

المنتجات الفلسطينية عادت خيار المستهلك الاول



صلاح هنية*

لم تكن مهمة (تشجيع المنتجات الفلسطينية) حديثة العهد في جمعيات حماية المستهلك الفلسطيني لأننا انطلقنا منذ العام 1999 ضمن مجموعة من مؤسسات العمل الأهلي ضمن أوسع تحالف لمقاطعة منتجات المستوطنات، واستطعنا انذاك من اخراج العديد من منتجات المستوطنات بعد ان رصدنا قوائم لتلك المنتجات وعقدنا سلسلة ورشات التوعية في مختلف المحافظات مع نقابات عمالية وجمعيات نسوية والحركة الطلابية، وعززنا المنتجات الفلسطينية لتحل مكان منتجات المستوطنات.

وفي العام 2000 انطلقنا باتجاه مقاطعة المنتجات الإسرائيلية واحلال المنتجات الفلسطينية مكانها عبر رصد قوائم لتلك المنتجات وعملنا مع نقابة الصيادلة ونقابة اطباء واتحاد الصناعات الدوائية، وتم تحديد الادوية التي يوجد لها بديل فلسطيني، والادوية ذات الضرورة العلاجية القصوى والتي لا يمكن مقاطعتها، وفي ذات السياق عملنا مع القطاعات كافة الغذائية والالمنيوم والبلاستيكية والدهانات والادوات الصحية والمنظمات مع اتحاداتهم وشركاتهم للتعريف بمنتجاتهم والتشبيك مع المكاتب الهندسية الاستشارية والمقاولين والوزارات المختصة من أجل منح الافضلية للمنتجات الفلسطينية في العطاءات والمشتريات الحكومية، وتابعنا مع الجامعات الفلسطينية والكليات الفلسطينية لمقاطعة المنتجات الإسرائيلية. وعندما اطلقت الحكومة الفلسطينية عام 2009 حملة كرامة لمقاطعة منتجات المستوطنات واصر الرئيس محمود عباس قرار بقانون رقم (4) لسنة 2010م بشأن حظر ومكافحة منتجات المستوطنات، تأسست جمعيات حماية المستهلك الفلسطيني في الوطن من أجل حماية حقوق المستهلك وتوعيته بها والضغط والتأثير لصيانة هذه الحقوق، وكان من أهم الأهداف التقاطع مع مقاطعة منتجات المستوطنات والحشد على النطاق الشعبي والمؤسساتي لتفعيل هذا الفعل بأوسع نطاق والتأكيد على الموقف الشعبي بمقاطعة المنتجات الإسرائيلية.

اليوم الاول من تشرين ثاني ننظم الفعاليات للعام الثاني على التوالي بيوم المنتجات الفلسطينية بالشراكة مع القطاع الخاص والبلديات والجمعيات النسوية والنقابات العمالية ومجالس الطلبة، لنحقق هدفنا الرئيس الانفكاك عن الاقتصاد الإسرائيلي ودعم وتشجيع المنتجات الفلسطينية وتنمية الصادرات وتعزيز القدرة التنافسية للمنتجات الفلسطينية ووضع عوائق غير جمركية للمنتجات غير الفلسطينية. نستطيع القول اليوم ان المزيد من التركيز على الجودة للمنتجات الفلسطينية تحقق في العديد من المنتجات الفلسطينية التي حصلت على مواصفات عالمية وشهادات جودة قادتها صوب العالمية والتصدير، وبات من غير المقبول لدى المستهلك اية منتجات غير مطابقة وهذا حق من حقوقه بالاختيار والعيش ببيئة صحية وامنة، وبات هناك تنوعا في المنتجات الفلسطينية ويستطيع المستهلك ان يختار بين المنتجات الفلسطينية ما يروق له ويلبي ذوقه الاستهلاكي.

وبادرت جمعيات حماية المستهلك الفلسطيني عبر مبادرة (منا والنا) لدعم المنتجات الفلسطينية ونشاطاتنا ضمن (صيف فلسطين من خيرات بلادي) ونشاطاتنا ضمن مبادراتنا الاساسية (اني اخترتك يا وطني) في جمعيات حماية المستهلك الفلسطيني.

عقدنا عشرات اللقاءات في المدارس والجامعات والجمعيات النقابات والاندية الشبابية حول سبل دعم وتشجيع المنتجات الفلسطينية، نظمنا عديد المعارض للصناعات في مواقع مختلفة، قمنا بحملات تسويق مباشر من المزارع الى المستهلك، نظمنا زيارات الى الشركات الصناعية الفلسطينية، اصدرنا عديد النشرات والمطويات والملصقات بهذا الخصوص. بالمثابرة والعمل الدؤوب استطعنا أن نجعل المنتج الفلسطيني خيار المستهلك الاول، ضغطنا واثرتنا من أجل توسيع حملات ترويج المنتجات الفلسطينية للمستهلك، نظمنا العلاقة بين الصناعيين والتجار بحيث تتحقق نسبة ربح للتاجر من المنتجات الفلسطينية لكي يسوقها وانعكس هذا الامر على زيادة حصة المنتجات الفلسطينية ونسبة مبيعاتها، تابعنا للتأكد من كون المنتج الفلسطيني الخيار الوحيد في الاجتماعات الرسمية وورش العمل ولقاءات البلديات والنقابات والجمعيات والاتحادات وكنا نوثق ونراسلهم من أجل اعتماد المنتجات الفلسطينية فقط.

وترتبط مبادرتنا لدعم المنتجات الفلسطينية بضمان تطبيق قانون الحد الأدنى للأجور من خلال تفعيل آليات الرقابة على الشركات وفرض مخالفات صارمة على مشغلين ينتهكون القانون. تعزيز مفهوم المسؤولية الاجتماعية إمكانية تعزيز ثقافة المسؤولية الاجتماعية التضامنية.

ما بين 1/11/2020 و 1/11/2021 يجب ان نتحقق نقلة نوعية على صعيد ثقة المستهلك بالمنتجات الفلسطينية، المزيد من التركيز على الجودة في المنتجات الفلسطينية، تعزيز القدرة التنافسية للمنتجات الفلسطينية، الاستفادة القصوى من انضمامنا لمنظمة التغليف العالمية، رفع قدرات مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية، التركيز على ملف المدن الصناعية، ايجاد حوافز للصناعات الفلسطينية.

هل نستطيع؟

بالتأكيد نتمكن وبسهولة من تشجيع ودعم المنتجات الفلسطينية، خصوصاً أن المجتمع يتقبل الأمر اليوم أكثر مما مضى، خصوصاً أن الأمر في العام 1999 كان مستهجناً (عن أي منتج نتحدثون؟) حتى أننا بننا نسعى لإقناع التاجر والمقاول والمهندس والاستشاري بوجود منتج فلسطيني. اليوم الأمور مختلفة، هناك وعي لدى طلبة المدارس والمعلمين وربات البيوت بأهمية دعم المنتجات الفلسطينية، الصناعيون لديهم اهتمام أكبر بالمستهلك الذي هو زبون ويات يقنعه ويحقق شروطاً صحية ومعايير جودة، ويركض ليحصل على ثقة المستهلك، الحكومة تعمل بمنطق أنها تمتلك إرادة سياسية بهذا الاتجاه.

نعم نستطيع، لأن لدينا تنوعاً وتعدداً في الإنتاج الفلسطيني، وهو ليس غذائياً فقط، بل هو متنوع في الصناعات الإنشائية، والجلدية، والبتروكيماوية، والمعدنية، والدهانات، والبلاستيك، والمنسوجات، والدوائية، وهذا التنوع أعاد ثقة المستهلك ويات يلح على التاجر مطالباً بها، ما دفع التجار الى تشجيعها.

دعونا نتذكر معاً في العام 2005، اذا كنت تبحث عن البوظة الفلسطينية في أي سوبرماركت يقال لنا: عن ماذا تسأل أستاذ؟ ولا يوجد الا البوظة الإسرائيلية، وإذا وجدت الفلسطينية يطفئ عنها الثلجة لتذوب وتتلف ويعزف عنها المستهلك، اليوم باتت الخيار الأول والأقوى، وبات التاجر

يرجح لها. وكذلك الأمر مع الألمنيوم والدهانات وغيرها. سنظل بالشراكة مع الجهات كافة حتى يظل المنتج الفلسطيني خيارنا الأول والثاني والثالث والدائم.

أهمية اليوم:

هذا اليوم يعتبر إنجازاً تراكمياً لسنوات طويلة من العمل المتواصل منذ العام 1998 لتشجيع ودعم المنتجات الفلسطينية واحلالها في السوق الفلسطيني والمزيد من التركيز على الجودة، وكنا قد خضنا مبادرات من أجل جعل المنتج الفلسطيني أولاً وحققنا بالشراكة مع عديد المؤسسات الفلسطينية نجاحات راكمت للوصول الى هذه الخطوة، بحيث باتت المدارس والجامعات على اعتبار انها أسواق منظمة مراكز للمنتجات الفلسطينية والصحية، وبالنقاش المتواصل مع الاتحادات الصناعية والشركات الفلسطينية تمكنا من تنويع وتوسيع قاعدة الإنتاج بصورة تلبي احتياجات وذوق المستهلك الفلسطيني.

نعتبر أن تحديد يوماً لتشجيع المنتج الفلسطيني نقطة انطلاق جديدة لمواصلة الجهد كتف بكتف مع الحكومة والقطاع الخاص وجمعيات حماية المستهلك مؤسسين على ما تم إنجازه وبالشراكة مع جميع الشركاء، كخطوة من أجل الانفكاك الاقتصادي عن السوق الإسرائيلي، ومحضر حقيقي لجلب استثمارات فلسطينية خارجية الى سوقنا.

أن هذا اليوم في عامه الثاني سيكون لتقييم الإنجاز ومعالجة العوائق وتحويلها الى فرص وهذا يستدعي ان يسير الجميع بالتوازي من حيث المواصفات والمقاييس وتطوير المناطق الصناعية وتشجيع الاستثمار وتنمية الصادرات وتطوير صناعة المعارض ومنح الافضلية للمنتجات الفلسطينية في المشتريات الحكومية التي تعتبر اسواقاً منظمة، وهذا يترافق مع الجهد الشعبي الفلسطيني في المحافظات كافة لنصنع فرقا في مجال المنتجات الفلسطينية وفرص العمل وضمان الحد الأدنى للأجور.

من نحن:

ائتلاف جمعيات حماية المستهلك الفلسطيني إطار تنسيقي يضم في عضويته جمعيات حماية المستهلك الفلسطيني الفاعلة في دولة فلسطين والتي تستمر في مسيرة الانتصار لحقوق المستهلك وتستمر فيها العملية الديمقراطية والشفافية والمساءلة، ويتابع الائتلاف القضايا ذات الطابع العام التي تهم المستهلك وهمومه وسبل انفاذ القانون بحق المخالفين ومروجي الاغذية الفاسدة، والتعامل مع قضايا مركزية مثل ارتفاع اسعار السلع والخدمات، والتوجه للقضاء ضد قطاعات تتغول بالاسعار.

المنتج الفلسطيني ينتزع نحو 50% من السلة الغذائية الفلسطينية بجدارة .. وعينه على المزيد

وأضاف "مطلوب رسمياً أولاً تغيير الثقافة السائدة بشأن المنتج الفلسطيني لتغيير الصورة النمطية السلبية حول تفضيل المنتج الإسرائيلي والمستورد عليه، ثانياً إيجاد سياسة تحفيزية للمنتج الوطني بخفض تكاليف مدخلات الإنتاج مثلاً من تكاليف ماء وكهرباء ومحروقات في قطاع الصناعة والزراعة، نحن نشترى الكهرباء بـ 70 اغورة اما اسرائيل فتشترى بـ 38 اغورة، وعلى الحكومة التدخل في التسعيرات، كما أن العطاءات يشترط أن تكون منتجاً فلسطينياً."

وعن السعر قال أنه لا أحد يربح أرباحاً خيالية، حيث يتم وضع الأسعار حسب التكاليف، وبالنسبة لمدخلات الإنتاج فالأسعار مناسبة وممتازة جداً.

