

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



ورقة عمل بعنوان:

أهمية المنهج المناطقي في تشجيع الاستثمار وخلق مشاريع إبداعية

الدكتور: نبيل أبو شمالة

مدير عام التخطيط والسياسات - وزارة الزراعة

2012

أهمية المنهج المناطقي في تشجيع الاستثمار وخلق مشاريع إبداعية

ملخص

يتناول هذا البحث فرص الاستثمار والمشاريع الإنتاجية في قطاع غزة معتمداً على مدخل القدرة التنافسية.

يتطرق البحث في الجزء الأول إلى تراجع القدرة التنافسية التي تعتمد على الميزة النسبية لعدة عوامل اقتصادية وسياسية أهمها الحصار وندرة الموارد.

يقدم هذا البحث في الجزء الثاني نموذجاً جديداً للقدرة التنافسية معتمداً على تعريف جديد لها يعتمد على ما يعرف بالميزة الاختلافية بدلاً من الميزة التنافسية، ويقدم البحث عناصر هذه التنافسية التي تعرف بالتنافسية المنطقية من موارد خصوصية وميزة اختلافية مبنية على التنسيق والبناء الاجتماعي.

أهمية الجزء الثالث بأنه يقدم تطبيقاً لمفهوم الموارد الخصوصية الغير مادية على شكل خلق علامة تجارية للمنتج الفلسطيني تعتمد إضافةً للجودة على خصوصية المكان، تاريخه وثقافته، وتعتبر وسيلة مهمة لاختراق الأسواق الإقليمية والعالمية.

في الجزء الرابع والأخير يقدم البحث نماذج لمشاريع قائمة وأخرى جاري العمل على إقامتها تعتمد على مفهوم التنافسية المنطقية من إبداع وتحويل موارد وخلق علامة تجارية. في توصياته يبرز البحث أهمية التنسيق في إطار حوكمة منطقية من أجل خلق وتحويل الموارد، هذا التنسيق يجب أن يشمل كل الفاعلين المعنيين.

الكلمات الدالة:

الاقتصاد الفلسطيني، القدرة التنافسية، الميزة الاختلافية، الموارد المنطقية، قطاع غزة، العلامة التجارية.

Abstract:

This research addresses new strategy, with new concepts of competitiveness and resources, to create new opportunities for investment for youth.

The first part of the research discusses the factors behind competitiveness regression, which basically depends on the comparative advantage. This regression is due to economic and political reasons namely; the blockade and shortage of resources.

The second part of this research introduces a new model for competitiveness relying on a new definition based on the differentiative advantage instead of the comparative one. This part also presents the elements of this competitiveness called "Territorial Competitiveness" such as; "the specific resources, differentiative advantage, and actors in need to coordination".

The third part gives an applicable example for the concept of the specific immaterial resources by creating a trade mark for the Palestinian products as an important way to access to the foreign markets.

In the fourth and last part, the research provides ongoing and future pilot projects relying on the concept of territorial competitiveness.

The recommendations of the research accentuate on the importance of coordination in creating and transformation of resources, which should involve all the concerned actors.

Key Words:

Palestinian economy, competitiveness, differentiative advantage, territorial resources, Gaza strip, trade mark.

مقدمة

تأثر الاقتصاد الفلسطيني خلال العقود الماضية ولا يزال بالوضع الجيوسياسي المعقد واللايقيني للمناطق الفلسطينية. فوجود الاحتلال الإسرائيلي لفترة طويلة وغياب دولة مستقلة تسيطر على حدودها ومواردها، إضافةً إلى الكثافة السكانية المرتفعة جداً والناجئة عن هجرة عدد كبير من اللاجئين الفلسطينيين إلى الضفة والقطاع عام 48 أدى إلى الضغط الشديد على الموارد الطبيعية واستنزافها مما أضعف الاقتصاد الفلسطيني و أنهكه. استمر هذا الوضع الشديد حتى بعد قيام السلطة الفلسطينية عام 1993 على جزء من أراضي الضفة والقطاع، فكانت سلطة فاقدة للسيادة الكاملة على أراضيها معتمدة على التمويل الأجنبي في القيام بوظائفها الرئيسية، حيث دلت كل المؤشرات على فشل كل الجهود المبذولة رغم التمويل المهم من 1994 حتى 2005 في تحقيق تنمية اقتصادية حقيقية.

هذه الأسباب أدت إلى ضعف الحراك الاقتصادي مما أدى إلى زيادة نسبة الفقر وارتفاع معدل البطالة خاصة بين الشباب والخريجين.

إضافة لما سبق فإن من أهم الأسباب التي أدت إلى ارتفاع نسبة البطالة بين الشباب هو غياب الاستثمار الحقيقي وندرة المشاريع التي تخلق منافع مستدامة وفرص عمل دائمة. وهذا بدوره يرجع إلى تراجع القدرة التنافسية للمناطق الفلسطينية وللاقتصاد الفلسطيني ككل، وذلك يدفعنا إلى البحث عن مفهوم آخر للقدرة التنافسية يتجاوز مفهوم الميزة النسبية التي اعتمد عليها الاقتصاد الفلسطيني طويلاً وذلك للهروب من الاعتماد على الاقتصاد الإسرائيلي واختراق جدر المعوقات السياسية والاقتصادية، وإتاحة فرصة أفضل للاستثمار أمام الشباب ذلك المفهوم هو **التنافسية المنطقية**.

