



الجمعية الجغرافية المصرية

الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة

د. اشرف علي عبده

أستاذ مساعد بقسم الجغرافيا

كلية الآداب - جامعة القاهرة

سلسلة بحوث جغرافية

العدد الخامس والتسعون - ٢٠١٧

لا يسمح إطلاقاً بترجمة هذا الكتاب الى أية لغة أخرى، أو بإعادة إنتاج أو طبع أو نقل أو تخزين أى جزء منه، على أية أنظمة استرجاع بأى شكل أو بأى وسيلة، سواء اليكترونية أو ميكانيكية أو مغناطيسية أو غيرها من الوسائل، قبل الحصول على موافقة خطية مسبقة من الجمعية الجغرافية المصرية.

رقم الإيداع بدار الكتب والوثائق القومية : ٢٠١٧/٥٣٢٠

الترقيم الدولى : 978-977-5821-23-2

Copyright © 2017 by Al-Resala Press, Tel.: 0122 65 78 757 e-mail: gamal_elnady@yahoo.com

All rights reserved. This book is protected by copyright. No part of it may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without written permission from The Egyptian Geographical Society.

فهرس المحتويات

صفحة	الموضوع
١	الملخص.
٢	المقدمة.
٣	أهداف الدراسة.
٤	الدراسات السابقة.
٧	منهج الدراسة.
٨	مادة الدراسة ومصادرها.
١٠	أولاً : الإطار العام للدراسة.
١٣	ثانياً : نشأة الشوارع التجارية وتطورها في المدينة المنورة.
١٨	ثالثاً : التوزيع المكاني للشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة.
١٨	(١) المظهر العام لتوزيع الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة.
٣٢	(٢) التوزيع الجغرافي للشوارع التجارية الرئيسية علي مستوي البلديات.
٣٦	رابعاً : العوامل الجغرافية المؤثرة في توزيع الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة.
٣٧	(١) معطيات الموقع والموضع.
٣٩	(٢) الطرق.
٤٢	(٣) النمو العمراني للمدينة.
٤٧	(٤) الحجم السكاني.
٥٠	(٥) تغير استخدامات الأراضي بالمدينة.
٥٢	(٦) الوظيفة الدينية.
٥٥	خامساً : تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة.
٥٥	(١) تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية وفق أطوالها.
٥٩	(٢) تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية وفق عدد المنشآت التجارية.
٦٤	(٣) تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية وفق التركيب النوعي للمنشآت التجارية.

٧٥	سادساً : خصائص المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة.
٧٥	(١) الخصائص الديموغرافية والاقتصادية للمتسوقين :
٧٥	أ- النوع.
٧٧	ب- الجنسية.
٧٩	ج- حجم الأسرة.
٨٠	د- التركيب العمري.
٨٣	هـ- المستوى التعليمي.
٨٤	و- الدخل الشهري.
٩٣	(٢) دوافع وعادات الشراء للمتسوقين :
٩٣	أ- عدد مرات التسوق.
٩٥	ب- وسيلة القdom.
٩٧	ج- الأيام والأوقات المفضلة للتسوق.
١٠٠	سابعاً : المشكلات التي تواجه المتسوقون بالشوارع التجارية الرئيسية.
١٠٣	الخاتمة.
١١١	التوصيات.
١١٣	الملاحق.
١٢٥	المصادر والمراجع.

فهرس الخرائط والأشكال

م	عنوان الخريطة أو الشكل	صفحة
١	الإطار المكاني للشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة (منطقة الدراسة) عام ٢٠١٥م.	١٤
٢	الصورة التوزيعية للشوارع التجارية القديمة بالمدينة المنورة خلال الفترة الممتدة فيما بين بداية العصر العباسي حتي بداية العصر السعودي (٢٦٣-١٣٤٤هـ) (٨٧٧-١٩٢٦م).	١٧
٣	الصورة التوزيعية للشوارع التجارية القديمة في فترة الخمسينيات في المدينة المنورة.	١٧
٤	تباعد الشوارع التجارية الرئيسية عن المركز المساحي (الحرم النبوي الشريف) للمدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٢٠
٥	توزيع الشوارع التجارية الرئيسية علي أحياء المنطقة الشرقية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٢٣
٦	توزيع الشوارع التجارية الرئيسية علي أحياء المنطقة الغربية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٢٣
٧	توزيع الشوارع التجارية الرئيسية علي أحياء المنطقة الشمالية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٢٥
٨	توزيع الشوارع التجارية الرئيسية علي أحياء المنطقة الجنوبية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٢٥
٩	توزيع الشوارع التجارية الرئيسية علي أحياء المنطقة الانتقالية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٢٧
١٠	توزيع الشوارع التجارية الرئيسية علي أحياء المنطقة الهامشية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٢٧
١١	اتجاه توزيع الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٢٩
١٢	التوزيع النسبي لقطع الأراضي المبنية والأراضي الفضاء الواقعة علي طول الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٢٩

١٣	شروع الاستخدام في المباني الواقعة على طول الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٣١
١٤	ارتفاعات المباني على طول الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٣١
١٥	التوزيع المكاني للشوارع التجارية الرئيسية على مستوى البلديات في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م / ١٤٣٥هـ.	٣٤
١٦	الصورة التوزيعية للشوارع التجارية الرئيسية وعلاقتها بالأشكال التضاريسية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٣٩
١٧	العلاقة بين توزيع الشوارع التجارية الرئيسية وتوزيع الطرق والشوارع الرئيسية والفرعية بالمدينة المنورة عام ٢٠١٥م/١٤٣٥هـ.	٤١
١٨	الصورة التوزيعية للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة وعلاقتها بالنمو العمراني خلال الفترة ما بين ١٩٧٣-٢٠١٥م.	٤٤
١٩	تطور حجم سكان المدينة المنورة خلال الفترة ما بين ١٩٦٢-٢٠١٥م.	٤٨
٢٠	الوضع الراهن لاستخدامات الأراضي في المدينة المنورة عام ٢٠١٢م.	٥١
٢١	التغير في التوزيع النسبي لمساحات استخدامات الأراضي في المدينة المنورة فيما بين عامي (١٤١١هـ/١٩٩٠م) (١٤٣٣هـ/٢٠١٢م) (هكتار مربع).	٥٤
٢٢	تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة وفق أطوالها عام ٢٠١٥م.	٥٧
٢٣	تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة وفق عدد المنشآت التجارية الواقعة عليها عام ٢٠١٥م.	٦٠
٢٤	العلاقة بين عدد المنشآت التجارية وأطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة عام ٢٠١٥م (منحني لورنز).	٦٤
٢٥	التوزيع النوعي للمنشآت التجارية على طول الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٦٧
٢٦	تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة وفق الدليل الوظيفي للمنشآت التجارية بها عام ٢٠١٥م.	٧٢
٢٧	تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة حسب النوع (بالعينة) عام ٢٠١٥م.	٧٨

٢٨	تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة حسب الجنسية (بالعينة) عام ٢٠١٥م.	٧٨
٢٩	تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة حسب حجم الأسرة (بالعينة) عام ٢٠١٥م.	٧٩
٣٠	التركيب العمري للمتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة (بالعينة) عام ٢٠١٥م	٨١
٣١	تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية حسب الحالة التعليمية في المدينة المنورة (بالعينة) عام ٢٠١٥م.	٨٦
٣٢	تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية حسب فئات الدخل الشهري (بالريال) في المدينة المنورة (بالعينة) عام ٢٠١٥م.	٨٦
٣٣	تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية حسب الحالة التعليمية والدخل الشهري (بالريال) في المدينة المنورة (بالعينة) عام ٢٠١٥م.	٨٩
٣٤	تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية حسب الجنسية والدخل الشهري (بالريال) في المدينة المنورة (بالعينة) عام ٢٠١٥م.	٩٢
٣٥	تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية حسب عدد مرات التسوق (بالعينة) في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٩٦
٣٦	تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية وفق وسيلة القدوم (بالعينة) في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٩٦
٣٧	تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية وفقاً للأيام والأوقات المفضلة للتسوق بالعينة في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٩٨
٣٨	أهم المشكلات التي تواجه المتسوقون بالشوارع التجارية الرئيسية بالعينة في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	١٠٢

فهرس الجداول

م	عنوان الجدول	صفحة
١	تطور حجم سكان المدينة المنورة خلال الفترة ما بين ١٩٦٢-٢٠١٥م.	٤٨
٢	التغير في التوزيع النسبي لمساحات استخدامات الأراضي في المدينة المنورة فيما بين عامي (١٤١١هـ/١٩٩٠م) (١٤٣٣هـ/٢٠١٢م) (هكتار مربع).	٥٣
٣	تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة وفق أطوالها عام ٢٠١٥م.	٥٧
٤	تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة وفق عدد المنشآت التجارية الواقعة عليها عام ٢٠١٥م.	٥٩
٥	التوزيع النوعي للمنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٦٦
٦	تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية حسب النوع (بالعينة) في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	٧٦
٧	تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة حسب الجنسية (بالعينة) عام ٢٠١٥م.	٧٧
٨	تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة وفق متوسط حجم الأسرة (بالعينة) عام ٢٠١٥م.	٧٩
٩	التركيب العمري للمتسوقين من الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة بالعينة عام ٢٠١٥م.	٨١
١٠	تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة حسب المستوى التعليمي بالعينة عام ٢٠١٥م.	٨٣
١١	تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة حسب فئات الدخل الشهري بالعينة عام ٢٠١٥م.	٨٥
١٢	تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة حسب الحالة التعليمية وفئات الدخل الشهري بالعينة عام ٢٠١٥م.	٨٨

٩١	١٣ تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية حسب فئات الدخل الشهري والجنسية بالعينة في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.
٩٤	١٤ تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية حسب عدد مرات التسوق (بالعينة) في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.
٩٥	١٥ تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية وفق وسيلة القدوم (بالعينة) في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.
٩٨	١٦ تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية وفقاً للأيام والأوقات المفضلة للتسوق بالعينة في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.
١٠١	١٧ أهم المشكلات التي تواجه المتسوقون بالشوارع التجارية الرئيسية بالعينة في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.

فهرس الملاحق

م	عنوان الملحق	صفحة
١	الصورة التوزيعية للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة علي مستوى البلديات عام ٢٠١٥م.	١١٣
٢	التوزيع العددي والنسبي لأنواع المنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	١١٤
٣	الدليل الوظيفي لمحلات الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	١٢٠
٤	استمارة استبيان للمتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م.	١٢٣

الملخص

تمثل الشوارع التجارية الرئيسية أحدي الظواهر الحضرية الهامة بالمدينة، واحدي أنماط التركيب التجاري الداخلي للمدن، والتي تعكس استخدامات الأراضي داخل المدن، كما أنها تمثل أحدي أهم العوامل المؤثرة في الحياة العمرانية والسكانية بالمدينة، واحد أهم العناصر التخطيطية التي ارتبطت بالسكان في المدينة، وتعتبر مدخلاً هاماً في تخطيط التركيب التجاري للمدينة كأحد العناصر الهامة التي ارتكز عليها مخططو المدن، ونتيجة للطبيعة الدينية للمدينة المنورة والتي أدت إلى الطبيعة الخاصة للمنطقة المركزية بالمدينة واعتماد السكان علي تلك الشوارع بصورة كبيرة، بما دفع بتلك الشوارع أن تكون أكثر جاذبية لسكان المدينة بالمقارنة بالأنماط التسويقية الأخرى، ويدفع بضرورة إلقاء الضوء عليها وإعادة تقويم هذا النظام الحضري للقيام بدوره بصورة ناجحة.

وتأتي هذه الدراسة في محاولة لإلقاء الضوء علي واقع الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة كأحد أنماط التركيب التجاري الداخلي داخل المدينة، خاصة إذا كانت هذه الشوارع داخل احدي المدن الدينية ذات الطبيعة الخاصة في التركيب التجاري الداخلي، وذلك من خلال الوقوف علي تتبع نشأة ونمو تلك الشوارع التجارية الرئيسية وارتباطها منذ القدم بالوظيفة الدينية للمدينة، ورصد للتغيرات في هيكلها كأحد الظواهر الحضرية بالمدينة في ظل إعادة تخطيط المدينة في الفترات الحديثة، ودراسة المظهر العام لتوزيع تلك الشوارع، ودراسة نمط توزيعها الجغرافي الذي اتخذته خلال الكتلة العمرانية، ومحاولة تفسير ذلك النمط من خلال رصد العوامل الجغرافية المؤثرة عليها، ومن ثم تصنيفها في مجموعات من خلال عدة أسس جغرافية، وأيضاً محاولة فهم طبيعة التفاعل بين السكان وتلك الشوارع. وأخيراً تحاول هذه الدراسة تقديم بعض الحلول والمقترحات لعلاج أهم المشكلات التي تواجه المتسوقون بالشوارع التجارية الرئيسية.

المقدمة :

تمتاز الوظيفة التجارية بالمرونة حيث تقدم خدمات من خلال وسائط مستقلة ومستمرة أو نجدها مختلطة باستخدامات أخرى، ونظراً لتفاوت حساسية السلع والخدمات للموقع المركزي للمنطقة العمرانية المأهولة لذا نجدها تتوطن وتتجمع في نظام مركزي متدرج يتمثل في مركز المدينة ومركز الأحياء ومراكز المجاورات السكنية والشوارع التجارية الرئيسية والثانوية إذا سمحت بذلك شبكة الطرق والشوارع بالمدينة (مصيلحي، ٢٠١٦، ص ١٥٧).

تعتبر الشوارع التجارية مكوناً أساسياً وشرطاً حيوياً للمدينة، كما أنها تعد من أهم الأمور التي حظيت باهتمام واضعو المخططات العمرانية لما تمثله من نظام مهم داخل المدن، وبوصلة حددت في كثير من الأحيان الحركة السكانية والعمرانية في المدينة، كذلك تعد الشوارع التجارية أحد أهم العناصر التخطيطية التي ارتبطت بالسكان في المدينة، وتعتبر مدخلاً هاماً في تخطيط التركيب التجاري للمدينة كأحد العناصر الهامة التي ارتكز عليها مخططو المدن.

وقد لعبت الشوارع الرئيسية دوراً كبيراً وهاماً في تخطيط المدينة المنورة، إذ اعتمد عليها المخططون بصورة كبيرة في إعادة تخطيط المدينة بداية من منتصف السبعينيات، وقد ازدادت أهميتها مع اعتماد السكان عليها وارتكاز الثقل الخدمي عليها ليس في مجال الحركة المرورية والنقلية فقط بل في استغلال المنشآت التجارية الواقعة عليها بصورة كبيرة، وذلك في ظل الوظيفة الدينية للمدينة المنورة والطبيعة الخاصة لمنطقة الأعمال المركزية والتي جاء تركيبها الوظيفي لخدمة زوار المدينة أثناء فترات العمرة والحج.

وبناء على ذلك فإن الشوارع التجارية الرئيسية داخل المدينة المنورة مثلت أحد أهم النقاط الحيوية في الحياة العمرانية والاقتصادية والاجتماعية والسلوكية داخل المدينة، والتي يحتاجها السكان على مختلف مستوياتهم وحاجاتهم، خاصة في ظل نشأتها التخطيطية الحديثة، وتضافر عوامل المكان والزمان الطبيعية والبشرية في نشأة واستمرارية ونجاح الدور الوظيفي لتلك الشوارع التجارية الرئيسية، إلي جانب ارتباط تلك الشوارع

بالوظيفة الدينية للمدينة واعتماد السكان عليها بصورة كبيرة، وذلك في ظل طبيعة المنطقة المركزية وملائمة الظروف الاقتصادية المشجعة للتوجه نحو هذا النمط من أنماط التركيب التجاري الداخلي للمدينة، وبما دفع بتلك الشوارع التجارية الرئيسية إلى أن تكون أكثر جاذبية لدي سكان المدينة بالمقارنة بالأنماط التسويقية الأخرى.

ولذلك ستتناول هذه الدراسة نشأة الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة وارتباطها منذ القدم بالوظيفة الدينية للمدينة والتوسعات التي شهدتها المسجد النبوي الشريف، ثم التطور الشكلي والهيكلية لتلك الشوارع خاصة في ظل إعادة تخطيط المدينة في الفترات الحديثة، والوقوف على الخصائص التوزيعية لتلك الشوارع، ومحاولة فهم طبيعة العوامل الجغرافية المؤثرة عليها، ومن ثم تصنيفها، ومحاولة فهم طبيعة التفاعل بين السكان وتلك الشوارع.

أهداف الدراسة :

تأتي هذه الدراسة في محاولة لإلقاء الضوء على واقع الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة كأحد أنماط التركيب التجاري الداخلي داخل المدينة، واحد المظاهر الهامة والمؤثرة في الحياة العمرانية والسكانية داخل المدينة المنورة، وذلك من خلال ما يلي :

- تتبع التطور التاريخي لنشأة وظهور وتطور الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وربطها بأصول نمو المدينة.
- تحليل الصورة التوزيعية المكانية للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، ومدى تناسبها مع الإطار المساحي والعمراني للمدينة، بغرض التعرف على مدى تناسب تلك الشوارع لتحقيق رغبات السكان بالمدينة واحتياجاتهم.
- الوقوف على أهم العوامل الجغرافية التي تؤثر في الصورة التوزيعية للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وبما يفسر نشأتها وتطور أشكالها ومدى استمرارها، الأمر الذي يمكن من خلاله التنبؤ بمستقبلها.
- محاولة تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة وفق أطوالها، وعدد المنشآت التجارية الواقعة عليها، والتركيب النوعي للمنشآت التجارية بتلك الشوارع.

- محاولة وضع صورة واضحة ومحددة لطبيعة الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة من خلال فهم طبيعة التفاعل بين الخصائص البشرية للمتسوقين بعناصرها الديموجرافية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسلوكية مع الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة.

- محاولة الوقوف علي أهم المشكلات التي توجد في الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة ويعاني منها السكان أثناء حركة التسوق، وبما يمهد لتقييم بعض الحلول والمقترحات المناسبة لتلك الشوارع وتطويرها لتؤدي دورها الوظيفي داخل المدينة.

الدراسات السابقة :

منذ أوائل الثلاثينيات شهدت الدراسات الجغرافية توجهاً نحو دراسة تركيب أنماط النشاط التجاري بالمدن مثل الدراسات التي قام بها William Applebaum عن مدينة سينسيناتي في ولاية أوهايو، وكذلك Rolf في مدينة بالتيمور بولاية بنسلفانيا (محمد، ١٩٩٣م، ص ٤٤٤)، وكذلك Proudfoot عام ١٩٣٧م (Proudfoot, 1937, pp. 425-428)، وقد جاءت الشوارع التجارية ضمن أنماط التركيب التجاري للمدن، علي حين ازداد اهتمام الجغرافيون وبخاصة من الولايات المتحدة الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية بدراسة أنماط مراكز التسوق في المدينة، وبخاصة المراكز التجارية مع الإشارة إلي الشوارع التجارية الرئيسية، وبالتركيز علي التوزيع المكاني ودرجة الانتشار إلي جانب المردود الاقتصادي مثل الدراسة التي قدمها برايان بري في دراسته للدكتوراه عام ١٩٥٨م (Brian, 1958) ودراسته أيضاً عام ١٩٦٣م عن التركيب التجاري لتجارة التجزئة في مدينة شيكاغو (Brian, 1963)، ودراسة كارول عام ١٩٦٠م والذي حدد أربعة أنماط للتركيب التجاري للمدن (Carol, 1960, P. 419) ودراسة علام عام ١٩٦٣م عن التركيب التجاري الداخلي لمدينتي حيدرآباد واسكندراباد (Alam, 1963, pp. 1-10)، ودراسة جيتس عام ١٩٦٤م عن المراكز التجارية في مدينة لانسنج في الولايات المتحدة الأمريكية (Getis, 1964, pp. 391-399)، ودراسة أليس ووايت في أوائل السبعينيات (White & Ellis, 1971, pp. 34-46)، ودراسة مارك

كوهين في بداية الثمانينيات التي حاول فيها وضع الحلول لتحسين الوضع التجاري في الأحياء والشوارع التجارية بمدينة سان فرانسيسكو من خلال رصد المشكلات التي ظهرت في ظل الانتعاش الاقتصادي السريع وغير المنظم بالمدينة في ١٠ شوارع تجارية رئيسية بالمدينة، ومحاولات التعامل مع تلك المشكلات من خلال المسؤولين في مكتب التخطيط العمراني بالمدينة (Mark, 1983, pp. 367-397).

وتشير أدبيات البحث الجغرافي لظاهرة الشوارع التجارية الرئيسية في المدن إلى انخفاض عدد الدراسات التي قدمت عن الظاهرة بالمقارنة بالدراسات العديدة التي قدمت في نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحالي عن المراكز التجارية Shopping Centers أو المجمعات التجارية Hyper Markets أو متاجر السلسلة Chain-Stores، وربما يرجع ذلك إلى اهتمام المخططين للمدن بعد الحرب العالمية الثانية علي بناء المدن الصغيرة والمتوسطة، والتي يعتمد التركيب التجاري الداخلي بها علي أنماط لمراكز التسوق تتمثل في المنطقة المركزية ومراكز المجاورات السكنية والمراكز التجارية الفرعية والمجمعات التجارية علي الأطراف وبصورة أقل علي الشوارع التجارية الرئيسية وذلك للحرص علي الفصل بين المناطق السكنية والمناطق التجارية بالمدينة، فضلاً عن الحجم التسويقي المتوسط للمدن الجديدة.

وعلي الرغم من ذلك فإن العديد من الدراسات التي قدمت عن المدن سواء في دول العالم المتقدم أو العالم النامي أشارت إلى دراسة الشوارع التجارية الرئيسية كأحد أنماط التركيب التجاري الداخلي للمدن، وذلك في إطار دراسات أنماط استخدامات الأرض في المدن أو التركيب الوظيفي للمدينة من الداخل وبخاصة عند دراسة الاستخدام التجاري وأشكاله داخل المدينة.

أما الدراسات التي جاءت عن الشوارع التجارية الرئيسية أو التي جاء بين ثناياها ذكر بصورة مركزة عن الظاهرة محل الدراسة، والتي استفادت منها هذه الدراسة نجد ما يلي :

- الدراسة التي قدمتها الحبيشي عام ١٩٩٣م/١٤١٣هـ عن الأسواق الشريطية والمركزية المتوطنة في المنطقة المركزية لمدينة مكة المكرمة (الحبيشي، ١٩٩٣م) والتي أرجعت للعامل الديني الدور الأكبر في التأثير علي الأسواق

والشوارع التجارية بالمنطقة المركزية، فضلاً عن العوامل الجغرافية الاخرى التي أثرت في النشاط التجاري بالمنطقة المركزية وشوارعها بمكة المكرمة مثل البيئة الطبيعية والمناخ ونمو السكان والعمران واستخدامات الأراضي.

- الدراسة التي قدمها عبد المعطي عام ٢٠٠٢م/١٤٢٢هـ والتي قدمت تحليل جغرافي لخصائص الاستخدام التجاري في المدينة المنورة (عبد المعطي، ٢٠٠٢م، ص ص ١٣٣-٢٠١)، حيث عرضت بصورة إجمالية للاستخدام التجاري في المدينة المنورة والعوامل الجغرافية المؤثرة فيه، وقدمت دراسة تفصيلية عن التركيب النوعي للمنشآت التجارية في أشكال الاستخدام التجاري بالمدينة المنورة، متمثلاً ذلك في المنطقة المركزية، والأسواق المتخصصة (السيارات - الغنم - المسالخ)، والمراكز التجارية المخططة (سوق المدينة الدولي)، والشوارع التجارية المحلية (سيد الشهداء)، والشوارع التجارية الرئيسية (المساجد السبعة - العوالي - سلطانه - قربان - قباء - المطار).

- الدراسة التي قدمها Christoph Teller عام ٢٠٠٨م والذي عقد مقارنة بين الشوارع التجارية الرئيسية والمجمعات التجارية الكبرى في مدي جاذبية المستهلكين، والتي حاول فيها أن يشرح أسباب التراجع في التسوق من الشوارع التجارية الرئيسية مع ظهور المجمعات التجارية الكبرى خاصة في تجارة التجزئة، وذلك من خلال عينة قوامها ١٠٠٠ مستهلك موضحاً أن هناك تسعة عوامل أدت إلي ذلك كان أهمها ثلاث عوامل استأثرت بالأهمية النسبية في ذلك، تمثلت في نظام الإيجار بالمجمعات التجارية الكبرى، وتوفر متاجر التجزئة المختلفة والعديدة في مساحة صغيرة داخل المجمع التجاري، وعامل المناخ.

- الدراسة التي قدمتها مليباري عام ٢٠٠٩م/١٤٣٠هـ عن الأسواق في مدينة مكة المكرمة، والتي عرضت لظاهرة الأسواق المركزية والأشرطة التجارية في مدينة مكة المكرمة، من حيث النشأة والتطور والتوزيع (مليباري، ٢٠٠٩م) حيث عرضت إلي جانب الأسواق المركزية دراسة تفصيلية عن الشوارع التجارية الرئيسية بمكة المكرمة من حيث التوزيع علي الأحياء والقطاعات بالمدينة،

والعوامل الجغرافية المؤثرة في توزيع تلك الشوارع بالاعتماد علي دراسة الحبيشي عام ١٩٩٣م، كذلك قدمت عرض لتصنيف الشوارع التجارية الرئيسية وفقاً لأطوالها ونوعية السلع وحجم المتسوقين ومنطقة نفوذها، إلي جانب دراسة لخصائص المتسوقين علي طول تلك الشوارع، وتقديم نماذج تطبيقية لثلاث شوارع شريطية تجارية هي شوارع المسجد الحرام والأندلس وإبراهيم الجفالي.

هذا بالإضافة إلي بعض الدراسات الجغرافية التي قدمت عن تجارة التجزئة مثل دراسة الباحثة الشامي عام ١٩٩٣ م عن تجارة التجزئة في حي شمال القاهرة، ودراسة (إبراهيم، ١٩٩٦م) عن تجارة التجزئة في مدينة بنها، ودراسة (عبد العظيم، ٢٠١٣م، ص ص ٧٠٥-٧٣٦) والتي قدمت عرض للتوزيع الجغرافي للمنشآت التجارية بمنطقة شرق مدينة القاهرة، والتي استفادت منهم هذه الدراسة خاصة عند عرض التركيب النوعي للمنشآت التجارية.

منهج الدراسة :

اعتمدت الدراسة علي **المنهج التاريخي** لمتابعة تطور الظاهرة محل الدراسة في المدينة المنورة، والتغيرات التي طرأت عليها في شكلها وحجمها عبر الفترات الزمنية، ومن ثم يمكن تحديد المتغيرات التي أسهمت في نشأة وتطور الظاهرة مع مرور الزمن، والتوصل لدلالات تساعد علي فهم حاضرها والتنبؤ بمستقبلها، كما اعتمدت الدراسة علي **المنهج السلوكي** من أجل تفسير تصرفات الناس لسلوك معين وبعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للسكان وعلاقتهم بالشوارع التجارية الرئيسية حتى يمكن الوصول إلى أنسب الأساليب للتعامل مع المشكلات التي تواجه عمليات التسوق بالشوارع التجارية الرئيسية، كما اعتمدت الدراسة علي **المنهج التطبيقي النفعي** من خلال محاولة وضع بعض الحلول المقترحة للتعامل مع مشكلات الشوارع التجارية الرئيسية وللتأكيد على دور الجغرافيا الفعال والمؤثر بين التخصصات الأكاديمية الأخرى في علاج مشكلات المجتمع من خلال موضوع الدراسة (مصيلحي، ١٩٩٠، ص ٤٠) كما اعتمد الباحث علي **المنهج**

التحليلي المكاني وذلك من أجل فهم الرؤية الجغرافية للوضع الحالي للظاهرة من خلال التحقق من التوزيع الجغرافي للظاهرة، واستخدام التفسير المناسب والعلمي للتحقق من صدق وموضوعية التوزيع الجغرافي للظاهرة ومعطياته (الدليمي، ٢٠١١م، ص ص ٤١-٤٢)، والتحري عن مدى الارتباط بين توزيع الشوارع التجارية الرئيسية والعديد من المتغيرات ذات الأصول الجغرافية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية المؤثرة في الظاهرة.

مادة الدراسة ومصادرها :

تطلب الإعداد لهذه الدراسة الاعتماد علي مجموعة كبيرة ومتنوعة من المصادر، حيث تم الاعتماد علي المصادر المكتبية والبيانات الوصفية من الكتب المتخصصة، والدراسات والبحوث المتعلقة بموضوع البحث، والدوريات العلمية، وذلك بغرض مراجعة الدراسات السابقة علي الصعيد القومي والإقليمي والعالمي. واعتمدت هذه الدراسة علي البيانات والمعلومات الصادرة عن الدوائر والمؤسسات الحكومية المتعلقة بموضوع البحث خاصة أمانة المدينة المنورة والغرفة التجارية الصناعية بالمدينة المنورة، واعتمدت الدراسة علي العمل الميداني والتي فرضت نفسها علي البحث لإكمال البيانات الوصفية والكمية لوحداث الدراسة، ومعالجة الفجوة التي لم تف بها التقارير الرسمية والمطبوعات والإحصائيات الصادرة عن الدوائر والمؤسسات الحكومية، وقد جاءت الدراسة الميدانية علي مرحلتين في عام ٢٠١٥م.

- **الأولي :** الحصر الميداني للمنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة والبالغ عددها ٣٧ شارعاً، حيث تم حصر التوزيع العددي والتركيب النوعي للمنشآت التجارية علي طول تلك الشوارع والتي بلغ عددها ٨٦٦١ محلاً مثلت نحو ٢٨% من إجمالي عدد المنشآت التجارية بالمدينة المنورة عام ٢٠١٥م.

- **الثانية :** استمارة الاستبيان والتي مثلت أحد الروافد الهامة للدراسة والتي جاءت بغرض التعرف علي خصائص المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة من حيث الخصائص الديموغرافية والاقتصادية (النوع - الجنسية

- التركيب العمري - المستوى التعليمي - الدخل الشهري) ودوافع وعادات الشراء من الشوارع التجارية الرئيسية (عدد مرات التسوق - وسيلة القdom - الأيام والأوقات المفضلة للتسوق)، والتعرف علي وجهة نظر المتسوقين من حيث المشكلات التي تواجههم علي طول الشوارع التجارية الرئيسية أثناء عمليات التسوق والتردد علي تلك الشوارع. وقد جاءت الدراسة الميدانية باستخدام استمارة الاستبيان بنظام المقابلة علي عينة بلغت ١٨٦٤ نسمة، منهم ١٣٣٥ نسمة من الذكور ونحو ٤٧٩ من الإناث، وقد جاءت العينة علي حوالي ١٠٥٨ من السعوديين في مقابل ٨٠٦ نسمة من غير السعوديين، وقد جاءت الدراسة الميدانية علي مدار الأسبوع وخلال فترات النهار والليل، وخارج المواسم الدينية التي يتغير فيها حجم وخصائص المتسوقون علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، خاصة الشوارع التجارية القريبة من المنطقة المركزية والحرم النبوي الشريف.

أولاً - الإطار العام للدراسة :

ظهرت الشوارع التجارية بين جميع التصنيفات التي قدمت ترتيب هرمي للمراكز التجارية في المدن، حيث جاءت كجزء ثابت ضمن خمسة أنماط قدمها Proudfoot في أواخر الثلاثينيات (Proudfoot, 1937, pp. 425-428)، وكذلك المستويات والأنماط التجارية التي قدمها Murphy كواحدة من ثمانية أنماط تجارية داخل المدن أخذت في الاعتبار التطورات التي طرأت علي البنية التجارية للمجتمعات الحضرية (حسين، ١٩٧٧، ص ٧٥)، كما ظهرت الشوارع التجارية ضمن المستوى الثاني من المستويات الثلاث التي قدمها Northam لهيكلية المراكز التجارية داخل المدن، والتي جمعت الشوارع التجارية الرئيسية مع الشوارع التجارية التقليدية وأشرطة الضواحي والأشرطة الممتدة علي طول الطرق العامة (Northam, 1979, P. 366).

والشوارع التجارية عبارة عن مؤسسات تجارية متباينة في مساحتها تمتد علي جانبي الطرق التجارية بالمدينة، تأخذ شكل المحور الذي تمتد علي طوله، ويمكن تسميتها بالأسواق المحورية أو الأشرطة، وذلك لارتباطها الوثيق بالمحور (الطريق)

فهي تحيا عليه وبه تضمن البقاء، وهي في الغالب تتبع من منطقة الأعمال المركزية حتي تصل قلب المدينة بمراكز عمرانية أحدث (النحاس، ١٩٩٨م، ص ١٩)، وتمتاز المنشآت التجارية الواقعة علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بعدة سمات من أبرزها أنها تقدم سلعاً وخدمات سريعة التجهيز والإعداد، وهي مرتبطة بالحد الأدنى لمتطلبات التسوق، كما ان رحلتها التسويقية يومية بسبب ضرورة السلع المباعة فيها والذي يعكس ارتفاع حجم الطلب عليها، لذلك فهي مرتبطة بالتدفق المروري علي الطرق الواقعة عليها (مصيلحي، ٢٠٠١م، ص ص ٣٥٨-٣٥٩).

كما يمكن القول بأنها عبارة عن محال تجارية تمتد علي شكل أشرطة بطول الشوارع التجارية الرئيسية للمدينة، وتعتمد تجارتها علي ركاب وسائل النقل مستفيدة من المترددين عليها أثناء مرورهم بها، وتقوم بخدمة المناطق السكنية المجاورة ومناطق المدينة الاخرى خاصة إذا كانت المنشآت التجارية علي طول تلك الشوارع تتخصص في بيع بضائع معينة قد يعدم وجودها في مناطق أخرى أو تتركز بكثافة تتيح المنافسة والتنوع أمام المستهلكين.

وعلي الرغم مما سبق تختلف معالجة مفهوم وموقع الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة عن النظريات والنماذج التي توضح التنظيم المكاني لاستخدامات الأراضي في المناطق الحضرية، ونظريات التركيب الداخلي للمدن مثل نموذج الحلقات عند Burgess عام ١٩٢٥م ونموذج القطاعات عند Homer Hoyt عام ١٩٣٩م ونموذج النويات المتعددة عن Harris & Ullman عام ١٩٤٥م، كذلك في ضوء المستويات والأنماط التي قدمها Murphy عن منطقة الأعمال المركزية ونظرية جيرالد عن أنماط المراكز التسويقية بالمدن، واتجاهات توطن الأنشطة الخدمية التجارية والاستخدامات داخل المنطقة الحضرية (مصيلحي، ١٩٩٠م، ص ص ٢٨٨-٢٩٥) فالشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة قد تختلف في السمات والتركيب النوعي والتخصص الوظيفي للمنشآت التجارية، وذلك للطبيعة التفاعلية بين تلك الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة ومنطقة الأعمال المركزية التي تختلف في الشكل والهيكل التنظيمي الداخلي عن مناطق الأعمال المركزية

في المدن، وذلك لطبيعة الوظيفة الدينية التي تقدمها المدينة المنورة، فارتباط منطقة الأعمال المركزية بتقديم أنشطة تجارية خادمة للحرم النبوي الشريف المحيطة به دفع نحو التوجه إلى الشوارع التجارية الرئيسية والتي حرص المخطط العمراني علي خروجها بصورة إشعاعية من منطقة المركز نحو الأطراف، وبما دفع بالشوارع التجارية الرئيسية أن تكون أكثر جاذبية لسكان المدينة المنورة بالمقارنة بالأنماط التسويقية الاخرى، وان تختلف في إطارها التنظيمي والهيكلية وتركيبها الوظيفي والخدمي عن الكثير من النماذج والنظريات التي تناولت أنماط المركب التجاري والتنظيم المكاني لاستخدام الأرض التجاري بالمدن ومفهوم الشوارع التجارية الرئيسية بداخلها.

واسترشاداً بالتصنيفات والتعريفات السابقة الذكر والتي عكست أهمية وتعريف الشوارع التجارية الرئيسية بين أنماط المركب التجاري للمدينة تستثني هذه الدراسة ما يلي :

- منطقة الأعمال المركزية (C.B.D) : والتي تقع في قلب المدينة المنورة، حول المسجد النبوي الشريف، داخل الدائري الأول (الستيني - الملك فيصل) وذلك في إطار عدد من الأحياء بلغ عددها سبعة أحياء بنسبة ٦.٧% من إجمالي أحياء المدينة المنورة البالغة ١٠٥ حياً، وذلك علي إطار مساحي بلغ ٢.٩٥ كم مربع بنسبة ٠.٠٩% من إجمالي مساحة المدينة المنورة البالغة داخل النطاق العمراني ٦٠٤ كم مربع، وبنسبة ٠.٥% من إجمالي مساحة المدينة المنورة داخل الدائري الثالث والذي يستوعب الأحياء المأهولة بالمدينة المنورة حتي الآن والبالغ عددها ٩٣ حياً، وقد بلغ عدد المنشآت التجارية داخل منطقة الأعمال المركزية ٢٩٢٠ منشأة تجارية بنسبة ٩.٤% من إجمالي عدد المنشآت التجارية في المدينة المنورة عام ١٤٣٥هـ/٢٠١٥م والبالغة ٣٠٩٤٩ منشأة تجارية (أمانة المدينة المنورة، ١٤٣٥هـ، بيانات غير منشورة)

- جميع المجمعات التجارية والمراكز التجارية التي تقع بداخل المدينة المنورة والتي بلغت أربع مجمعات تجارية كبرى (الهرم بلازا - النور مول - الراشد مول - العالية مول) وما يقرب من نحو ٣٠ مركزاً تجارياً رئيسياً.

- المحلات الصغيرة الحجم والموزعة داخل الأحياء (المتاجر المنعزلة)، بالإضافة الي المحلات التي تقع علي طول الشوارع التجارية الثانوية، كما يخرج من الدراسة متاجر السلسلة، والأسواق المؤقتة التي تقام مرة في الأسبوع أو بأحد المواسم (خيام التسوق)، كما يخرج أيضاً أسواق الحراج المفتوحة والمحلات التابعة لها والتي تبيع السلع المستعملة.

وبناء علي ذلك سوف تركز الدراسة علي الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة، والتي بلغت ٣٧ شارع تجاري رئيسي، تحتوي علي ٨٦٦١ منشأة تجارية، بنسبة ٢٨% من إجمالي عدد المنشآت التجارية بالمدينة المنورة، وبإجمالي أطوال بلغ نحو ١٣٢.٣ كم.

أما عن الإطار المكاني للدراسة، فعلي الرغم من أن المدينة المنورة تتكون من ١٠٥ حياً وذلك علي مساحة تقدر بحوالي ٦٠٤ كم مربع، فان عدد الأحياء المأهولة بالسكان بلغ ٩٣ حياً داخل النطاق العمراني للمدينة، وسوف تستبعد الدراسة ١٢ حياً خارج الدائري الثالث للمدينة المنورة غير المأهولة بالسكان، الي جانب سبعة أحياء يمثلون منطقة الأعمال المركزية داخل الدائري الأول، لتشغل الشوارع التجارية الرئيسية للمدينة المنورة إطار إداري بلغ ست بلديات (العيون - قباء - البيداء - العوالي - أحد - العقيق) يشغلها ٨٦ حياً تمثل حوالي ٨١.٩% من إجمالي أحياء المدينة المنورة، وذلك علي مساحة تقدر بحوالي ٦٠٢ كم مربع، وهذا الإطار الإداري من الأحياء بلغ فيه عدد الأحياء فيما بين الدائري الأول والدائري الثاني ٢٥ حياً بنسبة ٢٩.٦% من إجمالي عدد الأحياء داخل النطاق العمراني، في حين بلغ عدد الأحياء فيما بين الدائري الثاني والدائري الثالث ٦١ حياً بنسبة ٧٠.٩% من إجمالي عدد الأحياء داخل النطاق العمراني (شكل ١).

أما عن الإطار الزمني للدراسة، فان الدراسة سوف تركز علي رصد الوضع داخل الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة في عام ١٤٣٥هـ/٢٠١٥م.

ثانياً - نشأة الشوارع التجارية ونطورها في المدينة المنورة :

ساعد وقوع المدينة المنورة علي طريق التجارة القديم بين الشام شمالاً واليمن جنوباً علي قيام بعض الأسواق والتي انتشرت بالمدينة المنورة قبل الإسلام، وارتبطت إلي حد كبير بطرق القوافل القديمة ومساراتها ومواقع ومنازل قبائل اليهود والتي كانت تعيش داخل الحصون والآطام (الحصون)، والتي كانت احد المعالم الرئيسية المكونة للنسيج العمراني للمدينة المنورة قبل الإسلام (الكعكي، ١٩٩٨م، ص ٥٠) ولقد انتشرت تلك الأسواق بالمدينة قبل عصر النبوة مثل سوق بني قينقاع والذي كان يطلق عليه سوق يثرب، وسوق بزيلة في ناحية يثرب ما بين وادي قناة إلي طرف الجرف، وسوق منطقة العصبة عند منطقة قباء، وسوق مزاحم الذي كان يقع بزقاق ابن جبين مولي العباس بن عبد المطلب (السمهودي،



شكل (١) الاطار المكاني للشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة
(منطقة الدراسة) عام ٢٠١٥م

١٩٨١، ج ٢، ص ٧٤٧). وكانت هذه الأسواق تقع علي أطراف المنطقة السكنية، بما يؤكد فصل المنطقة السكنية عن المنطقة التجارية في تلك الفترة، وربما يرجع ذلك لأسباب دفاعية أو اجتماعية (السامرائي، الوصل، ١٩٨٤، ص ٢٥)، وبما يعكس عدم وجود الشوارع التجارية الرئيسية في تلك الفترة.

