

الأسواق التقليدية بمدينة الإسكندرية دراسة في الأنثروبولوجيا الاقتصادية

د. فاتن على عبد الرحمن

كلية البنات للآداب والعلوم والتربية - جامعة عين شمس

قسم الاجتماع

المحتويات :

مقدمة

أولاً : الإطار النظري والمنهجى.

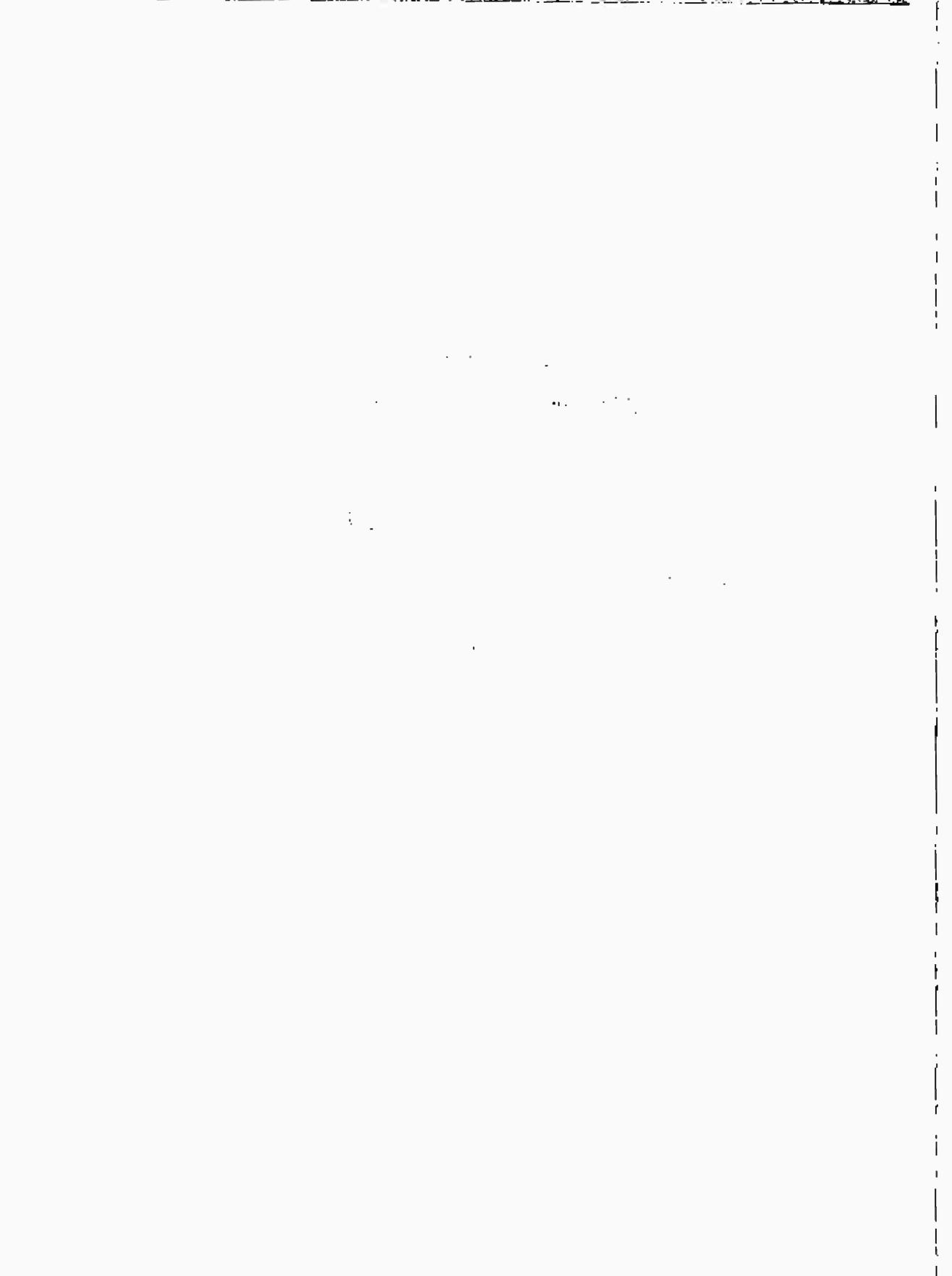
ثانياً : أسواق الإسكندرية التقليدية : لمحة تاريخية حول النشأة والتطور وأصل التسمية.

ثالثاً : الخصائص الإيكولوجية لأسواق الإسكندرية التقليدية.

رابعاً : السوق للعلاقات الاقتصادية الاجتماعية وأنماط التفاعل الاجتماعى

خامساً : السوق منسق اقتصادى

سادساً : أهم النتائج والاستخلاصات قائمة بأهم المراجع



مقدمة :

تتناول هذه الدراسة الأسواق التقليدية بمدينة الإسكندرية، وتمثلها مجموعة الأسواق القديمة الواقعة بشياخى الترك والمغاربة بقلب المركز التجارى بحى المنشية بمدينة الإسكندرية.

وهى تضم سوق الترك، وسوق المغاربة (زنقة الستات وسوق الخيط حالياً)، سوق العقادين والملابس العربية والأفريقية وسوق الدقايقن والخراطين، والجواهرجية، والدخاخنية.

وتتسم هذه الأسواق بخصوصية إيكولوجية مميزة، حيث تحتل مربعاً إيكولوجياً، مقسماً فى خطوط طولية وعرضية شبه متوازية إلى أسواق قرعية محدودة المساحة.