1. الاقتصاد الفلسطيني و تراجع القدرة التنافسية

تعتبر القدرة التنافسية أحد أهم العوامل التي تمكن الاقتصاد من المنافسة و النمو، و تشكل الميزة التنافسية العنصر الأهم في هذه التنافسية، وفي الاقتصاد الكلاسيكي تعتمد الميزة النسبية لشركة معينة أو منتج معين على عدة عوامل أهمها:

- تكلفة الإنتاج وتكلفة رأس المال.
- زيادة الإنتاجية واستخدام التكنولوجيا الحديثة والتنظيم الجيد والعمالة الماهرة.
- وجود البنية التحتية المناسبة.
- وجود البيئة التفضيلية positive externality.
- انخفاض سعر النقل.
- سعر الصرف.

بناء على هذه المعايير وعلى المستوى المحلي، تميز الاقتصاد الفلسطيني في سنوات السبعينات بميزة نسبية في عدد من قطاعاته و منتجاته سمحت له بالمنافسة في الأسواق العربية والعالمية. و قد كان القطاع الزراعي أكثر القطاعات قدرة على المنافسة وذلك بفضل القرب من الأسواق و الإنتاج المبكر إضافةً إلى العمالة الماهرة. ولكن في ظل الواقع السياسي الراهن و المنافسة غير العادلة ونتيجة للاحتلال تبقى إمكانية الاعتماد على العوامل السابقة لزيادة القدرة التنافسية السعرية محدودة. فتكلفة الإنتاج تبقى مرتفعة بالنسبة للدول المجاورة نتيجة التكلفة المرتفعة لأسعار الأراضي والمواد الخام، إضافة إلى غياب البنية التحتية ونقص التمويل وعدم وجود عملة وطنية.

2. التنافسية المناطقية فرصة للاقتصاد الفلسطيني

بناء على ما سبق و نتيجة لتراجع القدرة التنافسية للمنتج الفلسطيني و قصور الميزة النسبية عن زيادة هذه القدرة ، نطرح في بحثنا هذا مفهوماً جديداً للقدرة التنافسية هو القدرة التنافسية المناطقية كفرصة للاقتصاد الفلسطيني للتغلب على مشاكله ومعوقاته، وفرصة كذلك للشباب لتنفيذ مشاريع قادرة على البقاء والمنافسة. هذه التنافسية تسمى التنافسية غير السعرية ولا

تعتمد بالضرورة على دخول الأسواق بأسعار منافسة بل تعتمد على اختراق الأسواق بمنتجات لها جودة خصوصية وميزة اختلافية.

القدرة التنافسية المناطقية تتعلق بعملية تحريك الفاعلين لإعداد إستراتيجية تتناسب مع المعوقات الخارجية والداخلية على قاعدة تعريف مشترك للاحتياجات وتحديد الهدف.

تكمن أهمية التنافسية المناطقية بالنسبة لمناهج أخرى للقدرة التنافسية في أنها تعتمد على الموارد المناطقية وتزداد أهمية هذا المنهج مع ندرة الموارد الطبيعية خاصة في قطاع غزة.

يعتمد مفهوم التنافسية المناطقية على قدرة العاملين الاقتصاديين economic operators على تحريك، حشد، اكتشاف وتحويل الموارد، إضافة إلى اكتساب وابتكار وتطبيق المعرفة لخلق هذه الموارد واستخدامها.

هذه المعرفة تتدفق وتتطور وتنمو من خلال دوائر صالحة وفعالة تعتمد غالباً على الاعتراف المتبادل وعلى المخزون الثقافي والتراشي، والتي يتم التعبير عنها على هيئة تجمعات بأشكال مختلفة، هذه التجمعات بحاجة إلى نوع من التنظيم الإبداعي بحلة جديدة معتمداً في ذلك على الثقة المتبادلة والمصلحة المشتركة.

تتغذى التنافسية المناطقية من عدة مفاهيم رئيسية قابلة للتطبيق في مجتمعنا الفلسطيني لإيجاد فرصة للشباب لتنفيذ مشاريع قادرة على المنافسة، أهم هذه المفاهيم هي الميزة الاختلافية، الموارد المناطقية والتنسيق في مواجهة الندرة.

أصالة هذه التنافسية تتبع من عملية بناء وتنمية الموارد المناطقية، وفي هذا الخصوص لا تعتمد فقط على تنظيم الموارد الموجودة بل البحث عن موارد مخفية أو محتملة.

1.2 الميزة الاختلافية

في فلسطين عامة وفي غزة خاصة ومع تراجع الميزة التنافسية بسبب ارتفاع تكلفة الإنتاج وتراجع فرص الوصول للأسواق، تشكل الميزة الاختلافية فرصة لواقع الاستثمار في قطاع غزة وحل ممكن للمناطق التي تتعرض لظروف اقتصادية وسياسية صعبة، حيث أن الميزة الاختلافية تساعد على اكتشاف فرص تنمية حقيقية وتساعد على المنافسة من خلال البحث عن كل ما هو أصيل ومختلف عن الآخر وتزيد من قدرة الفاعل الاقتصادي للتحكم وتحسين شروط الوصول إلى الأسواق أو الالتفاف على العقبات التي تفرضها إسرائيل بصفقتها قوة مهيمنة.