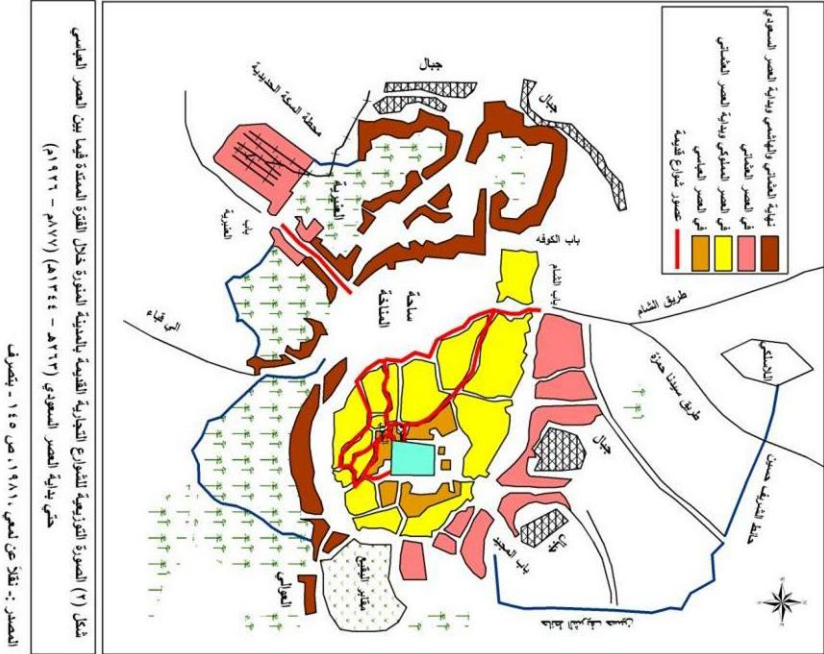
وفي عصر النبوة عمد النبي (صلي الله عليه وسلم) علي إرساء الكيان الحضري لقاعدة انتشار الدين الإسلامي، وذلك من خلال مجموعة من الخصائص الداخلة في تركيبية مكونات النسيج العمراني في تلك الفترة من مرافق وخدمات وتحديد للنطاق العمراني وتخطيط الأراضي وتقسيم الدور والاهتمام بالمباني العامة ودور الضيافة وأماكن العلاج والحفاظ علي نظافة المدينة، وكان من أهم المظاهر في تلك الفترة بناء المسجد النبوي وإرساء موضع لسوق المدينة والذي اختاره الرسول (صلي الله عليه وسلم) مكان مقابر بني ساعده في أقصى غرب الكتلة المبنية حول المسجد النبوي الشريف آنذاك، والذي كان يطلق عليه قديماً سوق المدينة أو بقيع الزبير أو بقيع الخيل أو البطحاء (السمهودي، ١٩٨١م، ص ٧٥٤/٢)، وقد عرف حتي وقت قريب باسم سوق المناخة والذي يشغله حالياً نفق المناخة (نفق سلطنة) كجزء من الطريق الدائري الأول (الستيني - الملك فيصل) للمدينة المنورة.

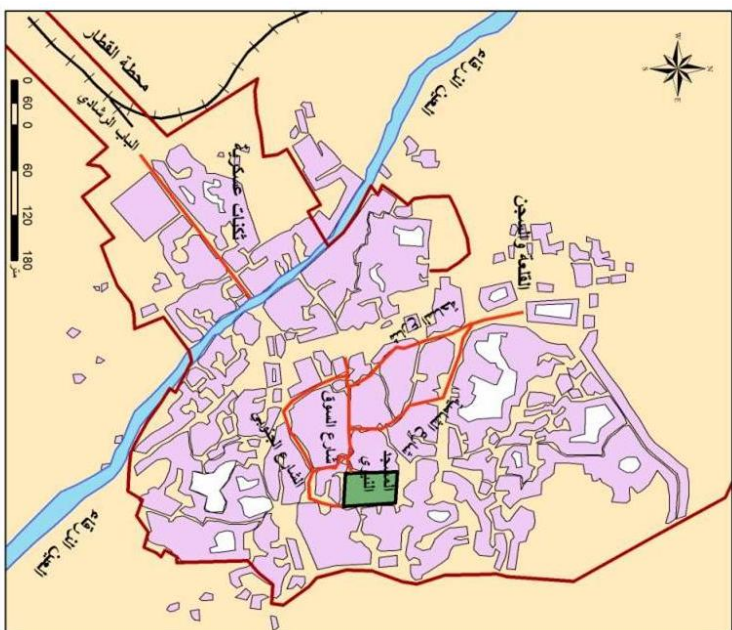
ومع النمو العمراني للمدينة بعد بناء المسجد النبوي الشريف وتسارع حركة العمران حوله ونمو السكان في الفترات التاريخية التالية مروراً بفترة الخلفاء الراشدين والعصر الأموي والعصر العباسي والعصر المملوكي والعصر العثماني وصولاً حتي العصر الحديث بمنتصف القرن العشرين ظهرت الشوارع التجارية التي تتخلل الكتلة السكنية وتؤدي الي الحرم النبوي الشريف، خاصة تلك الشوارع التي كانت داخل الأسوار - بعد نهاية العصر الأموي - والتي اقتصر علي الأجزاء الغربية والجنوبية للحرم النبوي الشريف بالمقارنة بالأجزاء الشمالية التي لم تشهد نمواً عمرانياً كبيراً أو الأجزاء الشرقية حيث وقفت مقابر بقيع الغرقد كحاجز أمام النمو العمراني والشوارع التي تتخلله في تلك الفترة، ومن أشهر الشوارع التجارية التي كانت تخدم المشاة الي الحرم النبوي الشريف والمستفيدة من تلك الحركة اليومية والتي تمثل الإرهاصات الأولى لظهور الشوارع التجارية

بالمدينة المنورة شارع الشامية والذي كان يصل بين باب الحرم الغربي والباب الشامي في أقصى شمال غرب المدينة المنورة علي السور الخارجي للمدينة بجوار القلعة القديمة، والذي كان يعرف باسم شارع البلاط، وشارع السوق والذي كان يصل بين باب الحرم النبوي الشريف الغربي والباب المصري في غرب المدينة علي السور القديم والمطل علي سوق المناخة (السرياني، ١٩٩٨م، ص ١٨٨)، وشارع الساحة والذي كان يمتد من الباب الشامي الي الباب المصري، والشارع الجنوبي والذي كان يمتد بين باب العوالي في جنوب شرق الحرم النبوي الي الباب المصري علي سوق المناخة ومتمركزاً منه شارع حارة الأغوات، هذا فضلاً عن الشارع السلطاني في أقصى غرب المدينة خارج الأسوار والذي كان يصل بين محطة سكك حديد الحجاز (الباب الرشادي) وغرب سوق المناخة (شكل ٢)، ويعتقد انه لم يسمح بالاستخدام التجاري المكثف علي طول تلك الشوارع التجارية الرئيسية بالقرب من الحرم النبوي الشريف، وذلك بسبب الاحترام الديني لمنطقة الحرم النبوي، وان المباني الملاصقة والمباشرة للحرم النبوي شغلت بالوظائف التي لها علاقة بالحرم النبوي الشريف من الناحية السكنية أو الإدارية أو التعليمية للمدينة المنورة (المعي، ١٩٨١م، ص ١٥٠) وذلك حتي منتصف الخمسينيات (شكل ٣).

وفي الربع الخير من القرن العشرين كان هناك عاملين هامين يلعبان دوراً هاماً في تطور حركة الشوارع التجارية بالمدينة المنورة، أولهما حركات التوسع التي شهدها المسجد النبوي الشريف والتي أدت الي اختفاء العديد من الشوارع التجارية التي كانت تحيط وتتخلل الكتلة المركزية العمرانية حول الحرم النبوي والتي كانت تشكل حوالي ٨٠% من إجمالي مساحة العمران بالمدينة المنورة في تلك الفترة (مساحة الحرم النبوي الشريف الحالية)، وثانيهما إدراك الدولة السعودية بضرورة إعداد الدراسات التخطيطية للمدينة المنورة والمخططات الإرشادية اللازمة لتحقيق أقصى قدر من الكفاءة في كافة القطاعات وبما يتواءم مع الخطط الخمسية بالمملكة، وبما يتناسق مع التوسع في الحرم النبوي الشريف وهدم المنطقة المبنية حول الحرم النبوي للتوسعات المتلاحقة، حيث جاءت أول دراسة تخطيطية للمدينة المنورة من خلال الشركة الاستشارية Consult Limited عام ١٩٧٢م لتحسين الوضع الراهن، ثم الدراسة التخطيطية الثانية عام ١٩٧٣م والتي كلف بها المكتب الاستشاري روبرت ماثيو - جونسون مارشال

وشركاءهم Robert Mathew- Johnson Marshale & Partners Consultants (كعكي، ١٩٩٨، ص ٢٨١)، ثم الدراسة الثالثة والتي أعادت النظر في الدراسات السابقة في ضوء الاعتبارات المستجدة والخاصة بالسكان والنمو العمراني للمدينة المنورة والتي دفعت بها وزارة الشؤون البلدية والقروية الي مجموعة الاستشاريين العرب للتنمية والتعمير في عام ١٩٧٨م (أمانة المدينة المنورة، ١٩٧٨م) والذي أدت أهدافه واستراتيجياته إلي الاهتمام بإنشاء شبكة من الطرق الإشعاعية التي تخرج من المنطقة المركزية (الحرم النبوي الشريف) إلي أطراف المدينة، وبما أدى بصورة تلقائية إلي ظهور المحلات التجارية علي طول تلك الطرق والمحاور الرئيسية لتصبح واحدة من ملامح النسيج العمراني المكون للمدينة المنورة والذي تأثر بها ويؤثر فيها.





شكل (٣) الصورة التوزيعية للشوارع التجارية القديمة في فترة الخمسينيات في المدينة الحورية

المصدر : - أطلس المدينة الحورية - جامعة الملك سعود - بقمرف

ثالثاً - التوزيع المكاني للشوارع التجارية في المدينة المنورة :

يمثل التوزيع المكاني للظاهرة الصورة الحالية أو المحصلة النهائية لمجموعة من العلاقات، والتي يترتب عليها موقع الظاهرة وحجمها وبعدها عن غيرها من الظواهر (مليباري، ٢٠٠٩م، ص ٥٣)، وبناء عليه فهو يعد نقطة البداية لفهم سلوك أي ظاهرة جغرافية، وتعد الشوارع التجارية الرئيسية أحد الملامح الهامة في المدن والتي تبرز شخصية المكان من المنظور الجغرافي، ومن هذا المنطلق سوف يتم عرض الصورة التوزيعية للشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة علي النحو التالي :

(١) المظهر العام لتوزيع الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة :

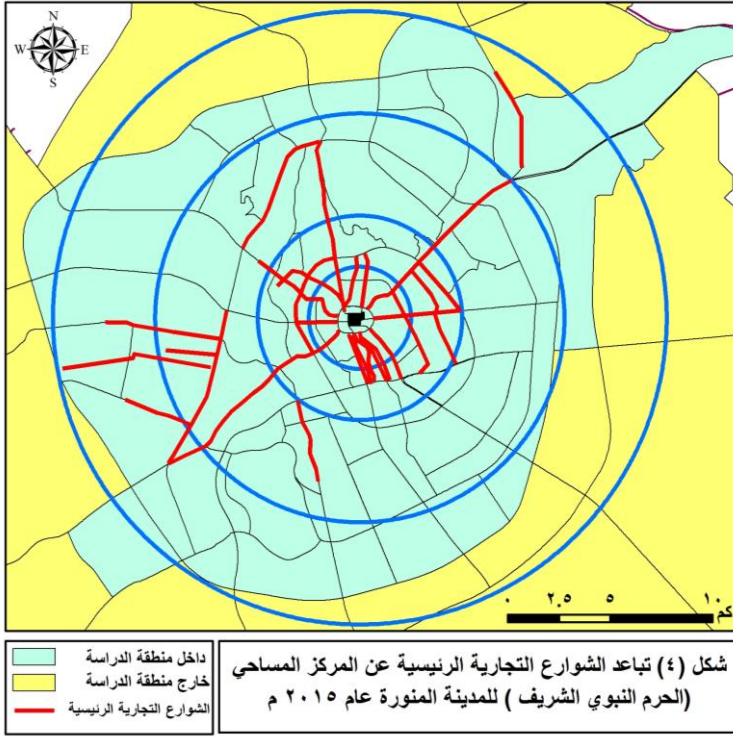
- بلغ عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة في نطاق هذه الدراسة ٣٧ شارباً وذلك بأطوال بلغت نحو ١٣٢.٣ كم، وهو ما يشكل حوالي ٢٠% من إجمالي الشوارع الرئيسية والدائرية والإقليمية بالمدينة المنورة، ونحو ١٠% من إجمالي أطوال الطرق بأنواعها المختلفة في المدينة المنورة والبالغة نحو ١٣٠٤.٥ كم، وقد بلغ عدد المحلات علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة ٨٦٦١ محلاً تجارياً وذلك بنسبة بلغت نحو ٢٨% من إجمالي عدد المحلات التجارية بالمدينة المنورة والبالغة ٣٠٩٤٩ محلاً تجارياً عام ٢٠١٥م (أمانة المدينة المنورة، ١٤٣٥هـ، بيانات غير منشورة).

- يؤثر الشكل الخارجي للمدينة علي مدي التفاعل بين السكان والظروف والمقومات البشرية للمنطقة ومن ثم يؤثر علي طبيعة التوزيع (الشريعي، ٢٠٠١م، ص ٣٧٥)، فإذا كان الشكل العام للمدينة يميل الي الشكل الدائري فان ذلك يفتح مجالاً للتوزيع المتقارب، في حين يدفع الشكل الشريطي التوزيع نحو التباعد، وبالتطبيق علي المدينة المنورة نجد أن طول أطول محور داخل الشكل العام للمدينة من أقصى الشمال الي أقصى الجنوب هو ٢٤.٣ كم ومربعها ٥٩٠.٥ كم، أما مساحة المدينة داخل النطاق العمراني والذي يحدده الدائري الثالث بصورة كبيرة بلغت نحو ٦٣٢.٧ كم^٢، وبناء عليه بلغ دليل

الشكل وفق القيم السابقة نحو ٠.٩٣ بما يعني ميل الشكل العام للمدينة نحو الدائرية، وبما يعطي مؤشراً علي أن المسافات - الي حد كبير - متساوية من المركز نحو الأطراف، وان قرب شكل المدينة الي الشكل الدائري يؤدي الي عدم تفاوت الرحلات الحركية للسكان، وان نقطة الجذب المركزية أو نقطة الوسيط للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة سوف تتمثل في منطقة الحرم النبوي الشريف والذي خرجت منها معظم الشوارع التجارية الرئيسية بصورة إشعاعية، وقد أثبت القياس الميداني أن المسافة الكيلومترية من أقصى امتداد لكتلة المدينة العمرانية في الشمال وحتى أقصى امتداد للحدود الجنوبية للمدينة مروراً بمنطقة المركز الرئيسية للمدينة تم قطعها في مسافة زمنية بلغت نحو ٤١ دقيقة، في حين أن المسافة الكيلومترية من أقصى امتداد لكتلة المدينة من الشرق وحتى أقصى امتداد نحو الغرب في حي العزيزية مروراً بمنطقة المركز بلغت نحو ٣٤ دقيقة.

وبدراسة متوسط التباعد للشوارع التجارية الرئيسية من المركز المساحي للمدينة المنورة والمتمثل في الحرم النبوي الشريف حتي أطراف المدينة، وذلك من خلال تغطية كتلة المدينة بحلقات تبدأ من المركز الي الأطراف (شكل ٤) يتضح التالي :

- الحلقة الأولى : والتي تبعد عن المركز بحوالي ٢.٥ كم قد توزع بها نحو ٤٠.٤ كم من أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بنسبة تصل الي نحو ٣٠.٥% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، والتي قد احتوت علي حوالي ٣٧٢٧ منشأة تجارية بنسبة بلغت نحو ٤٣% من إجمالي عدد المنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وبنسبة تبلغ نحو ١٢% من إجمالي عدد المنشآت التجارية بالمدينة المنورة.



- **الحلقة الثانية :** والتي تبعد عن المركز بحوالي ٥ كم، حيث احتوي هذا النطاق علي نحو ٥٩.٤% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وحوالي ٧٤% من إجمالي عدد المنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، حيث احتوت الحلقة التي تبعد فيما بين ٢.٥ - ٥ كم من مركز المدينة علي نحو ٢٨.٩% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، يشغلها نحو ٣١.١% إجمالي عدد المنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة.

- **الحلقة الثالثة :** والتي تبعد عن مركز المدينة بحوالي ١٠ كم، حيث احتوي هذا النطاق علي نحو ٩٠.٢% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وحوالي ٩٦% من إجمالي عدد المنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، حيث احتوت الحلقة التي تبعد عن مركز المدينة فيما

بين ٥ - ١٠ كم علي نحو ٣٠.٨% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، والتي شغلها نحو ٢١.٩% من إجمالي عدد المنشآت التجارية علي طول تلك الشوارع بالمدينة.

- **الحلقة الرابعة :** والتي تبعد عن مركز المدينة بحوالي ١٥ كم، حيث حازت علي أقل نسبة بين حلقات المدينة، إذ بلغت نسبة أطوال الشوارع التجارية الرئيسية داخل الحلقة التي تبعد عن مركز المدينة فيما يتراوح ما بين ١٠ - ١٥ كم نحو ٩.٨% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، والتي تشغلها حوالي ٤% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة.

ومن خلال ما سبق عن المظهر العام لتوزيع الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة في إطار المسافات الكيلو مترية والمسافات الزمنية ومتوسط التباعد الفعلي بين تلك الشوارع والمركز المساحي للمدينة والمتمثل في الحرم النبوي الشريف ينعكس اثر طبوغرافية المدينة المستوية نسبياً في تشكيل الصورة التوزيعية للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وأثر ذلك علي محيط البيئة الحضرية للمدينة وذلك علي اعتبار أن تلك الشوارع تمثل أحد جوانب الصورة الحضرية الهامة بالمدينة المنورة.

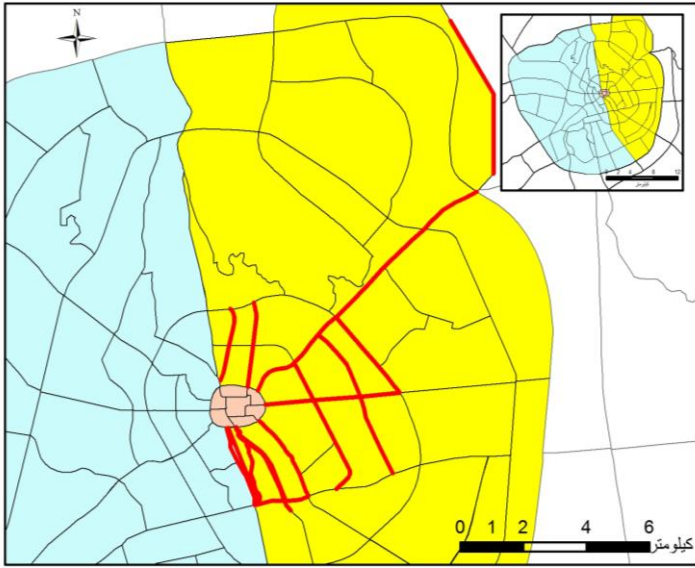
وداخل هذا الإطار للمظهر العام لتوزيع الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة نجد ما يلي :

- بلغ عدد الشوارع التجارية الرئيسية في أحياء المنطقة الشرقية للمدينة المنورة ٢١ شارعاً بنسبة بلغت نحو ٥٨.٣% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وذلك في إطار عدد من الأحياء بلغ ٣٧ حياً بنسبة ٤٢% من إجمالي عدد أحياء المدينة داخل الدائري الثالث، وذلك علي مساحة تقدر بحوالي ٢١٩ كم^٢ تمثل نحو ٣٤.٦% من إجمالي مساحة المدينة داخل الدائري الثالث، وبحجم سكاني بلغ نحو ٤٤٧ ألف نسمة بنسبة ٥٦.٣% من إجمالي عدد سكان المدينة المنورة، وقد بلغ أطوال تلك الشوارع التجارية الرئيسية في المنطقة الشرقية من المدينة المنورة نحو ٥٥.١ كم بنسبة ٤١.٧% من إجمالي

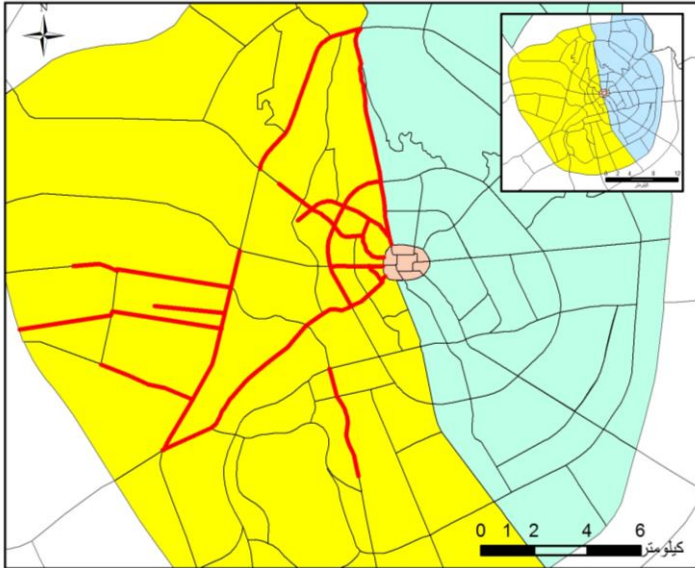
أطوال تلك الشوارع، وقد بلغ عدد المحلات التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة ٤١٢٣ محلاً بنسبة ٤٧.٦% من إجمالي عدد المحلات علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة (شكل ٥).

- شكلت الشوارع التجارية الرئيسية في أحياء المنطقة الغربية للمدينة المنورة ١٥ شارعاً بنسبة بلغت نحو ٤١.٧% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وذلك علي إطار مساحي شكله ٤٥ حياً بنسبة ٥١.١% من إجمالي أحياء المدينة المنورة داخل الدائري الثالث، وذلك علي مساحة تقدر بحوالي ٤١٣.٧ كم^٢ مثلت نحو ٦٥.٤% من إجمالي مساحة المدينة المنورة داخل الدائري الثالث، وبحجم سكاني بلغ حوالي ٤١٣ ألف نسمة بنسبة ٤٣.٧% من إجمالي عدد سكان المدينة المنورة، وقد بلغ أطوال الشوارع التجارية الرئيسية في تلك المنطقة الغربية من المدينة نحو ٧٧.٢ كم بنسبة ٥٨.٣% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد بلغ عدد المحلات التجارية علي طول تلك الشوارع ٤٥٣٨ محلاً بنسبة ٥٢.٤% من إجمالي عدد المحلات التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة (شكل ٦).

- عكس الشكل التوزيعي للشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة ان المنطقة الشمالية من المدينة والتي تغطي حوالي ٣٤ حياً بنسبة بلغت نحو ٣٨.٦% من إجمالي أحياء المدينة داخل الدائري الثالث، وذلك علي مساحة تقدر بحوالي ٢٤١.٤ كم^٢ بنسبة ٣٨.٢% من إجمالي مساحة المدينة داخل الدائري الثالث، وبحجم سكاني بلغ نحو ٤٢٤ ألف نسمة بنسبة ٤٤.٨% من إجمالي عدد سكان المدينة المنورة، وقد استحوذت تلك المنطقة الشمالية علي ١٩ شارعاً بنسبة ٥٢.٨% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد بلغت أطوال تلك الشوارع بالمنطقة الشمالية من المدينة نحو ٦٢.٣ كم بنسبة ٤٧.١% من إجمالي أطوال تلك الشوارع بالمدينة، وقد



شكل (٥) توزيع الشوارع التجارية الرئيسية علي احياء المنطقة الشرقية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م

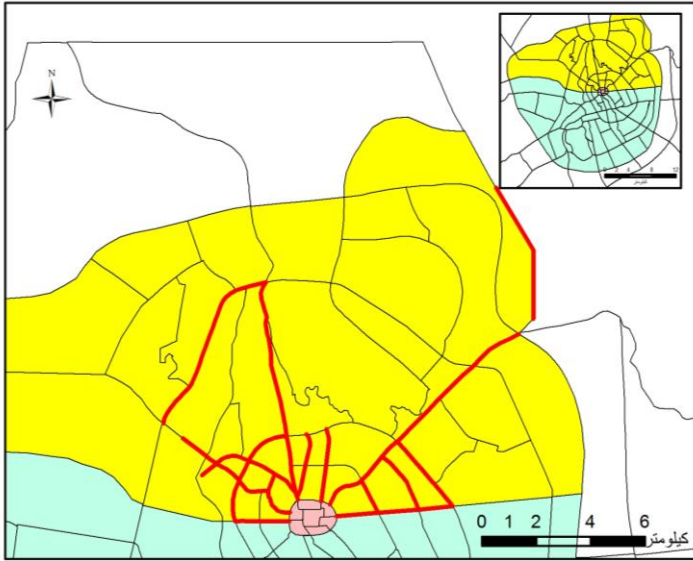


شكل (٦) توزيع الشوارع التجارية الرئيسية علي احياء المنطقة الغربية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م

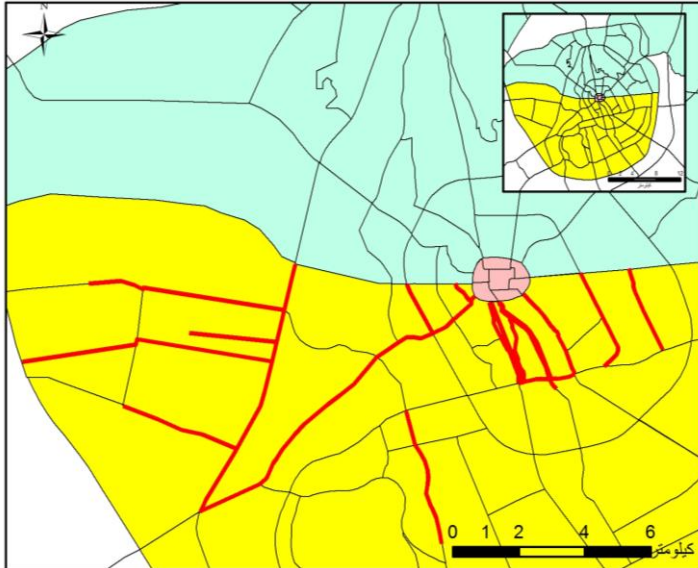
بلغ عدد المحلات التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمنطقة الشمالية من المدينة المنورة ٤٠٩٤ محلاً بنسبة ٤٧.٣% من إجمالي عدد المحلات علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة (شكل ٧).

- شكلت الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة في احياء المنطقة الجنوبية من المدينة المنورة ١٧ شارعاً بنسبة ٤٧.٢% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد بلغ الإطار المساحي للمنطقة الجنوبية ٤٨ حياً بنسبة بلغت نحو ٦١.٤% من إجمالي أحياء المدينة داخل الدائري الثالث، وذلك علي مساحة تقدر بحوالي ٣٩١ كم ٢ بنسبة ٦١.٨% من إجمالي مساحة المدينة داخل الدائري الثالث، وبحجم سكاني بلغ نحو ٥٢١ ألف نسمة بنسبة ٥٥.٢% من إجمالي عدد سكان المدينة المنورة، وقد بلغت أطوال تلك الشوارع بالمنطقة الشمالية من المدينة نحو ٧٠ كم بنسبة ٥٢.٩% من إجمالي أطوال تلك الشوارع، وقد بلغ عدد المحلات التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمنطقة الشمالية من المدينة المنورة ٤٥٦٧ محلاً بنسبة ٥٢.٧% من إجمالي عدد المحلات علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة (شكل ٨).

وبصرف النظر عن أن التركيب الداخلي للمدينة المنورة يعكس أنها ينطبق عليها - الي حد كبير - نموذج القطاعات Sectors Model والذي قدمه Homer Hoyt عام ١٩٣٩م (جابر، ٢٠٠٣م، ص ٣٠٠) وان الكثير من الأحياء بدأت في الانسلاخ من أنماطها القديمة الي أنماط أحدث، وان المساحات العمرانية قد تنوعت سماتها وما انطبع عليها من خصائص جغرافية أدت الي صبغة الشوارع التجارية الرئيسية بكل منطقة بصبغة خاصة تأثراً بطبيعتها المكانية، وباعتماد علي مراحل النمو العمراني للمدينة المنورة وباستخدام وظيفة التصنيف التقليدية للمدينة يمكن تقسيم الكتلة العمرانية للمدينة الي منطقة القلب والتي تمثلها منطقة الأعمال المركزية حول الحرم النبوي الشريف، والمنطقة الانتقالية والتي تقع بين الطريق الدائري الأول والطريق الدائري الثاني، والمنطقة الهامشية والتي تقع فيما بين



شكل (٧) توزيع الشوارع التجارية الرئيسية علي احياء المنطقة الشمالية في المدينة
المنورة عام ٢٠١٥م

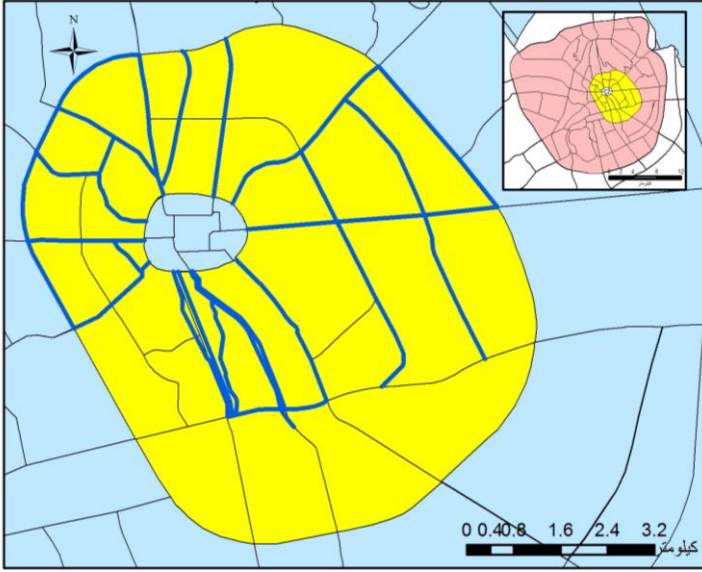


شكل (٨) توزيع الشوارع التجارية الرئيسية علي احياء المنطقة الجنوبية في المدينة
المنورة عام ٢٠١٥م

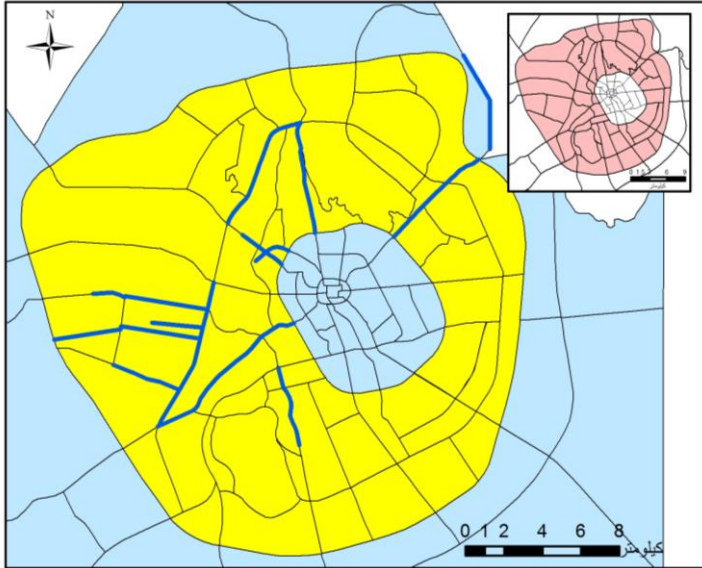
الدائري الثاني والدائري الثالث، ومع استبعاد الشوارع التجارية الرئيسية من منطقة الأعمال المركزية والتي لها خصائصها الخاصة كأحد الأنماط المستقلة داخل المركب التجاري للمدينة المنورة نجد ما يلي :

- **المنطقة الانتقالية** Zone of Transition : وهي المنطقة المتاخمة لمنطقة الأعمال المركزية حول الحرم النبوي الشريف، والتي تضم ٢٥ حياً من أحياء المدينة المنورة جميعها داخل الدائري الثاني، والتي تشكل نحو ٢٨.٤% من إجمالي أحياء المدينة داخل النطاق العمراني وداخل الدائري الثالث، وذلك علي مساحة تقدر بحوالي ٦٣.١ كم^٢ تشكل نحو ١٠% من جملة مساحة المدينة المنورة داخل الدائري الثالث، وبحجم سكاني بلغ نحو ٦١.٧% من جملة سكان المدينة، وبما يبرز مدي الكثافة العددية للسكان والعمران، ويسبب ارتباطها بالمنطقة المركزية والتداخل معها فقد حازت هذه المنطقة علي النصيب الأكبر من الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، حيث استأثرت بحوالي ٢٥ شارع من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وذلك بنسبة ٦٧.٦% من إجمالي تلك الشوارع، وقد بلغت أطوال تلك الشوارع داخل المنطقة الانتقالية نحو ٦١.٩ كم بنسبة بلغت حوالي ٤٦.٨% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد بلغ عدد المحلات التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية في تلك المنطقة ٥٤٠٣ محلاً بنسبة ٦٢.٤% من إجمالي المحلات بتلك الشوارع بالمدينة المنورة (شكل ٩).

- **المنطقة الهامشية** Marginal Area : وهي المناطق المتاخمة للمنطقة الانتقالية والتي بدأت في الظهور علي الخريطة العمرانية للمدينة منذ منتصف الثمانينيات، وذلك وفق المخطط الرئيسي الذي وضع للمدينة في منتصف السبعينيات، وبما أفرز شوارع منتظمة تتمتع بسهولة الوصول والاتصال والتنظيم الجيد في طور النمو الخدمي والتخطيطي للمدينة المنورة، وهذه المنطقة ٥٦ تضم حياً من أحياء المدينة تقع داخل الدائري الثالث تمتد فيما بين الطريق الدائري الثاني حتي الطريق الدائري الثالث، وذلك بنسبة ٦٣.٦% من إجمالي أحياء المدينة المنورة، وذلك علي مساحة تقدر بحوالي ٥٦٦.٦ كم^٢



شكل (٩) توزيع الشوارع التجارية الرئيسية علي احياء المنطقة الانتقالية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م



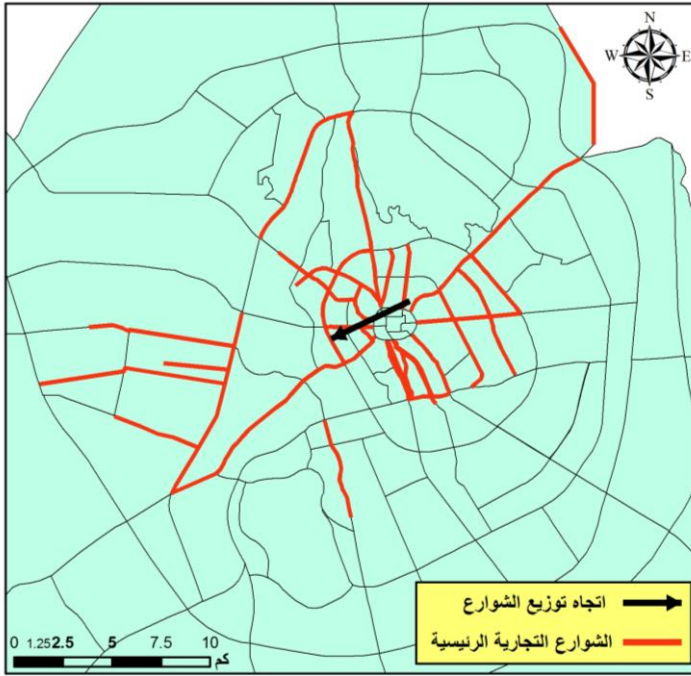
شكل (١٠) توزيع الشوارع التجارية الرئيسية علي احياء المنطقة الهامشية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م

وذلك بنسبة ٨٩.٧% من إجمالي مساحة المدينة المنورة داخل الدائري الثالث، وبحجم سكاني بلغ نحو ٣٨.٢% من إجمالي سكان المدينة، وقد بلغ عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمنطقة الهامشية ١٢ شارع بنسبة بلغت نحو ٣٢.٤% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد بلغت أطوال تلك الشوارع نحو ٧٠.٣ كم بنسبة بلغت حوالي ٥٣.٢% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد بلغ عدد المحلات التجارية علي طول تلك الشوارع بالمنطقة الهامشية ٣٢٥٨ محلاً بنسبة بلغت نحو ٣٧.٦% من إجمالي عدد المحلات التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة (شكل ١٠).

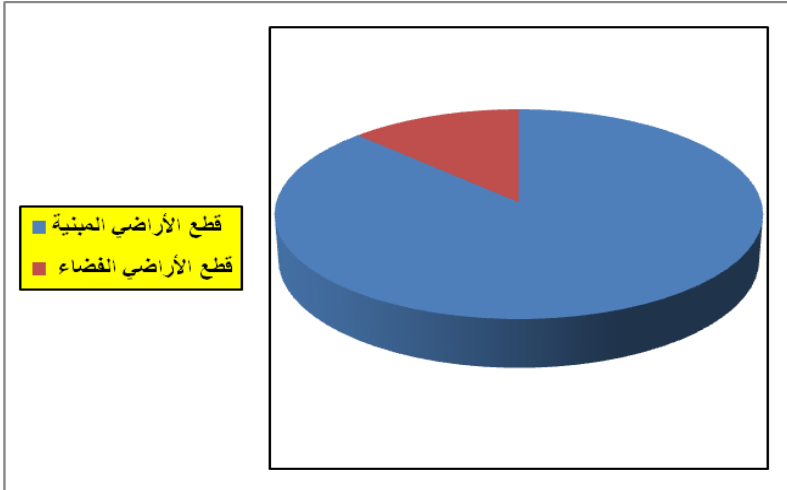
أما عن تحليل صورة التوزيع الاتجاهي للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة Linear Direction Distribution والذي يعد من مقاييس النزعة المكانية الاتجاهية لمجموعة من المعالم الجغرافية، ويهدف الي تحديد الاتجاه التوزيعي لمفردات الظاهرة، وعما إذا كان التوزيع المكاني للظاهرة الخطية محل الدراسة له اتجاه محدد وزاوية هذا الاتجاه بما يعبر عن خصائص التوزيع الاتجاهي لمفردات الظاهرة، فمن خلال الشكل (١١) والذي يشير الي التوزيعي الاتجاهي للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة عام ٢٠١٥م يلاحظ أن الاتجاه الفعلي للتوزيع يأخذ المحور الجنوبي الغربي، حيث جاءت زاوية اتجاه الظاهرة حوالي ٢٠٦ درجة، وبما يتفق مع اتجاه النمو العمراني في المدينة المنورة.

أما عن الصورة المورفولوجية للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة والتي يمكن أن تعكس خصائص التركيب الداخلي لتلك الشوارع فانه يتبين ما يلي :

- بلغ عدد قطع الأراضي علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة ٣٧٦٧ قطعة، شكلت فيها الأراضي المبنية ٣٢٨٩ قطعة بنسبة ٨٧.٣% من إجمالي قطع الأراضي، وجاءت الأراضي الفضاء لتمثل ٤٧٨ قطعة بنسبة ١٢.٧% من إجمالي قطع الأراضي علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة (شكل ١٢).



شكل (١١) اتجاه توزيع الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥ م

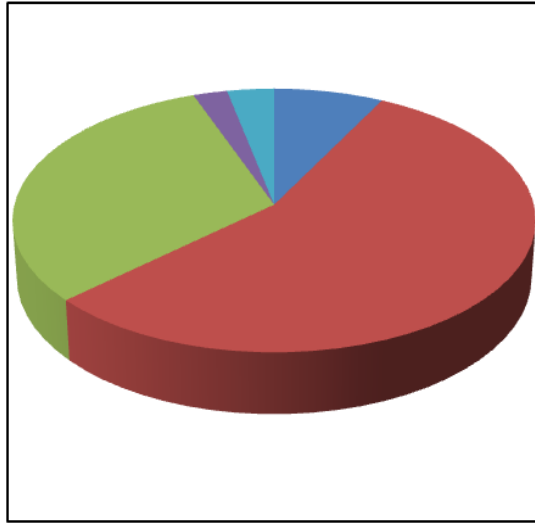
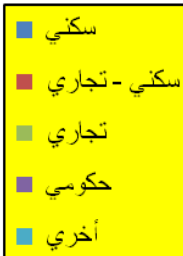


شكل (١٢) التوزيع النسبي لقطع الأراضي المبنية والأراضي الفضاء الواقعة على طول الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥ م

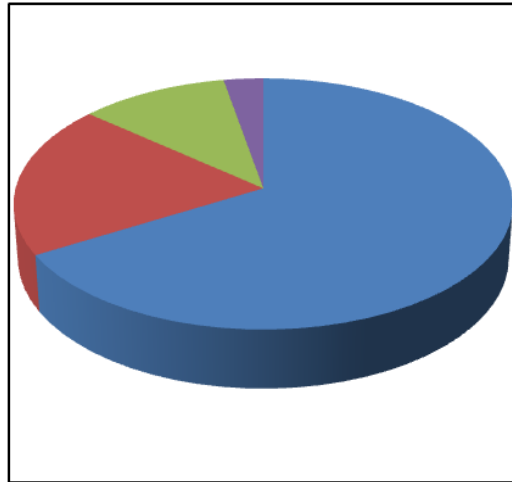
- مثلت المباني السكنية - التجارية والتي تشغلها المحلات في بعض طوابقها وبخاصة الطابق الأرضي ١٨٥١ مبني بنسبة بلغت نحو ٥٦.٣% من إجمالي المباني علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، علي حين جاءت المباني التجارية والمخصصة بكاملها للمحلات التجارية لتشكل ١٠٣٩ مبني بنسبة بلغت حوالي ٣١.٦% من إجمالي المباني، لتشكل المباني التجارية والسكنية.