وهى أسواق متصلة اتصالاً مباشراً بلا فواصل مكانية، فلا يكاد سوق أن ينتهى حتى يبدأ الآخر، ويصل هذا الترابط إلى الحد الذى يجعل من بداية كل سوق ونهاية آخر سوقاً مختلطة، تمتزج فيه المجال والبضائع والياعة من كلا السوقين. وقد هيات تلك الخصوصية الإيكولوجية الفرصة لتناول هذه الأسواق وفقاً لما يتطلبه الأثنروبولوجى من أساليب وإجراءات منهجية، أهمها المعايشة والملاحظة والمقابلات المتعمقة والرجوع إلى الإخباريين.

ويرجع الاهتمام بدراسة هذه الأسواق إلى عدة اعتبارات يأتى فى

مقدمتها :

- تغيير الطابع التقليدي المميز لبعض هذه الأسواق، حيث كانت أغلبها أسواقاً إنتاجية، تعكس جانباً من التراث الحرفي المميز لمدينة الإسكندرية في مجال الثقافة المادية وفنون الإنتاج الشعبي، علاوة على وظيفتها التجارية، ثم تقلص بعضها الآن أو يكاد إلى مجرد أسواق تجارية، تحت وطأة التغييرات الاقتصادية الهائلة التي شهدتها مدينة الإسكندرية بشكل خاص، والمجتمع المصري بشكل عام، خلال المراحل المختلفة لتطوره. فقد أصبحت بعض هذه الأسواق تعتمد على المصانع الحديثة في الحصول على بعض السلع والبضائع التي اقتصت بإنتاجها والإتجار فيها، فضلاً عن البضائع المستوردة التي كانت ولا تزال تربط هذه الأسواق البسيطة في تكوينها والمحدودة في مساحتها بالأسواق الخارجية، والمنتجات العالمية، وقد أدى ذلك بدوره إلى التراجع النسبي في بعض الحرف والصناعات التقليدية الصغيرة والأصلية التي اقتصت بها بعض هذه الأسواق في مراحلها المبكرة. هذا بالإضافة إلى تغير الطابع التقليدي لبعض الأسواق التي مازالت محتفظة بوظيفتها الإنتاجية، سواء على مستوى نوعية البضائع المنتجة، أو على مستوى التكنولوجيا المستخدمة في عمليات الإنتاج حيث طرأت عليها تغيرات ملحوظة.

- تعكس هذه الأسواق بعض ملامح تطور التاريخ الاجتماعي الاقتصادي لمدينة الإسكندرية، وكيف كانت هذه المدينة عبر مراحل تاريخية مختلفة مركزاً اقتصادياً وحرفياً هاماً، يجذب إليه التجار والحرفيين من كل صوب وحذب، من بلدان عربية وغير عربية، حتى إن بعض هذه الأسواق كان

وما زال يحمل مسميات لجنسيات غير مصرية، كسوق المغاربة أو غير عربية كسوق الترك. ولعل هذا مؤشراً على وجود أنماط من الاتصال بين هذه الثقافات وثقافة المجتمع السكندري منذ مراحل تاريخية مبكرة. ويتأكد هذا المعنى بوضوح من خلال قيام بعض هذه الأسواق واستمرارها حتى الآن على إنتاج بضائع لا تخص المستهلك المصري إلا بقدر ضئيل، بينما تعتمد في تسويق أغلب منتجاتها على الأسواق الخارجية، العربية والأفريقية بشكل خاص، وهذا ما نلمسه بوضوح من خلال سوق العقادين (الملابس العربية والأفريقية).

- من هذه الاعتبارات أيضاً أن الأسواق كانت ولا تزال تعكس بعض السمات الثقافية التقليدية المميزة للأحياء التقليدية بمدينة الإسكندرية خاصة في مجال العلاقات الاجتماعية وأنماط التفاعل الاجتماعي. والتي تنعكس بعض صورها من خلال العلاقات الاجتماعية وأنماط التفاعل داخل السوق. تلك التي تقوم بين العاملين بهذه الأسواق بعضهم ببعض، أو بينهم وبين رواد هذه الأسواق من مستهلكين وتجار وغيرهم.

رغم الاعتبارات السابقة التي تجعل من هذه الأسواق موضوعاً يستحق الدراسة والبحث، فإن هذا الموضوع لم ينل حقه في ميدان الدراسات الأنثروبولوجية. وهذا ما شكل دافعاً أساسياً لدراستها، خاصة وإنها عرضة للتغير المستمر الذي تبدو أبرز ملامحه في اندثار بعض هذه الأسواق اندثاراً كاملاً، وانحسار بعضهما انحساراً ملحوظاً في الآونة الأخيرة، تحت تأثير عوامل اجتماعية واقتصادية وسياسية بعضها ذات بعد تاريخي والبعض الآخر حديث.

وقد جاءت معالجتنا لفكرة الدراسة في إطار خمسة محاور تشكل في مجموعها منهج البحث وقضاياها الأساسية، وهي علي النحو التالي :

أولاً : الإطار النظري والمنهجي.

ثانياً : أسواق الإسكندرية التقليدية : لمحة تاريخية عن النشأة والتطور وأصل التسمية.

ثالثاً : الخصائص الإيكولوجية لأسواق الإسكندرية التقليدية.

رابعاً : السوق كنسق للعلاقات الاقتصادية الاجتماعية وأنماط التفاعل الاجتماعي.

خامساً : السوق كنسق اقتصادي .