تكمن أهمية الميزة الاختلافية في إنتاج استراتيجيات تختلف تماماً عن تلك التي تحاول تعزيز المزايا النسبية.

يشير مفهوم الميزة الاختلافية إلى عملية تنمية تتضمن استراتيجيات الجودة والخصوصية specific quality بدلاً عن الإنتاجية وتشير أيضاً إلى الموارد التراثية القابلة لإعادة الإنتاج أكثر من الموارد الطبيعية الغير متجددة.

الميزة الاختلافية كما عرفها هرشمان قبل 30 عاماً هي إظهار الموارد المخفية، فقد ذكر هرشمان عام 1986 أن استخدام قدرات متناثرة وتعبئة موارد مخفية قد يكون مجدياً أحياناً أكثر من إيجاد توليفات لمدخلات الإنتاج بهدف لتعزيز التنمية الاقتصادية. وبهذا فإن الميزة الاختلافية تركز أساساً على خصوصية المنتج بالاعتماد على الجودة والمكان والفاعلين، هذه الخصوصية تظهر أهمية ما يعرف بالريع المناطقي territorial rent (Mollard2001).

2.2 الموارد المكانية والموارد الخصوصية

في الاقتصاد الكلاسيكي عندما نتحدث عن الموارد فإننا نتحدث عن عوامل الإنتاج Production Factors وهي موجودة فعلاً، ومن أجل تعظيمها نبحث عن استخدامها الأمثل. بينما في المنهج المناطقي نركز على موارد افتراضية يمكن تعزيزها أو خلقها. هذا التعزيز يجب أن تتم بواسطة الفاعلين المحليين كما أكدته "بيكير 2000" وذلك من خلال ديناميكية تعزز من العلاقات ليست قابلة للتسويق بين الناس لتعظيم الثروة المتاحة لديهم. هذه الموارد يمكن أن تكون تراثية كما ذكر باحثو GREMI، مادية، تاريخية، اجتماعية، ثقافية.

يمكن تعريف الموارد المكانية أنها الموارد المادية وغير المادية (موارد تراثية) التي توجد أو تخلق في مكان ما بحيث لا تكون بنفس القيمة أو الكيفية في مكان آخر "بيكير 2005"، هذه الموارد ممكن أن تكون عامة أو خاصة.

في عملية إنتاج وتنمية هذه الموارد يلعب المكان دور مهم حيث يسمح بتعبئة الموارد الكامنة غير المستغلة التي تحدث عنها هيرشمان (1964)، حيث يربط أهمية الموارد بأهمية المكان وخصوصيته التاريخية والجغرافية فيما بات يعرف حديثاً بالتعريف الجغرافي geographic Identification.

الإبداع و خلق الموارد

إن خلق وتنمية الموارد المناطقية من الصعب أن تتم دون الإبداع و الابتكار الفردي والجماعي الذي يخلق بيئة إيجابية خصوصية *specific positive externality*.
1993 Maillat, Quevit, A Sen يعرفون "الوسط المبتكر" بأنه "مجموع مناطقي يداخله ويتطور الفاعلون الاقتصاديون بواسطة التعلم نحو إدارة أكثر كفاءة للموارد".
ولعل أحد أهم أشكال الإبداع هو الإبداع التنظيمي التي تسمح بتوعية الفاعلين نحو مشكلة مشتركة بهدف إيجاد حلول إبداعية في إطار خصوصية المكان الذي يعيشون فيه.
حسب Scott فإن البيئة الإيجابية يمكن أن تكون:

1. الثقافة غير الرسمية والاتفاقيات والاعتراف المتبادل اللاسوقي الذي يدعم تشغيل نظام الإنتاج المحلي.
2. مؤسسات التنظيم الاجتماعي وأثرها على أداء الاقتصاد وهيكله سوق العمل المحلي.
3. التعليم والإبداع الذي يساعد على حدوث التغيير.
4. إقامة مصنع للألبان يعمل بالطاقة الشمسية وطاقة الغاز الحيوي لتصنيع ما تنتجه القرية.
5. إنشاء وحدة طاقة شمسية لإنتاج الطاقة الشمسية.
6. خلق علاقة تجارية خصوصية للقرية مبنية على التعريف الجغرافي ويتضمن خصوصية المكان التاريخية والسياسية.
7. تقترح أن يكون هذا المكان على إحدى المحررات لما لها من خصوصية.

تحويل الموارد واكتشافها

في غزة لا نمتلك النفط ولكننا نمتلك الأفكار التي يمكن من خلالها خلق الموارد وتحويلها وهنا يمكن الاعتماد على نوعين من الموارد الخصوصية:
الموارد التراثية الغير مادية:

تشكل الخصوصية الثقافية والتاريخية لفلسطين مصدراً مهماً للغنى التراثي التي يمكن الاستفادة منها على شكل إظهارها كموارد خصوصية تضيف بعداً آخر إلى المنتج الفلسطيني.

