SAL
164

VER

N: 164

الجمهورية اللبنانية
مكتب وزير الدولة لشؤون التنمية الإدارية
مركز مشاريع ودراسات القطاع العام

المؤتمر الوطني الرابع للانماء

الانماء الوطني والانماء الزراعي في لبنان

من ١٧ – ١٩ – نيسان ١٩٦٩

المنعقد في كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية والسياسية في الجامعة اللبنانية

فؤاد سلام

تحديث تسويق الانتاج الحيواني

الجلسة الرابعة :

MFN=744

E72
SAL
164

تحديث تسوين الانتاج الحيوانـــــي

بالرغم من ان الانتاج الحيواني في لبنان بمجموعه العام قد زاد خلال السنوات الاخيرة حتى بلغ سنة ١٩٦٨ ثلث قيمة الانتاج الزراعي ، فان الاستيراد الصافي لهذا النوع من الانتاج باستثناء الاعلاف قد بلغ ٩٦ مليون ليرة لبنانية وارتفع الى ١٣١ مليون ليرة باضافة قيمة الاعلاف المستوردة .

ان موضوع تسوين الانتاج الحيواني يتناول قطاعات رئيسية ثلاث :

ا ــ القطاع الداجن
ب ــ قطاع الحليب ومشتقاته
ج ــ قطاع اللحوم من منتجة ومستورده .

ان لبنان كما لا يخفى بلد ذو اقتصاد حر وعليه يجب مراعاة هذه الناحية عندما يتدخل القطاع العام بعمليات التسوين لصالح المجموع . ولكن رغم هذه الحريةوالتي يساء استعمالها في بعض الاحيان فاني ارى من الضروري تنظيم هذه الحرية على اسس تتناســـب مع البلاد المصدر لها والمستورد منها كل حسب انظمته ومتطلباته .

فبالقطاع الداجن قد زاد انتاج الفروج خلال العشر السنوات الاخيرة ١٩٥٨ ١٩٦٨ الى ثمانية اضعاف وزاد انتاج البيض اثني عشر ضعفا خلال الفترة نفسها . فلقد اصبح القطاع الداجن من اهم قطاعات الانتاج الحيواني في لبنان حيث انه الوحيد بين قطاعـــات الانتاج الحيواني الذى يشكل فائضا ملحوظا في الميزان التجارى وقد وصلت قيمة واردات التصدير الصافية (الفرق بين التصدير والاستيراد) من البيض والفروج والصيصان عام ١٩٦٨ الى ٣٠ مليون ليرة لبنانية .

هذا بالنسبة لقطاع الداجن اما بالنسبة الى القطاعين الاخرين فان واقعهـــا وتطورها يختلفان تماما . فلقد زاد الانتاج المحلي من اللحوم (البقر ، الغنم ، الماعز ، الخنزير) بنسبة الثلثين بالمقارنة مع عام ١٩٥٨ . وتضاعفت كمية الحليب المنتج خلال الفتـــرة نفسها ، ولكن زيادة الطلب لكل من اللحوم والحليب فاقت معدل زيادة الانتاج في هذين القطاعين مما اضطرنا الى الاعتماد على الاستيراد ، ففي عام ١٩٦٨ ولكي تؤمن طلبات الاستهلاك المحلي اعتمد لبنان على استيراد ثلثي ما يتطلبه الاستهلاك المحلي من الحليب ومشتقاته واربعة اخماس اللحوم المستهلكة . ان قيمة الاستيراد الصافي من الحيوانات الحية واللحوم فاقت ٩٨ مليون ليرة لبنانية وتلك التابعة لمنتجات الحليب (بما فيها الحليب البودرة والجبنة والزبدة والسمنة) الى ٣٦ مليون ليرة لبنانية عام ١٩٦٨ .

اني ارى من الافضل ان اعرض الحالة الحاضرة لطارق التسوين المتبعة في لبنان لمختلف القطاعات الثلاث للانتاج الحيواني قبل المباشرة في بحث طارق تحديث التسويق ، وذلك لابراز المشاكل والمصاعب في كل من هذه القطاعات وبعد ذلك اخلص الى اقتراحات قد تؤدى الى تحسين حالة التسويق الحاضرة .

وزارة التصميم العـــام
مركز التوثيـــق
الرقم 92
تاريخ الدخول

أ ـ القطاع الداجن :

يوجد في لبنان في الوقت الحاضر حوالي ٢٠ مزرعة تفقيس وحوالي ٦٠٠ مزرعة لانتاج بيض الاستهلاك و ٧٠٠ مزرعة اخرى مخصصة لانتاج الفروج . انتجت هذه المزارع ٢٠ مليون صوص معد للتربية و ٦٠٤ ملايين بيضة معدة للاستهلاك و ١٣ ٪ مليون فروج عام ١٩٦٨ .