وأكد حجة من جهته أن مؤسسته تعمل ضمن الظروف الطبيعية على برامج لتوعية طلبة المدارس، ولدينا برنامج كامل كل سنة لزيارة المدارس وتقديم محاضرات توعوية للطلاب بالمدارس والجامعات، كما نعقد ورش عمل باستمرار لمنتجين ولمستوردين وللجهات الرقابية وللمفتشين الذين يراقبون على الأسواق، وبشكل عام الاعلام له دور كبير ومهم جداً في التوعية، والمنتجون أنفسهم لهم دور بالتوعية وابرز الميزات الايجابية في منتجاتهم .

وأوضح حجة أن المستهلك الفلسطيني لديه خيارات عدة، ففي صناعة الاغذية لدينا أكثر من مصنع، فليجرب أكثر من منتج بدلاً من الولاء الأعمى لمنتج غير فلسطيني بمجرد أنه كذلك، فعليه أن يعطي فرصة لمنتج جديد، فمصانع الألبان مثلاً هناك 6 او 7 مصانع، مصانع اللحوم هناك 6 او 7 مصانع لحوم، بالتالي الخيارات أصبحت واسعة امام المستهلك الفلسطيني.

كما دعا المنتجين الفلسطينيين لرفع الهامش الربحي للتاجر او للموزع، حتى يتمكن التاجر من ترويج منتجاته بشكل أفضل.



سوقنا هو سوق اسرائيلي وجزء آخر من أسواق عربية، وهذا يتطلب الحفاظ على مواصفات أعلى حتى نستطيع التصدير لهذه الأسواق.

وأضاف حجة "من ناحية تجارية عندما نتحدث عن الصناعات وبالتحديد الصناعات الغذائية فإننا نتحدث عن مواصفات وتعليمات متشددة، بالذات في القضايا التي لها علاقة بالمواد المضافة على الاغذية سواء كانت على شكل مواد حافظة او ملونات او غيرها من المواد المضافة كما ومنع استخدام المواد الكيماوية في كثير من المنتجات، واذا سمحنا باستخدامها نسمح بذلك لغايات التصنيع وبكميات مقلّة جداً، عكس المنتجات الاخرى سواء اسرائيلية او غيرها من المنتجات، الامثلة كثيرة سواء منتجات البان او معلبات بشكل عام كالطحينية ومنتجات الاغذية واللحوم المصنعة وغيرها من المنتجات الاخرى."

وقال حجة أن مؤسسته تشدد في موضوع مدة الصلاحية المرتبطة باستخدام المواد الحافظة، فكلما زادت مدة الصلاحية تزيد نسبة المواد الحافظة، فمعظم منتجاتنا تكون مدة صلاحيتها اقل من المنتجات الأخرى. كما أن هناك تعليمات فنية إلزامية تلزم المنتجين باستخدام بعض القيود المختلفة حسب نوع الانتاج.

وأضاف قائلاً "القضية المهمة التي يجب توضيحها أن منتجاتنا الوطنية خاضعة لمتابعة مؤسسة المواصفات وخاضعة لرقابة وزارة الصحة وخاضعة لوزارة الاقتصاد سواء في المصنع او في السوق، بعكس المنتجات التي تأتي من الخارج، ليس لدينا اي نوع من الرقابة على عملية الانتاج لها، بينما داخل فلسطين نراقب على المنتج النهائي وعلى عملية الانتاج مروراً بخطوات الانتاج وصولاً للمنتج النهائي."

مطلوب منا ..

ودعا ولويل وزارة المالية لبذل جهد أكبر ونشاط أكثر لضبط تهريب البضائع، حيث نخسر عشرات ملايين الدولارات سنوياً بنحو 300 ل 400 مليون دولار نتيجة ذلك، مطلوب جهد أكثر حتى لا يضيع على خزينة الدولة كل هذه المبالغ التي يمكن أن تحل مشكلات اقتصادية.

حسنة الرنتيسي

يخوض المنتج الفلسطيني معارك شرسة على أرضه أولاً، يواجه ضعف الاقتصاد وغطرس الاحتلال وقيوده ليصمد وسط إغراق السوق بمنتجات الاحتلال ومنتجات عربية وعالمية أخرى، فإن لم يكن المنتج الفلسطيني متفرداً وقادراً على إثبات نفسه فإنه سيندثر بلا رحمة، وهذا ما لن يحدث إن تخلص الفلسطينيون من وهم منح الأفضلية لمنتجات أخرى.

لذلك عمل المنتجون الفلسطينيون على إثبات تميزهم في السوق المحلي والعالمي لرفع حصتهم في السوق الفلسطيني أولاً، قبل خوض معركة التواجد على رفوف الأسواق الخارجية جنباً إلى جنب مع المنتجات العالمية.

ولم يلعب المنتج الفلسطيني دور الضحية متناسياً المعايير العالمية للسلامة الغذائية، بل خاض دوراً بطولياً لا تشوبه العاطفة، ليغرس رايته في قمة الجودة بشهادات وأوسمة حققها بجدارة حيث صنع هويته الموسومة بـ "فلسطيني" لتناسب مهمته البطولية.

منتجاتنا نجحت عالمياً

يقول بلال عموص مدير مختبرات جامعة بيرزيت، أن أي منتج غذائي يجب أن يحقق شروط السلامة الغذائية، فمنتجاتنا الصناعية الغذائية تحقق شروطاً عالمية في الجودة، ودون ذلك لا يمكنها المنافسة، مؤكداً أن المنتجات الفلسطينية أفضل من غيرها، حيث أن الفحوصات الفلسطينية أعطت نتيجة أفضل من الفحوصات الاسرائيلية، كما في السلطات والحمص، هناك مصانع فلسطينية تم فحص انتاجها، وبالمقابل تم فحص منتجات مصانع اسرائيلية، ليتبين أن المصانع الاسرائيلية فيها بكتيريا وملوثات و مواد حافظة عالية، بينما منتجاتنا الفلسطينية المواد الحافظة فيها أقل وأمنة أكثر من منتجاتهم.

كما استشهد أيضاً بالعسل الفلسطيني الحاصل على عدة جوائز، وجائزة العسل في ايطاليا كأفضل عسل في الشرق الاوسط. كما أن الزيت الفلسطيني أفضل جودة عالمياً، ومعروف في خصائصه وجودته. أضيف الى ذلك أن شركاتنا تصدر للخارج، حيث أصبح الكل ينافس لتطبيق أقوى معايير الجودة وشروط السلامة.

كما يستشهد بمصانع الأدوية، مشيراً أنها من أفضل المصانع في الشرق الاوسط، حيث لديهم مختبرات ورقابة ذاتية، وحتى لو لم تقم وزارة الصحة بأخذ عينات للفحص لكن منتجاتهم عالمية وتحقق المتطلبات العالمية وشروط السلامة.

وقال عموص أن المطلوب تغيير ثقافة الناس واقتناعهم أن منتجاتنا أفضل وأمنة أكثر من المنتجات الأخرى، مضيفاً "من خلال تعاملنا مع كثير من المصانع أكد أن لديهم رقابة ذاتية ورقابة خارجية."

وقال بسام ولويل رئيس مجلس الإدارة-اتحاد الصناعات الغذائية الفلسطينية، أن المنتج الوطني الفلسطيني أثبت جدارته، حيث تصدر فوق المليار دولار سنوياً، مثلاً في 2019 صدرنا لدول كثيرة في العالم، من حجر، أدوية، مواد غذائية ومواد أخرى. والمنتج الغذائي أثبت جدارته، حيث يصل للعديد من الدول الأوروبية مثل كندا وأمريكا واليابان والدول العربية والاسلامية الأخرى.

كما أكد ولويل أن المنتج الوطني أصبح ذو ثقة في

السلة الغذائية في فلسطين، حيث كانت حصته قليلة من السلة الغذائية، بينما أصبحت حصته فوق ال 50%. بدوره قال حيدر حجة مدير عام مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية، أن المنتجات الفلسطينية حصلت على شهادات مؤسسة المواصفات والمقاييس وشهادات الجودة والمطابقة المختلفة، منتجاتنا تحقق المتطلبات الفنية للمنتج النهائي بالإضافة ان عمليات التصنيع تخضع الى متابعة وتطبيق مؤسسة المواصفات عليها بشكل مستمر، حوالي 200 الى 230 شركة فلسطينية حصلت على شهادات علامات المؤسسة.

هناك ما يعيق تقدم المنتج الوطني

وأشار ولويل لأسباب عدة أثرت سلباً على تقدم المنتج الوطني، بسبب المنتجات التي تستورد من منتجات الاحتلال او من الدول الأخرى، حيث المنافسة غير العادلة والتلاعب في الجمارك او تهريب البضائع، وعند التهريب من دفع الجمارك او الضريبة يؤثر ذلك سلباً على المنتج الوطني.

ومن ناحية أخرى أشار ولويل أن التنافسية ليست لصالح المنتج الوطني، بل لصالح المنتج الاحتلالي او الخارجي لانه لا يدفع ضرائب ولا جمارك، على سبيل المثال شركات الاتصالات الفلسطينية تدفع ضريبة دخل 15% وضريبة قيمة مضافة 16% ورسوم اليرادات 6%، فالتكاليف تصل نحو 36%. اما شركات الاحتلال فلا تدفع هذه الرسوم، حيث لديهم ابراجهم في مستعمراتهم، بالتالي كثير من الفلسطينيين يحصلون على الخدمة او المنتج من الاحتلال او دول اخرى مهربة لا تدفع ال 16% من الرسوم التي تدفعها، وبالتالي لا عدالة بالمنافسة.

المنتج الفلسطيني الأشد أماناً..

من جهته قال حجة أن مؤسسة المواصفات والمقاييس تعمل على تطوير المواصفة الفلسطينية، بالذات للمنتجات الغذائية والمنتجات الاستهلاكية كمواد التنظيف وغيرها من المنتجات، مشيراً لمحاولتهم أن تكون المواصفات في متطلباتها أعلى من متطلبات مواصفات الدول المجاورة، حيث جزء من



مهنة ترجع لخمسينيات القرن الماضي : غزة تنتج 1500 طن من العجوة



منع استيراد التمور

وبين أن وزارة الاقتصاد في غزة منعت استيراد التمور والعجوة من الخارج في خطوة منها لحماية المنتج لوطني حسب ما أعلنت مؤخراً مؤكداً في هذا السياق ان ما ينتج محليا من العجوة يغطي ما نسبته 35% من احتياجات سوق غزة وبالتالي هناك حاجة كبيرة لاستيرادها من الخارج . ونوه إلى أن المقصود باستيرادها من الخارج ينحصر في كميات التمور والعجوة المستوردة من الداخل المحتل "السوق الاسرائيلية" وكذلك من اريحا حيث ان الجانب الإسرائيلي يمنع استيراد التمور باستثناء التمور منزوعة العجم "البذرة" وذلك كحماية للمنتج . واعتبر ان قطاع التمور في سوق غزة يتطلب إعادة تنظيمه مؤكداً ان دعم وحمايته هذا القطاع يتطلب تعزيز منافسة المنتج المحلي مع المستورد من حيث السعر والجودة .

لشركته موضحاً أنه بالإضافة إلى ان شركته تسوق ما تنتجه من العجوة فهي تعمل أيضاً على استيراد كميات من العجوة لتلبية احتياجات السوق المحلية وبما يتناسب وتباين القدرة الشرائية لمواطني غزة في ظل ارتفاع كلفة المنتج الوطني مقارنة مع المنتج ذاته المستورد من الخارج .

وقال أبو حميد " سعر العجوة المحلية التي تنتجها الشركة يفوق سعر المستورد حيث ان متوسط سعر الكيلوجرام الواحد من التمر يقدر بنحو 11 شيكلاً علماً أن الكيلوجرام من التمر ينتج 300 جرام عجوة بينما سعر كيلو العجوة المستورد يتراوح من ثمانية إلى عشرة شواكل وهو اقل من سعر المحلي للمنتج نفسه حيث يفضل الكثير من المواطنين محدودي الدخل شراء المستورد لأن سعره يتناسب وقدرتهم الشرائية خاصة في ظل الأوضاع الحالية وانخفاض معدل الدخل ."