تحويل الموارد:

قد تكون الموارد في صورتها الحالية غير قابلة للاستخدام ولكن مع عملية تحويل وتنمية لهذه الموارد تصبح ذات فائدة. مثال على ذلك المخلفات الصلبة بحيث يمكن تحويلها إلى أعلاف أو مدخلات أعلاف، إضافة إلى أنه يمكن استخدامها في إنتاج السماد العضوي كما سنرى في المشاريع التي سنعرضها لاحقاً.

3.2 التنسيق في مواجهة الندرة

من أجل البحث عن اكتشاف وتحويل الموارد المناطقية فإننا بحاجة إلى نمط إبداعي من التنظيم يهدف إلى تحريك فاعلين جدد قادرين على إظهار هذه الموارد . هذا التنظيم يخلق بيئة إيجابية تظهر فيها خواص المكان، إضافة إلى ذلك نحن بحاجة إلى خلق نوع جديد من الحوكمة في إطار تطوير العلاقة بين القطاع الخاص والعام وتفعيل دور الجامعات وتنظيمات المجتمع المدني. هذا يتطلب تحليل أصحاب الشأن من ناحية الأهمية والتأثير والموقف والموارد التي يمكن أن يقدمها.

1. العلامة التجارية بناء اجتماعي

إن التنظيم الفعال وفي إطار مؤسساتي يؤدي إلى خلق هوية مشتركة تساعد على تكوين شهرة معترف بها يمكن أن تترجم إلى علامة تجارية كنتيجة لهذا البناء الاجتماعي. هذه العلامة التجارية يمكن أن تضاف إلى بعض المنتجات الفلسطينية ذات الجودة العالية بحيث تزيد من خصوصيتها وترفع من قدرتها التنافسية في الأسواق المحلية والعربية والعالمية. منتجات فلسطينية عديدة يمكن أن تستفيد من هذه العلامة مثل زيت الزيتون ، التمر ومشتقاته، وصناعة الجلود والأحذية ، والمنتجات التراثية كما سنرى لاحقاً.

4. نماذج مشاريع نموذجية

1.4 القرية البيئية المناطقية

لعل أحد أهم مخرجات الحراك المناطقي الذي يخلق بيئة إيجابية ويسمح بتنفيذ أفكار مشاريع إبداعية هو نموذج القرية البيئية. هذه القرية يمكن أن تكون على نموذج القطاع الصناعي كما تصوره ألان مارشال ولكن مع أخذ البعد البيئي والتنمية المستدامة بعين الاعتبار يمكن تصور هذه القرية بأنها تقوم على 3 عناصر أساسية :

1. أنها تعتمد كلياً على الموارد المحلية.
 2. أنها تعتمد على المعرفة المحلية في استخدام الطاقة المتجددة لإنتاج كل ما تحتاجه القرية.
 3. أن القرية تخلق نسيج اقتصادي وبنية إيجابية تزيد من كفاءة المشاريع المترابطة وتقلل التكلفة.
- يمكن تصور أن هذه القرية تقوم على:

1. نشاط زراعي نباتي باستخدام الزراعة العضوية لإنتاج كل ما تحتاجه القرية.
2. نشاط زراعي حيواني لإنتاج الأعلاف الخضراء المركزة كما سنوضح لاحقاً، وإنتاج الأعلاف البديلة من المخلفات الصلبة (النباتية وغيرها) للقرية.
3. إنشاء مركز لإنتاج الغاز الحيوي يستخدم المخلفات الصلبة للقرية في توليد ما تحتاجه القرية من طاقة.
4. إقامة مزارع للأبقار تستخدم ما تنتجه القرية من أعلاف.

2.4 مشاريع تصنيع قائمة على مخلفات النخيل

يعتبر نخيل البلح مصدرًا للعديد من المواد الخام اللازمة لبعض الصناعات والمشروعات القائمة على منتجات النخيل، وشجع ذلك العاملين في هذا المجال على التطور التكنولوجي لبعض هذه الصناعات، ومن بينها صناعة بدائل السماد العضوي، وهي الصناعات البسيطة التي يمكن أن تقام في المجتمعات الريفية، وفي قطاع غزة بلغت نسبة النخيل من قيمة الناتج المحلي 0.33% من إجمالي الناتج المحلي وبنسبة 2.6% من إجمالي إنتاج الفواكه.

وقد بلغ عدد أشجار النخيل في قطاع غزة حوالي 120000 نخلة ، بحيث تنتج كل نخلة 100 كجم /سنة أي حوالي 12000 طن من المخلفات تشمل (الأوراق، ليف، عزوق، كرناف، شيص، نوى ...)

وسيتم خلال المشروع استغلال المخلفات كعلف و سماد عضوي حيث يبلغ سعر 50 كغم من العلف المركز المصنوع من مخلفات النخيل (و ما يحتويه من مغذيات عالية) ما يقارب (8 دولار) بالمقارنة مع سعر ال 50 كغم من العلف المستورد و المستخدم في إطعام الحيوانات و الموجود في الأسواق حوالي (\$18) .