ان محافظة البقاع تنتج اكثر من نصف كمية البيض المعد للاستهلاك تليها محافظة جبل لبنان والتي تنتج ما يقارب ثلث الكمية المنتجة مع العلم ان نصف كمية انتاج البيض في البقاع يسوق عن طريق تعاونية البقاع لانتاج وتسويق البيض الطازج والنصف الاخر عن طريق التجار الذين يغطون الاستهلاك المحلي بواسطة تجار المفرق . ويصدرون قسما كبيرا الى البلاد العربية المجاورة .

اما بالنسبة الى المحافظات الاخرى فمعظم البيض يسوق بواسطة التجار حيث انه لا يوجد تعاونيات منظمة كالتي في البقاع .

ان عدد التجار الذين يتعاطون تسويق البيض في لبنان يقدر بثلاثين تاجرا .
اما بالنسبة لتسويق البيض لعام ١٩٦٨ فكان على الوجه التالي :

ـ ٥٣ ٪ للاستهلاك المحلي
ـ ٤ ٪ بيض ملقح للتفقيس المحلي وقليلا منه للتصدير
ـ ٤٣ ٪ للتصدير والذي صدر منه ٩٨ ٪ الى البلاد العربية التالية ـ الكويت ـ العراق ـ السعودية ـ والاردن .

خلاصة القول ان معظم تسويق البيض في لبنان يجري من طريق التجار وان التعاونيات لا تلعب دورا هاما في هذا الحقل ما عدا في محافظة البقاع .

هذا مع العلم ان تنظيم توضيب البيض ان كان بواسطة التعاونية وان بواسطة التجار لا بأس به حيث انه يصل من المزرعة الى المستهلك اللبناني بنوعية ممتازة ويتناول الجميع من حيث اسعاره المعتدلة . فلا نرى مثلا فرقا شاسعا بين سعر المزرعة والسعر الذي يدفعه المستهلك وهذا الفرق لا يتعدى العشرة بالماية .

والان بعد ما استعرضت الوضع الحاضر لتسويق البيض لنتسأل ماهي مشاكل التسويق التي تتعرض لها هذه الصناعة .

اولا = ان البيض المعروض في الاسواق اللبنانية او المصدر — لا يعرب لمعرفة نوعية البيضة كما هي الحال في البلدان الراقية وانما يعرب ويوضب بالنسبة للوزن فقط فعندما نقول مثلا البيض الاكسترا فلا نعني النوعية بل ان الوزن هو (اكسترا لارج) اى ان وزن البيضة الواحدة اكثر من ٥٦ غراما .

ثانيا = لا يوجد تنظيم حتى الان في لبنان عن كيفية غسل وتنايف البيض ومن المواد الكيمائية التي تدخل في الماء لتنظيف البيض ولا عن كثافة هذه المواد ولا يوجد تحديد للبيض الطازج ولا للنوعية بمختلف عناصرها فبالطبع ان وضع النصوص اللازمة في هذا المجال يساعد على حسن تصريف البيض وعرضه في الاسواق الداخلية والخارجية ، ومن الممكن ايضا ان يخلق اسواقا جديدة نحن باس الحاجة اليها لتنمية هذه الصناعة الناشئة .

ثالثا = ان معظم تصدير البيض للبلاد العربية يقوم على المواصلات البرية وعلى شاحنات غير مبردة خاصة ان مرحلة الشحن تتعدى الثلاثة ايام في معظم الاوقات . وكلنا يعلم ان هذه المدة كافية لتدني نوعية البيض خاصة في فصل الصيف ، هذا اذا كان البيض غير موضوع في البراد قبل شحنه ، فكيف لو كان هذا البيض في البراد فيصل الى البلد المستورد ونوعيته غير مرغوب بها فلا قيمة عندئذ للبيض اللبناني في البلاد العربية من ناحية طزاجته ، خاصة وان البلاد العربية تستورد في هذه السنوات من بلاد ذات اقتصاد موجه وباسعار اغراقية فلا يمكن باية حال من الاحوال ان نضارب في هذه الاسواق الا من ناحية النوعية لذلك يجب قبل كل شيء ان نعتمد على رفع مستوى نوعية البيض اللبناني . مثالا على ذلك في سنة ١٩٦٧ صدر لبنان ١٠٥ ملايين بيضة الى العراق اما في سنة ١٩٦٨ صدرنا فقط الى العراق ٧٢ مليون بيضة واني اعتقد في السنوات المقبلة اذا ما اعتمدنا على رفع مستوى نوعية البيض ووضعنا الانظمة الدقيقة للتصدير فمن الممكن ان نخسر الاسواق العربية دفعة واحدة .