- التجارية حوالي ٨٧.٩% من إجمالي المباني علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، علي حين انخفضت نسبة المباني السكنية لتصل إلي نحو ٧.٧% من إجمالي تلك المباني، وكذلك انخفضت نسبة المباني الحكومية لتصل إلي حوالي ٢.٤%، وكذلك المباني ذات الاستخدامات الاخرى مثل المساجد لتشكل نحو ٣.٣%، ولتشكل مباني الفئة غير التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة نحو ١٢.١% من إجمالي المباني (شكل ١٣).

- شكلت فئة الارتفاع ما بين ١ - ٢ طابق نحو ثلثي (٦٦.٨%) إجمالي عدد المباني علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وذلك بصورة واضحة علي طول الشوارع التجارية الرئيسية التي تقع خارج الدائري الثاني وبصفة خاصة في شوارع أحياء منطقة العزيزية بالجهة الغربية من المدينة (الإمام البخاري - الإمام مسلم - الأربعين) علي حين شكلت فئة الارتفاع ما بين ٣ - ٤ طابق ما يقرب من خمس (١٩.٨%) إجمالي عدد المباني علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد ظهرت هذه الفئة علي طول الشوارع التجارية سواء القديمة أو الحديثة وسواء كانت داخل الدائري الثاني أو خارجه، في حين شكلت فئة الارتفاع ما بين ٥ - ٦ طابق نحو ١٠.٩% من إجمالي عدد المباني علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد ظهرت هذه الفئة بصورة واضحة بالشوارع الموجودة داخل الدائري الثاني والقريبة من الحرم خاصة في شارع قربان والسبع مساجد - دوار القبلتين والقوس الغربي من الطريق الدائري الثاني، في حين



شكل (١٣) شيوع الاستخدام في المباني الواقعة علي طول الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م



شكل (١٤) ارتفاعات المباني علي طول الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م

شكلت فئة الارتفاع أكثر من ٦ طوابق نحو ٢.٩% من إجمالي عدد المباني علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد ظهرت هذه الفئة بصورة متمركزة في الشوارع القريبة من الحرم النبوي الشريف مثل شارع قربان وشارع المطار وشارع الملك عبد العزيز وشارع أبي ذر وذلك لوجود المنشآت الفندقية الخادمة لقدام المعتمرين واتي تساعد بجانب المنطقة المركزية في استيعاب مواسم العمرة والزيارة للمدينة وبخاصة للشرائح متوسطة الدخل (شكل ١٤).

٢) التوزيع الجغرافي للشوارع التجارية الرئيسية علي مستوى البلديات بالمدينة المنورة :

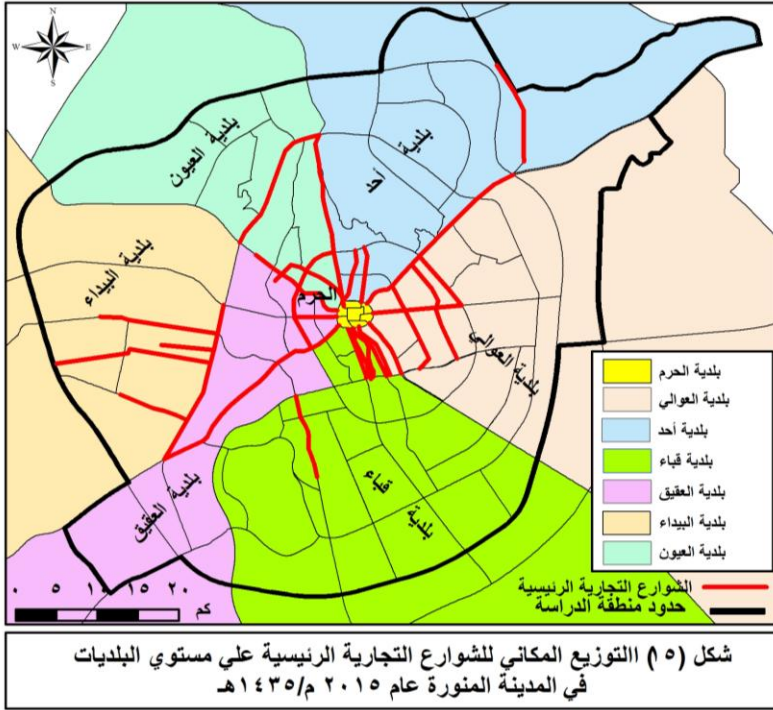
تتكون المدينة المنورة من ١٠٥ حياً داخل ٣١ منطقة، واحتوتها ٧ بلديات تشكلت عبر مراحل النمو العمراني التي مرت بها المدينة المنورة، وقد بلغ عدد الأحياء المأهولة ٩١ حياً داخل النطاق العمراني للمدينة، منها ٧ أحياء تكون بلدية الحرم (منطقة القلب التجاري)، ليصبح عدد الأحياء التي تشكل النطاق الإداري للشوارع التجارية الرئيسية ٨٦ حياً موزعة علي ٦ بلديات رئيسية.

ولا شك أن طبيعة وخصائص الموضع بعناصره المختلفة أثرت في تشكيل المساحات الإجمالية والعمرانية والتجمعات السكنية والسكانية والخدمية داخل المدينة، هذا فضلاً عن الطفرة الاقتصادية التي شهدتها المملكة وما أدت إليه من إعادة بناء وتخطيط المدن بها وبخاصة المدينة المنورة، إلي جانب ظهور السيارة كوسيلة نقل بما ساهم في توسيع النطاق العمراني بصورة كبيرة ودفع الي نشأة الأحياء الحديثة في مساحات أوسع وأكبر وأكثر تنظيماً من الأحياء القديمة (ملياري، ٢٠٠٩م، ص ٥٣)، وكذلك أبعد عن المنطقة المركزية، وبما اثر علي توزيع الشوارع التجارية الرئيسية بين تلك الوحدات المكانية، وظهر اختلاف نصيب كل منها.

من خلال الملحق (١) والشكل (١٥) واللذان يعكسان الصورة التوزيعية للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة علي مستوى البلديات عام ٢٠١٥م يتضح وجود أربع مجموعات رئيسية علي النحو التالي :

- **المجموعة الأولى :** وهي البلديات التي لها نصيب من الحيازة للسكان تزيد عن ٢٠% من حجم سكان المدينة، وهي تضم بلدية العوالي (٢٣.٥%) وبلدية قباء (٢١.٨%) حيث احتوت علي نحو ٤٥.٣% من إجمالي عدد السكان داخل المدينة المنورة، وذلك في إطار مساحي بلغ نحو ٣٨.٥% من إجمالي مساحة البلديات داخل المدينة المنورة، وقد بلغ عدد الأحياء داخل هذه المجموعة ٤٣ حياً بنسبة تصل إلي نحو ٥٠% من إجمالي عدد أحياء المدينة المأهولة، وقد بلغ عدد الشوارع التجارية الرئيسية بهذه الفئة ١٤ شارع بنسبة ٣٧.٨% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وبأطوال بلغت نحو ٣٩.٦ كم بنسبة تصل إلي حوالي ٢٩.٩% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد بلغ عدد المحلات التجارية علي طول تلك الشوارع ٢٣٧٠ محلاً بنسبة بلغت نحو ٣٨.٩% من إجمالي عدد المحلات التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وبنسبة تتراوح ما بين ٣٠ - ٤٠% من إجمالي عدد المحلات التجارية في كل بلدية، وبلاخط علي هذه المجموعة قوة تأثير الأحجام السكانية في جذب الشوارع التجارية الرئيسية ومن ثم المحلات التجارية علي طول تلك الشوارع، فضلاً عن تأثير مساحة الحي والبلدية علي انتشار تلك الشوارع والمحلات والامتداد لمسافات أطول، وبما يشير إلي العلاقة الطردية ما بين زيادة أعداد الشوارع التجارية الرئيسية والمحلات التجارية الواقعة عليها من ناحية، وبين الثقل السكاني والمساحة من ناحية أخرى

- **المجموعة الثانية :** وهي البلديات التي لها ثقل سكاني يتراوح ما بين ١٥ - ٢٠% من الحجم السكاني للمدينة، وقد جاءت هذه الفئة لتضم بلدية العقيق (١٨.٥%) وبلدية أحد (١٦.٣%) بنسبة بلغت نحو ٣٤.٨% من إجمالي عدد السكان داخل المدينة المنورة، وذلك علي مساحة بلغت نحو ٣٣.٤% من



إجمالي مساحة البلديات داخل المدينة المنورة، وقد بلغ عدد الأحياء داخل هذه المجموعة ٢٧ حياً بنسبة تصل إلي نحو ٣١.٣% من إجمالي عدد أحياء المدينة المأهولة، وقد بلغ عدد الشوارع التجارية الرئيسية بهذه الفئة ١٠ شوارع بنسبة ٢٧% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وبأطوال بلغت نحو ٣٩.٣ كم بنسبة تصل إلي حوالي ٢٩.٧% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد بلغ عدد المحلات التجارية علي طول تلك الشوارع ٢٠٢٥ محلاً تجارياً بنسبة بلغت نحو ٢٣.٤% من إجمالي عدد المحلات التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وبنسبة تتراوح ما بين ١٦ - ٢٢% من إجمالي عدد المحلات التجارية في كل بلدية، والملاحظ علي هذه الفئة أنها تمتاز باتساع المساحة وارتفاع الحجم السكاني في المقابل انخفاض في عدد المحلات التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية، ولذلك يمكن القول بأنه توجد علاقة عكسية بين مساحة البلدية والحجم

السكاني لها من ناحية، وبين عدد المحلات من ناحية أخرى، وربما يرجع ذلك لانخفاض عدد الشوارع التجارية الرئيسية داخل البلديات وتركز المحلات التجارية عليها، هذا فضلاً عن اعتماد السكان في استيفاء احتياجاتهم علي المتاجر المنعزلة والتي تنتشر علي طول الشوارع الجانبية والفرعية داخل الكتلة السكنية، والتي مثلت قيماً تتراوح ما بين ٧٨ - ٨٤% من إجمالي عدد المحلات التجارية داخل بلديات تلك الفئة.

- **المجموعة الثالثة :** وهي البلديات التي يتراوح النصيب الحجمي من عدد السكان بها ما بين ١٠ - ١٥% من إجمالي عدد سكان المدينة، وقد جاءت هذه الفئة لتضم بلدية العيون والتي جاءت بنسبة بلغت نحو ١٢.٨% من إجمالي عدد السكان داخل المدينة المنورة، وذلك علي مساحة بلغت نحو ١١.٨% من إجمالي مساحة البلديات داخل المدينة المنورة، وقد بلغ عدد الأحياء بها ١٠ أحياء بنسبة تصل إلي نحو ١١.٦% من إجمالي عدد أحياء المدينة المأهولة، وقد بلغ عدد الشوارع التجارية الرئيسية بهذه الفئة ٧ شوارع بنسبة ١٨.٩% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وبأطوال بلغت نحو ٢٥.١ كم بنسبة تصل إلي حوالي ١٩% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد بلغ عدد المحلات التجارية علي طول تلك الشوارع ٢١٤٧ محلاً تجارياً بنسبة بلغت نحو ٢٤.٨% من إجمالي عدد المحلات التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وبنسبة بلغت نحو ٦٤% من إجمالي عدد المحلات التجارية داخل البلدية، والملاحظ بشكل عام علي هذه الفئة أنه توجد علاقة عكسية بين المساحة وعدد السكان من ناحية وبين عدد الشوارع التجارية الرئيسية وعدد المنشآت الواقعة عليها، وبما يشير إلي عدم العدالة في التوزيع بين أحياء وبلديات تتركز فيها الشوارع التجارية والمحلات التجارية علي طولها تشكل الفائض، وأخري تقل فيها عدد الشوارع التجارية الرئيسية والمحلات التجارية الواقعة عليها وتعتمد علي المتاجر المنعزلة المنفردة داخل الإطار المساحي وتشكل الحاجة أو النقص.

- **المجموعة الرابعة :** وهي البلديات التي يتراوح النصيب الحجمي بها من عدد السكان ما بين ٥ - ١٠% من إجمالي عدد سكان المدينة، وقد جاءت هذه الفئة لتضم بلدية البيداء والتي جاءت بنسبة بلغت نحو ٧.١% من إجمالي عدد السكان داخل المدينة المنورة، وذلك علي مساحة بلغت نحو ١٦.٣% من إجمالي مساحة البلديات داخل المدينة المنورة، وقد بلغ عدد الأحياء بها ٦ أحياء بنسبة تصل إلي نحو ٧.١% من إجمالي عدد أحياء المدينة المأهولة، وقد بلغ عدد الشوارع التجارية الرئيسية بهذه الفئة ٦ شوارع بنسبة ١٦.٣% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وبأطوال بلغت نحو ٢٨.٣ كم بنسبة تصل إلي حوالي ٢١.٤% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد بلغ عدد المحلات التجارية علي طول تلك الشوارع ١١١٩ محلاً تجارياً بنسبة بلغت نحو ١٢.٩% من إجمالي عدد المحلات التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، ونسبة بلغت نحو ٣٣.٤% من إجمالي عدد المحلات التجارية داخل البلدية، ويشير ما سبق إلي التعادلية بين المساحة وعدد السكان وعدد الشوارع التجارية والمحلات الواقعة عليها.

رابعاً - العوامل الجغرافية المؤثرة في توزيع الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة :

تتباين طبيعة الظاهرات المكانية وفهم الحقائق المكانية للظاهرة بتباين العوامل الجغرافية المؤثرة في محيطها، سواء كانت هذه العوامل طبيعية أو بشرية (مليباري، ٢٠٠٩م، ص ١٢٣)، حيث تعمل تلك العوامل كعوائق أو ديناميكيات مساعدة تؤثر في طبيعة الظاهرة وتوزيعها المكاني، كما أنها تعطي تفسيرات للنشأة والنمو والتوزيع ومدى استمرار الظاهرة المكانية مستقبلاً، ويعد تحليل التوزيع المكاني للمؤسسات التجارية في مواقع معينة ليس أمراً سهلاً حيث أن قيام تجارة ناجحة في موضع معين يعني توفر عدة عوامل أسهمت مجتمعة وبنسب متفاوتة في تحديد قيامه وإن أهمية كل عامل من تلك العوامل تختلف من مكان إلى آخر (الحياني، الدليمي، ٢٠٠٨م)، ومن هذا المنطلق تأتي دراسة العوامل

الجغرافية المؤثرة في توزيع الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة وشكلها التوزيعي والاتجاهي، والتي يمكن من خلالها تفسير مدي التأثير السلبي أو الايجابي علي ظاهرة الشوارع التجارية الرئيسية محل الدراسة، والتي تتمثل في ظروف الموقع والموضع، والطرق، وحجم السكان، والنمو العمراني، وتغير استخدامات الأراضي، والعامل الديني.

(١) معطيات الموقع والموضع :

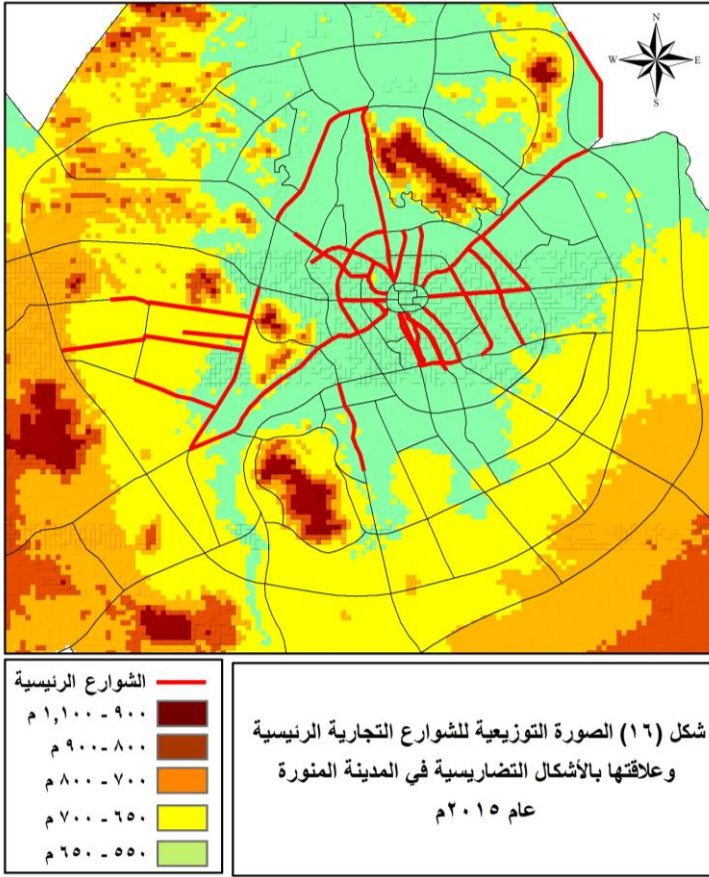
كان موقع المدينة المنورة خاضعاً للإرادة الإلهية وحدها في قلب منطقة حوضية نتجت عن التصريف المائي والتعرية لوادي العقيق القادم من الجنوب، ووادي قناة القادم من الشرق، ووادي بطحان القادم من الجنوب الشرقي (لوحة المدينة المنورة رقم ٣٧/١٥، GN، ولوحة السويرقية رقم ٣ / ٣٧ NF) بما ساعد علي توفير المياه السطحية والباطنية والتربة الخصبة الناتجة عن تفكك الصخور، وبما دفع السكان منذ القدم لاستثمار إمكانات الموضع والخبرات المتراكمة مع الزمن في النشاط الزراعي في المقام الأول، وجاء النشاط التجاري بالمدينة في المقام الثاني بعد الزراعة مستفيدة من توسطها الطريق الذي كانت تسلكه القوافل بين اليمن والشام، وأنها كانت تمثل محطة للتجار واستراحة للقوافل وسوقاً محلية للتجار، وذلك علي العكس من مكة المكرمة والتي جاء بها النشاط التجاري في المقام الأول (السرياني، ١٩٩٨م، ص ص ١٦١-١٦٢).

وتتوسط المدينة المنورة الإقليم الغربي من المملكة، وتشكل مع مكة المكرمة وجدة مثلث يمثل إقليمياً من أكثر أقاليم المملكة سكاناً، وهي تمثل منطقة عقدية تلتقي عندها المواصلات التي تربطها بجميع المدن السعودية بصورة مباشرة أو غير مباشرة، فهي تبعد عن جدة ٣٩٧ كم وعن مكة المكرمة ٤٩٧ كم وبريدة ٥٩٠ كم والطائف ٥٣٥ كم، وهي تمثل مركزاً لدائرة يبلغ نصف قطرها نحو ٤٣٥ كم تقع بداخلها هذه المدن، وقد جاءت المدينة المنورة داخل مصفوفة الترابط بين جميع المدن

السعودية من حيث درجة الاتصال في المرتبة الأولى (٤ نقاط) بين مدن المملكة (إسماعيل، ١٩٧٥م، ص ١٥٦).

ومن تحليل الشكل (١٦) والذي يعكس الصورة التوزيعية للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة وعلاقتها بالأشكال التضاريسية نجد أن المدينة تقع في منطقة حوضية، وأنه يمكن تقسيم هذه المنطقة إلي قسمين من حيث طبوغرافيتها، الأولى قاعدة الحوض المنخفضة في الوسط والتي يتراوح ارتفاعها ما بين ٤٥٠ - ٧٠٠ متر عن سطح البحر، والثاني هو الجوانب التي ترتفع باتجاه الأطراف من جميع الاتجاهات باستثناء الاتجاه الشمالي الغربي والشرق (الشريف، ١٩٩٨م، ص ٣٣-٣٤) بمتوسط ارتفاع يزيد عن ٦٥٠ متر ولا يتجاوز ١١٠٠ متر، حيث أثرت طبيعة تضاريس المدينة المنورة في تحديد ابرز معالم التركيب العمراني، وأثرت علي مواقع مشروعات الاستثمار التجاري بالمدينة، خاصة وان معظم عمران المدينة المنورة وشوارعها قد امتدت علي قاعدة الحوض المنخفضة في الوسط.

ويلاحظ أيضاً أن نحو ٨٤.٧% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية بالمدينة المنورة امتدت علي مناسيب تتراوح ما بين ٥٠٠ - ٦٥٠ متر فوق سطح البحر خاصة حول المنطقة المركزية وداخل الدائري الثاني، علي حين وجد أن نحو ١٥.٣% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية بالمدينة امتدت علي مناسيب تتراوح ما بين ٦٥٠ - ٧٠٠ متر فوق سطح البحر والتي تمثلت في الشوارع التجارية الرئيسية التي ارتبطت بالامتدادات العمرانية في حي العزيزية وحي الدفاع في الغرب والتي تمثلت في شوارع الإمام البخاري والإمام مسلم والأربعين والمعارض.



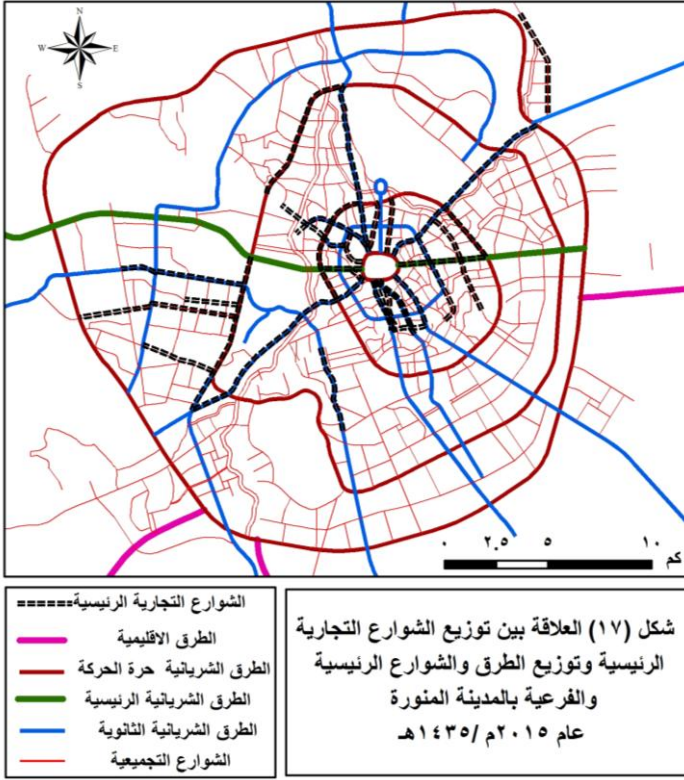
(٢) الطرق :

تلعب الطرق دوراً أساسياً في توزيع شبكة الشوارع التجارية الرئيسية داخل المدن، فهي تزيد وتسهل حركة السكان وبالتالي تزيد التفاعل والترابط المكاني بينهم، ويعد اختيار مواقع الأسواق الشريطية من منطلق انها نقاط اختيرت لتقليل المسافة والتكلفة الي الحد الأدنى (الجار الله، ٢٠٠٠م، ص ص ٣٤-٣٥) مما أوجد علاقة طردية بين توافر شبكات الطرق والنشاط الاقتصادي للشوارع التجارية، فكلما توافرت شبكات الطرق ساعد ذلك علي الاستغلال الاقتصادي الأمثل والعكس صحيح، لذلك نعد الطرق دعامة مهمة في نجاح النشاط التجاري علي طول الشوارع بالمدن (الحبسي، ٢٠٠٤م، ص ١٩).

ومنذ القدم تمثل الطرق محاور الحركة السكانية التي تتخلل الكتلة السكنية وتؤدي إلى المسجد النبوي الشريف بما ساهم في نشأة وامتداد الشوارع التجارية الرئيسية علي كل المحاور الرئيسية التي تؤدي إلى الحرم النبوي الشريف وتصل بين قلب المدينة والأطراف علي أبواب السور الخارجي للمدينة، حيث كانت تخدم المشاة الي الحرم النبوي الشريف مثل شارع الشامية وشارع السوق وشارع الساحة والشارع الجنوبي وحارة الأغوات والشارع السلطاني.

ومن تحليل الشكل (١٧) والذي يعكس مدي الارتباط بين الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة وعلاقتها بهيكل شبكة الطرق يتضح التالي :

- بلغ إجمالي أطوال الطرق داخل النطاق العمراني للمدينة المنورة نحو ١٣٠٤.٥ كم، وقد سجلت الطرق الإقليمية التي تربط المدينة المنورة بشبكة المدن الاخرى بالمملكة نحو ٢.٥% من إجمالي أطوال الطرق داخل النطاق العمراني للمدينة، في حين بلغت نسبة الطرق الشريانية الرئيسية حرة الحركة والتي تمثلها الطرق الدائرية بالمدينة نحو ٢٣.٦% من إجمالي أطوال شبكة الطرق داخل النطاق العمراني للمدينة، علي حين سجلت نسبة الطرق الشريانية الرئيسية الخادمة لحركة المرور الطولي والعابرة للمدينة من الشرق للغرب (شارع الملك عبد العزيز - شارع السلام) نحو ٢.٤% من إجمالي أطوال الطرق داخل النطاق العمراني للمدينة، في حين سجلت نسبة الطرق الشريانية الثانوية والتي تربط بين الطرق الإقليمية والطرق الدائرية الرئيسية بالمدينة نحو ١٧.١% من إجمالي أطوال الطرق داخل النطاق العمراني للمدينة، علي حين سجلت الطرق التجميعية الفرعية والتي تربط بين الطرق الشريانية الرئيسية والطرق المحلية التجميعية داخل المدينة نحو ٥٤.٤% من إجمالي أطوال الطرق داخل النطاق العمراني للمدينة.



- أن الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة قد انطبعت في المرتبة الأولى علي أطوال الطرق الشريانية الثانوية، والتي امتازت باتساعها النسبي الذي يتراوح ما بين ٢٥ - ٣٠ متر، حيث تركز نحو ٨٩% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية علي الطرق الشريانية، وبإجمالي أطوال بلغ نحو ٨٤% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقد شكلت أطوال تلك الشوارع نحو ٤٩.٨% من إجمالي أطوال الطرق الشريانية الثانوية بالمدينة المنورة، علي حين ارتبطت الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة في المرتبة الثانية بالطرق الدائرية الشريانية الرئيسية حرة الحركة بالمدينة والتي يتراوح متوسط اتساعها ما بين ٤٠ - ٤٥ متر، حيث تركز نحو ٥.٥% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة علي طول الطرق الدائرية، وبإجمالي أطوال بلغ نحو ٩.١% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقد شكلت أطوال

تلك الشوارع نحو ٣٧.٥% من إجمالي أطوال الطرق الدائرية بالمدينة المنورة، علي حين ارتبطت الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة في المرتبة الثالثة بالطرق الشريانية الرئيسية بالمدينة والتي يتراوح متوسط اتساعها ما بين ٣٠ - ٣٥ متر، حيث تركز نحو ٥.٥% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة علي طول الطرق الشريانية الرئيسية، وبإجمالي أطوال بلغ نحو ٦.٩% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقد شكلت أطوال تلك الشوارع نحو ٢٩% من إجمالي أطوال الطرق الدائرية بالمدينة المنورة، وقد اختفت الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة من علي الطرق الإقليمية والطرق التجميعية المحلية بالمدينة.

يعكس ما سبق مدي ارتباط الشوارع التجارية الرئيسية بالطرق وانجذابها إلي الرتبة الأعلى من الطرق في المدينة ومدي توافرها، إذ أن توافر الطرق الكثيفة في الحركة والتي تتمركز في مواقع اختيارية جيدة من المدينة جذبت الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وذلك لما تتمتع به من سهولة الوصول وان كان يعاب عليها الازدحام المروري، حيث كان من أولي أولويات الطرق التجارية الرئيسية اختيار مواقعها علي الطرق الرئيسية التي تنصب فيها كل الحركات البشرية داخل المدينة وتوفر نقاط الدوران للمركبات مع إمكانية تكرار التوقف والتسوق منها.

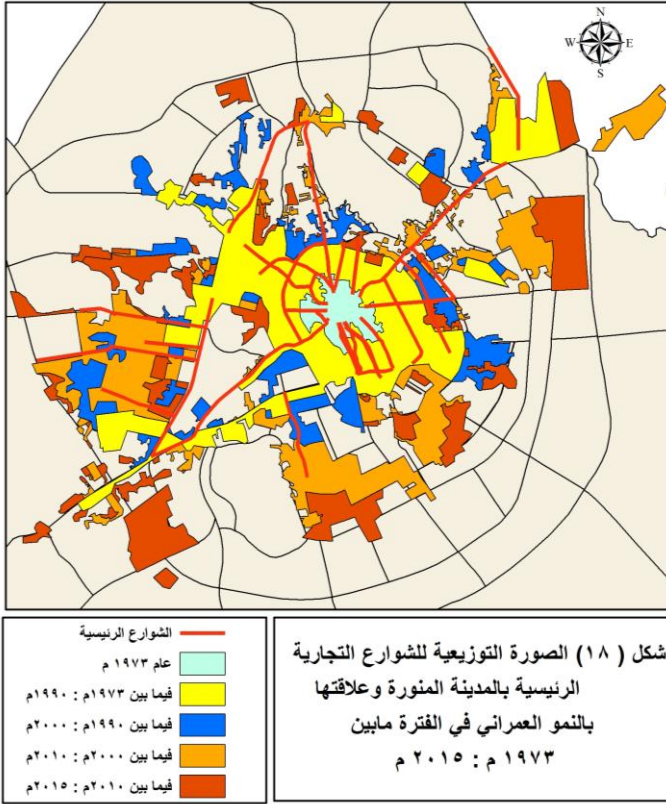
٣) النمو العمراني للمدينة :

تشكل المدينة نظاماً حضرياً حيوياً تتكون عناصره من مجموعة من المناطق والاحياء العمرانية التي تتخللها شبكة من الطرق تمثل الشرايين التي تمد جسم النظام الحضري بالحياة، وتعد هذه الطرق أيضاً أصولاً امتدت من خلالها الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة كأذرع تتفق منطقياً مع متطلبات النمو العمراني، ولقد مر عمران المدينة المنورة في الفترات الحديثة بعدة قفزات انتقلت فيها من مرحلة التكتل حول المركز إلي مرحلة الانتشار في الأطراف نتج عنه ظهور العديد من الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة علي طول الطرق التي أعتمد عليها المخططون للمدينة في التخطيط العمراني للمدينة المنورة المرتبط بشكل أساسي بخطة المدينة الدائرية

ومن خلال الشكل (١٨) والذي يعكس الصورة التوزيعية للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة وعلاقتها بالنمو العمراني للمدينة حتي عام ٢٠١٥م يتضح ما يلي:

- حتي عام ١٩٥٠م وبعد مبايعة أهل الحجاز عامة للملك عبد العزيز وإعلان المملكة الحجازية ظل عمران المدينة المنورة داخل الأسوار بمساحة بلغت نحو ٨٥٠ هكتار مربع، واتسم العمران بالتركز والتكثيف في ملء الفراغات البينية التي خلفتها الفترات السابقة في القطاع الممتد ما بين السور الداخلي القديم والسور الخارجي، وبدأ العمران يشغل النطاق الانفصالي بين كتلة النمو المركزية حول المسجد النبوي الشريف وبعض النويات التي كانت موجودة في الجنوب والجنوب الغربي خاصة في قباء، إلي جانب بعض الأجزاء الشمالية الشرقية والشمالية خارج السور القديم وصولاً إلي السور الحسيني الذي شيده فخري باشا في العهد الهاشمي وجدده الأشراف وأطلق عليه الناس سور الحسين بن علي، وبناء علي ذلك ظلت الشوارع التجارية القديمة تحتل الطرقات الرئيسية المؤدية للحرم النبوي الشريف في الفترات السابقة، فضلاً عن الأسواق خاصة سوق المناخة.

- في الفترة ما بين ١٩٥٠ - ١٩٧٣م بدأت المدينة المنورة مرحلة تطويرية أخرى انتقل فيها المحيط العمراني من المرحلة النووية حول المسجد النبوي الشريف التي شهدتها علي مدار تاريخها العمراني داخل الأسوار إلي المرحلة التكوينية خارج الأسوار، وبدأت المدينة تضيق ذراعاً بسورها الذي كانت تحتمي به، وبدأ العمران مع عملية الاستقرار وانتشار الأمن يمتد خارج عزلة السور الذي حماها احدي عشر قرناً من الزمان (السرياني، ١٩٩٩م، ص



المصدر :- من عمل الباحث بالاعتماد علي مجموعة صور الاقمار الصناعية في الاعوام ١٩٧٣م - ١٩٩٠م - ٢٠٠٠م - ٢٠١٠م - ٢٠١٥م

King Abdul-Aziz City for Science and Technology, Space research -
(Institute Saudi center for remote sensing (KACST).

١٩٦)، وشهدت المدينة من آليات النمو العمراني خاصة التوسعات التي شهدها الحرم النبوي الشريف في عهد الملك سعود بن عبد العزيز، وعهد الملك فيصل بن عبد العزيز ما دفع بالعمران خارج الأسوار، وبلغت مساحة العمران في نهاية تلك الفترة ٧.٤ كم^٢، اختفت فيهم الكثير من الشوارع التجارية الرئيسية للمدينة في حركة التوسعات للحرم النبوي الشريف والتي أضيفت الي مساحة الحرم ودفعت بالكثير من السكان نحو النزوح خارج نطاق الأسوار القديمة خارج منطقة الأعمال المركزية، وان كانت هذه التوسعات مهدت الكثير من الطرق الرئيسية المؤدية للحرم النبوي، واستحدثت بعض الطرق في ظل عمليات الهدم

ونزع الملكية للتوسعات (السرياني، ١٩٩٩م، ص ١٩٦)، والتي كانت مقدمات جيدة لظهور الشوارع التجارية الرئيسية الجديدة خارج المنطقة التي تحيط بالحرم النبوي الشريف.

- في الفترة ما بين عامي ١٩٧٣-١٩٩٠م دخلت المدينة المنورة مرحلة تطويرية هامة من التطور العمراني انتقلت فيها الحياة العمرانية بالمدينة من المرحلة التكوينية خارج الأسوار إلى المرحلة التوسعية، وذلك بعد البداية الفعلية لتخطيطها تخطيطاً حديثاً علي يد المكتب الاستشاري روبرت ماثيو - جونسون وإعادة تقييم المخطط وتعديله بعد النمو المطرد الذي شهدته المدينة المنورة علي يد مجموعة الاستشاريين العرب للتنمية والتعمير، وكانت آليات النمو العمراني تتمثل في طفرة الاقتصادية نتيجة لعوائد البترول بعد حرب ١٩٧٣م، فضلاً عن زيادة تيارات الهجرة من الريف إلى الحضر، والتوسعات التي شهدها الحرم النبوي الشريف، والتي تمثلت في التوسعة الثالثة في عهد الملك خالد بن عبد العزيز والتوسعة الرابعة في عهد الملك فهد بن عبد العزيز. وقد ارتكز المخطط العمراني في تلك الفترة علي شبكة من الطرق الإشعاعية التي خرجت من المنطقة المركزية والتي مهدت - إلي حد كبير - إلي ظهور الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة خاصة وان التوسعات العمرانية في تلك الفترة أدت إلي اختفاء العديد من الأسواق والشوارع التجارية التي جاءت في الفترات السابقة، ودخلت عمليات التسويق بالمدينة مرحلة الشوارع التجارية الرئيسية خارج المنطقة المركزية، وقد بلغت مساحة العمران في نهاية تلك الفترة ٨٢.٧ كم^٢ بزيادة قدرها ٧٥.٣ كم^٢ وبمعدل نمو عمراني سنوي بلغ ٩.٨% سنوياً، وبما يعكس النمو العمراني الكبير في تلك الفترة، وقد بلغ عدد الشوارع التجارية الرئيسية وفقاً لذلك ٢٣ شارع بنسبة ٦٣.٩% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وبإجمالي أطوال بلغت نحو ٦٨.٢ كم بنسبة ٥١.٥% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، والتي قد احتوت علي نحو ٥٧٧١ منشأة تجارية بنسبة ٦٦.٦% من إجمالي المنشآت التجارية الرئيسية الحالية بالمدينة المنورة.

- في الفترة ما بين ١٩٩٠-٢٠٠٠م دخلت المدينة المنورة مرحلة التكتيف داخل المرحلة التوسعية التي شهدتها في الفترة السابقة، حيث جاءت تلك المرحلة بآليات ملء الفراغات البينية داخل التوسعات خاصة بين المركز داخل الدائري الأول والامتدادات الخارجية في المرحلة السابقة، فضلاً عن استمرار النمو بالتجاور علي حواف المرحلة السابقة، وقد سجلت مساحة الكتلة المبنية في نهاية تلك الفترة نحو ١١٥.٩ كم^٢ بزيادة قدرها ٣٣.٢ كم^٢ وبمعدل نمو عمراني بلغ نحو ٣.٤% سنوياً وقد انعكس ذلك علي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، والتي سجلت زيادة مقدارها ٨ شوارع بنسبة ٢٢.٢% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية الحالية بالمدينة، تمثل ذلك في شارع ساري وأجزاء من القوس الغربي من الطريق الدائري الثاني وامتداد شارع المطار وطريق عروة الميقات وامتداد شارع العيون وشارع الجرف ومعظمها شوارع تجارية رئيسية تقع علي أطراف الكتلة المبنية في تلك الفترة، وقد بلغ إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية في تلك الفترة نحو ١٠٤ كم بنسبة ٧٨.٨% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية الحالية بزيادة قدرها نحو ٣٥.٨% وبمعدل نمو سنوي سجل حوالي ٦.٢% سنوياً، وقد بلغ إجمالي عدد المحلات داخل تلك الشوارع بتلك الفترة نحو ٧٤٧٩ بنسبة ٨٦.٣% من إجمالي عدد المحلات الحالية، وبمعدل نمو سنوي بلغ نحو ١.٧% سنوياً وبزيادة قدرها ١٧٠.٨ محلاً.

- خلال الفترة ما بين عامي ٢٠٠٠-٢٠١٥م والتي انتقلت فيها المدينة المنورة من مرحلة التكتيف داخل الفترات السابقة إلي مرحلة النمو المتسارع علي الأطراف حيث تجاوز العمران بصورة واضحة الدائري الثاني وبدأ ملء الفراغات والنمو حتي أطراف الدائري الثالث، وظهر النمو العمراني لضاحية العاقول في الشمال الشرقي، والعريزية والدفاع والسلام وورقان في الأجزاء الغربية، وظهرت أحياء مهزور والهدراء وعين الخيف وبني بياضة في الجنوب، وفي الشمال ظهرت ملامح أحياء البركة وامتدادات التلعة والعيون بالتجاور مع الأحياء القديمة، وقد بلغت مساحة الكتلة المبنية في نهاية تلك الفترة نحو ٢٣٢.٦ كم^٢، وذلك بزيادة قدرها ١١٦.٧ كم^٢ وبمعدل نمو عمراني بلغ نحو ٤.٥% سنوياً وقد انعكس ذلك

علي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، والتي سجلت زيادة مقدارها خمسة شوارع بنسبة ١٣.٩% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية الحالية بالمدينة، هي شوارع الإمام البخاري والأربعين والإمام مسلم والمعارض ومستشفى احد، وبإجمالي أطوال بلغت نحو ٢٨.٣ كم بنسبة ٢١.٢% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية الحالية وبمعدل نمو سنوي سجل حوالي ١.٦% سنوياً، وقد بلغ إجمالي عدد المحلات التي أضيفت في تلك الفترة نحو ١١٨٢ بنسبة ١٣.٦% من إجمالي عدد المحلات الحالية، وبمعدل نمو سنوي بلغ نحو ١% سنوياً. والخلاصة أن سرعة النمو العمراني للمدينة خاصة في الآونة الأخيرة نتيجة للظروف الاقتصادية الدافعة للنمو العمراني، وما طرأ عليها من تغيرات عمرانية هيأت الظروف المناسبة لظهور واستمرار الشوارع التجارية الرئيسية، الأمر الذي يشير إلي إمكانية التنبؤ بزيادة الشوارع التجارية الرئيسية مستقبلاً.

٤) حجم السكان :

يشكل السكان جوهر الحركة الديناميكية التي تشكل النظام الحضري، وبعد الحجم السكاني عنصراً حيوياً يثري العلاقة الجغرافية واحد وجهي العملة، والتي تشكل الشوارع التجارية الرئيسية الوجه الآخر، وإذا كانت الشوارع التجارية الرئيسية تخضع لقانون العرض والطلب فان المنشآت التجارية الواقعة علي طول تلك الشوارع تمثل نوافذ العرض، وحجم السكان وتوزيعهم يمثل الطلب المتوقع علي الشراء من تلك النوافذ.

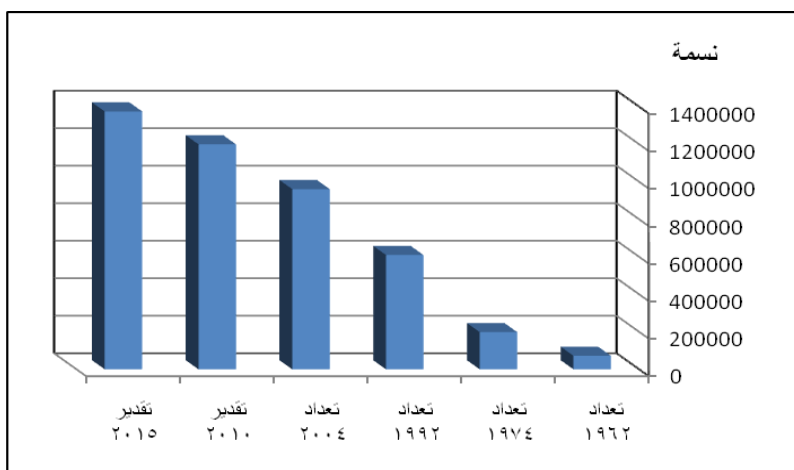
ولقد أثر موضع وموقع وشكل مساحة المدينة المنورة وأهميتها الدينية علي تزايد الحجم السكاني، فمن خلال الجدول (١) والشكل (١٩) والالوان يعرضان لتطور حجم سكان المدينة المنورة خلال الفترة ما بين ١٩٦٢-٢٠١٥م يتضح التالي:

**جدول (١) تطور حجم سكان المدينة المنورة
خلال الفترة ما بين ١٩٦٢-٢٠١٥م.**

العام	عدد السكان	مقدار الزيادة	معدل النمو السنوي %
تعداد ١٩٦٢	٧١٩٩٨	-	-
تعداد ١٩٧٤	١٩٨١٨٦	١٢٦١٨٨	%٧.٨
تعداد ١٩٩٢	٦٠٩٣١٨	٤١١١٣٢	%٥.٧
تعداد ٢٠٠٤	٩٦٠٦١٩	٣٤٦٣٠١	%٣.٤
تقدير ٢٠١٠	١١٩٩٤٦٧	٢٤٣٨٤٨	%٤.٥
تقدير ٢٠١٥	١٣٧٤٥٦١	١٧٥٠٩٤	%٢.٧

المصدر: مكي، محمد شوقي إبراهيم (١٩٨٥م)، سكان المدينة المنورة، الطبعة الأولى، دار العلوم للطباعة والنشر، الرياض، ص ٤٢.