تعمل على تشغيل قرابة 60 امرأة داخل الوحدة بينما يتم تشغيل عدد آخر من العمال في توريد وفرز البلح المراد استخدامه في صناعة العجوة والدبس اضافة الى أعمال طهي البلح .

ولفت الى أن هناك وحدات لإنتاج العجوة في المنازل تعمل في كل وحدة مجموعة من النسوة داخل البيوت وغالبيتهم من زوجات وبنات مزارعي وتجار البلح منوهاً الى أن كل ما تنتجه شجرة النخيل يعود بالفائدة على المزارع بداية من سعف النخيل عند تقليم الاشجار ووصولاً للاستفادة من ثمار البلح وانتهاءً بالاستفادة من بذور ثمار البلح وعرجونه كعلف للأغنام .

واكد أبو حميدة أن منتجي البلح في قطاع غزة يركزون على تسويقه لأغراض إنتاج العجوة والدبس حيث أن بلح غزة لا يصلح لتحويله الى تمر نظراً لعوامل المناخ وطبيعة الثمرة حيث يشتهر قطاع غزة بزراعة نوعين من البلح هما الحياني و بنت العيش وقمنا مؤخراً بزراعة البلح البرحي ونجح لكن لا يصبح تمرا .

ويذكر أن إنتاج غزة من البلح بلغ العام الماضي 12 ألف طن وان إنتاج هذا العام الذي يقدر بحسب وزارة الزراعة في غزة بأقل من عشرة آلاف طن سيشمل تسويق 500 طن منه في سوق الضفة الغربية وإنتاج نحو 1500 طن من العجوة من هذه الثمار وفق الوزارة ذاتها .

تمور اريحا وبيسان

من جهته أشار المدير التنفيذي لشركة أبو حميد للتجارة والصناعة مدين أبو حميد إلى ان شركته تستورد التمور من بيسان وطبريا و اريحا وتعمل على تصنيع جزء منه للعجوة وتسويق الجزء الاخر في سوق غزة .

وأوضح أن شركته تعمل في النشاط التجاري منذ عام 1963 وباشرت بتصنيع العجوة منذ مطلع ثمانينات القرن الماضي لافتاً إلى ان منتجات هذه الصناعة تلقى رواجاً ملحوظاً في غزة سيما في مواسم الأعياد والمناسبات أما في سائر أيام السنة فيتركز تسويقها على قطاعات محددة كالمخابز والمصانع المنتجة للبسكويت والكعك.

وبين ان العجوة تشكل أحد المنتجات الأساسية

كتب حامد جاد

ترجع صناعة العجوة في غزة بحسب صناع قدامى لهذا المنتج الى خمسينيات القرن الماضي حيث نشطت في حينه تجارة البلح بين مصر وقطاع غزة وتطورت هذه التجارة الى اقامة صناعات بدائية تعتمد على البلح في إنتاج العجوة ومربي البلح وعسل التمر أو ما يعرف بالدبس . ويشير المواطن جمال ابو حميدة الذي يمتلك وحدة متكاملة لتصنيع العجوة في مدينة دير البلح وسط قطاع غزة الى أنه ورث صناعة العجوة اباً عن جد موضحاً أن هذه الصناعة عرفتها مدينته ابان الحكم المصري لقطاع غزة .

فائض في الانتاج

وبين ابو حميدة أن موسم تسويق البلح يمتد على مدار نحو اربعين يوماً ومن ثم يتم اللاتفات الى التعامل مع فائض الانتاج من قبل المصانع والتعاونيات والتجمعات النسوية الريفية في إنتاج العجوة والدبس و المربي . ونوه الى أنه في عام 2013 وللمرة الاولى في قطاع غزة يتم تخزين البلح في الثلجات وهي عملية مكلفة جدا حيث تصل فترة التخزين لنحو اربعة اشهر موضحاً ان شركته عملت هذا العام على تخزين قرابة 120 طناً لإنتاج العجوة . وقال " نواجه حالياً مشاكل عدة ابرزها التدايعات المترتبة على تفشي فيروس كورونا اضافة الى المشاكل الناجمة عن الحصار وصعوبة التصدير للخارج أو التسويق للضفة وتدني القدرة الشرائية في السوق المحلية لمستويات غير مسبوقة وبالتالي فإن نسبة كبيرة من إنتاج البلح الاحمر في قطاع غزة الذي يقدر هذا العام بنحو 10 الاف طن يتم تخزينه في الثلجات تحت درجة حرارة 17 تحت الصفر وعندما يتم اخراجه من الثلجة يباع كرطب في موسم الشتاء ونقوم نحن بدورنا بتصنيع كميات كبيرة من العجوة والدبس والمربي وتسوق تلك المنتجات تحت اسم عجوة غزة ودبس غزة " .

مدينة دير البلح

ونوه الى أن وحدة إنتاج العجوة التي يمتلكها في مدينة دير البلح التي تشتهر تاريخياً بزراعة النخيل

مشروع نسوي : أكالات تراثية بنكهة الأمهات والجيدات

كتبت إسلام أبو الهوى

من منا لا يشترق الى أكالات الأمهات والجيدات وطعمها اللذيذ بعد أن أخذتنا الوجبات السريعة والطعام الجاهز بعيداً عن هذه الاكلات التراثية؟ هذا ما تحاول السيدة لبنى الخزندار إعادتنا اليه عبر مشروعها البسيط "أكل امي" الذي افتتحته مؤخراً في بيتها لاعداد وجبات الطعام التراثية القديم بمذاقها المميز لبيعها الى الزبائن بأسعار تشجيعية.

وتقول الخزندار 49 عاماً من مدينة غزة أنها اختارت اسم " اكل امي " لمشروعها لتعبد كل ما هو قديم من موراث تكتنص بطهي الطعام وطرق تقديمه بعيداً عن الحداثة التي أخفت الكثير من العادات الشعبية المتوارثة عن الأمهات والجيدات مشيرة إلى أنها تعلمت فن الطبخ من والدتها حتى اشتهرت عند الجميع بطعامها الشهي الذي تغنى بمذاقه الشهي كل من تذوقه . وأشارت الى انها أنها لم تعمل بمؤهلهما

مواقع التواصل الاجتماعي وتخصص أيام معدودة لإعداد بعض الأكلات التي تتطلب وقتاً ومجهوداً في اعدادها خاصة انها تعمل بإمكانيات بسيطة مستخدمة أدواتها المنزلية متمنية ان يحسن هذا المشروع من دخلها لتتمكن من شراء كل ما يلزمها لإنجاز طلبات كبيرة تساهم في تحسين وضعها المادي خاصة في ظل الظروف المعيشية الصعبة التي يعيشها الجميع في قطاع غزة.

وتنصح الخزندار جميع السيدات ممن لديهن المهو به بأي مجال بعدم التردد في انشاء مشاريعهن الصغيرة حتى لو كانت بإمكانات بسيطة ومن داخل منازلهن مبينة أن انتظار الفرص أن تأتي لن يمكننا من موصلة مسيرتنا.

وأكدت أن عملها في مشروعها الصغير أضفى السعادة والبهجة عليها لافتة الى أن عزميتها لن تتراجع عن مواصلة العمل في مشروعها مهما واجهتها من تحديات.

التراثية والشعبية الى أنفسهم الأمر الذي دفعها الى التعريف بالأكالات الفلسطينية من خلال مشروعها واعادتها الى الذاكرة من خلال تعزيز وعي الناس بأهمية الحفاظ على الموروث الفلسطيني من كافة النواحي والاكالات الفلسطينية احدى تلك النواحي.

وبينت إلى ان الاقبال على الاكلات الفلسطينية كالمفتول، المنسف، والمسخن والمناقيش كبيراً متمنية أن تعود الاكلات الفلسطينية الشعبية الى الموائد كما كانت في السابق ولتعزيز ثقافة الاكلات الشعبية التراثية والحفاظ على الموراث الشعبية التي خلدها الأمهات والجيدات.

وأكدت الخزندار أنها تطهي الاكلات بحب شديد كما كانت أمها تعد الطعام منوهة إلى ان الفتيات من الجيل الحديث بحاجة الى تعليم وتعريف فنون الطبخ الفلسطيني وطرق اعداده كما كانت امهاتنا وجداتنا يطبخن الطعام.

وأوضحت أن لديها قائمة كبيرة للمأكولات الفلسطينية التي تتقن طبخها وتعرضها عبر

منطقة جنين الصناعية من مخطط إلى واقع على الأرض

كتب محمد بلاص:

حتى سنوات طويلة، كان مجرد الحديث عن مشروع منطقة جنين الصناعية الحرة في سهل مرج ابن عامر شمالي مدينة جنين، ضرباً من الخيال أو حتى الجنون، بسبب تعثر هذا المشروع الاستراتيجي بفعل ممارسات الاحتلال الإسرائيلي، حتى بدأت أعمال البنية التحتية وإقامة مبان على طريق تحويل الحلم إلى حقيقة قائمة على أرض الواقع.

وبدأت فكرة المشروع، في العام 1999 بهدف إقامة منطقة صناعية حرة جاذبة للاستثمارات المحلية والدولية.

وفي سبيل ترجمة المشروع على أرض الواقع عملت الهيئة العامة للمدن الصناعية والمناطق الصناعية الحرة، على تخصيص الأرض المناسبة والملائمة وتوفير عناصر البنية التحتية الخارجية بدعم دولي من خلال بنك التنمية الألماني "KfW". وتم التعاقد، مع الشركة التركية "توب بيس" لإدارة وتشغيل المنطقة الصناعية مطلع العام 2010، لغايات تطوير وتشغيل منطقة جنين الصناعية الحرة، وإنشاء البنية التحتية الداخلية والمرافق الصناعية، وذلك نظراً للخبرة الواسعة التي تتمتع بها الشركة في مجال إدارة وتشغيل المناطق الصناعية.

ووقع الاختيار، على قطعة أرض تبلغ مساحتها 933 دونماً من أجل إقامة هذا المشروع على بعد نحو ثلاثة كيلومترات من مركز مدينة جنين إلى الشمال منها وإلى الغرب من شارع الناصرة، وذلك نظراً لأهمية ذلك الموقع.

"وأخيراً سنشهد ميلاد منطقة جنين الصناعية الدولية". قال أحد المزارعين من قرية الجملة وهو يراقب حركة الآليات في تلك المنطقة التي يعلق عليها أهالي محافظة جنين والشمال إلى جانب المسؤولين في السلطة الوطنية الفلسطينية، آملاً عريضة على إنجازها على أكمل وجه لتسهم في تحقيق التنمية الاقتصادية الشاملة وتوفير الآلاف من فرص العمل للمهندسين وذوي المهارات والعمال، في ظل ارتفاع حاد بمعدلات البطالة.

ويعتقد المزارعون، أن من شأن المنطقة الصناعية التي بحث وزير الاقتصاد الوطني خالد العسيلي مع رئيس مكتب الاستثمار في الرئاسة التركية أردا إيرموت، آفاق التعاون المشترك لتطويرها وزيادة حجم التبادل التجاري، أن تخدمهم بصفتهم مزارعين ومستثمرين عبر توفير منشآت صناعية تستوعب منتجاتهم وتعيد تصنيعها بشكل أو بآخر.

وتقارب مساحة المدينة الصناعية بنحو ألف دونم، وبحسب الوزير العسيلي فإن اتفاقية بقيمة 18 مليون يورو وقعت بين فلسطين وشركة تركية توكل بموجبها مهمة التطوير للشركة التركية. إن مشروع المدينة الصناعية تعثر لسنوات بفعل إجراءات الاحتلال الإسرائيلي المتعلقة بالتراخيص التي وافق عليها أخيراً، وهي الآن في مرحلة الإعداد والبنى التحتية.

