٠١
١٤٥	التخطيط بالمشاركة بين المخططين والجمعيات الأهلية على المستويين المركزى والمحافظات	فبراير ٢٠٠٢
١٤٦	اثر البعد المؤسسى والمعوقات الإدارية والتسويق على تنمية الصادرات الصناعية المصرية	مارس ٢٠٠٢
١٤٧	قياس استجابة مجتمع المنتجين الزراعيين للسياسات الزراعية	مارس ٢٠٠٢
١٤٨	تطوير منهجية جديدة لحساب الاستخدام الأمثل للمياه فى مصر (مرحلة ثانية)	مارس ٢٠٠٢
١٤٩	رؤية مستقبلية لعلاقات ودوائر التعاون الإقتصادى المصرى الخارجى " الجزء الأول" خلفية أساسية"	مارس ٢٠٠٢
١٥٠	المشاركة الشعبية ودورها فى تعاظم أهداف خطط التنمية المعاصرة المحلية الريفية والحضرية	إبريل ٢٠٠٢
١٥١	تقدير مصفوفة حسابات اجتماعية لقتصاد المصرى عام ١٩٩٨-١٩٩٩	أبريل ٢٠٠٢
١٥٢	الأشكال التنظيمية وصيغ وآليات تفعيل المشاركة فى عمليات التخطيط على مستوى القطاع الزراعى	يوليو ٢٠٠٢
١٥٣	نحو استراتيجية للاستفادة من التجارة الإلكترونية فى مصر	يوليو ٢٠٠٢
١٥٤	صناعة الأخذية والمنتجات الجلدية فى مصر(الواقع والمستقبل)	يوليو ٢٠٠٢
١٥٥	تقدير الاحتياجات التمويلية لتطوير التعليم ما قبل الجامعى وفقا لاستراتيجية متعددة الأبعاد	يوليو ٢٠٠٢
١٥٦	الاحتياجات العملية والاستراتيجية للمرأة المربة وأولوياتها على مستوى المحافظات	يوليو ٢٠٠٢
١٥٧	موقف مصر فى التجمعات الإقليمية	يوليو ٢٠٠٢

١٥٨	إدارة الدين العام المحلى وتمويل الاستثمارات العامة في مصر	يوليو ٢٠٠٢
١٥٩	التأمين الصحى في واقع النظام الصحى المعاصر	يوليو ٢٠٠٢
١٦٠	تطبيق الشبكات العصبية في قطاع الزراعة	يوليو ٢٠٠٢
١٦١	الإنتاج والصادرات المصرية من مجمدات وعصائر الخضرو الفاكهة ومقترحات زيادة القدرة التنافسية لها بالأسواق المحلية والعالمية	يوليو ٢٠٠٢
١٦٢	تقسيم مصر إلى أقاليم تخطيطية	يناير ٢٠٠٣
١٦٣	تقييم وتحسين اداء بعض المرافق العامة " مياه الشرب والصرف الصحى "	يوليو ٢٠٠٣
١٦٤	تصورات حول خصخصة بعض مرافق الخدمات العامة	يوليو ٢٠٠٣
١٦٥	تحديد الاحتياجات التمويلية للتعليم العالى " دراسة نظرية تحليلية ميدانية "	يوليو ٢٠٠٣
١٦٦	دراسة أهم الآثار البيئية للأنشطة السياحية في محافظة البحر الاحمر "بالتركيز على مدينة الغردقة"	يوليو ٢٠٠٣
١٦٧	العوامل المحددة للنمو الاقتصادى في الفكر النظرى وواقع الاقتصاد المصرى	يوليو ٢٠٠٣
١٦٨	العدالة في توزيع ثمار التنمية في بعض المجالات الاقتصادية والاجتماعية في محافظات مصر " دراسة تحليلية "	يوليو ٢٠٠٣
١٦٩	تقييم وتحسين جودة أداء بعض الخدمات العامة لقطاعى التعليم والصحة باستخدام شبكات الأعمال	يوليو ٢٠٠٣
١٧٠	دراسة الأسواق الخارجية وسبل التنفيذ اليها	يوليو ٢٠٠٣
١٧١	اولويات الاستثمار فى قطاع الزراعة	يوليو ٢٠٠٣
١٧٢	دراسة ميدانية للمشاكل والمعوقات التى تواجه صناعة الاحذية الجلدية في مصر " التطبيق على محافظة القاهرة ومدينة العاشر من رمضان "	يوليو ٢٠٠٣
١٧٣	قضية التشغيل والبطالة على المستوى العالمى والقومى والمحلى	يوليو ٢٠٠٣
١٧٤	بناء وتنمية القدرات البشرية المصرية " القضايا والمعوقات الحاكمة "	يوليو ٢٠٠٣