اما بالنسبة لتربية الفروج في لبنان فمعظم الانتاج محصور بين البقاع وشمال لبنان حيث انه يوجد ٤٠ ٪ من الانتاج في البقاع و ٣٥ ٪ في الشمال و ٢٠ ٪ في جبل لبنان وخمسة بالماية في محافظة الجنوب . في عام ١٩٦٨ ٨٤ ٪ من انتاج الفروج في لبنان استهلك محليا و ١٦ ٪ صدر خاصة الى الاردن . هذا مع العلم ان معظم الفراريج المصدرة الى الاردن كانت حية .

ان السوق الداخلي للفروج يغذى من ثلاثة مصادر .

اولا = التجار

يوجد حوالي ثلاثون تاجرا في لبنان يشترون الفراريج حية من المزرعة ويبيعونها اما حية الى بائعي الجملة او المفرق واما مزبوحة وموضبة .

ثانيا = يوجد في لبنان مسلخا واحدا كبيرا للدواجن ومعد هذا المسلخ بالات حديثة واتوماتيكية وسعة هذا المسلخ ثمانية الاف فروج في كل عشرة ساعات . اى ما يقارب المليونين ونصف فروج في السنة الواحدة هذا اذا شغل مرة واحدة في اليوم . وهذا المسلخ مركزه زحله ، فتوضيب الفراريج اما مقطعة اى بدون رأس ورجلين واما مع رأس ورجلين فالتوضيب الاول يفضله اصحاب الشوايات والتوضيب الثاني تفضله ربات البيوت .

ثالثا = بعض المزارع لديهم مسالخ صغيرة خاصة في وسط مزرعتهم معظمها بدائية وغير حديثة مؤلفة من غرفة وبعض المعدات الصغيرة الحجم لنتف وتجويف وغسل الفروج وتباع هذه الفراريج بواسطة اصحابها الى بائعي الجملة او المفرق .

وكما ان هنالك مشاكل في تسويق البيض فيوجد ايضا مشاكل في تسويق الفروج

اولا = ان قلة وجود المسالخ الحديثة في لبنان تسبب في وجود كميات وانواع كثيرة من الفراريج المذبوحة وغير المصرية والموضبة توضيبا فنيا صالحا ان كان للاستهلاك المحلي او للتصدير .

ثانيا = لا يوجد حتى الان مراقبة صحية فعالة على مسالخ الدواجن كما هو مفروض ان يكون الحال في مسالخ ذبائح الحيوانات . فمن الضروري تأمين مراقبة لمسالخ الدواجن بواسطة اطباء بيطريين واعطاء شهادات صحية لكل مسلخ دواجن حتى يكون هنالك ثقة لاستهلاك الفروج ان كان بالنسبة للسوق المحلي او بالنسبة للاسواق العربية والخارجية .

ثالثا = ان الفروج في لبنان لا يستهلك حتى الان الا على طريقة واحدة تقريبا فيجب الاهتمام بصورة خاصة الى زيادة الاستهلاك المحلي الامر الذى يخفف من استيراد اللحوم بالملايين .

ان الفرد في لبنان لا يأكل اكثر من ٥ الى ٦ فراريج في السنة يقابلها حوالي العشرين في الولايات المتحدة واكثر من خمسين فروج في فلسطين المحتلة .

لذلك يجب توعية الرأى العام عن كيفية طهي الفروج بطرق عدة وعن ايجاد في الاسواق اجزاء من الفروج حيث تمكن المستهلك من اختيار الجزء المناسب لطهيه اليومي، مثلا يمكن تقطيع الفروج الى جزئين او الى افخاذ او رقبات او صدور الخ . وبالطبع تختلف الاسعار بالنسبة الى اجزاء الفروج .

رابعا = من المشاكل الاساسية في تصدير الفروج هو كلفة انتاجه العالية بالنسبة الى البلاد الاوروبية عامة والى البلاد ذات الاقتصاد الموجه خاصة والتي تضارب الفروج اللبناني باسعار اغراقية وهنا نشير ان من اهم العناصر التي تدخل في كلفة انتاج الفروج هو العلف حيث يشمل اكثر من ٦٠ بالمئة من مجموع كلفة الانتاج لذلك يجب التوصل الى تخفيض كلفة العلف حتى يصار الى تصدير الفروج باسعار تعادل نوعا ما الفروج المستورد من البلاد الاوروبية

ب — قطاع الحليب ومشتقاته :

ان معدل الاستهلاك السنوي للحليب ومشتقاته في لبنان (اعني الحليـــب، اللبن ، اللبنة ، الجبنة ، زبدة وسمنة) يناهز ٢٧٠ الف طن مصبر عنها (بالحليب السائل المعادل) .

استورد لبنان خلال السنتين ١٩٦٧ — ١٩٦٨ ما معدله في السنة الواحدة ١٧٠ الف طن اى ٦٣ بالماية اما المئة الف طن الباقي انتج محليا .

