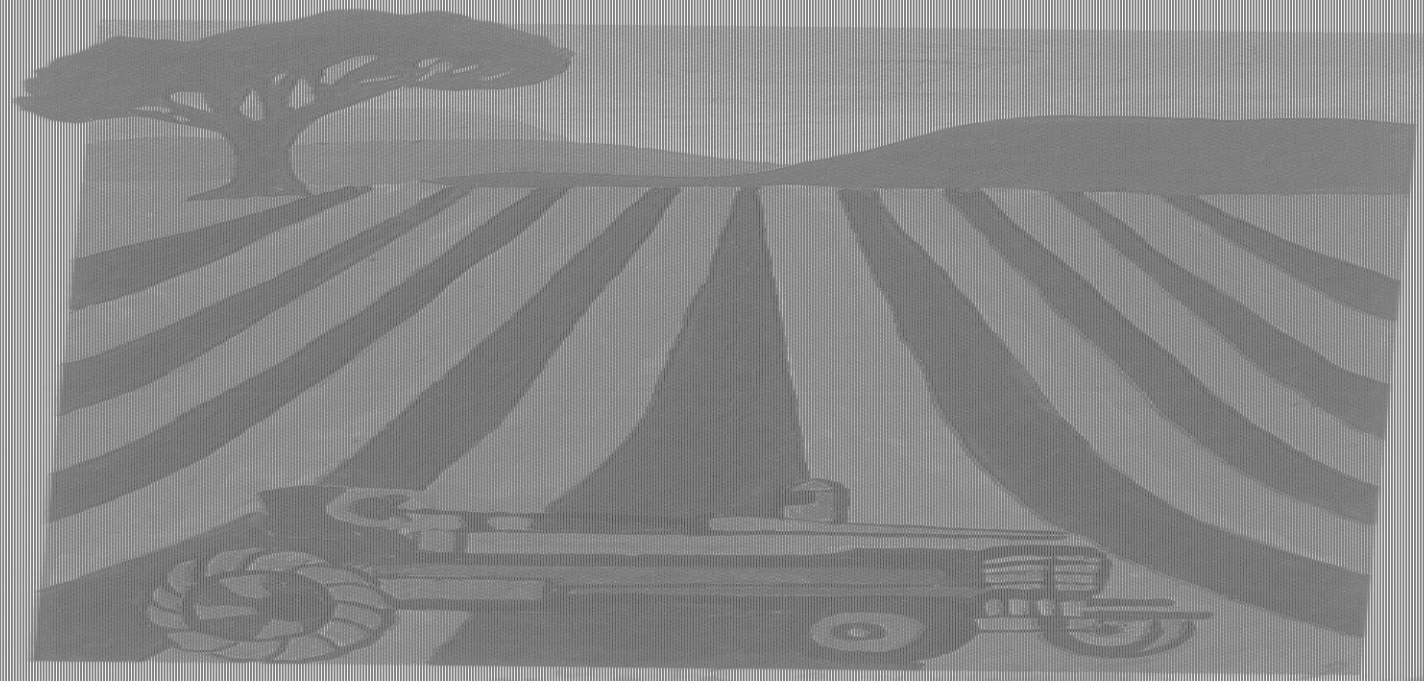


القطيع الزراعي
في لبستان
تحت ليل وآفاق



توفيق جابر



المركز اللبناني للدراسات

الفريق الإداري

بول سالم: مدير عام
كمال شحادة: مدير أبحاث
فارس أبي صعب: مدير تحرير
مايكل يونغ: مدير تحرير
زياد ماجد: منسق البرامج
روزي ناصر: مديرة برامج
سيفين بيضون: مديرة برامج
رنا حوري: باحثة مشاركة
ميشال توما: باحثة مشاركة

المنبر الإقتصادي اللبناني

اللجنة الإستشارية

سمير نصر
بطرس لبكي
فادي عسيران
إيلي عساف
اسكندر شيبان
كمال شحادة
أديب سالم

القَطَاعُ الزَّرَاعِي
فِي لِبْنَانَ
تَحْلِيلٌ وَأَفَاقٌ

توفيق جابر

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

القطاع الزراعي
في لبنان
تحليل وآفاق

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

الأهداف

إلى روح والسدي



المركز اللبناني للدراسات

بناية الطيار

ص.ب: ٥٥٢١٥

سن الفيل، بيروت، لبنان

تلفون: ٤٩٠٥٦١ - ٤٩٠٥٦٦ (٠١)

فاكس: ٦٠١٧٨٧ (٠١)

e-mail: center @ lcps. org. lb

الطبعة الأولى ١٩٩٧

© المركز اللبناني للدراسات

حقوق النشر محفوظة

ISBN: 1 - 886604 - 08 - 8

المحتويات

مقدمة	١١
تمهيد	١٣
الفصل الأول: الاقتصاد اللبناني والقطاع الزراعي	١٧
أولاً: لمحة عن الاقتصاد اللبناني	١٧
١ - الملامح الطبيعية	١٧
٢ - الاقتصاد اللبناني	١٧
ثانياً: الزراعة والاقتصاد	١٩
١ - المساحة المزروعة والسكان	١٩
٢ - الأهمية الاقتصادية للزراعة	٢٠
الفصل الثاني: سياسات الحكومة وبرامجها في القطاع الزراعي	٤٩
١ - سيادة السيطرة على الواردات: الرزنامة الزراعية	٥٠
٢ - مشروعات الري	٥٠
٣ - المشروع الأخضر	٥١
٤ - خدمات البحث والإرشاد والتوجيه	٥٢
٥ - القروض والتمويل	٥٣

قائمة الجداول

١٨	(١ - ١) تطور نصيب مختلف قطاعات الاقتصاد في إجمالي الناتج الوطني (في المئة)
١٩	(١ - ٢) التغيير في مساحة الأرض المزروعة (بالهكتار)
٢٠	(١ - ٣) تطور عدد السكان والقوة العاملة (بالالف)
٢٠	(١ - ٤) أهمية الزراعة في الاقتصاد
٢٢	(١ - ٥) مؤشرات بنية التجارة (بملايين الدولارات الأميركية)
٢٤	(١ - ٦) مؤشرات بنية التجارة الزراعية (بملايين الدولارات الأميركية)
٢٥	(١ - ٧) أهم أسواق التصدير (بملايين الليرات اللبنانية)
٢٦	(١ - ٨) أهم أسواق الإستيراد (بملايين الليرات اللبنانية)
٣٠	(١ - ٩) نسبة مساهمة قطاعي النبات والحيوان في القطاع الزراعي
٣٢	(١ - ١٠) الأهمية النسبية لقنوات التسويق
٣٤	(١ - ١١) توزيع مواقع عقد الصفقات وإجراءات البيع
٥٦	(٢ - ١) قائمة بالمشروعات الحكومية قيد الانجاز لعام ١٩٩٦
٧٠	(٣ - ١) نقاط القوة والضعف في قطاع الزراعة اللبناني
٨٧	(م - ١) الوقت الذي يسمح خلاله باستيراد المنتوجات الزراعية التي تحتاج إلى تصريح
٨٨	(م - ٢) الوقت الذي يسمح خلاله باستيراد منتوجات زراعية محددة ولا تتطلب تصريحاً

٥٤	٦ - الخطة الخمسية في القطاع الزراعي
٥٦	٧ - التطورات الحالية وبرامج الحكومة وخدماتها
٥٩	الفصل الثالث: التطورات العالمية وميزة لبنان التنافسية
٥٩	أولاً: التغييرات والتطورات العالمية
٦٠	١ - دورة أورغواي لمفاوضات التبادل التجاري (اتفاقية الغات)
٦١	٢ - شؤون البيئة وما يتعلق بها
٦١	٣ - اتجاهات الاستهلاك في العالم وأساليب التسويق
٦٣	ثانياً: قدرة القطاع الزراعي في لبنان على المنافسة
٦٤	١ - تحليل عوامل القوة والضعف (تحليل SWOT)
٦٨	٢ - الملخص والنتائج
٧٣	الفصل الرابع: الملخص والنتائج والمضامين السياسية والتوصيات
٧٣	١ - فكرة البحث ومصادر المعلومات
٧٤	٢ - اقتراحات بأبحاث إضافية
٧٤	٣ - رؤية شاملة للملخص والنتائج والمضامين السياسية
٧٩	٤ - نتائج وتوصيات
٨٧	ملحق

مُقَدِّمَةٌ

شهد الاقتصاد العالمي تغيرات وتطورات مهمة، منها توقيع اتفاقية الغات للتجارة والتعرفة الجمركية (GATT)، وإنشاء منظمة التجارة العالمية (WTO) ونشوء كتلتا اقتصادية اقليمية مثل النافتا (NAFTA) والاتحاد الأوروبي (EU). ومن المتوقع أن تترك هذه التغيرات أثراً مهماً في القطاعات الاقتصادية لجميع البلدان بما فيها لبنان.

وفي لبنان، تزايد الحديث في الآونة الأخيرة عن ضرورة إيلاء القطاع الزراعي الأهمية اللازمة والعمل على زيادة الكفاءة الإنتاجية والقدرة التنافسية للمنتجات الزراعية من خلال سياسة زراعية واضحة وسليمة.

بناء على ما تقدم، كان من الضروري إجراء تقويم اقتصادي للقطاع الزراعي بهدف وضع توصيات وخطوط عريضة لسياسة زراعية تساعد، في حال تبنيها، على تحقيق تنمية زراعية مستدامة؛ وهذا هو الهدف الرئيسي من هذا الكتاب، حيث تمت دراسة وتحليل الهيكلية التنظيمية والقانونية والمؤسسية للقطاع الزراعي، إضافة إلى بحث ميداني بهدف التعرف إلى التقنية المتبعة في الانتاج الزراعي، إضافة إلى بحث ميداني بهدف التعرف إلى التقنية المتبعة في الانتاج والتسويق وتحديد نقاط الضعف والقوة في الهيكلية الزراعية. ثم دراسة المشاكل التي تواجه العاملين في القطاع الزراعي من مزارعين ومصدرين ووسطاء، بهدف وضع تصور لسبل معالجتها. وخلصت الدراسة الى وضع تصور لهيكلية تنظيمية وإطار عام لسياسة زراعية يتطلب تطبيقها تغيير وتطور في التفكير الاستراتيجي (Strategic Thinking) للقيمين على القطاع الزراعي بحيث يتم اعتبار التنمية الزراعية كأساس لا بديل منه لتنمية اقتصادية مستدامة. وهذا بالتالي يتطلب قراراً سياسياً واضحاً وارتباطاً صريحاً بإجراء تنمية زراعية متوازنة وقابلة للاستمرار.

تمهيد

في الاقتصاد، تؤدي الزراعة دوراً أبعد من إمداد الوطن بالطعام الكافي. وتحديداً، تعد الزراعة قطاعاً حيوياً لا يساهم في تعزيز البناء الاقتصادي - الاجتماعي والاستقرار السياسي في الوطن فحسب، بل تؤدي أيضاً دوراً مميزاً في إمداد الوطن بمجموعة واسعة من المحاصيل التي تُساهم في تحسين الميزان التجاري بتصدير الفائض منها، ومن ثمّ تأمين تدفق العملة الأجنبية. لذلك، يجب النظر إلى تطوير الزراعة كخطوة لا بد منها لتطوير الوطن.

موضوع البحث

شهد الاقتصاد العالمي الكثير من التغيرات الحديثة والتطورات المستجدة، تشمل إنجاز ما يسمى اتفاقية «الغات» (GATT)، وإنشاء منظمة التجارة العالمية (WTO)، وظهور التكتلات التجارية الإقليمية. وما تنطوي عليه هذه التغيرات والتطورات من تأثير في القطاع الزراعي، يعتمد على مجموعة من العوامل التي تشمل: بنية القطاع الزراعي وأهميته في الاقتصاد؛ الاعتماد على التجارة الدولية لتأمين إمدادات الغذاء؛ والسياسة الزراعية في لبنان. إزاء هذه الخلفية نجد أن هناك قلقاً متزايداً في شأن القطاع الزراعي في لبنان ودوره في المستقبل.

كشفت الاستقصاءات والأبحاث أن المسؤولين الحكوميين والمزارعين يتبادلون التهم، وتوجيه الانتقادات، الأمر الذي يثير قلقاً في شأن إمكانات القطاع الزراعي، ومساهمته في التطور الاقتصادي. ويؤيد المزارعون - تحديداً - سياسة تدخل الحكومة، ويطالبون بتوفير الحماية للزراعة. كذلك يجادل الفلاحون بأن دخلهم يميل إلى التدني مقابل ببقية العاملين في المجتمع، ويزيد الأمر خطورة نزوح العاملين في الزراعة عن هذا القطاع. في المقابل، يجادل المسؤولون

مصادر المعلومات ومنهج البحث

تم استخدام المصادر الأولية والثانوية في هذا البحث. تشمل المصادر الأولية سلسلة من المقابلات أجريت مع المسؤولين في وزارة الزراعة، ومناقشات مع خبراء في القطاع الزراعي اللبناني. وزيارات ميدانية للمزارعين، ولقاءات بالعاملين في مجال التسويق الزراعي. وتشمل المصادر الثانوية ما نُشر حول الموضوع، والبيانات الإحصائية الأساسية من مصرف لبنان وغرفة التجارة والصناعة في بيروت، ووزارة الزراعة. وأضيف إلى ذلك وجهة نظر وتحليل للدراسات السابقة التي قدمت معلومات مفيدة في شأن بعض مظاهر القطاع الزراعي. وتعد هذه المجموعة من المصادر كافية لتحقيق التعمق والدقة المطلوبين لهذا البحث.

وقد تم تبني مجموعة من الطرائق المنهجية تساعد على تقديم منظار مفيد لفهم الإنتاج الزراعي في لبنان، ونظام التسويق. تشمل هذه الطرائق تحليل بنية السوق ومستوى أدائها (Industrial Organisation Theory)، و«نموذج بورتر» - الأفضلية الوطنية (Porter's Model of National Advantage). مع ذلك، من المهم أن نذكر أن نقص الإحصاءات على مدى السنوات، جعل من الصعب - إلى حد ما - التوصل إلى تحليل كامل للقطاع الزراعي.

نظام البحث

تم تقسيم هذا البحث إلى تمهيد وأربعة فصول: يقدم التمهيد البحث ويضع الخطوط العريضة للأهداف والغايات. ويعرض الفصل الأول الملامح الرئيسية للقطاع الزراعي في لبنان، ويحدد المشاكل الرئيسية والضعف التي تواجهه. ويسلّط الفصل الثاني الضوء على المظاهر الرئيسية للسياسة الزراعية والبرامج الحكومية. ويعرض الفصل الثالث التطورات الاقتصادية في العالم، ويفحص الأفضلية التنافسية للقطاع الزراعي. أما الفصل الرابع (الأخير) فيعرض النتائج، ومضامين السياسة الزراعية، ثم التوصيات والخيارات الاستراتيجية لتحقيق تطور هذا القطاع وتحقيق تنمية زراعية مستدامة.

الحكوميون بأن الحكومة تُوفّر الحماية للقطاع الزراعي من الواردات الزراعية المنافسة من خلال سياسة محكمة للسيطرة على الاستيراد، معروفة عموماً بـ «الرزنامة الزراعية». وبذلك تحول دون هبوط أسعار المنتوجات الزراعية وبالتالي انخفاض مداخيل المزارعين. وحتى الآن لا توجد دراسات تعتمد على الملاحظة والاختبار والاستقصاء لتؤيد هذه المناقشات أو لتدحضها. وفي الواقع، نادراً ما كانت هناك محاولة لسبّر هذه الحجج بهدف فحص المشاكل الحقيقية التي تواجه القطاع الزراعي، وفهم هذه المشاكل، على نحو كامل من دون أي تحيز. وتكشف الدراسات حول هذا الموضوع، أيضاً، أن جوهر المشكلة الاقتصادية للقطاع الزراعي، أي الاستثمار الفعّال والمنتج للموارد الطبيعية النادرة في مجال الإنتاج والتسويق، لم يتم بحثه أو دعمه بالوثائق في دراسة علمية. وفي الحقيقة هناك ندرة في المعلومات حول المظاهر المختلفة للقطاع الزراعي التي تشتمل على البنية المؤسسية للأسواق الزراعية، والمشاكل التي يواجهها القطاع، ومدى المنافسة الزراعية. وقد أمدتنا الدراسات المتاحة بمعلومات مفيدة لبعض مظاهر القطاع. ومع ذلك، لم تحاول أي من هذه الدراسات أن تقدم تحليلاً إقتصادياً للقطاع المذكور، ولم يكن ممكناً الخروج بهذا التحليل منها. لذلك، فإنه من الواضح أن هناك ضرورة إلى تزويد صنّاع القرار السياسي بمعلومات مفصلة عن مدى فاعلية الزراعة ومجال المنافسة في هذا القطاع.

هدف البحث وغاياته

يهدف البحث إلى وضع سياسات وبرامج حكومية تؤدي من خلال اعتمادها إلى تحسين مستوى الأداء في القطاع الزراعي، وتساعد على تطوير هذا القطاع. وهذا يتطلب دراسة الإطار المؤسسي الذي سيعمل القطاع من خلاله، وتحديد الفاعلية في استثمار الموارد الطبيعية النادرة في الإنتاج والتسويق. ولتحقيق هذا الهدف سيركز البحث على الموضوعات الآتية:

- تحديد الخطوط العريضة للخصائص الرئيسية للقطاع الزراعي في لبنان.
- تحديد المشكلات الرئيسية، والضعف التي تواجه القطاع.
- تحديد الملامح الرئيسية لسياسة الحكومة وبرامجها في هذا المجال.
- وضع الخطوط العريضة للتطورات والتغيرات الرئيسية لهذا القطاع في العالم.
- فحص القدرة التنافسية للقطاع الزراعي وتقويم مستوى أدائه.
- إقتراح معايير لتيسير رفع مستوى أداء هذا القطاع وتعزيز تطوره.

الفصل الأول

الاقتصاد اللبناني والقطاع الزراعي

أولاً: لمحة عن الاقتصاد اللبناني

١ - الملامح الطبيعية

تقع دولة لبنان في القطاع الشرقي للبحر الأبيض المتوسط. وتجمعها بسوريا حدود مشتركة من جهتي الشمال والشرق، وحدودها الجنوبية فلسطين المحتلة، تبلغ مساحة لبنان ١٠٤٥٢ كلم^٢، ومجموع السكان نحو ٣,٩ ملايين نسمة^(١)، يتوزع السكان على المناطق الريفية والمناطق المدنية، وبلغت الكثافة السكانية عام ١٩٩٢ ٢٦٠ شخصاً/كلم^٢^(٢).

٢ - الاقتصاد اللبناني

يعتمد الاقتصاد اللبناني على قاعدة موارد طبيعية محدودة، وتطور معتدل في مجال الصناعة، وتصدير في المجالين الزراعي والصناعي. ومن أهم ملامح الاقتصاد اللبناني التاريخية اعتماده على قطاع الخدمات المسيطر على الزراعة والصناعة.

تتبنى السياسة الحكومية في مجال الاقتصاد مبدأ عدم التدخل المقترن بسيطرة حكومية محدودة على النشاط الاقتصادي. في عام ١٩٧٣ بلغ إجمالي الناتج الوطني (GDP) ٦,٣ مليارات ليرة لبنانية، نصيب قطاع الخدمات فيها ٧٠ في المئة، والصناعة ٢١ في المئة والزراعة ٩ في

(١) The World Bank, *World Bank Development Report*, «Development and Environment», (New York: Oxford University Press, 1995).

(٢) The World Bank, *World Bank Development Report* (New York: Oxford University, 1993).

ثانياً: الزراعة والاقتصاد

١ - المساحة المزروعة والسكان

تقدر مساحة الأرض الصالحة للزراعة بـ ٣٥ في المئة (٣٦٠ ألف هكتار) من مساحة الأرض في لبنان، لم يُزرع سوى ٦٠ في المئة (٢١٥ ألف هكتار) منها عام ١٩٨٧. وفي عام ١٩٩٢ ازدادت الأرض المزروعة إلى نحو ٢٩٤ ألف هكتار، ثم انخفضت في عام ١٩٩٤ إلى نحو ٢٩٠ ألف هكتار^(٥)، ويعرض الجدول رقم (١ - ٢) التغيرات التي طرأت على مساحة الأرض المزروعة.

جدول رقم (١ - ٢)

التغير في مساحة الأرض المزروعة (بالهكتار)

السنة	١٩٨٧	١٩٩٢	١٩٩٣	١٩٩٤
المنطقة				
الشمال	٥١,٩٦٠	٦٨,٨٢٥	٦٨,٠٨٠	٦٨,٢٧٤
الجنوب	٤٥,٦٩٠	٧٠,٦٧٠	٧٠,٨٤٥	٦٩,٧٦٧
جبل لبنان	٣٤,٩٤٠	٣٤,٦٠٧	٣٤,٢٨٠	٣١,٨٩٣
البقاع	٨٢,٤١٠	١٢٠,٠٦٦	١١٩,٨٦٠	١٢٠,٢١٨
المجموع	٢١٥,٠٠٠	٢٩٤,١٦٨	٢٩٣,٠٦٥	٢٩٠,١٥٢

المصدر: وزارة الزراعة، الإحصاءات اللبنانية (بيروت: الوزارة، ١٩٩٥).

يقدر عدد السكان النشطين إقتصادياً بـ ٢٥ في المئة (٩٩٦ ألفاً) من مجموع السكان. وقد شهد عدد السكان زيادة ملحوظة على مدى السنوات الخمس الماضية. ويوضح الجدول رقم (١ - ٣) تطور الزيادة في عدد السكان. ولعل عودة المغتربين من الخارج، والمعدل العالي للمواليد، يفسر تطور هذا النمو.

(٥) وزارة الزراعة، الإحصاءات اللبنانية (بيروت: الوزارة، ١٩٩٣ - ١٩٩٤).

المئة^(٣). وقد تم عرض تطور مساهمات مختلف القطاعات في إجمالي الناتج الوطني في الجدول رقم (١ - ١). وكان نصيب قطاع الخدمات في المساهمة في هذا الإجمالي أكبر من أي قطاع آخر. أما نصيب قطاع الزراعة فهو الأدنى بينها، الأمر الذي يعكس مدى أهمية قطاع الخدمات. وحين توقفت الحرب عام ١٩٩٠، أطلقت الحكومة اللبنانية خطة طموحة لإعادة الإعمار، تهدف إلى إعادة بناء البنية التحتية التي دمرتها الحرب الأهلية. وقد أفاد الاقتصاد اللبناني من هذه الخطة، فشهد قطاع الخدمات ازدهاراً واضحاً وبخاصة ما كان منه على صلة بقطاع البنوك، حيث تدفقت الأموال على نحو واضح. ففي عام ١٩٩٥ قام المغتربون اللبنانيون بتحويل ما قيمته ٦ مليارات دولار أميركي، وما هو أكثر أهمية استقرار معدل صرف الليرة تجاه العملات الأجنبية. وفي عام ١٩٩٥ كذلك، حقق إجمالي الناتج الوطني نمواً بنسبة ٧ في المئة، وهكذا استمر الأعلى من بين الدول المجاورة^(٤).

جدول رقم (١ - ١)

تطور نصيب مختلف قطاعات الاقتصاد في إجمالي الناتج الوطني (في المئة)

السنة	١٩٧٣	١٩٧٤	١٩٨٥	١٩٨٨	١٩٩٠	١٩٩١	١٩٩٢	١٩٩٣	١٩٩٤
القطاع									
إجمالي الناتج القومي (مليار دولار أميركي)	٢,٨٥	-	٢,٤٦	٢,٥٠	٢,٩٠	٣,٧٠	٥,٥٠	٧,٥٠	٩,٢٠
نسبة القطاع الزراعي	٩	٩	١٥	٢٠	٢٣	١٩	١٠	٩	٨
نسبة القطاع الصناعي	٢١	٢٣	٢٥	٣٤	٢٥	٢٣	١٨	٢٢	٢٢
نسبة قطاع الخدمات	٧٠	٦٨	٦٠	٤٦	٥٢	٥٨	٧٢	٦٩	٧٠

المصدر: مصرف لبنان، مديرية الإحصاء، التقرير السنوي (١٩٩٠ - ١٩٩٤) (بيروت: المصرف، ١٩٩٠ - ١٩٩٤).

(٣) وزارة التخطيط، الإحصاءات اللبنانية (بيروت: الوزارة، ١٩٧٣)، العدد ٩.

(٤) ESCWA, Survey of Economic and Social Developments in the ESCWA Region (New York: The United Nations, 1996).

جدول رقم (١ - ٣)
تطور عدد السكان والقوة العاملة (بالألف)

السنة	١٩٩٠	١٩٩١	١٩٩٢	١٩٩٣	١٩٩٤
البيان					
عدد السكان	٣,٦٣٥	٣,٦٩٤	٣,٧٨٠	٣,٨٦٨	٣,٩٥٤
الناشطون اقتصادياً	٨٨٧	٩١٢	٩٣٦	٩٦٤	٩٩٦
النسبة المئوية	٨٤,٤	٢٤,٦٩	٢٥,٠	٢٤,٩٢	٢٥,١٩

المصدر: مصرف لبنان، المصدر نفسه.

٢ - الأهمية الاقتصادية للزراعة

تعد الزراعة قطاعاً إنتاجياً أساسياً في الاقتصاد، فهي تؤدي دوراً اقتصادياً حيث توفر العمل لنحو ٩ في المئة من مجموع القوة العاملة، وتزود البلاد بمجموعة واسعة التنوع من المحاصيل. وتعد الصادرات الزراعية مصدراً أساسياً للعملة الأجنبية، ويُخصّص الجدول رقم (١ - ٤) أهمية الزراعة للاقتصاد.

جدول رقم (١ - ٤)
أهمية الزراعة في الاقتصاد

السنة	١٩٧٤	١٩٨٥	١٩٨٦	١٩٨٧	١٩٨٨	١٩٩٠	١٩٩١
البيان							
إجمالي الإنتاج الوطني في قطاع الزراعة (في المئة من إجمالي الإنتاج القومي) ^(١)	٩,٠	١٥,٠	١٩,٠	١٦,٠	٢٠,٠	٢٣,٠	١٩,٠
إجمالي سكان المناطق الزراعية (في المئة من إجمالي السكان) ^(٢)	١٤,٠	١٣,٠	١٢,٠	١١,٠	١٠,٠	٩,٠	٩,٠
القوة العاملة في القطاع الزراعي (في المئة من إجمالي القوة العاملة) ^(٣)	٢٠,٠	١٤,٠	١١,٠	١٢,٠	١٠,٠	٩,٠	٩,٠

المصدر: (١) رياض سعادة، التقرير السنوي (بيروت: مركز الأبحاث والدراسات اللبناني، ١٩٩٣).
(٢) ميشال مرقص، الإحصاءات اللبنانية: للأعوام ١٩٩١ - ١٩٩٣ (بيروت: دار النهار، ١٩٩٣).

