

دور القطاعين العام والخاص وتدخل الدولة في نشاط توزيع

السلع في السوق المحلي الليبي

د. الطاهر علي دابه

الملخص:

لقد مر نشاط توزيع السلع في السوق المحلي الليبي بخمسة فترات زمنية متباينة من عام 1970 حتى نهاية 2006، وشهد فيها هذا النشاط تغيرات وتطورات كبيرة. تلك الفترات الزمنية تميزت عن بعضها البعض على حسب دور القطاعين العام والخاص وطبيعة ودرجة تدخل الدولة في نشاط توزيع السلع. بدءا بالسماح للقطاع الخاص بلعب الدور الأساسي في نشاط توزيع السلع في الفترة 1970 - 1977 مع دور قليل للقطاع العام وتدخل محدود للدولة.

تغير هذا الوضع مع تطبيق ليبيا للسياسات الاقتصادية ذات النهج الاشتراكي، حيث سيطر القطاع العام على نشاط التسويق والتوزيع والتجارة الداخلية بالكامل وبواسطة شركات ومنشآت وهيئات مملوكة ملكية عامة ومدعومة بتدخل الدولة الكبير في جانبي العرض والطلب على جميع المستويات السوقية، مع إلغاء أية دور للقطاع الخاص وذلك في الفترتين 1978 - 1980 و 1981 - 1987.

أما في الفترة 1988 - 2000 أعطيت الفرصة للقطاع الخاص بالسماح الموزعين الأفراد بالانخراط في نشاط توزيع السلع بشكل محدود وزاد دوره تدريجيا مع التقليل التدريجي لدور القطاع العام في هذا النشاط بتطبيق الخوصصة في الاقتصاد الليبي، واستمرار تدخل الدولة في التجارة الداخلية ولكن بدرجة أقل من السابق. في الفترة 2001 - 2006 التي عاد فيها الاقتصاد الليبي تدريجيا الى نظام اقتصاد السوق، فقد أجريت تغيرات جذرية في نشاط توزيع السلع والخدمات بالسماح للقطاع الخاص بلعب الدور الرئيس في التجارة الداخلية على جميع المستويات وتبني مفهوم التجارة الحرة في شكل نشاط فردي، اسري، تشاركي، أو شركات مساهمة. سمح للوكلاء التجار والسماسرة

بممارسة أنشطتهم في توزيع السلع وأنشأت العديد من غرف التجارة والصناعة، وبذلك أعطيت أهمية أكبر للتجارة الخاصة بواسطة القطاع الخاص كمدخل لنشاط التوزيع في السوق المحلي الليبي. دور القطاع العام تقلص بشكل كبير ولكنه استمر في إنتاج أو توزيع بعض السلع، وتم تقليص تدخل الدولة في التجارة الداخلية إلى حد كبير وتركز دورها في صنع وإصدار وتطبيق ومتابعة السياسات والقوانين والتشريعات التي تنظم قطاع التجارة بشكل عام ونشاط تسويق وتوزيع السلع بشكل خاص.

الكلمات الدالة: سوق، تسويق، توزيع، سلع، تجارة، قطاع عام، قطاع خاص، تدخل دولة، تسعير، أسعار، خصوصه، اقتصاد السوق.

المقدمة

يختلف نشاط توزيع السلع والخدمات من دولة إلى أخرى حسب درجة التقدم الإقتصادي والإجتماعي لكل دولة وطبيعة النظام الإقتصادي بها سواء كان اشتراكي، رأسمالي، اقتصاد مختلط، أو اقتصاد مخطط مركزيا. تتباين أنشطة توزيع السلع والخدمات بتلك الدول من حيث الدور الذي يلعبه القطاع العام والقطاع الخاص وطبيعة تدخل الدولة في هذه الأنشطة لتحقيق أهداف سياسات معينه. هناك دول تعطي أهمية أكبر للقطاع الخاص لضمان أداء جيد لنشاط التوزيع وحصر دور الدولة في التنظيم والإشراف عليه، ودول أخرى تعطي القطاع العام الدور الرئيس للقيام بهذا النشاط مع تدخل الدولة والتحكم في هذا النشاط، بينما دول أخرى تتبع مدخل أن القطاعين العام والخاص يقومان بهذا النشاط جنب إلى جنب حسب طبيعة وأهمية السلعة أو الخدمة. الجدير بالذكر بأنه منذ بداية عقد التسعينيات من القرن الماضي هناك إتجاه متصاعد في العديد من الدول نحو تبني جملة من الإصلاحات الإقتصادية بما في ذلك تحرير التجارة الداخلية لإعطاء الدور الرئيسي للقطاع الخاص فيها وحصر دور الدولة في التنظيم والإشراف والمراقبة فقط .

يتم في الإقتصاد الليبي إنتاج وإستيراد مدى واسع من السلع والخدمات المتنوعة والمختلفة وتسوق وتوزع في السوق المحلي الليبي على جميع المستعملين والمستهلكين في جميع مناطق البلاد، ونشاط توزيع السلع والخدمات من الأنشطة الاقتصادية الهامة، فهذا النشاط هو جزء من النظام التسويقي.

تعد ليبيا من بين الدول التي شهد فيها نشاط توزيع السلع والخدمات تطورات وتغيرات جذرية في دور كل من القطاعين الخاص والعام وتدخل الدولة فيه منذ بداية السبعينيات من القرن الماضي حتى نهاية ألسنه السادسة من القرن الواحد والعشرين، بسبب العديد

من العوامل والمتغيرات الإقتصادية والسياسية، والتي أهمها تغير النظام السياسي، تبني ليبيا لسياسات إقتصادية جديدة ذات النهج الاشتراكي، الظروف الغير مواتية التي تعرضت لها ليبيا في علاقاتها الخارجية لعدد من السنوات وآثارها على الإقتصاد الليبي، وأخيرا مرحلة الانفتاح والإصلاحات الإقتصادية وإعادة الهيكلة التي يشهدها الإقتصاد الليبي. إن التعرف على طبيعة دور القطاعين العام والخاص وتدخل الدولة في نشاط توزيع السلع والخدمات في السوق المحلي الليبي في السنوات السابقة يساعد في فهم جيد من قبل الأطراف المعنية بهذا النشاط وهم المنتجون، المستوردون، المصدرون، الموزعون، المستهلكون، المشرعون، التنفيذيون، السياسيون، والمجتمع ككل للتغيرات التي طرأت على هذا النشاط، ولماذا؟، ويساعد في التخطيط للتغيرات أو التعديلات المطلوب إجرائها في هذا النشاط كإستجابة للظروف والمعطيات الإقتصادية المحلية والإقليمية والدولية المتسارعة.

تهدف هذه الدراسة إلى بحث التطورات والتغيرات التي حصلت في نشاط توزيع السلع في السوق المحلي الليبي بالتركيز على دور كل من القطاعين العام والخاص، طبيعة تدخل الدولة في هذا النشاط، ومسائل أخرى متعلقة بالتجارة الداخلية (المحلية) والتسويق في ليبيا خلال السنوات السابقة.

المواد وطرق البحث

لقد سبق وأن درست التطورات التاريخية لنشاط توزيع السلع بالإشارة إلى التجارة الداخلية كجزء من دراسة شاملة للسوق الليبي ككل للفترة الزمنية 1984-70، وذلك بشكل عام دون بيان واضح لدور كل من القطاع العام والقطاع الخاص وتدخل الدولة في نشاط التوزيع (مجلس الوحدة الاقتصادية 1984) سيتم في هذه الورقة البحثية فحص ومناقشة دور القطاعين العام والخاص وطبيعة تدخل الدولة في ذلك نشاط توزيع السلع والخدمات في السوق المحلي الليبي خلال الفترة 1970 - 2006 .

لغرض تحقيق أهداف الدراسة تم تمييز خمسة فترات زمنية تمتد كل واحدة منها لعدد من السنوات وهي: الفترات 1977-1980، 70-1978، 1981-1987، 1988-2000 والفترة 2001-2006. المعلومات والبيانات المستعملة في هذه الورقة البحثية جمعت من عدة مصادر تشمل تقارير، نشرات، ودراسات منشورة وغير منشورة متوفرة لدى بعض المؤسسات الرسمية ذات العلاقة.لقد تم عرض ومناقشة المسائل التي تناولتها الدراسة للوصول إلى الإستنتاجات المطلوبة، وذلك بدءا بأهمية نشاط توزيع السلع، ثم دور القطاع العام والقطاع وتدخل الدولة في نشاط توزيع السلع في السوق المحلي الليبي حسب الفترات الزمنية المحددة، وانتهاء بالملخص والاستنتاج.

التحليل والمناقشة:

1. أهمية نشاط توزيع السلع في الاقتصاد الليبي: يمكن التعرف على أهمية نشاط توزيع السلع كأحد أركان التجارة الداخلية في ليبيا من خلال بعض المؤشرات الكلية وهي: مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي، التشغيل، التكوين الرأسمالي، ومعدلات نموه، وذلك بالرجوع إلى بيانات نشاط التوزيع التي تظهر ضمن بيانات تجارة الجملة والتجزئة والمطاعم والفنادق في الحسابات الوطنية. فمن الجدول (1)، يتبين أنه في سنة 1970 بلغت مساهمة الناتج المحلي لنشاط التوزيع حوالي 3.65 % من الناتج المحلي الإجمالي، وزادت مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي إلى 6.11 % عام 1975 ووصلت هذه المساهمة إلى 11.87 % في عام 1995، ولكن مساهمته كانت أقل في عامي 2000 و2005 والتي كانت 9.65 % و3.48 % على التوالي، وبشكل عام تغيرت مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي من سنة إلى أخرى سواء بالزيادة أو النقصان.

جدول 1. الناتج المحلي الإجمالي لتجارة الجملة والتجزئة والمطاعم والفنادق والناتج المحلي الإجمالي السنوات المختارة

الناتج المحلي الإجمالي	الناتج المحلي الإجمالي	الناتج المحلي الإجمالي	الناتج المحلي الإجمالي	الناتج المحلي الإجمالي
القيمة (مليون دينار)	النسبة من الناتج المحلي الإجمالي (%)	معدل النمو (%)	القيمة (مليون دينار)	السنة
1288.3	3.65	3.09-	47.02	1970
3674.2	6.11	21.9	224.6	1975
10553.8	4.90	34.9	516.9	1980
7852.1	7.29	32.6	572.2	1985
9284.5	9.97	1.3	925.7	1990
10672.3	11.87	10.3	1267.1	1995
17620.2	9.65	0.4	1700.3	2000
56025.5	3.48	17.0	1947.5	2005

المصدر: - مجلس التخطيط العام. المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية 2000 - 1962، ديسمبر 2001

- الهيئة العامة للمعلومات. الكتاب الإحصائي، للسنوات 2003، 2004، 2005، 2006

ويلاحظ أنه من الرغم من تزايد قيمة الناتج المحلي لنشاط التوزيع حتى سنة 2005، إلا أن مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي تراجعت منذ عام 1995 ووصلت إلى 3.48 ٪ فقط، وهذا التراجع كان لصالح القطاعات الاقتصادية الأخرى وخاصة قطاع النفط والغاز. وتشير بيانات التشغيل (ليبيون وغير ليبيون) حسب الأنشطة الاقتصادية في الجدول (2) إلى تزايد عدد العاملين في نشاط توزيع السلع حتى وصل إلى 123.9 ألف مشغل عام 2005، وبذلك فإن نشاط التوزيع يساهم في مستويات التشغيل في الاقتصاد الليبي ككل بنسب معتبرة وأن كانت متغيرة من سنة إلى أخرى، حيث شكلت العمالة في نشاط التوزيع حوالي 7 ٪ من إجمالي العمالة في عام 1970، ثم ارتفعت إلى 7.16 ٪ عام 1975 ولكنها انخفضت إلى أقل من هذا المستوى في السنوات 1980، 1990، 1985، 1995 و 2000، وكانت حوالي 5.28 ٪، 5.14 ٪، 5.27 ٪، 6.89 ٪ و 4.81 ٪ على التوالي، بينما تضاعفت مساهمة قطاع التوزيع في التشغيل في الاقتصاد الوطني في عام 2005 لتصل