اما كيفية استهلاك هذه الكمية من الحليب فهي تقريبا على الوجه الاتي :

اولا = ستون الف طن كحليب سائل ونصف هذه الكمية مصدرها الحليب البودره المستورده .

ثانيا = خمسة وتسعون الف طن جبنة على مختلف انواعها مستورد منها اكثـر من اربعين بالماية

ثالثا = تسعة وسبعون الف طن زبده وسمنة يمكن اعتبارها جميعا مستورده

رابعا = سبعة وعشرون الف طن لبن ولبنة معظم مصدرها من الحليب البورده المستورده .

خامسا = تسعة اطنان الباقية استهلكت في مصانع البوظة والبسكوت والشوكولا .

لقد اجرى مكتب الانتاج الحيواني في عام ١٩٦٨ دراسة احصائية من الابقار الحلوب في لبنان والتي شملت ١٥٧٥ قرية اظهرت فيها ان لدى ٢١٠٣٥ مزارعا ٥١٠٥٢ بقره مقسمة علـى الوجه الاتي :

اولا = ٢٣٠٤٥ بقره حلوب في طور الانتاج
ثانيا = ١٣٠٤٦٤ بقره جافة
ثالثا = ١٤٠٦٤٣ بكيرة
رابعا = قدر معدل انتاج الحليب اليومي من الابقار بمئتي وستة اطنان (اى ما يعادل ستون الف طن سنويا) ستون بالماية تستهلك في مكان الانتاج . اما الاربعون بالماية الباقية فتباع الى التجار .

كما وان كمية الحليب السائل المنتجة في لبنان من الابقار تمثل ستون بالمايـــة من مجموع الحليب المنتجة ،اما الاربعون بالماية الباقية تشمل ٢٨٪ حليب ماعز و ١٢٪ حليب غنم .

هذا هو الوضع الحالي بالنسبة الى انتاج الحليب بوجه عام اما كيفية التصريـف والمشاكل التي يواجهها هذا الانتاج فتختلف بالنسبة الى مصدر الانتاج ان كان من الماعز او الغنم او الابقار .

الماعز: ان القسم الاكبر من انتاج حليب الماعز يستعمله المزارع في صناعة الجبنة الخضراء او اللبن واللبنة .هذه طبعا صناعات سهلة التصريف خاصة في فصل الصيف حيث تباع باسعار معقولة الى المصطافين .

اما البقية الباقية من حليب الماعز تستهلك في البيت كحليب طازج او تباع في القرية .

لذلك نرى انه لا يوجد صعوبة ولا اى مشكلة في تسويق هذا النوع من الحليب .

الغنم : اما بالنسبة الى الغنم كذلك معظم انتاج الحليب يستعمل لصناعة جبنة الحلوم. يجمع عادة الحليب بواسطة التجار اصحاب مصانع الجبنة اوبالاشتراك مع اصحاب هذه المصانع فيذهب التجار الى القرى ويفرض السعر الذى يلائمه على المزارعين فيرضخ المزارع للامر الواقع حيث انهم يسيطرون على كافة ابواب التصريف والتي تفرض نوعا من الاحتكار على هؤلاء المزارعين مثالا على ذلك كان حليب الاغنام يتراوح بين ٥٠ و ٦٥ غرشا ونتيجة عن تحكم التجار ان هذا السعر تدنى حتى بلغ ٤٠ الى ٤٥ غرشا فقط .

طبعا اثر هذا التخفيض على المزارع في دخله القومي دون ان يؤثر في تخفيض سعر الجبنة ان كان لتجار الجملة او المفرق .

وهكذا يكون التاجر المحتكر المستفيد الوحيد من هذه الصناعة .

الابقار : ان المعضلة الاساسية ترتكز في هذا القطاع اعني قطاع انتاج الحليب من الابقار . قلة قليلة من التجار يتعاطون بتسويق الحليب من المزارعين خاصة من المزارعين الصغار الذين يربون بقرة بقرتين او ثلاثة . وانما يتركز عملهم على تسويق الحليب من المزارع التجارية . فيأخذون الحليب ويسلمونه الى معامل التصنيع في المدن اعني بيروت طرابلس وشتوره فهنالك حوالي عشرون الف مزارع من المزارعين الصغار لا يستطيعون تصريف انتاجهم بواسطة التجار لان انتاجهم من جهة ضئيل واسعار القرية او القرى المجاورة ضئيلة ولا يمكنهم تصريف انتاجهم مباشرة في المدن حيث ان تكاليف النقليات بالنسبة الى انتاجهم مرتفع جدا . وحيث انه لا يوجد تعاونيات في هذه القرى البعيدة فيضطر المزارع الى استهلاك انتاجه من الحليب على عائلته وتحويل قسم كبير من انتاجه الى مشتقات الحليب كالجبنة واللبنة واللبن كي يؤمن معظم حاجاته الغذائية .