بلغت نسبة مساهمة قطاع الزراعة من إجمالي الناتج الوطني نحو ١٩ في المئة عام ١٩٩١، ويمثل عدد سكان المناطق الريفية ٩ في المئة من إجمالي عدد السكان عام ١٩٩١، مقابل ١٤ في المئة عام ١٩٧٤. ويقدر عدد العاملين في قطاع الزراعة عام ١٩٩١ بنسبة ٩ في المئة من عدد السكان النشطين اقتصادياً. وعلى الرغم من أن لبنان يمكن وصفه بأنه يعتمد على إقتصاد الخدمات، فإن قطاع الزراعة يعد مصدراً مهماً للعملة الأجنبية، إذ يساهم في نسبة تقرب من ٢٥ في المئة من إجمالي الصادرات. وما هو أهم من الحديث عن الأرقام الاقتصادية المحضة، تبقى الحقيقة أن السواد الأعظم من أفقر الناس يقيمون في المناطق الريفية حيث الزراعة طريقة عيش وأسلوب حياة. من هنا فإن التنمية في القطاع الزراعي تصبح ضرورية لرفع مستوى الحياة في المناطق الريفية، وبالتالي التخفيف من وطأة مشكلات الفقر، والظلم الاجتماعي، والحرمان الاقتصادي الذي يطبع المناطق الريفية وسكانها من العاملين في الزراعة، وبخاصة في الجنوب والشمال ومنطقة البقاع.

أ - بنية التجارة

تعد الصادرات الصناعية والزراعية قاعدة الاقتصاد، لما تجنيه من عملات أجنبية. وتمثل هذه الصادرات نحو ٦١ في المئة و ٣٠ في المئة على التوالي من إجمالي الصادرات عام ١٩٩٤^(١). تشمل الصادرات الصناعية: المنتجات الورقية، الغزل، الملابس، الألمنيوم، المجوهرات والخزف. وهي تمثل ٥٥ في المئة من إجمالي الصادرات. أما الصادرات الزراعية فتشمل: الحمضيات والتفاح والموز والبطاطا، وهي تمثل ٦٠ في المئة من إجمالي الصادرات الزراعية. وتؤلف المنتجات الصناعية ٦٠ في المئة من إجمالي الواردات، وهي تشمل: الماكينات الصناعية والإنشائية، والوقود، والمنتجات المعدنية، والسيارات. وهي تشمل أهم الواردات الزراعية: القمح، المواشي، السمك، الأعشاب الطبية والعطرية، والفواكه الاستوائية.

يعد العجز المزمن والمستمر في الميزان التجاري من أهم ملامح الاقتصاد اللبناني، (انظر الجدول رقم (١ - ٥)). وعلى العكس يُظهر ميزان المدفوعات عموماً فائضاً، يعود إلى تدفق الموارد المالية من مصادر متعددة. فقد دأبت الدول المنتجة للنفط على أن تودع بعض مدخراتها في البنوك اللبنانية المحلية، ويقوم المغتربون اللبنانيون بانتظام بتحويل الأموال إلى أقاربهم، الأمر الذي يساعد على التغلب على العجز التجاري. ومع ذلك فإن الأكثر أهمية هو أن مثل هذه الموارد المالية - على الرغم من حجمها الكبير - حساسة وسريعة التأثير بالظروف، الاقتصادية والسياسية ولا ينبغي الاعتماد عليها كثيراً. ويعود ذلك تحديداً إلى المهمة الصعبة

(٦) مصرف لبنان، التقرير السنوي (بيروت: المصرف، ١٩٩٠ - ١٩٩٤)، ص ٨٠.

التي تواجه سياسة إعادة الاستقرار الاقتصادي الشامل وبرنامج الحكومة الطموح لإعادة البناء، في وسط التحديات الناجمة عن أجواء عدم اليقين وعدم الاستقرار السياسي التي تسود المنطقة.

جدول رقم (١ - ٥)
مؤشرات بنية التجارة (بملايين الدولارات الأميركية)

الموضوع	السنة	١٩٨٨	١٩٨٩	١٩٩٠	١٩٩١	١٩٩٢	١٩٩٣	١٩٩٤
إجمالي الصادرات		٦٢٨,٥	٤٨٥,٣	٤٩٦,٠	٤٩٠,٠	٦٠١,٠	٦٣١,٠	٧٤٠,٠
الصادرات الزراعية		١٥٣,٥	١٥٣,٣	١٧٠,١	١٤٠,١	١٨٠,٠	١٣٧,٠	١٠٩,٠
نسبة الصادرات الزراعية إلى الإجمالي (%)		٢٤,٤	٣١,٦	٣٤,٣	٢٨,٦	٣٠,٠	٢١,٧	١٥,٠
إجمالي الواردات		٢,١٥١	٢,٠٣٢	٢,٥٧٨	٣,٧٤٨	٣,٧٧٠	٤,٤٣٦	٥,٥٤١
الواردات الزراعية		٦٢٧	٦٧٧	٦٤٤	٦٢٥	٧٥٠	٩٢٧	١,١٩١
نسبة الواردات الزراعية إلى الإجمالي (%)		٢٩,٢	٣٣,٣	٢٥,٠	١٦,٧	٢٠,٠	٢٠,١	٢١,٥
الميزان التجاري ^(١)		-١,٥٢٢	-١,٥٤٦	-٢,٠٨٢	-٣,٢٥٨	-٣,١٦٩	-٣,٨٠٥	-٤,٨٠١
العجز التجاري في المنتجات الزراعية		-٤٧٣	-٥٢٣	-٤٧٤	-٤٨٤	-٥٧٠	-٧٩٠	-١,٠٨٢
نسبة العجز الزراعي إلى إجمالي العجز (%)		٣١,٠	٣٤,٠	٢٣,٠	١٥,٠	١٨,٠	٢١,٠	٢٣,٠
قيمة التحويلات من الخارج		٢,١٣٢	١,٢٣٧	٢,٥١٣	٤,٣٣٢	٣,٢٢٢	٤,٩٧٥	٥,٩٣٢
ميزان المدفوعات ^(٢)		٦١٠	-٣٠٩	٤٣١	١,٠٧٤	٥٣	١,١٧٠	١,١٣١

المصدر: مصرف لبنان، التقرير السنوي، ١٩٩٠ - ١٩٩٤
(١) الميزان التجاري = إجمالي الصادرات - إجمالي الواردات.
(٢) ميزان المدفوعات = الميزان التجاري + الودائع والتحويلات.

مقابل هذه الخلفية، من المهم أن يتم - باختصار - تحليل الموارد المالية العامة في لبنان، التي تتصف بعجز مالي كبير الحجم، مع ارتفاع الدين العام وتضاعفه. فتشير الإحصاءات إلى أن الدخل الإجمالي العام - عام ١٩٩٤ - ارتفع بنسبة ٣٠ في المئة، ويقدر بنحو ١٥ في المئة من إجمالي الناتج الوطني^(٧). ومع ذلك ارتفع الإنفاق العام بمعدل أكبر كثيراً (٧٦ في المئة). ويعود

United Nations Development Programme, Development Cooperation Report (Beirut: UNDP, (٧) 1995).

ذلك إلى تزايد الانفاق الحكومي على إعادة البناء، وتزايد قيمة الفوائد والمدفوعات لخدمة الدين. تمثل قيمة الفوائد المستحقة نحو ٢٩ في المئة من الانفاق العام، وتستهل نحو ٦٦ في المئة من إجمالي الدخل العام. وهكذا يتضح أن الانفاق على خدمة الدين العام يستهلك قسماً كبيراً جداً من الموارد المالية. وتبين الإحصاءات أن العجز العام ارتفع من ٢٠ في المئة عام ١٩٩٤ إلى ٤٦ في المئة عام ١٩٩٥^(٨). وهذا يعني أن العجز العام المتعاقب قاد إلى تضخم الدين العام، مع احتمال قوي بأن يؤثر ذلك في استقرار الليرة اللبنانية. وهكذا، فإن البنية المالية في لبنان تتطلب دعماً قوياً، نظراً إلى اعتماد الموارد المالية على نحو كبير على أموال الضرائب (٣٠ في المئة عام ١٩٩٤)^(٩). إن ارتفاع الدين العام وتضاعفه يثير القلق في شأن قوة الوضع المالي في لبنان، ويُلقي ظلالاً حقيقية على السياسات المالية والنقدية المتبعة في الوقت الحاضر. وهكذا فإن هناك حاجة ملحة إلى اتخاذ التدابير الكفيلة بخفض العجز العام وتحسين الميزانية، بقصد تعزيز المصداقية بالاقتصاد اللبناني، وتأمين تطبيق خليط السياسة المتبعة في الوقت الحاضر، وحماية الاستقرار المالي. وهذا الموضوع يتطلب بحثاً جديداً.

ب - الصادرات والواردات الزراعية

تعد الصادرات الزراعية جزءاً مهماً من التجارة اللبنانية، من أجل دراسة أداء التجارة في المنتجات الزراعية، يجب تحليل أداء الصادرات والواردات الزراعية. وتُشير نسبة الصادرات الزراعية إلى الواردات إلى الدور المميز للصادرات الزراعية في تمويل الواردات الزراعية.

يُنْتج القطاع الزراعي في لبنان مجموعة واسعة من المحاصيل الغذائية. وبعض المحاصيل يُقصر عن الوفاء بالحاجات المحلية، فيتم تعويض النقص عن طريق الاستيراد الذي يشمل فيما يشمل: الحبوب، ومنتجات الألبان، واللحوم، والأسماك. ويتم إنتاج بعض المحاصيل بوفرة تزيد على الحاجة المحلية، فيتم تصديرها. من هذه المحاصيل: التفاح، البطاطا، البندورة، الخيار، البصل، الثوم. ويتم إنتاج محاصيل أخرى خصيصاً للتصدير من فواكه وخضراوات وحمضيات^(١٠). وهكذا، فإن المنتجات الغذائية الزراعية تخصص للاستهلاك المحلي، وما يكون منها زائداً على الحاجة يجري تصديره. ومثلت الصادرات

(٨) المصدر نفسه.

(٩) المصدر نفسه.

(١٠) أحمد بعلبكي وفرج الله محفوظ، القطاع الزراعي في لبنان: أبرز التغيرات خلال الحرب الأهلية (بيروت: دار الفارابي، ١٩٨٥).

القطاع الزراعي ما يستحق من عناية كقطاع إنتاجي أساسي، سيؤدي دوره كمصدر مهم للنقد الأجنبي. لذلك يجب التركيز على تطوير إنتاجيته وأساليب تسويقه. وفي الحقيقة، لا يمكن تحقيق نمو اقتصادي كفاء إلا من خلال تطوير القطاع الزراعي.

ج - أسواق تصدير واستيراد المنتوجات الزراعية

يظهر الجدول رقم (١ - ٧) أهم أسواق المنتوجات الزراعية. ويظهر كذلك أن الكويت والسعودية أهم بلدين يستوردان المنتوجات الزراعية اللبنانية (١٦ في المئة للسعودية من إجمالي الصادرات الزراعية عام ١٩٩٣ و٢٦ في المئة للكويت عام ١٩٩٤). ويبدو أن البلدان العربية هي أهم أسواق الصادرات الزراعية من لبنان، بحيث تستورد نحو ٦٠ في المئة من إجمالي المنتوجات. وهناك ملاحظة مهمة يمكن استخلاصها من الجدولين رقم (١ - ٨) و(٩ - ١)، وهي هبوط الصادرات الزراعية إلى سوريا. ويرجع ذلك إلى جهود سوريا الحديثة لتنمية قطاعها الزراعي. وهكذا فهي أصبحت أقل اعتماداً على الاستيراد من لبنان. وبتحقيقها درجة أكبر من الاكتفاء الذاتي، هبطت واردات سوريا من المنتوجات الزراعية القادمة من لبنان، ورافق ذلك زيادة في الصادرات، وترتب على ذلك عجز في الميزان التجاري اللبناني لمصلحة سوريا.

جدول رقم (١ - ٧)
أهم أسواق التصدير (بالمليون ليرة لبنانية)

الدولة	١٩٩٣		١٩٩٤	
	إجمالي الصادرات	في المئة	إجمالي الصادرات	في المئة
السعودية	٢٠٩٦٧	١٥,٩٨	٤٧١٦٨	٢٦,٧٨
روسيا	١٥٦٦٣	١١,٩٤	٢٣٥١٦	١٣,٣٦
رومانيا	١٠٣٦١	٧,٨٩	١٥٢٣٩	٨,٦٥
الولايات المتحدة	٩٥١٧	٧,٢٥	١١٧١٧	٦,٦٥
الكويت	٦٥٩٧	٥,٠٢	١١٢٤١	٦,٣٨
الإمارات العربية	٦٠٥٠	٤,٦١	٩٧٧٧	٥,٥٥
الأردن	٦٠١٨	٤,٥٩	٨٧٥٨	٤,٩٧
دول أخرى	٥٦٠١٥	٤٢,٧٢	٤٨٦٥٦	٢٧,٦٦
المجموع	١٣١١٨٨	١٠٠,٠٠	١٧٦٠٧٢	١٠٠,٠٠

المصدر: مصرف لبنان، المصدر نفسه.

الزراعية ٣٠ في المئة من إجمالي الصادرات عام ١٩٩٢، في حين مثلت الواردات الزراعية ٢٠ في المئة من إجمالي الواردات في العام نفسه (انظر الجدول رقم (١ - ٥)). وقد ارتفع نصيب الواردات الزراعية من إجمالي الواردات من ٦٢٧ مليون دولار أميركي عام ١٩٨٨ إلى ١١٩١ مليون دولار أميركي عام ١٩٩٤، الأمر الذي عكس الهوة المتسعة المسببة لمشكلة الغذاء. كذلك، فإن نسبة الصادرات الزراعية إلى الواردات شديدة الانخفاض، وهي تميل إلى الهبوط (من ٢٥ في المئة عام ١٩٨٨ إلى ٩,٢ في المئة عام ١٩٩٤)، الأمر الذي يشير إلى إتساع مقدار العجز في التجارة الزراعية، ويعكس تزايداً في الاعتماد على الغذاء المستورد (انظر الجدول رقم (١ - ٦)).

جدول رقم (١ - ٦)
مؤشرات بنية التجارة الزراعية (بالمليون دولار أميركي)

السنة	١٩٨٨	١٩٨٩	١٩٩٠	١٩٩١	١٩٩٢	١٩٩٣	١٩٩٤
البيانات							
الصادرات الزراعية	١٥٣,٥	١٥٣,٣	١٧٠,١	١٤٠,١	١٨٠,٠	١٣٧,٠	١٠٩,٠
الواردات الزراعية	٦٢٧	٦٧٧	٦٤٤	٦٢٥	٧٥٠	٩٢٧	١,١٩١
مقدار العجز	٤٧٣	٥٢٣	٤٧٤	٤٨٤	٥٧٠	٧٩٠	١,٠٨٢
نسبة الصادرات إلى الواردات	٢٤,٥	٢٢,٧	٢٦,٤	١٦,٧	٢٤,٠	١٤,٨	٩,٢

المصدر: مستخلص من الجدول رقم (١ - ٥).

تعكس الزيادة في الواردات الزراعية فشل نظام الإنتاج الزراعي المحلي في تلبية مستوى الاستهلاك الوطني، كما أن اختلال التوازن بين إنتاج المواد الغذائية واستهلاكها يفرض على الاقتصاد مشكلات خطيرة. وبالتحديد، فإن حل مشكلة اتساع الهوة بين الإنتاج والاستهلاك عن طريق الاستيراد سوف يترتب عليه طلب متزايد للعملة الأجنبية، وتزايد البطالة، وسيفاقم من حدة مشكلات الفقر. ويمكن تفسير أسباب تردّي الأداء في التجارة الزراعية بمجموعة من العوامل الأساسية، تشمل السياسات الزراعية المتبعة غير الملائمة، والتخلف البنوي والتقني في عمليتي الإنتاج والتسويق، ونقص المعايير الثابتة لقياس الوزن والجودة لتتفق مع المعايير الدولية، الأمر الذي يؤدي إلى تدنّي الأسعار في الأسواق العالمية، ويقود كذلك إلى فقدان حصة كبيرة في أسواق التصدير.

خلاصة القول، يعاني لبنان عجزاً كبيراً في تجارة المواد الغذائية، لا يتفق مع كونه من بلدان حوض البحر الأبيض المتوسط التي لا تزال في المراحل الأولى من التطور الاقتصادي. ففي بلد ترتفع فيه فاتورة الاستيراد، تزايد أهمية الصادرات لتمويل هذه الفاتورة. وإذا لقي

جدول رقم (١ - ٨)
أهم أسواق الاستيراد (بالمليون ليرة لبنانية)

الدولة	١٩٩٣		١٩٩٤	
	إجمالي الصادرات	في المئة	إجمالي الواردات	في المئة
الولايات المتحدة	١٤٢٠٤١	٢٢,١٥	١٨٢٣٨٤	٢٢,٩٧
سوريا	٧٦٦٦٢	١١,٩٥	١٢٠٦٩٣	١٥,٢١
فرنسا	٤٤١٧٢	٦,٨٩	٦٥٩٥٨	٨,٣٠
المانيا	٣٦٩٩٧	٥,٧٧	٤٤٧٠٨	٥,٦٣
هولندا	٢٤٨٤٥	٣,٨٧	٤٤٢٥٦	٥,٥٧
إيطاليا	٢٤٠٥٥	٣,٧٥	٤١٨٥٥	٥,٢٧
البرازيل	١٩٨٤٥	٣,٠٩	٣٧٢٤٩	٤,٦٩
بريطانيا	١٩٧٠٨	٣,٠٧	٣٥٤١٨	٤,٤٦
تركيا	١٧٣٥٥	٢,٧١	٢٥٠٢٩	٣,١٥
دول أخرى	٢٥٣٠٠٠	٣٦,٧٣	١٩٦٢٥٧	٢٤,٧٥
المجموع	٦٤١٣٢٥	١٠٠,٠٠	٧٩٣٨٠٧	١٠٠,٠٠

المصدر: المصدر نفسه.

د - المنتجات الزراعية: التسويق والأسواق

يبدأ هذا القسم بمقدمة مختصرة لأهم الخصائص المؤثرة في طبيعة الإنتاج الزراعي، وفي التسويق، ويتبعها عرض لخصائص عملية الزراعة. كما سيتم وصف نظام تسويق الصادرات، وأخيراً سيجري عرضاً لأهم أسواق التصدير.

(١) أهم الخصائص المؤثرة في عمليتي إنتاج المنتجات وتسويقها: تؤثر مجموعة من الخصائص للسلعة في طبيعة العملية الإنتاجية، والتسويق، والسعر^(١١). وهناك نوعان رئيسيان من الخصائص المؤثرة في عمليتي الإنتاج الزراعي والتسويق، وهما: التفاوت في الجودة والكمية، والهلاكية. ومن العوامل الأخرى: عدد السكان والاستهلاك المحلي.

(١) التفاوت في الجودة والكمية: خلال عملية الإنتاج الزراعي، تتأثر المنتجات

(١١) W. O Jones, *The Structure of Staple Food Marketing in Nigeria as Revealed by Price Analysis*, (١١) (London: Food Research Institute Studies, 1972), p. 74.

الزراعية تأثراً بليغاً بالتغيرات التي تطرأ على الأحوال المناخية، ودرجة الاهتمام التقني^(١٢)، ومدى العناية المعطاة للمزروعات، الأمر الذي ينعكس على جودة المحصول وكميته. فضلاً عن ذلك، فإن موسمية المنتجات الزراعية تؤثر في عمليات التسويق. ومع ذلك، يمكن التخفيف من تأثير عادات التسويق السيئة والتفاوت في الجودة والكمية، بالإرتقاء بأساليب الإنتاج، وبالاعداد المتبعة بعد الحصاد. ومثال ذلك، يمكن تعويض النقص في كمية الأمطار بزيادة الاعتماد على المياه الجوفية ومياه الأنهار في عملية الري وفق التقنيات الحديثة التي ترفع من مستوى الكفاءة في استعمال المياه. فإمدادات المياه القليلة يمكن التغلب عليها بإدارة تستند إلى مسح مفصل للموارد الطبيعية والقدرات الكامنة.

(ب) الهلاكية (Perishability): للحد من الهلاكية، من الضروري توافر شروط معينة في طريقة التعامل باليد مع المحصول، والنقل، والحفظ بالتبريد. ويقدر الاهتمام الذي يعطى للمحصول في مراحل الحصاد والالتقاط باليد والتعبئة والنقل ثم التخزين، تتحدد إلى أقصى درجة حالة المنتجات الزراعية حين تصل إلى نقطة البيع والاستهلاك.

- السكان والاستهلاك المحلي: في عام ١٩٩٤ قُدر عدد سكان لبنان بـ ٣,٨ ملايين نسمة يقيمون في المدن والقرى، وقُدر عدد سكان المناطق المدنية بـ ٨٥ في المئة من إجمالي عدد السكان^(١٣). وفي العاصمة وحدها يقيم نحو ثلث السكان، فيما ينتشر الباقون في مختلف المدن والقرى في مختلف أنحاء البلاد. ويُقدر معدل نمو السكان بـ ٢,٨ في المئة. يتمتع سكان لبنان بمقابلة بالبلدان العربية بنسبة عالية من التعلّم، إذ تبلغ نسبة المتعلمين ٨٨ في المئة بين الذكور و٧٧ في المئة بين الإناث، في حين تبلغ هذه النسبة في تركيا ٨١ في المئة بين الذكور و٧١ في المئة بين الإناث، وفي مصر ٤٨ في المئة و٣٦ في المئة، وفي الأردن ٨٠ في المئة و٧٠ في المئة^(١٤).

معدل النمو السكاني، وأنماط الاستهلاك، والوعي بالصحة والبيئة ومستوى الدخل، كل هذه العوامل تؤثر في المحصول الزراعي في ما يتعلق بالسعر والنوعية والاستهلاك المحلي؛ أي في طبيعة المنتجات الزراعية ونوعيتها. ومع ذلك، فإن انخفاض مرونة الدخل من المتوقع أن يقابله بطء في نمو الاستهلاك المحلي.

(٢) خصائص عملية الزراعة: يمكن وصف خصائص عملية الزراعة من خلال

(١٢) الرعاية التقنية تشمل الرش المناسب ضد الأمراض والحشرات، واستخدام الأسمدة الكيميائية والعضوية، والري، وإزالة العشب الضار، وغير ذلك.

(١٣) The World Bank, *World Bank Development Report*, «Development and Environment», (1995).

(١٤) مصرف لبنان، التقرير السنوي، ١٩٩٥.

المظاهر الاجتماعية والطبيعية. تشمل الخصائص الاجتماعية مدى تعلق الفلاح المزارع بالأرض والعائلة. أما الخصائص الطبيعية فتشمل الموقع والمناخ السائد في منطقة الإنتاج.

(أ) الخصائص الاجتماعية - الاقتصادية: تعد زراعة الأرض عنصراً مهماً في حياة الفلاح الاجتماعية، ففي حياة الريف، تعد الأرض ملاذاً مهماً للفلاحين الذين يدركون أن الأرض هي ملك للعائلة ولديهم مفهوم شخصي بأن الأرض ثمينة ولا تقدر بثمن. هذا الإدراك مهم جداً في البناء الاجتماعي ولأجل خير الفلاحين، ويمكن أن يفسر ذلك الارتباط القوي بالأرض وارتفاع عدد المالكين (٦٥ في المئة)^(١٥). وكشفت الاستقصاء الميداني الذي جرى مع المزارعين في المناطق الزراعية أن المزارع هو عضو في عائلة وفي مجتمع يتصفان بالتقارب والترابط، ويؤثران في اتجاهاته وفي سلوكه. فالعادات والتقاليد قوية، وعمل العائلة مهم جداً. كذلك، فإن الفلاحة هي مصدر مباشر للدخل بالنسبة إلى العائلات التي تعمل بالإنتاج الزراعي، وعادة ما يقوم الفلاح وعائلته مجتمعين بحراثة الأرض، وهناك عادة تقليدية في العائلة التي تعمل في الزراعة، وهي توزيع الملكية بين الورثة (رجالاً كانوا أم إناثاً) من أفراد العائلة الحالية.

(ب) الخصائص الطبيعية والأحوال المناخية وتوزيع الأمطار: تتوزع المناطق الزراعية جغرافياً في كل المناطق اللبنانية، وتمثل المساحة الزراعية في وادي البقاع نحو ٤١ في المئة من كل المناطق القابلة للزراعة، وتقدر هذه المساحة في الجنوب بنحو ٢٤ في المئة وفي سهل عكار ٢٣ في المئة وفي جبل لبنان ١٢ في المئة من جملة المساحة.

يتأثر المناخ في لبنان كثيراً بموقعه في حوض البحر الأبيض المتوسط، كمناطقه أمطار كثيفة؛ وبوجود جبل لبنان الذي يحدد - إلى درجة كبيرة - توزيع سقوط الأمطار. يبلغ معدل هطول المطر على طول الساحل ١٠٠٠ ملم، وعلى الجبال ١٥٠٠ ملم، أما في وادي البقاع فيبلغ ٤٠٠ ملم^(١٦). يسود لبنان ثلاث حالات مناخية: مناخ شبه استوائي على طول الساحل، ومعتدل في الجبال، وقاري في وادي البقاع. ويسمح التباين في سمات الأرض والتنوع في المناخ في لبنان بإنتاج أنواع كثيرة من المحاصيل، مثل الحمضيات والموز والأفوكاتو والدخان والقمح والذرة والتفاح والبطاطا وشمندر السكر والعنب، وأنواع أخرى من الفواكه والخضراوات^(١٧).

(١٥) أحمد بعلبكي وفرج الله محفوظ، القطاع الزراعي في لبنان: أبرز التغييرات خلال الحرب الأهلية (بيروت: دار الفارابي، ١٩٨٥)، ص ٣٩.

M. Baasiri and J. Ryan, *Irrigation in Lebanon: Research, Practices, and Potentials* (Beirut: American University of Beirut Press, 1986), p. 28.

P. Andrew [et. al.], *The Agricultural Economy of Lebanon* (Beirut: American University of Beirut, 1979), p. 12.

(ج) توزيع مساحات حيازات المزارع: يعمل في الزراعة عدد كبير من المزارعين مؤزعين بين وادي البقاع والجنوب والشمال وجبل لبنان. وقد أُجري آخر إحصاء زراعي عام ١٩٧٠. ولذلك، لا يوجد في الوقت الحالي أرقام رسمية عن حجم الحيازات الزراعية وتوزيعها. وتشير المنشورات المتوفرة إلى أن حجم الحيازات في لبنان صغير عموماً - نحو ٦٠ في المئة من إجمالي الحيازات الزراعية أقل من هكتارين^(١٨).

وقد كشفت الاستقصاءات الميدانية أن الحيازات في الجنوب موزعة في حقول صغيرة تقع على مسافات طويلة بين الواحدة والأخرى، وتنتشر الحيازات الزراعية على الشريط الساحلي للدمور وصيدا وصور وتمتد جنوباً حتى الحدود الجنوبية مع فلسطين المحتلة. وفي الشمال تتوزع في شكل حقول متوسطة الحجم تقع على مسافات متباعد بعضها من بعض. وتنتشر حتى شمال طرابلس في سهل عكار وتمتد شمالاً حتى الحدود مع سوريا. أما في جبل لبنان فيمكن وصف الحيازات الزراعية بالبساتين وحجومها صغيرة نسبياً (من ٥ إلى ١٠ دونمات). وتقع أكبر الحيازات الزراعية في وادي البقاع، الذي وُصف في الكتاب المقدس بأهراء روما، ويتم توريد معظم الإمدادات الزراعية إلى كل لبنان من وادي البقاع. وتؤكد الصورة العامة التي تم التوصل إليها من البحث الميداني غلبة الحجوم الصغيرة والمتوسطة بين المزارع.

