

تطور السوق الليبية

للدكتور على الانصاري

لنتعرف أولا على مفهوم السوق الليبية — هل هي « سوق الظلام » أو « سوق الفندق » أو « سوق الجريد » أو هل هي « سوق المشير » — أم « سوق الجمعة » أم « الخميس » — انها مسميات على أماكن معينة •

والسوق في نظر رجال الاقتصاد تتكون من عدد من السكان يتوفر لديهم المال المعد للاتفاق وعندهم الرغبة في الشراء •

هو المكان أو المنطقة التي يتقابل فيها البائعون والمشترون من أجل مبادلة السلع والخدمات وإذا فرضنا ان السلع متشابهة فان السعر الواحد يهيمن على كل نقطة في السوق في فترة زمنية معينة •

وقد يصبح السوق مجموعة من تجار التجزئة او سوق المدينة عموما أو هو بورصة لسلعة معينة كالقمح أو القطن أو البصل •

وقد تمتد السوق لتشمل العالم باجمعه • وهذا يتوقف على تنظيم طرق الاتصال وعلى الاعتبارات الادارية والنفسية •

وليس من الضروري توفر السلع ماديا في مكان السوق فقد يبيع الناس بمقتضى عينات او مواصفات أو نماذج •

والشرط الاساسى لقيام السوق هو التقاء افكار الباعين والمشتريين — هذا وان مراكز جميع السلع ليست بالتالى مراكز الاسواق •

ويعتبر السوق المقياس الذى تتحدد به قيم الاشياء التبادلية نتيجة لتقدير الباعين والمشتريين ونتيجة للمساومة التى تدور بينهم — وعلى ذلك فهناك آلية للسوق تمكن المنتجين من تحديد انتاجهم كما وتوزيعا وسعرا •

هذا على فرض انه توجد في الواقع العملى سوق كاملة تصل الى مستوى الكمال وان مجال المنافسة مطلق لا تحدده حدود •

غير ان الواقع العملى فى كل بلد من البلاد يتدخل فيفرض على التجارة والاسواق اوضاعا من حيث الكميات المعروضة والاسعار والرغبة فى الشراء تحددها حدود سنتكلم عنها فيما بعد •

لقد اردت بهذه المقدمة ان ادخل فى وصف لما تتصف به السوق فى ليبيا من خصائص باعتبارنا مستهلكين نحتك بالسوق دائما وتفرض علينا تقلباتها تصرفات خاصة منا •

ولعل الخطة التى تصلح لمثل هذا الحديث هى ان نقارن بين اوضاع السوق قبل خمس سنوات مثلا أى قبل ان يظهر اثر الانتعاش الناتج عن ازدهار صناعة استخراج البترول وبين اوضاع السوق فى ايامنا هذه ثم نستنتج منها بعض اتجاهات السوق فى المستقبل القريب •

لو نجحنا فى مثل هذه المقارنة لكان لدى رجال الاعمال والتجارة علامات تشير الى ما ينتظر مشروعاتهم •

الاقتصاد المزدوج :

لعل أكبر صفة كانت تتصف بها السوق الليبية قبل الازدهار الاخير — انها كانت انعكاسا لما يسمى بالاقتصاد المزدوج •

غالبية من الشعب تعيش حياة بسيطة تتضح بساطتها فى جميع نواحي الحياة فمن غذاء بسيط فى تكوينه الى ملابس بسيطة الى مسكن بسيط — احتياجات محدودة ومعرفة بسيطة بتكنولوجية القرن العشرين وتسود البلاد تقاليد عميقة الجذور •

معظم السكان يعتمدون على فلاحه الاراضى او رعى الماشية فى المراعى وعلى اطراف الصحراء — يستهلكون معظم انتاجهم ويزودون انفسهم بمعظم ما يحتاجون اليه — مساكنهم اما خيام او أكواخ أو منازل تتكون من حجرة واحدة أو حجرات

محدودة يكتسبون بملابس مغزولة بأيديهم يستعملون الابل والخيول والدواب في تنقلاتهم •

وقد تكون أملاك القبيلة كبيرة الا أن مستوى معيشة أفرادها منخفض على العموم •

ويتجلى الوجه الآخر للاقتصاد في المدن الكبيرة كمدينتي طرابلس وبنغازي حيث نشاهد الفيلات الحديثة والشوارع ذات الانوار البراقة والمتاجر ودور السينما والمطاعم والسيارات الفارهة ومحطات توزيع البنزين — كما يتجلى ذلك في العدد الكبير من المكاتب الحكومية والمدارس والمستشفيات الجديدة الفخمة وفي الطرق الحديثة والاشغال العامة الاخرى •

وقد جاء هذا القطاع بما ادخله الاجانب من مستويات سواء كانوا ايطاليين — أو موظفين يتبعون لشركات الزيت أو ممن عملوا مع هيئة الامم ووكالاتها أو ممن جاءوا مع برامج المعونة الفنية الاجنبية •