من شأن هذه الاستثمارات أن تسهم في وقف احتكار إسرائيل للاقتصاد الفلسطيني والتحكم بموارده بكل المجالات وسعيه لإبقاء السوق الفلسطينية مستهلكة لا منتجة، وتجعلها منافساً لنظيرها الإسرائيلي.

وقبل نحو عام، وقعت هيئة المدن الصناعية

ممثلة برئيس مجلس إدارتها وزير الاقتصاد الوطني خالد العسيلي، وشركة (ALKE) التركية ممثلة بأيهان كمال أوغلو، عقدا لتنفيذ أعمال البنية التحتية لمشروع منطقة جنين الصناعية الحرة، والممولة من الحكومة الألمانية من خلال بنك التنمية الألماني (KfW) بقيمة 18 مليون يورو، وذلك تحت رعاية وحضور رئيس الوزراء الدكتور محمد اشتية، وبحضور محافظ جنين أكرم الرجوب، والقائم بأعمال رئيس مكتب الممثلة الألمانية في فلسطين ميشيل هيرولد، والقائم بأعمال القنصل العام التركي إحسان سومرجي، ورئيس مجلس إدارة الشركة التركية المطورة لمشروع المنطقة الصناعية (TOBB-BIS) أحمد شاكر أوغلو، والرئيس التنفيذي للهيئة العامة للمدن الصناعية علي شعث، وعدد من الوزراء، وممثلي المؤسسات الرسمية والقطاع الخاص.

وأعرب اشتية، عن سعادته لإنجاح هذا المشروع وخروجه إلى حيز التنفيذ، مشيراً إلى أن ذلك جاء بعد انتظار سنوات طويلة.

وقال: "إن أهل جنين يستحقوا منا كباقي محافظات الوطن وعلى رأسها القدس العاصمة، كل اهتمام وكل تعزيز لجهودنا، ليلمس المواطن شيئاً على الأرض"، مشيراً، إلى أن المنطقة الصناعية ستوفر نحو خمسة آلاف فرصة عمل بشكل مباشر، وستفتح المجال لـ15 ألف فرصة عمل بشكل غير مباشر، وهذا المشروع يصب في استراتيجيتنا المتعلقة بالانفكاك عن الاحتلال.

وتابع: "إذا كان هذا المشروع يركز على التصدير، هناك الشق المتعلق بالاستهلاك المحلي، والمنطقة الصناعية تنسجم تماماً مع الصناعات الزراعية التي تصب في صلب خطتنا التنموية المبنية على التنمية بالعناقيد".

وأوضح: "أن هذا المشروع بقيمة 18 مليون يورو، وهو من أهم المشاريع في العام 2019، والرئيس محمود عباس يهتم بشكل كبير بقطاع الصناعة وكل القطاعات الاقتصادية، التي يتشكل منها اقتصادنا الوطني، شاكرًا كل ما ساهم في إنجاز هذا المشروع ليخرج إلى حيز التنفيذ".

وبحسب العسيلي، فإن مشروع منطقة جنين الصناعية الحرة يشكل أحد أهم المشاريع ضمن برنامج المدن الصناعية الفلسطينية، نظراً لما يشكله هذا المشروع من نقلة نوعية للقطاع الصناعي وتعظيم وتعزيز الصادرات الفلسطينية للأسواق الإقليمية والدولية، إضافة إلى تعديل الميزان التجاري الفلسطيني



العمل في محافظة جنين والمحافظة المجاورة. وأشار العسيلي، إلى حصول هيئة المدن الصناعية على منحة إضافية للمشروع قدرها أربعة ملايين يورو من ألمانيا الصديقة لتنفيذ أعمال بنية تحتية إضافية للمنطقة الصناعية.

ووصف ممثل الشركة التركية، هذا المشروع بأنه مهم للفلسطينيين، وقال: "سنضع كافة إمكانياتنا لإنجازه بأسرع وقت ممكن، وأمل أن نتواجد جميعاً في فعاليات افتتاح هذا المشروع"، فليما قال القائم بأعمال القنصل التركي إحسان سومرجي: إن هذا المشروع سيشكل تحولا نوعياً للقطاع الصناعي الفلسطيني، من حيث التطوير والتشغيل بطريقة موازية للمشاريع المشابهة في الجمهورية التركية، والذي سيشكل حاضنة استثمارية للمشاريع المحلية الفلسطينية والمشاريع الأجنبية، تحديداً الشركات التركية، إضافة إلى الحوافز الاستثمارية المتنوعة وتسهيل حركة الأفراد والبضائع".

وقال رئيس غرفة تجارة وصناعة وزراعة جنين عمار أبو بكر، إن هناك آملاً عريضة على تشغيل منطقة جنين الصناعية الحرة لإعادة إحياء الحياة الاقتصادية التي تعثرت بشكل كبير خلال انتشار جائحة "كورونا"، حيث تتواصل عملية إغلاق معبر الجملة الذي يعتبر الرئة والشريان لمحافظة جنين وللمنطقة الشمالية، وهذا عقاب جماعي من قبل الاحتلال لمحافظة جنين.

وأضاف أبو بكر: "تعتمد محافظة جنين بالدرجة الرئيسية على الإخوة من الداخل، وبسبب إغلاق حاجز الجملة تأثرت الحركة الاقتصادية بنحو 70%، وكذلك الحال في الجامعة العربية الأميركية والتي يدرس فيها أكثر من 6000 طالباً وطالبة يسكنون في جنين ومصروفهم ومشترياتهم من المحافظة".

وتابع رئيس غرفة جنين: "شهدنا تراجع الحركة الاقتصادية بشكل كبير جداً بسبب جائحة كورونا، وتدمير القطاع السياحي في المحافظة بشكل كبير جداً بسبب جائحة كورونا، ولا توجد هناك خطة اقتصادية واضحة لتدارك موضوع الخسارة التي تعرض لها القطاع الاقتصادي في المحافظة والحلول ليست سهلة، ونأمل أن تساعد المنطقة الصناعية في إحياء الاقتصاد الجنيني من جديد".

وخلق العديد من فرص العمل للشباب الفلسطيني". وبين، أن إنجاز البنية التحتية الخارجية والمرحلة الأولى من البنية التحتية الداخلية ستكون خلال العام المقبل وتوقع مع نهاية العام 2022 تشغيل المنشآت الصناعية.

وذكر الوزير، أن المشروع مخطط أن يستوعب ما يزيد عن 130 شركة متعددة التخصصات الأمر الذي يسهم بشكل كبير في توسيع القاعدة الإنتاجية الصناعية والتصدير، وسيكون حاضنة استثمارية للمشاريع الفلسطينية والأجنبية تحديداً الشركات التركية. وأضاف، إن المشروع يشغل حالياً نحو 1200 فرصة عمل مباشرة وغير مباشرة، ومن المتوقع أن تتضاعف خلال الفترة المقبلة مع تطور وإنجاز مراحل المشروع، داعياً المطور التركي إلى استكمال أعمال البنية التحتية الداخلية للمرحلة الأولى من المشروع قبل نهاية العام الجاري.

وأكد، أن منطقة جنين الصناعية الحرة ستشكل رافعة للاقتصاد الوطني وعنقوداً صناعياً في محافظات شمال الضفة الغربية من شأنه جذب العديد من الاستثمارات المحلية والأجنبية، الأمر الذي يسهم في تعظيم الصادرات الفلسطينية وخلق العديد من فرص



كورونا وممارسات الاحتلال تجهض خطط النهوض بواقع الصناعات الخشبية والأثاث في قطاع غزة

الاعمال والذهاب الى عدد من المشاريع الدولية المتاحة، بالإضافة إلى الحصول على التعويضات المشروعة والمقرة لأصحاب المصانع التي تعرضت للقصف واضرار خلال فترة الحروب السابقة

ومن جانبه أكد المدير التنفيذي لاتحاد الصناعات في قطاع غزة خضر شنيورة أن الحصار الإسرائيلي والاغلاقات المتكررة للمعايير أثرت بشكل سلبي على استمرار نمو هذا القطاع الذي يضم مئات المصانع والعمال، كما أدى الى انخفاض الصادرات بشكل ملموس بعد توقف أكثر من 70 في المئة من المنشآت بسبب انخفاض السيولة وقيمة الرواتب وغيرها.

وأوضح شنيورة لـ "صدى المستهلك" أن انتشار جائحة كورونا بين المواطنين في نهاية شهر اب الماضي أجهض خطاً أخرى للنهوض بالقطاع وتوسيع قاعدته الإنتاجية وزيادة الصادرات، كما أدى الى توقف شبه كامل للقطاع واقتصر العمل خلال هذه الفترة على عدة منشآت فقط تعمل بأعداد متدنية من العمال بنظام الطوارئ والعمل الاغاثي وليس التنموي كباقي القطاعات الأخرى.

تطوير الصناعة

وأشار شنيورة الى وجود خطط ومشاريع مصممة وجاهرة لتطوير قطاع صناعة الأثاث بما يضمن مواكبته للأنظمة العالمية والتي أصبح يضاهيها في بعض الاعمال وخصوصاً في التشطيب والشكل الجمالي ولكنه يحتاج الى المزيد من الخبرة في عملية التجنيد والأنظمة الحديثة.

من جانبه، وصف كمال السعافين صاحب أحد أكبر مصانع الخشب والأثاث في قطاع غزة وضع الصناعات الخشبية بالكارثي منذ نهاية العام الماضي بسبب التراجع الكبير في عجلة الاقتصاد العالمي والذي أثر سلباً على الصناعات المحلية وتصديرها.

وعلى الرغم من اقراره بتأثير انتشار كورونا على تراجع حجم العمل والصادرات، الا ان السعافين حمل بشدة على سلوك الحكومة بغزة وتعاملها غير المهني مع المستثمرين في قطاع الصناعات الخشبية والأثاث، وقال انها تفتقد الى القدرة على وضع الخطط اللازمة للنهوض بالصناعات بشكل عام وأن الشغل الشاغل للحكومة بغزة هي تحصيل الرسوم والجباية بغض النظر عن الأوضاع المادية والمهنية والخسائر التي لحقت بهم، كما انتقد وبشدة عدم تقديم المسؤولين بغزة لآلية تسهيلات اقتصادية او مادية لهم كقطاع متضرر. وبين السعافين لـ "صدى المستهلك"، ان الأعوام الاربعة التي سبقت ظهور وباء كورونا شهدت تحسناً متصاعداً في عمل صناعة الأثاث وتصديرها والتي وصلت ذروتها خلال عام بتصديره لنحو 25 غرفة نوم للضفة في الشهر الواحد بقيمة تصل الى 170 ألف شيكل.

وأوضح السعافين انه اضطر الى الاستغناء عن ثلاثين عاملاً يعملون في منشأته الواقعة في مخيم البريج وسط قطاع غزة واقتصر العمل حالياً على اثنين من أبنائه فقط.



كتب عيسى سعد الله:

يصارع قطاع الصناعات الخشبية والأثاث في قطاع غزة من اجل البقاء بعد أن أجهض انتشار وباء كورونا والاحتلال وغياب اهتمام المسؤولين به خطط النهوض به واعادته لمساره الصحيح الذي كان عليه قبل فرض الحصار الإسرائيلي المشدد على قطاع غزة منتصف عام 2007.

وبات هذا القطاع الحيوي من الصناعات الذي كان يشكل على مدار سنوات طويلة القطاع الصناعي الثاني من حيث الأهمية والتصدير يقاوم من اجل معونة للعاملين فيه بعد ان تدنت المطالب والتطلعات بفعل قوة الامر الواقع التي أحبطت كل خطط التطوير والدعم الفني والتقني الذي حظي به من مؤسسات دولية مانحة على مدار سنوات سابقة شهدت نقلة نوعية في تطور صناعة الأثاث، واكبها زيادة في حجم الصادرات الى الأسواق العالمية وأسواق الضفة الغربية.

