

عناد

لتمكين الشباب الفلسطيني

السياسات الخاصة بدعم المنتج الوطني داخل المؤسسات التعليمية



مقدمة

تحاول البلدان في جميع أنحاء العالم تعزيز المنتجات المحلية لتسويقها داخل الدولة؛ وتقليل الفجوة مع الواردات من خلال تصدير هذه السلع إلى الخارج، وحبذا لو كانت أرقام الإنتاج تفوق الواردات، الأمر الذي سينشأ عنه فائض في الميزان التجاري السلعي.

تقدم كل دولة تقريبا حوافز مالية للمنتجين والمصدرين من السلع، بشكل متباين مثل الصين التي لديها مناطق اقتصادية خاصة حيث لا يتم فرض أي ضرائب على المصدرين؛ وبالمثل، يوجد في دول أخرى بنوك خاصة ووكالات تأمين تروج لها الحكومة لتسهيل نمو الصادرات.

هذا يقودنا إلى أهمية الإنتاج المحلي؛ إذا كانت الحكومة تنفق الكثير من الموارد وتقدم الكثير من الحوافز للمصدرين، فيجب أن تكون مهمة للبلد؛ فالمبدأ الأساسي الذي يدفع التجارة الدولية هو الميزة النسبية.

تتعلم بعض البلدان ببعض الموارد الطبيعية في حين أن البعض الآخر لديه موارد مختلفة تحت تصرفهم؛ تأمل حالة بلد مثل المملكة العربية السعودية؛ لديها نفط أكثر بكثير مما يمكن أن تستخدمه؛ ومع ذلك، هناك عدد قليل جدا من الموارد الأخرى التي يمكن استخدامها داخليا.

إنها الصادرات التي تتيح للمملكة العربية السعودية أن تعيش حياة مزدهرة؛ يقومون بإنتاج النفط وتصدير الفائض منه واستيراد جميع البضائع الأخرى؛ وبالمثل، فإن دولاً مثل الهند والصين التي لديها أعلى نسبة سكانية عاملة تصدر خدمات العمالة الخاصة بها؛ وبالتالي، من المهم لأي دولة أن تدرك كفاءتها الأساسية وتبدأ في التركيز على تصديرها.

في بلد مثل فلسطين، يعاني من ارتفاع قيمة الواردات السلعية مقارنة مع الصادرات بسبب ضعف كميات المنتج المحلي وربما ضعف الثقة المحلية، بل إن أرقام الواردات السلعية تفوق الصادرات بأكثر من 6 أضعافها، ولنا أن نتخيل قيمة العجز التجاري الناتج عن هذا الخلل في ميزان التجارة مع الخارج.

فلسطين، لا تملك بمفردها قرار استغلال الأراضي والمناطق والثروات والموارد، لكنها تملك أيدي عاملة ماهرة، وبدأت تدريجياً تحقق أرقام أفضل من السابق في قطاع صادرات السلع، بصدارة الحجر والرخام، وزيت الزيتون، وبعض القطاعات الغذائية، وصادرات الأخشاب.

لذا فإن الصادرات تؤدي إلى الإنتاج المحلي؛ الإنتاج المحلي يتطلب عمالة في هذه الأسواق المحلية؛ وبالتالي، تؤدي الصادرات إلى زيادة العمالة في البلاد؛ وبصرف النظر عن العمالة المباشرة التي توفرها الصادرات، هناك أيضاً تأثير غير مباشر.

هذا يعني أنه بمجرد أن يتقاضى العمال رواتبهم، فإنهم أيضاً ينفقون أموالهم لاستهلاك السلع والخدمات. وهذا يؤدي إلى خلق المزيد من فرص العمل؛ نتيجة لذلك، يتطور الاقتصاد بأكمله؛ فغالباً ما يستشهد الاقتصاديون بمثال الصين أثناء شرح هذه النقطة؛ تم تخفيض معدل البطالة في الصين بشكل كبير بعد تطبيق السياسات الموجهة للتصدير.

أيضا مسألة أخرى هامة، الدولار هو أهم عملة في العالم اليوم؛ إنها عملة احتياطي، وهذا يعني أن التداولات الدولية تتم إما بالدولار أو الذهب؛ يتم تسعير السلع الأساسية مثل النفط والذهب فقط بالدولار أو الذهب؛ ومن ثم فإن جميع البلدان بحاجة إلى الدولارات من أجل بقائها.

الإنتاج والتصدير هو الطريقة الوحيدة لكسب الدولارات؛ ولهذا السبب، تعتبر الصادرات أمراً حيوياً للملاحة المالية لأي دولة؛ فيمكن لاقتصاد مزدهر أن ينهار فجأة في غياب الدولارات، هذا لأنهم لن يكونوا قادرين على استيراد السلع الأساسية.

مشكلة الورقة

المشكلة الرئيسية التي تستعرضها هذه الورقة، تتمثل في غياب سياسات تدعم المنتج الوطني الفلسطيني وتمنع بيع المنتج الإسرائيلي داخل الجامعات؛ وإصدار مثل هذه السياسات يساهم في تشغيل الشباب ودعم الاقتصاد الوطني الفلسطيني.