جدول 2. عدد المشتغلين في نشاط تجارة الجملة والتجزئة والمطاعم والفنادق وإجمالي المشتغلين في كل الأنشطة الاقتصادية في ليبيا لسنوات مختارة

ألسنه	إجمالي المشتغلين في كل الأنشطة الاقتصادية العدد (ألف مشغل)	المشتغلين في نشاط تجارة الجملة والتجزئة والمطاعم والفنادق	
		العدد (ألف مشغل)	النسبة (٪)
1970	433.5	30.3	6.99
1975	677.4	48.5	7.16
1980	812.8	42.9	5.28
1985	894.2	46.0	5.14
1990	1018.6	53.7	5.27
1995	1025.0	70.6	6.89
2000	1445.0	69.5	4.81
2005	1015.6	123.9	12.20

المصدر :- مجلس التخطيط العام . المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية 2000 - 1962، ديسمبر 2001

- الهيئة العامة للمعلومات. الكتاب الإحصائي، للسنوات 2003، 2004، 2005، 2006

إلى 12.20 ٪ من إجمالي عدد المشتغلين الذي بلغ 1015.5 ألف مشتغل. وهذا مؤشر على أن نشاط التوزيع يوفر دائماً فرص عمل ويساهم في زيادة مستويات التوظيف (الحد من البطالة) في الإقتصاد .

لقد ساعد حجم الاستثمارات المنفذة في الخدمات المرتبطة إرتباطا وثيقا بنشاط التوزيع وخاصة النقل والتخزين والمواصلات في إحداث نمو في الناتج المحلي لنشاط التوزيع في معظم سنوات الفترة الزمنية 1970 - 2005 ، فمن الجدول (1) يتبين أن نشاط التوزيع بعد انكماشه بمعدل 3.09 ٪ في عام 1970، فإنه حقق معدلات نمو مرتفعة في الأعوام 1975، 1980 و 1985 وكانت 21.9 ٪ و 34.9 ٪ و 32.6 ٪ على التوالي. وهنا يمكن القول بأن معدلات النمو الناتج المحلي الإجمالي المحققة في هذه الأعوام كان مصدرها معدلات النمو المرتفعة المحققة في نشاط التوزيع. هذا وقد فاقت معدلات نمو الناتج المحلي لنشاط التوزيع معدلات نمو الناتج المحلي الإجمالي في معظم سنوات فترة الدراسة. من النتائج المترتبة على هذا النمو في نشاط التوزيع هو خلق طلب كبير ومتزايد على السلع والخدمات في السوق المحلي الليبي معززا بالزيادة المطردة في عدد السكان، زيادة الدخل، زيادة مستوى التعليم، زيادة عدد الأفراد من الفئات الأصغر سنا، دخول المرأة مجال العمل، تنوع السلع والخدمات التي يقدمها السوق، تغير في العادات الإستهلاكية للأسرة الليبية، وعوامل أخرى، ولا يستطيع الإنتاج المحلي من السلع والخدمات مجاراة هذا الطلب المتزايد، وهذا بدوره أدى إلى التوسع في الإستيراد لتلبية هذا الطلب، كما أدى ذلك إلى تضخم في الإقتصاد .

بالنسبة لمؤشر التكوين الرأسمالي لنشاط التوزيع، فمن الجدول (3)، يتبين أن مساهمة نشاط التوزيع في التكوين الرأسمالي الإجمالي كانت ضعيفة ولم تتجاوز 2 ٪ وهي أقل من 1 ٪ في كثير من السنوات،

جدول 3. التكوين الرأسمالي لتجارة الجملة والتجزئة والمطاعم ونسبته من التكوين الرأسمالي الإجمالي لسنوات مختارة:

السنة	التكوين الرأسمالي الإجمالي القيمة (مليون دينار)	التكوين الرأسمالي لتجارة الجملة والتجزئة والمطاعم والفنادق	
		القيمة (مليون دينار)	النسبة (%)
1970	242.7	3.0	1.23
1975	1054.7	5.9	0.56
1980	2756.8	85.2	0.10
1985	1558.1	24.2	1.55
1990	1135.1	6.0	0.53
1995	1244.6	15.5	1.20
2000	2281.2	12.0	0.53
2005	غ . م	غ . م	

المصدر: - مجلس التخطيط العام . المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية 2000 - 1962، ديسمبر 2001.

- الهيئة العامة للمعلومات. الكتاب الإحصائي، للسنوات 2003، 2004، 2005، 2006

ويرجع ذلك إلى تراجع الإستثمارات المنفذة في هذا القطاع بسبب تراجع دور القطاع العام والانخراط البطيء للقطاع الخاص في هذا النشاط، ربما بسبب عدم توفر التمويل الذي يحتاجه أو بسبب عدم رغبة الأفراد في تحمل المخاطر الطبيعية والسوقية المصاحبة لهذا النشاط.

2. دور القطاع العام والقطاع الخاص وتدخل الدولة في نشاط توزيع السلع:

عند البحث في التطورات والتغيرات التي حدثت في نشاط توزيع السلع والخدمات في السوق المحلي الليبي في الفترة الممتدة من عام 1970 الى 2006، أمكن تمييز وتحديد خمسة فترات زمنية مختلفة ومتباينة مر بها وشهد فيها نشاط توزيع السلع تغيرات عديدة وهي: الفترات 70 - 1977 ، 78 - 1980 ، 81 - 1987 ، 88 - 2000 و 2001 - 2006. تمييز وتحديد تلك الفترات أعتمد أساسا على مدى مساهمة ومشاركة القطاع الخاص والقطاع العام والدور الذي يلعبانه في نشاط توزيع السلع، وأعتمد كذلك على دور الدولة وتدخلها في هذا النشاط، و ذلك بالإستعانة بالتقارير والنشرات و بالقرارات

والقوانين الصادرة عن المؤسسات الرسمية ذات العلاقة. دور القطاعين العام و الخاص وتدخل الدولة في نشاط توزيع السلع في كل فترة من تلك الفترات، سيتم بيانه في الأجزاء الموالية من هذه الورقة البحثية على النحو التالي:

1.2. الفترة 1970 - 1977 في هذه الفترة كان القطاع الخاص يسيطر على أنشطة توزيع السلع على مستوى الجملة والتجزئة وفقا للتشريعات التي وضعت من قبل مؤسسات الدولة المعنية بقطاع التجارة وغيرها لخلق بيئة تجارية وفقالأهداف النظام السياسي ما بعد سبتمبر 1969، فوقق للقانون رقم 65 لسنة 1970 وتعديلاته وضعت الأحكام الخاصة بالتجارة والتجار والتي إشتطت أن التاجر الذي يشتري ويبيع السلع يكون ليبيا، وأن إنشاء الشركات كان مقتصرأ على المواطنين الليبيين فقط، وحدد القانون نشاطات قطاع التجارة التي يسمح للشركات الأجنبية بممارستها في ليبيا، وتلك الأنشطة التي تمارس بواسطة الشركات الوطنية التي يملكها بالكامل المواطنون الليبيون.

في بداية هذه الفترة كان من أهداف السياسات الإقتصادية هو حماية مستهلكي ومستعملي السلع من الاستغلال؛ الذي أعتقد أنه يمكن أن ينتج أثناء العملية التسويقية بسبب ممارسات التجار المحليين الخواص، ومن التضخم الناتج من ارتباط السوق المحلي الليبي بالأسواق العالمية المصدر الأساسي لبعض السلع الغذائية الضرورية، ولضمان حصول الأفراد على إحتياجاتهم منها بالكميات والأسعار المناسبة خاصة وأن الغالبية العظمى من المواطنين الليبيين كانوا من ذوي الدخل المنخفض، ومن جهة أخرى، لدعم وتشجيع الصناعات المحلية. ولتحقيق هذه الأهداف والمصالح شكلت لجنة في بداية 1971 تتولى توفير السلع الأساسية وتكوين مخزون أمان كاف من مجموعة سلع تشمل: القمح، الشعير، الدقيق، الأرز، الشاي، و سلع أخرى وهي السكر والملح والزيت التي كانت تتولاها مصلحة الإحتكارات الحكومية والمصرف الزراعي (اللجنة الشعبية للتخطيط 1990). إستمرت اللجنة في عملها إلى أن أنشأت المؤسسة الوطنية للسلع التموينية بالقانون رقم 68 لسنة 1971 في سبتمبر 1971 تتبع وزارة الإقتصاد (سابقا) وهي مؤسسة تجارية بملكية عامه وتمويل عام وحملت مسؤولية:

أ) توفير السلع الغذائية الأساسية وتشمل: الأرز، زيوت الطبخ النباتية، السكر، الشاي، معجون الطماطم، البن، واللحوم بالإشتراك مع الشركة الوطنية للمواشي واللحوم، وهي كلها سلع أساسية في الوجبات والعادات الغذائية للأسرة الليبية، توفير الشعير لوزارة الزراعة والذي يستعمل أساسا كعلف للحيوانات المزرعية، وتوفير القمح الطري والصلب للمطاحن المحلية لغرض إنتاج الدقيق والسميد محليا،

ب) مقابلة احتياجات الإستهلاك والإحتفاظ بمخزون أمان كاحتياط لمواجهة أية ظروف طارئة وغير مناسبة،

ج) تثبيت أسعار بيع تلك السلع عند مستوى أقل من أسعارها من قبل عام 1972،

د) توحيد أسعار بيعها في مناطق البلاد وتحمل تكاليف نقلها إلى كل المناطق (اللجنة الشعبية للتخطيط 1990)

في البداية مارست المؤسسة نشاطها إلى جانب التجار الخواص حتى تولت هي نشاط إستيراد تلك السلع بالكامل، بينما واصل التجار الخواص توزيعها على مستوى الجملة والتجزئة. بعد سبع سنوات وفي سنة 1977 صدر القانون رقم 65 لسنة 1977 الذي هدف أساسا إلى تنظيم ممارسة الأعمال التجارية وطلب أن بعض الأعمال التجارية تكون مقصورة فقط على مختلف الشركات المساهمة، الجمعيات التعاونية، والأشخاص الاعتباريين، وهدف أيضا إلى تشجيع شركات الأموال لممارسة الأعمال التجارية في الإقتصاد. وفي نفس الوقت، ولتجنب تركيز الملكية في أيدي أفراد قليلون فإنه شجع إنتشار نظام المساهمة لزيادة عدد حاملي الأسهم في تلك الشركات. إذا يمكن القول بأنه في هذه الفترة، أن قنوات توزيع السلع تتكون من عدة مستويات أهمها المنتج أو المورد، تجار الجملة، تجار التجزئة، وهؤلاء التجار الخواص لعبوا دورا مهم في توزيع السلع في السوق المحلي الليبي، والتي يحصلون عليها من المنتج المحلي و/أو المورد.