(د) تقنية الإنتاج الزراعي: تقنيات فلاح الأرض الزراعية وأساليبها تم توارثها من الأجيال السابقة، وهي ما زالت تُسيطر في لبنان. فطرائق الحراثة التقليدية ما زالت تستخدم في الزراعة، حيث يعد العمل^(١٩) أهم وسيلة في عملية الإنتاج. من الملامح البارزة في نظام الإنتاج الزراعي - في الجنوب والشمال وجبل لبنان - الاستخدام المكثف للعمال. وبالتحديد في عمليات الإنتاج التي تشمل الحراثة والتشذيب وإزالة الأعشاب الضارة والتسميد والرش والري^(٢٠) والجرف، وجميعها يتم إنجازها بالعمل اليدوي. ومن الشائع ملاحظة هذه العمليات في البساتين الخاصة بإنتاج الفاكهة، ومنها الحمضيات والتفاح والخوخ والكرز وغيرها. مع ذلك ففي وادي

(١٨) The World Bank, *World Bank Development Report*, «Development and Environment».

(١٩) على خلاف العمل في القطاعات الاقتصادية الأخرى، يتميز العمل الزراعي بالخصائص التالية:

- الموسمية في الحاجة إلى القوة العاملة لاستكمال عمليات الإنتاج المختلفة.

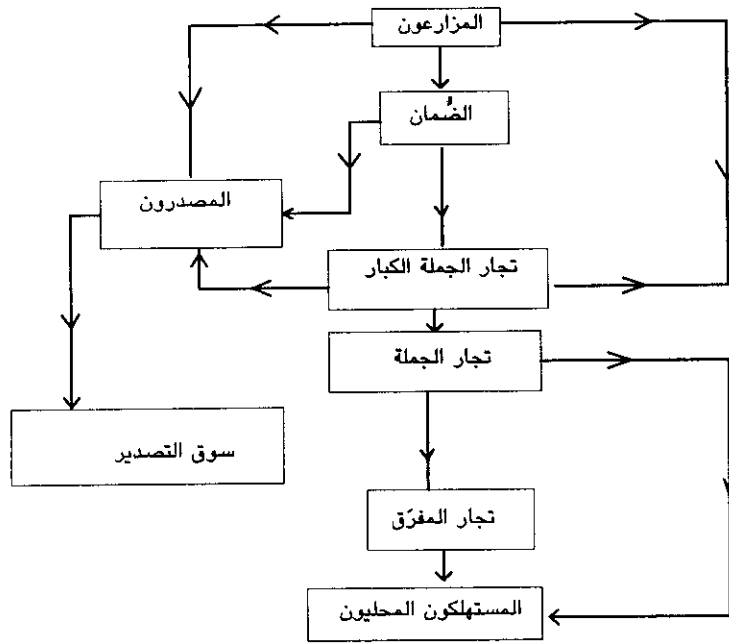
- أهمية العمل العائلي أساسية لحيازة الأرض، وهي وجهة في حياة القرية.

- العمل الزراعي هو أقل حاجة إلى الكفاءات، أو إلى المستوى العلمي، أو القدرة على التصرف، مقارنة بالقطاعات الاقتصادية الأخرى.

(٢٠) تقنية الري في الزراعة الفلاحية تركز على الجاذبية، وتعكس حاجة مستمرة إلى العمل لتوجيه مجرى الماء في

القنوات لري المحصول.

شكل رقم (١ - ١)
نظام التسويق للمنتجات الزراعية في لبنان



المصدر: Toufic Jaber, *The Citrus Production and Marketing System in Lebanon: Analysis Prospects, and Recommendations to Facilitate Marketing Development* (London: University of London, Wye College, 1994).

يستخدم المزارعون قنوات متعددة لتسويق منتجاتهم. وبوجه عام تمر المنتجات الزراعية من خلال وسطاء قبل أن تصل إلى المستهلكين في النهاية. ويمكن تلخيص مختلف أشكال قنوات التسويق على النحو التالي:

- (١) المنتج ← الضامن ← تاجر الجملة الكبير ← تاجر الجملة ← تاجر المفروق ← المستهلك.
- (٢) المنتج ← الضامن ← تاجر الجملة ← تاجر المفروق ← المستهلك.
- (٣) المنتج ← تاجر الجملة الكبير ← تاجر الجملة ← تاجر المفروق ← المستهلك.
- (٤) المنتج ← تاجر الجملة ← تاجر المفروق ← المستهلك.

البقاع تم مكنة أساليب الإنتاج الزراعي، وعملية الإنتاج تتم وفقاً لطرائق الاستثمار الرأسمالي. وعلى سبيل المثال، في محصول القمح تُستخدم طريقة الحصاد الجماعي، وغالباً ما تُستخدم تقنيات الري بالرش في عملية الإنتاج الزراعي.

(هـ) مكونات القطاع الزراعي: يشتمل قطاع الزراعة على قطاع النبات وقطاع الحيوان، ويُلخص الجدول رقم (١ - ٩) نسبة مساهمة كل منهما في إجمالي الناتج الزراعي. ويبلغ نصيب قطاع النبات من إجمالي الناتج ٧٠ في المئة مقابل ٣٠ في المئة هي نصيب قطاع الحيوان. ويقدر نصيب الحمضيات وحدها بنحو ١٩ في المئة من إجمالي ناتج قطاع النبات و١٣ في المئة من إجمالي ناتج قطاع الزراعة ككل، الأمر الذي يعكس أهمية الحمضيات في قطاع الزراعة.

جدول رقم (١ - ٩)
نسبة مساهمة قطاعي النبات والحيوان في القطاع الزراعي (في المئة)

السنة	١٩٩٤	١٩٩٣	١٩٩٢	١٩٩١	١٩٩٠	١٩٨٩	١٩٨٨
القطاع							
النبات	٧٠	٧٠	٧٠	٧٠	٦٦	٧٠	٨٧
الحيوان	٣٠	٣٠	٣٠	٣٠	٣٤	٣٠	١٣

المصدر: سعادة، التقرير السنوي.

(٣) تسويق المنتجات الزراعية: من الضروري أولاً التعريف بـ «وسطاء السوق» ودورهم في القطاع الزراعي، لشرح النظام الشامل لعملية الإنتاج والتسويق، وتحديد المشكلات الرئيسية التي تؤثر في الأداء.

كشفت معاينة السوق أن مؤسسات خاصة وأفراداً يأخذون على عاتقهم القيام بأنشطة القطاع الزراعي المتصلة بالمزارعين والوسطاء والنقل، وتجار المفروق، والمصدرين، والمستهلكين، الأمر الذي يكوّن تآلفاً من الشركاء الأساسيين في نظامي الإنتاج والتسويق. تتضمن حركة المنتج الزراعي من المنتجين إلى المستهلكين مراحل وسطية وقنوات توزيع تؤلف نظام التسويق. من العاملين في النشاط التسويقي، يُمثل الضمان وتجار الجملة الكبار، وتجار الجملة وتجار المفروق حلقة التوزيع (انظر الشكل رقم (١ - ١)).

يتعامل تجار الجملة والمصدرون في أكثر من ثلثي الإنتاج الزراعي، وفي المقابل يتعامل الضامن في ٣٨ في المئة من المنتوجات، الأمر الذي يشير إلى مدى أهمية تاجر الجملة، والمصدر في عملية تسويق المنتوجات الزراعية. وعلى الرغم من أن عدد الفلاحين الذين يبيعون للمصدرين حصراً قليلاً (٥ في المئة) فقد كشف البحث أن هذه المجموعة من المنتجين الزراعيين هم من أصحاب أكبر الحيازات الزراعية نسبياً (بمعنى أن متوسط حجم المزرعة ٢١٨ دونماً). وهذه النتيجة تُلقى الضوء على أهمية المزارع الكبيرة بالنسبة إلى المصدرين.

(أ) عمليات التسويق الداخلي

- موقع عقد العمليات التجارية، قواعد البيع، حق المبادلة: كشف البحث الميداني لنظام عمليات التسويق الزراعي أن عمليات بيع المنتوجات الزراعية تتمّ عموماً بطريقتين هما: النقد والأمانة. وتتم عملية المبادلة في مواقع مختلفة منها: المزرعة أو الحقل، أو سوق البيع بالجملة، أو محلات البيع بالمفرق في القرى والمدن.

يتم إجراء النوع الأول من صفقات البيع والمبادلة في الحقل. وكذلك تُنفذ عمليات البيع بين المزارعين والضمان، أو بين المزارعين والمصدرين. وعادة ما تتم الصفقات مع الضمان في موسم الحصاد عن طريق الدفع الفوري، أما عمليات البيع للمصدرين فتتم عادة وفق قواعد الأمانة وخلال موسم الحصاد أيضاً، وتتم المبادلة في الحقل. أما الشكل الثاني من عمليات البيع فتُنفذ يومياً بين الوكلاء (بالعمولة) والمشتريين، بمن فيهم تجار الجملة وتجار المفرق والمصدرون في محل الوكيل في سوق الجملة، حيث يتم البيع والمبادلة بين البائعين والشّارين، ويكون ذلك بالدفع نقداً، وأحياناً على أساس الثقة. وتُمثل محلات تجار المفرق في القرى والمدن الموقع الثالث لعقد عمليات البيع. تعد محلات تجار المفرق في القرى والمدن ومحلات بيع الفواكه والخضراوات والسوبرماركت مكاناً لمبيع المنتوجات الزراعية، وبالطبع يعد المستهلكون قطاعاً كبيراً من المشتريين. ويتم البيع والتبادل حيث تقع هذه المحلات. ويمثل الجدول رقم (١ - ١١) ملخصاً لذلك.

- إجراءات تسويق المنتوجات الزراعية: نقطة البيع الأولى: عند بدء موسم الحصاد في كل عام، يُؤجّر بعض المزارع لـ «ضمان البستان» أو «ضمان الإنتاج».

يقوم ضمان البستان الذي يريد تأجير مزرعة بزيارة المزارع ويستعلم عن المنتج المزروع والكمية المنتجة في آخر سنة، ويسأل عن إمكان استئجار المزرعة. وحين يتلقى جواباً إيجابياً، يقدّر حجم المزرعة الإجمالي ومتوسط الإنتاج. عند تقدير حجم المحصول، يؤخذ في الحسبان عادة، إجراء حسم (خصم أو خفض) ما بين ١٠ إلى ٢٠ في المئة يُطلق عليه عموماً

(٥) الضامن ← تاجر الجملة ← تاجر المفرق ← المستهلك.

(٦) الضامن ← تاجر الجملة الكبير ← تاجر الجملة ← تاجر المفرق ← المستهلك.

(٧) المنتج ← المصدر.

(٨) الضامن ← المصدر.

(٩) المنتج ← المصدر/ وتاجر الجملة.

ترتبط الأهمية النسبية لكل قناة بحجم المنتوجات التي تتعامل بها. تُستخدم القنوات من (١) إلى (٦) في التجارة المحلية، أما القناتان (٧) و(٨) فتستخدمان في مجال التجارة الخارجية، والقناة (٩) تُستخدم في التجارة الداخلية والتجارة الخارجية كليهما. التسويق من خلال الضامن (القناتان (١) و(٢)) مهم، وذلك بالتحديد بسبب بيع المزارعين لهم مقابل حاجاتهم المالية الفورية و/أو لتفادي المشاكل المرتبطة بالبيع في السوق. وقد كشف البحث الميداني أن نحو ٣٨ في المئة من المزارعين يسوّقون منتوجاتهم من خلال القناتين الأولى والثانية. وتتبعهما القناتان (٣) و(٤) (٢١ في المئة)؛ أما القناتان (٥) و(٦) فيستخدمهما ٥ في المئة و٢٦ في المئة من المزارعين على التوالي (انظر الجدول رقم (١ - ١٠)).

جدول رقم (١ - ١٠)

الأهمية النسبية لقنوات التسويق

البيان	وسيلة الفلاحين للبيع	
	رقم	النسبة المئوية
الضمان	٦٢	٣٨,٠٠
تجار الجملة	٣٥	٢١,٠٠
المصدرون	٨	٥,٠٠
تجار الجملة/ المصدرون	٥٩	٣٦,٠٠
المجموع	١٦٤	١٠٠,٠٠

المصدر: Toufic Jaber, *The Citrus Production and Marketing System in Lebanon: Analysis Prospects, and Recommendations to Facilitate Marketing Development* (London: University of London, Wye College, 1994).

يصبح هامش الأمان مصدراً إضافياً لدخل الضامن حين تكون نسبة الفاقد (أو التالف) قليلة. ومن المعروف أن الضرر الناجم عن الآفات قد يقل عن هذا الهامش أو يزيد. وغالباً ما يحوّل الضمان عملياتهم من مدخراتهم الخاصة. فعند دفع نصف قيمة إجمالي المأجور، يقوم البعض بتأمين النصف الآخر من بيع المحصول، في حين يقوم قلة من الضمان باقتراض المال من بائعي الجملة في شكل مقدّم مقابل التسليم في المستقبل. وخلال هذه الفترة، يعمل مالك المزرعة في أرضه كعامل أجير، ويأخذ على عاتقه عمليات الزراعة الرئيسية مثل الحرث والري وإزالة الأعشاب الضارة وغير ذلك من أعمال.

مع ذلك، لا يتبع بعض المنتجين هذه الطريقة لبيع محاصيلهم، بل يفضلون تولّي مسؤولية محاصيلهم حتى وقت الحصاد، وحينذاك يُؤجرون المحصول لضامن الإنتاج. وتشبه إجراءات التأجير، في هذه الحالة، الإجراءات التي عُرضت آنفاً، وفور التوصل إلى إتفاق، يدفع ضامن الإنتاج الثمن نقداً. ويصبح هو المالك للمحصول وصاحب حق التصرف به وبيعه وتسويقه. ويتولى مسؤولية الحصاد والتعبئة والنقل وتسليم المحصول في الوقت الملائم بحسب توقعات السوق وحاجات التمويل. وهذه الطريقة في البيع هي الأكثر شيوعاً في لبنان. ويقوم ضامن الإنتاج بدوره بالبيع للمصدرين وتجار المفرق. وبالنسبة إلى المزارعين الذين يجدون أن هذه الأساليب في بيع محاصيلهم لا تتفق ومصالحهم فإمامهم خيار الاهتمام والعناية بمزارعهم شخصياً، فيدفعون جميع النفقات المتصلة بعمليات الإنتاج والتسويق، وفي هذه الحالة يتم إغفال الضامن، ويقوم المزارعون بالبيع مباشرة للمصدرين أو لتجار الجملة، أو لكليهما.

- **عمليات البيع:** كشف البحث الميداني لعمليات التسويق أن المنتجات الزراعية يتم حصادها وتعبئتها وتكديسها عند مكان التحميل في المزرعة بواسطة العمل اليدوي. وكشفت الملاحظة المباشرة ميدانياً أن عمليات التجميع وتعبئة المحصول في الصناديق في المزرعة تتم بطريقة خشنة مسببة تلفاً وأضراراً للمحصول، الأمر الذي يقلل من إمكانات تسويقه. ويتم تحميل المحصول في المزرعة على شاحنات صغيرة مؤجرة وغير مزوّدة بتجهيزات للتبريد، أي على عربات نقل صغيرة تُؤجر من مالك خاص مستقل لعربات النقل، بحيث يؤمّن نقل المحصول مقابل إيجار على أساس الرحلة، ويتم تسليم البضاعة المنقولة في محل بائع الجملة في السوق (ويطلق عليه الحسبة بمعنى سوق الجملة). حيث يقوم عمالّ مؤجرون بتفريغ الصناديق عند محل الوكيل، وتكدّس الصناديق بعضها فوق بعض. ويتحمّل المزارعون نفقات الحصاد والتعبئة والنقل.

ويقول المزارعون إنهم، عموماً، يبيعون منتجاتهم لجميع وسطاء السوق دون

إسم «ضمانة»^(٢١). يحتاج الضامن إلى هامش الأمان هذا لتغطية مخاطر الخسارة المحتملة الناجمة عن الآفات الزراعية، ومخاطر الطبيعة، مثل سقوط البرد أو شدة البرودة. يكون للمزارع تقديراته الخاصة أيضاً، فإذا كان التقديران متقاربين يتم التوصل إلى اتفاق، وحينئذ يبدأ التفاوض في شأن الأسعار، فيحاول المزارع المساومة للحصول على أفضل سعر ممكن^(٢٢).

جدول رقم (١ - ١١)

توزيع مواقع عقد الصفقات وإجراءات البيع

البيان	الموقع	الوقت	اشكال البيع
الضمان	في المزرعة	قبل الحصاد	نقداً
المصدرون	في المزرعة	خلال الحصاد	بالامانة
تجار الجملة	في سوق الجملة	بعد الحصاد	بالامانة
تجار المفرق	في القرى والمحلات	بعد الحصاد	نقداً

المصدر: المصدر نفسه.

أوضح المزارعون والضمان أن «من الشائع أن تركز أسعار الإيجار في العام الحالي على أساس أسعار الإيجار للعام الماضي». وكشف البحث الميداني عن وجود اعتبارات مهمة أخرى يمكن أن تؤثر في قيمة الأسعار، مثل أحوال العرض والطلب الحالية والمتوقعة. ولا يؤخذ غير ذلك في الحسبان بسبب النقص في المعلومات عند الفلاح والضامن كليهما. إذا تم الاتفاق يدفع الضامن الثمن المتفق عليه بالكامل في المزرعة أو البستان. وفي بعض الأحيان يتم دفع نصف الثمن مقدماً، والنصف الآخر خلال ثلاثة أشهر. وفي معظم الأحيان يوقع المزارع والضمان عقداً كوثيقة تُثبت إتفاقهما. وابتداءً من هذا الوقت يتولى الضامن الاهتمام بالمزرعة أو البستان ويتحمل جميع تكاليف ونفقات الإنتاج والتسويق، ويصبح الحصاد من مسؤولياته، وكذلك أي تعامل مع المحصول إلى حين تسليم المنتج في السوق.

(٢١) تعبير محلي يستخدم لوصف هامش الأمان. يستطيع المنتج أن يوافق أو يرفض أو يساوم مع الضامن في

شان الهامش والسعر، والمحصول المتوقع.

(٢٢) أوضح المزارعون أن الأسعار هي العامل الأكثر أهمية الذي يؤثر في قرارهم بقبول أو رفض عرض الضمان. وعلى سبيل المثال، في حالة الحمضيات أو التفاح جرت العادة على تقدير إجمالي محصول المزرعة أو البستان على أساس عدد الصناديق (معدل وزن الصندوق ٢٠ كلغ).

تصنيفها (Grading). كذلك، لم يُشِرْ أي من العاملين في السوق في أي مرحلة في سلسلة التسويق، إلى وجود تخزين للمنتجات. ومن المعروف أن النقص في التخزين تكون له بعض الأبعاد في ما يتعلق بالاستهلاك في غير أوقات المواسم، ذلك أن توفير المنتجات الزراعية في غير مواسمها للإستهلاك يصبح صعب التحقيق، ونتيجة ذلك تحلّق أسعار المنتجات عالياً عند نهايات المواسم، الأمر الذي ينعكس ضرراً على المستهلك

- عمليات التجميع وتدقيق التجارة: يُعرّف «التجميع» (Assembly) بنقل المنتجات الزراعية من مراكز الإنتاج إلى أسواق الجملة الأولية والمجمعات المدنية. يشمل ذلك أنشطة الجمع في مناطق الإنتاج، وحركة المحصول من نقاط التجميع في الريف إلى الأسواق الأولية ومراكز الاستهلاك. وتبين الخريطة رقم (١ - ١) رسماً تخطيطياً لتدفق تجارة المنتجات الزراعية. ففي البداية تتدفق هذه المنتجات إلى أسواق الجملة الأولية من المزارع البعيدة والمتاخمة المحيطة بهذه الأسواق. وبالتحديد تُسلّم المنتجات الزراعية إلى محلات الوكلاء بالعمولة في بيروت وصيدا وصور وطرابلس من المزارع حيث أجريت لها عمليات تجميع تمهيدية. ويتم بيع جزء من هذه السلع الزراعية في تلك الأسواق، والبعض الآخر يُشحن إلى الأسواق المستهدفة.

يعد سوق صيدا نقطة تجميع مهمة للمنتجات الغذائية الزراعية التي تصل من منطقتي الإنتاج الرئيسيتين في الجنوب والشمال. وفيها يتم استقبال شحنات منتظمة من المزارع في الجنوب، وشحنات أخرى - ولكنها غير منتظمة - من المزارع في الشمال. ويتم بيع بعض المنتجات الزراعية المسلّمة إلى المصدرين، والتجار المحليين والبعض الآخر يتم نقله إلى سوق بيروت.

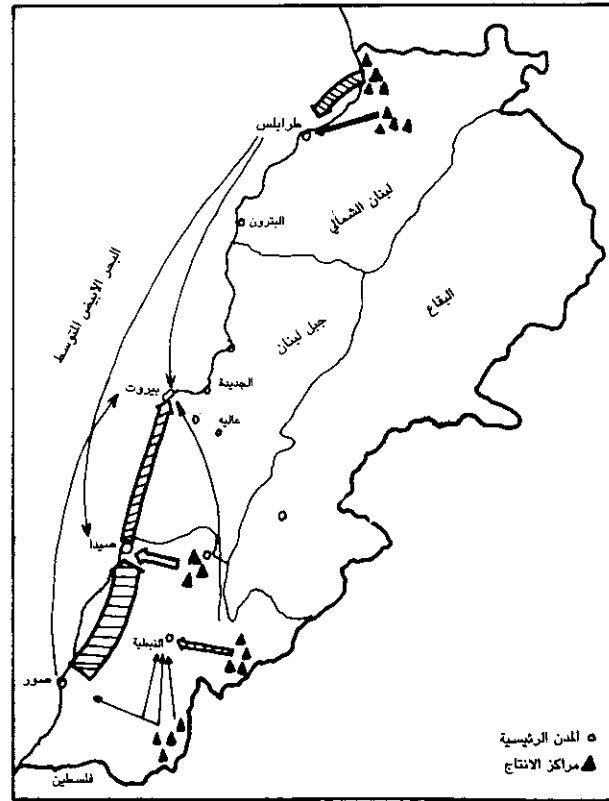
تعد أسواق صور والنبطية - عموماً - نقاط تجميع لصغار المزارعين. يجلب المنتجون القاطنون في القرى المجاورة محاصيلهم إلى محلات الوكلاء بالعمولة في هذه الأسواق. وتباع المحاصيل التي تصل إلى سوق صور عموماً إلى التجار المحليين، ويُنقل بعضها إلى سوق صيدا، أمّا السلع الزراعية التي تصل إلى سوق النبطية فيتم تسويقها محلياً. ويلاحظ أن عمليات نقل المنتجات الزراعية إلى جميع الأسواق يتولاها المنتجون باستئجارهم وسائل نقل خاصة.

تُعد سوق الجملة في طرابلس أكبر الأسواق التي تخدم القطاع الزراعي في الشمال. تقع الأراضي الزراعية على بعد نحو ٣٥ كلم شمال السوق. ويتم نقل المنتجات الزراعية من المزارع في تلك المنطقة إلى أسواق طرابلس وبيروت أو صيدا. وفي طرابلس، يتم بيع بعض السلع الزراعية إلى التجار المحليين، والبعض الآخر يتم نقله إلى أسواق الجملة في بيروت وصيدا.

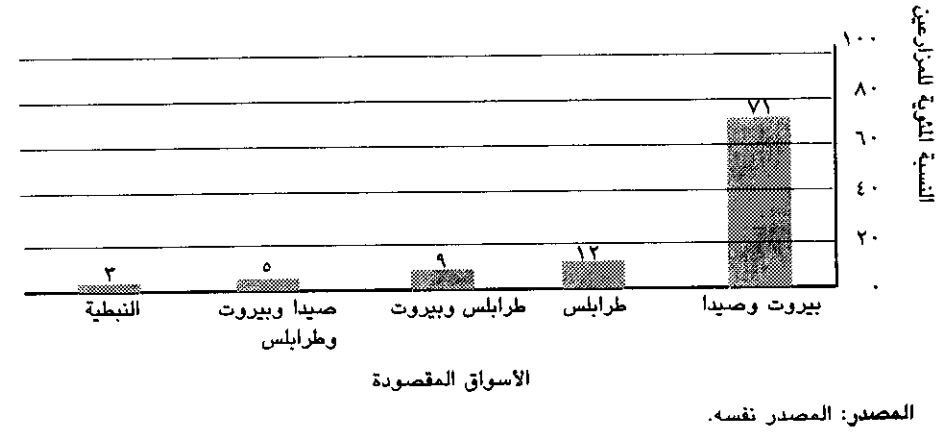
تُعد بيروت أهم مركز لاستهلاك المنتجات الزراعية، فهي أكبر تجمع مدني. وتُعد سوق بيروت المقصد الأهم للتجار. وتستقبل إمداداتها من الأسواق الأولية وكذلك من المزارعين مباشرة. ويتم توجيه معظم المحاصيل الزراعية التي تغادر الأسواق الأولية في صيدا وصور وطرابلس يتوجه إلى سوق بيروت عموماً، وإن كانت صيدا هي أهم مصدر لإمدادات العاصمة بالسلع الزراعية. وتتمتع إمدادات الجنوب عموماً بميزة قُربها من سوق بيروت مقابلة بسوق طرابلس والبقاع. ويوضح الشكل رقم (١ - ٢) نسبة تدفق الإمدادات الزراعية إلى مختلف الأسواق. ومنه نتبين أن نصيب طرابلس في مجمل التجارة يقدر بـ ١٢ في المئة، ونصيب النبطية ٣ في المئة. وهذا يعني أن أسواق صيدا وبيروت هي الأهم بالنسبة إلى تجارة المنتجات الزراعية، وأن سوق النبطية هي الأقل أهمية.

خريطة رقم (١ - ١)

تدفق تجارة المنتجات الزراعية من مراكز الإنتاج إلى أسواق الجملة



شكل رقم (١ - ٢)
مقاصد المنتجات الزراعية



تعاني تجارة الجملة - الفقيرة في تدابيرها الصحية^(٢٣) - نقصاً للتسهيلات في مجالات التخزين وتوفير المرائب والإتصالات بواسطة الهاتف أو غيره من وسائل الاتصال. تضم منطقة سوق الجملة عدداً كبيراً من محلات الوكلاء بالعمولة الذين يقومون بعمليات البيع بالنيابة عن المزارعين. تتشابه محلات الوكلاء، بحيث تبلغ مساحة المحل ٤٠ م^٢ (٨ × ٥)، وهي مؤثثة بطاولة وكراسي عدة، وفيها كاتب يسجل الصفقات والمعاملات اليومية بحسب الإجراءات المألوفة. وعادة ما تستمر أبواب السوق مفتوحة ليل نهار، وإن كانت أنشطة البيع تبدأ عادة في الساعة الخامسة صباحاً، مع بدء وصول المشتريين إلى السوق. تبدأ مبيعات الصباح الباكر بالمنتجات المكسدة أمام محل الوكيل منذ بعد ظهر اليوم السابق. ويحاول معظم الوكلاء بيع ما يتوافر لديهم من منتجات قبل نهاية اليوم. وما لم يتم بيعه يترك داخل المحل دون وسائل حفظ بالتبريد إلى اليوم التالي ليعاد عرضه للبيع، أو يُرسل إلى أسواق أخرى.

كشفت المقابلات التي أُجريت مع الوكلاء بالعمولة، أنهم يقبلون المنتجات التي يتم جلبها من المزارع ويحاولون بيعها في أسرع وقت ممكن، وبسعر أعلى قليلاً كلما أمكن.

(٢٢) تعاني أسواق الجملة النقص في إمدادات المياه، وصناديق التخلص من النفايات، وقرأ في وسائل تصريف الفضلات وفي وجود أرصفة للشحن والتفريغ والمرائب ووسائل التخزين ووسائل الاتصال التليفونية، ونقص المرائب بسبب عرقلة شديدة لحركة السير حول الاسواق.