بعض المنتجات القائمة على مخلفات النخيل:

- الأسمدة العضوية (الكمبوست) .
- إنتاج الأعلاف.
- إنتاج الحبال من الليف
- أقفاص الجريد
- المشغولات اليدوية.
- السيلاج

أولاً: مشروع إنتاج السماد العضوي:

إنتاج الكمبوست من سعف النخيل ويعتبر أحد الطرق الفاعلة في تحويل المخلفات الزراعية إلى أسمدة عضوية التي تعتبر من أجود الأسمدة العضوية.

مراحل إعداد الكمبوست باستخدام مخلفات سعف النخيل:

1. المواد التي تدخل في إعداد الكومة:

1-سعف ومخلفات النخيل الأخرى مقطعة إلى قطع صغيرة بواسطة آلة خاصة لتقطيع السعف.

2 -سماد بلدي ويفضل سماد أبقار خال من الرمل.

2. طريقة إعداد الكومة:

- يتم عمل كومة بعرض مترين وطول لا يقل عن مترين وارتفاع متر ونصف المتر.

- يتم البدء في عمل الكومة بفرش طبقة من مخلفات النخيل بسمك 15-20 سم يضاف عليها طبقة من السماد البلدي بنفس السمك وتتعاقب الطبقات حتى الوصول إلى ارتفاع المتر والنصف.

- بعد الانتهاء من إعداد الكومة وتجهيزها يتم تغطيتها بغطاء يحميها من أشعة الشمس ويكون الغطاء من سعف النخيل أو غطاء شبك تظليل أو من أي مادة أخرى متوفرة للحفاظ على الرطوبة داخل الكومة.

- يتم ري الكومة بإعداد شبكة ري عليها، أو استخدام أي وسيلة ري أخرى، وتكون عملية الري بشكل متجانس لضمان حصول الكومة على كمية جيدة من الرطوبة لتساعدها على التحلل بحيث تكون متوازية في الرطوبة وليست مشبعة ولا جافة جداً وذلك لتهيئة ظروف هوائية داخل الكومة ويمكن التأكد من ذلك عن طريق لمس الكومة أو بأخذ عينة منها باليد والتأكد من حصولها على الرطوبة المناسبة.

- لابد من تقليب الكومة كل شهر تقريباً لضمان حصول الكومة على تهوية جيدة تساعد الكائنات الحية الدقيقة للقيام بعملية تحليل للمواد العضوية.

تحتاج عملية إنتاج الكمبوست من سعف وبقايا النخيل إلى فترة زمنية قد تصل إلى 6 شهور للحصول على كمبوست جاهز لإضافته للمزرعة كسماد عضوي. والسبب في ذلك هو ما تحتويه بقايا النخيل من مادة اللجنين والذي يتحلل ببطء، وقلّة الميكروبات التي لها القدرة على مهاجمة هذه المادة وتحليلها.

ثانياً: مشروع إنتاج الأعلاف من مخلفات النخيل

وهو عبارة عن إنتاج أعلاف مركزة ومالئة غير تقليدية معتمدة على مخلفات الصناعات القائمة على شجرة النخيل وينتج قطاع غزة 3170 طن بلح ويزيد هذا الإنتاج سنوياً بمعدل 5% بينما لا يزيد الاستهلاك عن 0.5% فيصبح لدينا فائض بنسبة 4.5% يمكن توجيهها إلى صناعات غذائية وينتج عنها مخلفات صناعية بنسبة 1%. تنتج حوالي 312 طن علف.

المشروع عبارة عن وحدات إنتاجية للأعلاف المركزة والمالئة الغير تقليدية تضم بداخلها ماكينات الفرغ والكبس والتحبيب والتعبئة ومكان لنشر المخلفات للتجفيف.

ثالثاً: إنتاج الأعلاف الخضراء بطريقة الزراعة المائية Hydroponic

وهي طريقة لإنتاج الأعلاف الخضراء لا تحتاج إلى أرض زراعية أو تربة ولا تشغل مساحة كبيرة حيث تستخدم فيها غرف مكيفة الحرارة والرطوبة مزودة بالإضاءة والتعقيم بواسطة أشعة U.V. وتتم الزراعة في أحواض موضوعة على أرفف فوق بعضها وتزرع فيها الحبوب (كالشعير والشوفان والذرة) وتروى بماء مذاب فيه بعض العناصر السماكية مما يسمح بنمو البادرات سريعاً حتى يصل طولها إلى 20-25 سم تقريباً خلال أسبوع واحد. يمكن إنتاج كمية كبيرة من العلف الأخضر من مساحة قليلة ويمكن تنظيم مواعيد الزراعة بحيث يمكن الحصول على إنتاج يومي من العلف الأخضر.

وضع الأعلاف في قطاع غزة

يدخل قطاع غزة شهرياً 15000 طن من الأعلاف ومدخلاتها يعني ذلك أننا نستورد سنوياً 180.000 طن من الأعلاف ومدخلاتها الأمر الذي يتطلب تدخلاً عاجلاً لإنتاج أكبر كمية ممكنة من الأعلاف الخضراء تحقيقاً لسياسة الاقتصاد الزراعي المقاوم وإحلال الواردات .

إذا كان من المعلوم لدينا أن العجز في الأعلاف الخضراء يقدر بـ 40000 طن يمكن الحصول عليها من 200 حاوية ذات حجم 73.92 م مكعب.

