

الأسواق الشعبية في منطقة ترهونة

"دراسة في الجغرافية الاقتصادية"

د. عبد السلام مفتاح محمد العجيلي د. أبوعائشة الهمالي عمر أمطريق د. عبد الرزاق علي رجب الحاتمي
قسم الجغرافيا، كلية التربية قصر بن قسم الجغرافيا، كلية التربية ترهونة قسم الجغرافيا، كلية التربية ترهونة
غشير/ جامعة طرابلس - ليبيا جامعة الزيتونة - ليبيا جامعة الزيتونة - ليبيا

Abstract

Popular markets are not a past-remained phenomenon. Their existence is based on the affordability of some economic necessities which require such this cyclic pattern of shopping. This is probably the cause of its activity despite of the social and economic changes that Libya in general and Tarhuna in particular have witnessed.

The aim of the research was to shed lights on the necessity of the emergence and development of this pattern of markets in addition to the changes intervened to it. Moreover, the research brought into focus the extent of the pattern's ability for continuity and its impact on the functionality of markets especially that these markets have been affected by civilized progress and high living standards, let alone that their cyclic system permits a kind of economic integration although of their random distribution.

The study recommended the necessity of activating the governmental role in order to increase the concern about other popular markets as a historical and heritage phenomenon by planning and preparing them with services similar to the experience of Alkhadra popular market in Tarhuna.

الملخص

الأسواق الشعبية ليست ظاهرة من بقايا الماضي، بل يستند وجودها على توافر بعض الضروريات الاقتصادية التي تتطلب مثل هذا النمط الدوري من التسوق، ويرجح أن ذلك هو سبب نشاطها رغم التغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي شهدتها ليبيا بصفة عامة ومنطقة ترهونة بصورة خاصة.

استهدف هذا البحث الوقوف على ضرورة نشأة وتطور هذا النمط من الأسواق والتغيرات التي طرأت عليه، ومدى قدرته على الاستمرارية وتأثيره على الدور الوظيفي للأسواق وخاصة أن هذه الأسواق قد تأثرت بالتقدم الحضاري وارتفاع مستوى المعيشة كما أتاح النظام الدوري لها نوعا من التكامل الاقتصادي رغم توزيعها العشوائي.

وقد أوصت الدراسة بضرورة تفعيل الدور الحكومي بزيادة الاهتمام ببقية الأسواق الشعبية كظاهرة تاريخية وتراثية وذلك بتخطيطها وتجهيزها بالخدمات على غرار تجربة سوق الخضراء الشعبي بمدينة ترهونة.

المقدمة

تتسم منطقة ترهونة بانتشار هذا النمط من الأسواق الأسبوعية الشعبية(*)، والتي تتخذ أسماءها من أسماء أيام الأسبوع، والتي جاءت نتاجاً لعدة عوامل لعل أهمها خصائص البيئة الطبيعية، والظروف التاريخية، والتراث الحضاري للمنطقة، وكذلك الظروف الاجتماعية والاقتصادية، ولذلك فإن أهم ما يميز هذه الأسواق هو وجود كافة أنواع المنتجات التي يحتاجها المواطن، مثل: الخضراوات والفواكه والحبوب، وأعلاف الماشية والأبقار، والثمار، والملابس، والحيوانات، ومواد البناء ومستلزماتها، وأيضاً المصنوعات التقليدية التي تعتمد على الفخار والأصواف والجلود، ولا يقتصر دور الأسواق على عملية التسوق، بل إن لها دوراً اجتماعياً أيضاً حيث كان روادها يتبادلون الأخبار فيما بينهم.

من هنا ومع التغيرات التي شهدتها منطقة ترهونة في الوقت الحاضر على الصعيد الإداري والاقتصادي والاجتماعي جاء اختيارنا لهذه المنطقة لكونها لم تحظ بالدراسة الجغرافية الكافية، وفضلاً عن ذلك فإن من دواعي القيام بهذا البحث الوقوف على الظروف العامة التي أدت إلى بروز هذا النمط من الأسواق الشعبية الأسبوعية وتطورها في منطقة ترهونة، وكذلك الإجابة على عدة تساؤلات لعل أهمها: هل يأخذ توزيع الأسواق نمطاً مكانياً منتظماً؟ أم أن للقرارات الشخصية والظروف البيئية دورها في إحداث أحماط مكانية مختلفة؟ وما طبيعة التوزيع الزمني لأوقات انعقاد الأسواق والعوامل المؤثرة فيها؟ ما هي التغيرات التي طرأت على تلك الأسواق سواء من حيث تركيبها السلعي، والتركيب النوعي والعمرى للمتددين عليها؟

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى قدرة الأسواق على الاستمرارية في أداء دورها الوظيفي في ظل التغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي مرت ولا تزال تمر بها مناطق هذه الأسواق.

منهج وأسلوب البحث

لتحقيق تلك الأهداف، اتخذ الباحثون من منطقة ترهونة إطاراً مكانياً للدراسة بصورة عامة، ولسوق الخضراء بالمنطقة للدراسة التفصيلية بصورة خاصة، واستلزم ذلك المزج بين عدة مناهج ومنها المنهج التاريخي لتتبع بعض الحقائق المتعلقة بنشأة الأسواق الشعبية والتغيرات التي طرأت عليها عبر الزمن، إضافة إلى المنهج الاستقرائي من خلال فحص واقع ظاهرة الأسواق الشعبية على مستوى منطقة ترهونة، ومنهج دراسة الحالة من خلال الدراسة التفصيلية التطبيقية لسوق الخضراء بالمنطقة، إضافة إلى الاستعانة ببعض الأساليب لعل أهمها: أسلوب الدراسة الميدانية من خلال استمارات الاستبيان، التي تشكل المصدر الرئيسي لمادة البحث، وأسلوب المعالجة الإحصائية في تحليل البيانات الرقمية وترجمتها كارتوغرافياً لمجموعة من الخرائط والرسوم البيانية.

كما تمت الاستعانة بالعديد من المصادر المنشورة وغير المنشورة، وبعض المراجع الجغرافية والمجلات والدوريات العلمية العربية والأجنبية التي تخدم البحث، إضافة إلى بعض الصور الفوتوغرافية التي أفادت في توضيح جوانب من العلاقات المكانية بسوق الخضراء بالمنطقة.

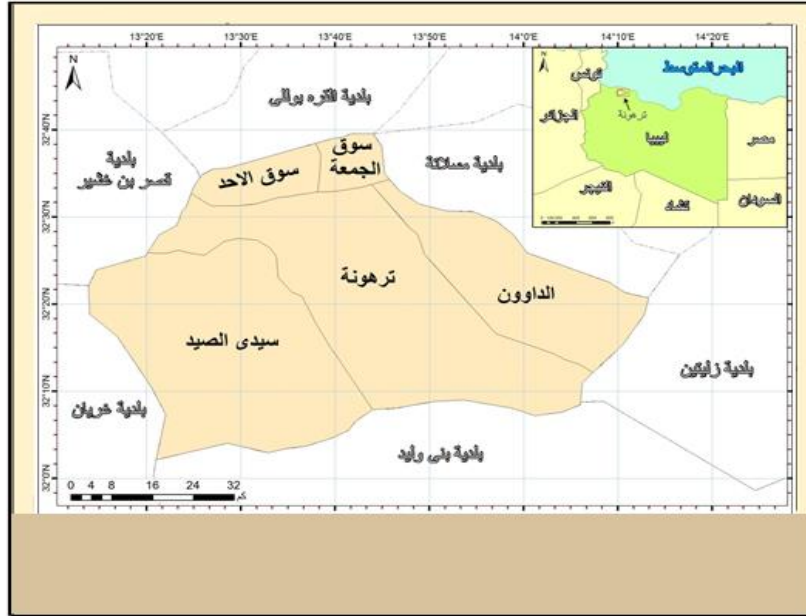
*- الأسواق الشعبية هي أسواق تقليدية تختلف من حيث النظام والتقنين عن الأسواق الرسمية فهي لا تحمل تراخيص أو أذونات مسبقة، وإن نشاطها تلقائي وله علاقة بالسلع التراثية والمواد المرتبطة بالعادات والتقاليد التي وإن تشابهت إلا أنها تختلف من منطقة إلى أخرى.