وأوضحت الملاحظات المباشرة للسوق أن المنتجات الزراعية تُصنّف بطريقة سيئة، ويتم تجميعها كيفما اتفق، ويتم التعامل معها داخل سوق الجملة أو خارجها بطريقة خشنة، الأمر الذي يسبب للمنتج الأذى والضرر. وعادة ما يبيع الوكيل بطريقة «الأمانة»^(٢٤) نيابة عن الفلاحين. ولا يتحمل الوكيل أي مسؤولية في ما يخص المنتج الذي يتعامل به، بل يتحمل المزارعون مخاطر التلف التي يتعرض لها المنتج. ويعد الوكيل تاجراً متمرساً، يعي جيداً المعلومات المتوافرة في شأن الأسعار وأحوال العرض والطلب.

وبسبب غياب معايير موحدة لتصنيف المنتجات وتحديد مدى الجودة، والوزن الأمثل، من الشائع أن يلجأ الشاري إلى معاينة المنتج بالنظر. وأفاد المشترون (التجار) للمنتجات الزراعية أنهم يطوِّرون علاقات مبنية على الثقة بالوكلاء بالعمولة من خلال الاتصال الشخصي، والمعرفة، وتجربة التعامل معهم خلال فترة من الزمن. ومع ذلك، مع غياب هذه الثقة يقوم المشترون بمعاينة المنتج بالنظر. ويصاحب عمليات البيع مساومات ومفاوضات بين الوكيل والشاري بعد قيامه بتفقد ومعاينة المنتج.

تتوافر المنتجات الزراعية التي تُباع لتجار الجملة العاديين (غير كبار تجار الجملة) ولتجار المفرق بجلبها من مختلف المناطق. بعد إجراءات البيع يقوم الوكيل بإصدار نسخة من فاتورة البيع ويرسلها إلى المزارع. تتضمن الفاتورة، بالتحديد، الكميات المباعة، وأسعار كل كمية، ثم الحسومات، مثل عمولة البيع (١٠ في المئة) ونفقات التعامل مع هذه المنتجات. وقد كشف البحث أن ٤٠ في المئة من المنتجين يتلقون ثمن منتجاتهم بعد ثلاثة أسابيع من بيعها (أنظر الشكل رقم (١ - ٣)).

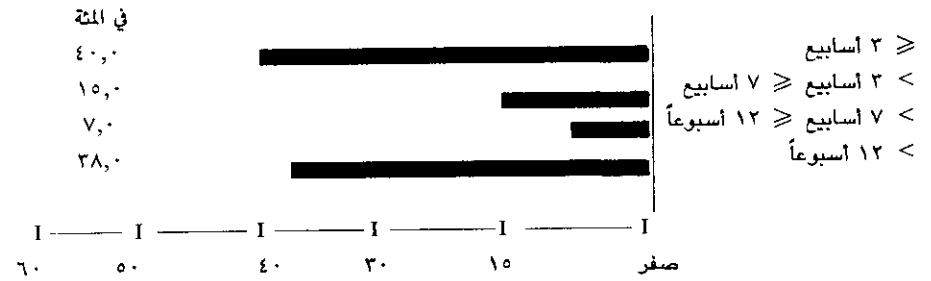
الملاحظة اللافتة للنظر في الشكل رقم (١ - ٣) أن ٣٨ في المئة من المزارعين الذين أُجريت معهم مقابلات يتلقون قيمة منتجاتهم بعد ١١ أسبوعاً من بيعها. ومعنى ذلك أن المزارعين يساهمون في قسط وافر من تمويل تجارة المنتجات الزراعية في لبنان.

يقوم تجار المفرق بنقل المنتجات المشتراة بواسطة شاحنات صغيرة، ويُجرون لها نوعاً من الفرز والتصنيف بحسب الحجم والشكل قبل عرضها للبيع بالمفرق. وعند عرض صنفين من المنتج، يُحدّد سعر مختلف لكل منهما، الأسباب الأولية للفرز والتصنيف هي

(٢٤) الترجمة الإنكليزية الحرفية للتعبير من اللغة العربية هي «Selling on Trust» وهو تعبير محلي يستخدمه المزارعون والعاملون في السوق للإشارة إلى إجراءات البيع. البيع بالأمانة يعني أن «الوكلاء بالعمولة موثوق بهم في بيع المحصول بالنيابة عن مجموعة من المزارعين في أثناء غيابهم. وأنهم يعدون بدفع القيمة كاملة بعد بيع المحصول وإجراء حسم العمولة والنفقات الأخرى.

استبعاد ما فسد أو تضرر من المُنْتَج. أما محلات السوبرماركت فتُولي اهتماماً أكبر لتدابير النظافة والصحة، وتقدم إلى زبائنها منتجات مصنفة قبل بيعها. لذلك فإن أسعار المنتجات في محلات السوبرماركت تكون أعلى من مثيلاتها في محلات البيع بالمفرق، وتعكس زيادة التكاليف المترتبة على الخدمات الإضافية المقدّمة.

شكل رقم (١ - ٣)
توزيع فترات الدفع للمزارعين



رسم بياني لنسب توزيع فترات الدفع

المصدر: المصدر نفسه.

خلاصة القول، يعتقد بعض المزارعين أن البيع للضمان أكثر أهمية من البيع عن طريق تجار الجملة، ذلك أن البيع عبر الوكلاء بالعمولة أو للمصدرين، يفرض على المزارعين الانتظار إلى مدة قد تصل إلى ١٢ أسبوعاً - في بعض الأحيان - للحصول على كامل ثمن مبيعاتهم. فضلاً عما يتطلبه ذلك من القيام بزيارات عدة لأسواق البيع بالجملة أو للمصدرين، بما يستتبع ذلك عن تكبد نفقات نقل إضافية، في حين في حالة البيع للضمان، يتم الدفع نقداً بعد البيع مباشرة، وربما كان توافر النقود الفوري هو الأهم بالنسبة إلى المزارعين. يتردد بعض المزارعين في البيع للوكلاء بالعمولة أو للمصدرين لتجنب المشاكل المرتبطة بعملية التسويق. مثل المشاكل الناجمة عن النقص في التسهيلات للتسويق بعد الحصاد، أو التلكؤ في الدفع نتيجة البيع بالأمانة، أو نفقات زيارة أسواق الجملة أو المصدرين مرات عدة بهدف إستيفاء كامل ثمن المنتجات، أو ضغط الحاجة للوفاء بالديون، أو لمواجهة المصاريف الشخصية وغير ذلك.

من الأسباب التي تدفع المزارعين إلى بيع منتجاتهم بعد الحصاد مباشرة حيازتهم كميات قليلة من المنتج يمكن تسويقها، وضغط الحاجة إلى النقود فوراً، والنفقات المرتبطة بالتوجه إلى سوق الجملة لتحصيل قيمة مبيعاتهم.

وفي حال عدم استحسان المزارعين الأسعار، فهم يفضلون تأجيل مبيعاتهم إلى نهاية موسم الحصاد على أمل أن تُتاح لهم فرصة أفضل للإفادة في ظروف تسويقية مؤاتية.

(ب) عمليات التسويق الخارجي (التصدير): يتولى مصدرين منفردون عمليات التسويق التصديري للمنتجات الزراعية. ذكر المصدرون أنهم يتصلون بالوكلاء بالعمولة ويفاوضونهم على إقامة علاقات تجارية تستند إلى القوانين التجارية والقواعد المتبعة في كلا البلدين، ويناقشون المسائل المتعلقة بجودة المنتج والتعبئة وغير ذلك من شؤون، ويحاولون تأمين عقود بيع. ويقوم المستوردون ببيع المنتج في بلدانهم بالنيابة عن المصدرين مقابل عمولة يحصلون عليها من المصدرين، لأنهم يمثلون مصالحهم في السوق. وأفاد المصدرون أنهم يدفعون عمولة قيمتها ٦ في المئة للوكلاء بالعمولة الذين يمثلونهم في الدولة المستوردة. ويتدفق المحصول الزراعي عبر وسطاء عدة في السوق بحسب نظام التسويق التصديري (أنظر الشكل رقم (١ - ٤)). يكون لدى مصدري المنتجات الزراعية ضمانات متعددة تشمل التمويل الشخصي والمزارعين، والضمان وبائعي الجملة.

- أوقات بيع المحاصيل: بحسب البحث الميداني، تتفاوت أوقات بيع المحاصيل في ما بين المزارعين، فبييع البعض قبل موسم الحصاد، والبعض الآخر بعد الحصاد مباشرة (في غضون أربعة أسابيع)، وغيرهم يتأخر إلى نهاية موسم الحصاد.

ذكر المزارعون الذين يبيعون للضمان أنهم يتطلعون إلى تجنب المشاكل الناجمة عن نقص تسهيلات التسويق والخدمات، وأن البيع للضمان هو طريقة سريعة وأمنة لاستعادة أموالهم، لأن الضمان يدفعون لهم نقداً ويعرضون عليهم أسعاراً معقولة. وذكر صغار المزارعين أنهم يبيعون معظم منتجاتهم خلال الأسابيع القليلة الأولى لموسم الحصاد لمواجهة حاجاتهم النقدية ولتسديد ديونهم، ولتمويل عملياتهم الزراعية. وأشارت مجموعة المزارعين الذين يُرجئون البيع إلى نهاية موسم الحصاد إلى أنهم يتوقعون ارتفاع الأسعار في نهاية الموسم لأنه حتى ذلك الوقت لا يتبقى سوى القليل من المحاصيل الزراعية، لأن معظم المحصول يكون قد تم بيعه في بداية الموسم بسبب وجود نقص في وسائل التخزين. ومن هنا فإنهم يأملون البيع بأسعار مرتفعة في نهاية الموسم فيحققون عائداً مرتفعاً. وهذا يعني أن بعض المزارعين لديه دراية بأحوال السوق وعنده القدرة على الإفادة مالياً من فرص السوق.

جَنَّتْهُ - في حدود ما يعادل حمولة شاحنة - ويؤمنون تسهيلات النقل المطلوبة. ثم يحررون فاتورة بيع نيابة عن المزارع تحدد الكمية التي تم حصادها، والسعر والحسومات (مثل نفقات الحصاد والتداول والنقل)، والمبلغ الصافي المستحق للمزارع، ثم يدفعون له مستحقاته بعد سبعة أسابيع.

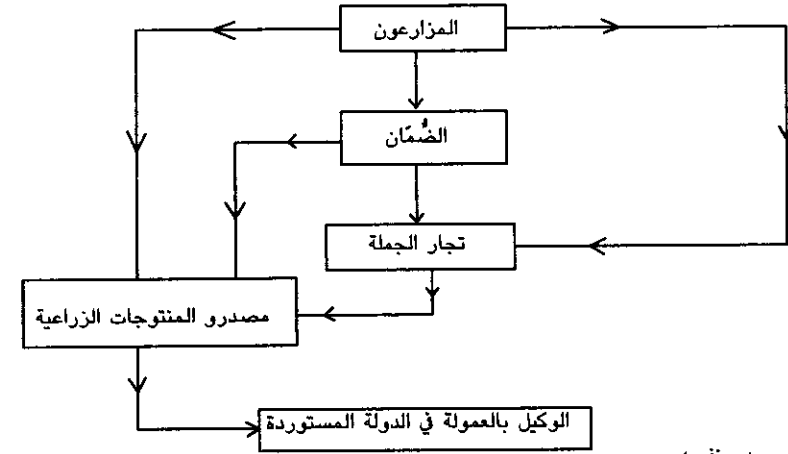
في المعمل المخصص للتصنيف، يتم غسل المنتج، وتشميعه، وتصنيفه، ووضع العلامات التجارية (Label)، ويُعبأ في صناديق من الكرتون. ثم يُحمَل المنتج على شاحنة مبرّدة، تغادر عادة بعد الظهيرة إلى مقصدها حيث الدولة المستوردة. وغالباً ما يتم تسليم المنتج إلى محل الوكيل بالعمولة في بلدان الخليج بعد خمسة إلى ستة أيام من المغادرة. يمثل الوكلاء مصالح المصدرين، ويُجرون مبيعاتهم نقداً، ومن الطبيعي أن يتلقوا عمولة من المصدر.

يتم شحن المنتجات الزراعية إلى بلدان الخليج عند معمل التصنيف على شاحنات مبرّدة، ثم تُنقل إلى مركز التصدير (أنظر الخريطة رقم (١ - ٢)) قبل أن يحل المساء. في مركز التصدير يقوم فريق من وزارة الزراعة بمعاينة وثائق التصدير والتحقق من صحتها، ويتأكدون من الوثائق التالية: شهادة المنشأ، شهادة الصحة، شهادة الانطباق، نسخة من تصريح التصدير، شهادة تحدد أنواع المنتجات المصدرة، وكميتها، واسم المصدر، والجهة المصدر إليها. يتم نقل المنتجات الزراعية عن طريق البرّ، عبر الحدود السورية فالأردنية في اتجاه الحدود الشمالية للسعودية. وعند الحدود السعودية يتم تفريغ المنتجات من الشاحنات اللبنانية ويُعاد شحنها على شاحنات مبرّدة سعودية، كما تقتضي بذلك الإجراءات السعودية حيال جميع المنتجات الزراعية التي تدخل أسواقها بطريق البر^(٢٥)، وبعدئذ تُسَلَّم الحمولة إلى محل الوكيل بالعمولة. وفي السعودية يقوم الوكيل ببيعها بالنيابة عن المصدر ثم يحوّل قيمتها عن طريق البنك اللبناني - السعودي. وعادة ما تصل التحويلات خلال عشرة أيام.

يقول المصدرون الأربعة الكبار في لبنان إن العديد من المصدرين الآخرين قد واجهوا عوائق في أعمالهم خلال السنوات الثلاث السابقة. يعود ذلك إلى تدهور القدرة التنافسية للمنتجات الزراعية اللبنانية في أسواق الخليج، وكذلك بسبب التعبئة السيئة وعدم احترام شروط التصدير من قبل بعض المصدرين، وكذلك انخفاض جودة المنتج الذي يقومون بتصديره، الأمر الذي ترتب عليه موقف لم يتمكن هؤلاء معه من تسديد قيمة مشترياتهم من المزارعين بأسلوب «الأمانة». وفي حين كانت المبيعات والأسعار تتدهور، استمروا في أنشطتهم

(٢٥) الإجراءات السعودية تشترط تفريغ جميع المحاصيل الزراعية التي تدخل أسواق السعودية من الشاحنات القادمة من مصادرها الأصلية، ويُعاد شحنها على شاحنات تعمل داخل الأراضي السعودية.

شكل رقم (١ - ٤)
نظام التسويق التصديري



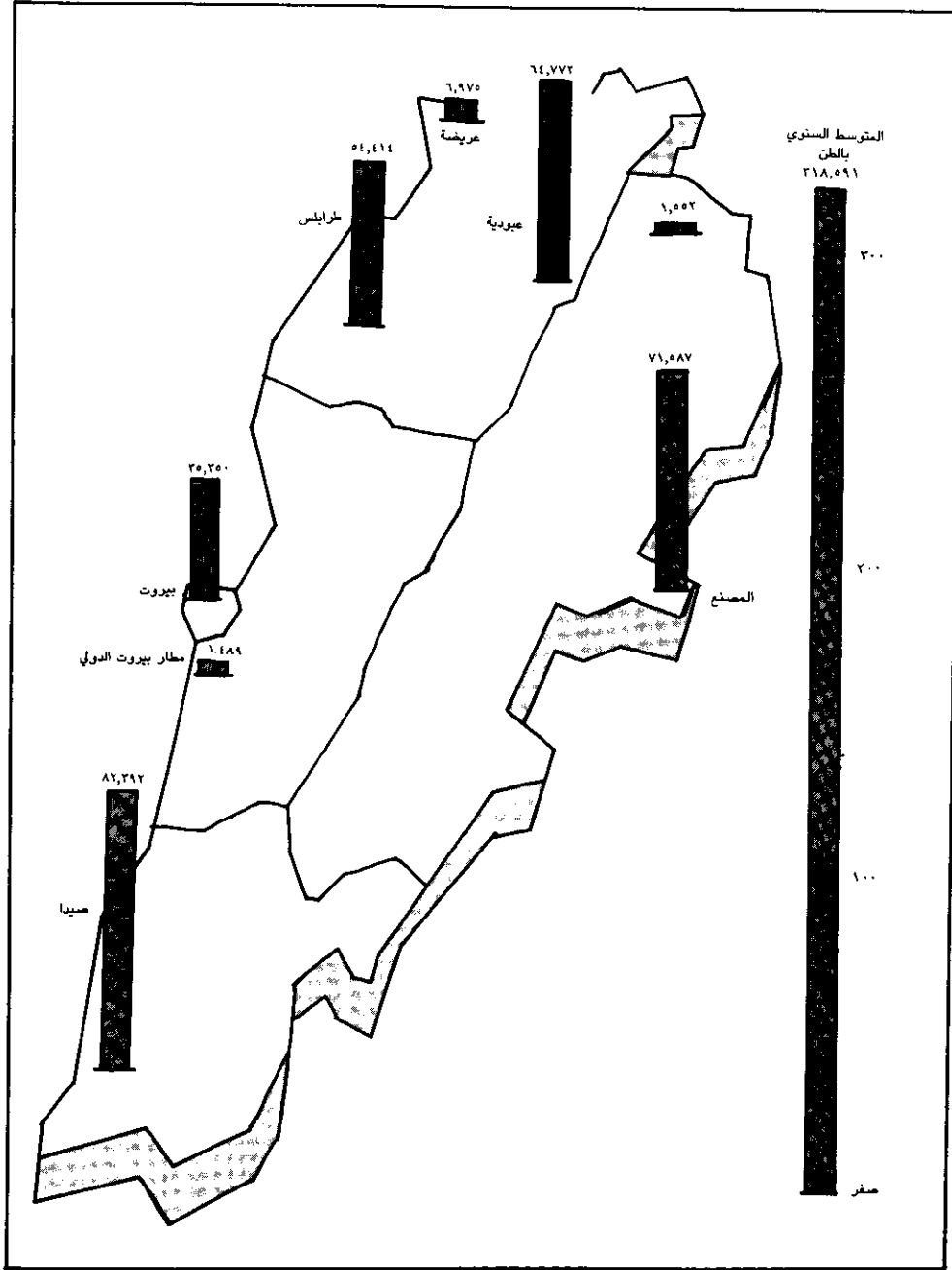
المصدر: المصدر نفسه.

كشفت البحوث الميدانية في السوق أن أكبر مصدرين في لبنان هم أيضاً منتجون. ويستطيع هؤلاء المصدرون تأمين نسبة ٣٠ في المئة من إمداد إجمالي كمية صادراتهم من مزارعهم الخاصة، وتأمين بقية الكمية (٧٠ في المئة) من المزارعين مباشرة. أو من الضمان. أما بقية المصدرين فهم من غير المنتجين ويؤمنون حاجاتهم إلى التصدير من السوق مباشرة.

وذكر المصدرون الأربعة الكبار (البساط، الزعتري، الحريري، وصفا) أنهم، بحسب خبرتهم التجارية، يفضلون شراء حاجاتهم من المزارعين والضمان، وحينئذ يسيطرون على الإدارة بأنفسهم من ناحيتي المراقبة وعمليات النقل. ولأنهم يسيطرون على العمليات مباشرة، فإن ذلك يسمح لهم بخفض الفاقد بعد مرحلة الحصاد وحماية المحصول من الأضرار التي تلحق به بسبب التعامل الخشن والنقل. وربما يعني ذلك أن هناك قدراً من الاندماج الخلفي (Backward Integration) بين مصدري المنتجات الزراعية في نظام التسويق التصديري. ولما كان الوكلاء بالعمولة يمثلون القناة الوحيدة التي يتم تسويق المنتجات الزراعية من خلالها في أسواق التصدير، فهذا يعني غياب الاندماج الأمامي (Forward Integration) على طول مراحل سلسلة التسويق التصديري. وبالخلاصة، يبدو أن الشكل الوحيد الشائع هو الاندماج الخلفي، ويُنظر إلى ذلك على أنه جيد بالقدر الكافي.

يشترى المصدرون حاجاتهم من المزارعين والضمان على أساس «الأمانة»، وينقلون منتجاتهم إلى محلاتهم للفرز والتصنيف. وكشف الحوار مع المصدرين أنهم ينظمون الحصاد والتعامل مع المنتج والنقل، وذكروا أنهم يؤجرون عمالاً لجني المحصول في الجزء المطلوب

خريطة رقم (١ - ٢)
مراكز تصدير المنتوجات الزراعية



حتى تضخمت إلتزاماتهم تجاه المزارعين، وسريعاً ما أُجبروا على الابتعاد من مجال الأعمال، أو عانوا إنخفاضاً مخيفاً في صادراتهم، أو لاذوا بالفرار من بلادهم في إثر منازعتهم أمام القضاء بواسطة المزارعين.

خلاصة القول، إن هذا الموقف الحرج يستدعي التعاون والعمل الجماعي، وبدلاً من التصدير، كل على نحو مستقل، يجب أن يوحد المصدرون جهودهم وأن ينظموا أنشطتهم التصديرية تحت مؤسسة يُطلق عليها «اتحاد المصدرين اللبنانيين»، تملك رؤية للإرتقاء بالمنتجات الزراعية المصدرة وزيادة القدرات التصديرية في مواجهة قدرة تنافسية قوية لدول تتحمل تكاليف إنتاج منخفضة وتعرض أسعاراً تنافسية جيدة جداً.

وجدير بالذكر، كذلك، أن سمعة المنتجات الزراعية اللبنانية قد تأثرت بسبب عدم الاستقرار السياسي من ناحية، وبسبب ممارسات بعض المصدرين التي تثير التساؤلات من ناحية أخرى. وهذا بدوره يتطلب جهوداً حثيثة لتحسين صورة المنتجات الزراعية اللبنانية ونوعيتها مع الإبقاء على الأسواق التقليدية والتوسع إلى أسواق جديدة. إن إطاراً مبدئياً لاستراتيجية تسويق الصادرات الزراعية يجب أن يتضمن تصوراً لنوعية جيدة، وسمعة حسنة، ومصداقية. وأن يترافق ذلك مع خطط لتطوير علامة تجارية (Brand) لكل منتج من الصادرات الزراعية (مثل طراز يافا والجمال في إسرائيل، وماروكو في المغرب)، مع التطلع إلى تشجيع تمسك المستهلكين (Consumer's Loyalty) بالمنتجات اللبنانية.

(ج) إتجاهات المزارعين ومواقفهم

- نظرتهم إلى المسوقين: يتطلب تسويق المنتجات الزراعية على نحو طبيعي توافر الثقة والفهم المتبادلين بين مختلف العاملين في مجال التسويق عموماً، وبالتحديد بين المزارعين والوكلاء بالعمولة. لتحقيق فهم أفضل لطبيعة العلاقات بين العاملين في مجال التسويق، تمت دراسة موقف المزارعين من وسطاء السوق.

كشفت الحوار مع المزارعين أن العديد منهم يرى أن الوكلاء بالعمولة متطفلون وكثيراً ما يشك المزارعون في أمانتهم واستقامتهم. وذكر المزارعون أن الوكلاء بالعمولة يسرقونهم، وشرحوا أن بيع منتجاتهم يتم على أساس «الأمانة» حيث تتم إجراءات البيع في غيابهم. وذكروا أن «الأسعار الفعلية التي تُباع بها منتجاتهم أمرٌ متروك لضمائرهم، ونحن لا نعتقد أن الوكلاء بالعمولة يذكرون ثمن البيع الفعلي». وذكر مزارعون آخرون أن «الوكلاء بالعمولة هم شريك من دون أن تعرف» مشيرين بذلك إلى تكاليف العمولة والتعامل مع المنتج التي يقوم الوكلاء بالعمولة بحسمها من فواتير الحساب التي تُرسل إلى المزارعين. حتى هؤلاء

المزارعون الذين يعون مفاهيم الوقت والمكان ومنفعة الحيازة ودور المسوّقين، غالباً ما يصفون الوكلاء بالعمولة بـ «الاحتكارية»، وهو تعبير يستعملونه لوصف السلوك الاحتكاري للوكلاء بالعمولة. يعني ذلك أن المزارعين يبدو أنهم لا يوافقون على أن وسطاء السوق يقتطعون جزءاً مقابل خدمات مقدّمة، الأمر الذي يقود هؤلاء المزارعين إلى تكوين اتجاهات غير وديّة ومشاعر عدم الثقة. هذه الرؤية السلبية للتجار بالعمولة قد تحد كثيراً من تطوير نظام تسويق فعّال.

كذلك تمت دراسة اتجاهات المزارعين نحو الضمّان، وتبيّن أن المزارعين المتعلقين بالمال النقدي يسعون، في الغالب، للحصول على قروض من الضمّان والوكلاء بالعمولة والمزارعين الأغنياء، ثم يقومون بتسديد هذه الديون خلال موسم الحصاد. ولا يعني ذلك أن البيع مقدماً هو نشاط يسعى له المزارعون كهدف في حد ذاته، فقد ذكر هؤلاء «أنها ميزة أن تباع وتكون لك علاقات مستمرة بالضمّان الذين مع مرور الوقت يقومون بأعمال أفضل، فيدفعون لنا أسعاراً جيدة»، ويستفيد الضمّان بدورهم، بأن تكون لهم مصادر توريد مؤكدة وعلاقات طيبة بالمزارعين.

هذه النتائج توضح بجلاء أن صغار المزارعين يعانون قلة مصادر التمويل وما يترتب على ذلك من قلة محصولهم وانخفاض مستوى جودته.

وأخيراً، ينظر الفلاحون إلى المصدرين على أنهم أهم اللاعبين في مجال تسويق المنتجات الزراعية، وأكدوا اتجاهاتهم الوديّة نحوهم. وفي الحقيقة، اعتبروا المصدرين مفتاح العمل في تجارة المحاصيل الزراعية، ومصدراً مهماً للمعلومات حول اتجاهات السوق.

- نظرتهم نحو التسويق: يعتمد أي تحسن في تسويق المحاصيل الزراعية - إلى حد كبير - على دعم المزارعين، ولذلك تم بحث نظرتهم نحو التسويق. وبالتحديد، نظرتهم نحو جودة المحاصيل الزراعية، ونحو البيع على أساس «الأمانة»، وعمليات النقل وتوافر وسائل الاتصال، وكذلك نحو التعاونيات الزراعية. ودراسة هذه الإتجاهات تساعدنا على فهم سلوكهم.

جودة المحاصيل الزراعية: كشف البحث أن المعيارين الوحيدين اللذين يستخدمهما المزارعون لتقويم مدى جودة المنتج الزراعي هما الحجم والشكل. ويرون أن نوعية المنتجات الزراعية اللبنانية جيدة. ولم يتطرق المزارعون إلى عوامل أخرى مهمة في تقويم مدى الجودة، مثل: الوعي بالبيئة والصحة، وانخفاض استخدام المبيدات، وخفض استخدام الأسمدة الكيماوية.

البيع بالأمانة: يقوم البيع للضمّان على أساس نقدي، أما البيع للمصدرين والوكلاء

بالعمولة فيقوم على أساس «الأمانة». وقد أكد المزارعون أنهم غير راضين عن طريقة البيع «بالأمانة» ويطلبون بتغيير جذري لطريقة البيع بالأمانة.

يحمل البيع بالأمانة مضامين مهمة بالنسبة إلى المزارعين، إذ يحتاج تحصيلهم كامل قيمة محصولهم إلى كثير من الوقت ونفقات النقل، وذلك لأن الوكلاء بالعمولة يدفعون للمزارعين قيمة محاصيلهم على مدى يراوح بين قسطين إلى أربعة أقساط، ويتطلب ذلك أن يذهب المزارعون إلى سوق الجملة مرّات عدة على مدى ٣ أسابيع إلى ١٢ أسبوعاً، حتى يقوموا بتحصيل كامل قيمة محاصيلهم، ونتيجة ذلك يمكن القول إن المزارعين يساهمون في قسط وافر في تمويل تجارة المنتجات الزراعية في لبنان.