أولاً، الإطار النظري والمنهجي :

(١) الإطار النظري :

انطلقت الدراسة بداية من إطار وظيفي بإعتباره من أكثر الأطر النظرية ملائمة لتناول السوق كنسق كلى، فى محاولة للوقوف على بتائه ووظائفه والعلاقات القائمة بين الوحدات المكونة لهذا البناء، وقد أسفرت محاولة استقراء الواقع عن بعض النتائج التى لفتت الانتباه إلى أهمية الاستعانة ببعض مفاهيم وقضايا الاتجاه الوظيفي، وقد ظهرت الأهمية بصفة أساسية عند تحليل نظم الإنتاج التى تمثل أحد النظم الأساسية للسوق. من هذا المنطلق جاءت الاستعانة بالتحليل الماركسى، وخاصة وأن هناك إتجاهها لاستخدام هذا النموذج فى بعض الدراسات الأثنروبولوجية الحديثة التى تهتم بمعالجة قضايا مشابهة^(١).

بعد أن ظل الاتجاه الوظيفي هو الاتجاه المسيطر على الدراسات الأثنروبولوجية الكلاسيكية خلال فترة طويلة من الزمن، وهكذا تحدد الإطار النظري للبحث فى إطار تكاملى يجمع ما بين التحليل الوظيفي والتحليل الماركسى.

(١) انظر

Maurice Bloch, Marxist analysis and Social Anthropology, A.S.A Studies, General editor : Edwin Ardener, Tavistock publications, London and New York, 1984.

- Joel Kahn, Economic Scale and the Cycle of Petty Commodity Production in West Sumatra, in : Maurice Godelier, Marxist analysis and Social anthropology, Ibid, p.p. 137-158.

-Maurice Godelier, Modes of production, Kinship, and Demographic Structures, translated by Kate Young and Felicity Edho-lm, in : Maurice Bloch, Ibid, P.P. 3-27.

(٢) منهج البحث :

نظراً لما تتميز به الأسواق موضوع الدراسة من واقع مستمر قابل للمعايشة والملاحظة، علاوة على أصالتها التاريخية، فقد فرضت طبيعة الموضوع ضرورة المزاوجة بين المنهج الأنثروبولوجي، الذي يسمح بملاحظة ومعايشة هذا الواقع بما يمكن من وصفه وتحليله.

إلى جانب المنهج التاريخي الذي يساعد على رصد البعد التاريخي للظاهرة انطلاقاً من أن الدراسات التي تخلو من المضمون التاريخي - على نحو ما ذهب محمد الجوهري - تميل إلى أن تكون دراسات استاتيكية أو محدودة النطاق - تجرى في وسط اجتماعي محدود، ولا تتاح فيها الفرصة لفهم التفاعل بين البناءات الاجتماعية الصغرى والأسباب العامة للظاهرة، وفي تلك الحالة يصبح من العسير فهم الظاهرة في وضعها الاستاتيكي دون الرجوع باستمرار إلى المادة التاريخية (محمد الجوهري وآخرون ، لسنة ١٩٧٩).

فضلاً عما تقدم استفادت الباحثة بطريقة دراسة الحالة وطريقة دراسة المجتمع المحلي، حتى يتسنى لنا تغطية موضوع الدراسة من كافة جوانبه، فيما يلي نوضح الكيفية التي تم من خلالها توظيف هذه المناهج والطرق المنهجية.

في إطار الاستفادة من المنهج الأنثروبولوجي : استخدمت الملاحظة كأداة أساسية في دراسة عدة جوانب أهمها : الخصائص الأيكولوجية للسوق، وما يحويه من أسواق فرعية، والتوزيع الأيكولوجي لما يضمه من

منشآت كالورش والمتاجر والمساكن التي تطلو الورش وغير ذلك من المنشآت التي تقوم على خدمة هذه الأسواق، وتحقق لها قدراً من الاكتفاء الذاتي، وتطبعها بطابع المجتمع المحلي بما له من خصائص أيكولوجية واجتماعية. وكذلك شكلت الملاحظة أداة أساسية في دراسة أنماط التفاعل والعلاقات الاجتماعية داخل السوق، أفادت الملاحظة أيضاً في التعرف على التنوع الثقافي والطبقي لرواد السوق، كما مكنت من دراسة صور التكامل بين الورش والمتاجر وأساليب التبادل والمناذاة والمساومة وأساليب جذب المستهلك، ونوعية السلع والبضائع ومستوياتها وطرق إنتاجها وعرضها ... إلخ .

كما استخدمت المقابلات المتعمقة بأنواعها الفردية والجماعية في دراسة أنماط التفاعل والعلاقات الاجتماعية، والعرف الذي يحكم العلاقات داخل السوق، وما طرأ على تلك الجوانب من تغيرات، وقد أجريت المقابلات مع الإخباريين الرئيسيين من العاملين بورش ومتاجر السوق، كما أجرى بعضها مع بعض رواد السوق من مستهلكين وتجار ووسطاء التجارة، والذين يحصلون على البضائع جملة من هذه الأسواق. كما اقتضت بعض البيانات إجراء مقابلات مع بعض موظفي الأجهزة المحلية والعاملين بإدارة التخطيط والمتابعة بالحى الذى تقع فى نطاقه هذه الأسواق.

وقد روعى فى اختيار الإخباريين الرئيسيين من العاملين بالسوق توافر عدة شروط أهمها : الانتماء لمدينة الإسكندرية، والعمل بالسوق لفترة طويلة، كما روعى تنوعهم عمرياً بين كبار السن والشباب والصبية، حتى يمكن التعرف على الجوانب التاريخية والمعاصرة للظاهرة، ورصد ملامح التغير

فيها، كذلك روعى تنوعهم وفقاً لتنوع الأسواق موضوع الدراسة، حيث شمل الاختيار إخباريين من كافة الأسواق الفرعية التي غطتها الدراسة الميدانية. وقد حرصت الباحثة علي إجراء المقابلات مع الإخباريين الرئيسيين من العاملين بالسوق أثناء ساعات الراحة من العمل، وفي وسط النهار، حيث تنخفض كثافة رواد السوق.