الأهمية:

- 1- ارتفاع نسبة البروتين به عن الشعير الجاف منه حيث تصل الى 18% في الشعير المستنبت.
- 2- سهولة الهضم والامتصاص ولا يسبب حموضة للحيوان مثل الأعلاف المركزة .
- 3- توفير 40% من تكلفة العلف المقدم للحيوان.
- 4- يحتوى على مجموعة من العناصر الحيوية المسؤولة عن تحسين مواصفات الحيوان عند التغذية عليه ولا توجد في الأعلاف الأخرى.
- 5- معدل الاستفادة منه تصل 95% مقارنة مع أصناف العلف الأخرى.
- 6- تعظيم إنتاجية وحدة المساحة حيث أن مساحة 73.4 متر مكعب حجم الحاوية ينتج 200 طن من الشعير المستنبت سنويا .
- 7- 200 طن من البرسيم تحتاج 25 دونم لإنتاجها.
- 8- 200 طن من الشعير الأخضر في الحقل المفتوح تحتاج 50 دونم .
- 9- كيلو تقاوى الشعير ب 1,55 شيكل تغطي 7كجم شعير مستنبت يعنى أن تكلفة اكجم شعير مستنبت تساوى 0,4 شيكل .
- 10- يمكن الحصول عليه في كل وقت من السنة ويمكن زراعته بدون تكييف شتاء . توفيراً للطاقة
- 11- يحث الخلايا اللبنية على إفراز الحليب بزيادة تقدر ب 18%
- 12- نظراً لأنه يقدم للحيوان بكامل أجزاء النبات ، الأوراق والجذور فهو يشتمل على عناصر حيوية غير متوفرة في غيره من الأعلاف.
- 13- من السهل التحكم في الإنتاج بزيادة عدد الوحدات أو تقليلها حسب حجم القطيع
- 14 يوصى بتقديمه للمجترات الكبيرة بمعدل 3- 3.5كجم يومياً مضافاً لها العليقة المركزة والمالئة حسب هدف التربية والحسابات الخاصة بذلك
- 15- تبين بأن الشعير المستنبت طعام مرغوب لمعظم الحيوانات (بقر . أغنام . خيول . جمال . أرانب . بطك . وز . دجاج)

الإنتاج

- مساحة قدرها 2م72.4 (كونتينر طول 12 متر) تنتج كمية من الشعير المستنبت قدرها 200طن شعير مستنبت في العام بما يعادل إنتاج 25دونم من البرسيم طوال العام على أساس

أن دونم البرسيم ينتج 8 طن/د. أو 50 دونم شعير أخضر على أساس أن دونم الشعير ينتج 4 طن/د شعير أخضر .

- كل طن من تقاوي الشعير ينتج من 6-8 طن من الشعير المستنبت .
مع ضرورة التحكم في الإضاءة والحرارة والرطوبة اللازمة للانبات.

من المعروف أن تغذية الحيوانات على الأعلاف المركزة تكون كالأتي:
- تقديم علف مركز للحيوان كمية 2% من وزن الحيوان + واحد كيلو فمثلاً: إذا كان وزن العجل المراد تسمينه 300 كيلو عند بداية التسمين تقدم له 6 كيلو + واحد كيلو = 7 كيلو علف مركز في اليوم الواحد وتزداد هذه الكمية من العلف المركز كلما زاد وزن الحيوان عادة تقدر الوزن كل أسبوعين أو 20 يوم حتى تحسب كمية الأعلاف المركزة المفروض تقديمها للحيوان وذلك للوصول بوزن الحيوان بمعدل 1.25-1.7 كيلو/ يوم بالتغذية على هذه العليقة المركزة.

إذا كان وزن الحيوان عند بداية التسمين 300 كيلو

- تكون الكمية المقدمة من العلف المركز = 4 كيلو طول اليوم

- والكمية المقدمة من الشعير المستنبت = 3-3.5 كيلو طول اليوم

- ويقدم للحيوان الشعير المستنبت كاملاً (مجموع خضري + مجموع جذري) يضاف منفرداً أو يقدم مع المواد الخشنة مثل التبن

يتم إنتاج حيوان لحم بالوزن المطلوب وتخفيض تكاليف التغذية 40% تقريباً.

وكذلك يمكن تغذية حيوانات إنتاج اللبن (أبقار - جاموس - أغنام) بالشعير المستنبت لما له من أهمية في زيادة إنتاج كمية الحليب لأنه يحفز الخلايا اللبنية على إدرار اللبن علاوة على الفوائد المذكورة أعلاه. ويمكن تغذية الخيول عليه نظراً لفوائده العالية.