ويتناول البحث بالدراسة والتحليل النقاط الرئيسية التالية:

أولاً- نشأة وتطور الأسواق الشعبية في منطقة ترهونة:

تقع منطقة ترهونة مكانياً في الجزء الشمالي الغربي من ليبيا، يحدها من الشمال بلدية القره بوللي، وجنوباً بلدية بني وليد، ومن الشرق بلديتي مسلاته وزليتن، ومن الغرب بلديتي قصر بن غشير وغريان، وفلكياً تقع بين دائرتي عرض (32°0) و (38.32°0) شمالاً، وخطي طول (13.15°0) و (14.15°0) شرقاً، خريطة (1)، وهي بذلك تستحوذ على مساحة بلغت (3820 كم²)⁽¹⁾، ذات مظاهر طبيعية مختلفة، وتضم مناطق قروية وحضرية عديدة أهمها: (مدينة ترهونة) المركز الإداري للبلدية وعدة قرى أخرى هي (سيدي الصيد، وسوق الأحد، وسوق الجمعة، والداوون، والخضراء)، حيث تضم هذه التجمعات أعداداً كبيرة من السكان(*)، الذين يتوزعون على كل هذه المساحة وخاصة الجزء الشمالي منها الذي يتميز بموارده الطبيعية الجيدة مقارنة بالجزء الجنوبي.

خريطة (1) موقع منطقة الدراسة



المصدر: إعداد الباحثين استناد إلى (مصلحة المساحة، الأطلس الوطني، 1978م).

تتسم الأسواق كظاهرة جغرافية بالانتشار في كثير من مناطق العالم وخاصة في الدول النامية التي تسود بها ظروف اقتصادية واجتماعية وسكانية معينة، فسيادة نمط الزراعة المعاشية (Skinner, G.W., 1964, p.11)، وانخفاض الكثافة السكانية في بعض المناطق (Bromely, R.J., 1971, P.129)، أو الرغبة في إشباع حاجات التبادل التجاري بين الأقاليم المتباينة في الإنتاج (Eighmy, T.H., 1972, p.300)، وضعف القوة الشرائية لدى السكان (فايز غراب 1994م،

1- تم حساب المساحة باستخدام برنامج (Arc Gis 10.2).
*- بلغ عدد سكان منطقة ترهونة حسب التعداد العام للسكان عام 2006م (131692) نسمة.

ص 199)؛ كانت من أهم أسباب قيام نظام الأسواق الدورية الأسبوعية، كما أن التنافس بين القبائل ورغبة كل قبيلة في إنشاء سوق خاص بها، تجعل للأسباب الاجتماعية دوراً مهماً في تفسير بقاء بعض الأسواق بالرغم من ضعف العوامل الاقتصادية التي أدت إلى ظهورها.

وعلى الرغم من أن كل بيئة تصبغ أسواقها بصبغتها الخاصة، إلا أن الأسواق كظاهرة جغرافية تشترك في العديد من السمات والوظائف، فالدورية سمة أساسية حيث التقاء الباعة والمتسوقين بصورة دورية في أماكن معينة (غالباً مناطق مفتوحة) وفقاً لترتيب زمني معلوم لكل الأطراف، قد يكون أسبوعياً كما هو الحال في الدول الإسلامية، أو كل يومين أو عدد من الأيام. (نعيمه السبيعي، 2000م، ص 103)

لقد نشأت الأسواق الدورية الأسبوعية في منطقة ترهونة، في ظل نظام قبائلي شأها في ذلك شأن كل الأسواق الأسبوعية في ليبيا، لذا فإنه من المتوقع أن تحصر كل قبيلة على إنشاء سوق على بقعة من أراضيها تتوافر فيها شروط معينة كسهولة وصول المتزدين إليه.

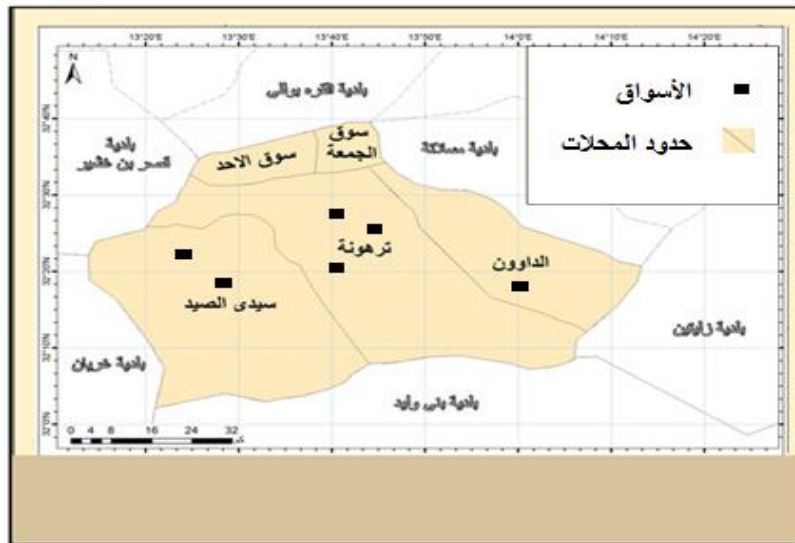
ويبلغ عدد الأسواق الشعبية القائمة بمنطقة ترهونة ستة أسواق تعقد على مدار أيام الأسبوع وهذا ما يوضحه الجدول الآتي:

جدول (1) الأسواق الشعبية في منطقة ترهونة عام 2020م

السوق	يوم انعقاده	المحلة
الداوون	السبت	الداوون
سوق الأحد (ترهونة)	الأحد	ترهونة
ترهونة	الاثنين	ترهونة
سيدي الصيد	الثلاثاء	سيدي الصيد
الخضراء (ترهونة)	الأربعاء	ترهونة
مجي	الجمعة	سيدي الصيد

المصدر: إعداد الباحثين من واقع الدراسة الميدانية.

خريطة (2) الأسواق الشعبية بمنطقة الدراسة



المصدر: من عمل الباحثين باستخدام برنامج (Arc Gis 10.2).

ولقد مرت الأسواق الشعبية بمنطقة الدراسة بمرحلتين تاريخيتين يمكن توضيحهما على النحو التالي:

المرحلة الأولى:

رغم عدم توفر الدراسات والمعلومات الكافية لمعرفة بدايات هذه المرحلة إلا أنها وبدون شك لا تختلف كثيراً عن بداياتها في المناطق المختلفة من العالم، سواء في الوطن العربي أو العالم الإسلامي، أو باقي دول العالم، ولعل الاختلاف يقتصر على أسلوب التعامل ونوعية السلع والمعروضات، وقد يمكننا الإشارة على سبيل المثال إلى أثر الأسواق التركية إبان العصر العثماني ثم مرحلة الاستعمار الإيطالي والبريطاني إذ أن ملامح التجارة في تلك الفترات قد خلفت أثارها إلى وقتنا الحاضر فالتشابه لا يزال موجوداً حيث تنتشر الأسواق الشعبية في كل هذه الدول ولها متسوقها ومحبيها من حيث أن الغالبية من أبناء الشعب خاصة من ذوي الدخل المحدود يفضلونها على غيرها، ولعل أهم ملامح هذه الأسواق بما في ذلك أسواق ترهونة أن يوم الأحد كان ولا يزال منذ عشرات السنين سوق شعبي وأن التعامل كان بالمقايضة فالمواطن الليبي كان يتحصل على حاجاته مقابل البيض أو الدجاج أو الخراف، كما أن التسوق كان يعتمد أساساً على المنتجات المصنوعة يدوياً لعدم وجود مصانع، أضف إلى ذلك فإن الهدف من الحصول على المواشي كان لغرض العمل عليها والتنقل بها، وليس فقط للأكل أو الترفيه كما هو الحال حالياً، وأخيراً لا بد من الإشارة إلى أن لهذه الأسواق طقوس معينة وعادات يجب الالتزام بها بدأ من الملابس التي يرتديها المتسوقون إلى تجمعاتهم لشرب الشاي بالبقول السوداني (الككاوية)، إلى المنافسة في ألعاب الخريقة واستغلال الوقت للإعلان عن مناسبات الأفراح وغيرها، كما أن هذه الأسواق كانت فرصة للإبلاغ عن السلع المفقودة من أصحابها مقابل بشارة تقدم لما يعرف في ذلك الوقت بالبراح^(*).