فكان هؤلاء يتمتعون بمستوى من المعيشة يرتفع عن مستوى معيشة المواطن العادى •

ومن ثم اتجه جزء كبير من نشاط السوق الى تلبية حاجاتهم — وتضمن ذلك القطاع جزءا من المجتمع الليبي ممن عملوا مع شركات الزيت مباشرة أو غير مباشرة أو ممن اشتغلوا بالتجارة والصناعة أو الخدمات التى تعتمد بالدرجة الاولى على الطلب الاجنبى — ومن ذلك اعمال البناء والانشاء والنقل البرى ومؤسسات تأجير السيارات وغيرهم من تجار الجملة والتجزئة •

وقد اقبل هؤلاء وهؤلاء على الاغذية المستوردة والملابس الغربية والساعات والآلات الكهربائية والاثاث المصنوع فى الخارج والسيارات والشقق الحديثة والفيلات لهذا كان هناك قطاعان واضحان من الاقتصاد ويزداد الفارق حدة بين القطاع الحديث والقطاع التقليدى • وهناك صورة اخرى نستطيع ان نصل الى تحديد ملامحها لو اننا اتخذنا التجارة الخارجية مقياسا •

ولتخذ احصائيات عام ١٩٥٨ كأساس لمقارنتنا •

الواردات :

بلغت قيمة ما استوردته ليبيا من البضائع والخدمات نحواً من ٢٤ مليون جنيه (باستثناء واردات الحكومات الأجنبية وشركات الزيت) وهى تصل الى نحو من ٥٠٪ من الدخل القومى وكانت هذه نسبة عالية قلما توجد فى بلاد أخرى وقطاع الاقتصاد الحديث يستوعب جزءاً كبيراً من السلع المستوردة • فمثلاً ٦ مليون جنيه أى ٢٥٪ من هذه الواردات من المواد الغذائية كالحبوب والشاي والسكر والفواكه والخضر ومنتجات الالبان •

و ٥ مليون جنيه أى ٢٠٪ كانت من الملابس والادوية والسلع الاستهلاكية

الأخرى •

١٣,٢٠٠,٠٠٠ جنيه أى ٥٥٪ عبارة عن اسمنت وفحم واخشاب واسمدة ومواد

كيميائية وسيارات ولوريات •

واستطراداً من هذا البحث لنرى ترتيب قائمة الدول المصدرة الى ليبيا فى عام ١٩٥٨ • فنرى أن إيطاليا كانت تأتي فى القمة تستأثر بنحو ٢٪ من الواردات وهذا معناه ان البضائع الإيطالية كانت تجد ألفة واقبالاً بحكم الفترات السابقة • واغلب تجارتها موجهة لاقليم طرابلس ثم يليها بريطانيا بمقدار ١٪ الواردات واغلبها كان موجهاً الى مطالب اقليم برقة •

ثم يليها المانيا الغربية • ثم الولايات المتحدة الاميركية — ثم فرنسا — ثم هولندا — ثم سيلان — ثم الجمهورية العربية المتحدة •

واذا ما تتبعنا سير الواردات فى السنوات الماضية لوجدنا تزايداً مستمراً فيها مع تنوع اصنافها من سنة الى أخرى •

فهى فى عام ١٩٥٨	٢٤	مليون جنيه
١٩٥٩	٤٠ر٥	مليون جنيه
١٩٦٠	٦٠ر٣٨	مليون جنيه
١٩٦١	٥٣ر٢٧	مليون جنيه

١٩٦٢	٧٣ر٤٤	مليون جنيه
١٩٦٣	٨٥ر٢٧	مليون جنيه
١٩٦٤	١٠٤ر٣٧	مليون جنيه

وبتتبع السلع نجد ان ترتيبها كما يلي :

الآلات اولا - ثم الانابيب - يليها اللوريات - ثم السيارات - ثم الاغذية
٥٪ - واخيرا الملابس ٢٪ .

أما من حيث ترتيب الدول المصدرة الى ليبيا فقد أصبحت :

الولايات المتحدة ٢٣٪ تحتل القمة - ثم يليها ايطاليا ٢٠٪ - ثم بريطانيا
١٧٪ - ثم المانيا الغربية ١٠٪ ثم ظهرت في قائمة الدول المصدرة لليبيا دول جديدة
مثل الكتلة الشيوعية - وفرنسا واسبانيا - واليابان .

اما الصادرات :

فكان مجموعها في عام ١٩٥٨ ٢٥٢ مليون جنيه يأتي على رأس القائمة منها
زيت الزيتون - ثم الفول السوداني (الكاكاوية) - ويليها المواشى - ثم بذور
الخروع - والحلفا - والمعادن الخردة .

وهنا أيضا نجد ايطاليا على رأس القائمة فتستورد ٢٪ الصادرات الليبية .
بل وتستمتع البضائع الليبية باعفاءات من الرسوم الجمركية الايطالية .