انطلاقا من هذه المشكلة وتفاديا للمشكلة التي تجبر المزارع بعدئذ على بيع ابقار الحلوب والاستغناء عنها باشر مكتب الانتاج الحيواني بانشاء ثلاثة مراكز تجميع الحليب في انحاء لبنان وخاصة في القرى البعيدة . وهذه المراكز ستبدأ عملها في وقت قريب جدا وسينشاء ايضا ثمانية مراكز اخرى قبل نهاية عام ١٩٦٦ .

ان المراكز الثلاثة التي انشاءت هي في مركز العبدة (في الشمال) ومركز تل العمارة في البقاع ومركز صور في الجنوب .

وساعرض فيما يلي صورة مقتضبة عن هذه المراكز .

مراكز تجميع الحليب :

تتألف مراكز التجمع من تجهيزات حديثة جاهزة لاستلام الحليب وتبريده بسرعة كي تمنع تسرب عامل الحموضة اليه . هذه المراكز تستلم الحليب من المنتجين وبعد فحص نوعيته تجرى عليه عمليات التبريد ومن ثم ينقل بسيارات مبردة الى المعامل التي بدورها تجرى عليه البسترة والتعقيم والتوضيب وتجهزه للمستهلك على احسن حال والغاية من اقامة هذه المراكز هي تسهيل عمليات التسويق للمنتجين في المناطق النائية وبصوره مؤقته تشجيعية تدريبه لحثهم لاقامة مثلها . وبما انه تعذر تغطية المساحة اللبنانية بهذه المراكز فهي ستكون نموذجية حتى في حال نقلها او سحبها من امكنتها تجعل المنتجين للحليب يشعرون بالفراغ الذى خلفته لهم هذه المراكز حتى تجعلهم بالتالي يتكتلون ويثابرون على تضامنهم السابق من جراء الفائدة التي سبق لهم ان جنوها عندما كانت قائمة مراكز التجمع انطلاقا من هذا المنطق تكون المراكز بداءة نواة لقيام تكتل تعاوني يعنى بالانتاج والتسويق وهكذا دواليك مركز وراء آخر وقيام تعاونية وراء اخرى مما يجعل التسويق للحليب على اساس تعاوني سليم سهلا للمنتجين .

وبما ان قيام المراكز حاليا يحل مشكلة التسويق من المنتجين حلا جزئيا بسبب عدم استلام الحليب من مزارب المزارعين فأن قيام التعاونيات مع مراكز تجمع خاصة لهم تجعل حل مشكلة جمع الحليب وتسويقه من اماكن انتاجها امرا ميسورا متمما للانتاج وهذا ما نأمله من منتجي الحليب ان ينشطوا ويتمسوا ما خطط لهم مكتب الانتاج .

سوف تساعد هذه المراكز على رفع مستوى اسعار الحليب وعلى تركيز هذه الاسعار على مدار السنة وعلى تأمين التصريف المنتظم وينوى مكتب الانتاج مباشرة استلام الحليب في هذه المراكز على اساس ٤٢ غرش للكيلو الواحد وهذا السعر يشكل رفعا للاسعار المتداولة حاليا والتي يستفيد منها تجار الحليب دون المنتجين .

تحسبا لهذه الصعوبات التي قد يواجهها المزارع في تصريف انتاجه وتسليم مصانع الحليب بالاسعار المفروضة من قبل مكتب الانتاج ريثما تبدأ مراكز تجميع الحليب مباشرة استلام الحليب من المزارعين استصدر مكتب الانتاج بتاريخ ١٨ اذار ١٩٦٨ القرار رقم ١/٦٨ حيث فرض على اصحاب مصانع الحليب والالبان ، شراء الحليب مباشرة او عن طريق مكتب الانتاج الحيواني بسعر ادنى قدره اثنان واربعون غرشا لبنانيا تسليم المصنع ، على ان لا تعطى اجازات استيراد الحليب المجفف في عبوات كبيرة للمصنع الا على هذا الاساس .

فور صدور هذا القرار عدة مصانع تعهدت مع مكتب الانتاج على شراء الحليب كما ورد في القرار ومصانع اخرى تجاهلت القرار ولم تتقدم بطلب الاجازة .

فالمصانع التي اعطيت الاجازات تخلق صعوبات جما قبل تنفيذ تعهدها باستلام الحليب المحلي وبالاسعار المفروضة بينما تثابر المصانع الاخرى التي لا تستفيد من الاجازات على شراء الحليب بالاسعار التي ترتأيها وتجعل المنتج تحت رحمتها من جهة وتحت رحمة الوسيط الذى يقوم بجمع الحليب من المزارع واحضاره الى هذه المصانع .

٨/٠٠٠

لذلك عندما تباشر مراكز تجميع الحليب باستلام الانتاج من المزارع يرفع مستوى اسعار الحليب وتتركز هذه الاسعار على مدار السنة .