وفي أيام العطلات حيث تفضل بعضهم بإتاحة فرص المقابلات المطولة، التي إمتدت ساعات متصلة، إذ يحرص أغلب أصحاب الورش والتاجر علي التواجد بالسوق خلال أيام العطلات، وبينما يضطلع الصبية والشباب بترتيب الورش والتاجر وإعدادها لأسبوع جديد يقبع الكبار من التجار والحرفيين أمام مداخل الورش والتاجر^(١). وقد استغلت هذه الأوقات لإجراء المقابلات المتعمقة التي كانت تتم بناء على مواعيد تحدد معهم مسبقاً. كذلك هيأت فترات الركود ببعض هذه الأسواق الفرصة لامتداد المقابلات لساعات متصلة، وأشار في هذا الشأن الى تعليق أحد الإخباريين من سوق العقادين (الملايس العربية والأفريقية) قال:

«لو جيتي في أيام غير دي مكنتيش تلقى حد يرد عليك»

وأشار في هذا الشأن إلى تأثير الحظر المفروض على ليبيا على حركة إنتاج وتجارة الملايس العربية والأفريقية، إذ يشكل السوق الليبي مصدراً

(١) لاحظت الباحثة أن جانباً من الوقت الذي يقضيه العاملون بالسوق في الأيام العطلات داخل الورش والتاجر يستغل في مقابلة بعض الأصدقاء وتبادل فيه الأحاديث والمناقشات حول مختلف الموضوعات، ومنهم من يقوم برعاية الطيور والحيوانات المنزلية التي يقومون بتربيتها في الوحدات السكنية التي تملك الورش والتاجر والتي هجرها بعضهم لسوء حالة المبنى.

لتصريف جزء كبير من منتجات هذا السوق.

أما المنهج التاريخي : فقد أمكن من خلاله تتبع نشأة وتطوير الأسواق موضوع الدراسة، والوقوف على أهم محددات وملامح التغيير التي طرأت عليها عبر مراحل تاريخية مختلفة.

وقد استعنا في هذا الصدد بالمراجع التاريخية والخرائط القديمة التي أُلقت الضوء على مدى التغيير الذي لحق بهذه الأسواق، خاصة فيما يتعلق بإندثار بعضها أو انحصاره أو اتساع بعضها على حساب الأخرى. كذلك شكل الإخباريون من كبار السن مصدراً أساسياً في الحصول على البيانات التاريخية التي لا تتوافر بشأنها مصادر ملونة.

وجاء استخدام طريقة دراسة الحالة مكملاً للمنهج التاريخي، باعتبارها من أكثر الأساليب المنهجية قدرة على دراسة ديناميات التغيير (محمد الجوهري وعبد الله الخريجي، ١٩٩٠، ص ١٦٧). وقد أجريت دراسة الحالة على مستويين، الأول : واعتبرت فيه مجموعة الأسواق مجتمعة ووحدة كلية متكاملة للدراسة والتحليل، وذلك من حيث خصائصها الأيكولوجية والاقتصادية والاجتماعية. والثاني : وفيه شكل كل سوق على حدة وحدة أساسية لدراسة الحالة من حيث خصائصه وما طرأ عليه من تغير.

وفي إطار تناول السوق كمجتمع محلي : استعنا بطريقة دراسة المجتمع المحلي، وقد تم التناول وفقاً لثلاث من الطرق المنهجية الست التي تتضمنها هذه الطريقة وهي :

مفهوم الحيز، والتفاعل الفردي والاجتماعي، علاوة على تناول السوق من منظور الأنساق الاجتماعية^(١).

وإنطلاقاً من مفهوم الحيز تمت الدراسة الأيكولوجية للسوق التي شكلت الملاحظة والخرائط أساسية فيها، ومن مفهوم التفاعل الفردي والاجتماعي تمت دراسة أنماط التفاعل والعلاقات الاجتماعية داخل السوق، أما مفهوم الأنساق الاجتماعية فقد تم في ضوءه تناول السوق كنسق كلي مكون من عدة وحدات مترابطة بينهما علاقات اعتماد وتساند وظيفي. وقد جاء استخدام هذه المفاهيم في مجموعها ترجمة لمفاهيم وقضايا الاتجاه الوظيفي.

أما عن الأداة المستخدمة في جمع البيانات فكانت عبارة عن دليل مفتوح، استخدم كمرشد وموجه لعملية جمع البيانات، وقد اشتمل الدليل على خمسة محاور أساسية، تضمنت محوراً خاصاً بالدراسة التاريخية، من حيث النشأة والتطور وأصل التسمية، وثالثاً لدراسة السوق كنسق اقتصادي، ورابعاً للسوق كنسق للعلاقات الاجتماعية وأنماط التفاعل الاجتماعي، أما المحور الخامس والأخير فقد اختص بدراسة محددات وملامح التغيير. وقد أدرج تحت كل محور من هذه المحاور الخمسة مجموعة

(١) تتضمن طريقة المجتمع المحلي ست طرق منهجية حصرتها رولاند وارين Warren Roland في مؤلفه : The Community in America وهي تتضمن عبارة على الطرق الثلاث المشار إليها ما يلي : الخلفية الاجتماعية للأفراد، الأنماط الثقافية، توزيع القوة.

انظر : Roland Warren, the Community in America, Rand McNally, Chicago والمزيد من حول هذه الطرق أنظر : - محمد الجوهري وعبد الله الخريجي : مرجع سابق، صص ٢٠٢ - ٢٢٢ .

من المحاور الفرعية، التي اندرج تحت كل منها عدد من الأسئلة المفتوحة، حاولنا من خلالها تغطية الجوانب المختلفة للظاهرة موضوع الدراسة.