ثم يليها بريطانيا وكان نصيبها يقدر بمقدار ٩٪ ثم تليها مصر ٨٪ - ثم المانيا
ثم مالطا - ثم اليونان - فاذا ما تتبعنا الصادرات في السنوات الماضية مع استبعاد
صادرات الزيت التي بدأت من سبتمبر سنة ١٩٦١ وقصرنا المقارنة على الصادرات
الاخرى لوجدنا ان هناك نقصا ملحوظا مستمرا من سنة الى أخرى فهي في عام :

١٩٥٨ عام	٥٢٠٠٠٠٠ر	جنيه
» ١٩٦٠	٣١١١٠٠٠ر	جنيه

جنيه من مجموع ٦٠٥٢١٠٠٠ بها فيها الزيت	٢٣٨٢٠٠٠	» ١٩٦١
جنيه ٤٩٠١٧٠٠٠	٢٠٥٠٠٠	» ١٩٦٢
جنيه ١٣٣٥٣٥٠٠٠	١٧١٢٦٦٣	» ١٩٦٣
جنيه ٢٥٠١٦٦٠٠٠	٢٠٨٧٠٦٤	» ١٩٦٤

ويأتي في قمة الصادرات :

الكاكاوية — جلود الحيوانات — بذر الخروع — صوف الاغنام — الفواكه الحمضية ولكن يظهر الجدول تقهقراً في الصادر من زيت الزيتون — خردة المعادن من الاسماك والاسفنج اللوز — والحلفا — واذا ما انتقلنا الى الميزان التجارى (ميزان المدفوعات) وهو ذو اهمية كبيرة في بيان الحالة الاقتصادية لكل دولة لوجدناه يظهر عجزا في التجارة المنظورة في كل السنوات السابقة لعام ٦٢ ولم تتعادل الصادرات مع الواردات الا خلال عام ١٩٦٣ وكان الفارق تسده نفقات شركات الزيت اثناء تنقيتها او بعد ابتداء التصدير في عام ١٩٦١ م.

ومنذ ذلك الحين اخذت الصادرات ترتفع ارتفاعا حادا سريعا حتى بلغ في عام ١٩٦٤ ضعف قيمة الواردات ومن الواضح ان موقف ليبيا يجعلها ضمن الدول القليلة المحظوظة التي لا تقاسى من صعوبات ميزان المدفوعات وهذا يتطلب البحث الدقيق لتحديد الحجم الامثل للتجارة الخارجية وللسياسة المالية والنقدية ويدعو الى تطوير سريع لاقتصاديات البلاد من خلال تشجيع كل قطاع اقتصادى على حدة .

أثر اكتشاف الزيت على السوق الليبية :

وبفضل اكتشاف الزيت واستغلاله خلقت بيئة أخرى وجاء جو آخر يتمثل في مظاهر متنوعة يأتي في رأس القائمة منها :—

أولا : ان ليبيا اليوم أصبحت قادرة على الاعتماد على نفسها فاستغنت عن المعونات الاقتصادية التي كانت تقدمها لها هيئة الامم وبعض الدول الاجنبية وأصبح زمام امرها في ايديها ووجدت لها فائضا يمكنها من السير قدما في مشروعات

التنمية الاقتصادية مما سيظهر أثره في خطة التنمية الثانية التي يجري تخطيطها في الوقت الحاضر .

ثانيا : أخذت الشقة تذوب بين قطاعي الاقتصاد التقليدي والحديث - ولم تعد البضائع الانتاجية أو الاستهلاكية قاصرة على استخدام الاجانب وحدهم - وامتد العمران ونمط الحياة الحديثة الى قطاعات المواطنين وأصبحت مشروعات التنمية وعلى الاخص في ميدان الخدمات توجه الى جميع انحاء البلاد ولا تتركز على العاصمتين طرابلس وبنغازي .

ثالثا : ارتفع الدخل القومي ارتفاعا كبيرا فقد نما من ٥٢ مليون جنيه في عام ١٩٥٨ أى بمعدل ٤٣ جنيه للفرد في العام الى ما يقرب من ١١٨ مليون جنيه في عام ١٩٦٤ وكان توزيع مصادر هذا الدخل في عام ١٩٥٨ على النحو التالي :-

١٣ مليون جنيه أى ٢٥٪ تأتي من الزراعة والمراعى والغابات والصيد البحرى
٢٥ مليون = ١٠٪ تأتي من الصناعة والتعدين و ٣٤ مليون ٦٠٪ من اعمال
تجارة الجملة والقطاعي البنوك والتأمين والبناء والتنقيب والنقل والمواصلات
وتأجير المساكن . اما الآن وقد بلغ الدخل القومي حسب احصاءات مصلحة
التعداد والاحصاءات بمقدار ١١٨ مليون جنيه ومن الاحصاءات التى ظهرت مثلا
ذلك المقدار الذى تساهم به الصناعة فقد بلغت القيمة المضافة ١٠٠٧٥٣٠٩ ر. جنيه
فلو حسبنا نسبتها لوجدناها ٨٥٪ من الدخل القومي على الرغم من مضاعفة
ارقامها .