المرحلة الثانية:

بدأت هذه المرحلة في أوائل السبعينيات من القرن العشرين ولا زالت مستمرة حتى وقتنا الحاضر (2020م) وقد شهدت هذه المرحلة الكثير من المتغيرات على الصعيد الإداري والاقتصادي والاجتماعي ألقت بضلالها على أسواق المنطقة بصورة عامة ومدينة ترهونة بصورة خاصة.

من أبرز ملامح هذه المرحلة ربط المنطقة بشبكة من الطرق مما أدى إلى مرونة في حركة السلع والأفراد، كما تمخضت عنها في العشر سنوات الأخيرة عدة تغيرات كان لها أكبر الأثر على خريطة الأسواق في المنطقة، مما أدى إلى انتقال مواقع الأسواق أكثر من مرة حيث استقر بعضها داخل الكتل السكنية، وأخرى خارج التجمعات العمرانية أو على أطرافها وفقاً لامتداد شبكة الطرق التي تسهم في حركة المترددين على الأسواق.

تحول مواضع بعض هذه الأسواق إلى سوق يومية دائمة مع الاحتفاظ بقمة النشاط التسويقي لها يوم الانعقاد الأسبوعي والمتعارف عليه لدى الناس.

* - البرّاح هو ذلك الشخص الذي يقوم بدور الإعلان عن المواد أو النقود الضائعة من أصحابها يوم السوق مقابل منحه هدية يطلق عليها البشارة.

ونظراً لما تحظى به منطقة الدراسة من ثقل سكان فقد تركزت فيها العديد من الأسواق التي تقدم خدماتها ليس فقط لسكان المنطقة، بل وتمتد إلى المناطق المجاورة؛ نظراً لما تتميز به من تنوع سلعها جعلها تقوم بدوراً مكماً أحياناً، ومنافساً أحياناً أخرى للأسواق الشعبية، وخاصة في بعض السلع الحضرية الحديثة (كالأدوات المنزلية والمنظفات وغيرها)، وكذلك بعض السلع اليدوية التي تتميز بها مثل مثل عسل النحل، والسمن البلدي والنباتات والأعشاب الطبية.

لقد كان لوجود ينابيع المياه الطبيعية المعروفة بالشرشارة في منطقة ترهونة، صورة (1)، ولا يزال لها أثراً بالغاً في جلب الزوار إليها للترفيه والترويح، وللمتسوقين من خارج المنطقة وداخلها، حيث يقضون ليلتهم بها في انتظار يوم السوق المحدد في اليوم التالي، وقد ارتبط ذلك بحركة التجارة، وتبادل المعلومات، وعقد الصفقات بين أهالي المنطقة وغيرهم من الوافدين، هذا إلى جانب ما تخلفه هذه اللقاءات من حكايات شعبية، وذكريات يتوارثها الأجداد عن الآباء والأجداد.



صورة (1) الشرشارة بمنطقة ترهونة

ثانياً- الخصائص المكانية والزمنية لتوزيع الأسواق الشعبية

أ- الخصائص المكانية:

يتوقف قيام أي سوق دوري ومدى نجاحه على ما يتوفر له من مزايا بيئية يرتبط جانب منها بالموضع (SITE) الذي يقوم عليه السوق، وما تقدمه الظروف البيئية الطبيعية والبشرية من مقومات للثروة الزراعية والرعية، وتوافر حجم سكاني كبير ومكان مناسب لإقامة موقع السوق، والجانب الآخر يرتبط بالموقع (SITUATION)، والمزايا الموقعية المرتبطة بتسهيلات النقل وإمكانية الوصول بين شبكة الأسواق بسهولة، ومدى ارتباط موقع السوق بشبكة الطرق وتنوعها والوقوع في منطقة مركزية، هذا بالإضافة إلى موقع السوق نفسه بالنسبة إلى مواقع الأسواق الأخرى، وقدرته على اجتذاب حركة تدفق السلع والرواد أكثر من غيره. (مسعد بحيري، 1992م، ص186).

ب- الخصائص الزمنية لتوزيع الأسواق الشعبية:

تحدد دورية الأسواق وفقاً لعدة عوامل مختلفة، تأتي العوامل الجغرافية في مقدمتها، وتتفاوت الدورية تبعاً لاختلاف المجتمعات والبيئات وخصائصها، فعلى سبيل المثال لا الحصر، تختلف الدورية من إقليم لآخر في الصين، حيث توجد أسواق تعقد كل عشرة أيام، وأسواق كل سبعة أيام، وكل اثني عشر يوماً وكل ستة أيام (Berry, 1967, pp. 95-96).

جدول (2) تحليل الجار الأقرب للأسواق الدورية بمنطقة ترهونة عام 2020م

البيان المحلة	عدد الأسواق	عدد الوصلات	أطوال الوصلات	المسافة الفعلية كم	كثافة الأسواق سوق/كم ²	المسافة النظرية كم	الجار الأقرب (*)
ترهونة	3	3	13	4.3	0.40	0.78	5.51
سيدي الصيد	2	2	6	3	0.37	0.81	3.70
الداوون	1	1	8	8	0.76	0.57	14.0
جملة	6	6	27	4.5	0.46	0.73	6.16

(*) تم حساب الجار الأقرب بالمعادلة الآتية: الجار الأقرب = المسافة الفعلية ÷ المسافة النظرية.

ويتحقق أقصى تناسق إذا كان الناتج = 2.1491، حيث: متوسط المسافة الفعلية (ف.أ) = مج ف/ن

= مجموع المسافات الفعلية بين أقرب المحلات ÷ عدد المسافات

المسافة النظرية = $2 \div 1 \sqrt{k}$ حيث ك = عدد الأسواق ÷ المساحة

انظر: عبد القادر عبد العزيز علي، الإحصاء والكمبيوتر في معالجة البيانات الاجتماعية عامة والجغرافية خاصة، دار الجامعة للطباعة الحديثة، 1984م، ص ص 206-208.

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

بلغ مجموع عدد الأسواق ببلدية ترهونة ستة أسواق شعبية، وقد بلغت عدد الوصلات الرئيسية ست وصلات، مع بيان مسافة هذه الأسواق الفعلية 4.5 كم، ومسافتها النظرية 0.73 كم مما يدل على وجود تناسق حسب الناتج الموضح في المعادلة وهو 2.14.

استحوذت محلة ترهونة لوحدها على نصف عدد هذه الأسواق والتي بلغت ثلاثة أسواق شعبية وبلغ طول وصلاتها 13 كم، وبمسافة فعلية 4.3 كم، أما كثافتها فقد بلغت 0.40 كم²، وبلغت المسافة الفعلية والنظرية (4.3 كم، 0.78 كم على التوالي)، وبما أن محلة ترهونة تضم مركز المدينة فهذا يفسر استحوادها على معظم الأسواق الشعبية.