والمشكلة الثانية التي تواجهها هذه الصناعة هي ان معظم مصانع الحليب لاتعمل بكامل طاقتها الانتاجية وذلك يعني بالطبع رفع مستوى كلفة الانتاج واسعار عالية نسبيا للحليب السائل او مشتقاته التي تنتجها هذه المصانع . والمشكلة لاتقف عند هذا الحد بل تتزايد تعقيدا عندما يصل الحليب الى بائع المفرق حيث تقدر نصيبه من الارباح بحوالي ٢٠ بالمئة . على سبيل المثال ان سعر مبيع المصنع حتى يصل للمستهلك هو ثمانون غرشا بينما من قبل المنتج ٤٢ غرشا فيكون الفرق بين نسبة المبيع والمشترى ٤٠ بالمئة . وهذا يعني ان كلفة التصنيع والتوضيب والتسويق عالية جدا فينتج عن ذلك انخفاضا في الاستهلاك . وبما انه لايوجد لدى بائعي المفرق اجهزة تبريد دقيقة لحفظ الحليب نرى مرتجعات عديدة من عبوات الحليب فاسدة تعاد لصاحب المصنع وهذا ايضا يؤثر تأثيرا فعالا على ارتفاع كلفة انتاج الحليب في المصنع مما يؤدى الى تدني الارباح .

وبالتالي عدم ضبط عمليات التسويق بصورة حسنة . في هكذا حالة يتبين انه من الافضل ان يتولى المصنع بنفسه توزيع انتاجه من الحليب بدلا من بائعي المفرق كما هو الحال في عدة بلدان .

ووسيلة اخرى فعالة لتحسين وضع المعامل ورفع استهلاك الحليب السائل هو القيام بحملة اعلامية فعالة تستهدف تشويق المستهلك للحليب السائل الطازج بدلا من حليب البودره المستورد مبينا له حسنات هذا الصنف واكتساب ثقته المفقودة حاليا واقناعه بجودة تصنيع الحليب السائل .

وبما ان الاتجاه الحالي هو نحو استهلاك حليب البودره فالغاية اذن هي ايقاف هذا الاتجاه وبالتالي تحويله وارتداده نحو استهلاك الحليب السائل .

ج — قطاع اللحوم من منتجة ومستوردة :

يربى حاليا في لبنان ما يقارب سبعة وتسعون الف بقره منها واحد و خمسين الف بقرة حلوب . ويربى ايضا مئتي وعشرين الف رأس غنم واربعمائة وخمسون الف رأس ماعز

ان الهدف الاساسي لتربية هذه المواشي هو لانتاج الحليب اما انتاج اللحم فهو ثانوى بالنسبة للحليب في لبنان .

ان الانتاج الحالي السنوى من اللحوم يقدر على الوجه التالي

ـ لحم عجول ٢ر٨ الف طن والذى يكوّن تقريبا ١٢ ٪ من الاستهلاك المحلي من هذا الصنف .

ـ لحم غنم ١ر٨ الف طن والذى يكوّن تقريبا ٧ ٪ من الاستهلاك المحلي من هذا الصنف .

ـ لحم ماعز ٣ر٢ الف طن والذى يكوّن تقريبا ٥٤ ٪ من الاستهلاك المحلي من هذا الصنف .

اضافة على ذلك ان الاحشاء الصالحة للاكل من المواشي المحلية تقدر بـ٥ر١ الف طن حيث تكون تقريبا ١٨ ٪ من الاستهلاك المحلي من هذا الصنف ويشكل مجمل هذه الاصناف من اللحوم المنتجة محليا ، ومن مشتقاتها ما يعادل فقط ١٤ ٪ من حاجة استهلاك اللحوم في البلاد .

اما القسم الباقي فهو مستورد حيث ان معظمه حيوانات حية كالبقر والغنم والماعز ويشكل ٧٤ ٪ من اللحم الصافي والباقي ١٢ ٪ لحوم مبردة ومعلبة ومجلدة .

تسويق اللحوم :

يقسم تسويق اللحوم في لبنان الى :

١ ـ تسويق اللحوم الناتجة عن المحيوانات الحية
٢ ـ تسويق اللحوم المبردة والمجلدة والمعلبة واحشاء وغيرها

١ ـ تذبح الحيوانات الناتجة محليا او المستوردة حية في بعض المسالخ القليلة نسبيا في البلاد والمحصورة في المدن الكبرى كبيروت وطرابلس وصيدا وزحله وبعلبك وبمحمدون وغيرها . وجميع هذه المسالخ غير مجهزة فنيا بالقدر المفروض في بلد كلبنان ، ومع وجود مسالخ حديثة للغاية كمسلخ بيروت الحديث والمسلخ التابع للمحجر الصحي البيطرى في طرابلس فلم يعمد بعد الى استعمال هذه الاماكن المثالية لتوضيب اللحوم .