كما ان الزراعة والرعى قد اصابهما انكماش عما كانتا عليه في عام ١٩٥٩ -
وهى تمر اليوم بفترة اجراء الموائمة بين اصلاح المزارع الكبيرة التى هجرها
اصحابها من الايطاليين وبين هجرة عمال الزراعة من الريف الى المدن .

وعلى فرض بقائها على ما كانت عليه أي ١٣ مليون جنيه فهي ايضا أصبحت بمعدل
١١٪ وبهذا يصبح مجموع مساهمة الصناعة والزراعة في الدخل القومي حوالي ٢٠٪
ومن ثم يصبح القطاع الثالث الخاص بالتسويق والنقل والخدمات والمواصلات
والتأجير يصل الى ٨٠٪ وعلى ذلك تستطيع ان تقدر الاهمية البالغة التى يلعبها

قطاع التجارة في اقتصاديات البلاد • وبالإضافة الى ذلك لو اننا اخذنا الإشارة غير المباشرة التي ترتبت على اكتشاف الزيت للمساهمة في المظاهر التالية :

- ١ — ارتفاع كبير طرأ على ايجار المساكن والفنادق والخدمات الأخرى •
- ٢ — ارتفاع كبير طرأ على الاجور والمرتبات للعمال الفنيين من المهرة واشباه المهرة •
- ٣ — قيام مشاريع تجارية وانشائية عديدة ليبية وأجنبية ومشاركة لتقديم الخدمات التي تتطلبها أعمال شركات الزيت كأمور النقل والتموين •
- ٤ — هجرة متزايدة من الحقل الى المدينة •
- ٥ — انتعاش عام طرأ على التجارة والخدمات •
- ٦ — نقص حاد في العمال المهرة واشباه المهرة •

غير ان هناك مشكلة صاحبت تفهقر الزراعة فان مشروعات التنمية الزراعية عادة لا تأتي ثمارها الا بعد مرور وقت طويل •

وظهرت مشكلة أخرى وهي ان الثروة لم تجد طريقها الى كثير من الجماهير او الى تكوين الطبقة المتوسطة من المجتمع ذات الفعالية الكبرى في شئون التسويق — فان نمو الدخل الليبي السريع خلال السنوات الخمس لم يعكس تماما مستوى المعيشة بين افراد الشعب — فلم تصل هذه الزيادة الى سواد المزارعين وصغار الرعاة الذين يشكلون أكثر من نصف السكان •

وعلى ضوء هذا التحليل السابق نستطيع ان نميز بعض سمات السوق الحاضرة • فأول ما يلفت النظر ان السوق الليبية لا تزال تعاني نقصا في السلع لا يساير اشتداد الطلب فهي حتى الآن سوق للبائعين يفرضون ارادتهم على المشتريين — ونحن نعلم جميعا ان كمية السلع التي تنزل السوق من صنف معين تختطفها الايدي — أو كثيرا ما ننتظر حتي تستورد السلع مرة أخرى من الخارج ونشعر بمحاولة واضحة من جانب اصحاب المتاجر لزيادة الارباح •

ويقترن ذلك بظاهرة أخرى هى ارتفاع اسعار المواد الغذائية من اللحوم والخضروات — والفواكه وانخفاض اسعار الملابس والادوات الكهربائية — وارتفاع شديد فى اسعار الكماليات من ادوات الزينة والروائح العطرية .

ومن ثم هناك ظاهرة اخرى لها اثر مباشر على السوق وهى ارتفاع الاجور والمرتبات — وهذا بدوره يرفع اسعار السلع المنتجة محليا وكذلك الخدمات وعلى الاخص اجور العمال عموما بسبب ارتفاع تكاليف المعيشة خاصة فى المدن اذ ارتفعت فى طرابلس الى ١٥٠٪ فى عام ١٩٦٥ عن الاساس فى عام ١٩٥٩ .

وهذا بدوره يخلق صعوبات امام الحكومة ودور الاعمال بارتفاع التكاليف فى المشروعات الجديدة وكل دائرة تحاول بدورها ان تجارى التطور العام برفع المرتبات بين موظفيها وعمالها .

بل اننا نحس الآن باعراض التضخم المالى ممثلة فى كميات العملات التى تدور فى الاسواق وفى انخفاض القدرة الشرائية للجنيه فى الداخل .

ثم ان عدوى ارتفاع الاسعار تنتقل بسهولة من قطاع الى قطاع — لدرجة أننا نظن ان كثيرا من افراد الطبقات العاملة على الرغم من ازدياد اجورها لا تزال تقاسى من متاعب الحياة .