ويؤكد رئيس اتحاد الصناعات الخشبية والأثاث في قطاع غزة محمد وضاح بسيسو ان الحصار الإسرائيلي والحروب التي تعرض لها قطاع غزة على مدار الثلاثة عشر عاماً الأخيرة اثرت سلباً على قطاع الصناعات الخشبية وأضعفته بشكل كبير بسبب تدمير عشرات المصانع والمنشآت العاملة في المجال، إضافة الى منع الاحتلال ادخال المواد الأساسية والخام طيلة الفترة الممتدة من عام 2007 وحتى 2015 .

خسائر فادحة

وأضاف بسيسو لـ "ملحق صدى المستهلك" ان الخسائر التي تكبدها هذا القطاع الحيوي من الصناعات كبيرة جداً سيما، بعد توقف عملية التصدير في منتصف عام 2007 والتي كانت تبلغ قيمتها الشهرية بنحو ثلاثة ملايين دولار، وحتى عام 2015 والذي شهد عودة جزئية للصادرات بطاقة 5 في المئة مما كانت عليه قبل عام 2007 لتصل الى 20 في نهاية العام الماضي، مؤكداً أن التجار والحرفيين في القطاع واجهوا صعوبات بالغة في العودة للاستحواذ على حصصهم القديمة في الأسواق التقليدية التي كانوا يصدرون لها المنتج بعد تغييبهم لسنوات طويلة واقدام المستوردين على التعاقد مع مصانع وتجار آخرين.

وأوضح بسيسو ان انتشار وباء كورونا أعاد فرض الاغلاق على الصناعات الخشبية والأثاث ومنع تصديرها من جديد، ما أدى الى اغلاق وتوقف العمل في أكثر من 70 في المئة من المصانع والمنشآت في القطاع البالغ عددها نحو 600 منشأة، إضافة الى انخفاض اعداد العاملين فيها من 11 ألف عامل الى اقل من 900 الان.

وقال ان غياب التعويضات الحكومية لأصحاب المصانع الذين التزموا بقرارات الحكومة بوقف العمل وصرف مستحقات ورواتب العاملين فيها لشهور طويلة فاقم من معاناتهم وكبدهم خسائر فادحة دفعت البعض الى اغلاق مصانعهم بشكل نهائي وعرضها للبيع.

تراجع الأوضاع الاقتصادية

ومن العوامل الأخرى التي اثرت على قطاع الصناعات الخشبية وتسويقها محلياً هي تراجع الأوضاع الاقتصادية لمعظم الشرائح وزيادة نسبة البطالة وانخفاض قيمة الرواتب وعدم انتظامها، ما جعل الأولوية عند المواطنين ليس لشراء الأثاث الجديد بل المستعمل الأقل سعراً.

وقال بسيسو إن خطط النهوض بقطاع الاخشاب قائمة، والاولوية الان للحفاظ على الموجود وعدم تراجعه والمساعدة على عودة العاملين لأشغالهم وتثبيت وجودهم والسعي مع جهات رسمية ومانحة لتطوير

الصناعات الغذائية في غزة تحديات كبيرة ومحاولات للاستمرار

كتب: محمد الجميل

منذ بدء الحصار الإسرائيلي على قطاع غزة، تعرض قطاع الصناعات الغذائية لانتكاسات متتالية، عل أبرزها وقف تصدير إنتاجه إلى أسواق الضفة الغربية والخارج، وتقييد دخول المواد الخام، ومنع إدخال الآلات الحديثة، وقطع غيار الماكينات، إضافة لتردي الوضع الاقتصادي الامر الذي افضى لصعوبة في تسويق المنتوجات.

قطاع الصناعات الغذائية المنهك حاول الصمود، رغم كل التحديات، واستمرت الماكينات بالعمل وخطوط الإنتاج بضخ إنتاجها للأسواق، لكن بوتيرة أقل بكثير من السابق، في حين اضطر مستثمرون إما لوقف مصانعهم، أو نقلها للخارج.

قطاع منهك

ويقول تامر الوادية، مالك مصنع ألبان في قطاع غزة، إنه أنشأ مصنعه وفق أحدث طراز، وجودة الإنتاج لديه تضاهي الأنواع الأخرى المتوفرة في الأسواق، لكنه يعاني بسبب إغلاق منافذ التصدير أمامه، فمصنعه قادر على إنتاج 5 طن من الألبان خلال الساعة الواحدة، لكنه يعمل الآن بطاقة تتراوح ما بين 40-30 فقط من قدرته الإنتاجية، بسبب ضعف التسويق.

وأوضح الوادية أن الصناعات الغذائية في قطاع غزة تاريخياً كانت تعتمد على التصدير، وإغلاق منافذ التصدير أدى إلى تراجع هذه الصناعات وأن سوق الضفة الغربية بحاجة الى منتجات قطاع غزة وهناك ثقة لدى المستهلكين بجودتها، وفي حال فتحت مجالات التصدير أمامها سيكون الوضع مختلف تماماً، وسيشهد هذا القطاع تنامي وتعافي سريع.

ووفق المعلومات والبيانات الرسمية، فقد كانت تصدر مصانع المواد الغذائية المتواجدة في قطاع غزة 85% من إنتاجها لأسواق الضفة الغربية قبل العام 2007، إذ يقول رئيس جمعية رجال الاعمال في غزة، علي الحايك، إن "إسرائيل تمنع الصادرات من غزة إلى الضفة الغربية، وتمنع تصدير المواد الغذائية إلى الضفة الغربية والعالم العربي بحجج أمنية، وهي تستورد من غزة خردة النحاس والحديد، ما يتنافى مع الحجج الأمنية"، التي تحاول أن تسوقها.

ويضيف الحايك إنه وقبل الحصار كان يعمل 35 ألف عامل في الصناعات الفلسطينية، وهبط عدد العمال إلى نحو عشرة آلاف، من بينهم خمسة آلاف عامل وعاملة في 600 مشغل ومصنع نصفها من المخازير، وآخرون في مصانع إنتاج المخللات، والمشروبات الغازية، والعصائر، والنقارش، والحلويات، وغيرها".

في حين أكدت دراسة حديثة على حدوث تراجع حاد في عدد منشآت قطاع الصناعات الغذائية وقدرتها الإنتاجية على مدار السنوات الخمس الماضية، موضحة أن نحو 2700 عامل كانوا يعملون في هذه المنشآت عام 2013، وأن القدرة الإنتاجية بلغت في حينه 50%، وحتى نهاية العام الماضي بلغ عدد العاملين في القطاع ذاته 990 عاملاً، وبقدرة إنتاجية بلغت 22% فقط.

أربع مشكلات

في حين يرى رجل الأعمال إياد غبون، أمين صندوق اتحاد الصناعات الغذائية، أن الصناعات الغذائية في قطاع غزة تعاني أربع مشاكل رئيسية، أولها وأخطرها إغلاق منافذ التصدير، وهذا يجبر تلك الصناعات على الاعتماد على السوق المحلية المنهكة والضعيفة، والمشكلة الثانية تتمثل في اهتراء مكن التصنيع.



فالصناعات الغذائية على مستوى العالم تحتاج إلى تجديد مكنات التصنيع مرة كل عشر سنوات على الأقل، لكن الاحتلال يمنع دخول مكنات حديثة للقطاع، ما يجبر أصحاب المصانع على استمرار صيانة مكناتهم القديمة والاعتماد عليها.

أما عن المشكلة الثالثة بحسب غبون، فأكد أن المستثمرين في هذا المجال بحاجة إلى تعاون وتسهيلات أكبر من قبل البنوك العاملة في فلسطين، وتسهيل منحهم قروض، وتمويل ميسر، لأن هذه الصناعات بحاجة إلى رأس مال كبير، سواء للعاملين في المجال، أو الراغبين في دخوله.

وحول أخطر وأهم المشاكل أوضح غبون أن هذه الصناعات تفتقد لحماية المنتج، فيسمح باستيراد سلع لها بديل مُصنع محلياً، والأكثر من ذلك أن السلع التي تصنع في القطاع تتعرض لشروط تصنيع صعبة وقاسية، من قبل الوزارات المعنية، في حين أن المنتجات التي تصل من الخارج يكون شروط استيرادها ميسرة، ولا ترهق من يقوم بعملية الاستيراد، عدا عن رغبة المستهلك بشراء السلعة المستوردة، ما يزيد من صعوبة الأوضاع.

ودعا غبون لتضافر الجهود من أجل النهوض بقطاع الصناعات الغذائية في غزة من جديد، عبر علاج المشكلات الأربعة المذكورة، وتوفير حاضنة للعاملين في هذا المجال وتشجيعهم، فإنعاش هذا القطاع يحسن الاقتصاد المنهك، ويساعد في توفير فرص عمل للمتطلين.

ومنذ نهاية العام 2014، بدأت إسرائيل بإتاحة تسويق محدود من حيث الكم والنوع لبضائع من غزة، مثل منتوجات الحياكة والأثاث، لكن القسم الأكبر من الإنتاج لا يزال ممنوعاً من التسويق.

مصانع انتقلت للخارج

الخسائر المتتالية التي تعرض لها المستثمرون في مجال الصناعات الغذائية، وضعف التسويق، ومشكلات أخرى، جعلت بعضهم يلجؤون لنقل نشاطهم التصنيعي إلى خارج قطاع غزة، في محاولة للتعافي من جديد، إذ انتقل مصنع للمعلبات الغذائية يملكه أحد المستثمرين إلى مصر "وبات يصدر ويسوق منتوجاته إلى الضفة ومصر.

بينما أقام رجل أعمال آخر مصنعا ضخماً للحلويات في مصر، ينتج نحو مئة صنف، ويسوقها ويصدرها دون أية عوائق أو عراقيل، كما افتتح مستثمر آخر من غزة مصنعا للمشروبات الغازية في مدينة أريحا بالضفة الغربية.

في ظل اتساع انتشار جائحة كورونا وعدم وجود سياسة حمائية:

مخاطر الانهيار تتهدد صناعة الحجر والرخام في فلسطين

كتب حسن عبد الجواد

لم يستطع قطاع الحجر والرخام في فلسطين النجاة، من وطأة التداعيات والأزمات الاقتصادية التي تسبب بها انتشار فيروس كورونا، وهو القطاع الصناعي الذي يعتبر من أهم القطاعات الاقتصادية في فلسطين، ويشكل 4,5 % من إجمالي الناتج المحلي، و 40% من حجم الصناعة في فلسطين، و 33% من الصادرات الفلسطينية.

وقد شهد هذا القطاع تراجعاً غير مسبوق، بسبب المشاكل والتحديات التي تواجهه، وفقاً لدراسات معهد أبحاث السياسات الاقتصادية "ماس"، والتي تمثلت في المخاطر الناجمة عن وجود الاحتلال وإجراءاته، وإلى بعض المشاكل المرتبطة بالعامل الذاتي الفلسطيني، وغياب السياسات التنموية المطلوبة، واشتداد المنافسة بين منتجي الحجر، في الأسواق الإقليمية والعالمية.

نصار نصار: لهذه الأسباب تقف هذه الصناعة على حافة الإغلاق

رجل الأعمال نصار نصار، وصاحب أكبر منشأة فلسطينية، في صناعة الحجر والرخام، والتي تعتبر العمود الفقري للصناعة الفلسطينية، ودخلت إلى السوق الفلسطيني في عام 1980، قال: "أن هذه الصناعة الوطنية، والتي وصلت صادراتها من الحجر والرخام، إلى أسواق ما يزيد على 74 دولة، تتعرض اليوم، وفي ظل اتساع انتشار جائحة كورونا، إلى مخاطر وتهديدات وجودية، تتطلب توفير كل الإسناد والدعم الحكومي لها". وقال نصار: "أن استثناء السياسة الاستثمارية للحكومة لمنشآت الحجر والرخام والكسارات والمحاجر من قانون تشجيع الاستثمار، والتسهيلات، أسهم في تراجع تطور هذه الصناعة الفلسطينية الهامة. كما أن تكاليف الإنتاج المضاعفة والعالية لمنتج الحجر والرخام، مقارنة بالمنتج الإسرائيلي والأجنبي " التركي والمصري وغيره"، وارتفاع تكاليف البنية التحتية وأسعار الكهرباء والمياه والضرائب، وضع هذه الصناعة أمام خيار الإغلاق، وتحول بعض أصحاب مصانع الحجر والرخام، إلى مستوردين لهذه السلعة من مصر وتركيا ودول أخرى، أضف إلى ذلك اتساع حجم مخاطر ظاهرة التهرب الضريبي، والتي شكلت في مجموعها تهديدا وجوديا لهذه الصناعة، التي أطلقنا عليها بفخر، في وقت سابق " الذهب الأبيض".