في فلسطين، تنتشر أكثر من 51 جامعة ومعهد بحسب بيانات وزارة التربية والتعليم العالي والبحث العلمي، لسنة 2020 - 2021، يدرس فيها أكثر من 220 ألف طالب، بمعدل تخرج سنوي يتجاوز 41 ألف طالب من مختلف الجامعات الفلسطينية.

فئة الطلبة الجامعيين، هي الأكثر قدرة على استيعاب أهمية التحول من بلد مستورد إلى بلد منتج ومصدر، خاصة وأن طلبة الجامعات، هم أكثر من يعاني من البطالة المستعصية في السوق المحلية، إذ تتجاوز نسبة بطالة خريجي الجامعات 30% وفق أرقام الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني.



نقدم هنا أيضا، بعض المؤشرات المرتبطة بعدد طلبة المدارس، والذين سيكون معظمهم في يوم من الأيام، من طلبة الجامعات، وسيكونون هدفًا للرسائل التي ننوي نشرها في مختلف المؤسسات التعليمية الجامعية في فلسطين.

تنتشر في فلسطين نحو 3072 مدرسة حكومية وخاصة وأخرى تتبع وكالة غوث وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين اونروا، تشغل أكثر من 71.6 ألف معلم ومعلمة في مختلف المدارس بأنواعها، فيما يبلغ إجمالي عدد الطلاب 1.3 مليون طالب مدرسي.

تشكل نسبة طلبة المدارس نحو 25.5% تقريبا من إجمالي سكان فلسطين، أي أنه بإمكاننا نشر معلومات وأرقام حول أهمية تدعيم المنتج الوطني لأكثر فئة قادرة على تلقي هذه المعلومات بشكل سنوي، إلى حين وصولهم الجامعات.

واقع المنتج الوطني

على الرغم من القفزات التي حققها المنتج الفلسطيني خارجيا، إلا أنه ما يزال يواجه تحديات مرتبطة بدرجة ثقة المجتمع المحلي بالصناعات الفلسطينية، وهو ما تكشفه عديد الأرقام الرئيسية الصادرة عن الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطينية، ووزارة الاقتصاد الوطني.

صحيح أن المنتج الوطني حديث العهد، فيما تواجه السوق المحلية إغراقا للسلع الأجنبية الأقل ثمنا، وهو ما يبحث عنه المستهلكون، إلا أنه من الواجب على الحكومة ووزارة الاقتصاد، وضع مجموعة قيود على الواردات للسلع ذات البديل الوطني.

على سبيل المثال، تبلغ حصة المنتج الوطني في صناعة الأثاث 86% وفق بيانات وزارة الاقتصاد الوطني، و67% في قطاع المشروبات، وبنسبة 62% تبلغ حصة المنتج الوطني في قطاع المنتجات المعدنية، وبنسبة 43% للمنتجات البلاستيكية.

بينما تبلغ حصة المنتج الوطني في السوق الفلسطينية 45% في قطاع المنتجات الدوائية والصيدلانية، وبنسبة 85% قطاع تجهيز الطعام وحفظ اللحوم والأسماك، بينما تبلغ حصة المنتج الوطني في السوق الفلسطينية 82% في منتجات الألبان، و79% في قطاع منتجات المخازن والحلويات.

الجمهور المستهدف

وبالتوازي مع الجهود الحكومية لإحلال المنتج الوطني وتعزيز جودته من خلال فرض شروط وشهادات عالمية على الجودة، فإن المجتمع المحلي مطالب بتقديم ثقته إلى المنتج الفلسطيني، لأن هذه الثقة في المقام الأول ستعود على خريجي الجامعات بالفائدة عند تخرجهم، عبر الحصول على فرص عمل في وقت قياسي.

تشير أرقام البنك الدولي، إلى أن نمو القطاع الصناعي بنسبة 1% من شأنه خلق متوسط 2500 فرصة عمل مباشرة و1500 فرصة عمل غير مباشرة، أي أن السوق الفلسطينية التي تحصي أكثر من 300 ألف عاطل عن العمل، ستكون أمام فرصة خفض العاطلين عن العمل من خلال تعزيز الثقة بالمنتج الفلسطيني ليكون بديلا عن منتجات أجنبية.

المنتج الفلسطيني بالأرقام

يتم قياس الصناعات المحلية من خلال أرقام الصادرات إلى الخارج، فهي الميزان الذي من خلاله معرفة واقع الصناعات المحلية في مختلف القطاعات بشكل مجمع.

في عام 2021، بلغ إجمالي قيمة الصادرات الفلسطينية 1.46 مليار دولار، منها 1.3 مليار دولار إلى إسرائيل، و162.1 مليون دولار إلى 80 دول تصل إليها الصادرات الفلسطينية.