وهناك ظاهرة انفصالية السوق فى ليبيا فالاسعار تختلف من شق الى شق من البلاد — والسلعة الواحدة لها اسعار مختلفة بين طرابلس وبنغازى حتى فى السلع التى يمكن نقلها من مدينة الى اخرى ولا تتعرض للتلف أو البوار من جراء النقل يتضح ذلك فى اسعار السيارات والراديوات والساعات والآلات الفوتوغرافية وغيرها فهى فى طرابلس عموما أرخص من اسعارها فى بنغازى .

هذا فضلا عن اختلاف نماذج السلع فكثيرا ما تشتهر بنغازى بانك تجد فيها بضائع انجليزية مثلا أو أن مستوى السلع فيها أعلى جودة من السلع فى طرابلس — كما تشتهر طرابلس بالسلع الايطالية والاذواق الايطالية وبالاسعار الارخص .

وهناك ظاهرة أخيرة وهي انعدام المشروعات الكبرى في تجارة التجزئة - فمثلا لا تكاد متاجر الاقسام تكون معروفة وهي التي تقوم بتوفير الشراء للمستهلكين لاشياء متعددة وبكميات كبيرة لا توجد فيها متاجر السلاسل والفروع وان وجدت فهي على شكل مبسط جدا وهي التي تعمل على خلق اذواق موحدة بين اجزاء متباعدة في البلاد كذلك لا نرى للجمعيات التعاونية الاستهلاكية دورا مهما - والضرورة ملحة لان تقوم الجمعيات التعاونية لتساعد اعضاءها وغيرهم في مقاومة ارتفاع الاسعار وندرة السلع •

ولكن الشيء الموجود فعلا من المشروعات الكبرى هي اسواق السوبر ماركت وهي التي نسميها بالعربية متاجر خدمة النفس - وهي التي يقوم فيها العميل بخدمة نفسه دون معاونة البائع وهذه قد انتشرت في كثير من انحاء العالم والاساس في قيامها انها تعتمد على اساليب خاصة للاغراء والترغيب من اهمها غزارة البضائع وتنوع التشكيلات وتجنب ضياع الوقت - والمفروض انها تبيع باسعار منافسة لمحال التجزئة الاخرى •

غير اننا نلاحظ انها في المجتمع الليبي لا تزال لا تؤدي دورها المفروض فيها فهي تقتصر معاملاتها في الاغلب على عملائها من الاجانب - واسعارها في الغالب أكثر ارتفاعا من تجار التجزئة الوطنيين - ولعل اسبابا خاصة حالت دون ذلك منها عادات الشراء عندنا نحن الشرقيين من ناحية استنكاف الافراد من الدخول للمحل وجر عربة واختيار سلع وليس كل الناس يمتلكون سيارات لنقل مشترياتهم هذا بالاضافة الى انتشار الامية واستخدام الخدم في شراء الحاجيات - وانها تتاجر فعلا في كثير من السلع التي تتسوقها من المحال القريبة (او ما تسميها سلع الاستقراب) •

هذا وحجم السوق محدود في مدنا ومخازن السوبر ماركت تتطلب تكاليف رأسمالية عالية هذا مع غرس عادات الشراء منها •

والسوبر ماركت لا يبنى علاقات وثيقة مع العملاء فهو لا يعطى على الحساب ولا يقوم بخدمات اضافية • كالتوصيل الى المنازل كما انها لا تستطيع ان تقوم بدور الترحيب بالعميل او العناية بتقديم الخدمة له •

ويلي ذلك ظاهرة واضحة أخرى وهى أن كثيراً من تجار التجزئة فى المدن الليبية يتصلون مباشرة بالموردين الاجانب فى بلاد كإيطاليا أو المانيا أو بريطانيا أو اليابان محاولين تفادى التعامل مع تاجر جملة ولهذا نلاحظ ان هناك ضغطا على تاجر الجملة فلا تزدهر تجارته • فهو لا يقوم بدوره فى ليبيا أى بوظائف التسويق من حيث التمويل أو التخزين أو النقل او تحمل مخاطر التسويق المختلفة أو بحوث الاسواق •

وهى واجبات تساعد عمليات التسويق وتصبح هديا للاستشارة بها فى اجابة طلبات المستهلكين •

الاتجاهات المنتظرة :

اذا كانت هذه هى سمات السوق الليبية فى الحاضر فما هى اتجاهاتها فى المستقبل؟ ان ليبيا مقبلة على عهد تختلف فيه عما مضى فهناك اتجاهات تشير الى تغييرات اساسية منها ما هو طويل الاجل ومنها ما هو قصير المدى •

وعلى رجال التسويق والاقتصاد ان يرقبوا هذه الاتجاهات الاساسية فعليها تبنى السياسات الاقتصادية ومن ثم تصبح هى المفتاح لاتخاذ القرارات •