وقد أجريت الدراسة الحقلية خلال فترة زمنية متصلة استغرقت صيف

١٩٩٥.

ثانياً : أسواق الإسكندرية : لمحة تاريخية حول النشأة والتطور وأصل التسمية :

حتى يمكننا تتبع نشأة الأسواق موضوع الدراسة كان لا بد من تقديم لمحة موجزة عن التطور التاريخي لأسواق الإسكندرية وبعض معالمها الاقتصادية ذات الصلة بموضوع الدراسة. وجدير بالذكر أن أول إشارة صريحة - أمكنا التوصل إليها - حول أسواق الإسكندرية قد وردت فيما كتب عن المدينة في العصر الإسلامي. حيث جاء أن الإسكندرية في هذا العصر عرفت نوعاً من المنشآت الاقتصادية يدل وصفها على أنها كانت أسواقاً. وقد عرفت هذه المنشآت بالفنادق من الكلمة اليونانية Pandokheim. كما جاءت ترجمتها في بعض المراجع بمعنى وكالات، وكانت تضم تجار الممالك والدول الأوروبية المختلفة، وكان يخصص لتجار كل دولة فندقاً أو أكثر^(١). وقد جاء في وصف هذه الأسواق - الفنادق - أنها مبانى مكونة من عدة طوابق، كان التجار يسكنون الطوابق العليا، أما الطابق الأسفل فكان يضم الحوانيت، التي تعرض فيها البضائع، وتفتح هذه الحوانيت على ميناء

(١) ذكر هايد أن تجار البنادقة كان لهم بالإسكندرية فندقان، مما يدل على اتساع نشاطهم التجاري بها خلال تلك الفترة. (جمال الدين الشيبان)، تاريخ مدينة الإسكندرية في العصر الإسلامي، دار المعارف، ١٩٦٧، ص ٨٧.

تفرغ به البضائع وتخزن، وكان يلحق بكل فندق عادة حمامات خاصة وفرن ودار للعبادة لتوفير الراحة للتجار (جمال الدين الشيال، ١٩٦٧، ص ٨٦، ٨٧). ومن المحتمل أن وجود سوق تحمل اسم المغاربة وأخر يحمل اسم الترك ليمثل استمراراً لخصائص هذا النوع من المنشآت الذي عرفته الإسكندرية في العصر الإسلامي.

وجدير بالذكر أن المراجع التاريخية لم تشر صراحة إلى مكان هذه الأسواق أو الفنادق كما سميت. لكن جمال الدين الشيال يرجع أنها كانت تقوم بالقرب من باب البحر، الذي يطل على الميناء الشرقي، أي حيث يكون حي المنشية وشارع الميدان حالياً. (المراجع السابق، ص ٨٧). وهذا يعنى أن هذه الأسواق قد شغلت مواقع قريبة من الأسواق موضوع الدراسة الراهنة، وربما نفس مواقعها.

ورقم ما كشفت عنه المراجع التاريخية من اضمحلال وتقلص مدينة الإسكندرية في العصر الإسلامي (محمد عبد الحميد، ب ت، ص ١٨) إلا أن هناك إشارات إلى ازدهار الحركة التجارية بالإسكندرية خلال عصر الدولة الايوبية. إذ أسبغ صلاح الدين على الإسكندرية عناية خاصة، كان لها أثر بالغ في تقدم المدينة ورفاهية أهلها ونشاط تجارتها الداخلية والخارجية (جمال الشيال، ١٩٦٧، ص ٨٤). ومما يشير إلى هذا الازدهار ذلك الثبت الدقيق المفصل الذي أحصى فيه الرحالة اليهودي بنيامين التطيلي الممالك والأقطار الأجنبية التي كانت تتبادل التجارة مع الإسكندرية خلال تلك المرحلة. ومن هذا الثبت نستدل أن تجارة الإسكندرية كانت تتدفق إليها من

كل بلدان أوروبا، وبلدان الشرق الإسلامية وغير الإسلامية^(١). وكانت بلاد المغرب وتركيا ضمن هذه البلدان، ويبدو أن التركيز التركي والمغربى بأسواق الإسكندرية خلال تلك الفترة كان واضحاً إلى الحد الذى جعل بين أسواقها أسواقاً تنسب إلى هذه الجنسيات. وهذا استخلاص يؤكد المراجع التاريخية والخرائط القديمة لمدينة الإسكندرية، حيث تكشف هذه المصادر عن وجود منطقة كاملة بالإسكندرية عرفت خلال تلك الفترة «بالمدينة التركية»، التى كانت تشكل النطاق السكنى لأهالى الإسكندرية فى العصر الإسلامى، وحتى أوائل عهد «محمد على». وقد شغلت هذه المدينة المنطقة الواقعة بين الميناعين، وكانت تضم عدداً كبيراً من الأخطاط (الأحياء)، من بينهما خط المغاربة (حارة المغاربة) (E.M.Foster, p.p.72-77 عن: محمد عبد الحميد، ص ص ٥-٦). أما المغاربة فقد نسبت إليهم (حارة المغاربة) وهى المنطقة التى شكلت الحدود القبلية للمدينة إبان فترة الحكم العثمانى لمصر، وكانت تشغل الموقع المعروف حالياً بميدان المنشية (جمال الدين الشيال، ١٩٤٩، ص ١٦٩)، انظر الخريطة رقم^(١)، كما تؤكد المراجع التاريخية أن تركيز المغاربة وتغلغلهم فى الأنشطة التجارية بالإسكندرية قديم، فقد أشارت المراجع والنصوص التاريخية إلى ذلك فى مواضع متعددة حيث ذكر أن الصلة بين الإسكندرية والمغرب قديمة، ووثيقة فقد كانت الإسكندرية أول مدينة ينزل بها الحجاج المغاربة، فى طريقهم إلى الأراضى المقدسة لأداء

(١) من بلدان أوروبا تشير المصادر إلى: البندقية، صقلية، رومانيا، روسيا، الدانمرك، النرويج، هولندا، إنجلترا، ويلز، فرنسا، وجنوه وغيرها. ومن بلدان الشرق: بلاد المغرب، وجزيرة العرب، والهند، والحبشة واليمن، والعراق، والشام، وتركيا.... (بنيامين التيطلى الأندلسى، ترجمة عزرا حداد، ١٩٤٥).