وحذر رجل الأعمال نصار، من إطلاق العنان لسياسة الاستيراد، التي أغرقت السوق، بمنتجات لا تقارن من حيث الجودة بالمنتج الفلسطيني، وقال أن هذه السياسة، ساهمت حتى الآن في تحويل أعداد ليست بسيطة، إلى موردين للحجر والرخام، ما يضعنا أمام استحقاق وسؤال كبير، حول السياسة الاقتصادية التي يدار بها القطاع الصناعي، وخصوصاً ما يتعلق بصناعة الحجر والرخام.

وأضاف: "لا شك أن سياسات وإجراءات الاحتلال، تهدد هذه الصناعة، إلا أن عدم توفر سياسة ضريبية حمائية واضحة، وذات جدوى لهذه الصناعة، وشروط العرض والطلب في الأسواق العالمية، سيضعها أمام حافة الإغلاق، ومستقبل مظلم".

وأكد نصار، على أهمية القوانين والتشريعات ذات العلاقة بالقطاع الصناعي، وقطاع صناعة الحجر والرخام على وجه الخصوص، مشيراً إلى أنه على الرغم من الأهمية الكبرى لهذا القانون في تنظيم وتصويب أوضاع مصانع الحجر والرخام أو العمل على توفير بيئة الأعمال وسياسات الطاقة المناسبة لتنميته وتطويره، إلا أن هذا القانون لم يوضع حيز التنفيذ.



هجمة الفيروس من مخاطر على الاقتصاد العالمي، وقال الدكتور احشيش، أن الحجر الفلسطيني يواجه مشكلة كبيرة في المنافسة مع الحجر المستورد المصري والتركي على وجه الخصوص، ومنافسة في السوق المحلي، والسوق الإسرائيلي، بسبب غياب البنية التحتية من شوارع ومناطق صناعية، وارتفاع تكاليف الإنتاج للحجر المحلي، والعمالة والطاقة المحروقات والكهرباء". ومن إجراءات الاحتلال، وصعوبة ومنع الوصول إلى المواد الخام في المناطق المصنفة "ج"، ومن الإغلاقات والحواجز، والنقل على المعابر، وعدم وجود سيطرة فلسطينية عليها، حيث ليس هناك حرية تجارة، وساعات النقل في هذه المعابر محدودة، وليست على مدار الساعة .

وأشار إلى أن قطاع الحجر والرخام الفلسطيني، وعلى الرغم من تميزه وجودته، إلا أنه يعاني من الانتشار العشوائي للمحاجر والكسارات ومصانع الحجر، في غالبية محافظات الضفة الغربية، والتي في غالبيتها الكبيرة تعمل دون الحصول على التراخيص الصناعية المطلوبة.

ولفت إلى أن توصيات اللجنة الوزارية التي شكلت لدعم صناعة قطاع الحجر والرخام، في نيسان 2019، لم ترى النور، رغم كل المطالبات والمناشدات المتكررة، ما وضع هذا القطاع بين سندان هذه المشاكل المترامية، ومطرقة الكورونا التي لا ترحم.

تخفيض أسعار الطاقة والاستفادة

من الإعفاءات الضريبية

ودعا سمح ثوابته رئيس اتحاد الحجر والرخام، إلى ضرورة تدخل الحكومة، وتطبيق توصيات لجنة تنظيم القطاع، والمشكلة من عدد من الوزارات والاتحادات الصناعية وأهمها: دعم وحماية المنتج الفلسطيني، و تخفيض أسعار الطاقة، وتوفير المياه بأسعار تفضيلية، ووضع برامج لتزويد الصناعة، وإدارة المحاجر والكسارات، ضمن المنشآت الممكن استفادتها من الإعفاءات الضريبية، في قانون تشجيع الاستثمار.

وأشار إلى أن عدد منشآت الحجر والرخام وصل إلى 1500 منشأة حجر ورخام، وتمتاز بعض الشركات الفلسطينية بوجود عمالة ماهرة راكمت خبرات ممتازة، وتشكل الكسارات والمحاجر نسبة كبيرة منها، وتتركز معظمها في محافظات بيت لحم، لاسيما في مجال الإنتاج، والخليل، ونابلس، وجنين، فيما بلغ عدد العاملين والعاملين في قطاع الخدمات المرافقة من سائقين،

صيانة، وشركات تصنيع معدات في هذا القطاع الهام إلى حوالي 25 ألف.

ولفت ثوابته، إلى أن الصادرات الفلسطينية من الحجر والرخام تصدر إلى أكثر من 70 دولة، مشيراً إلى أن نصيب السوق المحلي من المبيعات 20%، و 15% للأسواق العالمية، و 65% من حجم المبيعات للسوق الإسرائيلي.

وأعرب عن مخاوفه من كون صناعة الحجر والرخام تواجه خطراً استراتيجياً كبيراً، يتمثل في نزوب غالبية الصخور الواقعة في مناطق التحجير والتعدين، في المناطق الواقعة تحت السيطرة الفلسطينية والمصنفة "ا" و "ب" حسب اتفاقية أوسلو، وذلك بسبب الرقعة الجغرافية المحدودة لتلك المناطق من جهة، بالإضافة لكون هذه المناطق ذات كثافة سكانية عالية يمنع إقامة محاجر فيها من الجهة الأخرى ولا سيما في المناطق المصنفة "ا".

وأوضح ثوابته، أن تقديرات اتحاد الحجر والرخام، تشير إلى أن غالبية المناطق ذات الاحتياط العالي من الصخور الطبيعية والملائمة لفتح محاجر بها تقع في منطقة "سي" الخاضعة للسيطرة الإسرائيلية الكاملة، وهي منطقة محكومة بالإجراءات الاحتلالية.

وأضاف أن المشكلة تكمن في عدم سماح السلطات الإسرائيلية بحرية العمل في هذه المناطق حيث (لم تمنح السلطات الإسرائيلية أية تراخيص لإنشاء محاجر في هذه المناطق إلا في حالات نادرة جداً منذ تأسيس السلطة الوطنية الفلسطينية ولغاية الآن). لا بل ان إجراءات الاحتلال تصل إلى حملات مدممة متواصلة على المحاجر الواقعة في هذه المناطق و مصادرة معداتها و فرض غرامات باهظة جداً على أصحاب هذه المحاجر.

وهنا تجدر الإشارة إلى أن لهذه الإجراءات آثاراً وخيمة على هذه الصناعة، تتمثل في انخفاض وفرة المواد الخام، بالإضافة إلى ارتفاع أسعار المواد الخام، بشكل غير مسبوق.

من المسؤول عن فقد الحجر الفلسطيني تنافسيته في الأسواق العالمية؟

وحسب ثوابته، واستناداً لدراسات معهد أبحاث السياسات الاقتصادية "ماس"، فإنه على الرغم من الجودة المرتفعة لمنتجات الحجر والرخام الفلسطينية والسمعة الطيبة التي يمتاز بها في الأسواق العالمية، ووضع فلسطين الجيد على الخارطة العالمية لمنتجي الحجر في العقود السابقة، إلا أن الحجر الفلسطيني فقد تنافسيته في الأسواق العالمية، مع دخول لاعبين جدد وعمالقة في مجال صناعة الحجر والرخام مثل الصين، تركيا، الهند، البرازيل، مصر وغيرها، بسبب المنافسة الحادة على أساس السعر، وعليه باتت الكثير من شركات المقاولات والشركات العقارية تلجأ إلى شراء منتجات الحجر ذات السعر الأدنى، وبدأت العديد من الشركات الفلسطينية تفقد الكثير من زبائنها في بعض الأسواق العالمية، كالسوق الخليجية على سبيل المثال.

وفي السنة الأخيرة إنسحب الأمر نفسه على السوق الإسرائيلي، الذي كان يعتمد على منتجات الحجر الفلسطيني بشكل شبه مطلق، حيث بدأ التجار الإسرائيليون الاستيراد المباشر من الخارج، وتحديداً من تركيا ومصر، وبأسعار زهيدة مقارنة بأسعار المنتج الفلسطيني، مما جعل الشركات الفلسطينية تخسر أهم أسواقها، فيما أصبحت المنتجات المستوردة تحتل تدرجياً مكان المنتج الفلسطيني، مما شكل ضربة قاصمة لهذه الصناعة، وباتت العديد من المنشآت تنتج بنسبة ضئيلة من طاقتها الإنتاجية، وعدد آخر بدأ في إغلاق أبوابه، وذلك وفقاً لمصادر الاتحاد.

طالبوا بمزيد من التركيز على مسألة الترويج

خبراء: جودة المنتجات الفلسطينية الكبيرة تعزز من قدرتها التنافسية وحصتها السوقية

سائد ابو فرحة

رام الله - تمثل الجودة أحد العناصر الأساسية لتمكين أي منتج من المنافسة، وزيادة حصته السوقية، لكن في الحالة الفلسطينية وبشهادة العديد من الخبراء، فإن الأمر يبدو أكثر تعقيدا في ظل خصوصية هذه الحالة بسبب وجود الاحتلال الإسرائيلي وممارساته، والمنافسة التي تواجهها المنتجات الفلسطينية مع نظيرتها الإسرائيلية.

ويرى العديد من الأكاديميين والمختصين بالتصنيع الغذائي، أن المنتجات الفلسطينية قطعت شوطا كبيرا على صعيد الجودة، ما يعزز من حصتها السوقية، لكن ذلك لم يحل دون وجود بعض المآخذ لديهم.

ويرى د. محمد الصباح، المحاضر في كلية الزراعة في جامعة النجاح، أن الجودة عنصر أساسي في تعزيز الحصة السوقية للمنتجات الفلسطينية، خاصة في ظل الحالة الفلسطينية التي تتسم فيها السوق بالانفتاح، وتنوع طبيعة المنتجات المتاحة أمام المستهلك أكانت المستوردة أو الإسرائيلية.

بيد أن الصباح، لم يخف أن هناك بعض العوامل التي تؤثر سلبا على المنتجات الفلسطينية، مثل ما أبرزته بعض التقارير الصحافية مؤخرا حول جانب من المنتجات الزراعية، واستخدام المواد الكيماوية بشكل واسع فيها.

ويقول: التقارير الاخبارية التي نشرت قدمت صورة مقلقة، لكنها لا توفر صورة شاملة وواقعية عن حقيقة الوضع، وهذا أمر ينعكس سلبا على نظرة المستهلك لهذه المنتجات.

ويعتقد الصباح، أن الثقة عنصر أساسي في اقبال المستهلك على أي منتج، مضيفا "لا ينبغي المس بثقة المستهلك بالمنتجات المحلية بناء على أسباب غير منطقية".

وهو يرى أن عملية اكتساب ثقة المستهلك مسألة ليست سهلة، وتستدعي جهودا مضيئة تركز على الارتقاء بمعرفته ووعي بالمنتجات.

وعن ذلك يقول: ينبغي توفر الحد الأدنى من المعرفة والوعي بشتى الجوانب المختلفة بالمنتجات، فمثلا لا يجب أن يكون الطعم أو الشكل وحده من يحكم ذوق المستهلك وشراءه للمنتج، بل معلومات حول كون المنتج صحيا من عدمه، إلى غير ذلك.

ومن وجهة نظره، فإن الارتقاء بوعي المستهلك ومعرفته بالمنتجات وجودتها ينبغي أن يثار عبر وسائل الإعلام المختلفة، إضافة إلى التركيز على طلبة المدارس والجامعات.

وهو يقر بوجود صورة نمطية سلبية حول المنتجات الفلسطينية، معتبرا أن جانبا من المسؤولية في هذه المسألة يقع على كاهل الجهات التي سمحت بوجود المنتجات المختلفة في السوق، بما فيها تلك التي تفتقر في مواصفاتها إلى العديد من المسائل المرتبطة بالجودة.