هذه التغييرات الاساسية تحدث فى جوهر المجتمع الليبى وجوهر اقتصاده وستؤثر حتما فى اسواقه — وهى كثيرة العدد ويختلف أثرها من سلعة الى سلعة وسنقتصر فى الحديث على التغييرات الآتية :

أولا : نمو السكان :

بلغت زيادة مجموع السكان فى ليبيا نحواً من ٤٧٠ر٥١٠ نسمة فى بحر عشر سنوات من ١٩٥٤ الى ١٩٦٤ اذ نما عدد السكان من ١٠٨٨ر٨٨٩ الى ١ر٥٥٩ر٣٩٩ نسمة ولنسبة الزيادة هذه تصل الى ٤٣ر٢٪/ ومعنى هذا أن السكان يتضاعفون كل ٢٠ سنة أو ٢٥ سنة وان المعدل السنوي لها هو ٣ر٦٪/ وانها تختلف من جزء الى جزء من البلاد فنسبة الزيادة فى مقاطعات برقة هى ٥٥ر١٪/ ونسبة الزيادة فى مقاطعات طرابلس ٣٩ر٤٪/ ونسبة الزيادة فى مقاطعات فزان ٣٢ر٧٪/ وليس

ازدياد عدد السكان في حد ذاته عاملاً مؤثراً وانما المهم في نظر رجال التسويق هو عدد الاسر او الوحدات المنزلية •

فقد زاد عدد الاسر بمقدار ٩٢ر١٢٢ أسرة اذ نما من ٢٤٠ر٥٤٩ أسرة في عام ١٩٦١ الى ٣٣٢ر٦٧١ أسرة في عام ١٩٦٤ •

أي زيادة نسبتها ٣٨ر٣٪ وهي اقل من نسبة زيادة عدد السكان التي هي ٤٣ر٢٪ ومعنى ذلك ان عدد افراد الاسرة الواحدة قد زاد من متوسط ٥ر٤ للأسرة الى ٧ر٤ شخص •

وهناك ظاهرة ازدياد الذكور عن الاناث في ليبيا اذ زاد عدد الذكور مقدار ٢٤٥,٧١٢ اذ كان عددهم في ١٩٥٤ ٥٦٤,٤٥٠ شخص وأصبح عددهم في عام ١٩٦٤ ٨١٠,١٦٢ شخص بينما زاد عدد الاناث ٢٢٤,٧٩٨ والفرق في الزيادة وحدها ٢٠,٠٠٠ تقريبا وهي في الاصل ٤٠,٠١١ فيصبح الفارق حوالي ٦٠,٠٠٠ زيادة في الذكور عن الاناث وهكذا يصبح المعدل من الذكور ١٠٨/١٠٠ وربما كان هذا هو السر في استمرار غلاء المهور وارتفاع تكاليف الزواج ومن المعروف ان الامم التي تنمو في عدد سكانها تصبح نسبة الشباب من هم دون سن العشرين نحو نصف سكان البلاد • ومن ثم يزداد الطلب على الضروريات :

مطالب السكن للآلاف من الاسر الجديدة — مطالب الاطفال من تغذية وملبس ومدارس ومستشفيات — مطالب الشباب — من ملابس رياضية ومواصلات — ومعاهد وكليات — مطالب النساء — من أدوات منزلية وأدوات زينة وملابس — ويصاحب ذلك ازدياد الضغط على الخدمات الصحية والتعليمية والمواصلات •

ثانياً : حركات الهجرة :

وهناك ظاهرة الهجرة من الريف الى المدن •

ان عدد القرويين الذين ينزحون الى المدن أخذ في الازدياد يوماً بعد يوم — منهم من يهاجر مع عائلته ومنهم من يهاجر وحده ويعمل هؤلاء في المدينة ويحصلون على مزيد من المال فيشترون مزيداً من السلع •

الا ان هذا الانتقال لم يقترن دائما بتحسين في مستوى معيشتهم عما كانوا عليه في قراهم وكثيرا ما يسكنون في البيوت المتواضعة المحيطة بمدينة طرابلس وبنغازي وهم ينزحون الى المدن بحثا عن العمل مع الشركات أو في الحكومة •

وتبدو ظاهرة نمو المدن في بنغازي وطرابلس بشكل واضح فالزيادة في طرابلس في عشر سنوات تصل ٨٢ر٨٤٩ نسمة بمعدل ٦٣ر٥٪ وفي بنغازي في عشر سنوات تصل ٦٦ر٩٢٣ نسمة بمعدل ٩٥٪ ومع نمو المدن نلاحظ الاقبال على المباني والانشاءات وازدياد الحدائق والملاعب •

وتتضح رغبة سكان المدن في اقتناء السلع المعمرة كالثلاجات والفيالات واثاث المنازل وغيرها من الآلات المنزلية والاقبال على المطاعم والمقاهى ودور السينما وملابس الرياضة •

ثالثا تغييرات العمل :