في هذه الفترة، إنخراط القطاع العام في الأنشطة الآتية:

1 - الإستثمار في البنية التحتية التي تتطلبها الأنشطة التجارية وبالأخص الإستثمار في المرافق التجارية، ومثل ذلك الإستثمار أحتاج إلى أموال ضخمة التي وفرتها الدولة بسهولة للقطاع العام والتي لم يستطع القطاع الخاص توفيرها للقيام بمثل تلك الإستثمارات، أو تميزت بأنها منافع عامة،

2 - توفير وتوزيع السلع التموينية الأساسية على مستوى الجملة

3 - استيراد وسائل النقل بما في ذلك السيارات للإستعمال الخاص، وبالأخص في سنة 1975 كان هذا مقتصرًا على بعض الشركات في القطاع العام والتي أنشأت لتستلم عمليات الإستيراد والتوزيع في السوق المحلي. من الواضح أنه في الوقت الذي إستمر فيه القطاع الخاص بلعب الدور الرئيس في توزيع السلع بما في ذلك القيام ببعض الوظائف التسويقية المساعدة مثل النقل والتخزين، فإن القطاع العام بدأ التمهيد للإنخراط في هذا النشاط.

لعبت الدولة دورا كبيرا في التنظيم والإشراف والمراقبة على نشاط التجارة والتوزيع في السوق المحلي الليبي وممارست نوع من التدخل وخاصة في تحديد الأسعار وهوامش التوزيع، حيث وضعت التشريعات اللازمة لذلك ومنها قرار وزارة الإقتصاد (سابقا) رقم (19) لسنة 1975 وتعديلاته بالقرار رقم لسنة 1976 بشأن تشكيل لجان تحديد الأسعار في كل بلدية لتقوم بتحديد أسعار السلع والمنتجات المحلية والخدمات التي يحددها قرار وزير الإقتصاد (سابقا) رقم (51) لسنة 1977، ويتم ذلك من خلال آلية محدده لتحديد الأسعار.

دور الدولة في نشاط توزيع السلع كان من خلال:

- 1 - تسعير السلع والخدمات ومراقبة الأسعار لضمان المحافظة عليها بواسطة التجار في العملية التسويقية،
- 2 - تحديد الهوامش التجارية وهي هوامش توزيع السلع بالجملة والتجزئة،
- 3 - دعم إستهلاك السلع التموينية الأساسية لكل المستهلكين،
- 4 - التسجيل والترخيص التجاري،
- 5 - وضع وتحديد القواعد المنظمة لأعمال الوكالات التجارية،
- 6 - تحديد السلع التي لا تصدر أو لا يعاد تصديرها،
- 7 - مكافحة تهريب السلع التموينية الأساسية،
- 8 - أنشطة أخرى لضمان ممارسات تجارية عادلة في السوق مثل الرقابة على الموازين والمكاييل ومراقبة الغش التجاري.

2.2. الفترة 1978- 1980 في هذه الفترة أجريت تغييرات جذرية في نظام توزيع السلع وخاصة في قنوات توزيع السلع، التغييرات شملت في الغالب جميع السلع، وهي سلع المستهلك والسلع الوسيطة، سواء كانت زراعية أو صناعية. تلك التغييرات كانت في شكل تقليص عدد قنوات التوزيع، ومن ثم، فإن عدد المشاركين أو المنخرطين في عملية التسويق تغير أيضا، و تم إنشاء أنظمة تسويق جديدة مختلفة عن تلك التي كانت موجودة قبل منتصف السبعينات. واستمر القطاع العام في لعب نفس الدور الذي كان في الفترة السابقة، ولكن دوره وسع أكثر ليشمل السيطرة أو التحكم في كل مناحي التجارة نفسها، وذلك تنفيذ للقرارات التي صيغت في مؤتمر الشعب العام (سابقا) في يناير 1976 لتأميم التجارة الخارجية بتكوين عديد الشركات والمؤسسات والمنشآت في القطاع العام في شكل

احتكارات قانونيه (statutory monopolies) أسندت إليها مهمة القيام بكل ما تعلق بتخطيط وتنفيذ وتنسيق توزيع السلع (distribution logistics) في السوق المحلي الليبي، وإلغاء كل أشكال مساهمات القطاع الخاص في التجارة. بدء تحقيق هذا التوجه بإنشاء الشركة الوطنية للأسواق في أبريل 1979 ولها سبعة فروع و يتبعها عدد من المكاتب في سبعة مناطق من البلاد وتبيع مدى واسع من السلع الاستهلاكية، وكان هناك عدد من الشركات التجارية والصناعية الأخرى متخصصة في توزيع سلعة أو سلع معينة وتبيع من خلال مراكز توزيع خاصة بها، بإستثناء المنتجات الزراعية التي سمح للمزارعين ببيع إنتاجهم منها مباشرة للمستهلك .

الخطوات التي إتخذت لتكوين تلك المؤسسات العامة لتولي مسؤولية توفير إحتياجات السكان من مختلف السلع دعمت بالقانون الصادر من اللجنة الشعبية العامة(سابقا) في 16 مايو 1979 لحصر إستيراد السلع في شركات ومنشآت عامة في القطاع العام، ثم قرار نفس الجهة في ديسمبر بشأن قصر التوزيع بالجملة على المنشآت و الشركات والمؤسسات العامة.

في بداية 1980، اللجنة الشعبية العامة للإقتصاد(سابقا)ألزمت تلك الشركات بفتح أكبر عدد من مراكز التوزيع لتوزيع وبيع السلع التي تستوردها للمستهلكين أو المستعملين النهائيين، مراكز التوزيع تلك وجدت في كل البلدياتفي ذلك الوقت، وعدد مراكز البيع في كل بلدية والنسب المخصصة لكل منها من كميات السلع يعتمد على الكثافة السكانية لكل بلدية، بالإضافة إلى ذلك، فتح ورش صيانة لتسهيل عملية التوزيع. لقد إستمرت المؤسسة الوطنية للسلع التموينية نشاطاتها في توفير وتوزيع مجموعة من السلع التي تتعامل فيها من خلال قنوات التوزيع المعتمدة.

هذه الفترة تميزت أيضا بالإنشار الواسع لحركة الجمعيات التعاونية الإستهلاكية في ربوع الدولة نتج من تنفيذ القانون رقم 68 لسنة 1976، عدد تلك الجمعيات إزداد بإستمرار، وفي وقت قصير وفي نهاية 1980 تم إنشاء 1238 جمعية تعاونية إستهلاكية، وقامت الدولة بتقديم الدعم المالي لإنشاء لمساعدة وإنجاح تلك الجمعيات التي أنشأت جنبا إلى جنب مع التجار الأفراد أو تجار التجزئة في السوق، والتي تباع السلع للمستهلك بأسعار منخفضة مقارنة بالأسعار التي يبيع بها تجار التجزئة نفس السلع.

في هذه الفترة، وضعت الخطط والسياسات والبرامج لتغيير نظام توزيع السلع بالكامل ليصبح نشاط يسوده وسيطر عليه القطاع العام، وفي إطار المفاهيم والمبادئ

والسياسات الاقتصادية الجديدة ذات التوجه الاشتراكي التي تبنتها ليبيا لإدارة وتنظيم وتوجيه الإقتصاد الليبي، وإعطاء أهمية أكبر للأنشطة الاقتصادية الإنتاجية، حيث تم التأكيد على هذا التوجه في سنة 1980. لقد حدد هدف النشاط الاقتصادي في إشباع حاجات المجتمع بأفضل الطرق، وذلك من خلال الإستخدام الأمثل للموارد الاقتصادية المتاحة المستعملة في مجالات الإنتاج والتصدير والاستيراد، تنظيم سياسة التوزيع السلمي وسياسة الأسعار، والمحافظة على إستقرار وإستمرار عرض السلع في السوق وبأقل تكاليف ممكنة.

في الوقت الذي باشر فيه القطاع العام عملية توفير السلع بالكامل من خلال شراء الإنتاج المحلي والاستيراد وتوزيعها إلى المستهلكين في جميع المناطق، بدء تطبيق المفاهيم الاقتصادية الجديدة وتعزيز سيطرة القطاع العام على التجارة الداخلية بإصدار اللجنة الشعبية العامة (سابقا) في بداية 1980 لقانون ينهي نشاطات تجارة الجملة الداخلية التي يمارسها الأفراد ولتقوم بها فقط مؤسسات في القطاع العام من خلال منشآت وشركات مملوكة ملكية عامة وتمول من الخزنة العامة، ومن هنا بدأت هيمنة القطاع العام على نشاط توزيع السلع في السوق المحلي الليبي. لتسريع تلك السيطرة أصدرت اللجنة الشعبية العامة للاقتصاد (سابقا) قرار في فبراير 1980 جعل توزيع مجموعة من السلع بالتجزئة وتشمل الأثاث، السلع الإلكترونية، والأدوات المنزلية تقوم بها فقط شركات ومنشآت القطاع العام، وفي نهاية 1980 فإن التوزيع بالتجزئة للملابس والأدوات المنزلية الكهربائية واللحوم قامت به شركات عامة متخصصة. في نفس الوقت زاد عدد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية والتي استمرت في توزيع بعض السلع الإستهلاكية الأساسية وغيرها لأعضائها وفقا لسياسة التوزيع التي تحددها لها اللجنة الشعبية العامة للإقتصاد والتجارة (سابقا) وهي المشرفة عليها. في نهاية هذه المرحلة انتهجت ليبيا سياسة جديدة للتجارة الداخلية تقوم على توفير احتياجات المواطنين من مختلف السلع والمنتجات وتنظيم هيكل التجارة الداخلية في محاولة للقضاء على مظاهر الإستغلال الذي أعتقد أنه ناتج عن ممارسات التجار الخواص ووجودهم من ضمن قنوات التوزيع، هذه العملية كانت تتم بواسطة:

1 - توفير شبكة كافية من ما يسمى بالأسواق الشعبية (أسواق ممتازة) في جميع المدن وبالقرب من التجمعات السكانية

2 - ترشيد الاستهلاك بما يضمن حصول المواطن على ما يحتاجه من السلع بالقدر المناسب

3 - توفير مخزون احتياطي من السلع الهامة وإنشاء مجمعات تخزينية بسعات تكفي احتياجات الاستهلاك لفترات زمنية مناسبة (على الأقل ستة أشهر) في إطار تنفيذ سياسات الأمن الغذائي لليبيا، خاصة وأن معظم تلك السلع يتم إستيرادها من الخارج.

بذلك بدأ التمهيد فعلا لإلغاء التجارة الخاصة وتقليل عدد قنوات التوزيع والإعداد الفعلي لإلغاء مشاركة تجار الجملة والتجزئة في هذا النشاط وفتح المجال أمام القطاع العام بإسناد تلك المهمة إلى الشركات والمنشآت المملوكة للقطاع العام لتحل محل التجار الخواص في هذا النشاط، وموازيا لذلك

توسعت إستثمارات القطاع العام في البنية التحتية للتجارة الداخلية والتسويق وفقا لسياسات وبرامج وخطط التنمية الإقتصادية والإجتماعية. الدولة إستمرت في دورها في التنظيم والإشراف والمراقبة، وبدأت تدخلها في تحديد أسعار شراء أو بيع بعض السلع وتحديد كميات بعض السلع للمستهلكين في إطار سياسة ترشيد الاستهلاك.