جاءت محلة سيدي الصيد في المركز الثاني بعد ترهونة بواقع سوقين بلغ أطوال وصلتهما 6 كم، وبلغت المسافة الفعلية والنظرية 3 كم، 0.81 كم على التوالي، أما عن كثافة السوقين فبلغت 0.37 كم².

جاءت محلة الداوون بالمركز الأخير بواقع سوق واحد فقط أسبوعياً بلغت مسافته الفعلية 8 كم، والمسافة النظرية 0.57 كم وهي تعد المحلة الأبعد عن مركز المدينة.

وتشكل الأسواق الشعبية بمنطقة ترهونة حلقة مغلقة (نظرياً) تغطي معظم أيام الأسبوع وحيث تنفق في موعد النشاط اليومي لكل سوق والذي يبدأ عادة بعد صلاة الصبح مباشرة إلا أنها تختلف في عدد ساعات الانعقاد اليومي، متأثرة بفصول السنة.

ويشمل النظام الدوري للأسواق في منطقة ترهونة على بعض الخصائص التي من شأنها تسهيل عملية تبادل السلع، حيث لا توجد أسواق تتزامن في يوم انعقادها، كما أن عامل المسافة بين الأسواق المتقاربة مكانياً والمتباعدة زمنياً، تتيح للباعة المتجولين التردد على الأسواق التي يتحقق معها أفضل عائد اقتصادي لهم، وتفادي الأسواق التي تقع على مسافة بعيدة عن مناطق إقامتهم.

جدول (3) متوسط التباعد بين الأسواق الأسبوعية الشعبية بمنطقة ترهونة

البيان المحلة	عدد الأسواق	المساحة كم ²	المساحة / عدد الأسواق	متوسط التباعد كم
ترهونة	3	7.4	2.46	1.68
سيدي الصيد	2	5.3	2.65	1.75
الداوون	1	1.3	1.3	1.22
جملة	6	14	2.3	1.62

المصدر: نتائج الدراسة الميدانية، المساحة من حساب الباحثين.

$$\text{تم حساب معادلة التباعد س} = 1.0746 \sqrt{\text{م/ع}}$$

ويحقق الثابت 1.0746 افتراضي التباعد في شكل سداسي منتظم. م = المساحة، ع = عدد الأسواق

انظر: صلاح عبد الجابر عيسي، جغرافية العمران الريفي، دراسة تطبيقية على مركز رشيد، رسالة ماجستير منشورة، النهضة المصرية، القاهرة، 1982، ص 105.

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

بلغ متوسط التباعد ببلدية ترهونة بشكل عام 1.58 كم، وتبين أن محلة سيدي الصيد تختص بأكبر متوسط للتباعد بين الأسواق الأسبوعية بلغ 1.75 كم، هذا لأنها تعد أقل أسواقاً من محلة ترهونة مع اتساع مساحتها مقارنة بسوقها.

جاءت محلة ترهونة في المركز الثاني من حيث متوسط التباعد بين الأسواق الشعبية ولقد بلغ 1.68 كم، ويرجع ذلك لكثرة عدد الأسواق بما مقارنة بالأولى رغم اتساع مساحتها.

بلغ متوسط التباعد بين الأسواق بمحلة الداوون 1.22 كم.

على الرغم من أن الأنماط المكانية للأسواق الشعبية بمنطقة ترهونة تأخذ نمطاً عشوائياً، إلا أنه مع تمتع بعض الأسواق بمزايا موقعية، خاصة في ظل التوسع في شق الطرق المرصوفة والتطور في وسائل النقل؛ جعل المسافة إليها أقصر وأقرب من حيث الزمن، كما أتاح النظام الدوري للأسواق توافر نوع من التكامل الاقتصادي ومرونة لحركة التبادل التجاري سواء داخل المنطقة أو بينها وبين الأقاليم المجاورة، بهدف تصريف الفائض من الإنتاج المحلي، أو باستقبال السلع المستوردة لتلبية احتياجات المستهلكين من سكانها، وهو ما يعكس أهمية استمرارية هذا النمط من الأسواق الأسبوعية الشعبية في أداء دورها الوظيفي، ويمكن الوقوف على ذلك بشيء من التفصيل من خلال الدراسة التفصيلية لسوق الخضراء الشعبي.

ثالثاً- الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للأسواق الشعبية بمنطقة ترهونة

للأسواق الشعبية بشكل عام أهمية اقتصادية واجتماعية كبرى من حيث أن العوامل والأنشطة الاقتصادية هي مقياس النمو والتطور الحضري في أي مجتمع حضري أو ريفي، كما أن للعوامل الاجتماعية أثرها البالغ في إحداث الترابط والتماسك بين أبناء المنطقة الواحدة، ومن هنا تمثل الأسواق الشعبية المكان المفضل لأبناء القبائل لترويج وتبادل تجارهم، ولتوثيق أواصر العلاقة بينهم، ومن هذا المنطلق تزداد أهمية هذه الأسواق بمنطقة ترهونة على وجه الخصوص فهي ذات تاريخ حافل في مجال الزراعة، والرعي، وتربية الحيوانات، وصلاحية أراضيها الخصبة لنمو الأشجار المثمرة، صورة (2)، (3) ولعل اهتمام المستعمر الإيطالي بهذه المنطقة كان مميزاً؛ بسبب تضاريسها، وغزارة الأمطار وتوفر المناخ المناسب للإنتاج، ومن ثم التسوق والتواصل الاجتماعي المباشر بين أبناء المنطقة، ولذلك فقد شهدت السنوات الأخيرة فتح المزيد من الطرق، وتقديم كل الخدمات بهدف الحفاظ على هذا الموروث المرتبط بالعوامل الاقتصادية والاجتماعية بترهونة.



صورة (3) مزرعة لوز بسوق الجمعة



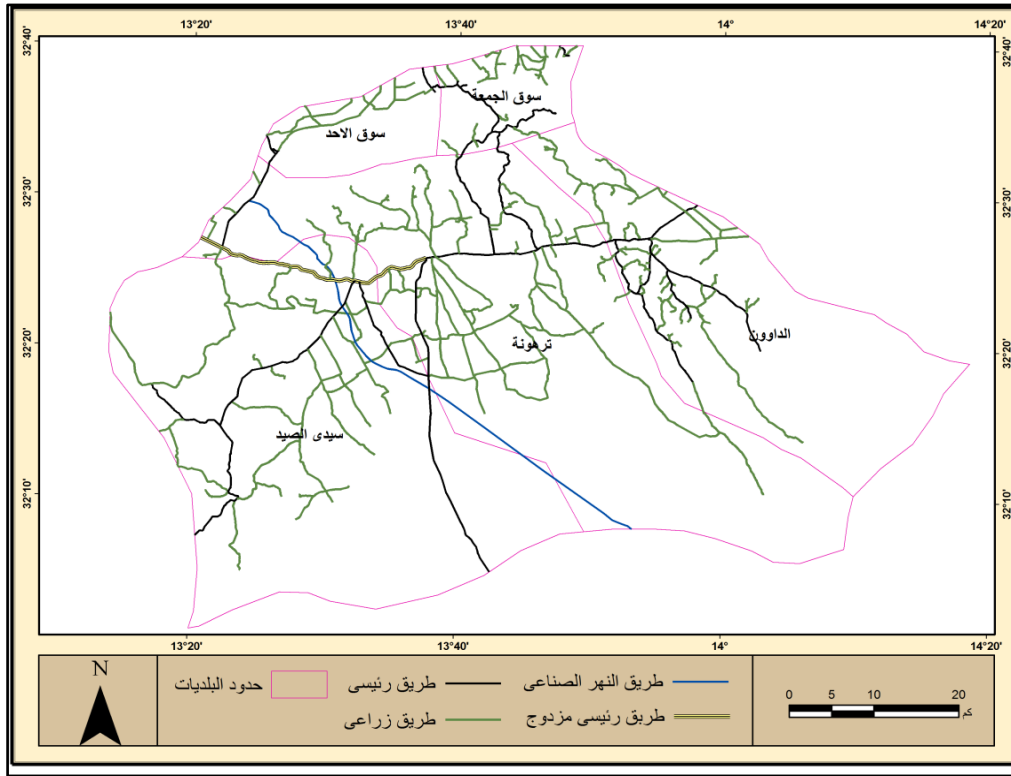
صورة (2) مزارع زيتون بالخضراء.