3.4 مشروع إنتاج أحذية فلسطينية ماركة مسجلة

مشروع تحنيط الجلود ودباغتها وصناعتها وتحويلها إلى مصنوعات جلدية مختلفة من الأعمال الهامة في مجال تنمية القطاعين الحيواني والتجاري من منطلق الاعتماد على الذات والابتعاد عن التبعية الاقتصادية لاقتصاد الاحتلال الإسرائيلي، والحاجة الماسة والملحة لتحويل المواد إلى موارد خصوصية كالجلود الطبيعية المصنعة محلياً عالية الجودة بعد أن أغرقت الأسواق الغزية بالمنتجات الجلدية الصناعية الرديئة المستوردة، علاوة على ذلك وجود كميات كبيرة من جلود الذبائح الناتجة في مسالخ قطاع غزة والتي لا يتم الاستفادة منها وإنما يتم بيعها بأثمان بخسة أو إلقائها في مكبات النفايات مما يسبب مشاكل بيئية تضر بالمواطنين وكذلك ضياع القيمة الاقتصادية لهذه الجلود.

تقوم وزارة الزراعة بتوجيه المانحين باتجاه زيادة قطاع الإنتاج الحيواني خاصة قطاع المجترات (الأغنام- والماعز- والأبقار) بنسبة 5% كل سنة في خطة متوسطة المدى لمدة ثلاث سنوات وذلك يؤدي إلى وجود زيادة كبيرة من المخلفات الجلدية الناتجة من الذبائح إلا أنه لا توجد آليات للتحنيط ودباغة وصناعة الجلود والاستفادة منها في الصناعات الجلدية في قطاع غزة . تعمل وزارة الزراعة ضمن خطة إستراتيجية واضحة منذ البداية لتمكين الوضع الاقتصادي للعاملين بالصناعات الجلدية الفلسطينية خاصة العاملين في غزة كأولوية ،ذلك لدعم وصمود واستقرار العاملين وأسرههم وتعزيز مكانتهم ودورهم والتأكيد على قدرتهم في المشاركة في التنمية المجتمعية في كل القطاعات خاصة قطاع الإنتاج الصناعي(الجلدي).

- فكرة المشروع:

المشروع عبارة عن مصنع يضم بداخله وحدات إنتاجية وسيقام على أرض في المنطقة الشرقية لخط صلاح الدين غير صالحة للزراعة يعمل فيه أكثر من 50 عاملاً وهذه الوحدات (التحنيط ، دباغة، صناعة) وسيتم بيع هذه الجلود المصنعة محلياً إلى مصانع الأحذية في قطاع غزة التي كان يعمل فيها قبل الحصار أكثر من 400 عامل لإعادة العمل فيها من جديد لإنتاج أحذية ذات ماركة فلسطينية تنطق بترائنا وثقافتنا وتاريخنا.

- وأهمية هذا المشروع تكمن في أنه :

1-يعتمد على الموارد الثانوية المحلية.

2-يحل مشاكل الصناعات الجلدية.

3- من قابل للتطوير والاستدامة .

4- يحقق أهداف إستراتيجية .

5- يحل مشاكل بيئية.

- الوصف الفني لعملية التحنيط والدباغة والتصنيع للجلود:

تتم عملية دباغة الجلود على ثلاث مراحل أساسية:

أ- إعداد الفرو

تجري عمليات تجهيز معينة للفرو قبل دباغته وتشمل هذه العمليات: (المعالجة- إزالة طبقة

اللحم الملتصقة بالفروة- نزع الشعر- الضرب)

ب- الدباغة.

تعد الجلود بعد عمليات المعالجة ونزع الشعر والضرب جاهزة للدباغة وهناك أربع طرق رئيسية

لدباغة الجلود، وتشمل: الدباغة النباتية، الدباغة بالكروم، الدباغة المختلطة والدباغة بالزيوت.

ت- عملية التصنيع النهائية:

تجري بعد دباغة الجلد وتشمل: فصل الطبقات، الصباغة، الرص والتنشيط.

- الدعم المطلوب:

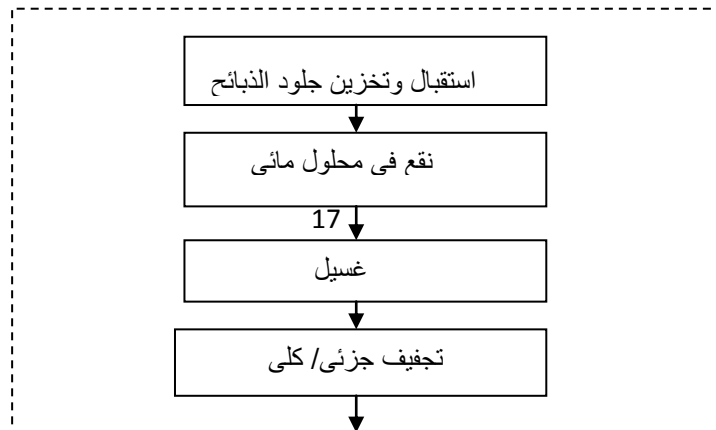
يتمثل في تغطية تكاليف إنشاء وحدة التحنيط ووحدة الدباغة ووحدة صناعة الجلود بالإضافة

إلى التكاليف الاستثمارية والتشغيلية والمصاريف الإدارية ورواتب طاقم المشروع يقدر بمبلغ

\$3813778 .

والشكل الموضح أدناه يمثل الخطوات التفصيلية لعملية دباغة الجلود.

