

الزيت، وتقدير المنتجين للمسؤولية والمعواقب.

٢ — تنظيم عملية التسويق في الداخل بحيث نضمن عدم الغش والمزج، كي لا نقع في خطأ يؤثر علينا في المستقبل، ويهدم كل بناء سليم.

٣ — كيفية التعامل مع المنتجين مباشرة، وأكثرهم قطاع غير منظم تعاونياً (يشكل التعاونيون في قطاع الزيت حوالي ١٠٪ من المزارعين).

في تصوري، أن المهمة صعبة والمسؤولية ذات عبء ثقيل، نظراً لكون الزيت مادة تجارية، ولسهولة غشها، فضلاً عن المغريات والدوافع القوية للمزج، نظراً لوجود فارق ملحوظ بين سعر الزيت النباتي في الأسواق وبين سعر الزيت الصافي الأصيل.

ومهما يكن من أمر، وبرغم صعوبة تصور تنظيم العملية، فإن النتائج الإيجابية المترتبة على سلامة عملية التسويق تستاهل الجهد المضني والتفكير العميق، والبحث الدؤوب عن وسيلة تحدد مواقع الخطأ وتحول دون الوقوع فيها، ويمكن أن تلخص بما يلي:

١ — اعتماد اتحاد الجمعيات التعاونية لعصر الزيتون في الضفة الغربية، والذي يضم في عضويته سبع جمعيات: ترقوميا (محافظة الخليل)؛ بيت جالا (قضاء بيت لحم)؛ عين سينا؛ دير قديس (في منطقة رام الله)؛ دير شرف، بديا ودير استيا (في محافظة نابلس)، اعتماد هذا الاتحاد في خدمة أعضاء جمعيات عصر الزيتون المنضمة إليه.

٢ — تشكيل مجلس أعلى لتسويق الزيت في الضفة الغربية، يمثل فيه قطاع المنتجين وموظفو دوائر الزراعة والتعاون، ويمكن أن تنبثق عن هذا المجلس لجان فرعية، على مستوى المناطق، وتكون مسؤولة هذا المجلس تسويق الزيت، وتنظيم عملياته لخدمة جميع المنتجين من غير التعاونيين.

٣ — يمكن الاعتماد على المعاصر الآلية الحديثة في تسهيل العملية، وعددها ٣٠ معصرة في الضفة الغربية. هذا عدا عن المعاصر التقليدية التي لا يعتمد عليها في استخراج زيت ذي كفاءة جيدة.

٤ — الاعتماد على مختبرات وأجهزة فنية لاستكشاف المواصفات العلمية للزيت، وتثبيتها على عبوات الزيت المصدر.

٥ — عدم السماح بالغش والمزج، ومعاقبة الفاعلين، وذلك استناداً إلى القانون الأردني الذي يحرم مزج زيت الزيتون، حفاظاً على هذه الثروة وانصافاً للمنتج، كي لا يختلط الحابل بالنابل.

٦ — منع استيراد الزيت بتاتاً من الخارج، لأننا في ذلك نقتل قطاعاً مهماً للإنتاج، وندفعه بقوة للتحول من زراعة أصيلة إلى مهنة أخرى غير دائمة. كل ذلك يسهم في تحقيق عدم التوازن في الميزان التجاري، ويزيد في العجز التجاري، وهو أمر يخالف كل تمنيات المواطنين نحو بناء اقتصاد وطني معافي وسليم.

٧ — في ما يتعلق بالزيت الأسباني وغيره، والمستورد، ينبغي أن توضع على العبوة مواصفاته: اكنسبة الحموضة، ونسبة المزج وغيرها.

٨ — وإحكاماً لعملية التسويق، ينبغي وضع علامة على العبوات تبرز مصدرها، حتى إذا اكتشف الغش أو المزج، يعاقب ذلك المصدر بحيث لا يسري العقاب على جميع