تسهيلات التسويق عقب عملية الحصاد: يشكو المزارعون ضعف شبكات المواصلات والاتصالات حول منطقة الإنتاج، فهي غير كافية وتحتاج إلى تحسينات. وهذه الحال تُلقي الضوء على نقص الاستثمار في مجال إقامة البنية التحتية، الأمر الذي يؤثر في فاعلية نظام التسويق الزراعي. ويفاقم الأمر غياب المعايير والتدابير الآيلة إلى تحسين الجودة والتنوعية للمحاصيل الزراعية.

ومن الملاحظ أنه لا توجد تسهيلات ائتمانية في لبنان، والمصدر الوحيد للتمويل المتاح للمزارعين هو المصادر الخاصة، مثل الأقارب، والوكلاء بالعمولة، والمصدرين والفلاحين الميسورين، والضمّان، والبنوك الخاصة. وقد أبدى المزارعون استياءهم من عدم توافر القروض الميسّرة، وطالبوا الحكومة بتقديم القروض إليهم حتى يتمكنوا من الاستمرار في القطاع الزراعي.

هذه النتائج تلقي الضوء على مدى عدم ملاءمة التسهيلات المالية المتوافرة، وحاجة الفلاحين الملحة إلى القروض.

التعاونيات: كشف الحوار مع المزارعين أن حركة التعاونيات فشلت في لبنان بسبب انهيار الإدارة التعاونية بسبب السلوك الفردي لمديري التعاونيات. وذكر المزارعون أن هناك حاجة ملحة إلى التعاونيات الزراعية في لبنان، وأنها تحتاج إلى درجة عالية من التنظيم.

- العوامل التي تؤثر في قرار المزارعين بالاستثمار في القطاع الزراعي: أشار المزارعون إلى عوامل عدة تؤثر في قرارهم بالاستثمار في مزارعهم، مثل الحاجة إلى سياسة حكومية واضحة تركز على حاجاتهم، وتوافر التسهيلات التسويقية بعد عملية الحصاد، مثل التمويل، وتوفير المعلومات الكافية عن السوق، وتوفير تسهيلات النقل والاتصال، والتوسع في تقديم الخدمات إليهم وإيجاد منافذ جديدة للتسويق.

(د) نظرة عامة على اتجاهات المزارعين: يظهر تحليل اتجاهات المزارعين وجود عديد من المشاكل التي تواجه القطاع الزراعي، مثل السياسة الحكومية غير الملائمة، ونقص التمويل، وعدم كفاية خدمات التسويق وتسهيلات ما بعد الحصاد، وكذلك الغياب الكامل للأبحاث العلمية المهمة، والتوسع في تقديم الخدمات التقنية لدعم تطوير الإنتاج الزراعي على نحو فعال، وتعزيز نظام التسويق. كما يلاحظ عدم توافر نظام جيد لجمع معلومات عن السوق ونشرها، وكذلك عدم وجود تعاونيات المزارعين.

يمكن حل هذه المشكلات بمساعدة الحكومة ودعمها، فالحكومة تستطيع أن تؤدي دوراً مهماً في تنظيم نظام التسويق الزراعي وتفعيل عملياته من خلال تشجيع وتسهيل إقامة تعاونيات زراعية وجمعيات زراعية. ويحتاج المزارعون إلى التأكد والاقتران أن هذه التعاونيات ستعمل لمصلحتهم تماماً. وبالتالي يتطلب ذلك خلق حوافز وتدابير سياسية لتشجيع المزارعين على الانضمام إلى التعاونيات. ويتعين على الحكومة إقامة نظام مناسب لجمع المعلومات عن السوق ونشرها، وتوفير هذه المعلومات للمزارعين وغيرهم من العاملين في مجال التسويق وذلك لتفعيل العمليات التسويقية.

ومن المهم جداً أن تضع الحكومة سياسة استراتيجية تركز على الأنشطة البحثية والتطويرية وتشجعها، لتحسين تقنيات ما بعد الحصاد، أي عملية الحصاد، والتعامل مع المحصول، والنقل، مع رؤية تستهدف تحسين أنواع المحاصيل وزيادة إمكانات تسويقها، ويجب أن يعزز ذلك ببرنامج توسع فعال ومحطات تجارب، وتزويد الفلاحين بما هو جديد في تقنيات ما بعد الحصاد، وتشجيعهم على التكيف مع هذه التقنيات. وأخيراً، يتعين على الحكومة تطوير نظام مصرفي للتسليف الزراعي يكون في خدمة المزارعين وغيرهم من العاملين في مجال التسويق، يعمل إلى جانب مصادر التمويل المحدودة المتاحة حالياً. إن التركيز على حل هذه المشاكل سيعزز الآمال في تقوية الإنتاج الزراعي، وتفعيل نظام التسويق الزراعي، ورعاية عمليات تحديث القطاع الزراعي.

الفصل الثاني

سياسات الحكومة وبرامجها في القطاع الزراعي

في بداية التعرف إلى موضوع ما، من الضروري تعريفه بتقديم ملخص بالغ الإيجاز بقدر الإمكان. ومن المتوقع أن يكون هذا التعريف مقبولاً بوجه عام من هؤلاء الذين يقدمون المعلومات حول الموضوع مهما كانت الحساسيات التي يُبدونها. وبذلك سيكون هناك نقطة بداية يمكن أن يعود إليها الباحثون، واستخدام هذا التعريف في قياس مختلف التفسيرات^(١). في هذا السياق فإن تعريف «السياسات الزراعية» مهم جداً، ويمكن تعريف السياسة الزراعية بأنها «مجموعة التدابير والإجراءات التي تتبناها الحكومة لحماية القطاع الزراعي من الواردات، ورفع مداخل المزارعين»^(٢).

تعد السياسة الزراعية في لبنان عموماً انعكاساً لسياسة الحكومة الاقتصادية، التي تفضل عدم التدخل في الشؤون الاقتصادية، أو أقل سيطرة حكومية على الأنشطة الاقتصادية، مع إعطاء دور أكبر للقطاع الخاص. واقتصر دور القطاع العام، تقليدياً، على إقامة البنية التحتية للقطاع الزراعي مثل تمهيد الطرق، وحفر قنوات الري، واستصلاح الأراضي. وحديثاً جداً قَدّمت الحكومة دعماً لأسعار المحاصيل النقدية مثل التبغ وشمندر السكر، والقمح، وذلك لتشجيع إحلال هذه المحاصيل محل المحاصيل الممنوعة بحكم القانون. ومن المؤكد أن الحكم على مدى نجاح هذه السياسة يحتاج إلى بحث أكثر تفصيلاً، وسنعرض في ما يلي لسياسات الحكومة وبرامجها في القطاع الزراعي.

(١) انظر: M.J. Barker, *Marketing: An Introductory Text*, 5th edition (New York: Macmillan Education Ltd, 1991).

(٢) *Oxford Dictionary of Economics* (London: Oxford University Press, 1995).

١ - سياسة السيطرة على الواردات: الرزنامة الزراعية

بدأت تتضح سياسات الحكومة والقوانين والاجراءات التي تستهدف حماية القطاع الزراعي منذ الخمسينات. كان اهتمام الحكومة، ولا يزال، ينصب على حماية الإنتاج المحلي للفواكه والخضار خلال مرحلتي الإنتاج والحصاد، واتخاذ تدابير الحد من واردات بعض المنتوجات الزراعية. والأداة الرئيسية لسياسة الحد من الواردات يُطلق عليها «الرزنامة الزراعية»، وهي عبارة عن مرسوم بقانون تحت رقم ٢١. وبحسب هذا المرسوم والتعديلات التي أُدخلت عليه عام ١٩٦١، والمرسوم الاشتراعي رقم ٤٨١ عام ١٩٦٨، والمرسوم الاشتراعي رقم ٢ في الثاني من تشرين الثاني/ نوفمبر ١٩٨٩ والتعديلات التي أُدخلت عليه عامي ١٩٩٢ و١٩٩٥، لا يُسمح باستيراد منتوجات زراعية محددة، مثل الحمضيات والتفاح والبطاطا وغيرها. ويُسمح باستيراد بعض المنتوجات الزراعية بموجب ترخيص من وزارة الزراعة، فيما يُسمح باستيراد منتوجات معينة خلال فترة محددة من الوقت من دون ترخيص (أنظر الملحق).

٢ - مشروعات الري

في الخمسينات، أعلنت الحكومة خطة التنمية الخمسية، التي استهدفت تحديث شبكة الري، ببناء السدود والخزانات والقنوات ومحطات الضخ. وهكذا أنشأت مشروع الليطاني والقاسمية للري الذي كان يهدف إلى تزويد الجنوب والجزء الجنوبي من وادي البقاع بالكهرباء ومياه الري، وبالتحديد بغرض زيادة مساحة الأراضي الزراعية المروية على طول الشريط الساحلي الممتد من الزهراني إلى صور في الجنوب. وحتى عام ١٩٧٥ تم زيادة الأراضي المروية إلى أكثر من ٢٠ ألف هكتار، خصص منها أكثر من ستة آلاف هكتار لإنتاج الحمضيات^(٣). وفي الشمال تم إنجاز مشروعات ري مشابهة في سهل عكار ومنطقة المنية، أصبحت الأراضي المروية معها تبلغ نحو ١٤٩٠٠ هكتار^(٤). أُدخلت مشروعات الري هذه بإنجازها، هي وغيرها، أراضي جديدة إلى مجال الزراعة والإنتاج، مع أن أجزاء كبيرة من هذه المشروعات لم تستكمل بسبب إندلاع الحرب عام ١٩٧٥، الأمر الذي قلّص من تأثير التنمية في القطاع الزراعي.

(٣) أحمد بعلبكي وفرج الله محفوظ، القطاع الزراعي في لبنان: أبرز التغيرات خلال الحرب الأهلية (بيروت: دار الفارابي، ١٩٨٥)، ص ١٥١.

(٤) M. Baasiri and J. Ryan, *Irrigation in Lebanon: Research, Practices, and Potentials* (Beirut: American University of Beirut Press, 1986), p. 46.

كشف البحث الميداني أن الريّ يستند إلى أخذود وحوض تفيض منه المياه. وكان المزارعون يدفعون مقابل مياه الري بحسب تقليد تاريخي تركي يقدر تكاليف الري على أساس عدد الساعات أو عدد الدونمات، وهو نظام لا يحقق العدالة في توزيع مياه الري. كذلك كان المزارعون يقومون بحفر آبارهم الخاصة لجلب مياه الري واستخدام بعضهم نظام التنقيط الحديث الذي تؤمنه تقنيات الري بالرش، ويعكس ذلك فهمهم لهامش التكلفة بالنسبة إلى إمدادات المياه.

٣ - المشروع الأخضر

في عام ١٩٦٣، أقامت الحكومة «المشروع الأخضر» بموجب المرسوم الاشتراعي رقم ١٣٣٣٥، الذي هدف إلى تحقيق الغايات الآتية:

- أ - زيادة مساحة الأرض القابلة للزراعة من خلال استصلاح الأراضي.
- ب - إعادة تأهيل الطرق في المناطق الريفية وإنشاء طرق جديدة.
- ج - إعادة التحريج وصيانة منابع المياه.
- د - تقديم الدفيئات ووسائل الزراعة بالمياه لزيادة إنتاجية المحاصيل.
- هـ - تطوير تقنيات الاحتفاظ بالمياه، مثل بناء القنوات والخزانات.

لتحقيق هذه الأهداف، زوّد المشروع الأخضر الفلاحين بجرات ومحاريث وماكينات إقامة الجلول (Tillage) الزراعية مقابل رسوم تغطي نفقات التشغيل فقط، وقدم من دون مقابل بذور الحمضيات، وقروضاً لشراء بذور القمح، فضلاً عن إنشاء الطرق في المناطق الريفية، وتطوير تقنيات تخزين المياه مثل القنوات والخزانات. ولتنفيذ هذه الأهداف تعاون المشروع الأخضر مع منظمة الأمم المتحدة للأغذية والزراعة (F.A.O) وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP) وبرنامج الغذاء العالمي (WFP)، فضلاً عما تقدمه الولايات المتحدة وفرنسا من مساعدات تقنية وخبرات^(٥).

من أهم إنجازات المشروع الأخضر قيامه بتوزيع مجموعة متنوعة ومحسّنة من بذور الحمضيات مجاناً لأصحاب البساتين. وكان استكمال مشروع ري الليطاني والقاسمية قد حقق زيادة في المساحة الزراعية بالحمضيات من ٥ آلاف هكتار عام ١٩٦٠ إلى نحو ١٢ ألف هكتار

P. Andreou [et. al.], *The Agricultural Economy of Lebanon* (Beirut: American University of Beirut Press, 1979), p.20.

٤ - خدمات البحث والإرشاد والتوجيه

كشف البحث أن مؤسسات دعم النشاط الزراعي وخدمات الإرشاد والتوجيه، تشمل البحث والتطوير (R&D) وخدمات الإرشاد وتجهيزات البنية التحتية والتمويل. تُركز مؤسسات البحث والتطوير على السيطرة على الآفات الزراعية والأمراض التي تصيب الحيوان، وتشمل الأمراض التي تُصيب الحمضيات والتفاح واللوز والطيور الداجنة ومنتجاتها وتحليل التربة.

قامت الحكومة بتمويل الأبحاث الزراعية وخدمات الإرشاد والتوجيه وبرامج تثقيف المزارعين بهدف تطوير وتحسين تقنيات الزراعة التي يستخدمها المزارعون. تقوم ستة مراكز للبحث الزراعي منتشرة في أنحاء لبنان بعملها البحثي، تُركز الأبحاث التجريبية على السيطرة الاحيائية على حشرات الفواكه، وخصوصاً الحمضيات، وعلى حشرات فواكه أخرى^(٧). كما تم إجراء تجارب على تأثير الأسمدة الكيميائية في بعض المحاصيل الزراعية.

أنشئت إدارة الإرشاد الزراعي في لبنان أول عام ١٩٥٤ كوحدة في وزارة الزراعة. وفي عام ١٩٦١ بدأت الإدارة في إصدار مطبوعات ومنشورات زراعية، وفي عام ١٩٦٣ عملت من خلال ٣٤ مركزاً منطقياً منتشرة في لبنان^(٨). اهتمت خدمات الإرشاد أساساً بنشر نتائج الأبحاث على المزارعين، وبخاصة هؤلاء الذين يعيشون في القرى البعيدة.

كانت المشكلة الرئيسية التي واجهت إدارة الإرشاد الزراعي هي إقناع المزارعين بتقبل التقنيات المقدمّة إليهم من مندوبي الإدارة. وتعود صعوبة تقبلهم إلى تردد المزارعين في التغيير وإلى قلة الثقة في المندوب ذي الخلفية البعيدة من الزراعة، وإلى فشل المندوبين في تفهم حاجات المزارعين ومشكلاتهم^(٩). تدهورت الخدمات الإرشادية بسبب نقص العاملين في إدارة الإرشاد الزراعي إلى حد كبير (أظهرت القرائن أنه تم تعيين مندوب واحد لكل ٧ آلاف أسرة، في حين أوصت منظمة الفاو (FAO) بأن يكون المندوبون الزراعيون لخدمات الإرشاد بمعدل ١ إلى ٥٠٠ بالنسبة إلى المزارعين)^(١٠). ظلت الخدمات الإرشادية ضعيفة نسبياً، وتوقفت بعد ذلك مع اندلاع الحرب عام ١٩٧٥. ومنذ ذلك الوقت أخذت شركات خاصة على عاتقها مهمة تزويد

المزارعين المعلومات في شأن المبيدات والأسمدة، وسبل استخدامها ومعدلات استعمالها. ومن المعروف أن للمبيدات والأسمدة الكيميائية تأثيرات خطيرة في صحة الإنسان وفي البيئة. وقد كشفت الأبحاث الميدانية أن استخدام المبيدات والكيماويات الزراعية غير خاضع لسيطرة كافية، وأن المزارعين يُغالون في استخدام المبيدات. فعلى سبيل المثال، خلال موسم الحصاد، حين يرش المزارعون بالرش بانتظام في الدفيئات أو الأرض المروية، فهم نادراً ما يستجيبون ويتقيدون بالمدة المطلوبة بين رشّتين متعاقبتين، مسببين بذلك مخاطر صحية قد يتعرض لها المستهلكون فضلاً عن تلوث التربة.

والخلاصة، أن مبيعات المبيدات الحشرية والأسمدة الكيميائية وتوزيعها لا تخضع مطلقاً لأي نظام، كما أن الإدارة السيئة للأرض الزراعية تعود إلى تجاهل المزارعين الناجم عن نقص خدمات الإرشاد الزراعي. وهكذا، فإن هناك دلائل على أن المزارعين بحاجة إلى زيادة تعليمهم، وعلى ضرورة دعم الخدمات الإرشادية. على أن يترافق ذلك مع تنظيم معدلات استخدام الأسمدة والمبيدات الزراعية، ومع التطلع إلى خفض المخاطر التي يتعرض لها المستهلكون، ومع تحاشي ما يمكن أن تتعرض له البيئة من تلوث.

٥ - القروض والتمويل

هناك تدابير حكومية أخرى، منها التوسع في التسهيلات المالية للمزارعين. ففي عام ١٩٥٤ أنشأت الحكومة مصرف التسليف الزراعي والصناعي والعقاري، له ١٢ فرعاً تعمل في كل أنحاء الجمهورية، وتقدم هذه الفروع قروضاً قصيرة أو طويلة الأجل للأغراض الزراعية مقابل نسبة فائدة تبلغ ٢ في المئة. وكما يقول البعلبكي: «إن أحد اهتمامات البنك الرئيسية، تقديم قروض للسلع اللبنانية الأولية القابلة للتصدير، ومنها الحمضيات، والتفاح والموز والعنب»^(١١).

حتى عام ١٩٦٨ قدم البنك قروضاً قيمتها ٧٠٠ مليون ليرة منها ١٠٣ ملايين للقطاع الزراعي^(١٢). ولما كانت الضمانات المطلوبة من المزارعين مقابل القروض عالية، أي تعادل ٤ - ٥ أضعاف قيمة القرض، فقد حال ذلك دون حصول صغار المزارعين على القروض التي يحتاجون إليها. وهكذا، تُرك عدد كبير من المزارعين من دون القروض المطلوبة. وقبل نهاية

(٦) رياض سعادة، التقرير السنوي (بيروت: مركز الأبحاث والدراسات اللبناني، ١٩٩٣ - ١٩٩٤)، ص ١١.

(٧) United States Department of Agriculture (USDA), *The Agricultural Economy of Lebanon*, (Washington: USDA, 1965), p. 10.

(٨) Ibid.

(٩) بعلبكي و محفوظ، القطاع الزراعي في لبنان: أبرز التغييرات خلال الحرب الأهلية، ص ١٧٨.

(١٠) المصدر نفسه، ص ١٧٧.

(١١) المصدر نفسه.

(١٢) المصدر نفسه، ص ١٨٧.

السبعينات أوقف المصرف جميع قروضه وعلّق أنشطته بسبب نقص الميزانية^(١٣). وفي الوقت الحاضر، لا يتوافر للمزارعين تمويل للنشاط الزراعي ولا تسهيلات مالية حكومية. وترتب على قلة الأموال المخصصة لهذا الغرض قلة النفقات الاستثمارية وانخفاض مستوى الإنتاج والتسويق.

٦ - الخطة الخمسية في القطاع الزراعي

عام ١٩٩٣ ثم عام ١٩٩٦ أعلن وزير الزراعة خطة تنمية للقطاع الزراعي مدتها خمس سنوات في إطار «سياسة زراعية عامة»، تُموّل الميزانية العادية جزءاً منها، وتُموّل المنظمات الدولية (مثل منظمة الفاو) الجزء الآخر.

الأهداف الرئيسية للخطة هي:

١ - زيادة الدخل الصافي للمزارع، وزيادة دخل العمال الزراعيين لكبح الهجرة من الأرياف إلى المدن.

٢ - الحفاظ على أسعار مستقرة وتنافسية للمنتوجات الزراعية ولمستلزمات الإنتاج الزراعي.

٣ - زيادة المحاصيل الزراعية من خلال زيادة إنتاجية كل وحدة من الأرض وخفض الواردات الزراعية من خلال تنويع المنتوجات الزراعية.

٤ - صيانة الثروة الزراعية وتحقيق تنمية متكاملة ومستقرة للمناطق الريفية.

٥ - زيادة كفاءة نظام التسويق للمنتوجات الزراعية من خلال زيادة الاستثمارات في مجالات تفعيل البنية التحتية، وأعمال البحث لتحسين عمليات نظام التسويق القائم، وخفض عدد وسطاء السوق إلى أقصى حد ممكن.

ولزيادة كفاءة أداء الخطة، اتخذت الحكومة مجموعة من التدابير السياسية والقانونية والإدارية:

فبالنسبة إلى التدابير القانونية، أصدرت الحكومة المرسوم الاشتراعي رقم ٩٧/٨٣ حول إعادة تنظيم هيكلية وزارة الزراعة وواجبات العديد من المؤسسات العاملة في قطاع

(١٣) المصدر نفسه، ص ١٨٨.

الزراعة. وكذلك، إستناداً إلى المواد ٢٢ و ٢٣ و ٢٤ من هذا المرسوم، التوجه نحو إنشاء صندوق مستقل لتقديم التمويل إلى المزارعين وتعزيز التنمية في المناطق الريفية. كما تُجرى الدراسات لتقرير سبل تقديم الغطاء التأميني للمنتوجات الزراعية ضد الكوارث الطبيعية مثل التجلد والبرد وغير ذلك.

وبالنسبة إلى التدابير الإدارية، قامت الوزارة بملء المواقع الرئيسية الشاغرة في الوزارة، ومنها موقع المدير العام، ورؤساء الإدارات ومساعدتهم. واستناداً إلى المرسوم الاشتراعي المذكور أعلاه سيتم إنشاء مجلس استشاري زراعي ليأخذ على عاتقه القيام بالأبحاث المتصلة بالدراسة والتخطيط للحاجات المستقبلية لقطاع الزراعة اللبناني.

وتشمل التدابير السياسية الإضافية:

أ - إنشاء الطرق الزراعية بمعدل سنوي مقداره ١٠٠ كلم.

ب - زيادة مساحة المناطق القابلة للري، والأرض المستصلحة بمعدل سنوي يبلغ ٢٥٠٠ هكتار.

ج - إعادة تنشيط وزيادة عدد مراكز البحوث والمؤسسات المتصلة بالبحث في المجال الزراعي في كل أنحاء الجمهورية.

د - إعادة تنشيط الإرشاد الزراعي والتعليم، وزيادة عدد العاملين في هذا المجال في كل أنحاء الجمهورية.

هـ - التوسع في تمويل المزارعين مقابل نسبة فائدة منخفضة من خلال مصرف التمويل الزراعي.

و - البدء في برنامج تحريج لكل أنحاء الجمهورية للتعويض من الدمار الذي أصاب الثروة الحرجية خلال فترة الحرب.

ز - البحث عن طرائق لزيادة قدرة المنتجين على المساومة من خلال تشجيع الحركات التعاونية و/أو أشكال التعاون الأخرى.

ح - تنمية القطاع الحيواني، الذي يشمل الحيوانات الداجنة والطيور والأسماك، وحماية الشاطئ اللبناني من خطر التلوث.

فضلاً عن هذه التدابير ستعمل الحكومة على خلق حوافز لتشجيع إنتاج حرير دود القز والعسل الطبيعي ودعم تطوير قطاعي الحيوان والطيور. وتمويل هذه الخطة سيتم جزئياً من الموازنة المعتادة، أما الجزء الباقي فستموله المنح والقروض من المصادر العالمية، مثل البنك الدولي وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP).

على تنمية البرامج وإدارتها، يكشف عن تخاذه الحكومة وضعها، وعدم جدتها في وضع استراتيجية زراعية.

واليوم يعاني القطاع الزراعي في لبنان التمزق بسبب التجاهل الرسمي وتدفق المنتجات الزراعية بكميات كبيرة إلى السوق المحلية. ومن المؤكد أن الزراعة لم تعد تقدم دخلاً كافياً للحياة. لذلك فهي تحولت إلى نشاط جزئي بالنسبة إلى المزارعين. وربما أصبحت الزراعة اللبنانية متخلفة كثيراً بسبب ارتفاع تكاليف الإنتاج، وتخلف تقنيات التسويق التي تتسبب في الكثير من الهدر. ويعود سبب ارتفاع تكاليف الإنتاج، بما فيها ارتفاع ثمن الأرض، إلى النقص في تحديد المناطق الزراعية وبيعها على نحو عشوائي للمستثمرين في المجال العقاري، وإلى عدم ملاءمة التقنيات المستخدمة في الإنتاج، وإلى نقص التجهيزات الحديثة وكذلك الخدمات التي تستخدم بعد الحصاد، مع الغياب الكامل للمؤسسات المتخصصة في التمويل وتقديم القروض إلى المزارعين، فضلاً عن نقص الأبحاث الجادة والأنشطة التنموية التي تهدف إلى متابعة التغييرات الإقليمية والعالمية ووضع الخيارات الاستراتيجية لمواجهة هذه التغييرات والتحديات^(١٥).

خلاصة عامة

فضّلت السياسة اللبنانية «سياسة عدم التدخل» عموماً، أو أقل سيطرة حكومية ممكنة على النشاط الاقتصادي، على الرغم من أن تدابير الحماية، مثل فرض التعريفات والحصص النسبية، التي استخدمت لدعم المنتجات الزراعية، وتم تطبيقها على بعض المحاصيل. وقد ركزت سياسات الحكومة على عمليات التجهيزات والاستثمارات المعتادة. ومن العمليات المعتادة، فضّلت الحكومة أن تقدم إطاراً عاماً يُرشد أنشطة القطاع الخاص من خلال تأكيد حرية التنافس، وحماية المستهلكين من الغش. واتجهت الحكومة إلى توجيه استثماراتها نحو تطوير تجهيزات البنية التحتية اللازمة للقطاع الخاص. ويشمل هذا بناء شبكة الاتصالات والطرق الرئيسية ومشروعات الكهرباء والمياه. وهكذا قدمت سياسات الحكومة دائماً الدعم إلى مبادئ النشاط الحر المستندة إلى هيمنة القطاع الخاص في مجالات إنتاج الثروة، وحماية الملكية الخاصة، وتشجيع المبادرات الخاصة.

Toufic Jaber, *The Citrus Production and Marketing System in Lebanon: Analysis Prospects, and Recommendations to Facilitate Marketing Development* (London: University of London, Wye College, 1994).

لقد أظهرت المراجعة التاريخية لسياسات الحكومة في المجال الزراعي أن مثل هذه السياسات واجهت الفشل في الماضي، ولكن نجاح السياسات الجديدة المعلنة يعتمد، إلى حد كبير، على تصميم الحكومة والتزامها، وبالطبع على زيادة الميزانية الخاصة بالقطاع الزراعي. في الوقت الحالي يبلغ نصيب وزارة الزراعة في إجمالي ميزانية الحكومة ٠,٧٩ في المئة^(١٤).

