

مشاريع «تنموية» مع مؤسسات اجنبية كأكسفام مثلاً، والتي تدعي عدم تواجدها الرسمي ولكنها تنفذ مشاريعها عبر مؤسسة رسمية كجمعية المانونايت مثلاً.

٢ - الاتجاه الثاني: أصحاب الدعوة الى السياسة اللاحاقية، بربط الفلاح بالسوق الاسرائيلي والراسمالي، على طريق الدمج واللاحاق والتبعية المطلقة، ومهندسو هذا الاتجاه الجمعيات الاجنبية، والحكومة الاسرائيلية عبر شركتها الحكومية الاحتكارية اغريكسكو، اضافة الى الدور الذي تقوم به الجمعيات التعاونية التسويقية في خدمة اهداف جهات اخرى.

والى جانب هذين الاتجاهين تبرز وجهة النظر التي ترى المسألة بمنظار سياسي، وتقرب موضوعية المشكلة القائمة وبجذورها السياسي مما يحتم طرح بديل وطني تجاوزاً لتلك الدعوات المشبوهة التي تدفع الزراعة الفلسطينية باتجاه رأسمالي متبع وغير مستقل، هذا في اطاره العام اما في الاطار التفصيلي فالسوق الفلسطيني يصطدم بمشاكل وعقبات رأينا من المناسب ذكرها بايجاز:

١ - الدور الذي تقوم به الجمعيات التسويقية التعاونية، والتي وجدت تحت شعار حل مشكلة التسويق على اساس تعاوني - كما تدعي تلك الجمعيات - ولكن لمضمون سياسي يهدف الى السيطرة على الفلاحين وتقنين حركتهم ليتسنى للجهة التي اوجدت هذه الجمعيات من اجل خدمة اهدافها السياسية التحكم في السوق حسب ما ترتئيه مناسباً لتحقيق موقفه السياسي وتأكيداً على التبعية من جديد، والا بماذا نفسر خسارة مزارعي البطيخ هذا العام واعوام مضت. آلاف الدنانير نتيجة لتحديد الكمية والوقت غير المناسبين والخسارة الباهظة التي المت بمزارعي البصل والبطاطا في كل من لواء طولكرم ولواء جنين نتيجة لتأخير التصاريح لمدة شهر كامل عن الموعد المحدد؟؟؟ واين قوانين الجمعيات والنظام بالسماح بتصدير ٥٠٪ من منتج الضفة مع ان الحقائق التي اكدها الفلاحون تشير الى عكس ذلك؟؟؟

٢ - سلطات الاحتلال والمؤسسات الاجنبية: فمشكلة التسويق، وكما اسلفنا سابقاً، موضوعية، بمعنى ان المشكلة وجدت مع وجود الاحتلال وقوانينه العسكرية وقراراته السياسية، والتي تهدف الى انهاء الوجود الفلسطيني بالمعنى الوطني. فالترجمات العملية لهذه القوانين تبرز بشكل جلي في الزراعة والتسويق تحديداً، بمنع المنتج الفلسطيني من الدخول في الاسواق الاسرائيلية والسماح لمنتوجها بالدخول الى اسواق الضفة، فارضة على المنتج الفلسطيني منافسة غير متكافئة. اضافة الى التقييدات الاسرائيلية على حركة التسويق بين الضفة الغربية وقطاع غزة، حيث لا ينقل اي منتج زراعي دون تصاريح محددة الكمية، وممارسات السلطات تجاه حمضيات القطاع من خلال وضع العراقيل المستمرة امام جمعية منتجي ومصدري الحمضيات في القطاع بهدف منعها من تصدير منتوجها الى الدول الشرقية لكونها تتم دون وساطة اسرائيلية. وتخرج عن سياسة الربط المباشر مع السوق الراسمالي. لهذا تبرعت السلطات باطلاق عنان شركة اغريكسكو الاسرائيلية لتسويق منتج القطاع من الخضار والفراولة والتي اتبعت سياسة الجذب وتقديم الاغراءات في بداية الامر، وسياسة التشريد الفعلي بعد اربعة اعوام فقط من البدايات. ونقطة التحول في سياستها حدثت بعد عام ١٩٧٨، حيث عمدت الى ربط المزارع بالسوق من خلالها، مما يتعذر عليه بعد ذلك التراجع. ومن هذه الاجراءات ايضا عدم الالتزام بالكميات