- وزارة الشؤون البلدية والقروية، أمانة المدينة المنورة (١٤٢٥هـ)، إسقاطات السكان لعام ١٤٣١هـ بناء علي تعداد ١٤٢٥هـ/٢٠٠٥م، إدارة التنمية الإقليمية، بيانات غير منشورة.
- المملكة العربية السعودية، تقديرات مصلحة الإحصاءات العامة والمعلومات، تقديرات عام ٢٠١٥م، بيانات غير منشورة.



**شكل (١٩) تطور حجم سكان المدينة المنورة خلال الفترة
ما بين عامي ١٩٦٢ - ٢٠١٥م**

- بلغ عدد سكان المدينة المنورة في تعداد ١٩٧٤م نحو ١٩٨ ألف نسمة وهي تمثل بداية فترة تخطيط المدينة وامتداد الشوارع الرئيسية بها، وفي تعداد ١٩٩٢م تجاوز عدد السكان حاجز النصف مليون نسمة مسجلاً نحو ٦٠٩ ألف نسمة بمعدل نمو بلغ حوالي ٥.٧% سنوياً، وقد بلغ إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية في تلك الفترة نحو ٦٨ كم وبما يتناسب مع حركة النمو العمراني التي شهدتها المدينة المنورة في تلك الفترة وحركة النمو السكاني داخل تلك الامتدادات العمرانية خاصة داخل النطاق الانتقالي فيما بين الدائري الأول والدائري الثاني.

- في تعداد عام ٢٠٠٤م مع بداية القرن الحادي والعشرون قاربت المدينة المنورة علي المليون نسمة، حيث بلغ عدد السكان نحو ٩٥٥ ألف نسمة مسجلاً معدل نمو سكاني سنوي بلغ نحو ٣.٤% سنوياً، وبما يعكس حركة التكتيف السكاني داخل الامتدادات العمرانية التي خلفتها الفترات السابقة، وقد ازدادت أطوال الشوارع التجارية الرئيسية في تلك الفترة نحو ٣٥.٨ كم وبما يمثل حوالي ٢٢.٢% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، ليبلغ إجمالي أطوالها في تلك الفترة ١٠٤ كم وذلك بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٦.٢% سنوياً.

- في عام ٢٠١٠م قدرت مصلحة الإحصاءات العامة والمعلومات عدد سكان المدينة المنورة بحوالي ١.٢ مليون نسمة وبما يتجاوز حاجز المليون بزيادة قدرها نحو ٢٤٣ ألف نسمة في خمس سنوات، وبمعدل نمو سكاني سنوي بلغ حوالي ٤.٥% سنوياً، في حين قدرت مصلحة الإحصاءات العامة والمعلومات عدد سكان المدينة بحوالي ١.٤ مليون نسمة في عام ٢٠١٥م بزيادة قدرها نحو ١٧٥ ألف نسمة فيما بين ٢٠١٠-٢٠١٥م، وذلك بمعدل نمو سنوي بلغ ٢.٧% سنوياً، وازدادت أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بحوالي ٢٨ كم خلال الفترة ما بين عامي ٢٠٠٠-٢٠١٥م لتبلغ ١٣٢.٣ كم، وذلك بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ١.٦% سنوياً في مقابل معد نمو سكاني بلغ حوالي ٣.٦% سنوياً عن نفس الفترة، وربما يرجع ذلك إلي أن الشوارع التجارية الرئيسية تأتي في فترات تالية لاحقة للزيادة العمرانية والسكانية في المدينة.

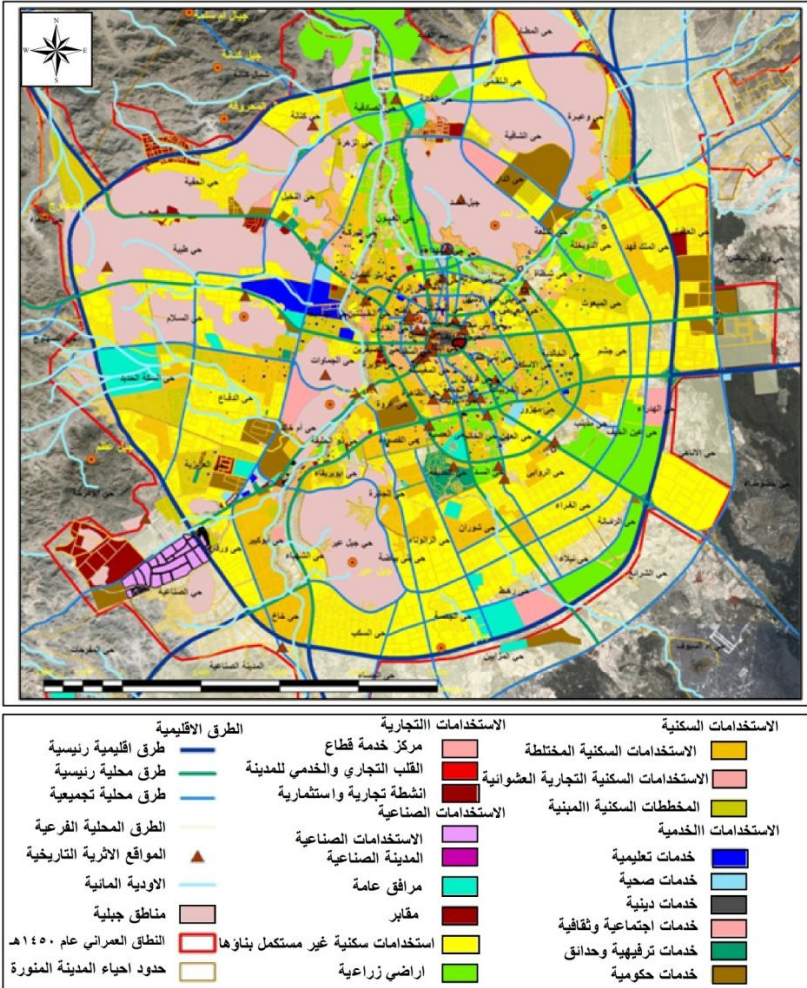
وثمة عامل آخر يدخل ضمن حجم الطلب السكاني الذي يؤثر علي ظهور وتوزيع واستمرار الشوارع التجارية الرئيسية والذي يتمثل في حجم الزوار، وذلك علي اعتبار أنهم يمثلون جزء كبير من حجم الطلب خاصة علي الشوارع التجارية الرئيسية القريبة من المنطقة المركزية، حيث قدر حجم الزوار من المعتمرين والحجاج إلي المدينة المنورة في عام ٢٠١٥م بما يقرب من ٦ مليون زائر، وبما يشير إلي خمسة أمثال سكان المدينة بما يعكس الأثر الكبير الذي يفوق تأثير سكان المدينة، وقد قدر حجم الإنفاق الاستهلاكي للزوار بنحو ١٧ مليار ريال منها ٤ مليار ريال لقطاع تجارة التجزئة (الغرفة التجارية الصناعية بالمدينة المنورة، ٢٠١٥م، بيانات غير منشورة).

٥) تغير استخدامات الأراضي بالمدينة :

إن التغير في استخدام الأرض يولد أنواعاً مختلفة من حركات التفاعل التي قد تكون الأسواق والشوارع التجارية أحد الاستخدامات الناتجة عنها (ملياري، ١٩٩٩م، ص ١٦٨)، وتتأثر الوظيفة التجارية بالمدينة المنورة والتي تعد الشوارع التجارية الرئيسية جزء منها خاصة بمواسم الحج والعمرة، والتي يزداد فيها عدد سكان المدينة من الوافدين، وبما يتطلب حاجة ملحة لتوفير القطاعات السكنية والتجارية لمختلف الثقافات والعادات الوافدة للمدينة، وبما ساعد علي الحرص علي امتداد الشوارع التجارية الرئيسية كاستثمارات مضمونة تجد حجم كبير من المتسوقين وبما ساعد علي نشأتها واستمرارها.

ومن تحليل الشكل (٢٠) والذي يعكس مدي العلاقة بين صور استخدامات الأرض بالمدينة المنورة وتوزيع الشوارع التجارية الرئيسية نجد أن المدينة من الناحية النموذجية ينطبق عليها نموذج القطاعات الذي اقترحه الاقتصادي Homer Hoyt وان النشاط المولد لاستخدامات الأراضي تمثل في النشاط الديني الخاص بالزيارة في أوقات الحج والعمرة والذي ساعد علي هيمنة الاستخدامات السكنية بشتي أنواعها علي استخدامات الأراضي خاصة في القطاعات الغربية من المسجد النبوي الشريف، والتي لازمتها الاستخدامات التجارية بصورة تابعة كردة فعل لزيادة الاستخدامات السكنية لترتبط بعلاقة طردية تزداد فيها الاستخدامات التجارية كلما ازدادت الاستخدامات السكنية داخل نطاق المدينة العمراني، وبما يفسر ارتباط الشوارع التجارية الرئيسية بالنطاق المحيط بالمنطقة المركزية والنطاق الانتقالي من المدينة خاصة في القطاع الواقع ما بين الدائري الأول والدائري

الثاني والتي اكتملت بها عمليات التعمير السكنية وتخللتها الشوارع التجارية الرئيسية بصورة واضحة بشكل تابع، في المقابل يقل توزيع أطوال الشوارع التجارية الرئيسية في المناطق الهامشية التي لم تكتمل بها عمليات البناء والتسكين، فضلاً عن الدور التنافسي الذي لعبته الأسواق المركزية والمجمعات التجارية في الاستحواذ علي المتسوقين من هذه المناطق.



شكل (٢٠) الوضع الراهن لاستخدامات الأراضي في المدينة المنورة عام ٢٠١٢م

المصدر: وزارة الشؤون البلدية والقروية، أمانة المدينة المنورة، بيانات غير منشورة.

ويعكس الجدول (٢) والشكل (٢١) العلاقة بين التغير في مساحات استخدامات الأراضي بالمدينة المنورة خاصة العلاقة بين الاستخدامات السكنية والخدمية وبين التغير في الاستخدامات التجارية والتي تعتبر الشوارع التجارية الرئيسية أحد أشكالها، حيث يلاحظ أن جميع الاستخدامات المستغلة يتزايد نموها بشكل عام فيما بين عامي ١٩٩٠-٢٠١٢م، حيث ارتفعت نسبة مساحة الاستخدامات السكنية من ١٣.٧% في عام ١٩٩٠م لتسجل نحو ١٧.٣% في عام ٢٠١٢م، كذلك ارتفعت نسبة مساحة الاستخدامات الخدمية من ٣.٢% في عام ١٩٩٠م لتسجل نحو ٦.٥% في عام ٢٠١٢م، وبما يعكس اهتمامات خطط التنمية العمرانية في المملكة، وقد جاءت الاستخدامات التجارية في علاقة طردية مع النمو في الاستخدامات السكنية والخدمية، حيث سجلت مساحة الاستخدامات التجارية في عام ١٩٩٠م نحو ٠.٤% من جملة مساحة الاستخدامات بالمدينة، في المقابل ارتفعت النسبة في عام ٢٠١٢م لتسجل نحو ٣.٨% من جملة الاستخدامات بالمدينة، وبما يسجل تزايداً واضحاً كردة فعل للتغير في الاستخدامات السكنية والخدمية، وبما يفسر ارتباط الشوارع التجارية الرئيسية بصورة واضحة بالنطاق المحيط بالمنطقة المركزية والمنطقة الانتقالية بالمدينة المنورة خاصة فيما بين الدائري الأول المحيط بالمنطقة المركزية حتى الدائري الثاني الذي يحيط بالنطاق الانتقالي العمراني داخل المدينة المنورة.

٦) الوظيفة الدينية :

يعد العامل الديني من أكثر العوامل أهمية وتأثير علي الاستخدام التجاري بالمدينة المنورة وبخاصة علي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وذلك من حيث الموقع والنمو والتوزيع، ولعل ذلك يتأكد من التوسعات المختلفة والعديدة التي شهدتها المسجد النبوي الشريف، والتي صاحبها في كل مرة هدم للأحياء السكنية والتجارية حول الحرم، والذي أحدث تغيرات كثيرة في مواقع النشاط التجاري بالمدينة ومواقع وامتداداته (عبد المعطي، ٢٠٠٢م، ص ١٨٢)، حيث أدى هدم الأبنية التجارية والسكنية والخدمية داخل الطريق الدائري الأول إلي انتقال العديد من المنشآت التجارية التي كانت تجاور الحرم وعلي طول الشوارع التجارية الرئيسية التي كانت

تؤدي إليه نحو المناطق المجاورة والشوارع المنتهية الي القلب المركزي، وذلك كمواقع مفضلة للنمو مثل شارع أبو بكر الصديق(سلطانه) وشارع المطار وشارع أبي ذر وشارع قباء وشارع قربان والعوالي والملك فهد، ولتشكل بنموها زيادة حجم وامتداد الشوارع التجارية الرئيسية المحيطة بالمسجد النبوي الشريف بالمدينة المنورة.

جدول (٢) التغير في مساحات استخدامات الأراضي في المدينة المنورة فيما بين عامي (١٤١١هـ/١٩٩٠م) (١٤٣٣هـ/٢٠١٢م) (هكتار مربع)

نوع الاستخدام	(١٤١١هـ/١٩٩٠م)		(١٤٣٣هـ/٢٠١٢م)	
	المساحة	%	المساحة	%
سكني	٥٨٩٧.١٨	١٣.٧	٩٨٨١.٤٢	١٧.٣
تجاري	١٨٢.٧	٠.٤	٢١٩١.٦٢	٣.٨
خدمات عامة	١٣١٧.٤١	٣.٢	٣٦٩٦.٦	٦.٥
صناعي	١١٦.٢٠	٠.٣	٥٣٩.١٦	١
المرافق العامة	١١٠٢.٣٣	٢.٥	١٤٨٥.٦١	٢.٦
الطرق والشوارع	١٠٢٠٢.٤	٢٣.٩	١٥٦٨٤.٨	٢٧.٤
زراعية	١٠٧٦.٨٦	٢.٥	١٢٧٤.٧٨	٢.٢
الأراضي الفضاء	٥٥٣٩.١٢	١٢.٩	٢٢١٠.٦٢	٣.٩
مخططات غير مبنية	١٢٧٦٥.٩	٢٩.٧	١٧٠٢٣.٥	٢٩.٨
أخرى *	٤٧٢٥.٨	١٠.٩	٣٢١٩.٨	٥.٦
الإجمالي **	٤٢٩٢٥.٩	١٠٠	١٠٠	١٠٠

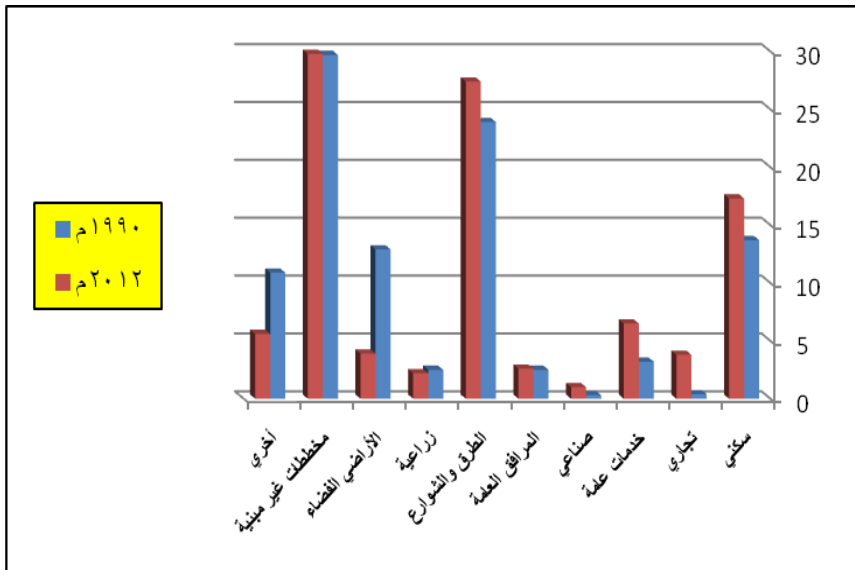
* تشمل المقابر وبقيع الغرقد وأراضي الأودية ومخزات السيول والحدائق والمنتزهات والمناطق الخضراء المفتوحة.

** لا تشمل علي المناطق الجبلية داخل النطاق العمراني للمدينة المنورة والبالغ مساحتها ١٠٠٢٩.٢ هكتار.

المصدر:

- وزارة الشؤون البلدية والقروية (١٤١١هـ) نتائج مسح استخدامات الأراضي بالمدينة المنورة، تقرير النطاق العمراني للمدينة المنورة، أمانة المدينة المنورة.

- وزارة الشؤون البلدية والقروية (١٤٣٣هـ) وصف تثبيت النطاق العمراني للمدينة المنورة، تقرير النطاق العمراني للمدينة المنورة المعتمد من مجلس الوزراء برقم ١٥٧ بتاريخ ١٤٢٨/٥/١١هـ، أمانة المدينة المنورة.



شكل (٢١) التغير في التوزيع النسبي لمساحات استخدامات الأراضي في المدينة المنورة فيما بين عامي (١٤١١هـ/١٩٩٠م) (١٤٣٣هـ/٢٠١٢م) (هكتار مربع)

كما ساهمت عوامل كثافة استخدام الأرض، وارتفاع أسعار الأراضي داخل المنطقة المركزية، وعدم قدرة المباني علي الرغم من ضخامتها وقدرتها الاستيعابية علي استيعاب الحجم الكبير لزوار المدينة المنورة واحتياجاتهم وخدماتهم خاصة وان مستوى الخدمة التجارية يفوق - في كثير من الأحيان - القدرات المالية للزائرين بل قد يؤدي الي خروجهم لمناطق قريبة في البحث عن الأرخص والأنسب (عبد المعطي، ٢٠٠٢م، ص ١٥٠) وهو أمر أنعكس أثره في تنامي عدد المحلات التجارية بالمناطق المجاورة للمنطقة المركزية حول الحرم النبوي الشريف خاصة علي طول الشوارع التجارية الرئيسية الإشعاعية الخارجة من المنطقة المركزية والمنتحية إليها، والتي انتقل إليها المحلات التجارية والمباني الإدارية والخدمية والفندقية في كثير من الأحيان، ومثلت المكان الملائم لاستعادة ما هو مفقود داخل منطقة الأعمال المركزية بالنسبة لكثير من الزوار للعمرة، خاصة وان الدولة عملت

علي توسيع تلك الشوارع وتنظيمها بحيث تتوافر إمكانية الوصول ودرجة استيعاب وتزايد المنشآت التجارية وتنوعها ليشكل كل منها مركزاً تجارياً لا يقل أهمية عن المنطقة المركزية، وبخاصة شارع أبو بكر الصديق (سلطانه) وشارع الملك فهد وشارع قباء وشارع الأمير عبد المحسن (قريان).

خامساً - تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة :

سوف يتم عرض تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة وفقاً لأطوال تلك الشوارع، وتبعاً لعدد المنشآت التجارية الواقعة عليها، ووفقاً للتركيب النوعي للمنشآت التجارية الواقعة علي طول الشوارع التجارية الرئيسية وذلك علي النحو التالي :

١) تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية وفق أطوالها :

نظراً لحدثة الشوارع التجارية الحالية في النشأة من خلال المخطط العمراني للمدينة المنورة والذي عمد الي إزالة الشوارع التجارية القديمة في التوسعات التي شهدها المسجد النبوي الشريف، واعتماد مجموعة من الطرق والشوارع الإشعاعية يقوم عليها النمو العمراني، وبالتالي ظهور الأشرطة التجارية علي العديد من تلك الشوارع، وقد اتجه نمط توزيعها وأطوالها متأثراً بالمراحل الحديثة في النمو العمراني للمدينة بما أظهر منحنى مميزاً لها، مما يستدعي ضرورة تصنيف تلك الشوارع التجارية وفق أطوالها كخطوة أولى تظهر سماتها المكانية العامة وبما يعكس مدي محيطها الخدمي.

وقد بلغ إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة ١٣٢٣٢٧ كم وذلك علي امتداد ٣٧ شارعاً وبمتوسط بلغ نحو ٣٦٧٥ متراً/شارع، وبلغ أقصر شارع تجاري رئيسي بالمدينة المنورة نحو ٦٧٤ متراً متمثلاً في شارع سوق المدينة الدولي، بينما بلغ أطول شارع تجاري رئيسي بالمدينة المنورة نحو ٩٢٠٦ متراً متمثلاً في شارع عمر بن الخطاب (دوار عروة - مسجد الميقات)، وداخل هذا الإطار العام

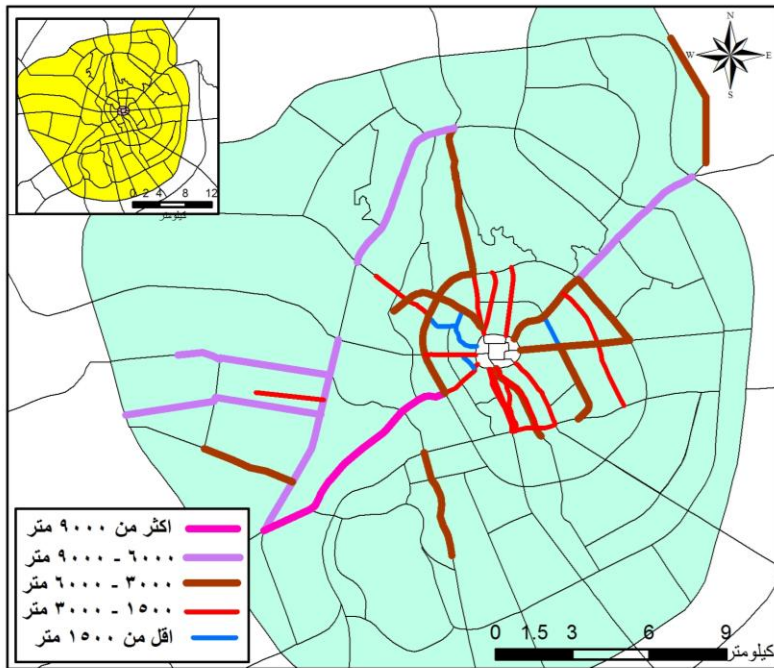
لأطوال الشوارع ومن خلال الجدول (٣) والشكل (٢٢) والالوان يعكسان تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة وفق أطوالها عام ٢٠١٥م يمكن أن نتلمس مجموعة من الفئات علي النحو التالي:

- الشوارع التجارية الرئيسية التي يقل طولها عن ١٥٠٠ متر/شارع، وهي تضم ٦ شوارع ، وبما يمثل نحو ١٦.٢% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وبإجمالي أطوال بلغ نحو ٥٣١٤ متر بنسبة تبلغ نحو ٤% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقد بلغ عدد المحلات التجارية علي طول تلك الشوارع ٩٤٨ محلاً بنسبة بلغت نحو ١٠.٩% من إجمالي عدد المحلات التجارية علي طول الأشرطة التجارية الرئيسية بالمدينة، وقد جاءت هذه الفئة في النطاق الانتقالي لعمران المدينة المنورة فيما بين الدائري الأول والدائري الثاني، وبصورة أكثر وضوحاً في الأجزاء الشمالية من المدينة وبخاصة في الأجزاء الشمالية الغربية منها غرب الحرم النبوي الشريف.
- الشوارع التجارية الرئيسية التي يتراوح طولها ما بين ١٥٠٠-٣٠٠٠ متر/شارع، وهي تضم ١٤ شارع ، وبما يمثل نحو ٣٧.٩% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وبإجمالي أطوال بلغ نحو ٣٦٤٤٤ متر بنسبة تبلغ نحو ٢٧.٦% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقد بلغ عدد المحلات التجارية علي طول تلك الشوارع ٣٠٦٢ محلاً بنسبة بلغت نحو ٣٥.٣% من إجمالي عدد المحلات التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، والملاحظ علي شوارع تلك الفئة هو تركزها أيضاً فيما بين الدائري الأول والدائري الثاني داخل النطاق الانتقالي العمراني للمدينة المنورة باستثناء شارع خالد بن الوليد من دوار القبلتين حتي مستشفى الملك فهد.

جدول (٣) تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة
وفق أطوالها عام ٢٠١٥م

فئات الطول (متر)	عدد الشوارع	%	جملة الأطوال (متر)	%	عدد المحلات	%
أقل من ١٥٠٠	٦	١٦.٢	٥٣١٤	٤	٩٤٨	١٠.٩
١٥٠٠-٣٠٠٠	١٤	٣٧.٩	٣٦٤٤٤	٢٧.٦	٣٠٦٢	٣٥.٣
٣٠٠٠-٦٠٠٠	١١	٢٩.٧	٤٦٥٠٢	٣٥.١	٣١٤٢	٣٦.٣
٦٠٠٠-٩٠٠٠	٥	١٣.٥	٣٤٨٦١	٢٦.٤	١٣٤٠	١٥.٥
أكثر من ٩٠٠٠	١	٢.٧	٩٢٠٦	٦.٩	١٦٩	٢
الإجمالي	٣٧	١٠٠	١٣٢٣٢٧	١٠٠	٨٦٦١	١٠٠

المصدر: من واقع استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠١٥م.



شكل (٢٢) تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية وفقاً لأطوالها في المدينة المنورة

عام ٢٠١٥م

- الشوارع التجارية الرئيسية التي يتراوح طولها ما بين ٣٠٠٠-٦٠٠٠ متر/شارع، وهي تضم ١١ شارع، وبما يمثل نحو ٢٩.٧% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وإجمالي أطوال بلغ نحو ٤٦٥٠٢ متر بنسبة تبلغ نحو ٣٥.١% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقد بلغ عدد المحلات التجارية علي طول تلك الشوارع ٣١٤٢ محلاً بنسبة بلغت نحو ٣٦.٣% من إجمالي عدد المحلات التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، والملاحظ علي أطوال شوارع هذه الفئة أنها تجمع بين الشوارع التجارية الرئيسية التي تقع بالمنطقة الانتقالية لعمران المدينة فيما بين الدائري الأول والدائري الثالث بالمدينة المنورة، وبين المنطقة الهامشية التي تقع فيما بين الدائري الثاني والدائري الثالث بالمدينة، حيث جاءت أربعة شوارع داخل الدائري الثاني بالمنطقة الانتقالية (المطار - الملك عبد العزيز - المدينة الوطني - قربان الطالع) في مقابل سبعة شوارع في المنطقة الهامشية خارج الدائري الثاني وحتى الدائري الثالث.
- الشوارع التجارية الرئيسية التي يتراوح طولها ما بين ٦٠٠٠-٩٠٠٠ متر/شارع، وهي تضم خمسة شوارع ، وبما يمثل نحو ١٣.٥% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وإجمالي أطوال بلغ نحو ٣٤٨٦١ متر بنسبة تبلغ نحو ٢٦.٤% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقد بلغ عدد المحلات التجارية علي طول تلك الشوارع ١٣٤٠ محلاً بنسبة بلغت نحو ١٥.٥% من إجمالي عدد المحلات التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، والملاحظ علي أطوال شوارع هذه الفئة من الناحية التوزيعية أنها جميعاً قد تركزت في المنطقة الهامشية فيما بين الدائري الثاني والدائري الثالث خاصة داخل الامتدادات العمرانية الحديثة التي شهدتها المدينة المنورة في الأطراف وبخاصة في الأجزاء الغربية في إطار أحياء العزيزية والدفاع والسكة الحديد.
- الشوارع التجارية الرئيسية التي يزيد طولها عن ٩٠٠٠ متر/شارع، ويمثلها شارع واحد فقط هو شارع عمر بن الخطاب (دوار عروة - مسجد الميقات) بنسبة بلغت نحو ٢.٧% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وإجمالي طول بلغ نحو ٩٢٠٦ متر بنسبة تبلغ نحو ٦.٩% من إجمالي أطوال

الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقد بلغ عدد المحلات التجارية علي طول الشارع ١٦٩ محلاً بنسبة بلغت نحو ٢% من إجمالي عدد المحلات التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة.

٢) تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية وفق عدد المنشآت التجارية :

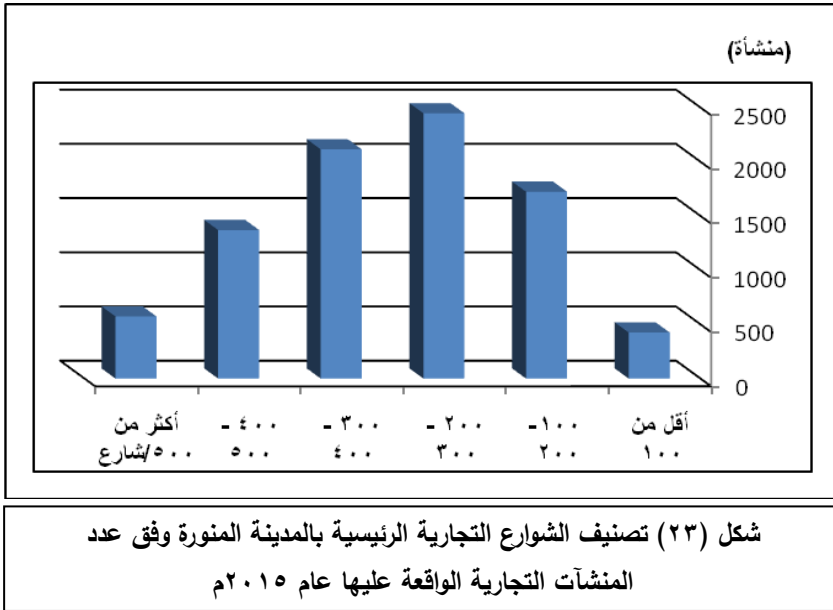
بلغ إجمالي عدد المنشآت التجارية الواقعة علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة ٨٦٦١ منشأة تجارية في عام ٢٠١٥م، وبما يمثل نحو ٢٨% من إجمالي عدد المنشآت التجارية بالمدينة المنورة والبالغ عددها ٣٠٩٤٩ منشأة تجارية، وقد توزعت تلك المنشآت علي ٣٧ شارعاً تجارياً رئيسياً، وقد تباين نصيب كل شارع من إجمالي تلك المنشآت التجارية، فمن خلال الجدول (٤) والشكل (٢٣) والالذان يعكسان تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة وفقاً لعدد المنشآت التجارية الواقعة عليها في عام ٢٠١٥م يمكن أن نتلمس الفئات التالية :

جدول (٤) تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة

وفق عدد المنشآت التجارية الواقعة عليها عام ٢٠١٥م

فئات المنشآت التجارية (منشأة)	عدد الشوارع	%	جملة الأطوال (كيلومتر)	%	عدد المحلات	%
أقل من ١٠٠	٦	١٦.٢	١٢.٢٦	٩.٣	٤٢٥	٤.٩
١٠٠-٢٠٠	١١	٢٩.٧	٣٧.٦٩	٢٨.٥	١٧٢٣	١٩.٩
٢٠٠-٣٠٠	١٠	٢٧.١	٣٨.٤٨	٢٩.١	٢٤٤٧	٢٨.٢
٣٠٠-٤٠٠	٦	١٦.٢	٢٤.٥٤	١٨.٥	٢١١٤	٢٤.٥
٤٠٠-٥٠٠	٣	٨.١	١٣.٥٢	١٠.٢	١٣٧٠	١٥.٩
أكثر من ٥٠٠	١	٢.٧	٥.٨٤	٤.٤	٥٧٣	٦.٦
الإجمالي	٣٧	١٠٠	١٣٢.٣٢	١٠٠	٨٦٦١	١٠٠

المصدر: من واقع استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠١٥م.



الفئة الأولى : الشوارع التجارية الرئيسية التي يقل بها عدد المنشآت التجارية عن ١٠٠ منشأة تجارية/شارع، وقد بلغ عددها ٦ شوارع تجارية رئيسية، وذلك بنسبة ١٦.٢% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، واستحوذت تلك الفئة علي ٤٢٥ منشأة تجارية بنسبة ٤.٩% من إجمالي عدد المنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وذلك بمتوسط بلغ نحو ٨٥ منشأة تجارية/شارع، وقد امتدت شوارع تلك الفئة علي حوالي ١٢.٣ كم بنسبة ٩.٣% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وربما يرجع سبب ارتفاع نسبة أطوال الطرق داخل تلك الفئة بالمقارنة بأعداد المنشآت التجارية الي أن تلك الفئة تحتوي علي شارع المعارض والذي أحتاج الي واجهات طولية كبيرة لمنشآته والتي بلغت ٨٥ منشأة تجارية لمسافة بلغت نحو ٣.٧ كم وذلك بما يتناسب مع طبيعة نوعية تلك المنشآت التجارية المتخصصة في بيع السيارات الجديدة والمستعملة، كما احتوت تلك الفئة علي شارع عزبة المطار والذي تكثر علي طوله قطع الأراضي الفضاء.

- **الفئة الثانية :** الشوارع التجارية الرئيسية التي يتراوح بها عدد المنشآت التجارية ما بين ١٠٠ - ٢٠٠ منشأة تجارية/شارع، وقد بلغ عددها ١١ شارع تجاري رئيسي، وذلك بنسبة ٢٩.٧% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد جاء معظمها داخل الدائري الثاني باستثناء شارع المطار في القطاع الممتد من الدائري الثاني حتي دوار المطار وشارع عمر بن الخطاب ما بين دوار عروة الي مسجد الميقات، وقد استحوذت تلك الفئة علي ١٧٢٣ منشأة تجارية بنسبة ١٩.٩% من إجمالي عدد المنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وذلك بمتوسط بلغ نحو ١٥٧ منشأة تجارية/شارع، وقد امتدت شوارع تلك الفئة علي حوالي ٣٧.٧ كم بنسبة ٢٨.٥% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وربما يرجع عدم التناسب بين أعداد المنشآت التجارية وأطوال الشوارع الواقعة عليها الي أن هذه الفئة تحتوي علي شارع المطار (٦ كم) والذي تتميز منشآته بالتنوع التي تحتاج الي الواجهات الكبيرة مثل محلات السجاد والمفروشات والسيارات، فضلاً عن وجود العديد من الأراضي الفضاء التي تتخلل الشارع، كما أن تلك الفئة تضم شارع عمر بن الخطاب (دوار عروة - مسجد الميقات) والمسمي قديماً ينبع القديم (٩.٢ كم) والذي يتخلله العديد من الأراضي الفضاء الكبيرة والمخازن وامتدادات الألسنة الجبلية علي امتداده إلي جانب قطع مخر سيل وادي بطحان علي امتداد الشارع.
- **الفئة الثالثة :** الشوارع التجارية الرئيسية التي يتراوح بها عدد المنشآت التجارية ما بين ٢٠٠ - ٣٠٠ منشأة تجارية/شارع، وقد بلغ عددها عشرة شوارع تجارية رئيسية، وذلك بنسبة ٢٧.١% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، معظمها جاء داخل الدائري الثاني بالمدينة، وقد استحوذت تلك الفئة علي ٢٤٤٧ منشأة تجارية بنسبة ٢٨.٢% من إجمالي عدد المنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وذلك بمتوسط بلغ نحو ٢٤٥ منشأة تجارية/شارع، وقد امتدت شوارع تلك الفئة علي حوالي ٣٨.٥ كم بنسبة ٢٩.١% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وبما يعكس مدي التوازن بين أعداد المنشآت التجارية وأطوال الشوارع الواقعة

عليها داخل تلك الفئة، وربما يرجع ذلك إلى اكتمال حركة التعمير وقلة الأراضي الفضاء علي طول الشوارع بتلك الفئة، فضلاً عن تواصل واستمرار ظهور المنشآت التجارية دون انقطاع علي طول الشوارع، إلي جانب أن التركيب النوعي للمنشآت التجارية بشوارع تلك الفئة لم يتطلب واجهات كبيرة.

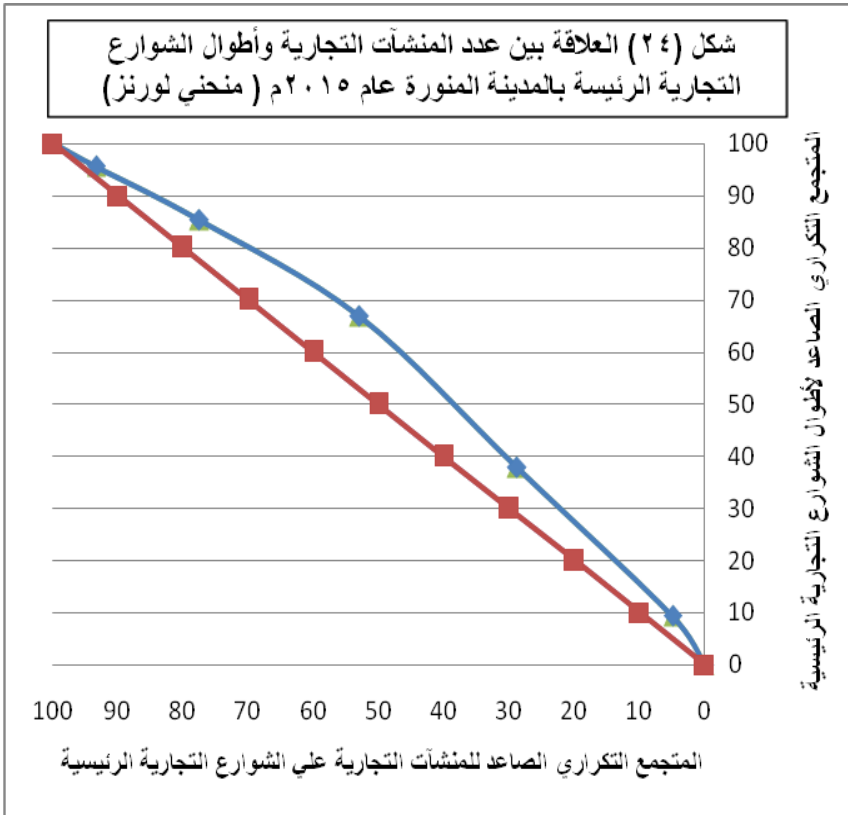
- **الفئة الرابعة :** الشوارع التجارية الرئيسية التي يتراوح بها عدد المنشآت التجارية ما بين ٣٠٠ - ٤٠٠ منشأة تجارية/شارع، وقد بلغ عددها ٦ شوارع تجارية رئيسية، وذلك بنسبة ١٦.٢% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد جاء معظمها داخل الدائري الثاني باستثناء شارع الجرف وشارع الإمام البخاري، وقد استحوذت تلك الفئة علي ٢١١٤ منشأة تجارية بنسبة ٢٤.٥% من إجمالي عدد المنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وذلك بمتوسط بلغ نحو ٣٥٢ منشأة تجارية/شارع، وقد امتدت شوارع تلك الفئة لمسافة حوالي ٢٤.٥ كم بنسبة ١٨.٥% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وبما يعكس عدم التوازن بين أطوال الشوارع والمنشآت التجارية الواقعة عليها داخل تلك الفئة، وربما يرجع ذلك الي ارتفاع كثافة المنشآت التجارية وصغر مساحتها، فضلاً عن قلة أعداد قطع الأراضي الفضاء التي تتخلل المباني علي طول الشوارع بتلك الفئة، الي جانب المركب النوعي للمنشآت التجارية علي طول شوارع تلك الفئة والذي ارتبط - الي حد كبير - بالمساحات الصغيرة بما يؤدي الي ارتفاع كثافة المنشآت التجارية الواقعة علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بتلك الفئة.

- **الفئة الخامسة :** الشوارع التجارية الرئيسية التي يتراوح بها عدد المنشآت التجارية ما بين ٤٠٠ - ٥٠٠ منشأة تجارية/شارع، وقد بلغ عددها ثلاث شوارع تجارية رئيسية، وذلك بنسبة ٨.١% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد بلغ عدد المنشآت التجارية بتلك الفئة ١٣٧٠ منشأة تجارية بنسبة ١٥.٩% من إجمالي عدد المنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وذلك بمتوسط بلغ نحو ٤٥٧ منشأة تجارية/شارع، وقد امتدت شوارع تلك الفئة علي حوالي ١٣.٥ كم بنسبة ١٠.٢% من إجمالي

الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، بما يعكس عدم التوازن بين أطوال الشوارع والمنشآت التجارية الواقعة عليها داخل تلك الفئة وبما يماثل الفئة السابقة.

- **الفئة السادسة :** الشوارع التجارية الرئيسية التي يزيد بها عدد المنشآت التجارية عن ٥٠٠ منشأة تجارية/شارع، وقد جاءت في المدينة المنورة متمثلة في القطاع الغربي من الطريق الدائري الثاني ما بين شارع العيون حتي دوار عروة، وذلك بنسبة ٢.٧% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد بلغ عدد المنشآت التجارية بتلك الفئة ٥٧٣ منشأة تجارية بنسبة ٦.٦% من إجمالي عدد المنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وقد امتدت منشآت تلك الفئة علي حوالي ٥.٨ كم بنسبة ٤.٤% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة.

والواقع أن ما سبق يكشف عن عدم التساوي بين أطوال الشوارع التجارية وعدد المنشآت التجارية الواقعة عليها، ولتوضيح صورة العلاقة بين أطوال الشوارع التجارية الرئيسية وعدد المنشآت التجارية عليها تم رسم منحنى لورنز Lorenz Curve، فمن خلال الشكل (٢٤) يتضح أن هناك عدم تركيز - الي حد ما - للمنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، حيث وجد أن نحو ربع (٢٤.٨%) إجمالي عدد المنشآت التجارية يقع علي نحو ٣٧.٨% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وان حوالي نصف (٥٣%) إجمالي عدد المنشآت التجارية تقع علي نحو ثلثي (٦٦.٩%) إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وان حوالي ثلاثة أرباع (٧٧.٥%) إجمالي عدد المنشآت التجارية تقع علي حوالي ٨٥.٤% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة.