شكل (1) الخطوات التفصيلية لعملية دباغة الجلود



التوصيات:

رغم أن الظروف السياسية المؤسسية غير مناسبة من حيث غياب الدولة وعجز المؤسسات إلا أن التناقض في هذا البحث يكمن في قدرة المجتمع المدني على التنظيم والإبداع، إضافة

لذلك يشكل التضامن العربي والدولي مع الشعب الفلسطيني ميزة تساعد على بناء علامة تجارية فلسطينية.

إن الصعوبة في تنفيذ مشاريع نوعية تعتمد على القدرة التنافسية المناطقية أنها تحتاج إلى نوع من التنظيم الفعال والمستمر والذي قد يمتد لفترة معينة، ولكن مع رغبة حقيقية تكمن في الشباب الراغب في التقدم، واستعداد المجتمع المدني والمؤسسات الحكومية يمكن البدء في تنفيذ مشاريع قادرة على المنافسة وقادرة على الاستمرار والمنافسة أيضاً.

هذا بدوره يبرز أهمية التوصيات التالية:

1. تكوين شبكة من الفاعلين محلياً ودولياً تأتي في إطار حراك مناطقي، في هذا الإطار

لابد من تعريف كل الفاعلين من حيث الأهمية والتأثير في إطار نوع جديد من الحوكمة

يساعد على تنمية وتطوير المبادرات الفردية والجماعية.

2. أهمية الموارد المناطقية ذات جودة عالمية معترف بها.

تكمن أهمية الموارد المناطقية (بخلاف الموارد الطبيعية) بأنها تزداد استدامة مع الاستخدام ولكنها بحاجة إلى جهود لتحسينها وجلب الاعتراف الدولي بها بحيث يمكن استخدامها كعلامة للمنتج الفلسطيني مثل زيت الزيتون، منتجات التمور وصناعة الجلود.

3. هذه الموارد بحاجة إلى إظهار واكتشاف من خلال:

- حراك محلي يعتمد على التنسيق الفعال بين الفاعلين endogenous dynamic actors

- دور الفاعلين الاقتصاديين والاجتماعيين socioeconomic.

- طريقة الاستبيان والمسح التي تساعد على كشف هذه الموارد.

المراجع العربية:

1. فضل النقيب، 2003، " باتجاه نظرية تنمية فلسطينية"، معهد دراسات السياسات الاقتصادية

الفلسطينية MAS.

2. UNCTAD، تقرير الأمم المتحدة حول المساعدات الخارجية للشعب الفلسطيني، تطور الاقتصاد في المناطق الفلسطينية المحتلة.

المراجع الأجنبية:

1. Leila Farsakh "Economic Viability of a Palestinian State in the West Bank and Gaza Strip: Is it Possible without Territorial Integrity and Sovereignty", MIT Electronic Journal of Middle East Studies, May 2001.
2. Maillat D., Quévit M., Senn L. (1993) « introduction », in Maillat D., Quévit M., senn L. (éd) Réseaux d'innovation et milieux innovateurs : un pari pour le développement régional, GREMI-IRER-EDES, Neuchâtel, P 3-12.
3. Maillat D., Matteaccioli A., (2004) Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local, GREMI, Neuchâtel, P 1-14.
4. Porter M., The competitive advantage of Nations, New –York, MacMillan
5. M. Lussault. L'homme Spatial, la construction sociale de l'espace humain. Edition du seuil, Avril 2007.
6. B. Pecqueur, JB. Zimmermann. Economie de proximités. Lavoisier, Paris, 2004.
7. J. Lombard, E. Mesclier, S. Velut. La mondialisation côté Sud. Acteurs et territoires. IRD, ENS. Paris 2006
8. Pecqueur B.(), Acteurs, Institutions et dynamique des territoires.article.
9. Awartani H (2003), La compétitivité de l'agriculture palestinienne, une étude présentée à l'Organisation Arabe pour le Développement Agricole.
10. Bonnal B. (2003), Participatory Methods for Sustainable Development, decentralisation et développement rural, CIHEAM/FAO (14-18 Avril 2003)
11. Pecqueur B. 2001, « Qualité et développement territorial : l'hypothèse du panier de bien », revue d'économie rurale, janvier-février, N° 261.
12. Lacroix AY., Mollard A., Pecqueur B. (200) « Origine et produits de qualité territoriale : du signal à l'attribut », revue d'économie régionale et urbaine, N° 4,P, 683-706.
13. Peyrache- Gadeau V., Pecqueur B. (2001), La ressource patrimoniale : un enjeu pour les milieux innovateurs, colloque Gremi VI, Bilbao, 23-24 Novembre.
14. AMODESP (Agricultural Monitoring and Development Support Program, Jérusalem).
15. 2002. Analyse de l'agriculture et des territoires ruraux palestiniens. Jérusalem : Consulat général de France.
16. Bendelac J. (1999). L'économie palestinienne : de la dépendance à l'autonomie. Paris :

17. l'Harmattan. 158 p.
18. Boussard J. M. (1992). Les stratégies anti-risque des producteurs limitent-elles leur productivité.
19. Boussard J.M. (1992). Introduction à l'économie rurale. Paris: Cujas. 113p.
20. Chayanov A.V. (1986). The theory of peasant economy. Manchester : Manchester University
21. Chesnot C. (1993). La bataille de l'eau au Proche-Orient. Paris : l'Harmattan. 222 p.