3.2. الفترة 1981-1987 في هذه الفترة تواصلت عملية جعل نظام توزيع السلع بالكامل في السوق المحلي الليبي تقوم به الشركات والمنشآت المختلفة في القطاع العام بإنشاء المزيد من الشركات والمنشآت وتوسعت سيطرته على توزيع المزيد من السلع. فبنهاية 28 مارس 1981 أصبح القطاع العام في سيطرة تامة على توزيع الملابس، الأحذية، الأدوات المنزلية، قطع غيار السيارات، ومواد البناء، وفي أبريل من نفس السنة تبعته سيطرة كاملة للقطاع العام على توزيع اللحوم. تلك الخطوات تبعها إلغاء دور القطاع الخاص تماما في التوزيع بالجملة للمواد الغذائية، وذلك وفقا لقرار مؤتمر الشعب العام (سابقا) سنة 1983 بشأن إصدار قانون ينظم التجارة ويقوم على تحريم التعامل التجاري للأفراد في ليبيا في شكل نشاط فردي أو أي شكل آخر وتنظيم التجارة الداخلية عن طريق الأسواق الشعبية، وبذلك انهي دور ومشاركة القطاع الخاص في نشاط التجارة الداخلية وتوزيع السلع على جميع مستويات قنوات التوزيع.

وهذا ما أسس لأحد خصائص الأسواق الليبية المحلية والتجارة الداخلية في هذه الفترة، وهي أن تلك التجارة مارستها وقامت بها بالكامل شركات ومنشآت ومؤسسات وهيئات تسويق في القطاع العام، مملوكة ملكية عامة ومولت تمويل عام، متخصصة في توفير وتوزيع مجموعة معينة من السلع أو مدى واسع من السلع، وباحتكار الدولة على التجارة الداخلية والخارجية، وهذا يعني التقليل من مستويات وعدد قنوات توزيع السلع.

بذلك فإن السلع المحلية والمستوردة توزع وتباع من خلال مراكز توزيع و أسواق ممتازة تابعة أو مرتبطة إداريا بتلك الشركات والمؤسسات وتحت إشرافها، وبذلك أصبح السوق المحلي الليبي تسيطر عليه المؤسسات والشركات والمنشآت العامة والتي تولت مهمة التجارة الداخلية بالكامل.

في ضوء تلك التطورات، وبفضل الإستثمار الضخم في البنية التحتية للتسويق في شكل أسواق ممتازة حديثه، مخازن بجميع أنواعها، شبكة طرق حديثه، ووسائل النقل، فإن الأسواق المحلية لسلع المستهلك توسعت في هذه الفترة، وبنهاية عام 1986 أقيمت وافتتحت العديد من الأسواق المجمعـة بلغ عددها 685 سوقا مختلفة تديرها الشركة الوطنية للأسواق في مختلف مدن البلاد، إلى جانب الجمعيات التعاونية الإستهلاكية الأهلية والقطاعية التي تباع لأعضائها وذلك لتسهيل توزيع السلع بترتيبات معينة في إطار التحولات الإقتصادية الجذرية في نشاط التجارة نتيجة لتطبيق السياسات الإقتصادية الجديدة ذات التوجه الإشتراكي في الاقتصاد الليبي. من الواضح أن ليبيا إعتمدت على الشركات والمنشآت العامة كمدخل لتسويق وتوزيع السلع مع إلغاء كامل للتجارة الخاصة. من خصائص تلك المنشآت والمؤسسات أنها ليست موجهة للربح، أي أن الربح لا يعتبر هدف أساسي لها وليس حافزا لنشاطها الإقتصادي، وبالتالي فإن الربح لم يعتبر مؤشر لنجاحها أو فشلها. وعلى جانب السعر، فإن نظام التسويق هذا عمل على حماية السوق المحلي عن طريق تجنب التأثيرات التضخمية للأسعار في الأسواق العالمية التي تتسم بعدم الاستقرار من خلال البحث عن أسواق خارجية ذات ميزات سعرية، وفي الغالب، فإن قرارات الإستيراد من الأسواق الخارجية كانت تتأثر بعلاقات ليبيا الاقتصادية والسياسية مع الدول الأخرى، أو في الداخل من خلال تقليل الحلقات الوسيطة في قنوات التسويق وبواسطة تثبيت و/ أو توحيد أسعار بيع السلع في كل المناطق بغض النظر عن التكاليف المتكبدة في عملية تسويقها (مثل تكاليف النقل والتخزين والمناولة)، حيث أن أسعار المستهلك لم تعكس تلك التكاليف ولم يشعر بها المستهلكون.

إستمرت الدولة في نفس الدور كما هو في الفترات السابقة مصحوبا بتدخلها المكثف والشامل في هذا النشاط، وبالتحديد تدخلها في تحديد الأسعار وهوامش التوزيع ومراقبتها من خلال قرار اللجنة الشعبية العامة للإقتصاد والتجارة(سابقا) رقم (76) لسنة 1987 بشأن أسس وضوابط التسعير. بمعنى أن أسعار بيع السلع تحدد مركزيا أو محليا بواسطة لجان تشكل لهذا الغرض بواسطة اللجنة الشعبية العامة للإقتصاد(سابقا) بالتعاون مع

الجهات ذات العلاقة والتي تتعامل في السلعة، ويعتمد ذلك على نوع السلعة وما إذا كانت السلعة محلية أو مستورده، فضوابط التسعير تختلف حسب تصنيفات السلع. استمرار تدخل الدولة في سياسة التسعير كان لغرض تحقيق أهداف معينة تشمل:

- 1 - ضمان حصول جميع المواطنين على إحتياجاتهم السلعية،
- 2 - توحيد أسعار نفس السلعة بين جميع مناطق البلاد،
- 3 - تثبيت أسعار السلع الضرورية لحماية جميع مستهلكي هذه السلع،
- 4 - تغطية نفقات إنتاج وتسويق وتوزيع السلع المحلية ونفقات الحصول على السلع المستوردة وتسويقها وتوزيعها والسماح بفائض معقول للسلعتين،
- 5 - الحد من إرتفاع تكاليف الإنتاج التي ترهق المنتج المحلي، وذلك بتحديد أسعار السلع الوسيطة والاستثمارية،
- 6 - عدم اعتبار الربح هدف لمنشآت التوزيع. أستمّر تدخل الدولة أيضا في تحديد كميات السلع لغرض التوزيع وفقا لقرار اللجنة الشعبية العامة للاقتصاد والتجارة(سابقا) رقم (58 لسنة 1987) بشأن تحديد نسب توزيع السلع في ليبيا، ويهتم بتحديد قنوات التوزيع ونسب كميات السلعة المخصصة مثلا لكل منطقة أو جهة معينة أو للفرد .

بعض ملامح الأسواق الليبية في هذه الفترة تشمل:

- 1- زيادة دور القطاع العام في السيطرة (سيادة) على الأسواق المحلية،
- 2- زيادة استثمارات القطاع العام في البنية التحتية للتسويق والتجارة مصحوبا بانخفاض أو تراجع إستثمارات ومشاركة القطاع الخاص في مثل تلك الأنشطة
- 3 - توسع دور القطاع العام في توفير الخدمات العامة المجانية (التعليم والرعاية الصحية) لكل الأفراد (لیبیون و غیر لیبیون) دون تمييز وبغض النظر عن مستويات دخولهم،
- 4- مستوى مرتفع لمتوسط دخل الفرد في ليبيا،
- 5 - إستمرارالدولة في دعم أسعار المستهلك للعديد من السلع الغذائية سواء كان ذلك مباشرة (كما في حال السلع التموينية) أو غير مباشرة من خلال دعم مستلزمات إنتاج بعض السلع (كما في حالة اللحوم، البيض، الحليب)، دعم أسعار شراء إنتاج

بعض المنتجات الزراعية المحلية (القمح وزيت الزيتون) لشراء فائض محصول المزارعين من قبل الدولة، وتوحيد أسعار بيع السلع في كل مناطق الدولة. الملامح أو الخصائص الثلاثة الأخيرة نتج عنها زيادة في دخول الأفراد الحقيقية والتي بدورها نتج عنها زيادة في الطلب على سلع وخدمات أكثر.

4.2. الفترة 1988-2000 في هذه الفترة حدثت العديد من التغيرات في قطاع التسويق والتوزيع حيث قامت اللجنة الشعبية العامة لتخطيط الإقتصاد(سابقا) بتنظيم القطاع وذلك لأهمية هذا القطاع في النشاط الإقتصادي للدولة وأعطت أهمية كبيرة لتطوير هذا القطاع وتنظيمه بطريقة تخدم القطاعات الإقتصادية الأخرى، كما هو الحال بالنسبة للزراعة والصناعة وبما يخدم الإقتصاد الليبي ككل، واصلت اللجنة الشعبية العامة لتخطيط الإقتصاد(سابقا) إشرافها على الشركات الصناعية والتجارية التابعة للقطاع العام من حيث ضبط كميات الإنتاج المحلي وكميات الواردات من مختلف السلع محل نشاط تلك الشركات، بالإضافة إلى تنظيم قنوات توزيع تلك السلع في السوق المحلي.

ففي جانب إعطاء الأولوية للإنتاج المحلي لضمان وصوله للمستهلك النهائي، ألزمت الشركات الصناعية بشراء الإنتاج المحلي من الوحدات الصناعية عن طريق إبرام عقود شراء بينها حسب كميات الإنتاج والأسعار المحددة من قبل الجهات ذات الاختصاص، هذا من جهة، ومن جهة أخرى حماية الإنتاج المحلي من منافسة الإنتاج المثل المستورد. وقد امتد الأمر إلى جانب التجارة الخارجية حيث خول الجهاز التنفيذي للإستيراد عدم تمكين أية شركة وطنية من التعاقد مع الخارج لإستيراد أية سلعة ما لم تقم هذه الشركات بشراء الإنتاج المحلي من السلع المحلية محل نشاطها التجاري، وبالفعل فقد تم شراء كميات جيدة من الإنتاج المحلي من مختلف السلع كما حدث على سبيل المثال في سنة 1990(اللجنة الشعبية للتخطيط 1990) .

بالعودة إلى نظام توزيع السلع في السوق الليبي المحلي في هذه الفترة، فإنه يجب الوقوف عند ما سمي بالأسواق الشعبية (الأسواق الممتازة) التي أنشأت في كل مدن وقرى ليبيا وتتبع الشركة الوطنية للأسواق، تلك الأسواق احتلت مكانا هاما في نظام توزيع السلع، وتكمن أهميتها في توفير مختلف السلع الإستهلاكية (غير المدعومة) بأسعار مناسبة. لذلك، ولغرض تنظيم تلك الأسواق لتحسين أدائها، أصدرت اللجنة الشعبية العامة(سابقا) القرار رقم 387 لسنة 1989 لإنشاء شركات التسويق المحلي في كل بلدية

آلت إليها مكاتب الشركة الوطنية للأسواق في البلدية المعنية حيث تم تسجيل وإشهار 9 شركات للتسويق المحلي بالبلديات. خطوة إضافية هامة تمثلت في إضافة نشاط الاستيراد لهذه الشركات وكذلك مزاولة تجارة الجملة لأجل تعزيز وتطوير شركات التسويق المحلي بالبلديات للتحسين من نشاط التوزيع (اللجنة الشعبية للتخطيط 1990). استمرت المؤسسة الوطنية للسلع التموينية في نفس مهامها كما في الفترة السابقة، وإلى جانب تلك الشركات والشركات الأخرى، تخصص جزء من السلع الاستهلاكية محل نشاطها بنسب معينة لمؤسسات عامه وتشمل المستشفيات، الفنادق، شركات التموين، وجهات أخرى.