٣) تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية وفق التركيب النوعي للمنشآت التجارية :

يعد النطاق الوظيفي للشارع الرئيسي أساس يعتمد عليه لضمان البقاء والتطور والصمود أمام المتغيرات التي يمكن أن تؤثر في نشاطه، كما أن الوقوف على التصنيف الوظيفي للمنشآت التجارية على طول الشوارع التجارية أمر هام يمكن من خلاله البحث في مدى توسع النطاق الوظيفي لتلك المنشآت (الهيتي، ٢٠٠١م، ص ١٠٣).

فمن خلال الجدول (٥) والشكل (٢٥) والذان يوضحان التوزيع النوعي للمنشآت التجارية الرئيسية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م يتبين أنه يمكن تقسيم المركب التجاري للشوارع التجارية الرئيسية حسب أنواع المنشآت إلى أربع فئات رئيسية، وذلك

بناءً على نسبة ما تساهم به من إجمالي عدد المنشآت التجارية على طول الشوارع التجارية الرئيسية كما يلي :

- فئة تبلغ نسبة كل نوع بها أكثر من ١٥%، وقد استأثرت بها الأنشطة التجارية الخاصة بخدمات البيع والشراء للمواد غير الغذائية، والتي استحوذت على نحو ١٧.١% من إجمالي المنشآت التجارية على طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وارتفاع النسبة ربما يرجع إلى الانتشار واتساع نطاق السوق حيث يقوم هذا النوع من المنشآت التجارية بتقديم سلع يحتاج السكان للتردد عليها أحياناً بصفة دورية.

- فئة يتراوح نسبة كل نوع بها ما بين ١٠ - ١٥%، وهي تضم ثلاثة أنواع هي الملابس والأقمشة والجلود (١٣%)، وقطع غيار السيارات وخدماتها (١٢.٨%)، والخدمات التجارية المهنية (١٠.٨%)، وهي تضم مجتمعة ما يزيد عن ثلث (٣٦.٦%) إجمالي المنشآت التجارية على طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وارتفاع النسبة داخل هذه الفئة يتناسب مع طبيعة نوع تلك المنشآت حيث يقدم معظمها سلع ضرورية لكثير من السكان إلا أن الطلب عليها لا يتم بصفة يومية أو دورية مما اضطرها للانتشار والتوزيع في نطاق أوسع.

- فئة يتراوح نسبة كل نوع بها ما بين ٥ - ١٠%، وهي تضم ثلاثة أنواع هي المطاعم والمطابخ (٩.٧%)، محلات بيع المواد الغذائية (٩.٤%)، منشآت الخدمات الإدارية والمكتبية (٦.٩%)، وهي تضم مجتمعة ما يزيد عن ربع (٢٦%) إجمالي المنشآت التجارية على طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وبحيث تشكل مع الأنواع الثلاثة في الفئة السابقة ما يقرب من ثلثي (٦٢.٦%) إجمالي المنشآت التجارية على طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وارتفاع النسبة داخل هذه الفئة ربما يرجع إلى كونها تقدم سلع يحتاجها كثير من السكان بصفة يومية ودورية باستثناء الخدمات الإدارية والمكتبية.

**جدول (٥) التوزيع النوعي للمنشآت التجارية علي طول الشوارع
التجارية الرئيسية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م**

التركيب النوعي للمحلات	عدد المحلات	%
المواد الغذائية	٨١٥	٩.٤
خدمات تجارية (بيع - شراء)	١٤٨٠	١٧.١
خدمات تجارية ومهنية	٩٤٠	١٠.٨
قطع غيار السيارات وخدماتها	١١٠٨	١٢.٨
مواد البناء وخدماتها	٣٧٢	٤.٤
الأثاث المنزلي والتحف والهدايا	٣٦٦	٤.٢
الملابس والأقمشة والجلود	١١٢٨	١٣
خدمات إدارية ومكتبية	٥٩٧	٦.٩
خدمات طبية وصيدلانية	١٩٧	٢.٣
مطاعم ومطابخ	٨٤٠	٩.٧
خدمات عامة وحكومية	٣٠٢	٣.٥
أخري	١٣٧	١.٦
مغلق	٣٨٥	٤.٤
الإجمالي	٨٦٦١	%١٠٠

المصدر: من واقع الدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠١٥م.

- فئة يقل نسبة كل نوع بها عن ٥% من جملة عدد المنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وهي تضم الأنواع الخمسة الأخرى، هي أقل الأنواع من حيث الانتشار، وتتمثل في مواد البناء وخدماتها (٤.٤%)، ومحلات الأثاث المنزلي والتحف والهدايا (٤.٢%)، والخدمات العامة والحكومية (٣.٥%)، والخدمات الطبية والصيدلانية (٢.٣%)، والمحلات الأخرى (١.٦%)، وهي تضم مجتمعة نحو ١٦% من إجمالي المنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، والملاحظ علي الأنواع داخل هذه الفئة أنها أحياناً تميل إلي التركيز علي طول



شكل (٢٥) التوزيع النوعي للمنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م

شوارع معينة مثل مواد البناء وخدماتها علي طول شارع السيج وشارع الإمام البخاري، ومحلات الأثاث المنزلي والتحف والهدايا علي طول شارع المطار من الدائري الثاني حتي مستشفى الموساة، في حين تميل الخدمات الطبية والصيدلانية والخدمات العامة والحكومية إلي الانتشار - إلي حد كبير - وذلك كرد فعل طبيعي لطبيعة تلك المنشآت.

أما بالنسبة للتوزيع النوعي للمنشآت التجارية علي مستوي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، فمن خلال الملحق (٢) والشكل (٢٥) والذان يعكسان التوزيع النسبي لأنواع المنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة عام ٢٠١٥م يتضح ما يلي :

- ترتفع نسبة منشآت الخدمات التجارية الخاصة بخدمات البيع والشراء للمواد غير الغذائية عن المتوسط العام للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة (١٧.١%) في ١٤ شارع تجاري رئيسي من شوارع المدينة بنسبة ٣٨.٩% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقيم تتراوح ما بين ١٧ - ٧٥%، وبحيث بلغت النسبة أقصاها في شارع السبع مساجد - دوار القبلتين (٧٤.٧%) وشارع الحزام فيما بين شارع الملك عبد العزيز - شارع المطار (٦٦.٥%) حيث محلات بيع الجولات، علي حين انخفضت النسبة عن المتوسط العام في ٢٢ شارع بنسبة ٦١.١% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقيم تتراوح ما بين ١٥ - ١٧%، وبحيث بلغت النسبة أقصاها في شارع حي البحر (١٦.٧%) وأدناها في شارع العيون (١.٢%).

- ترتفع نسبة المنشآت التجارية الخاصة بالملابس والأقمشة والجلود عن المتوسط العام للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة (١٣%) في ٥ شوارع تجارية رئيسية من شوارع المدينة بنسبة ١٣.٩% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقيم تتراوح ما بين ١٣ - ٦٤%، وبحيث بلغت النسبة أقصاها في شارع قباء النازل (٦٣.٩%) وشارع سلطنة (٥٤.٤%)، علي حين انخفضت النسبة عن المتوسط العام في ٢٨ شارع بنسبة ٧٧.٨% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقيم تتراوح ما بين ١ - ١٣%، وبحيث بلغت النسبة أقصاها في شارع الإمام البخاري (١٢.٩%)، وقد انعدمت النسبة في ثلاث شوارع تجارية رئيسية عي دوار عروة - ابيار علي وشارع العيون وشارع السقيا، وذلك للتخصص في أنواع أخرى من المنشآت التجارية.

- ترتفع نسبة المنشآت التجارية الخاصة بقطع غيار السيارات وخدماتها عن المتوسط العام للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة (١٢.٨%) في ١٣ شارع تجاري رئيسي من شوارع المدينة بنسبة ٣٦.١% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقيم تتراوح ما بين ١٣ - ٩٨%، وبحيث بلغت النسبة أقصاها في شارع المعارض (٩٧.٦%) ودوار عروة - ابيار علي (٤٩.١%) وشارع المطار (٤٣.٣%)، وبما يعكس التخصص الوظيفي، علي

حين انخفضت النسبة عن المتوسط العام في ٢١ شارع بنسبة ٥٨.٣% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقيم تتراوح ما بين ١ - ١٣%، وبحيث بلغت النسبة أقصاها في شارع ساري (١٢.٦%)، وقد انعدمت النسبة في شارع حي البحر وشارع السلام.

- ترتفع نسبة المنشآت التجارية الخاصة بالخدمات التجارية المهنية عن المتوسط العام للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة (١٠.٨%) في ١٢ شارع تجاري رئيسي من شوارع المدينة بنسبة ٣٣.٣% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقيم تتراوح ما بين ١١ - ٢٦%، وبحيث بلغت النسبة أقصاها في شارع حي البحر (٢٥.٨%) وشارع قربان الطالع (٢٠.٧%)، علي حين انخفضت النسبة عن المتوسط العام في ٢٤ شارع بنسبة ٦٦.٤% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقيم تتراوح ما بين ٢ - ١٠%، وبحيث بلغت النسبة أقصاها في شارع دوار عروة - ابيار علي (١٠.٣%) وأدناها في شارع المطار من الدائري الثاني الي مستشفى المواساة (٢.٢%).

- ترتفع نسبة المنشآت التجارية الخاصة بالمطاعم والمطابخ عن المتوسط العام للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة (٩.٧%) في ١٧ شارع تجاري رئيسي من شوارع المدينة بنسبة ٤٧.٢% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقيم تتراوح ما بين ١٠ - ٣٠%، وبحيث بلغت النسبة أقصاها في شارع قربان الطالع (٢٩.٧%) حيث يوجد سوق الطباخة، وشارع دوار عروة - الإمارة (٢٩%) وشارع سيد الشهداء (٢٢.٤%)، علي حين انخفضت النسبة عن المتوسط العام في ١٩ شارع بنسبة ٥٢.٨% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقيم تتراوح ما بين ١ - ١٠%، وبحيث بلغت النسبة أقصاها في شارع الإمام مسلم (٩.٥%)، وأدناها في شارع السبع مساجد - دوار القبلتين (١.٢%) حيث التخصص الوظيفي في بيع الجوالات.

- ترتفع نسبة المنشآت التجارية الخاصة ببيع المواد الغذائية عن المتوسط العام للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة (٩.٤%) في ١٧ شارع تجاري رئيسي من شوارع المدينة بنسبة ٤٧.٢% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقيم

تتراوح ما بين ١٠ - ٣٠%، وبحيث بلغت النسبة أقصاها في شارع عزبة المطار (٢٩.٢%)، وشارع الحزام ما بين مستشفى المدينة الوطني - شارع الملم عبد العزيز (٢١.٣%)، علي حين انخفضت النسبة عن المتوسط العام في ١٩ شارع بنسبة ٥٢.٨% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وبقيم تتراوح ما بين ١ - ١٠%، وبحيث بلغت النسبة أقصاها في شارع دوار عروة - مسجد القبلتين (٨.٩%) وشارع قربان النازل (٨.٥%)، وأدناها في شارع قباء النازل (١.٥%).

- ترتفع نسبة المنشآت التجارية الخاصة بالخدمات الإدارية والمكتبية عن المتوسط العام للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة (٦.٩%) في ١١ شارع تجاري رئيسي من شوارع المدينة بنسبة ٣٠.٥% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وبقيم تتراوح ما بين ٧ - ٢٢%، وبحيث بلغت النسبة أقصاها في شارع سيد الشهداء (٢١.٥%) وشارع الملك عبد العزيز (١٩.٣%)، علي حين انخفضت النسبة عن المتوسط العام في ٢٥ شارع بنسبة ٦٩.٥% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وبقيم تتراوح ما بين ٠.٢ - ٧%، وبحيث بلغت النسبة أقصاها في شارع السقيا (٦.٧%) وشارع المطار (٦.٤%)، وأدناها في شارع قباء النازل (٠.٣%).

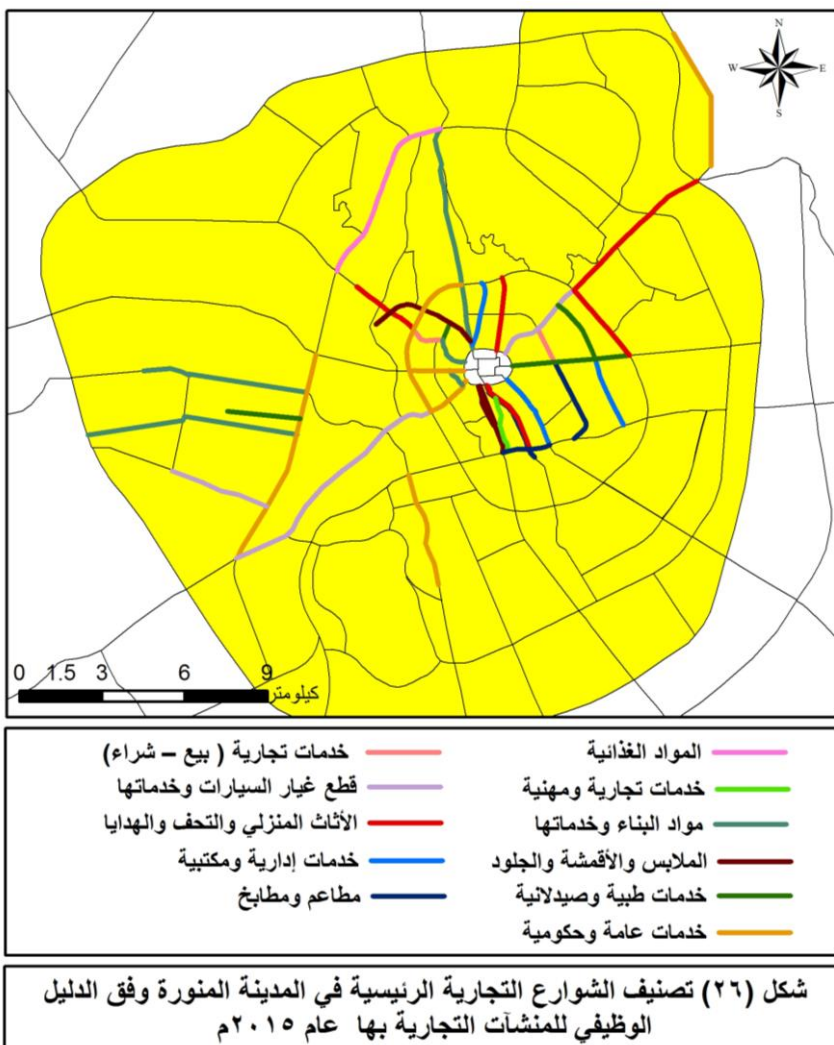
- لا تختلف الأنواع الاخرى للمنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية كثيرا في نسبتها بين الشوارع التجارية الرئيسية بعضها البعض بالمدينة المنورة، حيث تشكل حوالي ١٦% من جملة المنشآت التجارية، وإن كان مركبها التجاري قد يختلف من شارع تجاري رئيسي إلي آخر، حيث تميل بعض الأنواع إلي التركيز والتخصص علي طول بعض الشوارع مثل مواد البناء وخدماتها علي طول شارع السيح (١٨.٣%) وشارع الإمام البخاري (١٥%)، وكذلك محلات الأثاث المنزلي والمتحف والهدايا علي طول شارع المطار بين الدائري الثاني ومستشفى المواساة (٤٨.٢%) والخدمات الطبية والصيدلانية علي طول شارع السبع مساجد - سوق المدينة الدولي (٨.٩%).

ويظهر مما سبق الاختلاف بين الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة من حيث أنماط المركب النوعي للمنشآت التجارية، وبما يكشف عن الميل نحو التسوق التقليدي الذي يلي حاجات السكان عند ادني مستوى من الضروريات والبعد عن الكماليات، وبما أفرز نظام تقاعلي تحكمه التوجهات والحاجات والرغبات بين التنوع والتخصص، وفي محاولة لإبراز الاختلاف والتخصص النوعي للمنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة يمكن عرض **التخصص الوظيفي** أو **الدليل الوظيفي** Specialized Index لتلك الشوارع.

فمن خلال الملحق (٣) والشكل (٢٦) نجد أن الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة قد تباينت في قيم الدليل الوظيفي، ولمعرفة تخصص كل شارع سوف يتم تتبع القيمة الأعلى للدليل في كل شارع، وبمقارنة القيم في كل شارع صنفت الشوارع التجارية الرئيسية إلي مجموعات علي النحو التالي :

- **المجموعة الأولى :** وتضم الشوارع التجارية المتخصصة في الخدمات التجارية الخاصة بخدمات البيع والشراء للمواد غير الغذائية، وهي تضم شارعين بنسبة ٥.٤% من جملة الشوارع التجارية بالمدينة هما شارع الحزام ما بين شارع الملك عبد العزيز - شارع المطار حيث وجود محلات بيع أجهزة التليفون المحمول وملحقاتها، وشارع السبع مساجد - دوار القبلتين حيث التخصص أيضاً في بيع أجهزة التليفون المحمول وملحقاتها بالإضافة إلي بيع الأجهزة الكهربائية المنزلية.

- **المجموعة الثانية :** وتضم الشوارع التجارية المتخصصة في بيع الملابس والأقمشة والجلود، وهي تضم ثلاث شوارع بنسبة ٨.١% من جملة الشوارع التجارية بالمدينة، تتمثل في شوارع قباء النازل، وقباء الطالع، وأبو بكر الصديق (سلطانه)، وهي من الشوارع القريبة من المسجد النبوي الشريف.



- **المجموعة الثالثة :** وتضم الشوارع التجارية المتخصصة في بيع قطع غيار السيارات وخدماتها، وهي تضم ثلاث شوارع بنسبة ٨.١% من جملة الشوارع التجارية بالمدينة، تتمثل في شارع المطار فيما بين الحرم النبوي - الدائري الثاني والمتخصص في بيع قطع غيار السيارات، وشارع المعارض المتخصص في بيع السيارات القديمة والحديثة، وشارع دوار عروة - أبيار علي والمتخصص في تصليح السيارات، ووان كانت المعايضة الميدانية للباحث تؤكد علي وجود شوارع أخرى

داخل هذه المجموعة وإن كانت لا تأتي بالمرتبة الأولى في دليلها الوظيفي مثل شارع العيون فيما بين الدائري الثاني - الحراج.

- **المجموعة الرابعة :** وتضم الشوارع التجارية المتخصصة في الخدمات التجارية المهنية، وهي تضم شارع واحد فقط هو شارع حي البحر، وذلك بنسبة ٢.٧% من جملة الشوارع التجارية بالمدينة، وهو من الشوارع التي تربط أحياء سكنية كثيفة السكان مع ضيق في المساحات المتاحة، مما أوجد التركيز الواضح لمنشآت الخدمات التجارية المهنية علي طول الشارع.

- **المجموعة الخامسة :** وتضم الشوارع التجارية المتخصصة في المطاعم والمطابخ، وهي تضم ثلاث شوارع بنسبة ٨.١% من جملة الشوارع التجارية بالمدينة هي شارع قربان الطالع حيث وجود سوق الطباخة بمطاعمه في شمال الشارع قريباً من الحرم، وشارع الحزام فيما بين شارع الملك عبد العزيز - مستشفى المدينة الوطني، وشارع الأمير عبد المجيد فيما بين العوالي النازل - مجمع القمة.

- **المجموعة السادسة :** وتضم الشوارع التجارية المتخصصة في بيع المواد الغذائية، وهي تضم شارع واحد فقط هو شارع الجرف، وذلك بنسبة ٢.٧% من جملة الشوارع التجارية بالمدينة، وهو من الشوارع التي توجد في أقصى شمال غرب المدينة بعيداً عن المنطقة المركزية، مما أوجد التركيز الواضح لمنشآت بيع المواد الغذائية علي طول الشارع لأهميتها في تلبية احتياجات السكان اليومية.

- **المجموعة السابعة :** وتضم الشوارع التجارية المتخصصة في الخدمات الإدارية والمكتبية، وهي تضم ثلاث شوارع بنسبة ٨.١% من جملة الشوارع التجارية بالمدينة، تتمثل في شارع العوالي النازل، وشارع سيد الشهداء، وشارع الملك عبد العزيز - طريق الهجرة.

- **المجموعة الثامنة :** وتضم الشوارع التجارية المتخصصة في بيع مواد البناء وخدماتها، وهي تضم ست شوارع بنسبة ١٦.٢% من جملة الشوارع التجارية بالمدينة، تتمثل في شارع السيح، وشارع عثمان بن عفان فيما بين الحرم النبوي والدائري الثاني، واللذان يتخصصان في بيع أدوات البناء ومتطلبات أعمال المياه والصرف الصحي، وشارع العيون فيما بين الدائري الثاني - الحراج

والمختصص في بيع متطلبات أعمال الألومنيال وتشكيل الحديد والنحاس، وشارع السقيا والمختصص في بيع متطلبات أعمال الكهرباء والإنارة، أما خارج الدائري الثاني فيوجد شارع الإمام مسلم وشارع الإمام البخاري بمنطقة العزيزية حيث محلات بيع مواد البناء والأدوات اللازمة وساعدها علي ذلك الحداثة العمرانية بالمنطقة ونشاط عمليات التشييد والبناء بالمنطقة.

- **المجموعة التاسعة :** وتضم الشوارع التجارية المتخصصة في بيع الأثاث المنزلي والتحف والهدايا، وهي تضم خمس شوارع بنسبة ١٣.٥% من جملة الشوارع التجارية بالمدينة، تتمثل في شارع قربان النازل في جنوب الشارع، وشارع دوار القبلتين - مستشفى الملك فهد، وشارع أبي ذر الغفاري، وشارع المطار فيما بين الدائري الثاني - مستشفى المواساة، وشارع الطريق الدائري الثاني فيما بين شارع الملك عبد العزيز - شارع المطار، والملاحظ علي هذه الشوارع أنها بعيدة نسبياً عن المنطقة المركزية وذلك بسبب طبيعة النشاط واحتياج هذا النوع من المنشآت التجارية إلي مساحات واسعة يصعب توفيرها في ظل ارتفاع أسعار الأراضي داخل المدينة.

- **المجموعة العاشرة :** وتضم الشوارع التجارية المتخصصة في الخدمات العامة والحكومية، وهي تضم ست شوارع بنسبة ١٦.٢% من جملة الشوارع التجارية بالمدينة، تتمثل في شارع عزبة المطار، وشارع دوار عروة - الإمارة، وشارع الأمير سلطان فيما بين طريق الهجرة - الممشى، وشارع مستشفى أحد - مستشفى السعودي الألماني، وشارع السلام، والقطاع الغربي من الطريق الدائري الثاني فيما بين طريق العيون - دوار عروة.

- **المجموعة الحادية عشر :** وتضم الشوارع التجارية المتخصصة في الخدمات الطبية والصيدلانية، وهي تضم أربع شوارع بنسبة ١٠.٨% من جملة الشوارع التجارية بالمدينة، تتمثل في شارع الملك عبد العزيز، وشارع السبع مساجد - مجمع المدينة الوطني، وشارع ساري، وشارع الأربعين بالعزيزية.

سادساً - خصائص المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة :

تمثل الشوارع التجارية الرئيسية البناء الهيكلي لأحد محاور حركة التسوق داخل المدينة بينما يمثل العنصر البشري الدماء التي تتحرك داخل هذا البناء وتسهم في تشكيله والتي تؤثر فيه وتتأثر به، لذلك فإن فهم طبيعة التفاعل بين الخصائص البشرية بعناصرها الديموجرافية والجغرافية والاجتماعية والثقافية والسلوكية مع الشوارع التجارية الرئيسية قد يساعد علي وضع صورة واضحة ومحددة لطبيعة تلك الشوارع التجارية الرئيسية.

واسترشاداً بالدراسة التي قدمها "مكي" عن متغيرات المتسوقين في الأسواق المركزية بمدينة الرياض (مكي، ١٩٨٦، ص ص ٦٩-١٠٢) سوف يتم التركيز في هذا الجزء علي المتغيرات التي تميز المتسوقين، وتنعكس آثارها علي الشوارع التجارية الرئيسية، وتغطي هذه المتغيرات عدة جوانب تتعلق بالخصائص الديموجرافية والاقتصادية للمتسوق، كما تتعلق بدوافع وعادات الشراء من الشوارع التجارية الرئيسية.

١) الخصائص الديموجرافية والاقتصادية للمتسوقين :

وتشمل بيانات نوعية عن النوع والجنسية وحجم الأسرة والتركيب العمري والمستوي التعليمي ومتوسط الدخل الشهري، وذلك علي النحو التالي :

أ- النوع :

يعد النوع من أبسط الخصائص السكانية الواصفة للطبيعة النوعية، والتي تتسحب عنها عدة تأثيرات علي العينة المدروسة (مليباري، ٢٠٠٩م، ص ٢١٨)، فمن خلال الجدول (٦) والشكل (٢٧) والالذان يعرضان لتصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية حسب النوع (بالعينة) في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م يتضح التالي :

**جدول (٦) تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية حسب النوع
(بالعينة) في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م**

البيان	ذكور	%	إناث	%	المجموع	%
فرد	١٠٨٦	٨١.٣	٢٣٦	٤٩.٣	١٢٣٢	٦٦.١
عائلة	٢٤٩	١٨.٧	٢٩٣	٥٠.٧	٦٣٢	٣٣.٩
الإجمالي	١٣٣٥	%١٠٠	٤٧٩	%١٠٠	١٨٦٤	%١٠٠
	١٣٣٥	٧١.٦	٤٧٩	٢٨.٤	١٨٦٤	%١٠٠

المصدر: من واقع استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠١٥م.

- بلغ حجم المتسوقين من الذكور داخل العينة ٧١.٦% من إجمالي عدد المتسوقين بالشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة بالعينة، في مقابل ذلك انخفاض واضح بالنسبة للإناث التي بلغت نسبتهم نحو ٢٨.٤%، وربما يرجع ذلك الي أن الذكور يمثلون الفئة المارة المفضلة لهذه الشوارع التجارية الرئيسية والمنوط بها قضاء حاجات الأسرة اليومية والأسبوعية والمتجددة من تلك الشوارع، وذلك علي العكس من عمليات التسوق من المجمعات التجارية الكبرى متعددة الطوابق والتي تشكل الإناث الفئة الأكبر بداخلها من إجمالي المتسوقين.
- جاءت نسبة الذكور غير المصاحبين لأسرهم في عملية التسوق من الشوارع التجارية الرئيسية بنسبة ٨١.٣% من إجمالي عدد الذكور بالعينة، وبما يمثل نحو ٥٨.٣% من إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة، في مقابل ذلك جاءت نسبة الإناث غير المرافقات لأسرهن في عملية التسوق بنسبة ٤٩.٣% من إجمالي عدد المتسوقات علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة، وبما يمثل نحو ١٢.٧% من إجمالي عدد المتسوقين بالعينة، وقد سجلت نسبة الذكور المصطحبون لأسرهم في عملية التسوق بالشوارع التجارية الرئيسية نحو ١٨.٧% من إجمالي عدد الذكور بالعينة، وبما يمثل حوالي ١٣.٣% من إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة، وبلغت نسبة الإناث المرافقات لأسرهن في عملية التسوق نحو

٥٠.٧% من إجمالي عدد الإناث بالعينة، وبما يمثل نحو ١٥.٧% من إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة.

ب- الجنسية :

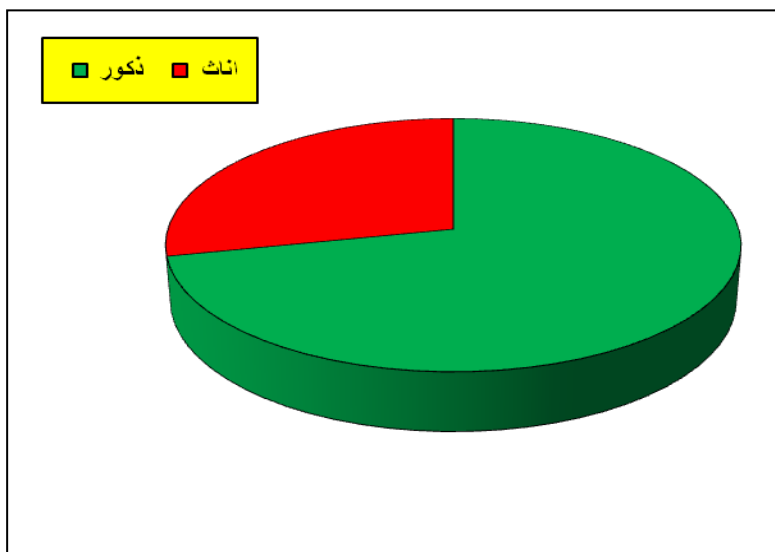
من خلال الجدول (٧) والشكل (٢٨) والذان يعرضان للتوزيع النسبي للمتسوقين من الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة حسب الجنسية (بالعينة) عام ٢٠١٥م يتضح التالي :

جدول (٧) تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة حسب الجنسية (بالعينة) عام ٢٠١٥م

سعوديون	%	غير السعوديين	%	الإجمالي	%
١٠٥٨	٥٦.٨	٨٠٦	٤٣.٢	١٨٦٤	١٠٠%

المصدر: من واقع استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠١٥م.

- شكل السعوديون ما يزيد عن نصف (٥٦.٨%) عدد المتسوقين من الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة في المدينة المنورة، علي حين أظهرت العينة للمتسوقين وجود جنسيات أخرى من غير السعوديين يشكلون حوالي ٤٣.٢% من إجمالي عدد المتسوقين بالشوارع التجارية الرئيسية بالعينة، غالبيتهم من المصريين والأردنيين، وقد أظهر التقارب في النسب السابقة أن الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة تمثل أحد محاور التسوق الرئيسية التي يعتمد عليها السكان، وأنها تمثل نقطة تزاوج بين المتسوق ومحيطه السوقي بصرف النظر عن الجنسية.



شكل (٢٧) تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة حسب النوع (بالعينة) عام ٢٠١٥م



شكل (٢٨) تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة حسب الجنسية (بالعينة) عام ٢٠١٥م

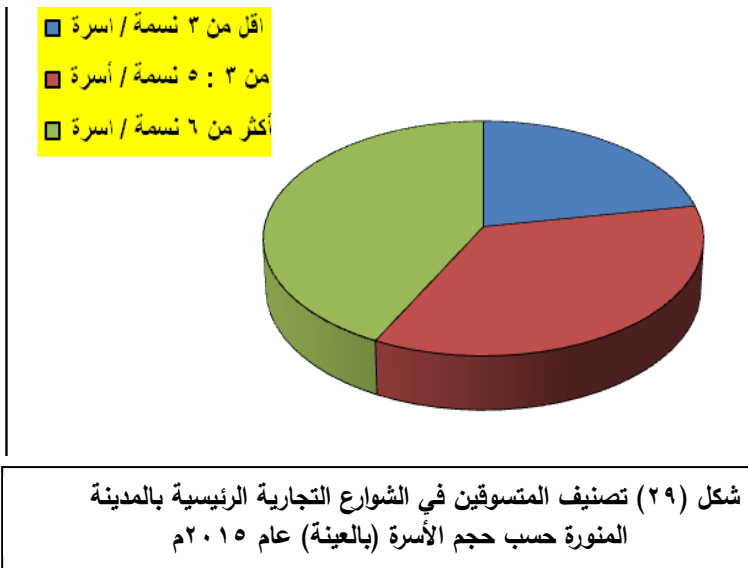
ج- حجم الأسرة :

تتأثر القرارات الشرائية التي تتخذها الأسرة باختلاف حجمها، سواء كانت صغيرة أو متوسطة أو كبيرة، حيث تتأثر بعدد الأطفال وأعمارهم، وتزداد المسألة تعقيداً كلما كبر حجم الأسرة (مليباري، ٢٠٠٩م، ص ٢٢٢)، والذي قد يفرض العديد من المتطلبات المتعلقة بالأسرة، ويدفع المتسوقين نحو الشراء وتكرار التسوق، ولإيضاح تلك العلاقة فمن خلال الجدول (٨) والشكل (٢٩) واللذان يعرضان لتصنيف المتسوقين وفق متوسط أحجام أسرهم بالعينة يتضح التالي :

جدول (٨) تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة
وفق متوسط حجم الأسرة (بالعينة) عام ٢٠١٥م

حجم الأسرة	أقل من ٣ نسمة/أسرة	من ٣ : ٥ نسمة/أسرة	٦ نسمة فأكثر / أسرة	الإجمالي
عدد	٤١٢	٦٥٨	٧٩٤	١٢٣٢
%	٢٢.١	٣٥.٣	٤٢.٦	%١٠٠

المصدر: من واقع استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠١٥م.



- مثلت الأسر كبيرة الحجم والتي تزيد عن ٦ نسمة/أسرة غالبية أسر المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة بالمدينة المنورة، إذ جاءت بنسبة تقترب من خمسي (٤٢.٦%) إجمالي عدد أسر المتسوقين بالعينة، ومعظم المتسوقين داخل هذه الفئة جاءت من السعوديين وخاصة أصحاب الأسر الممتدة والمركبة، علي حين جاءت نسبة المتسوقين بالشوارع التجارية الرئيسية والذي تتراوح أحجام أسرهم ما بين ٣ - ٥ نسمة/أسرة بما يزيد عن ثلث (٣٥.٣%) إجمالي عدد أسر المتسوقين بالعينة، ومعظم المتسوقين داخل هذه الفئة جاءت من أسر غير السعوديين المقيمين بالمدينة المنورة، وان كانت هناك بعض الأسر السعودية التي ظهرت في تلك الفئة والتي تمثل الأسر السعودية النووية الحديثة بالمدينة، في حين جاءت نسبة المتسوقين بالشوارع التجارية الرئيسية والذي تتراوح أحجام أسرهم ما بين ١ - ٢ نسمة/أسرة لتسهم بما يزيد عن نحو خمس (٢٢.١%) إجمالي عدد أسر المتسوقين بالعينة، ومعظم الأسر داخل هذه الفئة جاءت من غير السعوديين وبما يتناسب مع الهجرة غير الأسرية، فضلاً عن بعض الأسر من السعوديين وغير السعوديين والذين يعيشون فترة الزواج الحديث داخل الأسر النووية.

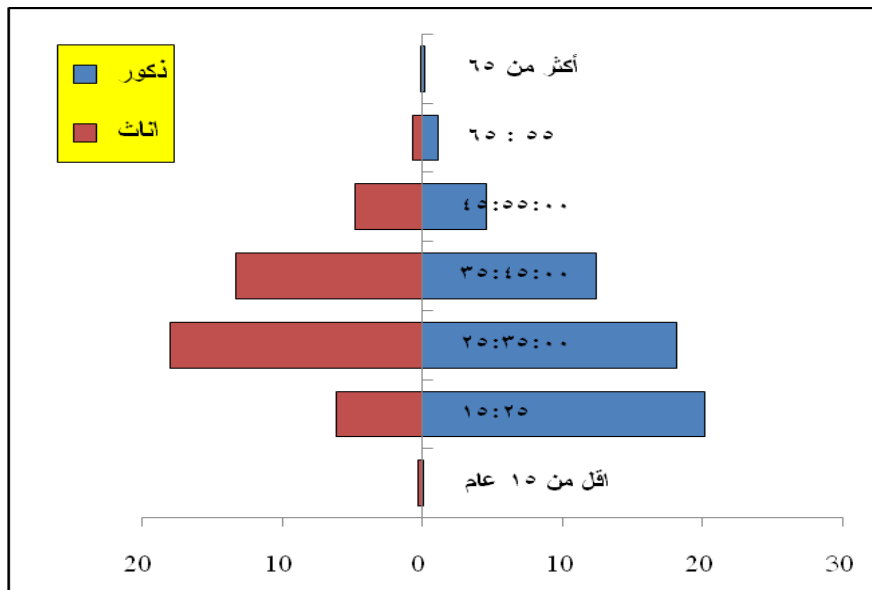
د- التركيب العمري :

يعد العمر عنصراً عميق التأثير في الانجذاب والتفاعل داخل الشوارع التجارية الرئيسية، وذلك نتيجة للتغيرات العصرية التي تواكب كل جيل والتي تختلف في تأثيرها علي العادات والسلوكيات الشرائية للفرد (مليباري، ٢٠٠٩م، ص ٢١٩)، ولتوضيح الصورة فمن خلال الجدول (٩) والشكل (٣٠) والالوان يعرضان للتركيب العمري للمتسوقين من الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة بالعينة عام ٢٠١٥م يتضح التالي :

جدول (٩) التركيب العمري للمتسوقين من الشوارع التجارية الرئيسية
بالمدينة المنورة بالعينة عام ٢٠١٥م

فئات السن	سعوديون	%	غير السعوديين	%	الإجمالي	%
أقل من ١٥	٢	٠.١	٦	٠.٣	٨	٠.٤
١٥ : ٢٥	٣٧٧	٢٠.٢	١١٣	٦.١	٤٩٠	٢٦.٣
٢٥ : ٣٥	٣٣٧	١٨.١	٣٣٦	١٨	٦٧٣	٣٦.١
٣٥ : ٤٥	٢٣١	١٢.٤	٢٤٨	١٣.٣	٤٧٩	٢٥.٧
٤٥ : ٥٥	٨٦	٤.٦	٨٨	٤.٨	١٧٤	٩.٤
٥٥ : ٦٥	٢٠	١.١	١٤	٠.٧	٣٤	٩.٤
+ ٦٥	٥	٠.٢٥	١	٠.٥	٦	١.٨
الإجمالي	١٠٥٨	٦.١	٨٠٦	٤٣.٢	١٨٦٤	%١٠٠

المصدر: من واقع استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠١٥م.



شكل (٣٠) التركيب العمري للمتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة (بالعينة) عام ٢٠١٥م

- أن الفئات العمرية التي تقوم بعملية التسوق علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة داخل العينة تميل نحو اتخاذ شكل الناقوس بشكل عام، حيث تميل النسب نحو التدني في الفئات العمرية الدنيا (أقل من ١٥ عاماً) لتبلغ النسبة نحو ٠.٤% من إجمالي عدد المتسوقين داخل العينة، ثم تبدأ النسب في الارتفاع كلما كبرت الفئة العمرية للمتسوق لتبلغ نحو ربع (٢٦.٣%) إجمالي عدد المتسوقين داخل العينة بالنسبة للفئة العمرية (١٥ - ٢٥ عاماً)، وتبلغ النسبة قمته في الفئة العمرية ما بين (٢٥-٣٥ عاماً) لتسجل حوالي ٣٦.١% من إجمالي عدد المتسوقين داخل العينة، ثم تبدأ النسبة في الانخفاض لتسجل نحو ربع (٢٥.٧%) إجمالي عدد المتسوقين داخل العينة بالنسبة للفئة العمرية ما بين (٣٥-٤٥ عاماً)، ثم تبدأ النسبة في الانخفاض الكبير لتسجل حوالي ٩.٤% من إجمالي عدد المتسوقين داخل العينة بالنسبة للفئة العمرية ما بين (٤٥-٥٥ عاماً)، وحوالي ٢.١% من إجمالي عدد المتسوقين بالعينة للفئة العمرية أكثر من ٥٥ عاماً
- استحوذت الفئة العمرية (١٥-٤٥ عاماً) علي نحو ٨٨.١% من إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة، وقد ساهم السعوديون بحوالي ٥٠.٧% من إجمالي هذه النسبة وإجمالي بلغ نحو ٨٩.٣% من إجمالي عدد المتسوقين السعوديين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة بالمدينة المنورة، في مقابل ذلك ساهم غير السعوديين داخل هذه الفئة العمرية بحوالي ٣٧.٤% من إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة، ونسبة بلغت حوالي ٨٦.٥% من إجمالي عدد المتسوقين غير السعوديين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة في المدينة المنورة.
- بلغت الفئة العمرية (١٥-٢٥ عاماً) قمة المنحني العمري للمتسوقين بالعينة بالنسبة للسكان السعوديون علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة في المدينة المنورة وذلك بنسبة بلغت نحو ٢٠.٢% من إجمالي عدد المتسوقين بالعينة، ونسبة بلغت نحو ٣٥.٦% من إجمالي عدد المتسوقين السعوديين بالعينة، في المقابل بلغت الفئة العمرية (٢٥-٣٥ عاماً) قمة المنحني العمري

للمتسوقين بالعينة بالنسبة للسكان غير السعوديين بنسبة بلغت نحو ١٨% من إجمالي عدد المتسوقين بالعينة، وبما يتفق مع المنحني العام للمتسوقين (سعوديون - غير السعوديين) وقد بلغت هذه النسبة حوالي ٤١.٧% من إجمالي عدد المتسوقين غير السعوديين

هـ- المستوى التعليمي :

يعتبر المستوى التعليمي أحد أهم المؤشرات المعبرة عن الطبقة الاجتماعية والتي ينتمي إليها الفرد، وتضع له إطاراً شرائياً وأسلوباً للإتفاق واختيار السلع والخدمات (ملياري، ٢٠٠٩م، ص ٢٢٠)، وليبيان ذلك فمن خلال الجدول (١٠) والشكل (٣١) والالذان يعكسان تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة حسب المستوى التعليمي بالعينة عام ٢٠١٥م يتضح التالي :

- بلغت نسبة المتسوقين الأميين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة نحو ٢.٦% من إجمالي عدد المتسوقين بالعينة، في حين بلغت نسبة المتسوقين من الحاصلين علي الشهادة الابتدائية حوالي ٥.١% من إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة، وبحيث يشكل الأميون الحاصلون علي الشهادة الابتدائية نحو ٨.٧% من إجمالي عدد المتسوقين بالعينة.

جدول (١٠) تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية

بالمدينة المنورة حسب المستوى التعليمي بالعينة عام ٢٠١٥م.