فريضة الحج، لذلك أسماها الجغرافيون «باب المغرب» (جمال الشيال، ١٩٦٧، ص ٨٢). وربما لعب هذا الموقع دوراً في جذب تجار وتجارة المغاربة، وتركزهم بالإسكندرية منذ زمن بعيد. كما نستدل على تلك الكثافة من خلال ما ذكر حول موقف التجار المغاربة حين ازداد بهم ظلم جامعى المكوس، إذ جاء أن التجار المغاربة حين ازداد ظلم القياض (جامعى المكوس) صاروا إلى الحاكم يشكون إليه، حتى أصدر أمراً بإبطال ما كان يؤخذ منهم من مكوس جديدة (المرجع السابق، ص ١٤٩). ولعل فى هذا ما يشير إلى زيادة نسبتهم وتركزهم بالإسكندرية. وإلى هذا التركيز يمكننا أن نستند فى تفسير تسميات هذه الأسواق، وهذا ما أيدته آراء الإخباريين، كما يمكن أن نفسر هذه التسمية بالاستناد إلى مسمى النطاق الجغرافى الأكبر، الذى وقعت هذه الأسواق فى إطاره.

أشارت المراجع أيضاً إلى وجود معلمين اقتصاديين هامين يكشفان عن مكانة الإسكندرية التجارية والصناعية فى العصر الإسلامى، وهو مصطلح أطلق على مصانع النسيج. ومما يذكر أنه كان بالإسكندرية نور طراز خاصة تنسج ملابس السلطان وحريمه والظع التى يخلعها رجال الدولة فى المناسبات الخاصة، وبور طراز عامة تنسج بها الأقمشة الشعبية. كما كان فى نهاية الطريق المؤدى إلى البحر ساحة يباشر فيها القصارون تقصير الثياب، وهى مرحلة من مراحل صناعة النسيج فى تلك العصور^(١) ويذكر النويرى أن السلطان الأشرف شعبان - أحد سلاطين المماليك - قد زار

(١) كان بالإسكندرية أيضاً خلال نفس الفترة دار أن لصناعة السفن ودار لضرب النقود انظر جمال الدين الشيال، مرجع سابق، ص ١٤٦.

الطراز بالإسكندرية، وقال فيها ما يدل على إبداع صانعيها في صناعة صنوف الأقمشة وتفصيلها وتطريزها، فكتب النويرى يقول :

«وأتى مواضع أنوالها واستعمالاتها، قرأى كل صانع ينسج على منواله (نوله) من أصناف الأقمشة المنمقة والبدرات المطبقة المتخذة لحريم السلطان، المختلفة الألوان، وكيف تصنع الطيور المنسوجة، والدالات والشادرونات وغيرها بتلك الخيطان الطالعة والهابتة إلى أن يكمل كل طائر» (المرجع السابق، ص ١٤٤).

ولعل وجود سوق للعقادين مازال صانعه يبدعون في تفصيل وتطريز الأزياء العربية والأفريقية بمجتمع البحث حتى الآن ليعكس امتداداً لما اشتهر به صانعو الإسكندرية في هذا النوع من المنتجات قديماً.

ومما يذكر من معالم الإسكندرية في العصر الإسلامي، ويكشف عن بعض أنواع التجارة التي راجت بها في هذا العصر، وجود باب سمي في العصرين الأيوبي والمملوكي بباب (البهار) وهو المعروف (بباب سدره)، وكان يصل إليه بهار الشرق الهند يأتى إلى الإسكندرية عبر هذا الباب^(١). ولعل وجود شوق للدقاقين (العطارين) ضمن أسواق الإسكندرية التقليدية موضوع الدراسة الراهنة ليمثل امتداداً لهذا النوع من التجارة الذي له في الإسكندرية تاريخ قديم.

(١) كان بهار الهند والشرق القادم من القاهرة عبر البحر الأحمر يعمل منها في سفن تسير في النيل، ثم خليج الإسكندرية، حيث تفرغ خارج أسوار الإسكندرية عند هذا الباب، وفي أولات تنطل الملاحه في الخليج، كانت تحمل هذا البهار قوامل من الجمال عبر الطريق البرى وتدخل من باب البهار بدلاً من باب رشيد. جمال الدين الشيال، الإسكندرية في العصرين الأيوبي والمملوكي، من كتاب الإسكندرية، الفرقة التجارية، الإسكندرية ١٩٤٩ صص ٩٦ - ١٠٢.

وفى العصر الحديث جاءت الإشارة مباشرة إلى الأسواق موضوع الدراسة فيما كتب عن الإسكندرية فى عصر إسماعيل، حيث نكر أن بالمنشئة أسواقاً نوعية، تباع فيها البضائع من المفروشات والطحى والجواهر وغيرها. كما ذكر أن أكثر بضائع هذه الأسواق يأتى إليها من الخارج، وقد تمثل أهمها فى المنسوجات بأنواعها والأجواخ والشرايط المذهبة والمفضضة والقلنسوات والطرايبش والإبر. كما راجت بها تجارة العطاراة والخردوات والروائح العطرة ومستحضرات التجميل (على مبارك، ١٣٠٥هـ، ج٧، ص٧٢، ٧٣). وتجدر الإشارة إلى أن بعض هذه النوعيات من البضائع مازالت تشكل أكثر الأنواع رواجاً بهذه الأسواق حتى الآن، خاصة بسوق المغاربة.