وينتج عن ذبح الحيوانات في المسالخ البدائية ، اوخارج المسالخ في معظم الاماكن والاحيان ، فقدان الرقابة على النوعية وعلى النواحي الصحية للحوم المرسلة الى الاسواق .

كما ينتج عن ذلك فوضى في عمليات التسويق وضبط الكميات والاسعار في مختلف المراحل .

وانعدام التنظيم في التوضيب والحفظ والنقل والتوزيع جعل الرقابة على الاسعار وعلى مصلحة المستهلك مفقودة بتاتا . اذ ارتفعت اسعار اللحوم الى الحدود التي يفرضها التجار بالاستناد لوسائل توضيبهم الناقصة والمؤذية للهدر الكبير من قيمة الذبائح والذى لا ينقص عن ٣٥ ٪ .

ويلاحظ ان اسعار اللحوم مرتفعة على العموم والى حدود لا تتلاءم مع الاسعار العالمية مما يلفت النظر الى سوء تنظيم تموين البلاد بالحيوانات الحية المعدة للذبح وباللحوم على اختلاف انواعها . فاعداد الحيوانات المستوردة وكميات اللحوم المستوردة تدخل البلاد بطريقة مجزئة وعلى دفعات صغيرة مما يؤدى الى ارتفاع اسعارها بسبب اكلاف نقلها من جهة وعدم شرائها بالجملة وبكميات ضخمة في ان واحد .

المقترحـــــــات

ان المشكلة الكبرى في امكانيات تسويق المنتجات الحيوانية ناتجة عن فقدان الحلقة اللازمة بين مرحلة الانتاج من جهة ومرحلة الاستهلاك من جهة ثانية . فحتى يصل الانتاج من مصدره الى المستهلك مطابقا للمواصفات والضمانات التي تتوافق مع ذوق المستهلك من جهة ومع امكاناته المادية من جهة ثانية ، يجب تنظيم كافة عمليات جمع وتوضيب وحفـــظ وتصنيع المنتجات الحيوانية قبل ايصالها الى المستهلك .

بعد هذا الاستعراض الموجز عن الوضع الحاضر لمشاكل التسويق في لبنـــان اعرض الاقتراحات فيما يعود للقطاعات الرئيسية الثلاثة .

أ ــ القطاع الداجن :

ان القطاع الداجن هو من اهم القطاعات الرئيسية الثلاثة حيث ان لبنان يصدر كمية كبيرة نسبيا ان كانت من بيض الاستهلاك او الصوص المعد للتربية او الفروج . فمن الضروري الاهتمام الكلي بهذه الصناعة الناشئة ، وذلك بالطرق التالية :

١ ــ رفع مستوى نوعية البيض والفروج ووضع الانظمة الدقيقة للتصدير ان للبيض او الفروج وقد باشر مكتب الانتاج مؤخرا بوضع مشروع نظام لتصنيف البيض المستهلك محليا والمصدر .

٢ ــ خلق جهاز لمراقبة مصانع الاعلاف ومراكز توضيب البيض ومسالخ الدواجن وقد انشأت في مكتب الانتاج الحيواني دائرة للمراقبة وستباشر عملها في القريب العاجل .

٣ ــ توعية الرأى العام بكافة طرق الاعلام :

ــ شرح الفرق بين لحم الفروج من جهة ولحم الماشية من جهة اخرى واظهـــار خصائص لحم الفروج الذى هو سهل الهضم ولا يؤدى الى السمنة التي يخشاها المستهلك .

ــ الدعاية بواسطة الصحف والتلفزيون للطبخ اليومي والاستعانة باستاذ في الطبخ عن المأكولات اللبنانية التي يمكن تحضيرها بالفروج او بالبيض .

ــ حيث المدارس والمؤسسات الخاصة على استعمال الفروج والبيض كمادة الاساسية لتحضير مختلف المأكولات اللبنانية

ــ اجراء احتفالات في مختلف انحاء لبنان تقدم فيه المأكولات المنوعة المحضره بالفروج والبيض وتوزع جوائز على صاحب احسن طبق .

ــ وضع مقابلات مختلفة مع اطباء واخذ رأيهم في منافع الفروج والبيض .

٤ ــ تأمين النقل السريع والنقل المبرد اذ كان للبيض او للفروج

٥ ــ التصنيع من الضروري تأمين الوسائل للاستفادة من الفروج بكامله حيث لا يتلف اي جزء في اجزائه وهذا يؤثر تأثيرا فعالا على زيادة العائدات الصافية .