٧ - التطورات الحالية في برامج الحكومة وخدماتها

تُبدل الجهود حالياً في وزارة الزراعة لتحسين أداء القطاع الزراعي، وتتعاون الوزارة مع الوكالات الدولية المانحة للإرتقاء بالتطورات في القطاع الزراعي. ويقوم بعض هذه الوكالات، وبخاصة برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ومنظمة الفاو، بتمويل وإنجاز العديد من مشروعات التنمية الزراعية التي تهدف إلى إعادة تأهيل البنية التحتية لنظام الري، وتحسين أداء تقنيات الإنتاج، وتحديث وسائل الإنتاج الزراعي. ويعرض الجدول رقم (٢ - ١) قائمة بهذه المشروعات.

جدول رقم (٢ - ١)

قائمة بالمشروعات الحكومية قيد الإنجاز لعام ١٩٩٦

الوكالة المنفذة	إسم المشروع
الفاو	فرض الرقابة الصحية على المنتجات الأولية من أصل حيواني
الفاو	تحسين وتطوير منتوجات شجر الزيتون في الجنوب
الفاو	تقديم المساعدة في التخطيط وفي التحليل للمشروعات في القطاع الزراعي
الفاو	دعم الجهود المحلية لإعادة تأهيل الثروة الحرجية والسهمية
(IFAD/CDR)	إعادة تأهيل مشروعات الري وتحديثها
برنامج الأمم المتحدة الإنمائي	برنامج التنمية الريفيه المتكاملة في بعلبك - الهرمل (المرحلة الثانية)
(IFAD)	برنامج إعادة تأهيل صغار مربحي الحيوانات والطيور الداجنة

المصدر: وزارة الزراعة، ١٩٩٦.

على العكس مما سبق ذكره، فإن مشروعات التنمية وإعادة التأهيل التي قامت بها وزارة الزراعة، تمت في غياب سياسة أو استراتيجية زراعية متماسكة وواضحة، وغياب السياسات الواضحة، وعدم التعهد بإنجاز الاستراتيجيات التنموية طويلة الأجل ودعمها، ونقص القدرة

(١٤) مصرف لبنان، التقرير السنوي (بيروت: المصرف، ١٩٩٠ - ١٩٩٤).

الفصل الثالث

التطورات العالمية وميزة لبنان التنافسية

شهد العالم تغيرات وتطورات إقتصادية مهمة تشمل اختتام دورة أورغواي لمفاوضات التبادل التجاري (GATT)، وبروز التكتلات الاقتصادية الإقليمية (ASEAN, NAFTA,...) وتأسيس منظمة التجارة الدولية (WTO)، واتفاق الشراكة الأوروبية الذي يتفاوض لبنان في شأنه مع الاتحاد الأوروبي (EU). وسيكون لهذه التطورات، حتماً، انعكاسات كبيرة على الإنتاج الزراعي اللبناني وعلى نظام التسويق فيه. ذلك أن هذه التطورات التي تحدد شكل ميدان التجارة في المنتجات الزراعية في العالم كله، تكشف مشكلات جديدة وتضع تحديات جديدة على لبنان، تتطلب من القطاع الزراعي إما أن يتكيف معها أو أن يموت. وتعد هذه التطورات على جانب كبير من الأهمية، ومن الجدير تقويمها برؤية تهدف إلى تحديد جوانب القوة والضعف، والفرص المتاحة، والتهديدات المحتملة (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) التي يمكن أن تواجه القطاع الزراعي في لبنان، ولتحديد الخيارات الاستراتيجية المطلوبة لتعزيز المنافسة الدولية.

من الواضح إذن، أن تقويم القطاع الزراعي وأفاقه في لبنان يستلزم تحليل مجموعة التطورات التي ذُكرت آنفاً.

أولاً: التغيرات والتطورات الدولية

شهد العالم على اتساعه تطورات بارزة في ما يتعلق بالأغذية والمواد الزراعية من جهة والجودة والتنوعية الأكثر أماناً، وهي تطورات خاضعة لاتجاهات السوق التي تصبح أكثر صرامة على هذا الصعيد. ومن الضروري التمعن في هذه التطورات لما سياتر عليها من نتائج تؤثر في كل من يعمل في مجال الانتاج والتسويق. ويشمل ذلك: الحكومة، المصدرون، المزارعون، وغيرهم من المشاركين^(١). ويمكن توزيع هذه التغيرات تحت ثلاثة أقسام رئيسية، تشمل:

(١) David Hughes [et. al.], *A Comparative Study of Agricultural Marketing in the Netherlands and the United Kingdom* (London: University of London, Wye College, 1993).

- دورة أورغواي لمفاوضات التبادل التجاري (اتفاقية الغات).

- شؤون البيئة وما يتصل بها.

- اتجاهات الاستهلاك في العالم وأساليب التسويق.

١ - دورة أورغواي لمفاوضات التبادل التجاري (GATT)

تم توقيع الاتفاق النهائي للغات في مراكش (المغرب) عام ١٩٩٤ باشتراك ١١٧ دولة. وبدأ تطبيقه عام ١٩٩٥. يشتمل الاتفاق النهائي على مجموعة من الاتفاقات والقرارات التي تشمل تأسيس منظمة التجارة العالمية (WTO)، والاتفاق في شأن الزراعة (AOA)، والاتفاق على تطبيق تدابير النظافة والسلامة الصحية للنباتات (AASPM)، والعوائق التقنية للتجارة. هذه الاتفاقات وغيرها، سيكون لها تأثيرات بارزة في التجارة العالمية وفي المنتجات الزراعية، ويمكن اعتبار الاتفاقين الأخيرين (الاتفاق في شأن الزراعة والاتفاق على تطبيق تدابير النظافة والسلامة الصحية للنباتات) أهم هذه الاتفاقات، ذلك أنهما مصممان بهدف زيادة التبادل التجاري بين دول العالم في ظل سيادة أجواء الحرية.

ويهدف الاتفاق في شأن الزراعة، على المدى البعيد، إلى إقامة نظام حر للتجارة في المحاصيل الزراعية وتسويقها، ويفرض التزامات في ما يتعلق بمجالات حق الدخول إلى السوق ودعم النشاط الزراعي المحلي والتنافس في التصدير. وبحسب الاتفاق، لا يُسمح لأي بلد اتخاذ تدابير بديلة بفرض ضرائب إضافية أو تقديم حماية أو إعانات مالية للتصدير تتجاوز الإلتزامات المنصوص عليها في قائمة التعهدات (SOC).

ويهدف الاتفاق في شأن تطبيق تدابير النظافة والسلامة الصحية للنباتات، إلى التقليل من التأثيرات السلبية للتجارة وحماية صحة المستهلك والحفاظ على البيئة. وان تطبيق هذه التدابير على أسس علمية إلى أقصى درجة ممكنة هو ضروري، وذلك لحماية صحة الإنسان والحيوان والحياة النباتية^(٢). وهكذا، تركز مبادئ اتفاقية الغات على التخلص من التدابير التمييزية الموجودة حالياً، ومنع أي تدابير جديدة يتخذها أي بلد عضو في منظمة التجارة العالمية.

ESCWA, Survey of Economic and Social Development in the ESCWA Region (New York: The (٢) United Nations, 1996).

٢ - شؤون البيئة وما يتصل بها

شهدت التسعينات إهتماماً متزايداً بحماية البيئة. لذلك صدرت مراسيم تشريعية عدة واتخذت تدابير سياسية، ونفذت برامج بهدف حماية صحة وحياة الإنسان والنبات. وركزت التدابير الحمائية على وضع حد لإساءة استخدام مصادر المياه، وإساءة استخدام الأسمدة والمبيدات الزراعية، وتآكل التربة الناتج من عوامل التعرية وقطاع الأشجار. وقد استهدفت التدابير بالتحديد:

- خفض استخدام الأسمدة الكيميائية وتنظيم استخدامها. وتعود أهمية ذلك إلى أن المبالغة في استعمال بعض الأسمدة والمبيدات، مثل النترات، تُفسد التربة وتلوث المياه الجوفية. ويستلزم ذلك، بالتالي، إجراء تحسينات بالغة في طريقة إدارة الأسمدة الكيميائية وإجراءات استخدامها بهدف خفض الكوارث الصحية وحماية حياة الإنسان.

- خفض استخدام المبيدات الكيميائية لأنها ترفع نسبة المخاطر التي تتعرض لها صحة الإنسان، وتُعَرِّض البيئة لمشاكل خطيرة.

- خفض تآكل التربة الناجم عن الإفراط في إهمال الأرض والسواحل، وبخاصة في إيطاليا وإسبانيا واليونان والمكسيك والبيرو والبرتغال. ولهذا الغرض صدرت تشريعات عدة تهدف إلى خفض المخاطر الناجمة عن زيادة تآكل التربة وانهيارها، وتضع معايير لاستصلاح الأراضي تشمل ترميم الشواطئ الساحلية وإعادة تأهيلها، وإعادة غرس الأشجار.

٣ - اتجاهات الاستهلاك في العالم وأساليب التسويق

شهد العقد الأخير ارتفاع الوعي بصحة المستهلك وسلامة البيئة، أدى إلى تغيرات في طلب المستهلك للمنتجات الزراعية، وبالتحديد، قاد الوعي بصحة المستهلك إلى زيادة الطلب على الفواكه الطازجة والخضار بدلاً من المنتجات الغذائية المعلبة أو المعالجة صناعياً. وعلى سبيل المثال، على مدى السنوات الخمس الماضية تزايد الطلب بشدة على الفواكه الطازجة (٢٥ في المئة)، مثل الحمضيات والموز والتفاح والعنب^(٢). أهم من ذلك، أصبح المنتجون والتجار والمستهلكون أكثر إدراكاً للأسعار وأكثر استعداداً لإنفاق أسعار أعلى مقابل أنواع أفضل ومحاصيل زراعية رؤوفة بالبيئة.

Rabobank, International Competitiveness in the Fruit Growing Industry (Netherlands. Rabobank, (٢) 1992).

ثانياً: قدرة القطاع الزراعي في لبنان على المنافسة

تم استخدام «نموذج بورتر» - الأفضلية التنافسية لتقويم قدرة القطاع الزراعي في لبنان على المنافسة. يفترض النموذج أن العوامل الأولية هي:

- المنافسة وعوامل الانتاج الأساسية.

- المؤسسات الداعمة.

- استراتيجية الشركة وهيكلتها.

- أحوال الطلب.

تتحذ هذه العوامل وتتفاعل لتكوّن القدرة التنافسية في أسواق العالم لصناعة ما في الدولة المعنية^(٤). وتساعد هذه العوامل بالتالي على تحديد عوامل القوة أو الضعف لقطاع تحت البحث والدراسة. وبحسب نموذج بورتر، فإن قوة قطاع ما، لا يحددها إنخفاض قيمة التكاليف فقط، بل مجموعة من العوامل تشمل:

- عوامل الإنتاج الأساسية وتشمل: الجغرافيا والمناخ والمواد الخام. هذه العوامل موجودة أساساً ولها تأثير بارز ومباشر في سعر الكلفة، وبالطبع في نوعية الإنتاج.

- البنية التحتية الداعمة، والمؤسسات والأنشطة. وعليه يتوقف ارتفاع الروابط المختلفة في السلسلة بعضها من البعض لتحقيق المقاربة الفعّالة من السوق.

- نوعية عوامل الإنتاج.

- عوامل الاقتصاد الكلي، مثل معدّل التضخم والتمويل وسعر سوق القطع والقوى العاملة. ودراسة هذه العوامل مهمة لأنها تكشف إلى أي مدى يمكن سياسات الاقتصاد الكلي أن تساعد على إذكاء روح المبادرة الفردية لدى القطاع الخاص.

- أحوال الطلب المحلي والعالمي. تؤثر الطبيعة، والمجال المحيط، ومدى تطور الأسواق المحلية والعالمية، تأثيراً كبيراً في مدى قوة قطاع ما، لأنها تُبقيها في حالة من الترقب إزاء أحوال السوق المتغيرة، وهي تُكوّن مرتكزات الفرص المستقبلية.

- دور الحكومة في القطاع. يتم بحث هذا العامل لتبيين الدور الذي أدته السلطات

وهناك دلائل على حدوث تغيرات في أساليب تسويق المنتجات الزراعية أيضاً. فعلى سبيل المثال، تغيرت أساليب تسويق الفواكه والخضار في العالم خلال السنوات الأخيرة، وقل استخدام قناة التسويق عن طريق بائع الجملة لمصلحة محلات السوبرماركت الأكثر دراية وسلاسل مخازن الأغذية (Food Marketing Chains). ففي عام ١٩٩٠ أظهرت الاحصاءات أن نحو ٨٣ في المئة من مبيعات الأغذية الزراعية قد تمت من خلال محلات السوبرماركت المتقدمة وسلاسل مخازن الاطعمة، مقابلة بأقل من ٦٠ في المئة خلال السبعينات. وجدير بالذكر أن سلاسل المخازن هذه، تفرض معايير تسويق عالية ومعايير جودة للمنتجات الزراعية الطازجة في ضوء التشدد في ما يخص الأمن الغذائي وسلامة البيئة المنتجة للغذاء. يعكس ذلك الأهمية والتأثير المتزايد لمحلات السوبرماركت وسلاسل مخازن الأغذية في الإنتاج والتسويق للمحاصيل الزراعية.

ويمكن الاستنتاج أن المستهلكين في كل أنحاء العالم أصبحوا أكثر اهتماماً بالتنوع، وأكثر طلباً لأعلى معايير الأمان بالنسبة إلى الغذاء، ويتطلعون إلى محاصيل غذائية رؤوفة بالبيئة، ويفضلون النوعية الجيدة والطازجة على الفواكه المعالجة صناعياً والخضار. وأصبحت عمليات تسويق المنتجات الزراعية أكثر تنظيماً كذلك، بعدما سيطرت محلات السوبرماركت وسلاسل مخازن الأغذية على السوق لأنها تملك أكبر حصة في السوق. أما الحصة الباقية فيغطّيها قلة من المستوردين المتخصصين يمارسون عمليات بيع الجملة بتوزيع المنتجات الزراعية إلى محلات السوبرماركت وسلاسل مخازن الاطعمة.

هكذا، تغيرت إتجاهات الاستهلاك والتسويق من قاعدة الإنتاج إلى التفكير الاستراتيجي الموجه للسوق. والأكثر أهمية، أن تزايد الوعي بالصحة وبالبيئة سيكون له من دون شك أبلغ الأثر في أساليب الإنتاج الحالية. ومن هنا أهمية فهم هذه التغيرات لأن ذلك يساعد العاملين في مجال التسويق على التبصّر بالاتجاهات الحالية والمستقبلية، ويمكنهم من التعاطي بإيجابية مع الفرص المتاحة أو التهديدات المحتملة في الوقت المناسب.

في مواجهة هذه الخلفية واستناداً إلى اتفاقات الغات يمكن أن نخلص إلى أن القطاع الزراعي في لبنان سيتعرض لمجموعة من التحديات تتضمن تحقيق إنتاج غذاء يتمتع بجودة عالية، والعمل في محيط يزداد تعقيداً وتشتدّ فيه المنافسة. وفقاً لذلك، لا يستطيع لبنان أن يكون متفجعاً سلبياً على هذه التطورات البارزة، بل عليه وضع استراتيجيات جديدة للتجارة والتسويق، بهدف التكيف مع أجواء التغير العالمية في مجالي الإنتاج والتسويق. ويتطلب ذلك بدوره إصلاحات سياسية، والتزام الحكومة بتنمية قطاع زراعي ناجح وقادر.

M.E. Porter, *Competitive Advantage of Nations: Creating and Sustaining Superior Performance* (٤)
(New York: The Free Press, 1985).

الحكومية في تنمية القدرة الإنتاجية، وتعزيز الروح التنافسية. ويجب أن يضاف إلى ذلك تحليل الدور الذي أداه القطاع الخاص.

- عامل التحديث، ويشمل البحث والتنمية والأبحاث والخدمات التوجيهية، وإلى حد وصلت الإصلاحات في استراتيجيات الإنتاج والتسويق لمواكبة التطورات الدولية. تخلق التطورات الإقليمية والدولية التي ذُكرت آنفاً، فرصاً للإقتصاد اللبناني، ولكنها في الوقت نفسه، تفرض عليه تهديدات جديدة. لذلك فإن دراسة القدرة التنافسية للقطاع الزراعي تتطلب تحليل مجموعة العوامل المذكورة سابقاً، الأمر الذي يسمح بتحديد نقاط القوة أو الضعف في قطاع الزراعة، ومن ثمّ تُساعد على تحديد الخيارات الاستراتيجية اللازمة لتعزيز التنمية المستدامة في القطاع الزراعي.

١ - تحليل عوامل القوة أو الضعف (تحليل SWOT)

أ - العوامل الأساسية (أو الأولية):

تم بحث هذه العوامل إستناداً إلى المصادر الوطنية. وتشمل: الجغرافيا والمناخ والمواد الخام.

يعد قُرب لبنان من الأسواق الإقليمية (الخليج وأوروبا) إحدى خصائصه المميزة. وعلى عكس أسواق الخليج لا تالف أسواق أوروبا، وعموماً لا تميل إلى، المنتجات الزراعية اللبنانية. استطاع المصدرون اللبنانيون أن يطوروا، نسبياً، موقعاً تجارياً قوياً في أسواق الخليج المهمة، في حين فشلوا في ذلك بالنسبة إلى أسواق أوروبا لأنهم يفتقدون المعلومات الأساسية حول أحوال السوق وأذواق المستهلكين الأوروبيين وما يفضلونه.

تعد المصادر الطبيعية، بما فيها المناخ وهطول الأمطار والتربة، مناسبة لإنتاج مجموعة كبيرة من المحاصيل الغذائية ذات النوعية الجيدة، ويهيئ لذلك المناخ المعتدل الذي يصل إلى عشر درجات مئوية في الشتاء على طول الساحل، ومياه الري التي تأتي من ينابيع وفيرة ذات نوعية جيدة، ويزيدها جودة أنواع التربة الجيدة الخصبة. والمصادر الطبيعية الرئيسية تجعل من الإنتاج قليل الكلفة أمراً ممكناً. ومع ذلك توفر المصادر الطبيعية الأساسية شروط إنتاج متدني الكلفة، ولكن لبنان ليس منتجاً بكلفة مُنخفضة، والسبب في ذلك يعود، من ضمن أمور أخرى، إلى أن المواد الأساسية التي تدخل في الانتاج الزراعي، مثل البذور والمبيدات والأسمدة الكيميائية والمبيدات الحشرية، غالية الثمن نظراً إلى استيرادها من الولايات المتحدة الأميركية وأوروبا.

ب - البنية التحتية الداعمة والمؤسسات والأنشطة

عموماً، تم تطوير طرق المواصلات الرئيسية بصورة معقولة، ومع ذلك فإن شبكات الاتصالات المحيطة بمناطق الإنتاج وأسواق البيع بالجملة غير ملائمة تماماً. وكذلك تجهيزات التسويق بعد الحصاد، مثل وسائل التصنيف والتخزين ونظام معلومات السوق والاتصالات الهاتفية بين الأسواق غير متاحة. فضلاً عن ذلك فإن أنشطة البحث والتطوير التي تركز على تحسين تقنيات ما بعد الحصاد، مثل أدوات الحصاد والجني والتجميع ووسائل النقل، تُعدّ غائبة تماماً. وكذلك هناك نقص في المؤسسات الموجهة الداعمة التي تركز على تطوير ونشر المعلومات حول الطرائق الجديدة للإنتاج والتسويق، وتشمل الحصاد والتصنيف والتعليب والتخزين والنقل. ومع ذلك فقد بذلت الحكومة جهوداً في ترميم جزء مهم من البنية التحتية الاقتصادية قبل نهاية العام ١٩٩٦.

تعد معلومات السوق المتاحة المقوم الأساسي لتنمية زراعية ناجحة وقادرة. وفي لبنان نجد أن المعلومات حول الأسواق المحلية وأسواق التصدير ليست متاحة للمزارعين أو المصدرين والعاملين في السوق. وفي الواقع يُلاحظ الغياب الكامل للمؤسسات الرسمية والخاصة المتخصصة في جمع المعلومات حول أذواق المستهلكين وما يفضلونه، وحول اتجاهات الطلب، واتجاهات الأسعار، وحول أهم المنافسين للمحاصيل اللبنانية في مختلف الأسواق. في ظل هذه الظروف تتقلص بشدة قدرة العاملين في السوق على إجراء تحليل بعيد المدى لأحوال السوق المتغيرة، وعلى تعديل إنتاجهم أو تسويقهم. ويزداد الأمر سوءاً بصعوبة الحصول على التسهيلات المالية الرسمية.

في لبنان لا يوجد كذلك مؤسسات للتسويق أو تنظيمات مثل تعاونيات المزارعين. ويمثل ذلك أحد نقاط الضعف لتطوير القطاع الزراعي. وبالنسبة إلى التصدير فإن الصادرات يصيبها الأذى، ويقاوم الأمر نقص التعاون أو التنسيق بين كبار المصدرين اللبنانيين، في حين أنه يجب على مصدري المحاصيل الزراعية ذوي الاهتمامات المشتركة أن يتجمعوا في اتحادات لتقوية موقعهم التصديري. ومن المهم جداً أن يركز المصدرون على الأبحاث التنموية وتطوير جهودهم لتحسين تقنيات ما بعد الحصاد، وتجنيد مجموعة من المساعدين الأكفاء وخبراء في مجال التسويق، وأن يوجهوا استثماراتهم نحو تجهيزات التسويق والخدمات اللازمة. ويشمل ذلك نظاماً لمعلومات السوق، والنقل. وكذلك يجب أن يكون في مقدورهم توفير إمدادات السوق بمنتجات تتمتع بنوعية جيدة وثابتة من خلال التشديد على تدابير ضبط النوعية، وعلى المعايير التي وضعتها محلات السوبرماركت، وسلاسل مخازن الأطعمة ذات الدراية في أوضاع السوق، وما طلبه المستهلكون.

يؤدي الإرشاد دوراً حيوياً في توسيع الأسواق، لأنه يساعد على تعليم المستهلكين المزاي الغذائية للغذاء الطازج، وعلى الحث على التمسك بالمحاصيل الزراعية ذات النوعية الجيدة. وفي الوقت الحالي لا يتم تنظيم أي حملات دعائية أو إرشادية في أي من أسواق التصدير. وغياب مثل هذه الحملات هو من الأمور الجديرة بالاهتمام في عملية التطوير المستقبلية للقطاع الزراعي.

ج - نوعية المنتوجات المصدرة

أوضح كبار المصدرين اللبنانيين في مقابلة أجريت معهم، أن المنتوجات الزراعية اللبنانية تتمتع عموماً بسمعة طيبة، ويُنظر إليها كمنتوجات عالية الجودة مقابلة بمنتوجات البلدان العربية المنافسة في أسواق الخليج (وتشمل مصر والمغرب والأردن). وأوضحوا كذلك أن بعض المصدرين لا يطرحون عادة منتوجات زراعية عالية الجودة على نحو مستمر وثابت. وشرح أكبر مصدر لبناني أن التباين في جودة المحاصيل المصدرة ناجم عن نقص في تنظيم القطاع الزراعي التصديري، ولسوء تطبيق بعض المصدرين تدابير ضبط النوعية، ومعايير الجودة. فضلاً عن ذلك، فإن الصادرات غير السليمة (التي أصابها ضرر أو أذى) تُضعف من موقع لبنان التصديري، ولهذا فإن هناك متسعاً لتحسين الصادرات الزراعية. ويمكن المصدرين أن يفعلوا الكثير للإرتقاء بنوعية الصادرات، وبجعل المحاصيل اللبنانية تتميز عن مثيلاتها عند المنافسين على أساس الجودة والنوعية.

د - البحث والتطوير والإرشاد

مع اندلاع الحرب عام ١٩٧٥ توقفت عملياً الأبحاث الرسمية والخدمات الإرشادية. ومنذ ذلك الحين تولت الشركات التي تبيع المدخلات الزراعية (مثل دبّانة.. وغيرها) تقديم الخدمات الإرشادية والنصائح إلى المزارعين في ما يتعلق باكتشاف الأمراض الزراعية واستخدام مستلزمات الإنتاج، مثل الأسمدة والمبيدات الكيميائية ومبيدات الحشرات، وكذلك غابت الأبحاث العلمية المهمة وجهود التنمية التي تُركّز على تطوير تقنيات ما بعد الحصاد وتحسين نوعية الغذاء، الأمر الذي حدّ بشدة من الابتكارات الجديدة الضرورية، وقلل من فرص تحسين نوعية المحاصيل الزراعية وعمليات التسويق.

هـ - عوامل الاقتصاد الكلي

من أبرز خصائص الاقتصاد اللبناني تبني النظام سياسة عدم تدخل الحكومة في السوق.

فالأجواء المحيطة بسياسة الاقتصاد الكلي تفضي إلى إطلاق مبادرات القطاع الخاص وتطوره، مع الحد الأدنى من تدخل الحكومة في الاقتصاد. وفي عامي ١٩٩٤ و ١٩٩٥ تمكنت الحكومة من تحقيق إنجازات بارزة وضعت لبنان في موقف جيد مكنه من التعامل مع تحديات كبرى ومخاطر واجهت اقتصاده. مثال ذلك، كان معدل التضخم السنوي منخفضاً نسبياً (٨,٣ في المئة)^(٥)، فيما كان معدل النمو الاقتصادي مرتفعاً نسبياً (٧ في المئة). كذلك، استهدفت السياسة النقدية الإبقاء على معدل مستقر لأسعار القطع، وأدت الحكومة دوراً مهماً في دعم استقرار عمليات التمويل وتطوير القطاع الخاص.

أما رأس المال فليس في متناول المزارعين أو رجال السوق من مؤسسات التمويل الحكومية. أما القروض فيتم الحصول عليها من المدخرات الشخصية أو من الأقارب، ويمكن الحصول على القروض قصيرة الأجل من البنوك الخاصة مقابل سعر فائدة مرتفع يصل إلى نحو ٢٥ في المئة. وبالنسبة إلى التسهيلات المالية الحكومية والقروض الزراعية فهي غير موجودة إطلاقاً.

وبالنسبة إلى القوى العاملة فهناك نقص في العمالة الزراعية في لبنان. وعموماً يمكن وصف القوى العاملة في القطاع الزراعي بأنها غير ماهرة وينقصها التعليم والحكمة والدراسة. وفي الحقيقة من الصعوبة العثور على عمالة منتظمة في لبنان، ولذلك يتم استقدام العمالة غير الماهرة من سوريا ومصر.

و - أحوال العرض والطلب

لا يمكن الحصول على معلومات تتعلق بالسوق، مثل أحوال الطلب وأذواق المستهلكين وأفضليتهم، سواء أكان ذلك في شأن السوق المحلية أو كان في شأن أسواق التصدير. وفي الواقع لا توجد معلومات منشورة عن الأسواق توضح المدى الذي وصل إليه وعي المستهلكين بالجودة والنوعية، كما لا يوجد تحليل لأحوال السوق يوضح كيف يؤثر طلب المستهلكين في طبيعة المنتج الزراعي الذي يقدم إليه في كل من الأسواق المحلية أو أسواق التصدير. إن عدم توافر المعلومات حول العرض والطلب للمنتوجات الزراعية يعرقل تطور القطاع الزراعي مستقبلاً ويجعل من استمراره أمراً صعباً جداً. وقد كشف البحث الميداني أن المحاصيل الوطنية تفقد حصة كبيرة من السوق المحلية لمصلحة المنتوجات المستوردة من سوريا والأردن، التي يتم إغراق السوق اللبنانية بها وبأسعار متدنية دون الاهتمام بمدى جودتها.

(٥) مصرف لبنان، التقرير السنوي (بيروت: المصرف، ١٩٩٠ - ١٩٩٤).