رابعاً- طرق ووسائل النقل وأثرها في إقليم السوق

تعد شبكة الطرق بدرجاتها المختلفة، ووسائل النقل بأنواعها أكثر العوامل تأثيراً في إقليم السوق، فمع توافرها ومرونتها وملاءمتها لنقل السلع بأنواعها وأحجامها المختلفة بصورة اقتصادية، يتسع نفوذ إقليم السوق، كذلك تعطي وسائل النقل المستخدمة في أيام الأسواق مؤشراً حقيقياً عن مراتب الأسواق، وكذلك حجم الحركة التسويقية الوافدة إلى السوق. (صبري حمد، 2001م).

وتمتد بمنطقة ترهونة شبكة من الطرق المعبدة بلغت مجموع أطوالها (1141 كم) منها (313 كم) طرق رئيسية و(828 كم)⁽¹⁾، طرق زراعية والتي تخدم وتربطها بالطرق الرئيسية المعبدة التي تتصل جميعها بمدينة ترهونة.

خريطة (3) شبكة الطرق بمنطقة ترهونة



المصدر: من عمل الباحثين باستخدام برنامج (Arc Gis.10.2) استناداً إلى المرئية الفضائية (Spot 5)، لسنة 2015م.

1- من عمل الباحثين باستخدام برنامج (Arc Gis.10.2) استناداً إلى المرئية الفضائية (Spot 5) لسنة 2015م.

خامساً- سوق الخضراء الشعبي

الملاح العامة لمنطقة الخضراء

كانت هذه المنطقة ومازالت مركزاً زراعياً مميزاً في زراعة الزيتون واللوز والكروم وكذلك الرعي، وهي كذلك على مر العصور، فهذه المعاصر المنتشرة في محيطها ومركزها والتي ترجع إلى ما قبل الميلاد، وهي بقايا معاصر رومانية كانت تستخدم في عصر الزيتون الذي كانت ومازالت تشتهر به المنطقة، صورة (4).

واستمرت مركزاً زراعياً حتى جاءها الإيطاليون، فوجدوا من تربتها الرملية والرملية المحمرة والقرفية وبأمطارها الجيدة حوالي (260 ملم/ سنة)، بيئة مناسبة للاستقرار الزراعي والعمراني، فأقاموا أكبر مزارع الزيتون في شمال غرب ليبيا في أجزاء من قرية الخضراء حتى ترهونة المركز وغربها، وتوسعوا أكثر من ذلك حيث أقاموا العديد من معاصر الزيتون وصوامع التخزين والمخازن المختلفة والحظائر، إلى جانب استقرارهم وسكنهم فيها، فأقاموا الكثير من المباني السكنية والكنائس والملحقات الأمنية والترفيهية كالساحات والملاعب، والتي مازالت شاهدة على هذا التحول الكبير، وبما أن بيئة الخضراء زراعية بامتياز فقد استقر فيها السكان الأصليون منذ أكثر من (150) سنة، تدرجت فيها أنواع مساكنهم وشكلها وحجمها من بيوت الشعر إلى المغارات والكهوف إلى مباني الطين ومن ثم المباني الحديثة (العصرية)، وهي تشمل محلي (الخضراء وترغلات) ويتميز العمران السكاني فيها بالتوزيع والانتشار على كامل مساحتها حتى ستينيات القرن الماضي، حيث بدأت تتشكل نويات التركز القروي أو الحضري على أطلال الاستعمار الإيطالي، وبدأت تأخذ طابع الالتصاق والتمركز إلى نقطة واحدة، وبدأت تظهر فيها تنوعات من العمران الريفي (الخدمي والتجاري والسكاني والتعليمي والصناعي والصحي ... إلخ).

صورة (4) نماذج معاصر زيتون رومانية بالمنطقة



الملاح العامة للمتريدين (المتسوقين) إلى سوق الخضراء الشعبي

يعد التعرف على صفات المتسوقين المتريدين على الأسواق الدورية، ودراسة آرائهم وسلوكيات التسوق لديهم، من الأمور الأساسية لتقييم مدى أهمية الوظائف التي تقوم بها الأسواق في الوقت الحاضر، كما أنها تسهم في التنبؤ بمستقبل هذه الأسواق، لاسيما في ظل التغيرات الاقتصادية الراهنة، والزيادة المتنامية في أعداد وأحجام الأسواق اليومية.

وقد أفادت بعض الدراسات أن لخصائص المتسوق العمرية والجنسية وحالته التعليمية ومستواه الاقتصادي ومنزلته الاجتماعية، وانطباعه عن المراكز العمرانية المختلفة دوراً في اختياره لأماكن التسوق وفي تفسير سلوكيات التسوق لديه (Rushton, et. Al., 1967, pp. 380-400, Berry, 1967, pp. 85-89, Akerman, 1975, pp. 36-47).

كما أن لموقع القرى ولاختلاف أماكن العمل عن أماكن السكن ودرجة الرضى عن ما يتوفر في قرى المتسوقين أثره في التسوق (Pinkerton, et. al., 1995, pp. 467-480)، وقد أمكن الوقوف على بعض خصائص المترددين على سوق الخضراء الشعبي من خلال تحليل استمارة الاستبيان.

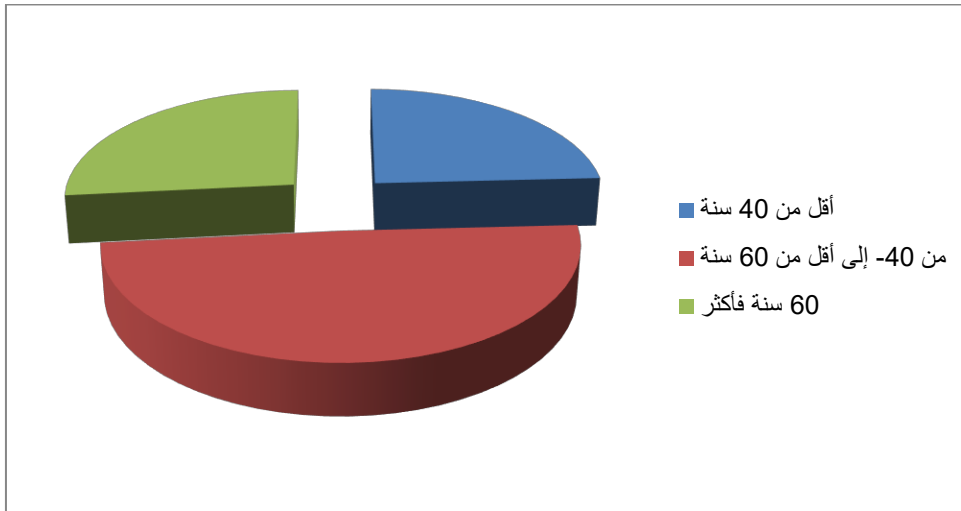
من خلال الزيارات الميدانية المتكررة لسوق الخضراء نلاحظ أنه مكتظ بالمتسوقين بشكل كبير كونه يقع على الطريق الرئيسي بالمنطقة ويكاد يتوسطها وكذلك ينتشر حوله أكثر المناطق الريفية ذات الانتشار العمراني الواسع، وتتفاوت نسب فئات المتسوقين العمرية وهذا ما يوضحه الجدول الآتي:

جدول (4) التوزيع النسبي لفئات المتسوقين العمرية بسوق الخضراء

النسبة	العدد	البيان
24.2	29	أقل من 40 سنة
49.2	59	من 40- إلى أقل من 60 سنة
26.6	32	60 سنة فأكثر
100	120	جملة عينة الدراسة من المتسوقين 120

المصدر: إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج الدراسة الميدانية وتحليل استمارة الاستبيان.