ونلاحظ تغييرات في العمل — الاطفال والصبيان يمكثون وقتا أطول في الدراسة فبعد ان كانوا ينصرفون الى الزراعة والحرف اصبحوا يتجهون الى المدارس •

فهناك نقص في الايدي العاملة بالنسبة لنمو السكان ولكن التعويض قد يمكن في اقبال المرأة على ميدان العمل •

هذا وان مركز المرأة في المجتمع له تأثير هام على التنمية الاقتصادية فلو سمح للمرأة بالعمل خارج بيتها لزداد عدد الايدي العاملة وتضاعفت فرص التخصص مما يؤدي الى زيادة كمية الانتاج ورفع مستوى المعيشة •

وان ما تحصل عليه المرأة من مال من شأنه ان يقوى الطلب على توسيع السوق بالنسبة للبضائع الاستهلاكية • وتوجد في الوقت الحالى صعوبة في ملء الوظائف التى تصلح للنساء كالممرضات والمدرسات والسكرتيرات والمضيفات فمكانة المرأة يتناولها تعديل كبير من النواحي الاقتصادية والاجتماعية التعليمية •

ومن ثم يجري تعديل على عادات الشراء وعلى رجال التسويق ان يعرفوا لها احتياجاتها من اغذية معلبة وادوات منزلية — وملابس وأدوات زينة •

رابعاً تغير نمط الاستهلاك :

ولا بد ان تتعرض للعلاقة بين الدخل والاستهلاك والادخار وقد اجمع الاقتصاديون على ان أى تغير في الدخل القومى للدولة ينتج عنه تغير في نفس الاتجاه في مستوى الاستهلاك العام •

وانه في زيادة دخل الاشخاص يتبعه انتقالهم من مستوى اجتماعى الى مستوى آخر كانتقال الفرد مثلاً من الطبقة الدنيا الى الطبقة المتوسط — بل ان العادة جرت على تقسيم الطبقة المتوسطة ذاتها الى شرائح منها المتوسطة العليا ومتوسطة المتوسطة والمتوسطة الدنيا وان رغبات الفرد لا تتحدد بحاجاته المادية فحسب بل تتأثر بظروف البيئة الاجتماعية ومن ثم يختلف نمط استهلاكه ويضطر الى مسابقة هذا الانتقال لان الفئات التى يزيد دخلها سوف تقلد وتحاكي الفئات التى انتقلت للمعيشة بينها وهكذا اجمع الاقتصاديون على انه :

(١) كلما زاد الدخل يزيد الانفاق على الغذاء ولكن بنسبة أقل من زيادة الدخل •

(٢) كلما زاد الدخل يزيد الانفاق على المسكن والوقود والاضاءة بنسبة قد تزيد عن نسبة زيادة الدخل •

(٣) كلما زاد الدخل يزيد الانفاق على الملابس ولكن بنسبة تزيد على نسبة زيادة الدخل •

(٤) كلما زاد الدخل يزيد الانفاق على الترفيه والتسليه والتعليم بنسبة تزيد عن نسبة زيادة الدخل أى ان الانفاق على كل هذه الاوجه سيزداد بازدياد الدخل وهكذا نرى في السنوات التى يرتفع فيها الدخل القومى تتسع اسواق الملابس والمباني والسيارات والسلع المعمرة أكثر من اسواق الاطعمة •

وان هناك ارتباطاً نوعياً بين زيادة الدخل القومى ومجموع المبيعات بالتجزئة •

ويعنى ذلك ان ازدهار ورواج السلع الاستهلاكية مرتبط بازدهار البلاد • وتنمو في المدن الليبية طبقة متوسطة جديدة قوامها موظفوا الحكومة والشركات والتجار واصحاب المهن الفنية من مدرسين ومهندسين واطباء ومحامين ومحاسبين —

وطلبة • والطبقة المتوسطة عادة هي قوام الاسواق نظرا لاتساع عددها ولاارتفاع مستواها الثقافى فهى تتفاعل مع السوق اكثر من الطبقة العالية نظرا لقلة اعداد هذه الاخيرة واكثر من الطبقة الدنيا نظرا لعدم توافر الدخل المتاح للصرف لها •

خامسا تطور فى نظام التوزيع :

تتمثل تطورات نظام التوزيع فى انشاء الطرق وتعبيد القائم منها وتحسين خدمات البريد والبرق والتليفون — ويبدوا أثر الاعتماد على السيارة فى النقل البرى فى ان ترتبط البلاد بشبكة سريعة من المواصلات وتجارى العالم فى التقدم فى هذه الناحية ومن هذا يمكن التغلب على صعوبتين كبيرتين : الاولى ان مساحة البلاد شاسعة مترامية والثانية : ان عدد السكان على خفته متناثرون فى بقاع متفرقة — وهذا التطور ينتظر منه ان يقضى على ظاهرة انفصالية السوق •