ويوضح أن موضوع الجودة شائك، ما يزيد من حجم المسؤولية التي تقع على عاتق الجهات الرقابية في متابعة المنتجات المختلفة المطروحة في السوق.

ويستدرك: عندما تجد جهة ما، لا تشجع وجود المنتج الإسرائيلي على رفوف المحلات، فإننا سنجد الكثير من المنتجات الفلسطينية تستحوذ على حصة سوقية أكبر. ويذكر أن على المنتجين الفلسطينيين المبادرة إلى توفير منتجات متنوعة تلبى احتياجات ورغبات المستهلك، علاوة على التركيز على عملية الترويج.

ويمضي قائلا: في بعض الصناعات يوفر الجانب الإسرائيلي منتجات بأحجام وأشكال عديدة، بينما نجد نظيرتها الفلسطينية عادة أحجامها كبيرة، أو غير متوفرة بمعنى أنها تنقطع أحيانا، وهذا أمر سلبي ولا يخدم هذه المنتجات.

ويوضح أن هناك حاجة للتركيز على العوامل التي تعزز تنافسية المنتجات الفلسطينية، مثل ترسيخ أواصر التعاون مع والانفتاح على وسائل الإعلام، واتاحة المجال أمام ممثليها لزيارة المصانع المختلفة لإبراز التقدم الذي حققته ومزايا منتجاتها.

ويردف: زيارة المصانع واتاحة المجال للطلاب للتدرب فيها، عاملان أساسيان في الترويج للمنتجات الفلسطينية، وزيادة ثقة المستهلك بها.

كما يقترح اتاحة المجال للجامعات لإجراء دراسات على المنتجات، باعتبار الجامعات طرفا محايدا ما بين المستهلك والمصنعين والمنتجين، إضافة إلى قدرتها على توفير مادة بحثية تتسم بالمنهجية العلمية الدقيقة.

ويقول: لدينا منتجات منافسة ومميزة في الكثير من المسائل، لكن ذلك لا يلغي الحاجة إلى القيام بعملية الترويج الصحيح في التوقيت المناسب، لتحقيق مزيد من النجاحات على صعيد هذه المنتجات.

ويردف الصباح: هناك شركات فلسطينية مميزة جدا في إنتاج اللحوم المصنعة، وهذا أمر يبرز مدى القدرات الكبيرة التي تتمتع بها المنتجات الفلسطينية، لذا فإننا نتطلع إلى مزيد من الاهتمام بمسألتي الترويج للسلم، والثقيف خاصة فيما يتعلق بالمنتجات الغذائية.

وفي تعقيبه على الموضوع ذاته، يرى د. سامر المدلل، المحاضر في قسم التغذية والتصنيع الغذائي في جامعة النجاح، أن الجودة متباينة لدى الشركات والمنشآت الفلسطينية، مضيفا "هناك شركات صغيرة لا تراعي أنظمة الجودة بشكل كبير، بخلاف شركات كبيرة لديها أنظمة وحاصلة على شهادات محلية ودولية على هذا الصعيد مثل شهادة (الهااسب) وال(أيزو) وغيرها".

ويدلل على ما ذهب إليه بمنتجات الألبان، التي يشير إلى قطعها شوطا كبيرا في مجال الجودة، مقارنة بغيرها من المنتجات.

ويلفت إلى ادراكه لوجود نظرة نمطية سائدة حول المنتجات الفلسطينية بشكل عام، مبينا أن ذلك يعكس عدم ثقة البعض بالمنتج الفلسطيني مقارنة بمنتجات أخرى. ويربط بين مسألة الثقة، وضرورة توفر اشتراطات "متطلبات" صحية أساسية في أي منتج، مبينا أن الشركات الكبيرة تراعي هذه الاشتراطات بشكل عام، على نقيض نظيرتها الصغيرة.

ويقول: العديد من الأنظمة مثل "الهااسب" اختيارية لدينا، لكن باعتقادي أن الأمر يجب أن يكون اجباريا، وأن يحظى باهتمام الجهات الرقابية، لارتباطه بتعزيز تنافسية المنتجات الفلسطينية وزيادة ثقة الجمهور بها.

ويرى أن هناك حاجة للعناية بمسألة وضع خطط تسويقية لكسر حاجز عدم ثقة البعض بالمنتجات الفلسطينية، علاوة على إنجاز دراسات بشكل دوري من قبل الجامعات لبحث واقع هذه المنتجات، ورأي الجمهور واحتياجاته.

الصغيرة خاصة المختصة بالتصنيع الغذائي، كي تحقق الاشتراطات الصحية الأساسية.

وفي الإطار نفسه، يذكر د. وسام سمار، وهو عضو هيئة تدريس في جامعة الخليل، أن المنتجات الفلسطينية تمتاز بجودة عالية مقارنة مع سائر المنتجات الموجودة في السوق.

ويعزو سمار، تميز جودة هذه المنتجات بشكل عام، إلى وجود آليات متابعة وفحص منتظمة.

ويضرب مثلا على تميز الجودة، بمنتجات الألبان واللحوم المصنعة، لكنه يلفت إلى اشكالية تتعلق بعملية نقل وتوزيع وحفظ المنتجات في كثير من الأحيان.

وعن ذلك سقول سمار: هناك اشكالية في آلية حفظ المنتجات في أحيان كثيرة، بل إننا نجد أيضا أن عملية توزيعها تكون سيئة، إذ يصار إلى إبقاء بعض المنتجات تحت أشعة الشمس، وهذا يؤثر حتما عليها.

ويستدرك بقوله: المشروبات الغازية أكانت الفلسطينية لها مواصفات محددة ومعروفة، لكن بفعل طريقة التخزين والعرض، نجد في أحيان كثيرة أن منتجاتنا تفقد الكثير من مزاياها ومواصفاتها، وهذا في غير صالحها.

كما ينوه بأن هناك مشكلة على صعيد الترويج للمنتجات الفلسطينية، مبينا أن الاهتمام بهذه المسألة، لا يزال من قبل كثير من المنتجين والمصنعين دون المستوى الأمثل.

وهو يشير إلى أهمية مبادرة الجهات الرقابية إلى ابداء مزيد من الاهتمام، بآليات فحص المنتجات، بما يكفل الوصول إلى أعلى مستوى ممكن من الجودة.

وفي تناوله للموضوع نفسه، يذكر د. زياد عياد، عضو هيئة تدريس في دائرة هندسة الأغذية في جامعة القدس، أن مفهوم الجودة يعنى بالحصول على رضا المستهلك ازاء أي منتج أكان غذائيا أو غيره، مشيرا إلى أن رغبات المستهلك متغيرة، الأمر الذي ينبغي مراعاته من قبل المنتجين والمصنعين.

ويقول عياد: رغبات المستهلك لا تتعلق مثلا بالطعم أو اللون فقط، بل قد تشمل الحصول على معلومات كافية عن القيم الغذائية، أو مكونات المنتج، من هنا فإن مفهوم الجودة واسع ويتعلق بأمور كثيرة.

ويقول: لدينا نحو 3000 منشأة غذائية في فلسطين، من ضمنها المصانع المختصة بصناعة الغذاء وهذه يصل عددها إلى نحو 300 منشأة، 50 منها خاصة على شهادات جودة عالمية مثل "الهااسب"، وحوالي 100 شركة حاصلة على شهادة الجودة الفلسطينية التي تقدمها مؤسسة المواصفات والمقاييس، ما يبرز مدى عناية هذه المنشآت بعنصر الجودة.

وبالنسبة لتفضيل جانب من المستهلكين المنتجات الإسرائيلية على الفلسطينية، يرى عياد أن ذلك مرتبط بسنوات الاحتلال، مضيفا "البعض منا نشأ والمنتجات الإسرائيلية تسود الأسواق، لكن الجيل الجديد صاحب نظرة مختلفة عن غيره، وتحديدا تجاه المنتج الفلسطيني، الذي يصدر إلى 70 دولة.

ويبين أن التزام الكثير من الشركات الفلسطينية بأنظمة إدارة الجودة الشاملة، يزيد من قدرتها التنافسية على الصعيدين الداخلي والخارجي، ما يدل على بواقع قطاعي الألبان، واللحوم المصنعة.

عدا المشاريع الصغيرة.

بيد أنه لم يخف الحاجة إلى مزيد من العناية بمسألة الترويج للمنتجات الفلسطينية، مضيفا "هناك بعض التقصير في هذا الجانب لدى البعض ارتباطا بظروف عدة، أو عدم تطبيق بعض أنظمة الجودة من قبل بعض الشركات، من هنا أكد مجددا أن مفهوم الجودة يتسم بشموليته، وينبغي أن ينعكس على أسعار المنتجات".

ويلفت إلى أهمية عامل السعر في توجيه المستهلك وزيادة اقباله على المنتجات الفلسطينية، باعتباره عنصرا يعزز الشق التنافسي.

ويردف: بشكل عام لدينا تطور وتسارع في الحصول على شهادات الجودة، ما يبرز مدى العناية الكبيرة بهذه المسألة.

وبالنسبة لدور الجهات الرقابية، يوضح مثلا أن هناك أربع جهات رسمية تشرف على قطاع التصنيع الغذائي، بالتالي فإن العمليات التصنيعية تخضع لرقابة مشددة، لكنه يتساءل عما إذا كانت هذه المسألة تنطبق بالدرجة ذاتها على المنتجات الإسرائيلية والمستوردة.

بيد أنه يلفت إلى ضرورة إيجاد ادارة مستقلة للرقابة على الغذاء، أسوة بما هو قائم في كثير من الدول مثل الأردن، خاصة أن هذا القطاع حيوي، ويشغل نحو 18 ألف عامل، مضيفا "وجود مثل هذه الإدارة، من شأنه أن يوحد المرجعية الخاصة بهذا القطاع عوضا عن وجود جهات متنوعة لها مرجعيات مختلفة".

وفي المقابل، فإن بسام أبو غليون، مدير عام اتحاد الصناعات الغذائية، يرى أن المنتجات الفلسطينية وتحديدا الغذائية قد قطعت شوطا لا يستهان به على صعيد الجودة، وباتت الآن تركز على ما هو ربما أهم وهو التسويق بما في ذلك في الأسواق الخارجية.

ويردف أبو غليون: في الصناعات الغذائية هناك نحو خمس جهات رقابية تشرف على المنتجات، علاوة على حصول الكثير من الشركات العاملة في هذا المجال على شهادات الجودة سواء المحلية أو الدولية، عدا وكالات من شركات أجنبية، ما يدل على مدى تميز هذا القطاع.

ويستدرك: العام الماضي وحده قمنا كاتحاد بالمتابعة مع 25 شركة في الضفة، وخمس شركات من القطاع، حصلت جميعها على شهادات الجودة أكانت محلية أو عالمية، وهذا أمر يحسب لها.

وتشير بيانات الاتحاد إلى وجود 300-500 شركة مختصة بالتصنيع الغذائي، من أصل نحو 3000 منشأة تعمل في هذا الحقل، بما فيها المخازن.

ويقدر أبو غليون الحصة السوقية لقطاع الألبان الفلسطيني بنحو 75%، وان كان يزيد ليصل إلى 90% لبعض الأصناف، بينما يشير إلى أن الحصة السوقية لقطاع اللحوم المصنعة يتراوح ما بين 70-65%، لافتا إلى أن هذا القطاع يمتاز بقدرة إنتاجية ضخمة.

وحول أسباب تفضيل البعض للمنتجات الإسرائيلية، يوضح أن مرد ذلك إلى الاحتلال والسنوات الطوال التي استحوذت فيها منتجاته على الحصة الأكبر في السوق لغياب أية منتجات أخرى، خاصة الفلسطينية.

ويضيف: الجيل الشاب أكثر اقبالا على المنتجات الفلسطينية لعدة عوامل، من ضمنها ادراكه للجودة العالية التي تمتاز بها هذه المنتجات.