البيان	أمي	ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	فوق الجامعي	الإجمالي
عدد	٤٨	٩٥	٢٧٢	٨٣٧	٥٨٢	٣٠	١٨٦٤
%	٢.٦	٥.١	١٤.٦	٤٤.٩	٣١.٢	١.٦	١٠٠%

المصدر: من واقع استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠١٥م.

- شكل المتسوقون الحاصلون علي الشهادات العلمية المتوسطة نحو ١٤.٦% من إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة بالعينة، في حين بلغت نسبة المتسوقين من الحاصلين علي الشهادات الثانوية أو ما يعادلها

نحو ٤٤.٩% من إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة، وبحيث يشكل الحاصلون علي الشهادات المتوسطة والثانوية وما يعادلها نحو ٥٩.٥% من إجمالي عدد المتسوقين بالعينة، وبما يشير أن المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة والذين أقتصروا تعليمهم علي دون المؤهل الجامعي يمثلون ما يزيد عن نحو ثلثي (٦٧.٢%) إجمالي عدد المتسوقين بالعينة، وبما يعكس ان المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة أدني في مستوياتهم التعليمية بشكل عام.

- شكل المتسوقون الحاصلون علي الشهادة الجامعية أو ما يعادلها ما يقرب من ثلث (٣١.٢%) إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة في المدينة المنورة، علي حين بلغت نسبة المتسوقين الحاصلون علي الشهادات ما فوق التعليم الجامعي نحو ١.٦% من إجمالي عدد المتسوقين بالعينة، وبما يشير الي أن جملة المتسوقين الحاصلون علي الشهادات الجامعية وما فوقها تمثل نحو ٣٢.٨% من إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة داخل العينة.

و- الدخل الشهري :

يمثل الدخل الشهري للمتسوقين أقوى العوامل المؤثرة في تشكيل النمط السائد للشوارع التجارية الرئيسية، حيث يؤثر في عملية التفاعل ما بين المتسوق والشارع التجاري، فمن خلال الجدول (١١) والشكل (٣٢) واللذان يعكسان تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة حسب فئات الدخل الشهري بالعينة عام ٢٠١٥م يتضح التالي :

- أن نسبة المتسوقين تقل بارتفاع مستويات الدخل، حيث بلغت نسبة المتسوقين التي تقل دخولهم الشهرية عن ٤ آلاف ريال سعودي/شهرياً نحو ٤٢.١% من إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة داخل العينة، علي حين بلغت نسبة المتسوقين التي تتراوح دخولهم الشهرية ما بين ٤٠٠٠ - ٦٠٠٠ ريال سعودي/شهرياً نحو خمس (٢١.٥%) إجمالي عدد المتسوقين بالعينة، وبحيث يشكل عدد المتسوقين الذي تقل دخولهم الشهرية عن ٦٠٠٠ ريال سعودي/ شهرياً ما يقرب من ثلثي (٦٣.٦%) إجمالي عدد

المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة في المدينة المنورة، وبما يشير إلي أن السمة البارزة هو جاذبية الشوارع التجارية الرئيسية للدخول المتوسطة بصورة أقوى من الدخول المرتفعة.

- أن نسبة المتسوقين تقل بارتفاع مستويات الدخل، حيث بلغت نسبة المتسوقين التي تتراوح دخولهم الشهرية ما بين ٦ - ٨ آلاف ريال سعودي/شهرياً نحو ١٣.٩% من إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة داخل العينة، علي حين بلغت نسبة المتسوقين التي تتراوح دخولهم الشهرية ما بين ٨ - ١٠ آلاف ريال سعودي/شهرياً نحو ١١.٦% من إجمالي عدد المتسوقين بالعينة، وبحيث شكات نسبة المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة في المدينة المنورة والتي تتراوح دخولهم الشهرية ما بين ٦ - ١٠ آلاف ريال سعودي/شهرياً ما يزيد عن ربع (٢٥.٥%) إجمالي عدد المتسوقين بالعينة.

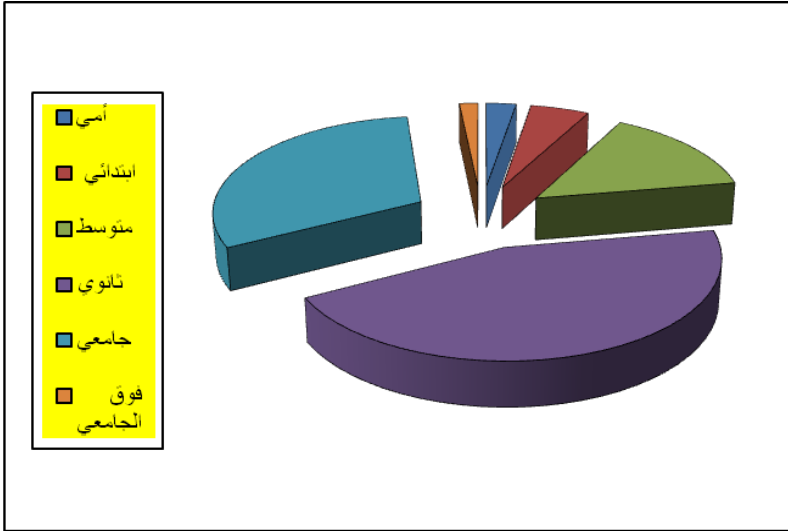
جدول (١١) تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية

بالمدينة المنورة حسب فئات الدخل الشهري بالعينة عام ٢٠١٥م

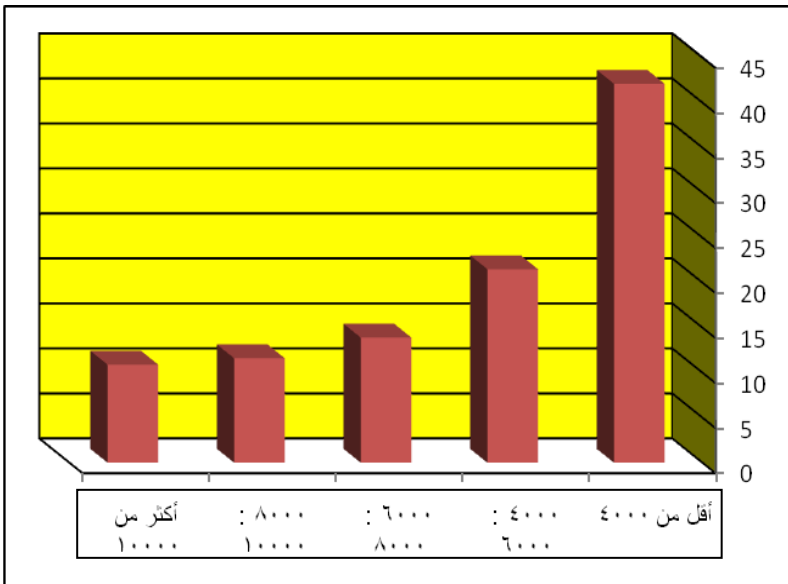
الدخل بالريال السعودي

البيان	أقل من ٤٠٠٠	أقل من ٤٠٠٠ : ٦٠٠٠	أقل من ٦٠٠٠ : ٨٠٠٠	أقل من ٨٠٠٠ : ١٠٠٠٠	أكثر من ١٠٠٠٠	الإجمالي *
عدد	٦٧٥	٣٤٥	٢٢٣	١٨٦	١٧٥	١٦٠٤
%	٤٢.١	٢١.٥	١٣.٩	١١.٦	١٠.٩	١٠٠%

* لا تشتمل علي المرافقات واللاتي ليس لديهن دخل شهري وأصحاب الحالات الخاصة والأطفال دون سن ١٥ عام، وتشتمل الأرقام علي من لا يعمل ولكن يتقاضى المنحة التعليمية الشهرية
المصدر: من واقع استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠١٥م.



شكل (٣١) تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية حسب الحالة التعليمية في المدينة المنورة (بالعينة) عام ٢٠١٥ م



شكل (٣٢) تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية حسب فئات الدخل الشهري (بالريال) في المدينة المنورة (بالعينة) عام ٢٠١٥ م

- شكلت نسبة المتسوقين التي تزيد دخولهم الشهرية عن ١٠ آلاف ريال سعودي/ شهرياً نحو ١٠.٩% من إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة داخل العينة.

وإذا كان الدخل والتعليم يعتبران من اقوي العوامل المؤثرة في تشكيل النمط السائد للمتسوقين، ومن ثم التأثير في عملية التفاعل ما بين المتسوق ومنطقة التسوق، وإذا كان أسلوب الإنفاق وإطار الشراء واختيار السلع والخدمات يحدده بصورة كبيرة المؤهل التعليمي، وبما يشير الي وجود علاقة طردية بين التعليم والدخل بالنسبة للمتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة في المدينة المنورة، فمن خلال الجدول (١٢) والشكل (٣٣) والذان يعكسان تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية حسب الحالة التعليمية والدخل الشهري بالعينة في المدينة المنورة عام ٢٠١٥ م يتضح التالي :

- أن هناك علاقة طردية واضحة ما بين الدخل الشهري والمؤهل التعليمي للمتسوق، حيث ظهرت فئات الدخل الدنيا أقل تعليمياً، بحيث جاء نحو ٦٧.٢% من جملة المتسوقين بالعينة علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة قد أقتصرت تعليمهم علي ما دون المؤهل الجامعي، وقد تباين الدخل الشهري لهم فقد جاء ٥٢.٢% منهم داخل العينة في فئة الدخل الشهري أقل من ٤ آلاف ريال/شهرياً، في حين سجل نحو ٣٥.٦% منهم متوسط دخل يتراوح ما بين ٤ - ٨ آلاف ريال/شهرياً، في حين بلغت النسبة داخل العينة لهذه الفئة حوالي ١٢.٢% من الذين يزيد دخلهم عن ٨ آلاف ريال/شهرياً.

- بلغت نسبة المتسوقين في مرحلة التعليم الجامعي وما فوقها علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة داخل العينة نحو ٣٢.٨% من جملة المتسوقين بالعينة، حيث جاء منهم ٢١.٤% ممن تقل دخولهم عن ٤ آلاف ريال/شهرياً من إجمالي تلك الفئة، وحوالي ٣٥% ممن يتراوح دخولهم ما بين ٤ - ٨ آلاف ريال/شهرياً، علي حين جاءت نسبة الذين تزيد دخولهم عن

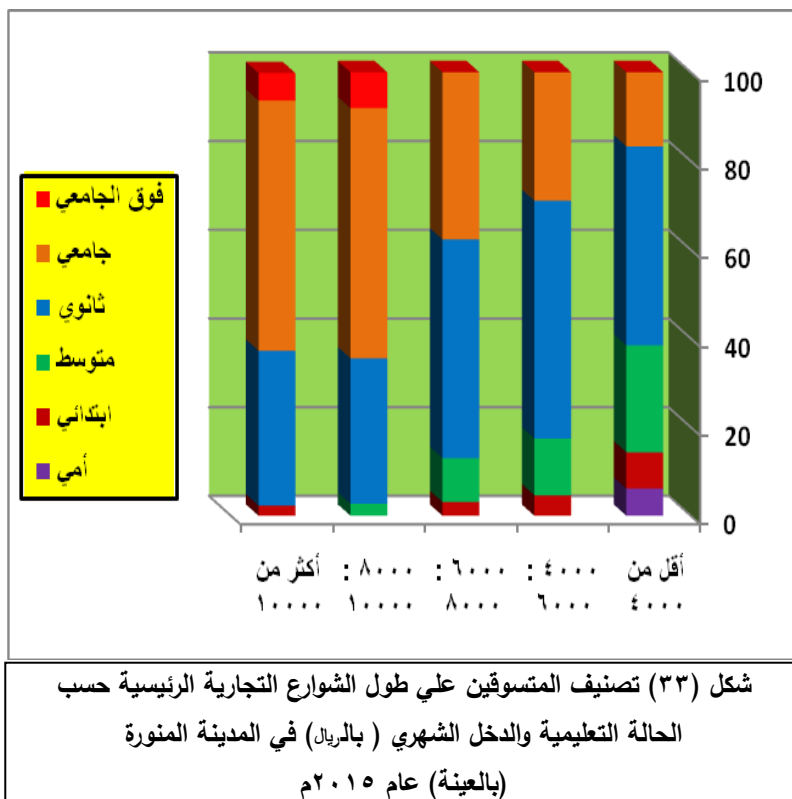
٨ آلاف ريال/شهريا نحو ٤٣.٦% من إجمالي هذه الفئة، وبما يشير إلى أن المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة داخل العينة في كافة فئات الدخل الشهري تميل إلى الدخل المتوسطة والمتدنية أكثر منها للدخل المرتفعة وبما نتج عنه مستويات تعليمية تميل إلى أصحاب المؤهلات المتوسطة والدنيا بشكل عام.

جدول (١٢) تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة حسب الحالة التعليمية وفئات الدخل الشهري بالعينة عام ٢٠١٥ م

الدخل بالريال السعودي

البيان	أقل من ٤٠٠٠	٤٠٠٠ : أقل من ٦٠٠٠	٦٠٠٠ : أقل من ٨٠٠٠	٨٠٠٠ : أقل من ١٠٠٠٠	أكثر من ١٠٠٠٠	الإجمالي*
أمي	٦.١	-	-	-	-	٤١
ابتدائي	٨.٢	٤.٦	٣.١	-	٢.٣	٨٢
متوسط	٢٤.١	١٢.٨	٩.٩	٢.٧	-	٢٣٤
ثانوي	٤٤.٩	٥٣.٦	٤٩.٣	٣٢.٨	٣٤.٩	٧٢٠
جامعي	١٦.٧	٢٩	٣٧.٧	٥٦.٤	٥٦.٦	٥٠١
فوق الجامعي	-	-	-	٨.١	٦.٢	٢٦
الإجمالي %	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	-
الإجمالي*	٦٧٥	٣٤٥	٢٢٣	١٨٦	١٧٥	١٦٠٤
%	٤٢.١	٢١.٥	١٣.٩	١١.٦	١٠.٩	١٠٠%

* لا تشتمل علي المرافقات واللاتي ليس لديهم دخل شهري وأصحاب الحالات الخاصة والأطفال دون سن ١٥ عام، وتشتمل الأرقام علي من لا يعمل ولكن يتقاضى المنحة التعليمية الشهرية.
المصدر: من واقع استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠١٥ م.



- بلغت نسبة المتسوقين الحاصلين علي مرحلة التعليم ما قبل الجامعي داخل فئة الدخل الشهري أقل من ٤ آلاف ريال/شهريا نحو ٨٣.٣% من إجمالي عدد المتسوقين داخل هذه الفئة بالعينة، في مقابل نحو ١٦.٧% للمتسوقين الحاصلين علي المؤهلات الجامعية وما فوقها داخل هذه الفئة، كذلك سجلت نسبة المتسوقين الحاصلين علي مرحلة التعليم ما قبل الجامعي داخل فئة الدخل الشهري الذي يتراوح ما بين ٤ - ٦ آلاف ريال/شهريا نحو ٧١% من إجمالي عدد المتسوقين داخل هذه الفئة بالعينة، في مقابل نحو ٢٩% للمتسوقين الحاصلين علي المؤهلات الجامعية وما فوقها داخل هذه الفئة، وبحيث بلغت نسبة المتسوقين من الحاصلين علي مرحلة التعليم ما قبل الجامعي والذين تقل دخولهم الشهرية عن ٦ آلاف ريال/شهريا نحو ٧٩.١% من إجمالي عدد

المتسوقين داخل هذه الفئة بالعينة، في مقابل نحو ٢٠.٩% لل حاصلين علي المؤهلات الجامعية وما فوقها داخل هذه الفئة بالعينة.

- بلغت نسبة المتسوقين الحاصلين علي مرحلة التعليم ما قبل الجامعي داخل فئة الدخل الشهري الذي يتراوح ما بين ٦-٨ آلاف ريال/شهرياً نحو ٦٢.٣% من إجمالي عدد المتسوقين داخل هذه الفئة، في مقابل نحو ٣٧.٧% للمتسوقين الحاصلين علي المؤهلات الجامعية وما فوقها داخل هذه الفئة بالعينة.

- علي العكس شكلت نسبة المتسوقين الحاصلين علي مرحلة التعليم ما قبل الجامعي داخل فئة الدخل الذي يتراوح ما بين ٨-١٠ آلاف ريال/شهرياً نحو ٣٥.٥% من إجمالي عدد المتسوقين داخل هذه الفئة بالعينة، وبالمثل بلغت النسبة نحو ٣٧.٢% من إجمالي عدد المتسوقين الحاصلين علي مرحلة التعليم ما قبل الجامعي داخل فئة الدخل الذي يزيد عن ١٠ آلاف ريال/شهرياً، في المقابل سجلت نسبة المتسوقين الحاصلين علي مرحلة التعليم الجامعي وما فوقها داخل فئة الدخل الذي يتراوح ما بين ٨-١٠ آلاف ريال/شهرياً نحو ٦٤.٥% من إجمالي عدد المتسوقين بالعينة داخل هذه الفئة، في مقابل نحو ٦٢.٨% للمتسوقين الحاصلين علي مرحلة التعليم الجامعي وما فوقها من أصحاب الدخول التي تزيد عن ١٠ آلاف ريال/شهرياً، وبحيث سجلت نسبة المتسوقين من الحاصلين علي مرحلة التعليم ما قبل الجامعي داخل فئة الدخل التي تزيد عن ٨ آلاف ريال/شهرياً نحو ٣٦.٢% من إجمالي المتسوقين داخل هذه الفئة بالعينة في مقابل نحو ٦٣.٨% لل حاصلين علي المؤهلات الجامعية وما فوقها داخل العينة بهذه الفئة.

وإذا كانت القدرة الشرائية للمتسوق تتأثر بتركيب السكان حسب الجنسية والذي يعتبر مع عاملي الدخل والتعليم احد العوامل الهامة في التأثير علي تشكيل الشوارع التجارية الرئيسية، وفي رسم صورة لطبيعة تلك الشوارع، حيث وجد اختلافاً ما بين السعوديين وغير السعوديين في نمط التسوق علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وفي محاولة ربط التركيب السكاني حسب الجنسية مع فئات الدخل الشهري للمتسوقين من خلال الجدول (١٣) والشكل (٣٤) اللذان يعرضان لتصنيف

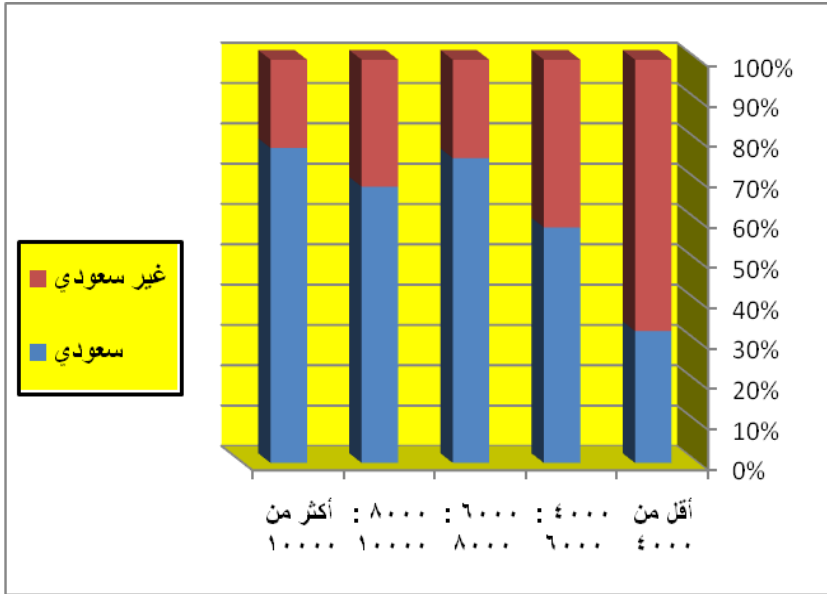
المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية حسب فئات الدخل الشهري والجنسية بالعينة في المدينة المنورة عام ٢٠١٥ م يتضح التالي :

- أن هناك علاقة طردية ما بين فئات الدخل ونسبة المتسوقين من السعوديين، حيث بلغت نسبة السعوديين من المتسوقين والذي تقل دخولهم عن ٦ آلاف ريال/شهريا نحو ٤٩.٣% من إجمالي عدد المتسوقين السعوديين، في مقابل نحو ٥٠.٧% من المتسوقين السعوديين الذين يزيد متوسط دخولهم عن ٦ آلاف ريال/شهريا، علي العكس من ذلك هناك علاقة عكسية ما بين فئات الدخل الشهري ونسبة المتسوقين من غير السعوديين، حيث بلغت نسبة غير السعوديين من المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة في المدينة المنورة والذي تقل دخولهم عن ٦ آلاف ريال/شهريا نحو ٧٩.٨% من جملة عدد المتسوقين غير السعوديين، في مقابل نحو ٢٠.٢% من المتسوقين غير السعوديين الذين يزيد متوسط الدخل لهم عن ٦ آلاف ريال/شهريا.

جدول (١٣) تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية حسب فئات الدخل الشهري والجنسية بالعينة في المدينة المنورة عام ٢٠١٥ م

البيان ألف ريال سعودي	سعودي	%	غير سعودي	%	الإجمالي	%
أقل من ٤	٢٢١	٣٢.٧	٤٥٤	٦٧.٣	٦٧٥	٤٢.١
٤ : ٦	٢٠١	٥٨.٤	١٤٤	٤١.٦	٣٤٥	٢١.٥
٦ : ٨	١٦٩	٧٥.٦	٥٤	٢٤.٤	٢٢٣	١٣.٩
٨ : ١٠	١٢٧	٦٨.٥	٥٩	٣١.٥	١٨٦	١١.٦
أكثر من ١٠	١٣٧	٧٨.١	٣٨	٢١.٩	١٧٥	١٠.٩
الإجمالي*	٨٥٥	٥٣.٣	٧٤٩	٤٦.٧	١٦٠٤	١٠٠%

* لا تشتمل علي المرافقات واللاتي ليس لديهم دخل شهري وأصحاب الحالات الخاصة والأطفال دون سن ١٥ عام، وتشتمل الأرقام علي من لا يعمل ولكن يتقاضى المنحة التعليمية الشهرية
المصدر: من واقع استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠١٥ م.



شكل (٣٤) تصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية حسب
الجنسية والدخل الشهري (بالريال) في المدينة المنورة (بالعينة) عام ٢٠١٥م

- سجلت نسبة السعوديين المتسوقين داخل فئة الدخل أقل من ٦ آلاف ريال/شهريا نحو ربع (٢٦.٣%) إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة في المدينة المنورة، في المقابل بلغت تلك النسبة لغير السعوديين ما يزيد علي ثلث (٣٧.٣%) إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة داخل نفس الفئة، علي حين بلغت نسبة السعوديين المتسوقين داخل فئة الدخل التي تتراوح ما بين ٦-١٠ آلاف ريال/شهريا نحو ١٨.٤% من إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة في المدينة المنورة، في مقابل حوالي ٧% لغير السعوديين من إجمالي المتسوقين بالعينة داخل نفس الفئة، في حين بلغت نسبة السعوديين المتسوقين داخل فئة الدخل التي تزيد عن ١٠ آلاف ريال/شهريا نحو ٨.٥% من إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة في المدينة المنورة، في مقابل حوالي ٢.٤% لغير السعوديين من إجمالي المتسوقين بالعينة داخل نفس الفئة.

- سجلت نسبة المتسوقين السعوديين نحو ٣٢.٧% من إجمالي عدد المتسوقين داخل فئة الدخل الشهري أقل من ٤ آلاف ريال/شهرياً، في مقابل نحو ٦٧.٣% لغير السعوديين، علي حين تصاعدت نسبة السعوديين في فئات الدخل الأخرى لتسجل قيماً تتراوح ما بين ٥٨-٧٨% من إجمالي عدد المتسوقين داخل كل فئة من فئات الدخل الشهري وتبلغ النسبة أداها في فئة الدخل ٤-٦ آلاف ريال/شهرياً بنسبة ٥٨.٤%، وأقصاها في فئة الدخل التي تزيد عن ١٠ آلاف ريال/شهرياً بنسبة ٧٨.١%، في المقابل انخفضت نسبة غير السعوديين من إجمالي عدد المتسوقين داخل كل فئة من فئات الدخل الشهري لتسجل قيماً تتراوح ما بين ٢١-٤٢% من إجمالي عدد المتسوقين داخل كل فئة من فئات الدخل الشهري وتبلغ النسبة أقصاها في فئة الدخل ٤-٦ آلاف ريال/شهرياً بنسبة ٤١.٦%، وأداها في فئة الدخل التي تزيد عن ١٠ آلاف ريال/شهرياً بنسبة ٢١.٩% من إجمالي عدد المتسوقين داخل هذه الفئة من فئات الدخل الشهري.

(٢) دوافع وعادات الشراء للمتسوقين :

تتمثل عادات الشراء في عدد مرات التسوق ووسيلة القدوم والأوقات والأيام المفضلة للتسوق والخصائص السلوكية (سليمان، ٢٠٠٠م، ص ١١٢) والتي تبرز طبيعة التفاعل بين المتسوق ومحيطه السوقي وتسهم في تشكيل الكيان السوقي ومن ثم تؤثر في النسيج العمراني للمدينة ومكوناته الأخرى وذلك علي النحو التالي :

أ- عدد مرات التسوق :

تعتبر الأسر الصغيرة أكثر سرعة وجراً في اتخاذ القرارات الشرائية والاندفاع الي التسوق باحثة عن خدمات أخرى بجانب متطلباتهم السلعية، علي حين أن الأسر الكبيرة أكثر حذراً وتخطيطاً في قرارات الشراء للسلع الأساسية وبأقل الأسعار والميل غالباً الي الشراء بالجملة، وهي جوانب قد تشبعها بصورة كبيرة الشوارع التجارية الرئيسية بما يساعد الي إثراء عملية الاتصال وزيادة قوة التفاعل بين المتسوق والشوارع التجارية الرئيسية (ملياري، ٢٠٠٩م، ص ٢٢٤).

ولبيان ذلك فمن خلال الجدول (١٤) والشكل (٣٥) واللذان يعكسان تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية حسب عدد مرات التسوق (بالعينة) في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م يتضح التالي :

جدول (١٤) تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية حسب عدد مرات التسوق (بالعينة) في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م

عدد مرات التسوق	يوميّاً	أسبوعياً	شهريّاً	حسب الظروف	الإجمالي
عدد	٦١٣	٥٨٩	١٩٨	٤٦٤	١٨٦٤
%	٣٢.٩	٣١.٦	١٠.٦	٢٤.٩	%١٠٠

المصدر: من واقع استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠١٥م.

- أن الأهمية النسبية لعدد المتسوقين من الشوارع التجارية الرئيسية تقل مع انخفاض عدد مرات الشراء في اليوم أو الأسبوع أو الشهر، حيث تبين أن أكثر المترددين علي الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة في المدينة المنورة يقضون احتياجاتهم يومياً بنسبة تقترب من ثلث (٣٢.٩%) مجموع المتسوقين، وذلك يرجع الي طبيعة السلع التي تقدمها بعض الشوارع التجارية الرئيسية والتي تتسم بسرعة التلف في الغالب والحاجات المتجددة، فضلاً عن القرب المكاني للشوارع التجارية الرئيسية مع محل الإقامة لكثير من المتسوقين، الي جانب النطاق الخدمي المحيط بالشوارع التجارية الرئيسية والذي قد يتسم في كثير من الأحيان بارتفاع كثافة السكان وزيادة القوة الشرائية، علي حين جاءت الزيارة الأسبوعية بنسبة تقترب من ثلث (٣١.٦%) مجموع المتسوقين، وذلك لطبيعة السلع والتي عادة تتسم بالحاجات اليومية المتجددة.

- شكلت نسبة المتسوقين الشهييين من الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة داخل العينة نحو ١٠.٦% من مجموع المتسوقين بالعينة، وقد ارتبطت هذه الشريحة من المتسوقين بمحدودي الدخل والذي يتزامن تسوقهم مع صرف الرواتب الشهرية، كما ظهرت بصورة واضحة داخل الشوارع التجارية المتخصصة في تقديم احد السلع أو أكثر علي طولها، وارتبطت أيضاً مع المتسوقين الذين يحضرون من أماكن بعيدة عن الشوارع التجارية الرئيسية حيث تحدد المسافة الكيلو مترية والزمنية الإستراتيجية التي يتخذها المتسوق للتردد علي الشارع التجاري الرئيسي، علي حين بلغت نسبة المتسوقين والذين يقدمون الي الشوارع التجارية الرئيسية حسب الظروف نحو ربع (٢٤.٩%) مجموع المتسوقين وبما يعكس حجم فقد التنظيم في رحلات التسوق الي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة داخل العينة.

ب- وسيلة القڊوم :

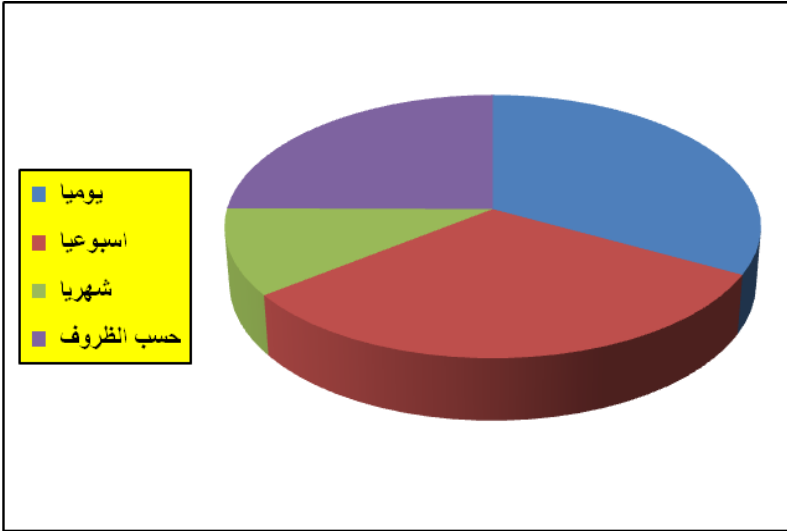
من خلال الجدول (١٥) والشكل (٣٦) واللذان يعرضان لتصنيف المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية وفق وسيلة القڊوم بالعينة في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م يتضح التالي :

جدول (١٥) تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية وفق

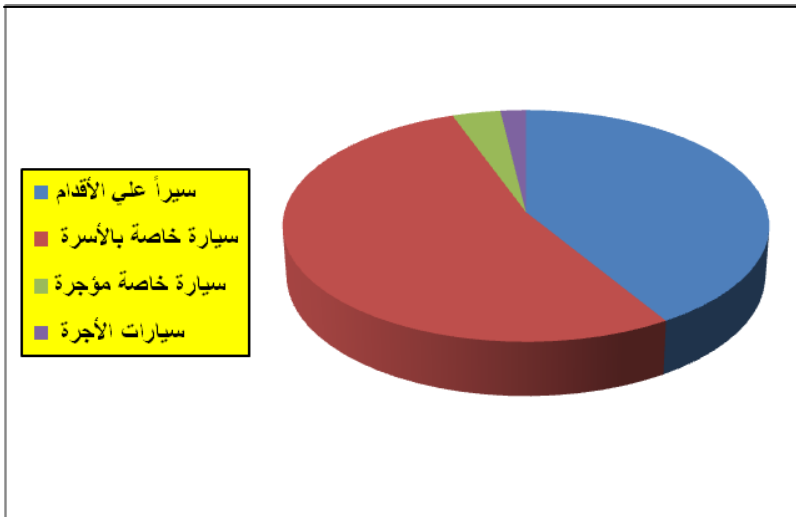
وسيلة القڊوم (بالعينة) في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م

وسيلة القڊوم	سيراً علي الأقدام	سيارة خاصة بالأسرة	سيارة خاصة مؤجرة	سيارات الأجرة	الإجمالي
عدد	٧٧٠	١٩٩٢	٦٧	٣٥	١٨٦٤
%	٤١.٣	٥٣.٢	٣.٦	١.٩	%١٠٠

المصدر: من واقع استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠١٥م.



شكل (٣٥) تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية حسب عدد مرات التسوق (بالعينة) في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م



شكل (٣٦) تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية وفق وسيلة القندوم (بالعينة) في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م

- احتلت وسيلة النقل بالسيارات الخاصة المرتبة الأولى بين وسائل قندوم المتسوقون الي الشوارع التجارية الرئيسية بنسبة تزد عن نصف (٥٣.٢%)

مجموع المتسوقين بالعينة، وبما يعكس أن الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة تخدم نسبة كبيرة من السكان بصرف النظر عن الحي أو المنطقة التي يمتد بها الشارع التجاري، يلي ذلك وسيلة القdom الي الشوارع التجارية الرئيسية مشياً علي الأقدام في المرتبة الثانية بنسبة ٤١.٣% من إجمالي المتسوقين بالعينة في المدينة المنورة، وهو الحجم الذي يمثل السكان القريين من الشوارع التجارية الرئيسية.

- في المرتبة الثالثة جاءت وسيلة القdom الي الشوارع التجارية الرئيسية بواسطة سيارات الأجرة الخاصة والمعروف أصحابها لدي الأسرة والتي تستدعي وقت الحاجة إليها لعدم وجود عائل للأسرة أو ذكور بالأسرة أو لعدم القدرة علي شراء سيارة خاصة وسائق، حيث ساهمت بنسبة ٣.٦% من مجموع المتسوقين بالعينة، علي حين وجد نحو ١.٩% من مجموع المتسوقين بالعينة علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة وسيلة القdom التي تناسبهم هي سيارات الأجرة (التاكسي) أو ما يشابهها.

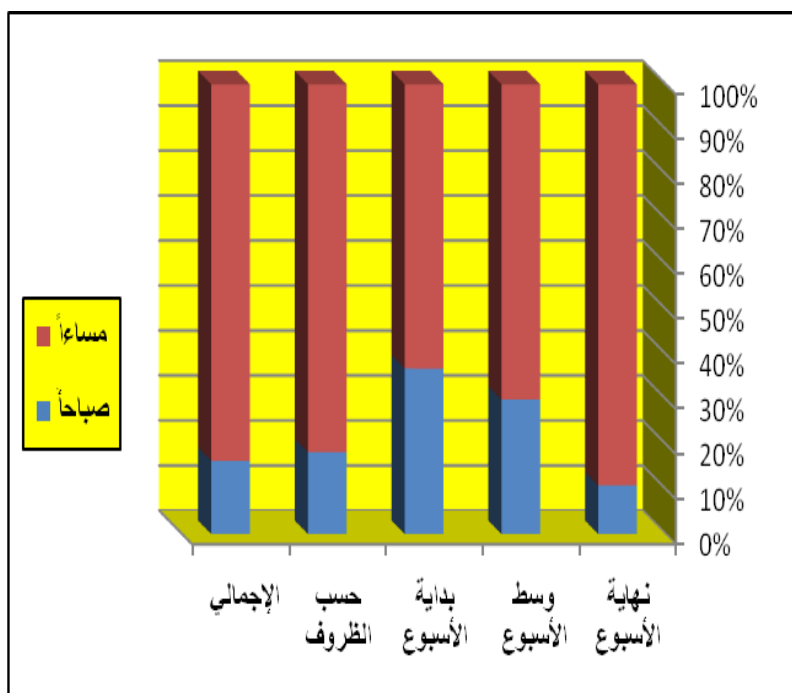
ج- الأيام والأوقات المفضلة للتسوق :

تتباين عادات الشراء وترتبط أوقاتها ببعض الظروف الاقتصادية والاجتماعية والطبيعية، وذلك مثل أوقات صرف الرواتب الشهرية أو المناسبات الاجتماعية أو الأجازات الفصلية والسنوية أو دخول فصل الشتاء أو فصل الصيف، وبما يسهم الي حد كبير في توجيه حركات المد والجزر الي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة ومن ثم تشكيل طبيعة الكيان العام لتلك الشوارع، فمن خلال الجدول (١٦) والشكل (٣٧) والذان يوضحان تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية وفقاً للأيام والأوقات المفضلة للتسوق بالعينة في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م يتضح التالي :

جدول (١٦) تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية وفقاً للأيام والأوقات المفضلة للتسوق بالعينة في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م

الأيام والأوقات	صباحاً	%	مساءً	%	الإجمالي	%
نهاية الأسبوع	١٣٨	١٠.٨	١١٤١	٨٩.٢	١٢٧٩	٦٨.٦
وسط الأسبوع	١٠٧	٢٩.٩	٢٥١	٧٠.١	٣٥٨	١٩.٢
بداية الأسبوع	٣٥	٣٦.٨	٦٠	٦٣.٢	٩٥	٥.١
حسب الظروف	٢٤	١٨.٢	١٠٨	٨١.٨	١٣٢	٧.١
الإجمالي	٣٠٤	١٦.٣	١٥٦٠	٨٣.٧	١٨٦٤	%١٠٠

المصدر: من واقع استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠١٥م.



شكل (٣٧) تصنيف المتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية وفقاً للأيام والأوقات المفضلة للتسوق بالعينة في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م

- جاءت نسبة المتسوقين في نهاية الأسبوع في المرتبة الأولى بنسبة ٦٨.٦% من مجموع المتسوقين بالعينة علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة،

وذلك لحرص المتسوقين علي استغلال الأجازة الأسبوعية، خاصة في الفترة المسائية بنسبة ٨٩.٢% منهم، حيث ينخفض مستوي اليقظة في الفترة الصباحية بينما يكون مرتفعاً في الفترة المسائية بين السعوديين خاصة في عطلة نهاية الأسبوع (سليمان، ٢٠٠٠م، ص ٢٧٨)، علي حين جاءت نسبة المتسوقين في وسط الأسبوع في المرتبة الثانية بنسبة تقترب من خمس (١٩.٢%) مجموع المتسوقين بالعينة علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، خاصة في الفترة المسائية بنسبة ٧٠.١% منهم.

- جاءت نسبة المتسوقين الذين يحرصون علي التسوق في بداية الأسبوع بنسبة بلغت نحو ٥.١% من مجموع المتسوقين بالعينة علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، منهم ٦٣.٢% في الفترة المسائية في مقابل نحو ٣٦.٨% للفترة الصباحية، وتمثل هذه الفئة مع سابقتها المتسوقون الحريصون علي البعد عن الازدحام والذين لا تسمح ظروف العمل من التسوق في عطلات نهاية الأسبوع، فضلاً عن الموقع الجغرافي للسوق بالنسبة للمسكن، ونوع الخدمات المقدمة، علي حين جاءت نسبة المتسوقين حسب الظروف بنسبة ٧.١% من جملة المتسوقين بالعينة علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة.

- استطاعت الفترة المسائية أن تجتذب نحو ٨٣.٧% من مجموع المتسوقين بالعينة، وذلك مقابل ١٦.٣% للفترة الصباحية، وربما يرجع ذلك لتحاشي المتسوقون تأثيرات المناخ الحار بالمدينة أوقات النهار والذي يؤدي الي تراجع الحركة البشرية خارج المنازل في الفترة الصباحية، فضلاً عن قصر الفترة الزمنية المتاحة أمام المتسوقين في الفترة الصباحية خاصة وان العديد من المنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية تغلق أبوابها في الفترة ما بين صلاة الظهر الي بعد صلاة العصر باستثناء منشآت المواد الغذائية، الي جانب ارتكاز عملية الشراء من الشوارع التجارية بصورة كبيرة علي الذكور دون الإناث - كما سبق الذكر - والذي يجذبهم سوق العمل في الفترات الصباحية.

والخلاصة أن المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة امتازوا بخصائص ديموغرافية واقتصادية وعادات اجتماعية وشرائية خاصة تحكمت فيها

طبيعة المكان الجغرافي للمدينة وانعكاساتها المناخية والتوجه النفسي لمختلف الفئات العمرية والشرائح السكانية (مليباري، ٢٠٠٩م، ص ٢٢٩)، وبما أدى الي التفاعل فيما بينها الأمر الذي أدى الي التأثير علي البناء الهيكلي للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة وطبيعتها ووظيفتها داخل الإطار الحضري للمدينة.