هذا ولا يزال التسويق الزراعى يحتاج الى الكثير من التنظيم وعلى الاخص محاصيل التصدير كأمثال زيت الزيتون واللوز والتبغ والحلفا والقمح والاسعار التى تعرض من قبل الشركات المصدرة تفرض فرضا وصغار المنتجين لا يملكون وسائل التخزين أو النقل والتحويل او المعلومات اللازمة للتسويق الناجح •

وتنتقل صعوبات التوزيع الى الصناعات المحلية فهى يمكنها بشئ من تنظيم التسويق ان تسد الكثير من الطلبات المحلية كشركات الزيت الاجنبية • واخيرا ارى مع انتشار التعليم والسفر الى الخارج وفى الداخل مع ما يقترن بهذا من دخول اذواق جديدة وظهور حاجات جديدة •

لهذا ننتظر ان يكون للاعلان دوره فى غرس العادات الجديدة واقتناء السلع الجديدة وايجاد التفضيلات حيث ان جزءا كبيرا من عملية البيع يتم مسبقا بفضل الاعلان •

فالوعى الاعلانى كله لا زال فى حاجة الى تنمية من جانب المنتج والمستهلك بل ومن جانب الوسائل الاعلانية أيضا كالمصقات والسينما والصحافة — وغيرها من الوسائل مع أمل تساهل البلديات فى ايجاد المساحات التى تسمح فيها بوجود

الاعلان خاصة وان الاعلان بالوانه ورسومه واضوائه يضمنى على المدن وشوارعها وميادينها جمالا فوق طبقتها •

وهكذا نستطيع ان نمد البصر الى ما وراء آفاق الحاضر •

غير انه اذا كانت الخمس سنوات الماضية قد شاهدت مضاعفة الدخل نحوا من ثمان مرات • ومع فرض ان انتاج البترول سيصل في ١٩٧٠ مثلا الى ٢ مليون برميل في اليوم فمعنى ذلك ان دخل البترول هو الذي سينمو بمعدل ١٥٠ مليون جنيه أخرى أي أن الدخل القومي قد يصل الى حوالي ٣٠٠ مليون جنيه ويصبح الخط البياني للنمو أقل سرعة مما كان قبلا ويقرب من قمة الانحناء •

ولكن برامج التنمية ستسير في خطواتها نحو تدعيم الانتاج والخدمات واذن فالفرص موجودة في مجال الزراعة مثلا والغابات والصيد البحري والسياحة الى قبول المشروعات الحديثة ومن ثم نستطيع ان نرى أيضا ان سيل الهجرة من الحقل الى المدينة سيقبل معدله — وان السكان غير المستقرين سيتجهون الى الاستقرار في الاراضى التى تجد المياه والتربة والعناية •

ونرى ان المواطنين بما وهبوا من موهبة التجارة الطبيعة وما سوف يزدون به خبرتهم من علم حديث سيجدون انفسهم قادرين على المساهمة في مشروعات بلادهم بما لديهم من استثمارات تنمو مع النمو •

هذا وسيظل الطلب على البناء والانشاء كبيرا • وستظل الجهود الموجهة لرفع المستوى الاجتماعى مبذولة دون وجل أو خوف • ويزداد الطلب على السلع المعمرة والسلع الاستهلاكية وسيعمل الميزان التجارى الذى هو فى صالح البلاد على تدعيم النقد الليبى وفتح ابواب الاستيراد من مختلف البلدان مما سيوفر المزيد من السلع وايجاد فرص للاختيار والتفضيل •

غير ان المشكلة الرئيسية التى يخشى خطرها هى ظاهرة ارتفاع الاسعار • وتصبح المشكلة كيف تسير دفعة السفينة بين عاملين عامل الاستقرار وعامل النمو • فانا نطلب الى رجال الاقتصاد العمل على خلق اقتصاد نامى مع الوصول الى هدف

الاسعار المستقرة بايجاد التعادل بين زيادة الطلب وزيادة الاستثمار لكل من
الاغراض الخاصة والعامة أى بين الافراد والهيئات الحكومية . وان المشكلة الآن
فى البلاد النامية ليست فى طلب قليل ولكن فى عرض قليل غير كاف — فعلىنا بتوفير
السلع الضرورية وان نشجع على الاستثمار بتكوين رؤوس الاموال ثم زيادة الانتاج
بمشروعات مدروسة يتأكد نجاحها .

انها مشاكل النمو السريع ، هذا وان عملية النمو دون التعرض للتضخم
تحتاج الى تفكير وتخطيط ومرونة .

غير ان الاستثمار الاعظم فى واقع الامر هو فى تكوين جيل جديد منعم واع
كما تدل عليه احصاءات التعليم ولا شك ان سيتناول امور بلده فى يديه فيعمل
على تطوير قطاعاتها فى الزراعة والصناعة والتجارة والصحة والمهن الفنية العالية .

لهذا انظر الى المستقبل بعين ملؤها التفاؤل بالخير يعم ارجاء البلاد فليس
ادعى الى النجاح من النجاح .