وقد أشارت المراجع التاريخية إلى تركيز عدد كبير من الفرنسيين فى أعمال التجارة بالجملة والتجزئة داخل هذه الأسواق، ومن هؤلاء على سبيل المثال الخواجة «دوره اليوطن»، والخواجة «شبرونى»، وجاكو روميل. بينما تركزت تجارة الطحى والمجوهرات فى أيدي اليهود والشوام، ومنهم الخواجة «إلياهو أركش» اليهودى المغربى، و«رحمين نسيم» من طرابلس، و«شميل ديب شامى» من طرابلس الغرب. (إبراهيم العدل المرسي، ١٩٤٤، ص٥٨).

كما عملت نسبة كبيرة من اليهود بسوق الصيارف (الصرفية) أحد الأسواق التى شملتها أسواق الإسكندرية قديماً، من هؤلاء على سبيل المثال: «حليم باروخ» الصراف اليهودى الإسكندرى، و«بنيامين شباه» يهودى من مكناس المغرب، و«شباى داوى» يهودى تركى (على مبارك، ١٣٠٥هـ، ج٧،

ص ٧٢ عن إبراهيم العدل المرسى، ص ٦٧).

تشير آراء الإخباريين أيضاً إلى سيطرة الأتراك من بعد المماليك على سوق العقادين وصناعة الملابس العربية وأسواق الدخاخنية والنقلية علاوة على أسواق الشيش والسبح والطرايش بسوق الترك. أما الأسواق العاملة في الحرف الإنتاجية الأخرى، خاصة الخراطين، فيبدو أنها كانت من نصيب نسبة كبيرة من سكان مدينة الإسكندرية من المصريين، حيث تشير آراء الإخباريين إلى تناقص نسبة غير المصريين في هذه الأسواق بشكل خاص.

وقد ظلت هذه الأسواق تشهد مراحل تتراوح ما بين الازدهار والاضمحلال، إلى أن طرأت عليها تغيرات شاملة بقيام ثورة يوليو ١٩٥٢، حيث بدأ تحول ملاكها تدريجياً من جنسيات أجنبية إلى المصريين، اتساقاً مع الظروف التاريخية للمجتمع المصري بشكل عام.

ثم شهد بعض هذه الأسواق اندثاراً نتيجة حركة العمران وتخطيط المدينة، إذ أدخل بعضها ضمن عمليات تنظيم الميادين الكبرى المحيطة بمنطقة الأسواق، كما امتد لبعضها خطط التنظيم^(١). وقد ظلت هذه الأسواق تمثل المركز الرئيسي للتسويق لأكثر أبناء الإسكندرية الذين يأتون إليها من أنحاء متفرقة، إلى أن شهدت المدينة مزيداً من التوسع والعمران، فانشأت بها الأسواق الفرعية في الأحياء المختلفة من مدينة الإسكندرية، واتسع نطاق المركز التجاري متجهاً نحو الشرق، وكان لذلك أثره في بداية

(١) تعرض سوق الخيط في عام ١٩٥٦ إلى إعادة البناء والتنظيم.

تحول بعض رواد هذه الأسواق عنها، إلا أنها أخذت تطرح ميكانيزمات جديدة تمنحها القدرة على الاستمرار ومقاومة عوامل الاندثار، من بينها : محاولة التجديد النسبي في التكنولوجيا المستخدمة في الإنتاج بالأسواق ذات الطابع الإنتاجي من بينها : محاولة التجديد النسبي في التكنولوجيا المستخدمة في الإنتاج بالأسواق ذات الطابع الإنتاجي، والتجديد في بعض أنواع البضائع والمعروضات بما يطابق نطق العصر، ومحاولة التكامل مع المصانع الحديثة بعرض بعض منتجاتها بالسوق، وخفض الأسعار مقارنة بباقي أسواق الإسكندرية. وقد دعم من هذا الاستمرار موقعها المتميز بالمركز التجاري للإسكندرية، علاوة على ارتباطها بوجدان وقلوب محبي التراث، والذين ينظرون إليها باعتبارها جزء من تراث الإسكندرية. وتلك كلها ميكانيزمات تمنحها الاستمرار، رغم تدهور ظروفها الفيزيائية وضيق حاراتها وشوارعها وقدم أكثر مبانيها التي باتت تهددها بالاندثار عاجلاً أم آجلاً.

وتكشف مسميات مجموعة الأسواق موضوع الدراسة عن إمكانية تصنيفها في فئتين، الأولى : وهي مسميات تنسب إلى جنسية من تركزوا بهذه الأسواق، منذ مراحل تاريخية مبكرة، ويندرج تحت هذه الفئة مسميات كل من سوق الترك وسوق المغارية كما أوضحنا.

أما الفئة الثانية من المسميات، فهي كما أشرنا تنسب إلى الحرف السائدة بهذه الأسواق، كالعقادين والخراطين والدخاخنية ... إلخ^(١). وهذا

(١) تيدومسميات هذه الفئة من الأسواق واضحة بإستثناء سوق الدقاين وهو الاسم الشائع عن سوق العطار (العطارين)، وهذه التسمية مشتقة من طبيعة النشاط المعارس داخل هذا السوق، حيث تستخدم فيه الدقات اليدوية (الهنون البلدي) في دق الحبوب والموغات والحلبة وغيرها، لذلك سمي بالدقاين.