الجمعيات التعاونية الاستهلاكية استمرت أيضا في هذه الفترة في لعب دور أساسي ومهم في توزيع السلع الاستهلاكية المدعومة، هذه الجمعيات هي القناة التسويقية التي ينتسب إليها جل المواطنين ومن عرب وأجانب يتواجدون في ليبيا والذين يتحصلون على تلك السلع بكميات إسترشادية يتم إقرارها بالتسويق مع المؤسسة الوطنية للسلع التموينية المصدر الرئيسي لتلك السلع. ومنذ سنة 1989 أعيد تنظيم هذه القناة التسويقية لغرض القضاء على الازدواجية في الانتساب والانتفاع على حساب الآخرين بما في ذلك تجديد الأذن بمزاولتها لنشاطها سنويا. في سنة 1990 بلغ عدد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية 5703 جمعية موزعة على كل البلديات وعدد الأسر المنتسبة إليها 684360 أسرة، وعدد المساهمين كان 4.106 مليون مساهم. بذلك إستمر القطاع العام في لعب دور كبير ورئيسي في نشاط توزيع السلع بما في ذلك الوظائف المساعدة وتشمل النقل والتخزين من خلال تلك الشركات والمنشآت والمؤسسات (اللجنة الشعبية للتخطيط 1990)

لقد تواصلت في هذه الفترة عملية تنظيم وتطوير قطاع التسويق والتوزيع وتجديد قنواته ومجال نشاط هذه القنوات، حيث سمح للأفراد لأول مرة منذ إلغاء التجارة الخاصة بالإنخراط في نشاط توزيع السلع بموجب القرار رقم 461 لسنة 1987 الصادر من اللجنة الشعبية العامة (سابقا) والذي ينظم نشاط الموزعين الأفراد كحلقة من حلقات التوزيع ويحصلون على رخصة مزاولة النشاط من أمانة المرافق بالبلدية (سابقا) والواقعين في نطاقها وتحت مسمى الموزعون الأفراد، ويقومون ببيع سلعة معينة أو مجموعة من السلع مثل المواد الغذائية فقط، الملابس أو الأحذية. كما صدر قرار اللجنة الشعبية العامة (سابقا) رقم 14 لسنة 1987 باعتماد الموزع الفرد كقناة من قنوات التوزيع ، ثم صدر قرار اللجنة الشعبية العامة لتخطيط الاقتصاد (سابقا) رقم 112 لسنة 1988، حددت فيه السلع التي يجوز للموزعين الأفراد توزيعها، وأصدرت أيضا القرار رقم 52

لسنة 1989 والقرار رقم 202 لسنة 1990 بإضافة مجموعة سلعية أخرى كنوع من الإجراء التدريجي لضمان تدفق السلع إلى الأسواق المحلية واستقرار عرض هذه السلع فيها و إحكام السيطرة على أسعار بيعها من خلال هذه القناة التسويقية بواسطة تحديد تلك الأسعار وهوامش البيع المسموح بها (اللجنة الشعبية للتخطيط 1990) هؤلاء الموزعون الأفراد يبيعون للمستهلك عند مستوى التجزئة ويحصلون على السلع محل نشاطهم من شركات الإنتاج المحلي والسلع المستوردة من الشركات التجارية.

هنا يمكن القول إنه في هذه الفترة سمح للقطاع الخاص بالعودة للمساهمة في توزيع السلع في السوق المحلي الليبي من خلال الدور المحدود للموزعين الأفراد الذين يزاولون نشاط توزيع السلع في إطار القوانين والتشريعات التي تنظم نشاطهم منذ نهاية عقد الثمانينات وبداية التسعينات من القرن الماضي. لقد بلغ عدد الموزعين الأفراد حوالي 3752 موزع في جميع أنحاء البلاد حتى نهاية 1988 (اللجنة الشعبية للتخطيط 1990).

بذلك أصبح الموزعون الأفراد كوسطاء تجار حلقة من حلقات التوزيع على مستوى التجزئة ولكن تحت شروط وقيود معينة. موازيا لذلك، وتمهيدا لتوسيع دور القطاع الخاص في النشاط الإقتصادي في ليبيا بما في ذلك نشاط التوزيع، صدر قرار اللجنة الشعبية العامة (سابقا) رقم 9 لسنة 1992 بشأن مزاولة الأنشطة الاقتصادية الصادر من مؤتمر الشعب العام (سابقا) ويسمح للأفراد والأشخاص الاعتباريين مزاولة الأنشطة الاقتصادية بما في ذلك إنتاج وتوزيع السلع وتقديم الخدمات، وذلك في إطار التفكير في طرح أسس جديدة لإعادة هيكلة الاقتصاد الليبي تركز على تشجيع المبادرة الفردية والحرية الاقتصادية وتطبيق الخصوصية فعلا، حيث صدر قرار اللجنة الشعبية العامة (سابقا) رقم 300 لسنة 1993 بشأن اللائحة التنفيذية للقانون رقم 9 لسنة 1992 والتي تهتم بتمليك المنشآت والشركات والوحدات الاقتصادية العامة التي تشمل تلك التي تمارس إنتاج و/أو توزيع السلع، وذلك لنقل ملكية المنشآت المملوكة من قبل الدولة كليا أو جزئيا إلى الأفراد.

هذه الخطوات تعني توسيع قاعدة الملكية مع تقليص دور القطاع العام في نشاط توزيع العديد من السلع. بالإضافة إلى عمليات التمليك، فإن السماح للقطاع الخاص بممارسة النشاط الاقتصادي دفع إلى التنامي السريع لمنافذ التوزيع الفردية والتشاركية والشركات، و ساعد على ذلك معدل العائد السريع المتوقع من الأنشطة التجارية مقارنة بالأنشطة الاقتصادية الأخرى، وإنعكس ذلك في إنتشار محلات البيع بالتجزئة إلى جانب إنشاء

266 تشاركية و 14 شركة للبيع بالجملة حتى منتصف 1995 في كل المناطق (اللجنة الشعبية للتخطيط 1990)، كل ذلك يبين أنه بدء التمهيد الفعلي لاعتماد التجارة الخاصة كمدخل لنشاط توزيع السلع في السوق المحلي الليبي.

في هذه الفترة إستمرت الدولة في تدخلها في هذا النشاط من حيث تحديد الأسعار، وذلك وفقا للتشريعات السارية ومنها قرار اللجنة الشعبية العامة للاقتصاد والتجارة(سابقا) رقم 76 لسنة 1987 بشأن أسس وضوابط التسعير، والقانون رقم 13 لسنة 1989 بشأن الرقابة على الأسعار الصادر عن اللجنة الشعبية العامة للاقتصاد والتجارة(سابقا) و القرار رقم 191 لسنة 1995 ميلادية بإصدار اللائحة التنفيذية للقانون رقم 16 لسنة 1995 بتعديل بعض أحكام القانون رقم 13 لسنة 1989 بشأن الرقابة على الأسعار، وبموجب ذلك تختص أمانة اللجنة الشعبية العامة للتخطيط والاقتصاد والتجارة(سابقا) بتحديد أسعار السلع التي تقتضي المصلحة العامة توحيد أسعارها(اللجنة الشعبية للتخطيط 1990).بعد ذلك صدر قرار اللجنة الشعبية العامة للاقتصاد والتجارة الخارجية(سابقا) رقم 172 لسنة 1990 بشأن تصنيف السلع من حيث الجهة المخولة بتسعيرها، ويحدد الأسس والضوابط التي تلتزم بها هذه الجهات عند التسعير، ولتنفيذ هذا القانون وهذا القرار شكلت نفس الجهة لجنة دائمة للمتابعة الميدانية للأسعار يمتد نطاق إختصاصاتها إلى مختلف البلديات في ليبيا، كما منحت صفة الضبط القضائي لجميع موظفي الأمانة(سابقا) منذ سنة 1988 ومنحت نفس الصفة لموظفي اللجان الشعبية للإقتصاد (سابقا) في البلديات والمصعدين عن المؤتمرات الشعبية الأساسية (سابقا) في تلك البلديات لغرض توسيع قاعدة التفتيش عن الأسعار وضبط المخالفات المرتكبة (اللجنة الشعبية للتخطيط 1990)، وتواصلت عملية الرقابة على الأسعار بإصدار أمانة اللجنة الشعبية العامة للتخطيط والإقتصاد والتجارة(سابقا)للقرار رقم 191 لسنة 1995 بشأن الرقابة على الأسعار.

إذا من الواضح أن الأسعار تحدد مركزيا أو محليا بواسطة لجان تشكل لهذا الغرض بواسطة اللجنة الشعبية العامة أو اللجنة الشعبية العامة للإقتصاد (سابقا) بالتعاون مع الجهات ذات العلاقة والتي تتعامل في السلعة، ويعتمد ذلك على نوع السلعة وما إذا كانت السلعة محلية أو مستورده، حيث أن ضوابط التسعير تختلف حسب تصنيفات السلع. والتغير المهم فيما يخص تحديد الأسعار هو انه منذ عام 1989 أطلقت أسعار اغلب السلع الزراعية وتركها تحدد تبعا لظروف عرضها والطلب عليها، وألغيت اغلب لجان

التسعير انسجاما مع اتجاهات الخصخصة والإصلاح الاقتصادي، وفيما عدد القمح وحتى الشهور الأولى لسنة 1996، أصبح المزارعين يبيعون منتجاتهم الزراعية في السوق الحرة (اللجنة الشعبية للتخطيط 1990). لقد إستمرت الدولة في تسعير عدد محدود من المنتجات الزراعية أهمها الحبوب، وأستمر تدخلها في توزيع بعض السلع حسب قرار اللجنة الشعبية العامة للتخطيط والاقتصاد والتجارة(سابقا) رقم 292 لسنة 1992 بشأن تقرير بعض أحكام توزيع بعض السلع من حيث تحديد قنوات التوزيع ونسب الكميات المخصصة مثلا لمنطقة أو جهة معينة أو للفرد، ثم قرار اللجنة الشعبية العامة للإقتصاد والتجارة(سابقا) رقم 12 لسنة 1994 بتقرير بعض الأحكام في شأن توزيع السلع المنتجة محليا والمستوردة عن طريق الشركات العامة وتعديلاته في سنة 1995. استمرت المؤسسة الوطنية للسلع التموينية في توفير بعض السلع التموينية الأساسية واستمرت الجمعيات التعاونية الإستهلاكية كأحد قنوات توزيع السلع، وبذلك يبدو أن تدخل الدولة في نشاط التوزيع في السوق المحلي الليبي كان بدرجة أقل إلى حد ما مما هو عليه في الفترة السابقة.

5.2. الفترة 2001-2006 توسع وتطور نشاط توزيع السلع في هذه الفترة بشكل كبير وواضح ولملموس من قبل الأفراد والمؤسسات والمنشآت الإقتصادية؛ سواء كانوا مستهلكين، منتجين، مستوردين، أو موزعين للسلع، وشهد تغيرات عديدة وهامة. انطلاقة جديدة وقوية شهدها هذا النشاط خاصة بعد ما ذكر مجلس التخطيط العام في ليبيا من خلال الدراسات عن الخطوط الرئيسية للسياسات التجارية (داخلية وخارجية) في ليبيا انه كانت هناك إختلالات عديدة وعيوب في نشاط توزيع السلع والخدمات في عقدي الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي تمثلت في العجز المستمر في تحقيق التوازن المنشود بين الإحتياجات الكلية من السلع والمتوفر منها لتلبية هذه الإحتياجات المتزايدة والمتعددة كل سنة (مجلس التخطيط العام 1990)، وعدم توفر العديد من الصفات الجيدة والمرغوبة في السوق الليبي المحلي.