سابعاً - المشكلات التي تواجه المتسوقون بالشوارع التجارية الرئيسية :

تمثل المشكلات التي تواجه المتسوقون علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة أحد أهم الأهداف البحثية في دراسة الشوارع التجارية، فهي تمثل تأثير المشكلات المكانية علي نشاط الشارع التجاري، ومن ثم تتأثر طبيعة التفاعل بين المتسوقين والشوارع التجارية، وبالتالي يتأثر بالبناء الهيكلي للشارع وطبيعته ووظيفته، وبناء عليه يتأثر أحد السمات العامة للمركب العمراني والتجاري الحضري، وللوقوف علي طبيعة تلك المشكلات علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، فمن خلال الجدول (١٧) والشكل (٣٨) والذان يعكسان التوزيع النسبي لأهم المشكلات التي تواجه المتسوقون بالشوارع التجارية الرئيسية بالعينة في المدينة المنورة يتضح التالي :

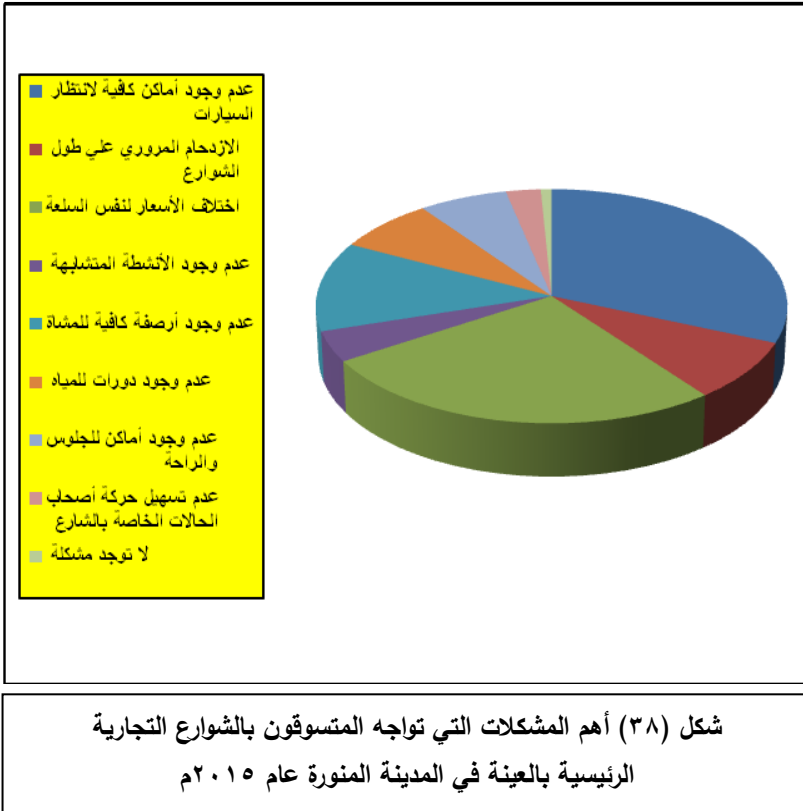
- جاءت أقوى المشكلات تعلقاً بذهن المتسوق علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة داخل العينة هو عدم وجود أماكن كافية لانتظار السيارات وذلك بنسبة تقترب من ثلث (٣١.٤%) إجمالي تكرارات المشكلات من وجهة نظر المتسوقين بالعينة، وأرتبط بهذه المشكلة أحدي المشكلات الأخرى والمتمثلة بالازدحام المروري علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة واختناق الشارع بالكثافة من السيارات والتي جاءت بنسبة ٨.٢% من إجمالي تكرار المشكلات من وجهة نظر المتسوقين بالعينة، وبحيث ساهمت مشكلات الازدحام المروري وانتظار السيارات بحوالي ٣٩.٦ من جملة تكرار مشكلات المتسوقين بالعينة ساهمت مشكلة الاختلاف في أسعار السلع من نفس الصنف بما يزيد عن ربع (٢٦.٤%) إجمالي تكرار المشكلات من وجهة نظر المتسوقين بالعينة، وبما يضطر المتسوق إلي التجوال بحثاً عن الأسعار المناسبة، وقد أرتبط بهذه المشكلة أحدي المشكلات الأخرى والتي

تمثلت من وجهة نظر المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالعينة في عدم وجود الأنشطة المتشابهة متقاربة خاصة علي طول الشوارع التي يظهر بها عدم التخصص والاختلاط في أنواع الأنشطة التجارية المقدمة، وقد ساهمت تلك المشكلة بحوالي ٤.٢% من إجمالي تكرار المشكلات من وجهة نظر المتسوقين بالعينة، وبحيث ساهمت المشكلات الخاصة بعملية التسوق والسلع بحوالي ٣٠.٦% من جملة تكرار المشكلات بالعينة.

جدول (١٧) أهم المشكلات التي تواجه المتسوقون بالشوارع التجارية الرئيسية بالعينة في المدينة المنورة عام ٢٠١٥م

نوع المشكلة	التكرار	%	% من جملة التكرارات
عدم وجود أماكن كافية لانتظار السيارات	٨١٩	٤٣.٩	٣١.٤
الازدحام المروري علي طول الشوارع	٢١١	١١.٣	٨.٢
اختلاف الأسعار لنفس السلعة	٦٨٩	٣٦.٩	٢٦.٤
عدم وجود الأنشطة المتشابهة متقاربة	١٠٦	٥.٧	٤.٢
عدم وجود أرصفة كافية للمشاة	٣٢٤	١٧.٤	١٢.٤
عدم وجود دورات للمياه	١٩٤	١٠.٤	٧.٤
عدم وجود أماكن للجلوس والراحة	١٧٣	٩.٣	٦.٦
عدم تسهيل حركة أصحاب الحالات الخاصة بالشارع	٦٩	٣.٧	٢.٦
لا توجد مشكلة	٢٢	١.٢	٠.٨
الإجمالي	٢٦٠٧	—	%١٠٠

المصدر: من واقع استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠١٥م.



- جاءت المشكلات المتعلقة بنقص الخدمات علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة داخل العينة بإجمالي يصل الي نحو ٢٩% من جملة تكرار المشكلات من وجهة نظر المتسوقين بالعينة، والتي تمثلت في عدم وجود أرصفة كافية للمشاة نتيجة لضيق الأرصفة المحاذية للمنشآت التجارية وضيق الممرات التي تجري خلالها حركة المتسوقين مع صغر مساحة المحلات التجارية وذلك بنسبة ١٢.٤%، إلي جانب عدم وجود دورات للمياه متاحة للمتسوقين بنسبة ٧.٤%، وعدم وجود أماكن للجلوس والراحة بالنسبة للمتسوقين وذلك بنسبة ٦.٦%، فضلاً عن عدم وجود تجهيزات خاصة لتسهيل حركة أصحاب الحالات الخاصة (المعوقين) علي طول الشوارع وذلك بنسبة ٢.٦% من إجمالي تكرار المشكلات من وجهة نظر المتسوقين بالعينة علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة.

الخاتمة :

تعد الشوارع التجارية الرئيسية أحد الظواهر الحضرية الهامة في نظام المدينة، فهي تتشكل وتتطور وفق الظروف المكانية والخصائص العمرانية والبشرية للمدينة، كما أنها تؤثر في النظام الحضري للمدينة، وفي نفس الوقت تتأثر بفاعلية هذا النظام، ومن الجدير بالذكر أن هذه الدراسة طبقت علي الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة، وقد جاءت هذه الشوارع بطبيعة خاصة تحكمت فيها إلي جانب الظروف الطبيعية والبشرية عاملاً هاماً هو الوضع الديني للمدينة، فوجود المسجد النبوي الشريف وطبيعة المنطقة المركزية واستخداماتها حوله، فضلاً عن حركة التطوير العمراني لجسد المدينة والتوسعات التي شهدها المسجد النبوي الشريف، واعتماد المخططات العمرانية الحديثة علي الشبكة الإشعاعية من الطرق الرئيسية كلها عوامل ظهرت انعكاساتها علي ظهور الشوارع التجارية الحديثة واختفاء شوارع أخرى من النظام السوقي، وبما ينبئ بملامح واتجاهات جديدة لتوزيعها وسماتها حالياً ومستقبلاً.

وقد جاءت هذه الدراسة لتتناول ظاهرة الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة من خلال رصد توزيعها عبر الفترات التاريخية حتي الفترة الحالية، وإيجاد التباين في التوزيع والاتجاهات علي مستوي قطاعات المدينة وعلي مستوي البلديات، كما رصدت الدراسة أهم العوامل الجغرافية المؤثرة في توزيع الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة بالاعتماد علي عدة عوامل مكانية وسكانية وعمرانية واقتصادية ودينية، كما هدفت الدراسة إلي تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة وفق أطوالها، وعدد المنشآت التجارية الواقعة عليها، والتركيب النوعي للمنشآت التجارية، والدليل الوظيفي لتلك الشوارع التجارية الرئيسية، كما عمدت الدراسة إلي الوقوف علي العنصر البشري التفاعلي مع تلك الشوارع كمستهلكين وخصائصهم الديموغرافية والاقتصادية ودوافع الشراء لديهم والتي تشبع رغباتهم وتطلعاتهم المتجددة، وبما يعكس طبيعة التعامل مع تلك الشوارع، كما رصدت الدراسة أهم المشكلات التي تواجه السكان في تعاملهم مع هذا الجزء من النظام الحضري بالمدينة.

وقد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج علي النحو التالي :

- أن نشأة الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة جاءت متزامنة مع بناء المسجد النبوي الشريف وبناء الدور السكنية حوله، وظهور الشوارع التجارية الرئيسية تتخلل الكتلة السكنية وتمثل شرايين الحركة الرئيسية التي تؤدي إلي الحرم النبوي الشريف، وقد

استمر نمو الشوارع التجارية الرئيسية خلال الفترات التاريخية المتعاقبة ومتزامنة مع النمو العمراني للمدينة ومستفيدة من الحركة اليومية للمشاة علي تلك الشوارع المؤدية للحرم النبوي الشريف، والتي مع النمو العمراني للمدينة وبناء الأسوار حولها أصبحت تصل بين الأبواب الموجودة علي السور الخارجي للمدينة والحرم النبوي الشريف، ولعل من أشهرها خلال تلك الفترات وصولاً إلي الدولة السعودية الحديثة شارع الشامية (شارع البلاط)، وشارع السوق، وشارع الساحة، والشارع الجنوبي، والشارع السلطاني، ومعظمها كان يقع في الناحية الغربية والشمالية للحرم النبوي الشريف.

- تغير الشكل العام والبناء الهيكلي للشوارع التجارية الرئيسية في الربع الأخير من القرن العشرين بفعل حركات التوسع الكبيرة التي شهدها المسجد النبوي الشريف، والتي أدت إلي اختفاء معظم الشوارع التجارية القديمة، إلي جانب ذلك إدراك الدولة السعودية بضرورة إعداد الدراسات التخطيطية للمدينة المنورة، والتي اعتمدت علي إنشاء شبكة من الطرق الإشعاعية التي تخرج من المنطقة الوسطي المركزية حول الحرم النبوي الشريف في اتجاه أطراف المدينة، وبالتالي تم التمهيد لتطور ونمو الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة.

- بلغ عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة ٣٧ شارعاً بأطوال بلغت نحو ١٣٢.٣ كم بنسبة بلغت نحو ١٠% من إجمالي الطرق بأنواعها المختلفة بالمدينة المنورة والبالغة نحو ١٣٠٤.٥ كم، وقد جاء نحو ٦٠% من إجمالي تلك الأطوال داخل دائرة تبعد عن مركز المدينة (الحرم النبوي الشريف) بحوالي خمسة كيلو مترات، في حين بلغت النسبة نحو ٩٠% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية داخل دائرة تبعد عن مركز المدينة بحوالي ١٠ كم.

- بلغت نسبة الشوارع التجارية الرئيسية في أحياء المنطقة الشرقية من المدينة نحو ٥٨% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، في مقابل نحو ٤٢% تتخلل أحياء المنطقة الغربية للمدينة، علي حين بلغت نسبة الشوارع التجارية الرئيسية في أحياء المنطقة الشمالية للمدينة نحو ٥٣% من إجمالي تلك الشوارع، في مقابل حوالي ٤٧% تتخلل أحياء المنطقة الجنوبية للمدينة المنورة، في حين استحوذت المنطقة الانتقالية داخل الدائري الثاني علي نحو ٦٦.٦% من إجمالي عدد الشوارع التجارية

الرئيسية بالمدينة، في مقابل نحو ٣٣.٤% داخل المنطقة الهامشية فيما بين الدائري الثاني والدائري الثالث بالمدينة.

- بلغت نسبة الشوارع التجارية الرئيسية في أحياء المنطقة الانتقالية المتاخمة لمنطقة الأعمال المركزية في المدينة نحو ٦٧.٦% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وذلك بأطوال بلغت نحو ٤٦.٨% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، في مقابل نحو ٣٢.٤% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة تتخلل أحياء المنطقة الهامشية المتاخمة للمنطقة الانتقالية بالمدينة فيما بين الدائري الثاني والدائري الثالث، وذلك بأطوال بلغت نحو ٥٣.٢% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة.

- أوضحت صورة التوزيع الاتجاهي للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة Linear Direction Distribution والذي يعد من مقاييس النزعة المكانية الاتجاهية لمجموعة من المعالم الجغرافية، أن الاتجاه الفعلي للتوزيع يأخذ المحور الجنوبي الغربي، حيث جاءت زاوية اتجاه الظاهرة حوالي ٢٠٦ درجة، وبما يتفق مع اتجاه النمو العمراني في المدينة المنورة.

- أوضحت الصورة المورفولوجية للشوارع التجارية الرئيسية أن نسبة الأراضي الفضاء بلغت نحو ١٢.٧% من إجمالي قطع الأراضي علي طول تلك الشوارع، وأن المباني السكنية - التجارية شكلت حوالي ٥٦.٣% من جملة المباني، علي حين جاءت المباني التجارية بنسبة ٣١.٦% من جملة المباني، ومثلت المباني السكنية نحو ٧.٧% من جملة المباني، والمنشآت الحكومية حوالي ٢.٤% من جملة المباني، والاستخدامات الاخرى حوالي ٣.٣%، لتشكل مباني الفئة التجارية نحو ٨٧.٩% من جملة المباني، في مقابل نحو ١٢.١% لمباني الفئة غير التجارية، وبما يعكس اكتمال الشكل المورفولوجي لتلك الشوارع بصورة كبيرة، علي حين شكلت ارتفاعات المباني ما بين ١ - ٢ طابق نحو ثلثي (٦٦.٨%) إجمالي عدد المباني علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، والتي ارتبطت - إلي حد كبير - بالشوارع التجارية الرئيسية في النطاق الهامشي من المدينة خارج الدائري الثاني، علي حين ظهرت فئات الارتفاع الاخرى في النطاق الانتقالي داخل الدائري الثاني وبصورة واضحة علي طول الشوارع التجارية الرئيسية القريبة من منطقة الأعمال المركزية حول الحرم النبوي الشريف.

- أوضحت الدراسة تباين تأثير العوامل الجغرافية في المحيط المكاني للشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة سواء كانت تلك العوامل طبيعية أو بشرية، وفي المرتبة الأولى جاءت معطيات الموقع النسبي ذو الاتصال الجيد للمدينة المنورة مع مدن المملكة ليساهم في ازدهار تلك الشوارع، كما لعبت معطيات الموضع وامتداد المدينة علي منطقة حوضية منخفضة ومستوية في الوسط ومرتفعة في الأطراف دوراً كبيراً ساعد علي الامتدادات العمرانية الأفقية والشوارع التجارية التي تتخللها دون وجود عوائق تضاريسية تعمل علي تقطع تلك الشوارع أو تؤثر في نشأتها أو امتداداتها.
- ولعبت الطرق كأحد محاور الحركة السكانية التي تتخلل الكتلة السكنية دوراً في نشأة وامتداد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، حيث انطبعت الشوارع التجارية الرئيسية بصورة كبيرة فوق نحو ٨٩% من إجمالي الطرق الشريانية بالمدينة، وبما يعكس ارتباط الشوارع التجارية الرئيسية بالطرق وانجذابها إلي الرتبة الاعلي من الطرق في المدينة المنورة ومدي توافرها لما تتمتع به من سهولة الوصول وتوفر نقاط الدوران للمركبات وإمكانية التوقف والتسوق.
- أما بالنسبة للنمو العمراني فقد امتدت الشوارع التجارية الرئيسية كأذرع تتفق مع متطلبات النمو العمراني، وإن سرعة النمو العمراني خلال الفترات الزمنية المختلفة هيأت الظروف المناسبة لظهور واستمرار الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة خاصة في الآونة الأخيرة وما طرأ عليها من تغير في الظروف الاقتصادية أثرت في إحداث تغيرات عمرانية كبيرة، فالنمو العمراني حتي عام ١٩٩٠م تخلله نحو ٦٣.٩% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة وإجمالي أطوال بلغ نحو ٥١.٥% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، علي حين ساهمت الفترة ما بين عامي ١٩٩٠-٢٠٠٠م بحوالي ٢٢.٢% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة وإجمالي أطوال بلغ نحو ٢٧.٣% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، علي حين ساهمت الفترة ما بين عامي ٢٠٠٠-٢٠١٥م بحوالي ١٣.٩% من إجمالي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة وإجمالي أطوال بلغ نحو ٢١.٢% من إجمالي أطوال تلك الشوارع.
- أما بالنسبة لعامل السكان فيعد من اقوي العوامل التي أثرت علي نشأة وامتداد واستمرار الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، فقد أوضحت الدراسة قوة تأثير العامل السكاني علي

توزيع تلك الشوارع، إذ توجد علاقة طردية ما بين زيادة الحجم السكاني وأطوال وأعداد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، كما توجد علاقة قوية التأثير ما بين الكثافة السكانية وارتفاع عدد المحلات التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية، مع الوضع في الاعتبار ان النمو في أطوال الشوارع التجارية الرئيسية يأتي في فترات لاحقة للنمو العمراني والزيادة السكانية بالمدينة، كما رصدت الدراسة دور وحجم الطلب السكاني من الزائرين للمدينة كجزء كبير من حجم الطلب علي الشوارع التجارية الرئيسية خاصة تلك المحيطة بالحرم النبوي الشريف، وهو حجم ذو أثر كبير يفوق تأثير الحجم السكاني للمدينة بحوالي خمسة أضعاف سكان المدينة.

- أما بالنسبة لتغير استخدامات الأراضي فإنها أدت إلي تولد أنواعاً مختلفة من حركات التفاعل كانت الشوارع التجارية إحداها، حيث اثر التغير في استخدامات الأراضي علي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، والتي تعد شكل من أشكال الاستخدامات التجارية بالمدينة خاصة بمواسم الحج والعمرة والتي يزداد فيها عدد سكان المدينة من الوافدين، والذي ساعد علي هيمنة الاستخدامات السكنية بشتي أنواعها علي استخدامات الأراضي خاصة في النطاق المركزي والنطاق الأوسط وقد لازمتها الاستخدامات التجارية بصورة تابعة، وقد عكست الدراسة النمو المضطرد للاستخدامات السكنية والخدمية ومدي التغير الحادث والتابع للاستخدامات التجارية بأشكالها المختلفة وبخاصة الشوارع التجارية الرئيسية، حيث ارتفعت نسبة مساحة الاستخدام التجاري بالمدينة من ٠.٤% عام ١٩٩٠م إلي نحو ٣.٨% من جملة مساحة المدينة في عام ٢٠١٢م، وذلك كرد فعل للتغير في الاستخدامات السكنية والتي ارتفعت من ١٣.٧% عام ١٩٩٠م إلي نحو ١٧.٣% في عام ٢٠١٢م.

- أما بالنسبة للعامل الديني فقد أثبتت الدراسة عمق الاتصال ما بين الأداء الوظيفي للشوارع التجارية الرئيسية والوظيفة الدينية بالمدينة، وذلك من حيث الموقع والنمو والتوزيع، ومدي تأثير وجود المنطقة المركزية التجارية حول الحرم النبوي الشريف علي الشوارع التجارية الرئيسية المحيطة بها وأثر ذلك في تنامي المحلات التجارية علي طول تلك الشوارع لاستعادة ما هو مفقود داخل المنطقة المركزية وإحداث نوع من التكامل التجاري للمتسوقين والزوار، وذلك في ظل كثافة استخدام الأراضي وارتفاع قيمة

الأرض ونمط الاستخدام داخل المنطقة المركزية، فضلاً عن دور العامل الديني في جذب عدد كبير من الزوار للقدوم للمدينة المنورة لأداء الزيارة.

- عكس تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية وفق أطوالها سماتها المكانية العامة وبما يعكس محيطها الخدمي، حيث بلغت نسبة الشوارع التجارية الرئيسية التي يقل طولها عن ١٥٠٠ متر نحو ١٣.٩% من إجمالي تلك الشوارع وبإجمالي أطوال نحو ٤% من جملة أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، علي حين استأثرت الفئة التي يتراوح طولها ما بين ١٥٠٠-٦٠٠٠ متر علي حوالي ٦٩.٤% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وذلك بإجمالي نحو ٦٢.٧% من إجمالي أطوال تلك الشوارع، في حين شكلت الفئة التي يزيد طولها عن ٦٠٠٠ متر علي نحو ١٦.٧% من إجمالي عدد الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وذلك بإجمالي نحو ٣٣.٣% من إجمالي أطوال تلك الشوارع.

- جاء تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية وفق عدد المنشآت التجارية ليشير إلي وجود علاقة طردية بين عدد المنشآت التجارية وعدد الشوارع داخل الفئات المختلفة، حيث سجلت فئة الشوارع التجارية الرئيسية التي تقل عن ٢٠٠ منشأة تجارية/شارع حوالي ٤٤.٤% من جملة الشوارع التجارية الرئيسية بداخله نحو ٢٤.٨% من إجمالي عدد المنشآت التجارية بالشوارع، علي حين سجلت فئة الشوارع التجارية الرئيسية التي يتراوح بها عدد المنشآت التجارية ما بين ٢٠٠-٤٠٠ منشأة تجارية/شارع حوالي ٤٤.٦% من جملة الشوارع التجارية الرئيسية مستحوذة علي نحو ٥٢.٧% من إجمالي عدد المنشآت التجارية بالشوارع، في حين جاءت فئة الشوارع التجارية الرئيسية التي يزيد بها عدد المنشآت التجارية عن ٤٠٠ منشأة تجارية/شارع بنسبة ١١% من جملة الشوارع التجارية الرئيسية بداخله نحو ٢٢.٥% من إجمالي عدد المنشآت التجارية علي طول الشوارع.

- رصدت الدراسة العلاقة بين أطوال الشوارع التجارية الرئيسية وعدد المنشآت التجارية الواقعة عليها صورة من عدم التساوي في العلاقة التوزيعية، حيث وجد أن نحو ٢٤.٨% من إجمالي عدد المنشآت التجارية تقع علي نحو ٣٧.٨% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة، وإن حوالي نصف (٥٣%) إجمالي عدد المنشآت التجارية تقع علي نحو ثلثي (٦٦.٩%) إجمالي أطوال الشوارع التجارية

الرئيسية، وإن نحو ٧٧.٥% من إجمالي عدد المنشآت التجارية تقع علي نحو ٨٥.٤% من إجمالي أطوال الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة.

- عكست الدراسة أن تصنيف الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة وفق التركيب النوعي للمنشآت التجارية أن فئة الأنشطة التجارية الخاصة بخدمات البيع والشراء للمواد غير الغذائية التي تقدم سلع يحتاج السكان للتردد عليها أحياناً بصفة دورية علي نحو ١٧.١% من إجمالي المنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، علي حين استأثرت ثلاثة أنواع علي نحو ٣٦.٦% من إجمالي المنشآت التجارية وهي الملابس والأقمشة والجلود (١٣%) وقطع غيار السيارات وخدماتها (١٢.٨%) والخدمات التجارية المهنية (١٠.٨%) وهي منشآت تقدم سلع ضرورية للسكان ولكن الطلب عليها لا يتم بصفة دورية بما اضطرها إلي الانتشار والتوزيع المكاني، علي حين جاءت المطاعم والمطابخ (٩.٧%) ومحلات بيع المواد الغذائية (٩.٤%) ومنشآت الخدمات الإدارية والمكتبية (٦.٩%) في المراتب التالية داخل المدينة وبقيم تتراوح ما بين ٥-١٠% من جملة المنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، في حين سجلت أقل الأنواع من حيث الانتشار قيم تقل عن ٥% من جملة المنشآت التجارية متمثلاً ذلك في منشآت بيع مواد البناء وخدماتها (٤.٤%) ومحلات الأثاث المنزلي والتحف والهدايا (٤.٢%) والخدمات العامة والحكومية (٣.٥%) والخدمات الطبية والصيدلانية (٢.٣%) والأنواع الأخرى (١.٦%).

- عرضت الدراسة الاختلاف بين الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة من حيث أنماط المركب النوعي للمنشآت التجارية، وبما يكشف عن الميل نحو التسوق التقليدي الذي يلبي حاجات السكان عند ادني مستوي من الضروريات والبعد عن الكماليات، وبما أفرز نظام تفاعلي تحكمه التوجهات والحاجات والرغبات بين التنوع والتخصص، وقد أبرزت الدراسة الاختلاف والتخصص النوعي للمنشآت التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة من خلال عرض التخصص الوظيفي أو الدليل الوظيفي Specialized Index لتلك الشوارع، وبما عكس التخصص الوظيفي لكل شارع من الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة.

- أظهرت الدراسة من حيث الخصائص الديموجرافية والاقتصادية للمتسوقين بالمدينة المنورة أن غالبية المتسوقين من الذكور (٧١.٦%)، وإن غالبية الذكور من غير

المصاحبين لأسرهم في عملية التسوق من الشوارع التجارية الرئيسية (٨١.٣%)، وان غالبية المتسوقين من السعوديين بما يزيد عن نصف (٥٦.٨%) عدد المتسوقين، وان الأسر كبيرة الحجم والتي تزيد عن ٦ نسمة/أسرة مثلت الغالبية (٤٢.٦%) بين أسر المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية، وان الفئات العمرية التي تقوم بعملية التسوق علي طول تلك الشوارع بالمدينة تميل نحو اتخاذ شكل الناقوس بشكل عام، حيث جاءت الفئة العمرية ما بين ٢٥-٣٥ عاماً في قمة الناقوس بنسبة ٣٦.١% من إجمالي عدد المتسوقين علي طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وقد أظهرت الدراسة أن حوالي ٦٧.٢% من المتسوقين بتلك الشوارع التجارية الرئيسية قد أقتصروا تعليمهم علي ما دون المؤهل الجامعي، وقد تباين متوسط الدخل لأسر المتسوقين داخل العينة، حيث جاءت النسبة الكبرى لفئات الدخل الشهري أقل من ٤٠٠٠ ريال/شهرياً بنسبة ٤٢.١% من جملة المتسوقين داخل العينة، وبما يشير إلي ميل مستويات التعليم والدخل بين المتسوقين نحو الانخفاض، مع الوضع في الاعتبار وجود علاقة طردية بين الدخل الشهري والمؤهل التعليمي للمتسوق، ووجود علاقة طردية بين فئات الدخل ونسبة المتسوقين من السعوديين.

- أثبتت الدراسة من حيث دوافع وعادات الشراء للمتسوقين أن نحو ربع عدد المتسوقين (٢٤.٩%) يتسوقون وفقاً للظروف، وان حوالي ٣٢.٩% يفضلون التسوق يومياً، وحوالي ٣١.٦% يميلون للتسوق أسبوعياً، كما أظهرت الدراسة أن وسيلة النقل بالسيارات الخاصة جاءت في المرتبة الأولى كوسيلة للقدوم إلي الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة حيث جاءت بنسبة ٥٣.٢%، وان غالبية المتسوقين يفضلون التسوق في الفترة المسائية (٧٠.١%) بالمقارنة بالفترة الصباحية (٢٩.٩%)، خاصة في نهاية الأسبوع (٦٨.٦%).

التوصيات :

بناء علي ما سبق من نتائج وفي إطار البعد المستقبلي لل عمران في المدينة المنورة فقد خلصت الدراسة إلي مجموعة من التوصيات التي يمكن ان تساهم في إعادة بناء الدور الوظيفي للشوارع التجارية الرئيسية داخل المدينة المنورة، بما يتناسب مع أهمية تلك الشوارع داخل المركب التجاري للمدينة وعلاقته بالمركب العام لاستخدامات الأراضي داخل المدينة، وبما يتناسب مع الطبيعة الدينية الوظيفية للمدينة، وبما يحقق العائد التخطيطي لوجود تلك الشوارع داخل الكتلة العمرانية للمدينة، وذلك علي النحو التالي :

- تفعيل دور الغرفة التجارية بالمدينة المنورة وربطها بنظم أمانة المدينة لتأتي قرارات المستثمرين لتغطي جوانب النقص والحاجة النوعية للمحلات التجارية علي طول الشوارع التجارية الرئيسية دون عملية التكتيف النوعي وبما يؤدي إلي الركود، أو دون وجود أنشطة تجارية لا تتناسب مع طبيعة النشاط التجاري علي طول تلك الشوارع.
- التخطيط المسبق لظهور وتحديد الشوارع التجارية الرئيسية، وعدم تركها للتلقائية اللاحقة للنمو العمراني والسكاني دون توفير التجهيزات المناسبة من حيث الاتساع والأطوال والخدمات العامة والمرافق.
- حاجة الشوارع التجارية الرئيسية إلي إعادة التنظيم واستغلال المساحات الفضاء في توفير كافة التجهيزات الأساسية وجودة عالية، إضافة إلي التجهيزات الثانوية والكمالية مثل أماكن لعب الأطفال والترفيه والترويح كحاجات أساسية بما يتناسب مع متطلبات العصر.
- توفير المجسمات والمعالم الجمالية التي يغلب عليها الطابع الإسلامي وتوزيعها علي قطاعات الشوارع التجارية الرئيسية، وبما يتناسب مع الطبيعة الدينية للمدينة المنورة، مع ضرورة توفير مقاعد للاستراحة وأماكن للجلوس وتظليلها عن أشعة الشمس المباشرة، مع ضرورة توفير حاويات للنفايات بشكل مناسب، وتوفير اللوحات الإرشادية باللغات المتعددة، والاهتمام بالإضاءة وتنوعها من ناحية الأشكال والألوان والارتفاعات.
- ضرورة توفير العديد من المرافق العامة مثل دورات المياه ومراكز خدمات الإسعاف السريع والساحات الترفيهية المزودة بالألعاب المناسبة للأطفال، ويمكن استغلال الأراضي الفضاء والتي تتخلل الشوارع التجارية الرئيسية في ذلك.

- توفير مواقف للسيارات، واستغلال قطع الأراضي الفضاء الكبيرة في عمل جراجات متعددة الطوابق لخدمة الشوارع التجارية الرئيسية، مع ضرورة الاهتمام بالأرصفة علي جانبي الشوارع، وتوضيح تقاطعات المشاة علي جانبي الشوارع، وتوفير أماكن للجلوس علي تلك الأرصفة، مع ضرورة الاهتمام بعمل مصاعد ومهابط أرضية لأصحاب الحالات الخاصة، والاهتمام بنوعية الأرضيات ومستوياتها علي الأرصفة لتخدم جميع الفئات وخاصة ذوي الاحتياجات الخاصة.

علي المدي البعيد من المعروف أن حركة العمران في المدينة قد امتدت لتملأ مخططات الأحياء في الغرب والشمال، علي انه في المدي القريب سوف تبدأ حركة العمران في ملء الفراغات التي خلفتها الفترات السابقة والتي تتخلل الكتلة المبنية وعلي أطرافها الجنوبية أيضاً علي أطراف الحرة البركانية، ولكن مع حركة المدينة التوازنية سوف تتجه حركة العمران في اتجاه الأحياء التي تم تخطيطها وإعدادها للتعمير في اتجاه الشرق والشمال الشرقي مدفوعة بثلاث عوامل تمثل محاور جذب قوية للعمران، هي مباني مطار الأمير محمد بن عبد العزيز في أقصى الشمال الشرقي، ومحطة قطار الحرمين بين المدينة ومكة المكرمة، وشبكة الطرق الجيدة والمصممة لاستيعاب تلك الحركة العمرانية، وبطبيعة الحال من المتوقع أن تجتذب تلك الحركة العمرانية داخل الأحياء المخططة المستقبلية الشوارع التجارية الرئيسية في مرحلة تالية، وتقتصر الدراسة ضرورة تقليل تلك الشوارع التجارية الرئيسية، ومراعاة الجوانب الاجتماعية والتصميمية والبيئية بالشوارع التجارية الرئيسية الجديدة، مع ضرورة تحديد تلك الشوارع، دون تركها للتلقائية والصدفة، كما يمكن الاعتماد - قدر الإمكان - في تحليل تلك الشوارع التجارية أن التصميمات الداخلية لقطع الأراضي والمباني داخل الأحياء الجديدة ينبغي أن تعتمد علي تخصيص مساحات لمراكز المجاورات السكنية التجارية، مع ضرورة تحديد أماكن للأسواق التجارية المجمععة والأسواق التجارية المتخصصة والمجمعات التجارية الكبرى (المولات) في صورة هيراركية لأنماط التسوق التجاري الحضري، وبما يقلل من ظهور الشوارع التجارية الرئيسية.

ملحق (١) الصورة التوزيعية للتشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة على مستوى البلديات عام ٢٠١٥م.

البلدية	نسبة السكان ^(٥)	نسبة المساحة ^(٥٥)	عدد المحلات على طول الشوارع	%	أطوال الشوارع التجارية (كم)	%	عدد المحلات البلدية ^(٥٥٥)	نسبة محلات الشوارع الشوارع التجارية	%	عدد الأحياء بالبلدية	%
البيداء	٧,١	١٦,٣	١١١٩	١٢,٩	٧٨,٣	٢١,٤	٣٣٤٦	٣٣,٤	٥	١٣,٩	٦
العقيق	١٨,٥	١٢	١٠٢٧	١١,٩	١٩,٥	١٤,٧	٦٣٥٠	١٦,٢	٥	١٣,٩	١٥
العوالي	٢٣,٥	١٧,٨	١٨٠٣	٢٠,٨	٢٠,١	١٥,٢	٥٩٤٥	٣٠,٣	٧	١٩,٤	١٨
العيزن	١٢,٨	١١,٨	٢١٤٧	٢٤,٨	٢٥,١	١٩	٣٣٥٣	٦٤	٧	١٩,٤	١٠
لحد	١٦,٣	٢١,٤	٩٩٨	١١,٥	١٩,٨	١٥	٤٤٥٢	٢٢,٤	٥	١٣,٩	١٢
قباء	٢١,٨	٢٠,٧	١٥٦٧	١٨,١	١٩,٥	١٤,٧	٤٥٨٣	٣٤,٢	٧	١٩,٤	٢٥
الإجمالي	١٠٠	١٠٠	٨٦٦١	١٠٠	١٣٢,٢	١٠٠	٢٨٠٢٩	٣٠,٩	٣٧	١٠٠	٨٦

(*) تمثل إسقاطات السكان في عام ١٤٣١هـ/٢٠١٠م وذلك بناء على تعداد ١٤٢٥هـ، وذلك لأن التعداد لا يصدر بياناته في المناطق على مستوى الأحياء أو البلديات، بل الإصدار على مستوى المدينة، والإجمالي لا يشمل عدد السكان في بلدية الحرم (خارج منطقة الدراسة) والتي تحتوي على ٨٢٢٢ نسمة.

(**) لا تشتمل على مساحة أحياء بلدية الحرم والبالغ عددها ٧ أحياء بمساحة إجمالية ٢,٩٥ كم^٢.

(**) لا يشتمل على عدد المحلات في بلدية الحرم والبالغ عددها ٢٩٢٠ محلاً مقابلت نحو ٩,٤% من إجمالي عدد المحلات بالمدينة المنورة والتي بلغ عددها في عام ٢٠١٥م نحو ٣٠٩٤٩ منشأة تجارية.

المصدر: من عمل الباحث بالاعتماد على: - أمانة منطقة المدينة المنورة (١٤٣٥هـ/٢٠١٥م) - الغرفة التجارية الصناعية بالمدينة المنورة، ٢٠١٥م، بيانات غير منشورة.

- الدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠١٥م.

ملحق (٢) التوزيع العددي والنسبي لأنواع المنشآت التجارية على طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة عام ٢٠١٥م.

الشارع		الملك عبد العزيز		المدينة الوطني - الملك عبد العزيز		الحزام - الملك عبد العزيز - المطار		قربان الطالع		قربان النازل		قضاء النازل		النوع	
المواد الغذائية	١٩	٧,٦	٨٧	٢١,٣	٥	١,٩	٢١	٩,١	١٨	٨,٥	١٨	٥	١,٥		
خدمات تجارية (بيع - شراء)	٤٩	١٩,٧	٨٣	٢٠,٣	١٧٧	٦٦,٥	٣٣	١٤,٢	٥٢	٢٤,٤	٥٢	٥١	١٥,٥		
خدمات تجارية مهنية	٢١	٨,٤	٨١	١٩,٨	١٨	٦,٨	٤٨	٢٠,٧	٢٦	١٢,٢	٢٦	١٨	٥,٥		
قطع غيار السيارات وخدماتها	٣٢	١٢,٩	١٢	٢,٩	٦	٢,٣	٤	١,٧	١	٠,٥	١	٦	١,٨		
مواد البناء وخدماتها	١٦	٦,٤	١٠	٢,٤	٢	٠,٨	١	٠,٤	٤	١,٩	٤	٠	٠,٠		
الأثاث المنزلي والتحف والهدايا	١	٠,٤	٦	١,٥	٢	٠,٨	١	٠,٤	٣٥	١٦,٤	٣٥	٥	١,٥		
الملابس والأقمشة والجلود	١٦	٦,٤	١٧	٤,٢	٤	١,٥	٨	٣,٤	٢٠	٩,٤	٢٠	٢١١	٦٣,٩		
خدمات إدارية ومكتبية	٤٨	١٩,٣	٢٩	٧,١	٢٦	٩,٨	٢٣	٩,٩	٢١	٩,٩	٢١	١	٠,٣		
خدمات طبية وصيدلانية	١٣	٥,٢	١٠	٢,٤	٣	١,١	٢	٠,٩	٤	١,٩	٤	١	٠,٣		
المطاعم والمطابخ	٢٠	٨	٤٦	١١,٢	١٠	٣,٨	٦٩	٢٩,٧	٤	١,٩	٤	١١	٣,٣		
خدمات عامة وحكومية	٦	٢,٤	١٢	٢,٩	٧	٢,٦	٦	٢,٦	٢٧	١٢,٧	٢٧	٤	١,٢		
أخرى	٥	٢	٦	١,٥	٣	١,١	١	٠,٤	١	٠,٥	١	١	٠,٣		
مغلق	٣	١,٢	١٠	٢,٤	٣	١,١	١٥	٦,٥	٠	٠,٠	٠	١٦	٤,٨		
الإجمالي	٢٤٩	%١٠٠	٤٠٩	%١٠٠	٢٦٦	%١٠٠	٢٣٢	%١٠٠	٢١٣	%١٠٠	٢١٣	٣٣٠	%١٠٠		

تابع ملحق (٢)

الإمام مسلم		السبع مساجد – دوار الفيلتين		السبع مساجد – سوق المدينة العولبي		البحر حي البحر		أبي نر التفاري		الطالع قياء		الشارع	النوع
١٦,٨	٤٤	١,٢	٢	١٢,٢	١١	١٠	١٢	٨	٢٤	٤,٦	١٤		المواد الغذائية
١٢,٢	٣٢	٧٤,٧	١٢٧	٣٢,٢	٢٩	١٦,٧	٢٠	٢٢,١	٦٦	٢٢	٦٧		خدمات تجارية (بيع – شراء)
٩,٥	٢٥	٨,٢	١٤	١٨,٩	١٧	٢٥,٨	٣١	٣,٧	١١	٨,٦	٢٦		خدمات تجارية مهنية
١٥,٣	٤٠	٣,٥	٦	٢,٢	٢	٠,٠	٠	٣	٩	٣	٩		قطع غير السيارات وخدماتها
٨,٤	٢٢	٠,٠	٠	٢,٢	٢	١,٧	٢	٠,٠	٠	٠,٠	٠		مواد البناء وخدماتها
٥	١٣	١,٢	٢	٢,٢	٢	٠,٨	١	٣,٧	١١	٢,٦	٨		الأثاث المنزلي والتحف والهدايا
٩,٥	٢٥	١,٢	٢	٤,٤	٤	٤,٢	٥	١٧,٤	٥٢	٤٤,٤	١٣٥		الملابس والأقمشة والجلود
٤,٦	١٢	٢,٤	٤	١١,١	١٠	١,٧	٢	٣,٣	١٠	١	٣		خدمات إدارية ومكتبية
٤,٦	١٢	٠,٦	١	٨,٩	٨	٢,٥	٣	٠,٧	٢	٠,٣	١		خدمات طبية وصيدلانية
٩,٥	٢٥	١,٢	٢	٢,٢	٢	٢٠,٨	٢٥	٥	١٥	٣,٩	١٢		المطاعم والمطابخ
٢,٣	٦	١,٨	٣	١,١	١	١,٧	٢	٠,٣	١	٠,٣	١		خدمات عامة وحكومية
١,٥	٤	٠,٠	٠	٠,٠	٠	٠,٨	١	٨	٢٤	٠,٧	٢		أخرى
٠,٨	٢	٤,١	٧	٢,٢	٢	١٣,٣	١٦	١,٣	٤	٨,٦	٢٦		مفتق
%١٠٠	٢٦٢	%١٠٠	١٧٠	%١٠٠	٩٠	%١٠٠	١٢٠	%١٠٠	٢٩٩	%١٠٠	٣٠٤		الإجمالي

تابع ملحق (٢)

شارع ساري		شارع المطار الدائري الثاني - مستشفى المواساة		شارع المطار الحرم الثاني		شارع المطار		الأربعين		الإمام البخاري		الشارع	
النوع													
١٥,٢	٢٣	٦,٦	٩	٦,٤	٢٩	٢٩,٢	٢١	١٠,٤	٢٦	٩,٧	٣٧	المواد الغذائية	
٩,٩	١٥	٣,٦	٥	٨,٢	٣٧	٤,٢	٣	٣١,١	٧٨	١٩,٧	٧٥	خدمات تجارية (بيع - شراء)	
٥,٣	٨	٢,٢	٣	٢,٩	١٣	٩,٧	٧	١٦,٧	٤٢	٤,٥	١٧	خدمات تجارية مهنية	
١٢,٦	١٩	١٨,٢	٢٥	٤٣,٣	١٩٦	٩,٧	٧	٥,٤	١	٧,٦	٢٩	قطع غيار السيارات وخدماتها	
٢	٣	١,٥	٢	٥,٤	٢	٤,٢	٣	٤,٤	١١	١٥	٥٧	مواد البناء وخدماتها	
٥,٧	١	٣,٦	٥	٥,٢	١	٥,٠	٠	٥,٤	١	١٠	٣٨	الأثاث المنزلي والتحف والهدايا	
١٧,٢	٢٦	٤٨,٢	٦٦	١٥,٥	٧٠	٩,٧	٧	٩,٢	٢٣	١٢,٩	٤٩	الملابس والأقمشة والجلود	
٥,٣	٨	٥,٧	١	٦,٦	٣٠	٨,٣	٦	٤,٨	١٢	٥,٥	٢١	خدمات إدارية ومكتبية	
٤	٦	٢,٢	٣	٣,٥	١٦	٢,٨	٢	٢,٤	٦	٢,٤	٩	خدمات طبية وصيدلانية	
٩,٣	١٤	٢,٩	٤	٧,٣	٣٣	١١,١	٨	١٠,٨	٢٧	٩,٤	٣٦	المطاعم والمطابخ	
٤,٦	٧	٥,٨	٨	٣,٨	١٧	٨,٣	٦	٢	٥	٢,٤	٩	خدمات عامة وحكومية	
١٣,٩	٢١	٥,٠	٠	١,٨	٨	٥,٠	٠	٥,٠	٠	١	٤	أخرى	
٥,٠	٠	٤,٤	٦	٥,٢	١	٢,٨	٢	٧,٦	١٩	٥,٠	٠	مغلق	
%١٠٠	١٥١	%١٠٠	١٣٧	%١٠٠	٤٥٣	%١٠٠	٧٢	%١٠٠	٢٥١	%١٠٠	٣٨١	الإجمالي	

