

إيجابية على هذا القطاع من الانتاج، أبرزها مايلي:

١ - زيادة انتاجية الزيت (السيولة) بنسبة لا تقل عن ٢٠٪، مما رفع دخل المزارعين بهذه النسبة، فضلاً عن زيادة الدخل القومي، هذا بالقياس الى انتاجية المعاصر القديمة التقليدية (الدود)، وذلك بفضل الضغط الآلي العالي في المعاصر الحديثة، والذي يصل الى ٣٥٠ كلغ/سم^٢، وهنا ينبغي التفريق بين المعاصر التعاونية التي لا تهدف الى الربح، وبين غيرها التي قد لاتضغط (تكبس) الى نفس الدرجة بهدف استغلال المنتج.

٢ - تخفيض نسبة الحموضة في الزيت، الى أدنى نسبة ممكنة، حيث يصل الى نصف ٪ ولا يزيد عن ٤ ٪، وأمكن تصنيف الزيت حسب جودته طبقاً لنسبة الحموضة؛ اذ كلما قلت نسبة الحموضة في الزيت كلما كان الصنف ممتازاً، وكلما زادت نسبة الحموضة كلما تدنى مستوى الزيت (أي أن العلاقة هنا عكسية). ولعل السبب في خفض الحموضة لدى المعاصر الحديثة ناجم عن:

— تنظيف الزيتون بالماء آلياً، قبل جرشه ودرسه لازالة كل الشوائب.

— ترشيد المزارعين وتوعيتهم، نحو عدم كسر الزيتون المقطوف أو طمره مباشرة بعد القطف.

٣ - تزويد المعاصر التعاونية بمختبرات، من شأنها أن تعطي المؤشرات العلمية حول نسبة الحموضة، وإعطاء سعر الزيتون، في ضوء ذلك، وتوجيه المزارعين نحو العوامل المساعدة في تخفيض الحموضة، ومراعاة ذلك في السنوات المقبلة.

٤ - إقامة اتحاد نوعي لتعاونيات عصر الزيتون (اتحاد الجمعيات التعاونية لعصر الزيتون وتصنيفه وتسويق منتجاته)، وهو الأول من نوعه في المنطقة، وقد أخذ هذا الاتحاد على عاتقه، منذ تأسيسه عام ١٩٦٦، القيام بمايلي:

— تشجيع جمعيات عصر الزيتون وأعضائها المزارعين على تحسين انتاجهم من الزيت والزيتون، باستعمال الأساليب الحديثة في القطف والعصر.

— تزويد الأعضاء بجميع احتياجاتهم الزراعية، وبالمعدات والأشتال والبذور الحسنة.

— تنظيم مواعيد قطف الزيتون، وطرق تجميعه ونقله، وتنظيم مواعيد المعاصر.

— تدرج الزيت المعد للاستهلاك الغذائي والتصنيع والتصدير وتصنيفه وفقاً للقوانين والمواصفات العالمية.

— العمل على تحديد السعر الأدنى للزيت والزيتون سنوياً، في ضوء معطيات الانتاج وحاجة السوق.

— توفير الأموال اللازمة من مصادر التمويل المتاحة لتحقيق تلك الغايات.

— تمثيل مزارعي الزيتون، أعضاء التعاونيات، في اللجان الرسمية والأهلية التي تشكل للبحث في شؤون استيراد الزيت أو تصديره، فضلاً عن استيراد المعاصر ومدى الحاجة اليها.

— إقامة صناعات لها علاقات بخدمة عملية التسويق، كتوفير العبوات المناسبة الحجم لحاجة المستهلك وذوقه. بالإضافة الى صناعة الصابون، بحيث تصبح لخدمة المنتج الحقيقي والمستهلك. وها هي الجمعية التعاونية لعصر الزيتون في بيت جالا، في