ز - دور الحكومة

أحوال السوق في الوقت المناسب، هما من الأمور التي تستحق الاهتمام في المستقبل، ذلك أن المعلومات هي مفتاح النجاح الرئيسي. لذلك فإن قدرة القطاع الزراعي على تحسين نوعية الإنتاج، وعلى تحديث الممارسات التسويقية قد يتأثر بذلك كثيراً. كما أن النقص في المعلومات الأساسية عن المستهلكين، وعن اتجاهات السوق في أوروبا، يمكن أن يعيق أي توسع مستقبلي للقطاع الزراعي ويحد من التنمية الزراعية القابلة للإستمرار.

ب - الفرص والمخاطر

يملك لبنان موقفاً إقتصادياً ضعيفاً في قطاعه الزراعي عموماً. وكذلك يواجه قطاع التصدير تهديدات وتغيرات لا يستهان بها قد تؤثر في تطوره في المستقبل. وهذه التغيرات لا تتطلب إصلاحاً هيكلياً في طريقتي الإنتاج والتسويق فقط، بل تحتاج إلى نقلة نوعية في تطور التفكير الإنتاجي والتسويقي - بحيث يُنظر إلى التنمية في مجال الزراعة كعنصر مكمل للتنمية الوطنية. من دون هذه الاستراتيجية التنموية الشاملة ستواجه التنمية في قطاعي الخدمات والصناعة العراقل والاحباطات، وإن استطاعت تحقيق النجاح فسوف تخلق خللاً داخلياً شديداً في الاقتصاد، وستصبح مشكلات الفقر والقهر والبطالة أكثر وضوحاً. إن التغلب على هذه المشكلات يحتاج إلى تخطيط متماسك في القطاع الزراعي، وإلى إرادة قوة للتغيير والتزام كامل من الحكومة.

هناك فرصة كبيرة لتعزيز التطور في الصادرات الزراعية، وهذا يتطلب تشجيع المزارعين والعاملين في مجال التسويق على الاندماج داخل تنظيمات، وتطوير فهم أفضل للسوق. وبالتحديد فإن تطوير قدرة العاملين في السوق على الاستجابة بفاعلية للتغيرات التي تحدث في الأسعار، وفي أذواق المستهلكين وأفضلياتهم، يتطلب درجة عالية من التنظيم في السوق وفي نظام معلومات السوق لتفني بحاجات العاملين. وأهمية ذلك تعود إلى أن توافر المعلومات عن السوق في الوقت المناسب تتيح فرصاً للعاملين في التسويق للقيام بتحليل أحوال السوق، وتعديل قراراتهم التسويقية لتُناسب هذه الأحوال. وعلى سبيل المثال، فإن معرفة طبيعة الطلب ومداه واتجاهه عند المستهلك في سوق التصدير يساعد المصدرين على تكييف المحاصيل الزراعية التي سيرضونها مع المتطلبات الخاصة بمكان السوق. وهناك فرصة كبيرة أمام المصدرين اللبنانيين لتطوير موقع تجاري قوي في أسواق التصدير من خلال:

- التعاون والتنسيق بين مختلف أنشطة التسويق إبتداءً من المزرعة حتى المستهلك.

- البدء بالبحث والتنمية مع التركيز على تطوير عمليات التسويق بعد الحصاد وتحديثها،

بما فيها الجني والتجميع والنقل والتخزين.

يعد تدخل الحكومة في القطاع الزراعي معتدلاً في الوقت الحالي، وقد اتخذ هذا الدور شكل الإستثمار في مشروعات الري، وإنشاء الطرق في المناطق الريفية. وبعد نهاية الحرب الأهلية تعاونت الحكومة مع وكالات دولية لدعم التطور في القطاع الزراعي من أجل إقامة مشروعات إنمائية عدة (أنظر الجدول رقم (٣ - ١)). وعلى الرغم من أن المشروعات جيدة فهي ليست كافية للنهوض بالقطاع الزراعي. فمن المؤكد أن إعادة البناء الناجح والتنمية يتطلبان تفكيراً استراتيجياً وتخطيطاً متماسكاً تدعمهما إرادة سياسية قوية وخيارات سياسية متعددة تُركّز على تنمية الموارد الإنسانية والطبيعية، ويستلزم ذلك بدوره إستثماراً مكثفاً في المجال الإنساني وإعادة تأهيل المؤسسات وتجديدها. إن تطوير مؤسسات وهايكل جديدة أمر ضروري لتحل مكان البنائين الاجتماعيين والمؤسسيين اللذين خلفتهما الحرب.

٢ - الملخص والنتائج

أ - نقاط القوة والضعف

العوامل الأساسية التفضيلية للإنتاج تسمح بإنتاج محاصيل زراعية ذات نوعية جيدة. ويستطيع المصدرون الاستفادة من قرب لبنان من أسواق الخليج وأوروبا، ومن استقرار سعر العملة، ومن انخفاض معدل التضخم نسبياً، والنمو النسبي للإقتصاد، والمميزات التفضيلية (Comparative Advantage) الأساسية للمنتجات اللبنانية، وكذلك من شهرتهم العالمية كأفضل تجار العالم، في إثبات وجودهم في أسواق أوروبا وفي تنظيم هذا الوجود.

وهكذا يمكن هذه العوامل الأساسية أن تكون قوة دافعة لتعزيز جهود تحسين نوعية المحاصيل الزراعية، ومن ثم زيادة الصادرات اللبنانية منها. وقد تم تلخيص نقاط القوة والضعف في القطاع الزراعي في الجدول رقم (٣ - ١).

يُعدّ لبنان ضعيفاً في ما يتعلق بالبنية التحتية الأساسية للنقل، وفي مجالي البحث والتطوير للتجهيزات والخدمات اللازمة للتسويق بعد الحصاد، وفي توفير المعلومات عن السوق ووسائل الاتصال، وفي تنظيم الحملات الإرشادية والاعلامية، وفي مجالي التمويل والائتمان.

ومن نقاط الضعف الأساسية التي يمكن أن يكون لها تأثير في مستقبل التنمية في الإنتاج الزراعي والتسويق: النقص في المؤسسات والتنظيمات التسويقية الداعمة، وتدني ثقافة المزارعين؛ كما أن غياب الإعلام عن المحاصيل في أسواق التصدير، وعدم توافر المعلومات عن

جدول رقم (٣ - ١)
نقاط القوة والضعف في قطاع الزراعة اللبناني

البيان	نقاط القوة	نقاط الضعف
الجغرافيا	● موقع متوسط ممتاز قريب من دول الخليج والدول الأوروبية	● تكاليف نقل عالية إلى أسواق الخليج أو أسواق أوروبا
المناخ	● مناخ دافئ مفضل ● إمكانية إنتاج محاصيل عالية الجودة ومتعددة الأنواع	
المواد الخام	● مياه وافرة عالية الجودة ● أرض خصبة	
العمالة	● عمالة رخيصة غير ماهرة من سوريا	● عمالة في مجال التسويق غير مدربة
تكاليف ونوعية عوامل الإنتاج		● تكاليف إنتاج عالية للإعتماد على استيراد مستلزمات الإنتاج ● التباين في المنتجات المصدرة بسبب تطبيق تدابير النوعية ومعاييرها بشكل غير ملائم
البنية التحتية والمؤسسات		● شبكة نقل غير مؤهلة ● تجهيزات التسويق بعد الحصاد بدائية ● نقص في تعاونيات المزارعين مما يُضعف موقفهم في المساومة والمتاجرة
أبحاث للتعرف إلى السوق، التوسع والتنموية، دور الحكومة		● عدم توافر معلومات عن حركة الطلب في السوق واتجاه الأسعار ● نقص نسبي في المعلومات عن أحوال السوق وعن المستهلكين ● غياب الجهود المتعلقة بتنقيف المزارعين أو تدريبهم أو توجيههم ● غياب البحث أو التطوير لتقنيات جديدة في الزراعة والتسويق ● غياب حملات الإرشاد والتوعية والاعلام ● قصور في سياسة الحكومة ودعمها والتزامها
سياسة الاقتصاد الكلي والتمويل	● معدل تضخم منخفض (٨,٣ في المئة عام ١٩٩٥) ● معدل نمو اقتصادي مرتفع نسبياً (٧ في المئة عام ١٩٩٥) ● استقرار سعر العملة	● معدل سعر فائدة مرتفع نسبياً (٢٥ في المئة) ● ضَعْف في تمويل المزارعين وضَعُوبة شديدة في الحصول على القروض الحكومية ● صعوبة الحصول على تسهيلات مالية بسبب الضمانات المرتفعة التي تطلبها البنوك الخاصة ● عجز مالي كبير ومتنام

- البدء في إجراء أبحاث وجمع معلومات حول ذوق المستهلك وأفضلياته وإرضائهما.
- البدء في أعمال بحث وتطوير تُركّز على تحسين نوعية المنتجات الزراعية المعدّة للتصدير.
- القيام بحملات إرشادية وإعلامية تُبرز النوعية الجيدة للمحاصيل الزراعية اللبنانية، والعمل على زيادة وعي المستهلك بذلك.
- التركيز على تسليم محاصيل زراعية تتفق مع معايير الجودة العالية على نحو ثابت ومستمر.

الفصل الرابع

المُلخَصُ والنَتَاجُ والمُضامِين السِّيَاسِيَّة والتوصِيَّات

يعرض هذا الفصل ملخصاً للبحث، ويلقي الضوء على النتائج الرئيسية، بهدف وضع توصيات يمكن من خلال اعتمادها تحقيق تنمية زراعية مستدامة. ويبدأ بعرض طريقة البحث، ومصادر المعلومات، ثم يقدم اقتراحات بأبحاث إضافية. وقد تم عرض أهم النتائج والمضامين السياسية في الفصل الأول من الدراسة. وفي هذا الفصل سيجري عرض الخطوط العريضة للتوصيات، والخيارات الاستراتيجية لتعزيز التنمية في القطاع الزراعي، وأتبع ذلك بعرض حول الطريق نحو تحديث القطاع الزراعي.

١ - فكرة البحث ومصادر المعلومات

اشتملت طريقة البحث التي تم تبنيها على جمع المعلومات الأولية التي تُلقى الضوء على فكرته الأساسية. فقد تم جمع المعلومات الأولية من خلال المقابلات والزيارات التي تمت في المزارع والأسواق والتي قام بها الباحث، وكذلك لقاءاته بالمسؤولين في وزارة الزراعة والمناقشات التي أُجريت مع الأشخاص ذوي المعرفة بقطاع الزراعة في لبنان، والزيارات الميدانية للمزارعين، والمقابلات مع العاملين في مجال تسويق المحاصيل الزراعية. تشتمل المعلومات الأولية على دراسة الإجراءات المتبعة في عمليات البيع والتسويق، والأساليب المتبعة في الانتاج الزراعي، وهيكلية التسويق والمؤثرات في الحياة الاجتماعية - الاقتصادية للمزارعين ومواقفهم.

واشتملت المصادر الثانوية على ما نُشر حول الموضوع، وعلى البيانات الإحصائية الأساسية من مصرف لبنان وغرفة التجارة والصناعة في بيروت ووزارة الزراعة. وأضيف إلى ذلك عرض وتحليل للدراسات السابقة التي وفّرت معلومات مفيدة حول بعض مظاهر القطاع الزراعي. وقد جعل غياب المعلومات الأساسية والإحصاءات من عملية التحليل الشامل أمراً

صعباً. ومع ذلك، فقد عوّض نقص المعلومات الإحصائية والثانوية ما تمّ جمعه من معلومات أولية التي أكّدت جدّة البحث الحالي وأهميته العلمية.

تم تبني مجموعة من الطرائق لتقديم رؤية مفيدة لفهم نظامي إنتاج وتسويق المنتوجات الزراعية في لبنان، ويشمل ذلك تحليل هيكلية السوق وأدائه، ونموذج بورتر «الأفضلية الوطنية».

٢ - إقتراحات بأبحاث إضافية

قدم البحث معلومات مهمة عن الوضع الحالي للقطاع الزراعي في لبنان، وحدد التغيرات الإقليمية والدولية وتطوراتها. ومع ذلك فإن هناك حاجة إلى أبحاث أخرى لأنه لم يتم دراسة بعض الموضوعات بالعمق الكافي بسبب قلّة المعلومات. من هنا يتطلب الأمر إجراء دراسات مُصمّمة جيداً ومتعلقة بهذا البحث لتعالج النقاط الآتية:

- بحث يعالج موضوع طريقة الإصلاح، ويركز على: الإصلاحات السياسية المطلوبة؛ المحاصيل التصديرية ذات الربح؛ وكذلك دراسة وسائل إعادة توجيه سياسات الإنتاج والتسويق، مع التركيز على المحاصيل الغذائية التي يتمتع فيها لبنان بأفضلية تنافسية والتي تلقى طلباً خارجياً. فضلاً عن بحث حول اتجاهات السوق يتضمن أحوال الطلب، واتجاهات السوق، وكذلك تحليل للتكاليف بعيدة المدى.

- بحث يركز على تحليل كفاءة الإنتاج في لبنان بالنسبة إلى المحاصيل الزراعية الرئيسية. وهذا يتطلب حساب التكلفة الذي يوضح العلاقات التقنية بين المدخلات والمخرجات (Inputs and Outputs)، وهذا التحليل مفيد ويساعد على تحديد الكلفة الاقتصادية التنافسية في المزرعة، وحجمها الاقتصادي الأمثل، وربحيتها^(١).

٣ - رؤية شاملة للملخص والنتائج والمضامين السياسية

أ - الاقتصاد وقطاع الزراعة

يؤكد التحليل الصحيح لمكونات إجمالي الناتج الوطني اللبناني هيمنة قطاع الخدمات على قطاعي الزراعة والصناعة. إن تزايد نصيب قطاع الزراعة في إجمالي الناتج الوطني على مدى

حقبة الحرب الأهلية إلى نسبة ٢٢ في المئة. ويمكن تفسير ذلك بانخفاض وبطء في أداء النشاط الاقتصادي خلال تلك الفترة وليس بسبب نمو القطاع الزراعي نفسه.

كشفت أرقام الاحصاءات التجارية عن انخفاض أداء النشاط التجاري في المنتوجات الزراعية، فشهدت الصادرات الزراعية هبوطاً، وارتفعت الواردات على نحو ملحوظ. ولا يعكس ذلك فشل نظام الإنتاج المحلي في مواكبة الطلب المحلي فقط، بل نقص الاستراتيجية الزراعية طويلة الأمد كذلك. لقد خلقت سياسة الانفتاح المبالغ فيها والاعتماد على المستوردات لتأمين المنتوجات الغذائية من الخارج للإستهلاك المحلي مشاكل خطيرة للقطاع الزراعي في لبنان. وخصوصاً أن سياسة الانفتاح هذه تخلق مخاطر للبلد وتجعله رهن العوامل الخارجية، مثل الزيادة في أسعار السلع الأولية، أو الارتفاع في معدلات التضخم، أو العلاقات السياسية غير المستقرة، أو التقلب في أسعار صرف العملة.

وعلى الرغم من أن ميزان المدفوعات أظهر عموماً فائضاً من خلال تحويلات المغتربين من الخارج، فإن هذه الموارد المالية ليست مضمونة ويجب عدم الاعتماد عليها كثيراً. في حين أن بذل جهود أكبر في تنمية القطاع الزراعي يمكن أن يقلل من المشكلات الاجتماعية - الاقتصادية التي تواجه البلد، والأكثر أهمية يمكن أن يحقق نمواً اقتصادياً كافياً ومستمراً.

ب - نظام الإنتاج الزراعي

كشفت تحليل نظام الإنتاج الزراعي أن استخدام الوسائل البدائية يعيق تطوره. باختصار إنه نظام تقليدي يتصف بالاستخدام المكثف للعمالة، وتقسيم الأرض بين الورثة داخل العائلة. وعلى الرغم من أن عوامل الانتاج الأساسية تسمح بإنتاج محاصيل غذائية جيدة ومتنوعة، فإن هذا التنوع لم يُترجم إلى إنتاج زراعي عالي الجودة. ويمكن تفسير ذلك بغياب سياسة زراعية واضحة تسمح بالإفادة من هذا التنوع.

كشفت النتائج المستخلصة من تحليل نظام المزارعة أن الإنتاج الزراعي يعتمد على العمال الزراعيين لإنجاز جميع عمليات الإنتاج، الأمر الذي يعكس استخدام التقنيات التقليدية دون أي تغيير بارز على مدى العقود القليلة الماضية. وداخل هذا النظام، يمثل العمال الزراعيون والأرض المصادر الأساسية المتاحة للمزارعين، مع سيطرة النظام التقليدي للملكية العائلية للأرض، وهما الشرطان النموذجيان للمجتمع الريفي التقليدي. الأمر الذي يعني أن ندرة المصادر الإنتاجية لم تُوزع بفاعلية على القطاع الزراعي. وهذا يعني أنه يمكن إجراء إصلاحات جذرية في الهيكلية الزراعية يمكن من خلالها استثمار الموارد الطبيعية على نحو فعال وكفاءة اقتصادية عالية.

(١) Toufic Jaber, *The Citrus Production and Marketing System in Lebanon: Analysis Prospects, and Recommendations to Facilitate Marketing Development* (London: University of London, Wye College, 1994).

ج - عمليات التسويق المحلي

تم وصف عمليات نظام التسويق بالتفصيل وبدراسة مدى كفاءتها. باختصار تم وصف ودراسة نظام التسويق الزراعي وجرى وصف عمليات التسويق المحلي والتصديرى وتدفق المحاصيل التجارية في ما بين أسواق الجملة، والتعرّف إلى أهم العوائق التي حدثت من فاعلية نظام التسويق. وكشفت النتائج أن المزارعين والضمان، والوكلاء بالعمولة، وتجار الجملة، وتجار المفرق يمثلون أهم العاملين في نظام التسويق المحلي. ويستخدم المزارعون ثلاث قنوات لتسويق محاصيلهم: البيع المباشر للضمان، والبيع للمصدرين، أو من خلال الوكلاء بالعمولة.

يتم البيع للضمان عموماً على أساس الدفع نقداً. أما البيع للمصدرين أو من خلال الوكلاء بالعمولة فيتم عموماً بحسب قاعدة «الأمانة»، وأهم عيوبه التأخر في الدفع. وأهم ما ينطوي عليه نظام البيع المنتشر «بالأمانة» هو أن المزارعين يقومون بتمويل حصة بارزة في تجارة المنتجات الزراعية، داخلياً أو خارجياً، في لبنان. ويؤدي الضمان دوراً مهماً في نظام التسويق، ففي غياب الروابط التي تجمع المزارعين، يقدم الضمان إلى المزارعين أموالاً نقدية من خلال مشترياتهم المدفوع ثمنها فوراً ويمثلون مخرجاً للسوق بالنسبة إلى المزارعين الذين لا يرغبون في تحمل عبء عمليات التسويق. كذلك، يؤدي الوكلاء بالعمولة عمليات تسويقية مهمة تشمل التجميع والتعبئة والبيع ويجمعون المعلومات عن السوق.

وكشفت نتائج الاستقصاء الميداني عن وجود نظام تسويق يتسم بالعمليات التسويقية التقليدية، وتم تحديد عوائق خطيرة تحد من فاعلية وكفاءة التسويق المحلي والتصديرى، وتشمل هذه العوائق:

- الأسلوب البدائي في الحصاد والتصنيف والتعبئة والتعامل مع المنتج الزراعي، الذي يتسبب في تلفه وتضرره، الأمر الذي يُنقص من إمكان تسويقه، ويؤدي إلى انخفاض الأسعار. أكثر من ذلك فإن النقص في القروض المالية للمزارعين والتجار يعد مشكلة خطيرة، الأمر الذي يُقلل من كفاءة عمليات الإنتاج الزراعي والتسويق. يعني ذلك أن النقص في توافر رأس المال أو في إمكان الحصول عليه يحد من تمويل عمليات المزارعين ومن قدرتهم على إتخاذ القرارات في مجال الاستثمار. وهكذا فإن تزويد العاملين بالتسويق بالقروض الميسرة هو شرط ضروري لتفعيل عمليات التجارة الخارجية.

- عدم كفاءة شبكة النقل وخدمات الاتصالات، وضآلة المعلومات عن أسعار السوق، وعن العرض والطلب وعن مختلف التوقعات والاحتمالات، والنقص في أدوات التصنيف والتخزين، وضعف إمكانات البحث والتطوير والخدمات الإرشادية، الأمر الذي يترتب عليه عدم

كفاية المعلومات لدى المزارعين حول الأسواق التي يتوجب عليهم التوجه إليها. وهذا يعني أن فاعلية نظام التسويق قد انكسرت إلى حد كبير، وزادت المخاطر وعدم اليقين المتعلقين بالتسويق.

- عدم توافر معلومات عن العرض والطلب. إن النقص الخطير في المعلومات حول اتجاهات الأسعار، والعوامل المؤثرة في العرض والطلب، وأفضليات المستهلكين، يؤدي إلى محدودية معلومات المصدرين حول أحوال السوق، ويقلل من قدرتهم على تعديل قراراتهم التسويقية على النحو وفي الوقت المناسبين. يعني ذلك أن المصدرين يمكن أن يفقدوا فرصاً لا يستهان بها لجني الأرباح من السوق وتعزيز وضعهم الاقتصادي.

- أن تزايد التشديد على الأمن الغذائي والتنوعية الجيدة للطعام، بما فيها ما أسفرت عنه مفاوضات الغات للتبادل التجاري من نتائج، وإنشاء منظمة التجارة العالمية، أدى إلى تغييرات في أنماط الاستهلاك لدى المستهلكين، وتزايد الوعي بالصحة والبيئة، وتزايد استهلاك المحاصيل التي تُستخدم في إنتاجها الطرائق الرؤوفة بالبيئة التي توزع من خلال تسويق ملائم. الأمر الذي يعني أن المنتجين والمُسوقين مطالبون بإجراء تغيير هيكلي في طرائقهم الإنتاجية والتسويقية.

د - عمليات التسويق التصديري

كشفت نتائج دراسة نظام التسويق التصديري أن عمليات التصدير تقوم على عاتق الأفراد الذين يقومون بالتصدير إلى السعودية والكويت والبحرين وسوريا، بحيث تمثل هذه البلدان أهم الأسواق بالنسبة إلى لبنان. تركيز الصادرات على بلدان عدة يُعرض القطاع الزراعي في لبنان للمخاطر ويجعله رهناً للتغيرات السياسية والاقتصادية التي تحدث في البلدان المتلقية للمنتجات اللبنانية.

فضلاً عن اتسام نظام التسويق التصديري بالنقص في التنظيم وفي التنسيق بين المصدرين، والتباين في جودة الفواكه اللبنانية التي تصل إلى أسواق التصدير، الأمر الذي يُنم عن وجود مشاكل كثيرة في معايير التصدير. يُمثل الوكلاء بالعمولة المصدرين اللبنانيين في الدول المتلقية. وجميع المصدرين تقريباً، ما عدا أحدهم، ليس لديهم من يمثلهم شخصياً في أسواقهم التصديرية الأساسية. هذا يعني أن هناك إفتقاراً شديداً في المعلومات حول التغيرات التي تحدث في أحوال السوق، وفي الأسعار وفي مراقبة أنشطة السوق اليومية. ولا يوجد حملات تجارية إرشادية أو إعلامية تُوجّه إلى المستهلك وتستهدف تنمية أسواق التصدير للمنتجات الزراعية اللبنانية. في الأعوام الأخيرة انخفضت الصادرات الزراعية عاكسة بذلك إنحدار موقع

لبنان التصديري، وإذا لم تؤخذ في الحسبان المشكلات والقيود التي عُرضت في هذا البحث فسوف تستمر الصادرات اللبنانية في حالة من التهميش في أسواق التصدير.

يتم نقل الصادرات اللبنانية إلى دول الخليج بطريق البر وبواسطة شاحنات مبرّدة عبر الحدود الشمالية للسعودية حيث يتم تفريغ الشاحنات وإعادة شحن المنتج المصدر بواسطة شاحنات سعودية مرخص لها. هذه العملية المزدوجة تسبب خسارة وضرراً نتيجة التعامل الخشن الخالي من الاهتمام، الأمر الذي يترتب عليه انخفاض الأسعار في أسواق السعودية. كذلك فإن وسائل النقل البديلة - أي بالشحن عن طريق البحر - هي صعبة وغير متوافرة أيضاً، الأمر الذي يعكس النقص في الاستثمار في البنية التحتية للتسويق التصديري. والأكثر أهمية هو أن السياسة الزراعية غير الملائمة ساهمت إلى حد كبير في عدم استقرار الإنتاج الزراعي. ولما كانت الصادرات تمثل ما يتبقى أو يزيد من الإنتاج المحلي، فإن التقلّب في الإنتاج يكون له تأثير أكبر في تقلّب الصادرات.

هـ - نظرة شاملة لسياسات الحكومة

لسياسة الاقتصاد الكلي التي تتبعها الحكومة مزاياها، فهي تمد القطاع الخاص بالقوة الدافعة للقيام بالمبادرات. على سبيل المثال فإن استقرار العملة، وانخفاض معدّل التضخم نسبياً، والارتفاع النسبي في نمو الاقتصاد، وتصاعد الثقة العالمية، من المؤكد أن كل ذلك يدخل في مصلحة لبنان ويبشّر بالكثير. ومع ذلك، فإن السياسة التنموية للحكومة ركّزت على تشجيع قطاع الخدمات على حساب القطاع الزراعي. وترتب على هذه السياسة ليس تحويل الجهود بعيداً من القطاع الزراعي فقط، بل في زيادة الواردات أيضاً.

وبتحليل سياسات الحكومة في مجالات التسهيلات والبرامج، مثل البحث والتطوير والخدمات الإرشادية والإعلامية والاستثمارات في قطاع البنية التحتية، نجد أنها قد بدأت في هذه المجالات دون أن تأخذ في الحسبان الأهداف التنموية بعيدة المدى. وتكشف نتائج التحليل أن الخدمات الإرشادية ضعيفة وكانت قد توقفت بعد اندلاع الحرب الأهلية عام ١٩٧٥. كما لم يتم تنظيم الخدمات الإرشادية المقدّمة من الشركات الخاصة التي تتبع المستلزمات الزراعية للمزارعين.

و - التغييرات والتطورات الإقليمية والدولية

ببدء العمل باتفاقية الغات سوف تختفي إجراءات الحماية عبر الحدود. وهذا يعني أن الواردات سوف تشهد تطوراً بارزاً، وبغياب سياسة زراعية واضحة، وفي ظل نقص المنافسة،

سوف يتأثر القطاع الزراعي اللبناني كثيراً ومن خلاله السوق المحلية.

وسوف يكون لنمو الوعي الصحي والبيئي تأثيراته في القطاع الزراعي، وسوف يزيد بذلك الطلب على المحاصيل الطازجة والمنتجة بطرائق الإنتاج الرؤوفة بالبيئة، بحيث سيتزايد اعتبارها طعاماً أساسياً وليس مجرد نوع من الرفاهية، ومن المعروف أن أكثر مبيعات المحاصيل الزراعية يتم من خلال سلاسل المخازن ومحلات السوبرماركت التي تفرض معايير جودة عالية، وتطلب منتجات غذائية جيدة.