في المقابل، بلغ إجمالي قيمة الواردات الفلسطينية من الخارج 6.4 مليارات دولار أمريكي، منها 3.47 مليارات دولار قادمة من إسرائيل، وهو ما يعكس تركيز الواردات من إسرائيل، بينما استوردت فلسطين من بقية الدول الأخرى بقيمة 2.94 مليارات دولار.

خطوة إلى الأمام

لتحفيز قطاع الصناعة الفلسطينية، من المهم بداية أن يتعرض طلبة الجامعات إلى نماذج حية من المصنع الفلسطينية في مختلف القطاعات، ففي مدينة الخليل على سبيل المثال تعمل عشرات المصانع من خلال روبوتات ذكية قادرة عن أداء مهامها في الصناعات الغذائية والجلدية والخشبية والرخام.



إن تنفيذ زيارات لأرباب هذه الشركات والمصانع للجامعات الفلسطينية، سيكون له أثر إيجابي على شريحة من الطلبة، الذين سيستمعون إلى قصص نجاح هذه المصانع، والتي وصلت منتجاتها إلى أسواق أوروبية.

المسألة الثانية، هو تعرض طلبة الجامعات إلى مقاطع فيديو تظهر تواجد المنتجات الفلسطينية على رفوف أسواق أجنبية وعربية وإقليمية، فهذا النوع من المشاهد من شأنه خلق حالة ثقة أكبر من الحديث عن أهمية المنتجات الفلسطينية.

المسألة الثالثة، تتمثل في الرابط بين تعزيز الإنتاج الوطني والاستهلاك والتصدير، بتطوير الأوضاع الاقتصادية لعشرات آلاف خريجي الجامعات سنويا، إذ تتناسب زيادة الإنتاج عكسيا مع نسب البطالة في أي مجتمع.

المطلوب فوراً

إن وجود منتج فلسطيني في الجامعات الفلسطينية جنبا إلى جنب مع منتجات أجنبية، يعتبر أحد أسباب ضعف حصة المنتج الفلسطيني من إجمالي مبيعات السلع، وبالتالي المطلوب خطوات موحدة لوزارة التربية والتعليم العالي والبحث العالمي، وبين الجامعات الفلسطينية، وحماية المستهلك، ووزارة الاقتصاد الوطني، والمصانع الفلسطينية.

المطلوب من وزارة التربية والتعليم العالي والبحث العالمي:

- إصدار تعليمات ملزمة لمختلف الجامعات الفلسطينية، بمنح الأولوية للسلع المباعة في الجامعات المحلية، والعطاءات المقدمة لشراء سلع أخرى (أثاث، أجهزة كهربائية، قرطاسية، مواد غذائية.. الخ)، للمنتج الوطني، وفتح الباب أمام مزودي السلع الأجنبية في حال عدم توفر البديل الفلسطيني.
- تخصيص مسابقات الخدمة المجتمعية للسنوات المقبلة، لتقديم حملات يعدها الطلبة في مجتمعاتهم المحلية أول المدارس، للترويج للمنتج الفلسطينية، وتقديم كافة التفاصيل الهادفة إلى تقديم الميزات الأخرى (غير المباشرة) للمنتجات الوطنية، مثل خلق الوظائف، وخفض نسب البطالة، وتخفيض عجز الميزان التجاري، وتعزيز الصادرات إلى الخارج.
- إلزام الجامعات الفلسطينية، على اقتصار البيع في مراكز التسوق داخل حرم الجامعات على المنتجات الوطنية

المطلوب من الجامعات الفلسطينية والمصانع:

- تحفيز التخصصات الجامعية الفنية القائمة على تعزيز سداد المنتج الوطني، في ظل حالة من ضعف الطلب في الأسواق على التخصصات الإنسانية وزيادة الطلب على التخصصات المهنية.
- منح جائزة سنوية لأفضل الأفكار الهادفة إلى تحفيز المنتج الوطني، من خلال مسابقات الخدمة المجتمعية داخل الجامعات.
- فرض ضرائب إضافية على المتاجر التي تعمل داخل حرم الجامعات، نتيجة بيعها منتجات غير وطنية لها بديل محلي ذو جودة عالية.
- التعاون مع المصانع الفلسطينية لتقديم حملات خصومات طويلة الأجل للمنتجات الوطنية حتى تكون في متناول الأيدي، وتحمل ميزة سعرية عن المنتجات الأجنبية المباعة داخل الجامعات.

المطلوب من وزارة الاقتصاد الوطني وحماية المستهلك:

- حماية المنتج الفلسطيني داخل الجامعات عبر إقرار قوانين تمنع تداول المنتجات ذات البديل المحلي، أو فرض رسوم إضافية على الجامعات التي تسمح للمتاجر بعرض المنتجات الأجنبي والتي لها بديل محلي على رفوف المتاجر.
- حملات دورية غير مرتبطة بفعالية أو مناسبة، للتسويق للمنتجات الوطنية داخل الجامعات، والإبقاء على معارض دائمة للمصانع الفلسطينية الراجعة بتقديم نفسها أمام طلبة الجامعات.