ب ــ قطاع الحليب ومشتقاته :

تقسم هذه المقترحات الى قسمين :

ــ الحلول المباشرة
ــ الحلول الطويلة الامد

اولا = الحلول المباشرة :

١ ــ تأمين تسويق الحليب المنتج محلياً باسعار معقولة وذلك بالاسهام في جمع الحليب من المناطق النائية وتبريده ونقله الى مراكز التصنيع او تصنيعه محليا ، وكما ذكرنا سابقا لقد باشر مكتب الانتاج بانشاء مراكز نموذجية لهذه الغاية .

٢ ــ مراقبة جميع مراحل جمع ونقل وتصنيع الحليب ومراقبة حسن استعمال الحليب المجفف المستورد . ويسمى مكتب الانتاج لتأمين الاجهزة الفنية والاقتصادية التي سوف تمكنه من اجراء المراقبة الفعالة على جميع هذه المراحل والتي سوف تخلق الطمأنينة المفروضة عند المنتج والمصنع والمستهلك في ان واحد .

٣ ــ حماية الانتاج المحلي من الحليب ومشتقاته من المضاربة الاجنبية غير المتكافئة ، وذلك عن طريق الحماية الاقتصادية .

٤ ــ وضع حد اعلى لاسعار بيع الحليب ومشتقاته وذلك بتنسيق دقيق يضمن استمرار تأمين حاجة الاستهلاك دون تحميل المستهلك اعباء الحماية وكما ذكرنا سابقا ان الوسيلة الفعالة لتخفيض السعر هو ان تتكفل المصانع بتوزيع الحليب على المستهلك مباشرة .

٥ ــ فرض تدوين المواصفات والاسعار على عبوات الحليب المبستر او المعقم المعد للاستهلاك المقترح من مكتب الانتاج والمتضمنة .

اسم وعنوان المصنع ، ونوع البضاعة واوصافها (لبن ــ لبنة ــ حليب معقم او مبستر) ، والنسبة المئوية لدسم الحليب والمواد الصلبة غير الدسمة ، والوزن الصافي للبضاعة ، وتاريخ الصنع ، وسعر بيع المفرق للمستهلك بالفروش اللبنانية .

ثانيا = الحلول الطويلة الامد :

— وضع مراكز تجميع الحليب بتصرف المنتجين بعد ضمهم في جمعيات وتعاونيات ، حتى يصار فيما بعد الى تنظيم مماثل للتسويق من قبلهم ويؤمل ان يعمم مثل هذا التنظيم على مختلف المناطق اللبنانية .

— واخيرا تأمين القروض اللازمة لاستيراد الابقار المؤصلة قصد زيادة الانتاج والافادة منها في نشر الصفات الوراثية الممتازة .

ان ارتفاع نسبة انتاج الابقار الحلوب سوف يؤدي حتما الى تخفيض كلفة انتاج الحليب والاسهام في تنمية هذا القطاع الهام .

ج — قطاع اللحوم :

ان العلاج الفعال لهذا القطاع هو في ايجاد شبكة منظمة حديثة من المسالخ ، تستعمل الطرق الفنية في عرض الحيوانية للبيع وللرقابة قبل الذبح ، ومن ثم الذبح على الطرق الفنية والتوضيب الحديث ، والتبريد والحفظ والنقل بشكل يؤمن سلامة وصول اللحوم الى حوانيت الجزارين ومن ثم الى المستهلك ، ويؤمن الافادة الكاملة من البقايا والفضلات والنفايا وتصنيعها ، واستثمار الحيوان المذبوح كاملا ، وتلافي الهدر الكبير الذي يلاحظ حتى الان . وقد تقدم مكتب الانتاج الحيواني بحلول اهمها الحلول الثلاثة التالية والتي ما زالت قيد الدرس من قبل بعض المراجع الرسمية :

١ — اقتراح بمنح مستوردي الابقار والاغنام قروض موسمية بدون فائدة بقصد تسهيل استيراد اكبر كمية ممكنة من الابقار والاغنام المعدة للذبح لسد حاجة البلاد .

٢ — منح مستوردي الابقار والاغنام قروض موسمية بدون فائدة بقصد تسهيل استيراد اكبر كمية ممكنة من مواد تغذية الحيوان .

٣ — منح قروض للراغبين في انشاء او توسيع الزرائب لايواء الابقار والاغنام المعدة للذبح وهذه الحلول الثلاثة ما هي الا حلول تمهيدية تؤدي الى تخفيض كلفة الاستيراد ومن ثم تخفيض كلفة الايواء حتى الذبح مما يؤدي الى تخفيض اسعار اللحوم . بالاضافة الى هذه المقترحات الانية ، وفي سبيل التخطيط لانماء على المجال الطويل يقتضي القيام بدراسات اقتصادية وتقنية حول امكانية مضاعفة اعداد والمواشي التي تربى في لبنان لتوفير اقصى ما يمكن من حاجات السكان الى اللحوم والحليب .

الجمهورية اللبنانية
مكتب وزير الدولة لشؤون التنمية الإدارية
مركز مشاريع ودراسات القطاع العام