شكل (1) التوزيع النسبي لفئات المتسوقين العمرية بسوق الخضراء الشعبي



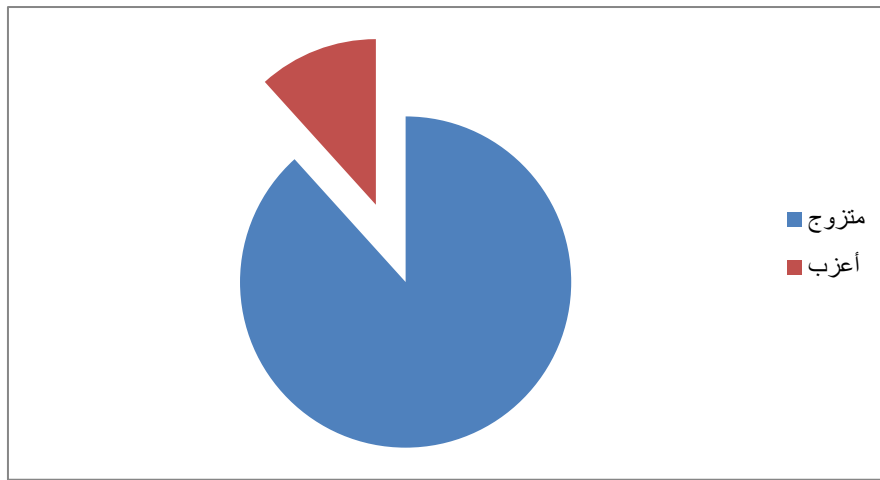
يمتد أثر البعد التاريخي والاجتماعي للسوق على التركيب العمري لعينة المتسوقين، إذ استأثرت الفئة العمرية من 40 إلى أقل من 60 عاماً ما يقرب من نصف حركة المتسوقين، تليها الفئة الأكبر سنّاً 60 عاماً فأكثر والتي بلغت 26.6%، ويرجع ذلك لكونهما من الأجيال التي عايش الكثير منها الدور الاقتصادي والاجتماعي للسوق قبل انتشار الأسواق اليومية والمراكز التجارية الحديثة.

جدول (5) الحالة الاجتماعية لفئات المتسوقين بسوق الخضراء

النسبة	العدد	البيان
88.3	106	متزوج
11.7	14	أعزب
100	120	جملة عينة الدراسة من المتسوقين 120

المصدر: إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج الدراسة الميدانية وتحليل استمارة الاستبيان.

شكل (2) الحالة الاجتماعية لفئات المتسوقين بسوق الخضراء



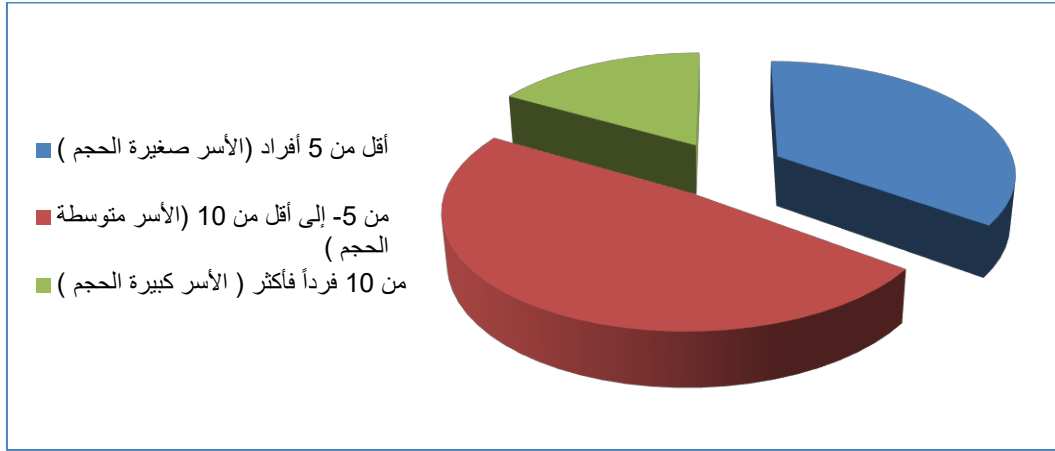
أما عن الحالة الاجتماعية لفئات المتسوقين المترددين على السوق فإن فئة المتزوجين تشكل الجانب الأكبر من عينة الدراسة (88.3%)، وهو ما يعكس أهمية السوق الاقتصادية بالنسبة لبعض الأسر، حيث يتاح لها الحصول على بعض السلع من المنتجين مباشرة دون دخول وسطاء بأسعار أقل، وخاصة في ظل انتشار نمط الأسر كبيرة الحجم، حيث نلاحظ أن الأسر متوسطة الحجم (5 إلى أقل من 10) قرابة نصف العينة، بينما شكلت فئة الأسر الأقل من 5 أفراد ما نسبته 35% من مجموع أفراد العينة، وهذا ما يوضحه الجدول (6) والشكل (3).

جدول (6) التوزيع النسبي لحجم الأسرة لفئة المتسوقين بسوق الخضراء

النسبة	العدد	البيان
35	42	أقل من 5 أفراد
48.3	58	من 5- إلى أقل من 10
16.7	20	من 10 فأكثر
100	120	جملة عينة الدراسة من المتسوقين 120

المصدر: إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج الدراسة الميدانية وتحليل استمارة الاستبيان.

شكل (3) التوزيع النسبي لحجم الأسرة لفئة المتسوقين



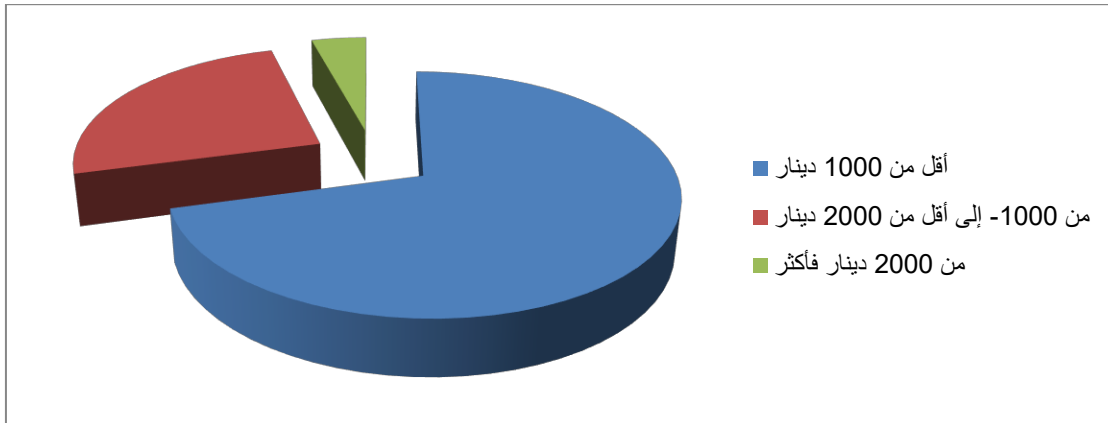
لا شك أن تحسن مستوى الدخل وما يصاحبه من زيادة في القوة الشرائية للسكان يساعد على تعزيز المركز الاقتصادي للسوق، فعلى مستوى عينة الدراسة من المتسوقين، شكلت فئة الدخل (الأقل من 1000 دينار)، الجانب الأكثر انتشاراً 70.8% من عينة الدراسة يليها فئة متوسطي الدخل من (1000 إلى أقل من 2000)، والتي اختصت بنحو 25% من عينة الدراسة مقابل 4.2% فقط لفئة الدخل الشهري المرتفع.