ويقول: شركات التصنيع الغذائي تحرص دوما على تنفيذ حملات تسويقية وترويجية، ما نعني به أيضا إلى جانب التركيز على توعية المستهلك بملف الجودة، إذ لا يكفي الترويج للمنتج الفلسطيني لمجرد كونه محليا، اذا كان يفتقر إلى الجودة.

المنتج الغذائي الفلسطيني

والتعليم والمديريات المختلفة ، حيث يتم توعية الطلاب بأهمية شراء المنتج المحلي. كذلك توعية المستهلك العادي من خلال وسائل الإعلام المختلفة، مع التركيز في هذه الحملات على إبراز ميزات المنتج الوطني مثل انخفاض محتواه من المواد المضافة مقارنة بالمنتج الإسرائيلي . العمل على كسب اعتراف المزيد من الدول بشهادة الجودة الفلسطينية الصادرة عن مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية، وذلك لتسهيل مهمة التصدير وتقليل تكاليف الفحص عند التصدير. وزيادة قبول الأسواق الخارجية للمنتجات الغذائية الفلسطينية. التطبيق الفعال للقرار بقانون رقم 8 لسنة 2014 بشأن الشراء العام، في الجزء المتعلق بإعطاء الأولوية للمنتج المحلي في العطاءات الحكومية، من خلال دفع كامل مستحقات المنتجين المحليين الذين يوردون المواد الغذائية في المواعيد المتفق عليها دراسة أسواق جديدة لزيادة الصادرات الغذائية إلى هذه الأسواق وتقليل الاعتماد على إسرائيل في التجارة الخارجية. العمل على تحديد حوافز خاصة بمنشآت التصنيع الغذائي (تطبيقاً للقرار بقانون الصناعة رقم 10 لسنة 2011 في المادة السابعة عشر منه، خاصة فيما يتعلق بتقليل أسعار الكهرباء والمحروقات. ضرورة تركيز منتجي السلع الغذائية على تطوير جودة منتجاتهم وتنويعها. من خلال الاهتمام بظروف الإنتاج داخل المصنع، والتأكد من مطابقة عملية الإنتاج لمعايير الجودة والسلامة. كذلك السعي إلى الحصول على شهادات الجودة والسلامة الغذائية (المحلية والعالمية) مثل شهادة الجودة الفلسطينية، وشهادة ISO 22000. منع دخول المنتجات الإسرائيلية والمستوردة المخالفة للتعليمات الفنية الإلزامية الفلسطينية¹

* باحثة في معهد ماس
1 تم الاستناد في هذا المقال إلى نتائج وتوصيات دراسة: تطوير تنافسية وزيادة حصة المنتج الوطني: قطاع الصناعات الغذائية الفلسطينية، 2019، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس)، رام الله.

وفاء البيطاوي

تُظهر بيانات المسوح الاقتصادية وبيانات التجارة الخارجية الصادرة عن الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني النمو الملحوظ في الانتاج والتصدير الغذائي الوطني. بالشكل الذي جعل من قطاع الصناعات الغذائية المحلي أولوية وطنية للتطوير والتصدير، على الرغم من وجود العديد من التحديات التي تؤثر سلباً على حصة المنتج الوطني في الأسواق المحلية والخارجية، منها، على سبيل المثال، المنافسة غير العادلة بين المنتج الوطني والمستورد (خاصة الإسرائيلي) نتيجة للتفاوضي عن عدم مطابقة عدد من المنتجات الاسرائيلية المباعة في السوق الفلسطيني للتعليمات الفنية الإلزامية الفلسطينية، بالإضافة إلى السماح للمنتجات الغذائية الاسرائيلية بالدخول بسهولة إلى الأسواق الفلسطينية، مقابل وضع العوائق (من قبل الجانب الإسرائيلي) أمام دخول المنتجات الفلسطينية إلى السوق الإسرائيلي. علاوة على المشاكل التي تتعلق بالتصدير مثل العوائق الاسرائيلية على المعابر التجارية، عدم الاعتراف الكامل بشهادة الجودة الفلسطينية وما نتج عنها من عوائق غير جمركية تم فرضها على المنتجات الفلسطينية، على الرغم من وجود اتفاقيات تجارية مع العديد من الدول والتي من شأنها أن تلغي هذه العوائق. بالإضافة إلى مشاكل أخرى تتعلق بالبيئة الانتاجية داخل المصانع، مثل محدودية نشاطات البحث والتطوير نتيجة لغياب البنية التحتية اللازمة لذلك، إضافة إلى عدم تبني نسبة كبيرة من مصانع الأغذية لأنظمة ضبط الجودة، ووجود نقص وفجوة في العديد من المهارات التقنية التخصصية لدى العاملين الحاليين والمحتملين في مصانع الأغذية.

وفيما يلي بعض التوصيات لزيادة حصة المنتج الوطني في سلة المستهلك الفلسطيني، لتطبيقها من القطاعين العام والخاص: التعاون بين القطاعين العام والخاص وعلى زيادة ثقة المستهلك الفلسطيني بالمنتج الوطني؛ وذلك من خلال حملات توعية ممنهجة تستهدف فئات المستهلكين كافة مع التركيز على طلاب المدارس من خلال حملات و ندوات تقدمها وزارة الصحة بالتعاون مع وزارة التربية

منتجات فلسطين

الدكتور محمد الريماوي

مر المنتج الغذائي الفلسطيني ومنذ نشأته بمراحل متعددة، فقد عانى ولا يزال من اعاقات المحتل المتعددة والتي اقلها الحرمان من استيراد مواد اولية اساسية للانتاج، مروراً بحجز مواد اساسية اخرى لفترات طويلة في الميناء، اضافة لإغراق السوق بمنتجاته وبأسعار اقل من التكلفة. واحياناً اقتحامات للمصانع واعتقالات لاعاقه التطوير والانتاج، ولضرب قدرة المنتج المحلي على الصمود والمنافسة. ومع ذلك خاض المنتج الفلسطيني نضالاً مريراً ليثبت اقدمه ولينافس بشراسة في السوق، في غياب الحماية والدعم اللازمين لاستمراره وتطوره. واستطاع عبر مراحل متعددة من تطوير انتاجه ليضاهي ويتفوق على منتج المحتل وبعض المنتجات المستوردة.

واصبح من المعروف لغالبية المواطنين ان المنتج المحلي ذو جودة عالية، ويخضع لرقابة شديدة من جهات الاختصاص الفلسطينية، لحماية المستهلك ولضمان منتج ذو جودة عالية. لقد تمكن المنتج الفلسطيني ومن خلال تطوير مستمر لنوعية المنتج من كسب ثقة المواطن الفلسطيني، رغم محاولات الاحتلال بإمكانياته الاعلامية والدعائية والمالية من التأثير على خيارات الشراء لدى المواطن الفلسطيني.

وعلى الرغم مما تحقق من نجاحات، لا تزال مع الاسف نسجم في بعض الاحيان، ومن بعض المواطنين، الهمز واللمز في حق المنتج الفلسطيني، دون الارتكاز على حقائق علمية، او على معلومات حقيقية، وهذا يتطلب من المنتج الفلسطيني العمل على بناء برنامج طويل الامد للدعاية والتعريف بالمنتج المحلي وبميزاته من ناحية، ومن ناحية اخرى العمل الجاد والدؤوب للتطوير المستمر له.

كما يتطلب من السلطة سن القوانين والتعليمات التي تساهم وبشكل فعال في حماية منتجنا، والتضييق على منتج الاحتلال عبر تبني خطوات مدروسة تحقق المطلوب دون التعرض لعقوبات تفقد هذه القرارات القدرة على التنفيذ او الصمود. وفي هذا المجال فان تجربة وزارة التربية والتعليم نموذج يحتذى في دعم المنتج الفلسطيني، وفي وضع اعاقات حقيقية امام منتج الاحتلال. لقد منعت تعليمات وزارة التربية دخول كافة منتجات المستوطنات ومنتجات الاحتلال قاطبة من الوصول الى اكثر من مليون طالب طوال فترة تواجدهم في المدارس، وخلا اكثر من الفي مقصف مدرسي من اي منتج اسرائيلي. كما نفذت الوزارة برامج توعوية مستمرة للتعريف بالمنتج الفلسطيني واولوية استهلاكه، ولرفض منتجات المحتل ورفض استهلاكها، وحققت نجاحاً غير مسبوق في هذا المضمار، وتمكنت ومن خلال حوار مباشر مع المنتجين الفلسطينيين من ان يتم انتاج مواد غذائية ذات مواصفات خاصة بطلبة المدارس، توائم احتياجاتهم التغذوية، وتحد من امكانية استهلاكهم لمواد غير تغذوية. ان من الاهمية بمكان الاطلاع بعمق على هذه التجربة ودراستها والافادة منها في بناء سياسات دعم منتجاتنا المحلية.

كما ان هناك دوراً مهماً على مؤسسات المجتمع المدني القيام به، هذا الدور يجب ان يركز على رؤى وخطط وبرامج مدروسة وفاعلة لدعم المنتج الوطني ومقاطعة منتجات الاحتلال. وكذا الاعلام الرسمي والاهلي مطالب بالقيام بأدوار مبنية على خطط بعيدة المدى تمتاز بالمرونة والقدرة على استخدام ادوات اعلامية فعالة لاجداث التغيير المطلوب في السلوك الاستهلاكي للمواطن.

الدكتور عدنان ملحم

يعد الإقتصاد من أهم القواعد التي تستند إليها المنظومة السياسية والاجتماعية . وهو العامل الأساس في نشأة الإستقلال وتطوره..

ولا يخفى على أحد إصرار الشعب الفلسطيني ومشروعه الوطني، على نيل حريته وبناء دولته ومجتمعه. في ظل نظام إحتلال صهيوني إحتلالي إستيطاني . يسعى إلى تدمير أسس الحريات المختلفة وفي مقدمتها الإقتصاد الفلسطيني.. وإلحاقه بعجلة الإقتصاد الإسرائيلي شكلاً ومضموناً..

- ولذا فإن دعم الإقتصاد الوطني الفلسطيني هو من أولويات المجتمع بكافة أطيافه من خلال توفير كل سبل الدعم له مادياً ومعنوياً ... والعمل على إستقلاله عن آلة الإحتلال ومسارته والاقتصادية.

- وسيأتي ذلك أولاً من خلال دعم معركة الشعب الفلسطيني لمقاطعة البضائع الإسرائيلية فعلاً وقولاً... وتشكيل منظومة شعبية ورسمية وفكرية وسياسية وإجتماعية دائمة من أجل تحقيق هذا الهدف ثانياً ... بالإضافة إلى رفع قدرة المنتج الوطني من حيث المحتوى والنوعية على المنافسة الحقيقية مع مثيله الإحتلالي والوافد ثالثاً ..ناهيك عن العمل الرسمي على توفير كل الدعم اللازم عبر إنجاز القوانين والدعم والمساعدة على ذلك رابعاً .. ولا يخفى على أحد أهمية إيمان القطاع الخاص أيضاً بأن الإقتصاد الوطني بوابة النمو السياسي والمالي والمجتمعي خامساً..

دعم المنتج الفلسطيني تعزيز للصمود

- يعلم الفلسطينيون علم اليقين ، أن دعم إقتصادهم هو أحد أهم وأبرز معاركهم التي يجب أن يفوزوا فيها في الوقت الحالي... في ظل سياسات الاحتلال الإسرائيلي لتدمير المشروع الوطني الفلسطيني وخطته وأحلامه وأماله ... وفي وقت ترتفع فيه وتيرة التطبيع الإقليمي مع المحتل الغاصب.

- أن الأوان لجعل دعم الإقتصاد الوطني الفلسطيني ، جزءاً لا يتجزأ من خطط الصمود والمقاومة ... وأن الأوان لترسيخ وإبراز ذلك في عجلة السياسة والتربية والتعليم والفكر والثقافة الوطنية.. وأن الأوان ليعرف الجميع بأن الإستقلال السياسي لن يتحقق إلا بإنتصار الإستقلال الاقتصادي أولاً وأخيراً..

مناوانا