تابع ملحق (٢)

النوع	الشارع		الملك عبد العزيز		مستشفى أحد - مستشفى السعودي الألماني		السبع		نوار عروة - الإمارة		الأمير سلطان - الهجرة - المشي		دوار عروة - ايلار	
	النوع		النوع		النوع		النوع		النوع		النوع		النوع	
المواد الغذائية	٣٩	١٩,٨	٢٩	١٤,٣	٤٥	١٣,٥	١٤	١٣,١	١٩	٧,٨	١٥	٨,٩	١٥	٨,٩
	٢٤	١٢,٢	٣٨	١٨,٧	٣١	٩,٣	٢	١,٩	٢١	٨,٦	٦	٦,٦	٦	٦,٦
	٢٥	١٢,٧	٩	٤,٤	٥١	١٥,٣	١١	١٠,٣	١٦	٦,٥	٢٧	١٦	٢٧	١٦
خدمات تجارية مهنية	٧	٣,٦	٤١	٢٠,٢	٣	٠,٩	٢٥	٢٣,٤	١٧	٦,٩	٨٣	٤٩,١	٨٣	٤٩,١
	٨	٤,١	١	٠,٥	٦١	١٨,٣	١	٠,٩	١٥	٦,١	١	٠,٦	١	٠,٦
مواد البناء وخدماتها	٢	١	٤	٢	٤٥	١٣,٥	٠	٠,٠	٧	٢,٩	٠	٠,٠	٠	٠,٠
	١٢	٦,١	١٩	٩,٤	٣٨	١١,٤	٠	٠,٠	٣	١,٢	٠	٠,٠	٠	٠,٠
الأكفائش المنزلي والتحف والهدايا	٣٤	١٧,٣	٤	٢	١٩	٥,٧	١	٠,٩	٣١	١٢,٧	٨	٤,٧	٨	٤,٧
	٣	١,٥	٨	٣,٩	٢	٠,٦	٣	٢,٨	٥	٢	١	٠,٦	١	٠,٦
خدمات طبية وصيدلانية	٣٩	١٩,٨	٢٠	٩,٩	٣٣	٩,٩	٣١	٢٩	٣٥	١٤,٣	١٥	٨,٩	١٥	٨,٩
	٤	٢	١٨	٨,٩	٢	٠,٦	١٠	٩,٣	١٣	٥,٣	٧	٤,١	٧	٤,١
خدمات عامة وحكومية	٠	٠,٠	١	٠,٥	٠	٠,٠	٠	٠,٠	٣	١,٢	٠	٠,٠	٠	٠,٠
	٠	٠,٠	١١	٥,٤	٣	٠,٩	٩	٨,٤	٦٠	٢٤,٥	٦	٣,٦	٦	٣,٦
مغلق	١٩٧	%١٠٠	٢٠٣	%١٠٠	٣٣٣	%١٠٠	١٠٧	%١٠٠	٢٤٥	%١٠٠	١٦٩	%١٠٠	١٦٩	%١٠٠
	الإجمالي													

تابع ملحق (٢)

سيد الشهداء	الأمير عبد المجيد العوالي النازل – القمة		العوالي النازل		الجرف		عثمان بن عفان - الدائري الثاني	عثمان بن عفان الدائري الثاني	عثمان بن عفان	الشارع	النوع	
	١٣,١	١٧,٩	٢٢	٧,٤	٢٢	١٤,٦	٥٢	١٥,٩	٢٢	٢		١٠
١٢,١	١٣	٨,٩	١١	١١,٤	٣٤	١٥,٤	٥٥	٢٩	٤٠	١,٢	٦	خدمات تجارية (بيع – شراء)
١٤	١٥	٤,٩	٦	٥,٧	١٧	١٥,٧	٥٦	٦,٥	٩	٣٢,١	١٥٩	خدمات تجارية مهنية
٢,٨	٣	٩,٨	١٢	١٤,٨	٤٤	١٦,٢	٥٨	١٠,٩	١٥	٤١,٣	٢٠٥	قطع غيار السيارات وخدماتها
٣,٧	٤	٠,٠	٠	١,٧	٥	٢,٨	١٠	٩,٤	١٣	٩,٩	٤٩	مواد البناء وخدماتها
٠,٠	٠	١٥,٤	١٩	٠,٧	٢	٣,٦	١٣	٢,٢	٣	٥,٢	٢٦	الأثاث المنزلي والتحف والهدايا
٠,٩	١	٤,٩	٦	١١,١	٣٣	٤,٥	١٦	١,٤	٢	٠,٠	٠	الملابس والأقمشة والجلود
٢١,٥	٢٣	٥,٧	٧	٩,٤	٢٨	٣,٦	١٣	٥,٨	٨	٣,٤	١٧	خدمات إدارية ومكتبية
٣,٧	٤	٤,١	٥	١,٧	٥	١,٤	٥	٢,٩	٤	٠,٠	٠	خدمات طبية وصيدلانية
٢٢,٤	٢٤	١٩,٥	٢٤	١٣,٨	٤١	١٠,٩	٣٩	٥,١	٧	١,٦	٨	المطاعم والمطابخ
٣,٧	٤	٥,٧	٧	٢,٧	٨	٣,٦	١٣	٢,٩	٤	١,٢	٦	خدمات عامة وحكومية
٠,٠	٠	٠,٠	٠	٦,٤	١٩	٠,٣	١	٤,٣	٦	٠,٤	٢	أخرى
١,٩	٢	٣,٣	٤	١٣,١	٣٩	٧,٣	٢٦	٣,٦	٥	١,٦	٨	مغلق
%١٠٠	١٠,٧	%١٠٠	١٢٣	%١٠٠	٢٩٧	%١٠٠	٣٥٧	%١٠٠	١٣٨	%١٠٠	٤٩٦	الإجمالي

تابع ملحق (٢)

النوع	المعارض	المسقى - أول شارع السلام	دوار القبتين - مستشفى الملك فهد	الدائري الثاني - الملك عبد العزيز - شارع المطار	الدائري الثاني - شارع العيون - دوار عروة	أبو بكر الصديق - ساطانية -
المواد الغذائية	٣	٣,٥	٨	٩	١٦	٨,٩
خدمات تجارية (تبيع - شراء)	٢	٢,٤	٢٠	٢٢,٥	١٤	٧,٨
خدمات تجارية معينة	٥	٥,٩	٣	٣,٤	١٧	٩,٥
قطع عجل السيارات وخدماتها	٨٣	٩٧,٦	٦	٦,٧	٣٢	١٧,٩
مواد البناء وخدماتها	٠	٠,٠	٣٥	٣٩,٣	٤	٢,٢
الأثاث المنزلي والتحف والهدايا	٠	٠,٠	٠	٠,٠	٣٨	٢١,٢
الملابس والأقمشة والجلود	١	١,٢	٠	٠,٠	٤	٢,٢
خدمات إدارية ومكتبية	١	١,٢	٦	٦,٧	١٧	٩,٥
خدمات طبية وصيدلانية	٠	٠,٠	٠	٠,٠	٧	٣,٩
المطاعم والمطابخ	٥	٥,٩	٧	٧,٩	٩	٥
خدمات عامة وحكومية	٥	٥,٩	٦	٦,٧	١٢	٦,٧
أخرى	٠	٠,٠	٠	٠,٠	٢	١,١
مغلق	١٠	١١,٨	٤	٤,٥	٧	٣,٩
الإجمالي	٨٥	١٠٠	٨٩	١٠٠	١٧٩	١٠٠

المصدر: من واقع الحصر الميداني والدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠١٥.

تابع ملحق (٣)

مغلق	أخرى	خدمات عامة وحكومية	المطاعم والمطابخ	خدمات طبية وصيدلانية	خدمات إدارية ومكتبية	الملابس والأقمشة والجلود	الأثاث المنزلي والتحف والهدايا	مواد البناء وخدماتها	قطع غيار السيارات وخدماتها	خدمات تجارية مهنية	خدمات تجارية (بيع - شراء)	المواد الغذائية	البيان
٠,٠	٠,٠	٥,٠	٠,٠	٠,٢	٠,١	٠,٠	٠,٠	٠,١	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٣	عزبة المطار
٠,٠	٩,٢	٣,٩	٠,٧	١٥,٠	١,٦	١,٣	٠,٠	٠,٠	١٢,٥	٠,١	٠,٢	٠,٦	شارع المطار الحرم - الدائري الثاني
٠,٢	٠	٠,٩	٠,٠	٠,٤	٠,٠	٠,٢	١,١	٠,٠	٠,٢	٠,٠	٠,٠	٠,١	شارع المطار الدائري الثاني - مستشفى المراسلة
٠,٠	٣,٥	٠,٧	٠,١	١,٨	٠,١	٠,٢	٠,٠	٠,١	٠,١	٠,٠	٠,٠	٠,٤	شارع ساري
٠,٠	٠,٠	٠,٢	٠,٩	٠,٤	٢	٠,٠	٠,٠	٠,٥	٠,٠	٠,٣	٠,١	١	المخارات - شارع الملك عبد العزيز
٠,٨	٠,١	٤,٣	٠,٢	٣,١	٠,٠	٠,١	٠,١	٠,٠	٠,٥	٠,٠	٠,٢	٠,٦	مستشفى أحد - السعودي الألماني
٠,١	٠,٠	٠,١	٠,٧	٠,٢	٠,٦	٠,٤	١٥,٣	٢٦,٥	٠,٠	١,٣	٠,١	١,٣	السحيح
٠,٥	٠,٠	١,٣	٠,٦	٠,٤	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٢	٠,١	٠,٠	٠,١	دوار عروة - الإمارة
٣,٤	١,٣	٢,٣	٠,٨	١,٢	١,٧	٠,٠	٠,٤	١,٦	٠,١	٠,١	٠,١	٠,٢	الأمير سلطان - الهجرة - المشي
٠,٢	٠,٠	٠,٧	٠,١	٠,٠	٠,١	٠,٠	٠,٠	٠,٠	١,٩	٠,٤	٠,٠	٠,١	دوار عروة - بيل علي (المقات)
٠,٤	٠,٦	٠,٥	٠,٠	٠,٠	٥,٠	٠,٠	٥,١	١٧,٤	١١,٥	١,٣	٠,٠	٠,١	عثمان بن عفان
٠,٢	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	العيون - الدائري الثاني - الحراج
٠,٢	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	عثمان بن عفان
٠,٢	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	العيون - الدائري الثاني - الحرم - الدائري الثاني

ملحق (٤) استمارة استبيان للمتسوقين في الشوارع التجارية الرئيسية
في المدينة المنورة عام ٢٠١٥ م
(هذه الاستمارة لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط)

يرجاء وضع علامة (√) في كل فقرة من اختياراتكم

- اسم الشارع

- ١- النوع ☐ ذكر ☐ أنثي
- ٢- الجنسية ☐ سعودي ☐ غير سعودي
- ٣- القدوم إلى الشارع ☐ فردي ☐ عائلي
- ٤- عدد أفراد الأسرة ☐ أقل من (٣) أفراد
☐ من (٣) إلى (٥) أفراد
☐ من (٦) إلى (٨) أفراد
☐ أكثر من (٨) أفراد
- ٥- العمر ☐ أقل من ١٥ عام ☐ من ١٥ : ٢٥ عام
☐ من ٢٥ : ٣٥ عام ☐ من ٣٥ : ٤٥ عام
☐ من ٤٥ : ٥٥ عام ☐ من ٥٥ : ٦٥ عام
☐ أكثر من ٦٥ عام
- ٦- المستوى التعليمي ☐ أكثر من جامعي ☐ جامعي
☐ ثانوي ☐ متوسط
☐ ابتدائي ☐ غير متعلم
- ٧- الدخل الشهري ☐ أكثر من ١٠ آلاف ريال ☐ من ٨ : ١٠ آلاف ريال
☐ من ٦ : ٨ آلاف ريال ☐ من ٤ : ٦ آلاف ريال
☐ أقل من ٤ آلاف ريال
- ٨- تتسوق من هذا الشارع ☐ يومياً ☐ أسبوعياً
☐ شهرياً ☐ حسب الظروف
- ٩- وسيلة القدوم إلى الشارع ☐ سيارة خاصة بالأسرة
☐ سيراً على الأقدام
☐ سائق بسيارته
☐ سيارات الأجرة

١٠- اسم الحي الذي تسكن فيه

١١- الزمن الذي تستغرقه للوصول للشارع ☐ اقل من ٥ دقائق

☐ من ٥ : ١٠ دقائق

☐ من ١٠ : ٢٠ دقيقة

☐ من ٢٠ : ٤٠ دقيقة

☐ أكثر من ٤٠ دقيقة

١٢- الأيام المفضلة للتسوق ☐ نهاية الأسبوع ☐ وسط الأسبوع

☐ بداية الأسبوع ☐ يومياً

١٣- عدد مرات التسوق من الشارع ☐ مرة كل شهر ☐ مرة كل أسبوع

☐ مرتين كل شهر ☐ مرة كل يوم

☐ حسب الظروف

١٤- أسباب اختيارك لهذا الشارع التجاري (يمكن اختيار أكثر من عامل)

☐

توافر السلع

☐

انخفاض الأسعار

☐

قربه من السكن

☐

وقوعه علي طريق العمل والعودة

أخري تذكر (.....)

١٥- ما هي أهم المشكلات التي تواجهك في الشارع

☐

عدم وجود أماكن كافية لانتظار السيارات

☐

الازدحام المروري علي طول الشوارع

☐

اختلاف الأسعار لنفس السلعة

☐

عدم وجود الأنشطة المتشابهة متقاربة

☐

عدم وجود أرصفة كافية للمشاة

☐

عدم وجود دورات للمياه

☐

عدم تسهيل حركة أصحاب الحالات الخاصة بالشارع

☐

عدم وجود أماكن للجلوس والراحة

☐

لا توجد مشكلة

أخري تذكر (.....)

الباحث

المراجع والمصادر

أولاً - المراجع والمصادر باللغة العربية :

١. إبراهيم، وفيق محمد جمال الدين (١٩٩٦م)، بعض مظاهر جغرافية تجارة التجزئة بمدينة بنها، مجلة كلية الآداب، جامعة حلوان، العدد الأول، القاهرة
٢. إسماعيل، احمد علي (١٩٧٥م)، مدينة جدة - جوانب من جغرافيتها الخارجية والداخلية، مجلة البحوث والدراسات العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، العدد ٦، يونيه، القاهرة.
٣. أمانة المدينة المنورة (١٩٧٣م)، المخطط الرئيسي للمدينة المنورة لروبرت ماثيو، التقرير الفني للمخطط الإرشادي، وكالة شئون البلديات، إدارة تخطيط المدن والمناطق.
٤. أمانة منطقة المدينة المنورة (١٤٣٥هـ/٢٠١٥م)، مؤشرات التنمية المحلية للسنة المالية ١٤٣٤/١٤٣٥هـ، قسم التخطيط والبرامج، رخص الأنشطة التجارية، بيانات غير منشورة.
٥. جابر، محمد مدحت (٢٠٠٣م)، العمران الريفي والحضري، الطبعة الأولى، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة.
٦. الجار الله، احمد الجار الله (٢٠٠٠م)، جغرافية الحضر - مدخل إلي المفاهيم وطرق التحليل، الطبعة الأولى، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض.
٧. الحبسي، فاطمة عويض (٢٠٠٤م)، العوامل الجغرافية المؤثرة في توزيع شبكة الطرق البرية بمنطقة مكة المكرمة، الندوة الثامنة لأقسام الجغرافيا بجامعة المملكة العربية السعودية، ١١-١٣ محرم ١٤٢٥هـ، جامعة ام القري، مكة المكرمة.
٨. الحبيشي، سناء صالح عبده (١٩٩٣م)، آثار الحج علي الاستخدامات التجارية بمدينة مكة المكرمة، رسالة ماجستير مقدمة الي كلية العلوم الاجتماعية، قسم الجغرافيا، جامعة أم القري، مكة المكرمة
٩. حسين، عبد الرازق عباس (١٩٧٧م)، جغرافية المدن، مطبعة أسعد، بغداد، العراق.
١٠. الحيايني، بلال بردان علي و الدليمي، زياد فريج مطر (٢٠٠٨م)، تطور الوظيفة التجارية في مدينة الرمادي، الأنبار، العراق <http://www.arabgeographers.net/vb/threads/arab6587>
١١. خطاب، فتحي محمد مصيلحي (١٩٩٠م)، الجغرافيا البشرية بين نظرية المعرفة وعلم المنهج الجغرافي، توزيع الأهرام، مطبعة الطوبجى، القاهرة.

١٢. الدليمي، خلف حسين علي (٢٠١١م)، **الاتجاهات الحديثة في البحث العلمي الجغرافي**، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
١٣. الرويثي، محمد احمد، خوجلي، مصطفى محمد (١٩٩٩م)، **المدينة المنورة - البيئة والإنسان**، دار الواحة العربية، الطبعة الأولى، المدينة المنورة.
١٤. السامرائي، خليل إبراهيم، الوصل، ثامر حامد محمد (١٩٨٤م)، **المظاهر الحضرية للمدينة المنورة في عصر النبوة (١-١١١هـ/٦٢٢-٦٣٢م)**، منشورات مكتبة بسام الوصل، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان.
١٥. السرياني، محمد محمود (١٩٩٨م)، **السكن الحضري**، جزء مقدم في كتاب، المدينة المنورة - البيئة والإنسان - الرويثي، محمد احمد، خوجلي، مصطفى محمد ، دار الواحة العربية، الطبعة الأولى، المدينة المنورة.
١٦. سليمان، احمد علي (٢٠٠٠م)، **سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق مع التركيز علي السوق السعودي**، مركز البحوث بمعهد الإدارة العامة للطباعة والنشر، الرياض.
١٧. السمهودي، نور الدين علي بن احمد - المتوفي عام ٩١١هـ - (١٩٨١م)، **وفاء الوفاء بأخبار دار المصطفى**، تحقيق محمد مجد الدين عبد الحميد، مطبعة إحياء التراث العربي، الطبعة الثالثة، بيروت، لبنان
١٨. الشامي، عفاف سمرة (١٩٩٣م)، **تجارة التجزئة بحي شمال القاهرة**، رسالة ماجستير مقدمة إلي قسم الجغرافيا، كلية البنات، جامعة عين شمس، القاهرة.
١٩. الشريعي، أحمد البدوي محمد (٢٠٠١م)، **الدراسة الميدانية أسس وتطبيقات في الجغرافيا البشرية**، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة.
٢٠. الشريف، عبد الرحمن صادق (١٩٩٩م)، **التضاريس**، جزء مقدم في كتاب، المدينة المنورة - البيئة والإنسان - تحرير، الرويثي، محمد احمد، خوجلي، مصطفى محمد، دار الواحة العربية، الطبعة الأولى، المدينة المنورة.
٢١. عبد العظيم، دعاء عبد الحميد سلامة (٢٠١٣م)، **التوزيع الجغرافي للمنشآت التجارية بمنطقة شرق القاهرة**، مجلة بحوث الشرق الأوسط، العدد الخامس والثلاثون، الجزء الثاني، القاهرة.
٢٢. عبد المعطي، شاهين عبد المعطي (٢٠٠٢م)، **التحليل الجغرافي لخصائص الاستخدام التجاري في المدينة المنورة**، مجلة العقيق، مجلد ١٩، عدد ٣٧، شوال ١٤٢٢هـ، المدينة المنورة.

٢٣. الغرفة التجارية الصناعية بالمدينة المنورة (٢٠١٥م)، بيانات غير منشورة.
٢٤. كعكي، عبد العزيز عبد الرحمن إبراهيم (١٩٩٨م)، معالم المدينة المنورة بين العمارة والتاريخ، الجزء الثاني، معالم التطور العمراني والتقدم الحضري للمدينة المنورة، الشركة السعودية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، جدة.
٢٥. لوحة المدينة المنورة رقم ٣٧/١٥ GN، ولوحة السويرقية رقم ٣٧/٣ NF.
٢٦. محمد، نصر الدين بدوي (١٩٩٣م)، جغرافية التسوق: رؤية جغرافية جديدة، كلية العلوم الاجتماعية، قسم الجغرافيا، جامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٢٧. مصطفى، صالح لمعي (١٩٨١م)، النمو العمراني وخصائصه في المدينة المنورة، بحث مقدم إلي ندوة المدينة العربية - خصائصها وتراثها الحضاري الإسلامي -، والتي عقدت بالمدينة المنورة ٢٨ فبراير/ ٥ مارس ١٩٨١م، المعهد العربي لإنماء المدن بالتعاون مع منظمة المدن العربية، الرياض.
٢٨. مصيلحي، فتحي محمد (٢٠١٦م)، جغرافية المدن، الإطار النظري وتطبيقات عربية، الطبعة الأولى، دار الماجد للنشر والتوزيع، القاهرة.
٢٩. مصيلحي، فتحي محمد (٢٠٠١م)، جغرافية الخدمات، الإطار النظري وتجارب عربية، مطابع جامعة المنوفية، شبين الكوم.
٣٠. مصيلحي، فتحي محمد (١٩٩٠م)، الجغرافيا البشرية، بين نظرية المعرفة وعلم المنهج الجغرافي، مطابع الطوبجى التجارية، القاهرة.
٣١. مكي، محمد شوقي إبراهيم (١٤٠٦هـ/ ١٩٨٦م)، الأسواق المركزية في مدينة الرياض دراسة جغرافية في التوزيع والسلوك، بحوث جغرافية، قسم الجغرافيا، جامعة الكويت والجمعية الجغرافية الكويتية، العدد ٩٤، الكويت.
٣٢. مكي، محمد شوقي إبراهيم (١٩٨٥م)، سكان المدينة المنورة، الطبعة الأولى، دار العلوم للطباعة والنشر، الرياض.
٣٣. مليباري، أشواق حمزة محي الدين (١٤٣٠هـ/ ٢٠٠٩م)، الأسواق في مدينة مكة المكرمة - دراسة في النشأة والتطور والتوزيع، رسالة ماجستير مقدمة إلي قسم الجغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٣٤. المملكة العربية السعودية، تقديرات مصلحة الإحصاءات العامة والمعلومات، تقديرات عام ٢٠١٥م، بيانات غير منشورة.

٣٥. النحاس، احمد مصطفى (١٩٩٨م)، الاستخدامات التجارية بمدينة خميس مشيط بالملكة العربية السعودية، دراسة جغرافية في استخدام الأرض الحضري، مجلة رسائل جغرافية، أكتوبر، العدد ٢٢١، الجمعية الجغرافية الكويتية، الكويت.
٣٦. الهيتي، صبري فارس (٢٠٠١م)، **جغرافية المدن**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
٣٧. وزارة الشؤون البلدية والقروية (١٤١١هـ)، **نتائج مسح استخدامات الأراضي بالمدينة المنورة**، تقرير النطاق العمراني للمدينة المنورة، أمانة المدينة المنورة.
٣٨. وزارة الشؤون البلدية والقروية (١٤٣٣هـ)، **وصف تثبيت النطاق العمراني للمدينة المنورة**، تقرير النطاق العمراني للمدينة المنورة المعتمد من مجلس الوزراء برقم ١٥٧ بتاريخ ١٤٢٨/٥/١١هـ، أمانة المدينة المنورة.
٣٩. وزارة الشؤون البلدية والقروية، أمانة المدينة المنورة (١٤٢٥هـ) **إسقاطات السكان لعام ١٤٣١هـ بناء علي تعداد ١٤٢٥هـ/٢٠٠٥م**، إدارة التنمية الإقليمية، بيانات غير منشورة.

ثانياً - المراجع باللغة غير العربية :

1. Alam, S.M. (1963): Commercial Structure of the Cities of Hyderabad and Secunderabad, Journal of the Osmania University, Arts, Commerce, Law and Education, Vol. 1, pp. 1-10.
2. Brian, J.L. Berry (1958): Shopping Centers and the Geography of Urban Area- A theoretical Empirical Study of the Spatial Structure of Interurban Retail and Service Business, Ph.D., University of Washington, USA.
3. Brian, J.L. Berry (1963): Commercial structure and commercial blight,: Retail patterns and processes in the city of Chicago, University of Chicago, Department of Geography, Research paper, No. 85, Chicago University Press, USA.
4. Carol, H. (1960): The Hierarchy of Central Functions Within the City, Annals of the Association of American Geographers (A.A.A.G), Vol. 50, Issue IIII, Dec, pp. 419-438.
5. Christoph, T. (2010): Shopping Streets Versus Shopping Malls – Determinants of Agglomeration Format Attractiveness From the Consumers' Point of View, The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, Vol. 18, No. 4, September, pp. 381-403.

6. Getis, A. (1964): Temporal Land-Use Patterns Analysis With Use of Nearest Neighbor and Quadrate Methods, , Annals of the Association of American Geographers (A.A.A.G), Vol. 54, Issue III, Sep., pp. 391-399.
7. King Abdul-Aziz City for Science and Technology, Space research institute Saudi center for remote sensing (KACST).
8. Mark Cohen (1983): San Francisco's Neighborhood Commercial Special Use District Ordinance: An Innovative Approach to Commercial Gentrification, Golden Gate University Law Review, Vol. 13, Issue. II, Art. 2, pp. 367-397.
9. Mayer, H. and Kohn, C.F. (1975): Readings in Urban Geography, (eds.) Chicago Univ., Press, Chicago, U.S.A.
10. Northam, R.M. (1979): Urban Geography, John Wiley & Sons, New York.
11. Proudfoot, Malcolm J. (1937): City Retail Structure, Economic Geography, Vol. 13, No. 4, Oct., Clark University, UK.
12. Webb, John, W. (1959): Basic Concepts in the Analysis of Small Urban Centers in Minnesota, Annals of the Association of American Geographers (A.A.A.G), Vol. 49, Issue I, March, pp. 55-72.
13. White, L. and Ellis, J. (1971): A System Construct of Evaluation Retail Market Location, Journal of Marketing Research, Vol. 8.

The Main Commercial Streets in Al-Madinah Al-Munawarah

ABSTRACT

The main commercial streets represent one of the most important city's urban phenomena, and one of the distinguished patterns of city's internal commercial structure. This structure reflects the land use within cities. It also represents one of the most important factors affecting the urban life and population in the city, and stands as one of the most important planning elements associated with the population of the city. It is also considered as an important input in the commercial structure of the city on which planners depend on it for urban planning. Owing to the religious nature of the city of Al- Madinah which led to the special nature of the central business district of the city, the population depend for their shopping on those main commercial streets. Subsequently, all main commercial streets situated in the city became more highly attractive compared with other commercial patterns. Therefore, the need to shed light on these main commercial streets and to re-evaluate the urban system emerge of vital necessity to guarantee successful performance.

This study is an attempt to shed light on the current status of the main commercial streets in the city of Al-Madinah as an internal commercial structure pattern within the city, especially if these streets are located in one of the most important religious cities that is unique in its internal commercial structure. Tracing the establishment and growth of those main commercial streets, their relation to the religious function of the city, and monitoring the changes in its structure as an urban phenomena of the city. Moreover, the study explores the general aspect of these main commercial streets, its distribution, and its geographical patterns within the built- up area. The study also attempts to highlight these patterns by monitoring geographical factors affecting them, and then classifies the main commercial streets into groups based on sets of geographical principles. Furthermore, the study attempt to understand the nature of the interaction between the population and those streets. Finally, this study is trying to provides some suggestions and solutions for major problems that were confronted by shoppers in the main commercial streets.

الإصدارات السابقة لسلسلة البحوث الجغرافية

١. Dental Conditions of the Population of Maadi Culture as Affected by the Environment. (In English) by "F. Hassan et al." (1996).
٢. هضبة الأهرام: أشكالها الأرضية ومشكلاتها، أ.د. سمير سامي، ١٩٩٧.
٣. القرى المدمرة في فلسطين حتى عام ١٩٥٢، أ.د. يوسف أبو مائلة وآخرون، ١٩٩٨.
٤. جيومورفولوجية منطقة توشكى وإمكانات التنمية، أ.د. جودة فتحي التركمانى، ١٩٩٩.
٥. موارد الثروة المعدنية وإمكانات التنمية في مصر، د. أحمد عاطف دردير، ٢٠٠١.
٦. صورة الأرض في الريف، د. محمد أبو العلا محمد، ٢٠٠١.
٧. القاهرة: الأرض والإنسان، أ.د. سمير سامى محمود، ٢٠٠٣.
٨. الماء والأفلاج والمجتمعات العمانية، د. طه عبد العليم، ٢٠٠٤.
٩. المناطق الخضراء في القاهرة الكبرى، د. أحمد السيد الزامل، ٢٠٠٥.
١٠. التنمية السياحية بمدينة الغردقة وأثرها السلبي على البيئة، د. ماجدة محمد أحمد، ٢٠٠٥.
١١. بين الخرائط التقليدية وخرائط الاستشعار عن بعد، د. هناء نظير على، ٢٠٠٦.
١٢. الواقع الجغرافى لمدينة سيوة، د. عمر محمد علي، ٢٠٠٦.
١٣. صادرات الموالح المصرية إلى السوق العربية الخليجية، أ.د. إبراهيم على غانم، ٢٠٠٦.
١٤. الجغرافيا الاقتصادية في ضوء المتغيرات العالمية المعاصرة، أ.د. محمد محمود إبراهيم الديب، ٢٠٠٦.
١٥. الأبعاد الجغرافية للسياحة العلاجية في مصر، د. فاطمة محمد أحمد، ٢٠٠٦.
١٦. تحليل جغرافى لحركة النقل على مداخل مدينة المحلة الكبرى، د. عبد المعطى شاهين، ٢٠٠٧.
١٧. المقومات الجغرافية للتنمية السياحية في محافظة الوادى الجديد، د. المتولي السعيد، ٢٠٠٧.
١٨. الهجرة العربية الدائمة إلى الولايات المتحدة الأمريكية من ١٩٨٠ إلى ٢٠٠٤، د. أشرف على عبده، ٢٠٠٧.
١٩. مياه الشرب في مدينة الجيزة، د. فاطمة محمد أحمد عبد الصمد، ٢٠٠٧.
٢٠. الجيوب الريفية المحتواة في التجمعات الحضرية المخططة بمدينة الجيزة، د. أشرف على عبده، ٢٠٠٧.
٢١. الأبعاد الجيومورفوجرافية لانتخابات مجلس الشعب المصرى عام ٢٠٠٥، د. سامح عبد الوهاب، ٢٠٠٨.
٢٢. الأوقاف الخيرية في مصر، أ.د. صلاح عبد الجابر عيسى، ٢٠٠٩.
٢٣. صناعة السيارات في مصر، أ.د. محمد محمود إبراهيم الديب، ٢٠٠٩.
٢٤. المناخ والملابس في مدينة الرياض، د. هدى بنت عبد الله عيسى العباد، ٢٠٠٩.
٢٥. قضايا الطاقة في مصر، أ.د. محمد محمود إبراهيم الديب، ٢٠٠٩.
٢٦. الثروة المعدنية في محافظة المنيا، د. أحمد موسى محمود خليل، ٢٠٠٩.
٢٧. التباينات اليومية لدرجة الحرارة بمدينة مكة المكرمة. د. مسعد سلامة مسعد مندور، ٢٠٠٩.
٢٨. التحليل الجغرافى لدلالة أسماء المحلات العمرانية بمنطقتي عسير وجيزان، د. إسماعيل يوسف إسماعيل، ٢٠٠٩.
٢٩. تحليل جغرافى لمنطقتين عشوائيتين في مدينة جدة، د. أسامة جستنية و أ. مشاعل المالكي، ٢٠٠٩.
٣٠. الفقر في غرب إفريقيا، د. ماجدة إبراهيم عامر، ٢٠١٠.
٣١. بعض ملامح التنمية العمرانية في محافظة المجمعة (السعودية)، د. علاء الدين عبد الخالق علوان، ٢٠١٠.
٣٢. تنمية السياحة البيئية والأثرية بمنطقة حائل، د. عواطف بنت الشريف شجاع علي الحارث، ٢٠١٠.

٣٣. سكان سلطنة عُمان، د. جمال محمد السيد هنداوى، ٢٠١٠.
٣٤. التجديد العمرانى للنواة القديمة بالمنصورة، د. مجدى شفيق السيد صقر، ٢٠١١.
٣٥. تغير المعطيات المكانية وأثرها فى التنمية السياحية بقرية البهنسا فى محافظة المنيا، د. ماجدة جمعة، ٢٠١١.
٣٦. الاتجاهات الحديثة فى جغرافية الصناعة، أ.د. إبراهيم على غانم، ٢٠١١.
٣٧. المعايير التخطيطية للخدمات بالمملكة العربية السعودية، د. نزهه يقظان الجابري، ٢٠١١.
٣٨. تداخل المياه البحرية والجوفية بشمال الدلتا بين فرعي دمياط ورشيد، د. أحمد إبراهيم محمد صابر، ٢٠١١.
٣٩. أحجار الزينة فى المملكة العربية السعودية، د. شريفة معيض دليم القحطاني، ٢٠١١.
٤٠. التنوع الحيوى بإقليم الجبل الأخضر بالجمهورية العربية الليبية، د. عادل معتمد عبد الحميد، ٢٠١١.
٤١. التحليل المكاني للتغيرات العمرانية واتجاهاتها الحالية والمستقبلية في المدينة المنورة للفترة من (١٣٦٩-١٤٥٠هـ) الموافق (١٩٥٠-٢٠٢٨م)، د. عمر محمد على محمد، ٢٠١١.
٤٢. المروح الفيضية وأثرها على طريق ققط - القصير، د. محمد عبد الحليم حلمي عبد الفتاح، ٢٠١٢.
٤٣. أطالس فرنسية : عرض وتحليل، د. عاطف حافظ سلامة، ٢٠١٢.
٤٤. التنوع المكاني لأنماط النمو الريفي فى المنطقة الغربية للمملكة العربية السعودية، د. محمد مشخص، ٢٠١٢.
٤٥. الحافة الحضرية لمدينة المحلة الكبرى : رؤية جغرافية، د. أحمد محمد أبو زيد، ٢٠١٢.
٤٦. الخصائص المكانية والخدمية للمجمعات التجارية، د. عبدالله براك الحربي، ٢٠١٢.
٤٧. أخطار التجوية الملحية على المباني الأثرية بمدينة القاهرة، د. أحمد إبراهيم محمد صابر، ٢٠١٢.
٤٨. تقدير أحجام السيول ومخاطرها عند المجرى الأدنى لوادي عرنة جنوب شرق مدينة مكة المكرمة، د. محمد سعيد البارودي، ٢٠١٢.
٤٩. التساقط الصخري والتراجع الساحلي فى منطقة عجيبة السياحية، د. طارق كامل، ٢٠١٢.
٥٠. جغرافية التنمية الاقتصادية بمنطقة ساحل محافظة كفر الشيخ، د. محروس إبراهيم محمد المعداوى، ٢٠١٢.
٥١. الضوابط المناخية للعجز المائى فى شبه جزيرة سيناء، د. صلاح معروف عبده عماشة، ٢٠١٢.
٥٢. الضوابط البيئية للسياحة بمحافظة الفيوم، د. فاطمة محمد أحمد عبد الصمد، ٢٠١٢.
٥٣. مواقف السيارات والأرمة المروية بمحافظة القاهرة، د. رشا حامد سيد حسن بندق، ٢٠١٢.
٥٤. ثلاثون عاما من النمو العمرانى الحضرى بمحافظة أسوان، د. أشرف أحمد على عبد الكريم، ٢٠١٢.
٥٥. الخريطة الجيومورفولوجية لجبل عير بالمدينة المنورة، د. متولي عبد الصمد، ٢٠١٢.
٥٦. المدينة الصناعية الثانية بمدينة الرياض، د. عبد العزيز بن إبراهيم الحرة، ٢٠١٢.
٥٧. التغير الكمي والنوعي لاستخدامات الأرض بأحياء المدينة المنورة، د. عمر محمد على محمد، ٢٠١٢.
٥٨. استخدام نظم المعلومات الجغرافية والاستشعار عن بعد فى رصد ومعالجة مشكلة العشوائيات السكنية بالمدينة المنورة، د. عمر محمد على محمد، ٢٠١٢.
٥٩. شارع بورسعيد بالقاهرة : دراسة تحليلية فى جغرافية النقل، د. منى صبحي نور الدين، ٢٠١٢.
٦٠. التمدد الحضرى لمدينة ديرب نجم، د. مجدى شفيق السيد صقر، ٢٠١٣.
٦١. التحليل المكاني لتوزيع خدمة محطات تعبئة وقود السيارات بمدينة مكة المكرمة، د. عمر محمد على، ٢٠١٣.
٦٢. تحليل جغرافي للتعليم الأساسي بقرى مركز أطفيج، د. فاطمة محمد أحمد عبد الصمد، ٢٠١٣.
٦٣. نظم المعلومات الجغرافية ودعم اتخاذ القرار التنموي، د. عاطف حافظ سلامة، ٢٠١٣.
٦٤. جيومورفولوجية قاع الفريخ شرق المدينة المنورة وإمكانات التنمية، د. متولي عبد الصمد، ٢٠١٣.

٦٥. ملاحق الفقر الحضري وخيارات التنمية، د. إسماعيل يوسف إسماعيل، ٢٠١٣.
٦٦. Abha Town (Kingdom of Saudi Arabia): A Study in Social Area Analysis. (In English) by "Dr. Ismail Youssef Ismail" (2013).
٦٧. نحو صناعة مطورة لحماية البيئة في محافظة أسبوط، د. أحمد عبد القوى أحمد، ٢٠١٣.
٦٨. الرؤية الجغرافية لواقع ومستقبل خريطة استخدامات الأرض بوسط مدينة الرياض، د. أشرف أحمد على عبد الكريم، ٢٠١٣.
٦٩. تنمية النقل البحري والخدمات اللوجستية في إقليم قناة السويس، د. منى صبحي نور الدين، ٢٠١٣.
٧٠. استخدامات الأرض في حلوان مستخلصة من المراثيات الفضائية، د. فاطمة محمد أحمد عبد الصمد، ٢٠١٣.
٧١. تحليل جغرافي لبعض حوادث السكك الحديدية المصرية، د. منى صبحي نور الدين، ٢٠١٤.
٧٢. خصائص المحلات العمرانية على الجزر الرملية، د. إسماعيل يوسف إسماعيل، ٢٠١٤.
٧٣. تيسير الوصول إلى الخدمات العامة في مدينة أسوان، د. أشرف أحمد على عبد الكريم، ٢٠١٤.
٧٤. الأبعاد الجغرافية لهجرة المصريين غير الشرعية إلى أوروبا، د. محمد أحمد علي حسانين، ٢٠١٤.
٧٥. التباين المكاني لمحطات الوقود في المدينة المنورة، د. أشرف على عبده، ٢٠١٤.
٧٦. المخلفات الصلبة في مدينة الجيزة، د. فاطمة محمد أحمد عبد الصمد، ٢٠١٤.
٧٧. جيومورفولوجية ساحل البحر الأحمر بين رأسي بناس وغارب، د. محمد عبد الحليم حلمي، ٢٠١٤.
٧٨. التحولات العمرانية في منطقة النواة بمدينة أبوعريش، د. سعيد محمد الحسيني، ٢٠١٤.
٧٩. الضجة المرورية والسائدة بمدينة شبين الكوم، د. إسماعيل علي إسماعيل، ٢٠١٤.
٨٠. الأبعاد الجغرافية للاتصالات السلكية واللاسلكية في مدينة طنطا، د. عبدالسلام عبدالستار إسماعيل، ٢٠١٤.
٨١. مستقبل زراعة المحاصيل الزيتية في مصر، د. صبري زيدان عبد الرحمن، ٢٠١٤.
٨٢. تغيير مساحة الأراضي الزراعية غربي دلتا النيل خلال الفترة (١٩٧٠-٢٠١٠)، د. بهاء فؤاد مبروك، ٢٠١٤.
٨٣. أماكن النحر بمنى، د. فائزة محمد كريم جان عبد الخالق، ٢٠١٤.
٨٤. جغرافية النقل العام بالحافلات في محافظة الدقهلية، د. محمد صبحي إبراهيم، ٢٠١٥.
٨٥. التقييم الاقتصادي والبيئي لخريطة التغيرات في استخدامات الأرض، د. مسعد السيد أحمد بحيري، ٢٠١٥.
٨٦. القوة العاملة المنزلية الوافدة من الإناث في المملكة العربية السعودية، د. اشرف علي عبده، ٢٠١٥.
٨٧. التحليل المكاني لنفوذ محطات تقوية شبكات المحمول وكفافتها في مدينة بنها، د. مسعد السيد أحمد بحيري، ٢٠١٥.
٨٨. الطاقة الجديدة والمتجددة في مصر، د. أحمد موسى محمود خليل، ٢٠١٥.
٨٩. الأبعاد المكانية للإصابة بعدوى إنفلونزا الطيور في مصر، د. صبحي رمضان فرج سعد، ٢٠١٦.
٩٠. الخريطة الجيومورفولوجية لمنطقة فوهة الوعبة بالمملكة العربية السعودية، د. هيا بنت محمد العقيل، ٢٠١٦.
٩١. رصد التغيرات والأخطار الجيومورفولوجية الناجمة عن بناء قناطر نجع حمادي بمجرى النيل باستخدام نظم المعلومات الجغرافية، د. أحمد إبراهيم محمد صابر، ٢٠١٦.
٩٢. التجارة الخارجية المصرية مع الأسواق العربية (٢٠٠٠-٢٠١٤م)، د. رضا محمد السيد سليم، ٢٠١٦.
٩٣. جيومورفولوجية جبل القارة بالأحساء شرق المملكة العربية السعودية، د. محمد عبد الحليم حلمي، ٢٠١٦.
٩٤. الأبعاد المكانية لحالات العنف ضد المرأة في مدينة الرياض وعلاقته بالخصائص الاقتصادية والاجتماعية، د. ابتسام إبراهيم القاضي، ٢٠١٦.