جدول (7) التوزيع النسبي لفئات الدخل للمتسوقين بسوق الخضراء

النسبة	العدد	البيان
70.8	85	أقل من 1000 دينار
25	30	من 1000 - إلى أقل من 2000 دينار
4.2	5	من 2000 فأكثر
100	120	جملة عينة الدراسة من المتسوقين 120

المصدر: إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج الدراسة الميدانية وتحليل استمارة الاستبيان.

شكل (4) التوزيع النسبي لفئات الدخل للمتسوقين بسوق الخضراء



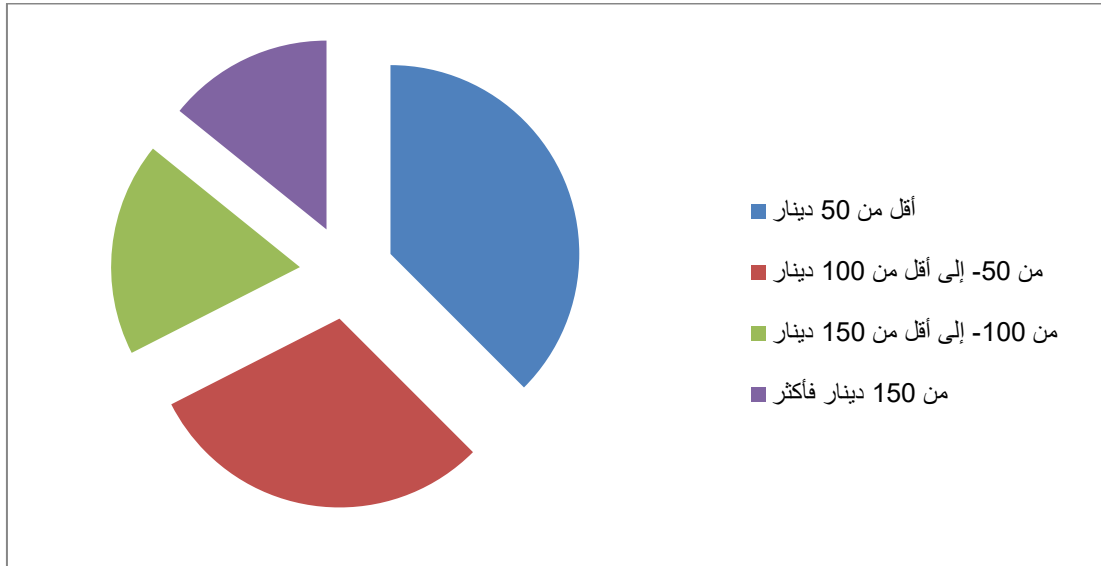
كما أن معدل الإنفاق في كل زيارة للسوق يعكس مدى ما يلبيه السوق من احتياجات المتسوقين والتي في مجملها تعد من الحاجيات الأساسية، ويمكن استنباط ذلك من خلال قيمة الإنفاق لدى كل متسوق، حيث تعد نسبة الإنفاق الأقل من 50 دينار هي الأكثر بالنسبة لأفراد العينة والتي سجلت 37.5%، من مجموع أفراد العينة، بينما انخفضت هذه النسبة إلى ما دون ذلك في الإنفاق الأقل من 100 دينار لتسجل 30%، من جملة أفراد العينة، في حين انخفضت نسبة الإنفاق الأكبر والتي تفوق 100 دينار أو قد تتعدى 150 دينار لتسجل 18.3% و 14.2% على التوالي، والتي عادة ما ينفرد بها أصحاب الدخل المرتفع.

جدول (8) التوزيع النسبي لمعدل الإنفاق لفئات المتسوقين بسوق الخضراء

النسبة	العدد	البيان
37.5	45	أقل من 50 دينار
30	36	من 50 - إلى أقل من 100 دينار
18.3	22	من 100 - إلى أقل من 150
14.2	17	من 150 فأكثر
100	120	جملة عينة الدراسة من المتسوقين 120

المصدر: إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج الدراسة الميدانية وتحليل استمارة الاستبيان.

شكل (5) التوزيع النسبي لمعدل الإنفاق لفئات المتسوقين بسوق الخضراء



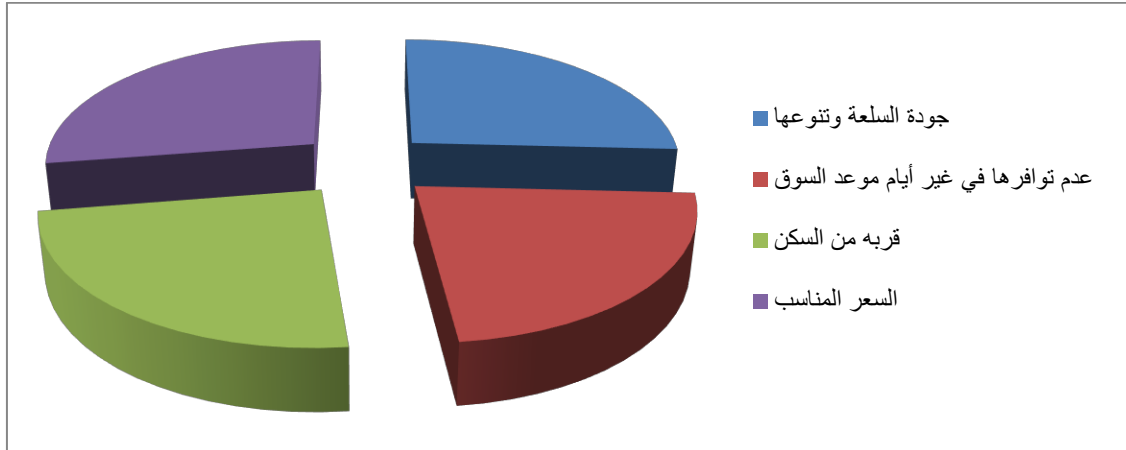
تعددت أسباب تفضيل عينة الدراسة من المتسوقين للحضور إلى سوق الخضراء الشعبي والتسوق منه وهذا ما يوضحه الجدول الآتي:

جدول (9) التوزيع النسبي لأسباب تفضيل المتسوقين لسوق الخضراء

النسبة	العدد	أسباب التفضيل
25.8	31	جودة السلعة وتنوعها
22.5	27	عدم توافرها في غير أيام موعد السوق
24.2	29	قربه من السكن
27.5	33	السعر المناسب
100	120	جملة عينة الدراسة من المتسوقين 120

المصدر: إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج الدراسة الميدانية وتحليل استمارة الاستبيان.

شكل (6) التوزيع النسبي لأسباب تفضيل المتسوقين لسوق الخضراء



يتضح من خلال الجدول السابق أن مجمل الأسباب المذكورة تعد ذات أهمية بالنسبة للمتسوقين، وخاصة أنها تكاد تقترب نسبياً من بعض؛ نتيجة لما يتميز به السوق من جودة في السلع المعروضة به وخاصة المنتجات المحلية والمستوردة التي قد لا تتوفر بهذا السوق، وقرب السوق بالنسبة لعدد كبير من سكان المنطقة، وتميزه بأسعار البضائع المناسبة لأغلب المتسوقين.