لقد بذلت جهود من قبل الجهات المعنية لمعالجة وتصحيح تلك الإختلالات والعيوب الناتجة من سيطرة القطاع العام على نشاط توزيع السلع، ومن تدخل الدولة المباشر أو الغير المباشر بإستخدام بعض أدوات سياسات الاقتصاد الكلي مثل السياسات النقدية (موازنات النقد الأجنبي) وبعض سياسات التجارة الخارجية مثل تحديد كمية وقيمة السلع التي يجب إستيرادها(قيود كمية على الواردات) والتعريفة الجمركية، تحديد

كمية وقيمة السلع المنتجة محليا والمستوردة المعدة للتوزيع، تطبيق نظام الحصص في توزيع السلع، الإستمرار في دعم السلع التموينية الأساسية وتوزيعها من خلال الجمعيات التعاونية الاستهلاكية، وتطبيق نظام التسعير الجبري على أغلب السلع المنتجة محليا والمستوردة. لقد إعتمدت أنظمة تسويق السلع المتبعة على درجة كبيرة من التدخل المباشر للدولة في توزيع السلع وفق مؤشرات حصة الفرد من أهم السلع المنتجة محليا والمستوردة وفي إطار التوزيع الجغرافي للسكان حسب المناطق لضمان وصول السلع الضرورية إلى المواطنين خاصة ذوي الدخل المحدود. بعض مبررات إختيار هذا الأسلوب هو عدم توفر كميات ونوعيات السلع بالمستويات الكافية لتلبية كافة إحتياجات السكان بسبب إجراءات إستثنائية أملتھا ظروف الحصار التي مرت بها ليبيا، وعلى الرغم من هذه الظروف الموضوعية فإن من عيوب هذا المدخل هو إعماده على التدخل والتحكم دون مراعاة لرغبات و أذواق وخصوصيات المستهلكين، آثاره السلبية على قطاع الإنتاج المحلي من حيث تدني الكفاءة الإنتاجية والإقتصادية وعدم الإهتمام بتطوير الإنتاج وجودته، والسعي المستمر إلى رفع الأسعار طالما التسويق والبيع مضمونان عن طريق التحكم في عرض السلع (اللجنة الوحدة الاقتصادية 1984).

لقد شكل عام 2004 نهاية تلك الصعوبات العديدة التي واجهتها ليبيا وحلت معظم المسائل الدولية العالقة مع بعض الدول، وشكل هذا العام محاولة ليبيا البدء في انطلاقة إقتصادية لما تملكه من مقومات إقتصادية واجتماعية هائلة بإتباعها لسياسات واقعية وعملية.

السياسات التجارية الليبية في جانب التجارة الداخلية في هذه الفترة الأخيرة، تهدف بشكل عام إلى إعادة الإقتصاد إلى وضعه الطبيعي ليعتمد على التوازن التلقائي في عرض السلع والخدمات والطلب عليها، إدخال إصلاحات في قطاع التجارة المحلية، اتخاذ الإجراءات اللازمة لجعل تدخل الدولة في التجارة في حد أدنى للمحافظة على التوازن، وإلى عدم تآكل دخول الأفراد بسبب الإرتفاع المستمر في الأسعار. وهذا الهدف الأخير يمكن انجازه بالحد من ارتفاع الأسعار بواسطة إتباع سياسات تؤدي إلى توسيع المنافسة عند جميع مستويات القنوات التسويقية وتوسيع الإختيارات والبدائل تجعل السوق يقدم مدى متنوع من السلعة أو السلع لكي يكون للمستهلك حرية الاختيار من بينها ويكون قادر على شرائها (توسيع قاعدة الإنتاج المحلي والاستيراد يضمن هذا)، وان تكون السلع التي يعرضها السوق جيدة ومطابقة للمواصفات القياسية المعمول بها. السياسة

التجارية تهدف أيضا إلى الإستمرار في دعم مجموعة من السلع التموينية الأساسية حتى يعاد النظر في هذه السياسة في المستقبل القريب، وموازيا لذلك، العمل على تهيئة الإقتصاد الوطني للإستجابة للمتغيرات الإقتصادية الدولية بشكل عام والتغيرات في التجارة الدولية بشكل خاص للاستفادة من الإيجابيات وتفادي المخاطر أو وضعها في حدها الأدنى خاصة مع ظهور وتكون التكتلات الإقتصادية القارية والإقليمية والتمهيد لإنضمام ليبيا لمنظمة التجارة العالمية.

السياسات العامة الجديدة للتسويق والأسعار تهدف إلى:

- 1 - إلغاء تدخل الدولة في تحديد الأسعار في السوق الأولية وتركها للعرض والطلب، وتطبيق الهوامش في السوق الثانوية في المرحلة الإنتقالية على أن تعكس الأسعار القيمة الحقيقية للسلع
- 2 - محاربة الإحتكار والإستغلال
- 3 - تقليص نظام التسعير الجبري إلى حده الأدنى
- 4 - الإبقاء على سياسة دعم السلع التموينية بصفة مؤقتة والعمل على رفع الدعم تدريجيا
- 5 - تفعيل قانون ولوائح المكاييل والموازين وقانون محاربة الغش التجاري
- 6 - الإهتمام بضبط الجودة وخاصة السلع الغذائية المحلية والمستوردة
- 7 - تشجيع إنشاء المنظمات الأهلية المتخصصة في حماية المستهلك
- 8 - دراسة ومراجعة وتقويم التشريعات المنظمة لأنشطة التجارة الداخلية والإجراءات الإدارية و إعادة صياغتها وتبسيطها وتطويرها بما يكفل ممارسات عادلة في الأسواق ومنع الاحتكارات والقضاء على تشوهات السوق وما صاحبها من مظاهر سلبية وبما يتفق مع ويخدم الأهداف والآليات الاقتصادية الجديدة. (مجلس التخطيط العام 1990)

لقد بدء في هذه المرحلة العمل على تحقيق معدلات أكبر من الإنفتاح في مجال التجارة الداخلية من خلال: تفعيل دور القطاع الخاص في مجال التسويق والتوزيع وفتح هذا المجال بالكامل للقطاع الخاص، وإعتبار النشاط التجاري الذي تزاوله المنشآت والشركات العامة نشاط يمارس بصفة إستثنائية ومؤقتة والعمل على أن تخرج من هذا المجال وتتركه بالكامل للقطاع الخاص، وبذلك يتم تقليص دور القطاع العام في نشاط توزيع السلع، حيث

تم فعلا حل وتصفية العديد من الشركات والمنشآت والأجهزة العامة التي كانت تلعب دورا كبيرا في هذا النشاط وأحيل البعض الآخر إلى لجان التمليك. وبذلك سمح للقطاع الخاص بلعب الدور الرئيس في توزيع السلع في السوق المحلي الليبي، وتوسع دوره تدريجيا بواسطة الأفراد والأسر والتشاريكات والشركات المساهمة في تجارة الجملة والتجزئة، مستفيدين من العديد من القرارات والقوانين والتشريعات التي تضعها وتصدرها المؤسسات الرسمية المعنية، والتي تمثل السلطات التشريعية والتنفيذية لغرض تنظيم وتسهيل نشاط هؤلاء المشاركين في نشاط توزيع السلع، بما فيهم منشآت ومالكي وسائل النقل ومستودعات التخزين المستقلة والوكالات التجارية والإعلان الذين يعرفون بالمسهلين، ويساعدون في عملية توزيع السلع وانسيابها وضمان تدفقها في السوق. من تلك التشريعات هو القانون رقم 21 لسنة 2001 بشأن مزاولة الأنشطة الاقتصادية في ليبيا وتعديلاته، وقرار اللجنة الشعبية العامة (سابقا) رقم 171 لسنة 2006 بإصدار اللائحة التنفيذية لذلك القانون. إلى جانب ذلك استمر القطاع العام في تملك وإدارة بعض التسهيلات اللازمة لعمليات تسويق وتوزيع بعض السلع الاستهلاكية والوسيطه مثل مخازن (صوامع) الحبوب التي يتبع بعضها لمصلحة الأملاك العامة التابعة لأمانة اللجنة الشعبية العامة للمالية (سابقا)، والمخازن المخصصة للسلع محل نشاط المؤسسة الوطنية للسلع التموينية.

لقد انتشرت أسواق الجملة للسلع المحلية والمستوردة وأسواق ومحلات البيع بالتجزئة التي تعتبر الحلقة الأخيرة في سلسلة الأسواق أو قنوات التوزيع وتحصل على السلع محل نشاطها من أسواق الجملة أو من المنتج مباشرة، تتمثل هذه الأسواق في محلات بيع المواد الغذائية، محلات بيع الخضراوات والفواكه، محلات بيع اللحوم، وهكذا الأمر بالنسبة لمختلف السلع المعمرة والغير المعمرة باستثناء بعض السلع الاستهلاكية المدعومة التي توزع من خلال الجمعيات التعاونية الاستهلاكية (أهلية و قطاعية). بدأت تنتشر الأسواق الممتازة في المدن وهي محلات تباع مدى واسع من السلع للمستهلكين، إلى جانب الصغيرة للبيع بالتجزئة في جميع مناطق الإستهلاك في كل المناطق وسمح لها ببيع سلع غذائية للمستهلك (السلع التموينية الأساسية) التي كانت توزع عبر الجمعيات التعاونية الاستهلاكية ولكن بالأسعار العادية (الأسعار الحقيقية)، والكثير من المنشآت الإنتاجية والموردين لا يبيعون منتجاتهم و سلعهم مباشرة إلى المستخدم أو المستهلك النهائي ولكن يتم البيع من خلال قنوات التوزيع المختلفة، أي من خلال وسطاء التسويق، مما ساعد المستهلكين والمستهملين في الحصول على السلع في المكان والوقت والشكل المناسب

وبالأسعار المناسبة.

والجديد بالنسبة للمؤسسة الوطنية للسلع التموينية كمؤسسة تجارية عامة معنية أصلا بشراء واستيراد وتوزيع مجموعة من السلع الغذائية الأساسية المدعومة عبر القنوات المعتمدة هو أن أعمالها أصبحت تحت إشراف لجنة عليا وتقوم بتوزيع تلك السلع للمواطنين بالأسعار المدعومة عبر الجمعيات

التعاونية الاستهلاكية، هيئة الإمداد والتموين، المخازن، الحوانيت العسكرية، الجهات العامة. وتقوم بالتوزيع بالأسعار التجارية لكل من الشركات الوطنية، المصانع الإنتاجية، الشركات الأجنبية، مصانع الحلويات والمشروبات، وجهات أخرى. تلك السلع تشمل: دقيق القمح، السميد، الأرز، زيت الذرة وزيت الزيتون، السكر، والشاي الأحمر و الأخضر، وتوزع حسب حصة الفرد الشهرية التي تحدد حسب قرار أمين اللجنة الشعبية للاقتصاد والتجارة(سابقا) رقم 121 لسنة 2005، وسمحت لها اللجنة الشعبية العامة (سابقا) بتحديد أسعار بيع السلع المدعومة من المؤسسة إلى الجمعيات الاستهلاكية ومن الجمعيات التعاونية الاستهلاكية إلى المستهلك من بداية سنة 2005. وهنا يلاحظ انخفاض عدد السلع التي تتعامل فيها المؤسسة، حيث توقفت عن إستيراد وتوفير القمح (تولت شركات الطحن في طرابلس وبنغازي هذه المهمة بنفسها)، معجون الطماطم، البن، البقوليات الجافة (حمص، عدس، فاصوليا) التي أصبح يتولى إستيرادها وتوزيعها التجار الخواص وذلك تنفيذا لسياسة تحرير التجارة الداخلية والخارجية في هذه السلع وفي توازي مع رفع الدعم تدريجيا على السلع التموينية كواحد من أهداف السياسات الجديدة للتسويق والأسعار.