٤ - نتائج وتوصيات

كشف التحليل السابق أن القطاع الزراعي في لبنان ليس كفؤاً بالقدر الكافي. ولا يمكن توجيه اللوم في ذلك إلى مجموعة واحدة سواء أكانت من القطاع العام أو كانت من القطاع الخاص. والأفضل النظر إلى ذلك بوصفه حصيلة قوى داخلية وخارجية كان لها تأثيرها في تكوين مجالي الإنتاج والتسويق على مدى العقدين الماضيين. وبالتحديد فإن النقص في مجالات الاستثمار في البنية التحتية الرئيسية للقطاع الريفي، وغياب البحث والتطوير والخدمات الإرشادية وتنقيف المزارعين، وعدم توفير التجهيزات والخدمات اللازمة للتسويق بعد الحصاد، وإهمال التطورات التقنية التي تحدث ثورة في عملية الإنتاج، ومتابعة النمو في التوجهات التصديرية الجديدة، وعملية النمو الاقتصادي التي تكوّن أسواق التصدير، والانتباه إلى تزايد الزحف العمراني، وزيادة متطلبات سوق التصدير التي أصبحت أكثر تعقيداً، كلها أمور خلقت تحديات في مواجهة القطاع الزراعي اللبناني وبات عليه أن يتكيف مع أحوال السوق الجديدة، التي لم يكن من السهل عليه أن يتلائم معها خلال فترة عدم الاستقرار السياسي والاقتصادي التي مرّ بها لبنان.

إضافة إلى ذلك، فإن الإطار التشريعي والمؤسسي الذي يعمل الإنتاج الزراعي ونظام التسويق من خلاله ليس فعالاً ولا ملائماً بالفعل ليساعد على التكيف مع هذه الحقائق الجديدة.

إن مقارنة فعالة تستهدف تحسين أداء نظام التسويق بالكامل، تتطلب علاقات تنسيقية بين المصدرين والوكلاء بالعمولة وغيرهم من العاملين في القطاع الخاص، وبين المؤسسات العامة. إن تنمية طويلة المدى وثابتة للقطاع الزراعي، مع تأكيد تنمية سوق التصدير بخاصة، تتطلب روحاً تعاونية تلحظ أن كلاً من المصالح الخاصة والمصالح العامة يمكن خدمتها على أفضل وجه بالعمل معاً على التأكيد أن لبنان يستطيع أن يزيد حصته من ربحية سوق التصدير. وفي ما يلي سيتم تحديد مجموعة من التوصيات والتدابير السياسية، بأمل أن تكون مبادئ يُسترشد بها من أجل تحسين أداء القطاع الزراعي وزيادة الكفاءة الانتاجية والتسويقية.

أ - توصيات للحكومة

في لبنان لا يملك قطاع التصدير الحجم القطاعي ولا هيكلية الكلفة بما يسمح له بالمنافسة منفرداً. من هنا فإن المقاربة بالنسبة إليه واضحة، أي عليه أن يسيطر على الموقع الأول وعلى النوعية ليكونا قاعدة التمايز.

٣ - يجب أن تركز برامج الحكومة في البحث والتنمية على تحسين نوعية المنتج الزراعي، وعلى تطوير أنواع جديدة تنسجم مع حاجات أسواق التصدير. ويصاحب ذلك، إعادة إحياء الخدمات الإرشادية والإعلامية، للتأكد من أن الرسائل البحثية والتنموية يمكن أن تصل إلى جماهير المزارعين مع التطلع إلى تحديث قدراتهم الإنتاجية الحالية وإعدادهم لتغيرات تستهدف تحريك القطاع الإنتاجي، إلى مستوى جديد من الإنتاجية ذات الربحية الأكثر. ويجب إعداد برنامج تطويري يتضمن مجموعة متكاملة من العمليات الإرشادية والتوجيهية للإرتفاع بمستوى التصنيف، وطريقة عرض المنتج، بهدف تثقيف المزارعين وإطلاعهم على الأسباب التي ستزيد من أرباحهم في حال التزامهم بمستوى مناسب من التصنيف والتعبئة وطرائق التصنيف بكفاءة وفاعلية. ويمكن تحقيق ذلك بمباشرة القيام بعمليات فرز وتصنيف وتعبئة في المزرعة باستخدام أجهزة يمكن حملها (كما يلاحظ في بعض الاقتصاديات المتقدمة المتحركة، مثل الولايات المتحدة الأميركية وفرنسا وهولندا وبريطانيا).

هناك حاجة إلى تحديث القطاع الزراعي والتشجيع على أساليب جديدة في الزراعة، وتقنيات الاستنبات، وإلى تحسين وسائل الحصاد وما بعده، وإلى تقوية نظام التسويق من خلال تنظيم أنشطة الإنتاج والتسويق. إضافة إلى ذلك، تتطلب التغيرات والتطورات التي حدثت في العالم درجة عالية من التنظيم والتسويق والاحتراف بين المنتجين والمصدرين والعاملين الآخرين في السوق لمواجهة هذه التطورات. ويستلزم هذا بدوره إقامة منظمات للمصالح المشتركة تشمل:

- على مستوى الإنتاج، جمع العاملين في الزراعة من ذوي المصالح المتشابهة في تنظيم يقوي من موقعهم تجاه التجار والمصدرين، وتطوير أساليب جديدة للزراعة وإنتاج المحاصيل، والتكامل بين الإنتاج والتسويق. وليست هذه دعوة من أعلى تحث على التعاون، فمثل هذا الجهد قد فشل في الماضي. لكن، يجب أن تكون الحكومة عملية في تشجيع المنتجين وخلق الحوافز لهم بهدف إقامة روابط إنتاج لحماية مصالحهم التجارية الخاصة.

- على المستوى التجاري، إقامة رابطة وطنية للمصدرين، تُركّز على تطوير سوق التصدير، ولديها القوة لتطبيق تدابير معايير الجودة والتصنيف والتعبئة وغير ذلك. وفي هذا السياق يحتاج المصدرون إلى عون تقني وتدريب يقوم بهما خبراء في التسويق ومحترفون لمواجهة متطلبات الجودة العالمية ومعاييرها. ويجب أن يواكب ذلك تنظيم زيارات للمصدرين

في ضوء المناقشات الجارية، يمكن تصوّر دور مفيد ومؤثر للحكومة كداعمة ومشجعة لقطاع زراعي فعّال وكفؤ. يتطلب الأمر إصلاحات سياسية ومؤسسية في مجالات البحث والتنمية والخدمات الإرشادية وتثقيف المزارعين، ولوازم التسويق بعد الحصاد، والتسهيلات المالية والقروض، ومعلومات عن السوق التي سيكون لها نتائج جيدة للإنتاج الزراعي ولنظام التسويق. وهذه الإصلاحات وإن تكن قليلة قد تحرك مبادرات القطاع الخاص، وأهم من ذلك أن تُحدث حركة إيجابية في قطاع الزراعة. وفي ما يلي مجموعة من التوصيات وتشمل:

١ - على الرغم من أن ذلك قد يكون حقيقة بديهية، فإن نمواً اقتصادياً مستمراً وثابتاً في لبنان يكون فقط مصاحباً لحو سياسي - اقتصادي مستقر في البلد. ويؤمل على أن تكون التطورات السياسية في المنطقة مؤشراً لمستقبل سياسي مضيء للبنان.

٢ - يعد لبنان لاجباً متوسطاً في مجال التجارة في المحاصيل الزراعية. وتحليل عوامل «القوة والضعف والفرص والتحديات» كشف أن لبنان ضعيف في المعلومات المفصلة عن سوق التصدير، وفي شبكات النقل والاتصالات، وفي ثقافة المزارعين، وفي التسهيلات المالية، وفي الخدمات الإرشادية. كذلك فإن غياب كل من التشجيع على الإقبال على المنتج في أسواق التصدير، وتوافر المعلومات عن أحوال السوق في الوقت المناسب من الأمور التي تستحق الاهتمام في المستقبل، ذلك أن المعلومات تمثل المفتاح الرئيسي للنجاح. وهكذا فإن قدرة قطاع التصدير على تشجيع الصادرات الزراعية وتحديث عمليات التسويق قد يتأثران كثيراً بالنقص في المعلومات عن أحوال السوق.

نتيجة ذلك، فإن قدرة القطاع على التجدد تبدو ضئيلة، والقدرة التنافسية للمحاصيل الزراعية اللبنانية في الأسواق العالمية تبدو منخفضة. لذلك فإن هناك حاجة ماسة إلى تنظيم وجمع وتوزيع المعلومات التي تساعد على زيادة الشفافية في السوق وبالتالي على الفاعلية.

عوامل الإنتاج في لبنان، مثل المناخ الجيد، والأرض الخصبة، والماء، هي من المزايا التفضيلية، وهي تسمح بإنتاج نوعيات جيدة من المحاصيل الزراعية. ومع ذلك فإن تكاليف الإنتاج في لبنان مرتفعة، ويترتب على ذلك مواجهة منافسة حادة من الدول ذات الكلفة الأقل في الإنتاج، مثل تركيا ومصر والمغرب والأردن. ومع ذلك توجد فرصة حقيقية لتشجيع التطوير في قطاع التصدير، وهذا يتطلب استراتيجية تسويق تعمل على تشجيع النجاح بالمنافسة، وتعزيز الصادرات. فاستراتيجية المنافسة في السوق يجب أن تُبنى على عوامل القوة في القطاع، ورسملة فرص السوق، وفي الوقت نفسه التخفيف من عوامل الضعف. ويقترح «بورتر» ثلاث استراتيجيات شاملة: خفض الكلفة والتركيز والتمايز.

إلى أسواق التصدير للحصول على الخبرة المباشرة حول معايير الجودة المطلوبة والتدابير المناسبة.

- على مستوى القطاع الزراعي، فإن المجموعات الوطنية أو اتحادات المنتجين، والمصدرين، وبأبغى الجملة، عليهم مناقشة المصالح المشتركة مع المسؤولين لإرساء وتنسيق العلاقات في ما بين الأعضاء، وتنمية ثقة متبادلة بين الأطراف، ومناقشة فترات الدفع، ووسائل فض النزاع، وتدابير السيطرة على الجودة، وغير ذلك. وقد يكون ضرورياً تأليف لجان داخل الاتحادات الوطنية ينضم إليها العاملون في إدارة الصادرات والعاملون في الشحن والنقل، والإرشاد والتوجيه، لتفعيل التطورات في السوق (كما هي الحال في هولندا).

- على مستوى التسهيلات التمويلية والائتمانية، هناك نقص كبير في التمويل في ما يتعلق بالاستثمار وعمليات الرسملة التي يقوم بها المشاركون في العمل في القطاع الزراعي. فإذا كانت البنوك الخاصة عازفة عن تطوير سوق الائتمان في قطاع الزراعة، حينئذ قد يعكس ذلك نقصاً في التمويل، و/أو تصوراً بأن في الإنتاج الزراعي والتسويق مخاطرة كبيرة. ويتوجب على الحكومة أن تتقصى العوامل التي تقف وراء النقص في الأموال المتدفقة للقطاع. وقد يكون من المستحسن أن تخصص الحكومة برنامجاً لضمان القروض لمصلحة المزارعين والتجار والعاملين في التسويق، الأمر الذي يشجع البنوك الخاصة على جعل التمويل ممكناً، وبالتالي، يساعد على تحسين كفاءة نظام التسويق.

إضافة إلى ذلك من المهم لتطوير وتشجيع تجارة التصدير مراعاة الآتي:

- من الضروري أن تؤكد الحكومة مسؤوليتها المستمرة عن فرض تدابير الجودة ومعاييرها على المحاصيل المتجهة للتصدير وأن تؤكد وجوب احترام هذه التدابير. والهدف هنا هو الارتفاع بمستوى الجودة والتقليل من التباين في جودة الصادرات الزراعية.

- من العوامل المهمة لتشجيع الصادرات الزراعية، توفير وسائل النقل الفعالة، واستكمال بناء البنية التحتية اللازمة للتسويق وما بعد الحصاد، والاهتمام بعمليات التجميع والتقليل من الهلاكية. وكذلك يجب أن تُركّز الجهود على إصلاح الطرق في المناطق الريفية وإنشاء طرق جديدة، وتوفير خدمات الاتصال الهاتفي. ولما كان لبنان قد بدأ يشهد حالة من التجدد الاقتصادي الواعد، فيجب إصلاح قاعدة النظام الضريبي، وتحرير الأموال اللازمة لتحفيز التطور في القطاع الريفي من خلال الاستثمار في مجال البنية التحتية.

التوصيات المذكورة مهمة من أجل التأكد من تطوير ثابت ومستمر للقطاع الزراعي، فهناك حاجة إلى الإصلاحات الهيكلية، وما زالت الحاجة ملحة إلى بحث التكاليف السياسية

والتمويلية المتوقعة لمثل هذه الإصلاحات^(٢).

ب - توصيات للمصدرين

إن رغبة المصدرين في إبراز صورة النوعية، التي يتمتع بها المنتج اللبناني، مهمة ولكنها ليست شرطاً كافياً لجعل التصدير مربحاً. فجعل عملية التصدير مربحة تتطلب تفعيل المظاهر المتصلة بالجودة والسعر والرتبة والحجم والتوزيع، وذلك لتقوية موقعهم. ويجب أن يُلحَق بذلك اختيار المقاربة التسويقية المناسبة، وفهم أفضل للتغيرات في أحوال السوق واستراتيجية التسويق التي يتبناها المنافسون، فضلاً عن تحديد أذواق المستهلكين وأفضلياتهم في أسواق التصدير وإرضائها.

وكما ذكر آنفاً، يجب أن يُركّز المصدرون على احتلال المكانة الأولى في أسواق التصدير. لذلك يجب أن يتبنى المصدرون استراتيجية مزدوجة: أولاً، إقامة موقع تجاري قوي في أسواق التصدير كموردين أساسيين للمحاصيل الغذائية الأكثر جودة؛ ثانياً، تطوير أسواق جديدة قادرة على استيعاب هذه المحاصيل. مثل هذه الاستراتيجية المزدوجة تتطلب إبتكارات مستمرة لإبقاء القدرة التنافسية للأسعار من خلال خفض التكاليف الأساسية للإنتاج، وتبني تدابير تسويق تُركّز على تعزيز تدابير السيطرة على الجودة ومعاييرها، وتحسين الفكر التسويقي، وتطوير تمثيل مباشر أفضل في أسواق التصدير الرئيسية، وزيادة كفاءة النقل، وتطوير حملات إرشادية وتجارية موجهة للمستهلك بهدف زيادة الوعي بجودة المنتجات الغذائية اللبنانية. وفي ضوء ذلك تُورد مجموعة من التدابير السياسية المقترحة تشمل:

(١) تعزيز تدابير السيطرة على الجودة ومعاييرها: إن تعزيز وتطبيق تدابير الصحة العامة وسلامة النبات، والحفاظ على جودة الصادرات ونوعيتها هي المفتاح الرئيسي لتشجيع الصادرات الزراعية. إن الاستجابة إلى تدابير الجودة في السوق العالمية، ومعايير التصنيف، والتعبئة، واستمرارية الإمدادات وغير ذلك، ستكون مساعداً ليس على خلق الثقة في الصادرات اللبنانية فقط، ولكن على الإبقاء على القوة الدافعة للمنافسة الثابتة في الأسواق العالمية أيضاً.

(٢) التمثيل في الدولة المستوردة: إن وجود تمثيل شامل ومباشر أكثر للمصدرين في الأسواق الرئيسية يعطيهم أفضلية في مجالات الوجود في السوق لمتابعة الأنشطة اليومية في السوق، ومراقبة أحوال السوق المتغيرة، وتشجيع ولاء المستهلكين وإطلاق الحملات الإرشادية والإعلامية والتأكد من أن الأهداف المبتغاة منها قد تحققت. كما أن هذا الوجود

(٢) انظر الفصل الرابع، «اقتراحات باحث إضافية»، ص ٤٨.

يُساعد المصدرين على فهم أفضل لمتطلبات السوق، ومتابعة الاحتمالات المختلفة والاستراتيجيات التسويقية لمنافسيهم وتحديد فرص الاستثمار حين تحين في السوق.

إن معرفة السوق تعني أكثر من مجرد متابعة سعر المنتج. في الحقيقة، معرفة السعر أمرٌ أساسي، ولكنه ليس كافياً لاستراتيجية تسويقية ناجحة، فالمصدرون يحتاجون إلى جمع المعلومات حول شؤون السوق في الوقت المناسب بهدف تحليلها بأسلوب دينامي.

(٣) **إبتكار علامة تجارية وطنية:** يجب أن يعمل المصدرون على ابتكار علامة تجارية وطنية على شاكلة تلك المستخدمة بواسطة المصدرين من قبرص، والمغرب وإسرائيل (يافا، وكارمل). ويجب أن يُلحق ذلك بالاتفاق على الدعاية والتعليب والتركيز على تعزيز التعريف بجودة المنتج وزيادة وعي المستهلك بهذه الجودة. وابتكار علامة تجارية وطنية يُساعد المصدرين على بناء صورة تليق بالعلامة، ويُعطيهم الفرصة لتحريك وجذب ولاء المستهلكين. وهذا بدوره قد يساعد المصدرين على التخطيط لاستراتيجية تسويقية مستقبلية تركز على التمايز ما دامت الجودة هي قاعدة التمايز.

(٤) موجز للمشاكل في قطاع الزراعة، والطريق نحو التحديث

(١) **المشكلة الجوهرية للقطاع الزراعي في لبنان:** في التحليل النهائي، يوجد أصل المشكلة الجوهرية للقطاع الزراعي في تراجع الحياة الاقتصادية في المناطق الريفية. ويُفاقمها الغياب الكامل لسياسة زراعية واضحة وطويلة المدى. لسوء الحظ يُنظر إلى دور القطاع الزراعي على أنه سلبي إلى حد كبير، وما هو أكثر من ذلك، يُنظر إلى المواطنين الريفيين على أنهم متخلفون كثيراً عن «التقدم الاقتصادي» الذي تحقق. لذلك، فمن الواضح أن هناك حاجة إلى زيادة وعي المجتمع والحكومة والناس بهدف مساعدتهم على النظر إلى القطاع الزراعي كعنصر دينامي في استراتيجية التنمية الشاملة. وهذا يتطلب، بدوره، تحولاً بارزاً في الفكر التنموي بحيث يُنظر إلى التنمية الزراعية كعامل ضروري مكمل في استراتيجية التنمية الشاملة، وعنصر لا تكتمل من دونه التنمية الوطنية. ومن دون مثل هذه الاستراتيجية التنموية الشاملة فإن التنمية في قطاعي الخدمات والصناعة سيصيبها الإحباط، وإذا ما نجحت فسوف تخلق اختلالات داخلية شديدة في الاقتصاد وينجم عنها مشاكل مثل الفقر والظلم والبطالة، التي ستصبح عندئذ أكثر وضوحاً وأشد إيلاماً.

إن تجاهل قطاع الزراعة، وتوجيه الاستثمارات إلى بناء البنية التحتية في المناطق الحضرية، قد يقود إلى تقدّم سريع في قطاع الخدمات على حساب القطاعات الأخرى. ولهذا إذا ما أخذت التنمية الاقتصادية مكانها وأصبحت تغذي نفسها بنفسها، فعليها أن تبدأ في المناطق الريفية عموماً، وفي قطاع الزراعة بالتحديد، لأن الزراعة تستطيع أن تؤدي دوراً مهماً في تغذية

التوسع في الصناعات الزراعية بالفائض الغذائي وفائض العمالة، وجلب أموال خارجية من خلال الصادرات الزراعية. ويتطلب ذلك بدوره تفكيراً إستراتيجياً وإصلاحات سياسية وتصميماً زراعياً متماسكاً، وإرادة سياسية قوية تركز على سياسة تنموية زراعية واضحة. وهكذا لا يعتمد التطوير الاقتصادي الثابت على إنجاز برامج تكيفية وإصلاحات سياسية في قطاع الزراعة فقط، بل على ضمان إلزام الحكومة وتأمين إرادتها السياسية كذلك.

(ب) **الطريق نحو التحديث:** بدأت أعمال إعادة البناء في لبنان منذ سنوات عدة وحققت إندفاعاً قوية خلال العامين المنصرمين، والمهم أن استكمالها يتطلب تعبئة موارد الدولة. وبتحديد أكثر، يحتاج إلى التعامل مع أبعاد وأوجه عدة لإعادة البناء وتجديد الاقتصاد. وهذه أمور تحتاج إلى وقت كبير، واقتصاد قادر، وموارد مالية وبشرية. من هنا يعد الدعم الخارجي مهماً لاستمرارية عملية التنمية وثباتها. ومن المؤكد أن الجهود الوطنية لإعادة البناء تُركّز على إعادة تأهيل وإصلاح البنية التحتية الأساسية التي توفّر بدورها ركيزة إنعاش الاقتصاد على المدى الطويل وإطلاق الخدمات الاجتماعية كما هو مأمول. إن عملية إعادة البناء في لبنان لها الأولوية ولها الأهمية المطلقة. ويتوجب أن يتم ذلك من خلال سياسات وطنية قوية وواضحة، وبرامج تُركّز على تحسين كفاءة القطاع العام وتقوية أدائه، وتطوير الموارد البشرية اللبنانية، ومواجهة الحاجات الأساسية للفقراء، وتوفير الخدمات الاجتماعية الرئيسية لهم، وحماية البيئة الطبيعية.

من المؤكد أن إعادة بناء ناجحة وتطوير يحتاجان إلى تفكير إستراتيجي، وتخطيط زراعي متماسكين، ويجب أن يترافق ذلك مع إرادة سياسية قوية، وخيارات سياسية متعددة تُركّز على تطوير الموارد الإنسانية. وهذا بدوره يمكن تحقيقه بالاستثمار المكثف في رأس المال البشري وإعادة تأهيل المؤسسات وتجديدها. ومن الضروري ظهور مؤسسات جديدة وهيكل جديدة لتحل مكان الهياكل المؤسسية والاجتماعية التي ترعرعت في فترة ما قبل الحرب.

بناء على ما تقدّم، لا يستطيع لبنان أن يتحمل أن يكون مُراقباً سلبياً للتطورات والتغيرات العالمية. لذلك هناك حاجة ماسة إلى تحديث القطاع الزراعي، على الأقل إذا كان على لبنان أن يحقق توازناً معقولاً بين التنمية الريفية والتنمية المدنية. وهكذا تتطلب التنمية الناجحة والثابتة في القطاع الزراعي إصلاحات داخلية وإلتزاماً بتنفيذها من الحكومة. أكثر من ذلك، وفي ضوء التطورات السياسية الإقليمية - أي التسوية المتوقعة مع إسرائيل والجوانب المرجوة من عملية التسوية - والتغيرات الجذرية في المحيط الاقتصادي اللبناني - أي تحقيق نمو قوي حقيقي في إجمالي الناتج الوطني والسير قُدماً في تنفيذ خطة الحكومة الطموح لإعادة بناء البلد -

فإنه على عكس ما يمكن تصوره، سيواجه القطاع الزراعي صعوبات محدّدة في إعادة إنعاشه على نحو ثابت. سيعجل النمو الاقتصادي من تحرّك العمال اللبنانيين من المناطق الريفية إلى العاصمة والمدن. وسيأتي العمال الأجانب لملء الفجوة الناجمة عن ذلك، بما يتضمنه ذلك من أبعاد سياسية وإجتماعية لمثل هذا التدفق. وهكذا، هناك حاجة إلى إحداث تغيير ملحوظ في الفكر التنموي، والتشديد أكثر على البدء في تنفيذ خطة تنمية زراعية واقعية.

وأخيراً، فإن مجموعة مكونة من: محصول زراعي لبناني عالي الجودة، وإقتصاد كلي سليم له مزاياه، وعوامل إنتاج مؤاتية، وجهود متّحدة للمنتجين والتجار والمصدرين، بمرافقة سياسات حكومية فعّالة ومنتظمة، كل ذلك لا يمثل فرصة سانحة للتحسين والتحديث لقطاع الزراعة وحسب، ولكن، يمثل كذلك مفتاحاً لتنمية اقتصادية ناجحة وثابتة ومستدامة.

ملحق

المادة (١): لا يُسمح باستيراد المنتجات الزراعية المبينة فيما يلي:

- العنب
- الحمضيات
- التفاح
- البطاطا
- الزيتون

المادة (٢): يُسمح باستيراد المنتجات الزراعية المبينة فيما يلي بموجب تصريح من وزارة الزراعة، وبناء على إقتراحات إدارة الاقتصاد الزراعي في وزارة الزراعة.

- البندورة
- حرير دود القز
- البصل
- الزبيب
- الخيار

المادة (٣): يُسمح باستيراد البطاطا والموز خلال فترة محددة من الوقت (أنظر الجدول رقم (م ١)) ويتطلب تصريح استيراد من وزارة الزراعة.

جدول رقم (م - ١)

الوقت الذي يُسمح خلاله باستيراد المنتجات الزراعية التي تحتاج إلى تصريح

الوقت المسموح خلاله بالإستيراد		البيان
النهاية	البداية	
آب (أغسطس)	أيار (مايو)	الموز
آذار (مارس)	كانون الثاني (يناير)	البطاطا

المادة (٤): يُسمح باستيراد منتجات زراعية محدّدة خلال فترات زمنية محدّدة من دون تصريح استيراد (أنظر الجدول (م - ٢)):

جدول رقم (م - ٢)

الوقت المسموح خلاله باستيراد منتجات زراعية محدّدة ولا تتطلب تصريحاً

البيان	الوقت المسموح بالإستيراد خلالها	
	البداية	النهاية
الباذنجان	كانون الثاني (يناير)	آذار (مارس)
الكوسا	كانون الثاني (يناير)	حزيران (يونيو)
الفاصوليا عريضة	كانون الثاني (يناير)	أيار (مايو)
الثوم	كانون الثاني (يناير)	نيسان (ابريل)
البطيخ	كانون الثاني (يناير)	حزيران (مايو)
المشمش	أيلول (سبتمبر)	نيسان (ابريل)
الأجاص (الكمثرى)	تشرين الثاني (نوفمبر)	حزيران (يونيو)
الدراق	تشرين الثاني (نوفمبر)	أيار حزيران

المادة (٥): على إدارة الاقتصاد الزراعي في وزارة الزراعة دراسة التغيّرات في المنتجات الزراعية واقتراح خيارات سياسية آخذة في الحسبان السياسات التجارية لوزارة الزراعة. يجب أن تأخذ الدراسات في اعتبارها مصالح المزارعين والمستهلكين.

ممثلو وزارة الزراعة عند نقاط الاستيراد والتصدير في المصنع، على طول الحدود مع سوريا يكونون مسؤولين عن فرض السيطرة على الاستيراد. على هؤلاء الممثلين تفتيش المستوردات الزراعية عند الحدود قبل إصدار الوثائق اللازمة للمستوردات الزراعية. المنتجات الزراعية التي تحتاج إلى تصريح (الموز على سبيل المثال) والتي تسمح بها وزارة الزراعة خلال وقت محدد [أيار/مايو - آب/أغسطس] قد استصدرت الوثائق المطلوبة بواسطة ممثلي وزارة الزراعة للدخول إلى الأراضي اللبنانية. الواردات الزراعية التي لا تحتاج إلى تصريح (البقطين على سبيل المثال) ولكنها تحتاج إلى سماح وزارة الزراعة خلال فترة محدّدة [كانون الثاني/يناير - حزيران/يونيو] قد استصدرت أيضاً الوثائق المطلوبة من ممثلي الحكومة يُسمح لها بدخول الأرض اللبنانية. المستوردات الزراعية التي لا تحتاج إلى تصريح (الثوم على سبيل المثال) ولكن لا تُسمح بها وزارة الزراعة خلال فترة محدّدة [أيار/مايو - كانون الأول/ديسمبر] لا يُسمح لها ممثلو الحكومة بالدخول، وتُعاد إلى الدولة المُصدّرة.

الجمهورية اللبنانية

مكتب وزير الدولة لشؤون التنمية الإدارية
مركز مشاريع ودراسات القطاع العام