مشكلات السوق

هناك العديد من المشكلات التي تواجه رواد سوق الخضراء يمكن حصرها في النقاط الآتية:

- 1- القصور في بعض الخدمات، حيث يفتقر السوق إلى مصدر لمياه الشرب، ومطعم شعبي لتقديم الوجبات والمشروبات الساخنة^(*)، ووحدة لإسعاف الحالات المفاجئة، هذا إلى جانب نقص خدمات النظافة، والتخلص من النفايات التي يخلفها السوق، وكذلك المشكلات الناجمة عن تجمع مياه الأمطار، وغياب الصرف الصحي للمياه.
- 2- رغم اتساع المساحة المخصصة لانتظار السيارات خارج السوق، إلا أنّ تراحم الباعة الجوالين على جوانب الممر الرئيسي للسوق يتسبب في عرقلة حركة السيارات باتجاه الأماكن المخصصة لها وما يصاحبها من اختناقات مرورية.
- 3- انتشار ظاهرة التسول خاصة من الجنسيات الوافدة وما لها من آثار نفسية واجتماعية على المحتاجين من أبناء المنطقة وتشجيعهم على ممارسة هذه الظاهرة.
- 4- المتاجرة ببعض السلع المسروقة من جهات أخرى في ظل عدم وجود رقابة ومتابعة كافية خاصة من الباعة الجواله.
- 5- رخص أسعار بعض السلع قد يكون مرتبط بفسادها أو انتهاء صلاحيتها.

الختامه

أسفرت الدراسة النظرية للأسواق الشعبية في منطقة ترهونة والتطبيقية لسوق الخضراء الشعبي عن العديد من النتائج لعل أهمها: تعدد الأسواق الشعبية بالمنطقة أتاح فرصة للقاء المتسوقين مع بعضهم البعض وهو ما زاد من الدور الاجتماعي والثقافي لهذه الأسواق إلى جانب دورها الاقتصادي.

أتاح النظام الدوري للأسواق الشعبية بمنطقة ترهونة توفر نوع من التكامل الاقتصادي، ومرونة حركة التبادل التجاري بداخلها أو بينها وبين الأقاليم المجاورة؛ وهو ما يعكس أهمية استمرارية هذا النمط من الأسواق في أداء دورها الوظيفي. إن توسط سوق الخضراء بلدية ترهونة ووقعه على الطريق الرئيسي مع وجود طرق زراعية متفرعة عنه ساهم في كثرة عدد المترددين عليه.

إن نوعية التربة الخصبة بالمنطقة ساعد على وجود المنتجات الزراعية، وبالتالي زيادة الإقبال عليها.

امتداد مجال النفوذ الفعلي لسوق الخضراء إلى خارج بلدية ترهونة عامة وخاصة البلديات المجاورة لها، انعكس ذلك على مصادر إمداده بالسلع والمترددين حجماً وكماً.

ساهم وجود الأسواق الشعبية بشكل دوري بالمنطقة في المساعدة على تسويق الإنتاج المحلي مباشرة بين المنتج والمستهلك دون وسيط وبأسعار مناسبة.

(*) أقرب مطعم على بعد 400 متراً.

من خلال تحليل استمارة الاستبيان تبين أن معدل إنفاق المتسوقين داخل السوق متأثر بشكل مباشر بالظروف الاقتصادية التي تمر بها البلاد في الوقت الراهن، ويتضح ذلك أن نسبة من ينفق 50 دينار فأقل بلغت 37.5%، من جملة أفراد العينة للحاجات الأساسية في حين لا تتعدى نسبة من ينفقون أكثر من 150 دينار نسبة 14.2% فقط، وهذه ينفرد بها أصحاب الدخل المرتفع.

التوصيات

من خلال استعراض البحث ونتائجه يمكن التنويه على بعض الجوانب التي من شأنها تدعيم الدور الوظيفي للأسواق الشعبية ولعل أهمها:

1. تفعيل الدور الحكومي بزيادة الاهتمام ببقية الأسواق الشعبية كظاهرة تاريخية وتراثية وذلك بتخطيطها وتجهيزها بالخدمات على غرار تجربة سوق الخضراء الشعبي بمدينة ترهونة.
2. توفير الكوادر الأمنية والمرورية في يوم السوق لتسهيل حركة المرور في الشوارع الرئيسية حتى لا يشكل مكان السوق عائق أمام الحركة العامة بالمنطقة.
3. تفعيل دور شركات الخدمات العامة بعد انتهاء السوق لتنظيف المكان بشكل دوري.
4. ضرورة تخصيص مركز مصغر لتقديم الخدمات الطبية والإسعافات الأولية الضرورية إذ كثيراً ما يتعرض المتسوقين لحوادث طارئة ومفاجأة هذا إلى جانب ما يتعرض له كبار السن من يصرون على التسوق لارتباطهم التاريخي بهذه الأسواق.
5. تعزيز دور الحرص البلدي للتأكد من سلامة السلع التي يتم تناولها وتجارتها يوم السوق.
6. عادة ما يصاحب الأطفال آبائهم يوم السوق خاصة في العطلات الرسمية والصفية وهي عادة لازالت مستمرة منذ القدم وبذلك يصبح من الضروري ونحن في هذا الزمن توفير أماكن للهو والمرح خاصة بهم وهذا من شأنه إطالة فترة التسوق وزيادة حجم المبيعات والمشتريات مما يزيد من درجة الحراك الاقتصادي ودرجة الترابط الاجتماعي بصورة غير مباشرة.
7. تشديد المراقبة على أسعار نقل البضائع ومنع استغلال المواطنين من قبل سائقي عربات النقل إذ قد تبلغ تكلفة نقل سلعة من السوق إلى المنزل في معظم الأحيان ثلاثة أضعاف ثمنها أو أكثر.
8. ضرورة زيادة تشجيع منتجي الصناعات التقليدية خاصة تلك المرتبطة بالصوف (عباءات، ملاحف)، والجلود (أحذية وحقائب وأحزمة)، وكذلك السجاد التقليدي المعروف بالفلجة وغيرها من التحف والأطباق المستخدمة للزينة أو لحفظ المواد والمؤن.

قائمة المراجع

أولاً- المراجع العربية:

- 1- مسعد السيد أحمد بحيري، جغرافية الأسواق الريفية بمحافظة القليوبية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الرقازيق، فرع بنها، 1992م.

2- نعيمة سعد عبد الله السبيعي، الأسواق الدورية في محافظة القطيف، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب للبنات بالدمام، 2000م.

3- صبري محمد حمد، شبكة الطرق المعبدة في إمارة عسير بالمملكة العربية السعودية "دراسة جغرافية"، الجمعية الجغرافية المصرية، العدد (38)، 2001م.

4- فايز حسن غراب، الأسواق الجبلية وسلوك التاجر الجبلي في محافظة حجة، الجمهورية العربية اليمنية، مجلة كلية الآداب، جامعة المنوفية، العدد (13)، يناير 1994م.

ثانياً- المصادر

1- الهيئة الوطنية للتوثيق والمعلومات، النتائج النهائية للتعداد العام عام 2006م.

2- مصلحة المساحة، الأطلس الوطني، 1978م.

ثالثاً- المراجع الأجنبية:

1. Akerman, W.V. (1975): Development Strategy for Cuyo, Argentina, Annals of the Association of American Geographers, Vol. 65.
2. Berry, B.J.L. (1967): Geography of Market Centers and Retail Distribution, Prentice-Hall Inc., Englewood Cliffs.
3. Bromely, R.J. (1971) "Marketing in the Developing Countries: A review" Geography, 56.
4. Eighmy, T.H., (1972): "Rural Periodic Markets and the Extension of an Urban System: A western Nigeria Example.", Economic Geography. Vol., 48:3.
5. Mohmood Aslam, (1977) Statistical Methods in Geographical Studies, New Delhi.
6. Rushton, G., R. Colledge, and W.A. Clark (1967): "Formulation and Test of Normative Model for Spatial Allocation of Grocery Expenditures by a Dispersed Population" Annals Association of the American Geographers, 57.
7. Skinner, G.W., (1964): " Marketing and Social Structure in Rural China, Part 1", The Journal of Asian Studies, Vol. 24, No. 1.