كما أصبحت الوكالات التجارية حلقة من حلقات بيع بعض السلع، وظهر ما يسمى بالوكيل التجاري لبعض الشركات الأجنبية التي دخلت أو تريد الدخول إلى السوق الليبي، تلك الوكالات التجارية ينظم عملها القانون رقم 6 لسنة 2004 بشأن تنظيم أعمال الوكالات التجارية ولائحته التنفيذية، وقرار اللجنة الشعبية العامة(سابقا)رقم 83 لسنة 2006 بتقرير بعض الأحكام التي تنظم أعمال الوكالات التجارية وذلكبتحديد السلع التي تزاوّل فيها أعمال الوكالات التجارية عن طريق الشركات العامة والشركات المساهمة التي تطرح 40 ٪ من رأسمالها للاكتتاب العام والسلع التي تزاوّل فيها أعمال الوكالات التجارية عن طريق الشركات المساهمة والتشاريكات، وهذا ما يحدد الإطار القانوني لممارسة أعمال الوكالات التجارية حاليا. كما أن القانون رقم 1 لسنة 2004 الصادر

عن مؤتمر الشعب العام (سابقا) بإضافة وتعديل أحكام قانون الأنشطة الاقتصادية سمح لجميع أدوات النشاط الإقتصادي بممارسة السمسرة، حيث يوجد سمسرة البيع و/أو الشراء يساهمون في عمليات توزيع وتبادل بعض السلع.

في هذه الفترة تم إحياء وتفعيل غرف التجارة والصناعة والتي ينظم عملها القانون رقم 4 لسنة 2004 بشأن غرف التجارة والصناعة والاتحاد العام للغرف التجارية ولأئحته التنفيذية، و قرار اللجنة الشعبية العامة والتجارة والاستثمار(سابقا) رقم 77 لسنة 2006 بشأن إعادة تنظيم الغرف الحالية وإنشاء غرف جديدة للتجارة والصناعة التي بلغت 15 غرفة تغطي جميع المناطق، مع الإهتمام بمواصفات السلع المنتجة محليا والمستوردة التي يتم تبادلها في السوق، من خلال قرار اللجنة الشعبية العامة(سابقا) رقم 27 لسنة 2005 بشأن إعادة تنظيم المركز الوطني للمواصفات والمعايير القياسية ليدار بلجنة عليا أعيد تشكيلها بموجب قرار اللجنة الشعبية العامة(سابقا) رقم 132 لسنة 2006، وفي هذا السياق صدر قرار اللجنة الشعبية العامة(سابقا) رقم 83 لسنة 2005 بشأن إنشاء الهيئة العامة لمراقبة السلع والمنتجات حيث دمج فيها المركز الوطني للرقابة على الأغذية والأدوية، وحدات الحجر البيطري، ووحدات الحجر الزراعي.

من المشاهدات في هذه الفترة هو التوسع في إقامة مهرجانات التسوق والمعارض الشاملة والمتخصصة للتعريف بالسلع والمنتجات المختلفة وتبادلها، إنتشار ظاهرة الدعاية والإعلان للترويج وزيادة المبيعات والاستفادة من التقدم التكنولوجي في هذا المجال، تعدد وتنوع أساليب البيع، وتقديم خدمات ما بعد البيع للزبون المشتري للسلعة. وهذا مؤشر على أن المنشآت الاقتصادية الإنتاجية والتسويقية تتبنى مفهوم التسويق في نشاطها، خاصة في أسواق تسودها المنافسة إلى حد كبير وأن الربح أصبح حافز ومؤشر هام للقيام بنشاط الإنتاج و/أو التوزيع في السوق المحلي الليبي.

إذا في هذه الفترة أصبح الدور الذي يقوم به وسطاء التسويق المتمثلين في قنوات التوزيع يكتسب أهمية كبيرة باستمرار، وأن هؤلاء الذين يتفهمون التسويق أصبحوا يقدررون هذا الدور للعديد من الأسباب الجوهرية التي تشجع وتدعو إلى وجود وسطاء التسويق في نشاط توزيع السلع في السوق المحلي الليبي، وهذا لا يعني إلغاء دور القطاع العام و إنما بقي يلعب دور مهما في توفير وتوزيع بعض السلع ويقدم خدمات مساعده لنشاط توزيع بعض السلع الأخرى. على الرغم من تقليص تدخل الدولة في نشاط التجارة الداخلية والتوزيع إلى حد كبير، فإنها إستمرت في تدخلها في تحديد أسعار بعض السلع

وتحديد الكميات المخصصة من بعض السلع التموينية لكل فرد شهريا أو سنويا، وبقيت تلعب دورها الهام في التنظيم والمراقبة والإشراف على نشاط توزيع السلع لضمان تحقيق مصالح جميع هؤلاء الأطراف المشاركين في هذا النشاط والأهداف المتوقعة منه بما في ذلك مصالح المجتمع ككل، حيث شكلت بموجب قرار أمانة اللجنة الشعبية العامة (سابقا) رقم 292 لسنة 2000 لجنة دائمة على مستوى الدولة من ثمانية أعضاء ممثلين لبعض قطاعات الإقتصاد ومؤسسات عامة للدولة ذات علاقة بالتجارة الداخلية والخارجية لمتابعة الإجراءات المقررة لتنفيذ السياسات التجارية المعتمدة واقتراح المعالجات المناسبة للصعوبات التي قد تواجهها، مع تقديم توصيات ومقترحات لتطوير الإجراءات التنفيذية لتلك السياسات إستجابة ومواكبة للتغيرات والتطورات المحلية والدولية.

الملخص والإستنتاج

تم في هذه الدراسة التعرف على أهمية نشاط توزيع السلع في الإقتصاد الليبي ومراجعة لدور القطاعين العام والخاص وطبيعة تدخل الدولة في نشاط توزيع السلع في السوق المحلي الليبي في الفترة 1970-2006، التي قسمت إلى خمسة فترات زمنية. وتبين من الدراسة، أن نشاط توزيع السلع هو من الأنشطة الإقتصادية الهامة في الإقتصاد الليبي على المستوى الكلي (aggregate level)، ويساهم هذا النشاط بنسب معتبرة في كل من الناتج المحلي الإجمالي، التشغيل، والتكوين الرأسمالي. وبيان دور القطاعين العام والخاص وطبيعة تدخل الدولة في نشاط توزيع كان على النحو التالي:

الفترة 70 - 1977 تميزت بسيطرة القطاع الخاص على كامل أنشطة توزيع السلع عند جميع المستويات وتشجيع الليبيين على ممارسة هذه الأنشطة من خلال المحلات الخاصة والشركات والجمعيات التعاونية. في هذه الفترة كانت قنوات توزيع السلع تتكون من عدة مستويات أهمها المنتج أو المورد، تجار الجملة، تجار التجزئة، وهؤلاء الوسطاء التجار لعبوا دور مهم في توزيع السلع في السوق المحلي الليبي والتي يحصلون عليها من المنتج المحلي و/أو المورد، وبذلك أعطيت أهمية أكبر للقطاع الخاص للقيام بهذا النشاط. القطاع العام قام بالإستثمار في البنية التحتية للأنشطة التجارية وتوفير بعض السلع الغذائية الأساسية وتوزيعها بالجملة عن طريق المؤسسة الوطنية للسلع التموينية كمؤسسة تجارية عامة، وفي الوقت الذي استمر فيه القطاع الخاص بلعب الدور الأساس في توزيع السلع بما في ذلك بعض الوظائف التسويقية الفيزيكية مثل النقل والتخزين، فإن القطاع العام بدأ التمهيد للإنخراط في هذا النشاط. أما الدولة فلعبت دورا رئيسيا

تنظيمياً بوضع القوانين والتشريعات التي تضمن ممارسات عادلة في السوق، مراقبة الأسعار، تنظيم التجارة الخارجية، مع تدخل محدود في جانب دعم إستهلاك بعض السلع، التسعير، وتحديد الهوامش التسويقية.

في الفترة 1978-1980 حدثت تغيرات جذرية في نشاط توزيع السلع في شكل تقليل قنوات التوزيع بالإعداد الفعلي لإلغاء التجارة الخاصة على مستوى الجملة والتجزئة وفتح الباب للقطاع العام وانخرط فعلاً في هذا النشاط وتوسع دوره ليشمل التحكم في كل جوانب نشاط التجارة نفسها من خلال شركات ومؤسسات وأجهزة في القطاع العام ومملوكة للدولة وبتمويل عام، والتي تنتج أو توزع وتبيع السلع مباشرة للمستعملين والمستهلكين النهائيين في أسواق ومراكز بيع منتشرة في جميع مناطق البلاد، مع توسع استثمارات القطاع العام في البنية التحتية للتجارة مثل النقل والتخزين وإلغاء كل أشكال مساهمات القطاع الخاص في التجارة بنهاية هذه المرحلة، مع إنتشار للجمعيات التعاونية الإستهلاكية .

استمرت الدولة في لعب نفس الدور السابق وزاد تدخلها في نشاط توزيع السلع من حيث تحديد أسعار بيع السلع وهوامش التوزيع، دعم إستهلاك بعض السلع الغذائية الأساسية، وتحديد كميات العديد من السلع المعدة للبيع في إطار سياسة ترشيد الاستهلاك.

الفترة 1981-1987 أصبح فيها نشاط التوزيع بالكامل تحت سيطرة وتحكم القطاع العام في إطار تبني وتطبيق ليبيا للمفاهيم والسياسات الاقتصادية ذات التوجه الاشتراكي، والتجارة قامت بها بالكامل شركات ومنشآت وشركات تسويق مملوكة ملكية عامة، بتمويل عام، وإحتكار الدولة للتجارة الداخلية والخارجية، وبذلك إستمر في هذه الفترة تقليص قنوات التسويق. بالإضافة إلى زيادة إستثمارات القطاع العام في البنية التحتية للتسويق والتجارة مصحوبا بانخفاض وتراجع إستثمارات ومشاركة القطاع الخاص في تلك الأنشطة. مارست الدولة دورها المعتاد في التنظيم والإشراف والمراقبة مع إستمرار تدخلها الكبير في تحديد الأسعار وهوامش التسويق، تثبيت وتوحيد أسعار بيع بعض السلع بكل المناطق ولكل السكان، دعم أسعار المستهلك للعديد من السلع بشكل مباشر أو غير مباشر في إطار السياسات السعيرية لتحقيق أهداف معينة في جانب الإنتاج والإستهلاك، وتحديد كميات بعض السلع للبيع عبر آلية توزيع معينة وللمستهلك النهائي.

الفترة 1988-2000 تميزت بحدوث العديد من التغيرات الجذرية في نشاط التسويق والتوزيع وخاصة من ناحية تطوير وتنظيم هذا القطاع وتجديد قنواته ومجال

نشاط هذه القنوات بطريقة تخدم الإقتصاد الليبي ككل بقيام الدولة بالإشراف المباشر ومتابعة أداء الشركات والمنشآت العامة، تشجيع الإنتاج المحلي للسلع، التحكم في الواردات، وإعطاء الأولوية للإنتاج المحلي في التوزيع والتجارة الداخلية. أنشأت شركات التسويق المحلي للإشراف على مكاتب الشركة الوطنية للأسواق والتي لعبت دورا مهما في توزيع وبيع السلع الغير مدعومة من خلال سلسلة من الأسواق الممتازة التي أعيد تنظيمها، أسندت إلى تلك الشركات مهمة استيراد السلع والتوزيع بالجملة، واستمرت المؤسسة الوطنية للسلع التموينية والجمعيات التعاونية الإستهلاكية في ممارسة أنشطتها. لقد فتح نشاط التوزيع أمام القطاع الخاص تحت مسمى الموزع الفردي سنة 1989 للتوزيع بالتجزئة بشكل محدود وتحت قيود على أنواع السلع، أسعار وهوامش البيع، والكميات التي يحصلون عليها للبيع.

وبهذا أصبح القطاع الخاص أحد اللاعبين في نشاط التوزيع كنتيجة للتطورات المهمة في نهاية هذه الفترة بالسماح للأفراد والأشخاص الاعتبارية مزاوله الأنشطة الإقتصادية في مجال إنتاج وتوزيع السلع وتقديم الخدمات وذلك في إطار التفكير في صنع وتبني سياسات جديدة لإعادة هيكلة الإقتصاد الليبي تركز على تشجيع المبادرة الفردية والحرية الإقتصادية وتطبيق الخصوصية منذ بداية عقد التسعينات من القرن الماضي، وتم تملك العديد من المنشآت والشركات العامة التي تمارس نشاط إنتاجي و/أو توزيع السلع، ونقل ملكيتها إلى الأفراد في القطاع الخاص، وهذا يعني توسيع قاعدة الملكية وتقليص دور القطاع العام في نشاط توزيع العديد من السلع. إلى جانب محلات البيع بالتجزئة، أنشأت العديد من التشاركيات والشركات في القطاع الخاص للبيع بالجملة، وكل ذلك يبين انه بدأ الإعداد الفعلي لاعتماد التجارة الخاصة كمدخل لنشاط توزيع السلع في السوق المحلي الليبي. لقد إستمر تدخل الدولة في هذا النشاط إلى حد كبير بنفس الطريقة كما هو في الفترة السابقة، وفي السنوات الأخيرة من هذه الفترة يبدو أن تدخل الدولة في نشاط التوزيع في السوق المحلي الليبي كان بدرجة أقل إلى حد ما مما هو عليه في الفترة السابقة.

وأخيرا في الفترة 2001- 2006 تبين أن نشاط توزيع السلع تطور بشكل كبير وملحوظ وخاصة من جهة معالجة وتصحيح الإختلالات والعيوب العديدة في هذا النشاط في عقدي الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي بسبب سيطرة القطاع العام وتدخل الدولة المباشر والغير مباشر فيه، وبسبب الظروف الغير مواتية التي تعرضت لها ليبيا

وسادت في الفترة السابقة. في هذه الفترة الأخيرة، بدأت عملية معالجة عيوب وسلبات المدخل المستخدم في نشاط التوزيع في الفترات السابقة، وأصبحت السياسات التجارية الليبية تهدف إلى إدخال إصلاحات في قطاع التجارة الداخلية واتخذت الإجراءات اللازمة لجعل تدخل الدولة في التجارة في حد أدنى وتشجيع المنافسة عند جميع مستويات قنوات التسويق والسماح لقوى الطلب والعرض أن تعمل بحرية وتلقائية مما يحسن من الصفات المرغوبة في السوق. إستمر دعم بعض السلع الأساسية التموينية محل نشاط المؤسسة الوطنية للسلع التموينية كمؤسسة تجارية عامة والتي توزع عبر الجمعيات التعاونية الإستهلاكية حتى يعاد النظر في هذه السياسة في المستقبل. في هذه لفترة توسعت تجارة الجملة وتجارة التجزئة كنشاط فردي، اسري، تشاركي، أو شركات مساهمة، كما أصبح السماسرة والوكلاء التجار كوسطاء تسويق لهم دور في توزيع بعض السلع، مع انتشار ظاهرة الدعاية والإعلان كوسيلة لترويج المبيعات، وبذلك بدء العمل على تحقيق معدلات أكبر من الانفتاح في مجال التجارة الداخلية من خلال فتح نشاط التوزيع بالكامل للقطاع الخاص واعتبار النشاط التجاري الذي تزاوله الشركات والأجهزة العامة نشاط مؤقت حتى تخرج منه وتتركه للقطاع الخاص، حيث تم حل وتصفية وتمليك العديد منها، واستمرت الدولة في ممارسة دورها المعتاد في التنظيم والإشراف والمراقبة.

الإستنتاج

هو أن نشاط توزيع السلع في السوق المحلي الليبي هو من القطاعات الإقتصادية الهامة المكونة للإقتصاد الليبي وأنه يساهم في إنجاز بعض أهداف الإقتصاد الكلي، ولعب القطاعين العام والخاص دورا مهما فيه، وتدخلت الدولة فيه بطريقة أو أخرى خلال هذه الفترة، التي تغير خلالها دور القطاعين ومدى تدخل الدولة في هذا النشاط نتيجة للظروف الإقتصادية والسياسية المتغيرة التي مر بها الإقتصاد الليبي، وتغير تبعا لذلك المدخل الذي إتبعته ليبيالضمان أداء جيد لنشاط التوزيع، وذلك لتحقيق أهداف سياسات معينه. حيث بدأ نشاط التوزيع معتمدا أساسا على القطاع الخاص كمدخل للقيام بهذا النشاط مع تدخل قليل للدولة، ثم بدأ التمهيد وتلاه التمهيد الفعلي لتوسيع دور القطاع العام في هذا النشاط مع تقليص تدريجي لدور القطاع الخاص حتى تولى القطاع العام هذا الدور بالكامل وإلغاء أية دور للقطاع الخاص، وذلك كمدخل لنشاط توزيع السلع مصحوبا بتدخل الدولة الكبير والمباشر في جميع جوانب التجارة الداخلية، وأخيرا عاد القطاع الخاص ليلعب الدور الرئيس من خلال إعتداد التجارة الخاصة كمدخل أساسي لنشاط التوزيع

مع تقليص دور القطاع العام إلى حد كبير وليكون تدخل الدولة في حده الأدنى ومحصوراً في التنظيم والإشراف ومراقبة ممارسات المشاركين في هذا النشاط الإقتصادي الهام، وهذا هو أحد متطلبات التوجه العام للإقتصاد الليبي نحو مزيد من الإصلاح وإعادة الهيكلة لمعالجة الاختلالات التي تعرض لها وللعودة إلى اقتصاد السوق، والانفتاح لمواكبة التطورات الإقتصادية الهائلة والسريعة السائدة في عالم اليوم، وكمتطلبات لحصول ليبيا لعضوية منظمات دولية كمنظمة التجارة العالمية على سبيل المثال.

التوصيات:

- 1) اعتماداً على ما توصلت إليه هذه الورقة البحثية يكمن إقتراح هذه التوصيات: دراسة وتقييم أداء نشاط توزيع السلع في كل فترة من تلك الفترات على مستوى الإقتصاد الكلي.
- 2) إجراء دراسة مقارنة للمداخل المختلفة التي إعتدتها ليبيا للقيام بنشاط توزيع السلع لمعرفة تأثيراتها على مصالح الأطراف التي يهملها نشاط التوزيع ويخدم مصالحها، وتأثيرها على رفاهية مجمل سكان ليبيا.
- 3) دراسة تأثير نشاط توزيع السلع على البيئة وخاصة في الفترة الخامسة التي لعب فيها القطاع الخاص الدور الرئيس في نشاط التوزيع.
- 4) ضرورة مواصلة الإصلاحات وإعادة الهيكلة التي يشهدها الإقتصاد الليبي بداية من عام 2001 لمعالجة الاختلالات التي تعرض لها نشاط توزيع السلع في السوق الليبي بشكل خاص وقطاعات الإقتصاد الأخرى بشكل عام.

المراجع :

- 1 - الحصادي، سالم 2002. المنشآت العامة في الإقتصاد الليبي: المشاكل والبحث عن المسببات، مجلة البحوث الاقتصادية، الهيئة القومية للبحث العلمي، مركز بحوث العلوم الاقتصادية المجلد 13، العدد الأول والثاني.
- 2 - السيد، إسماعيل 1998. مبادئ التسويق، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
- 3 - الصحن، محمد فريد 1996. قراءات في إدارة التسويق. الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.
- 4 - الطبولي، أبو القاسم 2003. استشراف دور القطاع الأهلي في التنمية الاقتصادية في ليبيا.

- مجلة البحوث الاقتصادية، مركز بحوث العلوم الاقتصادية، الهيئة القومية للبحث العلمي، المجلد 14، العدد الأول.
- 5 - الفارسي، عيسى 2003. الخصخصة والتنمية الاقتصادية في ليبيا: الصعوبات والآثار الاقتصادية المتوقعة. مجلة البحوث الاقتصادية الهيئة القومية للبحث العلمي، منشورات مركز بحوث العلوم الاقتصادية، المجلد 14، العدد الأول.
- 6 - اللجنة الشعبية العامة للتخطيط(سابقا) 1981. التحولات الاقتصادية والاجتماعية خلال الفترة 1970-1981.
- 7 - اللجنة الشعبية العامة للتخطيط(سابقا) 1990. أضواء على منجزات الاقتصاد الوطني خلال الفترة 1970-1989.
- 8 - أمانة اللجنة الشعبية العامة للتخطيط والاقتصاد والتجارة الخارجية 1990. دراسة المخزون الاستراتيجي من السلع التموينية، أبريل 1990.
- 9 - اللجنة الشعبية العامة لتخطيط الاقتصاد(سابقا) 1990. تقرير النشاط عن عام 1990، ديسمبر.
- 10 - اللجنة الشعبية العامة للتخطيط والاقتصاد والتجارة(سابقا) 1995. دليل الأسعار للسلع المحددة أسعارها مركزيا، قسم الأسعار، الإدارة العامة للتسويق والتوزيع.
- 11 - اللجنة الشعبية العامة للتخطيط والاقتصاد والتجارة 1996. القطاع الفردي في ليبيا: الواقع والتقييم والآفاق المستقبلية.
- 12 - المصري، زينب إسماعيل 1990. التطور التاريخي للاستهلاك في الاقتصاد الليبي، بحوث ومناقشات ندوة الاستهلاك في الاقتصاد الليبي. الهيئة القومية للبحث العلمي، منشورات مركز بحوث العلوم الاقتصادية، بنغازي، ص 95-115.
- 13 - المؤسسة الوطنية للسلع التموينية 1975. موجز الكتاب السنوي لمنجزات المؤسسة خلال سنة 1975.
- 14 - الهيئة العامة للمعلومات وللتوثيق 2003. إحصائية حصر تراخيص الأنشطة الاقتصادية، قطاع الإحصاء والتعداد، ليبيا، فبراير.
- 15 - الهيئة العامة للمعلومات والاتصالات. إحصاءات الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لسنة 2003. قطاع الإحصاء والتعداد، ليبيا.
- 16 - الهيئة القومية للبحث العلمي 1992. الأسس العامة لإعادة هيكلة الاقتصاد الليبي (دراسة غير منشورة).

- 17 - حودانه، بن عيسى 1990. المستهلك وإحباطاته في النظم التسويقية. بحوث ومناقشات ندوة الاستهلاك في الاقتصاد الليبي، الهيئة القومية للبحث العلمي، منشورات مركز بحوث العلوم الاقتصادية، بنغازي.
- 18 - مركز بحوث العلوم الاقتصادية 1987. بحث تنظيم الشركات العاملة في المجال الاقتصادي ودراسة أنماط الاستهلاك وتحديد نسب توزيع السلع في بلديات ليبيا، بنغازي، مركز بحوث العلوم الاقتصادية.
- 19 - مجلس التخطيط العام 2000. الخطوط الرئيسية للسياسات التجارية (تقويم الوضع الحالي والسياسات المستقبلية) يوليو.
- 20 - مجلس الوحدة الاقتصادية العربية 1984. دراسة سوق الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى (سابقا). إدارة تنمية التبادل التجاري، عمان، الأردن.
- 21 - مصرف ليبيا المركزي. التقرير السنوي (سنوات مختلفة منذ سنة 1970).
- 22 - وزارة الاقتصاد (سابقا) 1974. دراسات مختارة عن عام 1974، إدارة التخطيط والبحوث.