المنهج فى التسمية يتطابق مع ما هو شائع فى تسمية كثير من البلدان والمناطق المصرية، فى الريف والحضر على السواء. فقد أشارت دراسات التحضر إلى شيوع نفس المنهج فى تسمية الأحياء الشعبية القديمة بمدينة القاهرة، كالقزازين والسروجية والصناديقية وغيرها (السيد الحسينى، ١٩٩١ ، ص ٣١٦) كما شاع اتباع نفس المنهج فى تسمية الكثير من القرى المصرية كقرية البلاص والغنايم وغيرها (على بركات، ١٩٨٢ ، صص ٥٢ - ٥٣).

وهناك سوق آخر يقع ضمن الأسواق الفرعية لسوق المغرية، تجدر الإشارة إلى الرواية الطريفة التى ذكرها الإخباريون من كبار السن حول تسميته، وهو السوق، حيث ينسب إلى ما يتميز به من خصائص كضيق المساحة (زنقة)، علاوة على أن أغلب رواده من النساء، إلا أن هذه التسمية قد أرجعت إلى اسم يهودى مغربى كان يدعى «ليستات»، وكان من أشهر تجار السوق حتى نسبت السوق إليه (زنقة ليستات)، ثم حرفت التسمية فيما بعد إلى «زنقة الستات».

وجدير بالذكر أن هاتين الفئتين من مسميات الأسواق تلقيان الضوء على خاصيتين أساسيتين من الخصائص الاقتصادية الاجتماعية لمدينة الإسكندرية خلال فترة الحكم العثمانى أول هذه الخصائص هى : تنوع التركيب السكانى للإسكندرية، حيث ضمت العديد من الجنسيات التى تغلغت فى كافة أنشطتها الاقتصادية، بما فى ذلك هذه الأسواق وهذا استخلاص تؤكده المصادر التاريخية، حيث جاء بها نص :

« بالنظر إلى تجار مدينة الإسكندرية، عاصمة مصر الاقتصادية حينذاك (أواخر حكم محمد علي) يتضح مدى تفوق غير المواطنين، فمن بين ٧٢ تاجراً بالإسكندرية هم مجموع تجارها نجد ١٥ يونانياً، ١٢ فرنسياً، ١٢ إنجليزياً، ٢١ من جنسيات مختلفة، ومصرياً واحداً عثمانياً الأصل» (محمد حافظ، ١٩٩٤، ص ١٠٧).

أما الخاصية الثانية هي : تنوع التركيب الحرفي للمدينة، حيث ضمت العديد من الحرف والحرفيين الذين تركزت نسبة كبيرة منهم بهذه الأسواق، كالعقادين والدقائين والخراطين والدخاخنية والجواهرجية والنقلية وغيرهم. وهذا ما أكدته المراجع أيضاً، حيث أشارت الخطط التوفيقية إلى عدد طوائف الحرف بالإسكندرية قد وصل إلى ١٤٢ طائفة في عام ١٨٧٧ واشتملت علي العديد من حرفى هذه الأسواق (على مبارك ، ١٣٠٥ هـ، ص ٧، ص ص ٢٠٩ - ٢١١ عن : عبد السلام عبد الحليم عامر، ١٩٩٢، ص ٢١٠).

ثالثاً : أسواق الإسكندرية التقليدية : الخصائص الإيكولوجية :

نتناول في هذا القسم الخصائص الإيكولوجية للأسواق موضوع الدراسة. وقد جاءت دراستنا لخصائص الإيكولوجى لهذه الأسواق عبر مستويات ثلاث هي:

- موقع الأسواق وتوزيعها الإيكولوجى بالنسبة لمدينة الإسكندرية بشكل عام، وتأثير ذلك على حركة الإنتاج والتجارة داخلها.

- الخصائص الإيكولوجية لمجموعة الأسواق كوحدة كلية مكتملة، ثم توزيعها الإيكولوجي بالنسبة لبعضها البعض، وأثر ذلك على العلاقات القائمة بينها.

- المستوى الثالث والأخير، وفيه تناولنا الخصائص الإيكولوجية الداخلية لكل سوق على حدة، والتوزيع الإيكولوجي لما يضمه من ورش ومتاجر، ومنشآت أخرى كالمساكن التي تعلو هذه الورش، والمنشآت التي تقوم على خدمة العاملين بهذه الأسواق والمترددین عليها، كالمساجد والمقاهي وغيرها، وأثر ذلك على أنماط التفاعل والعلاقات الاجتماعية داخل السوق.

١ - الموقع بالنسبة لمدينة الإسكندرية :

تقع الأسواق - موضوع الدراسة - إدارياً في نطاق قسم المنشية، أحد أقسام حي الجمرك بمحافظة الإسكندرية، وهو قسم يتسم بطابع تجاري متميز. وتشغل هذه الأسواق جانباً من شياختي الترك والمقارية، إحدى الشياخات الأربع التي يضمها هذا القسم^(١). وتحتل هذه الأسواق كتلة متصلة تتوسط القسم، وهي تحاط من جهاتها الأربع بميادين وتجمعات تجارية ضخمة، تشكل في مجموعها قلب المركز التجاري لمحافظة الإسكندرية. ويحد هذه الأسواق من الشمال شارع فرنسا، وهو يضم الآن أكبر سوقاً للصاغة بالإسكندرية، كانت نواته الأولى سوق الجوامرجية أحد الأسواق التقليدية موضوع الدراسة. وتجدر الإشارة إلى أن هذا السوق -

(١) يضم قسم المنشية أربع شياخات هي : الترك وللخارية والهاميل والبرسيم.

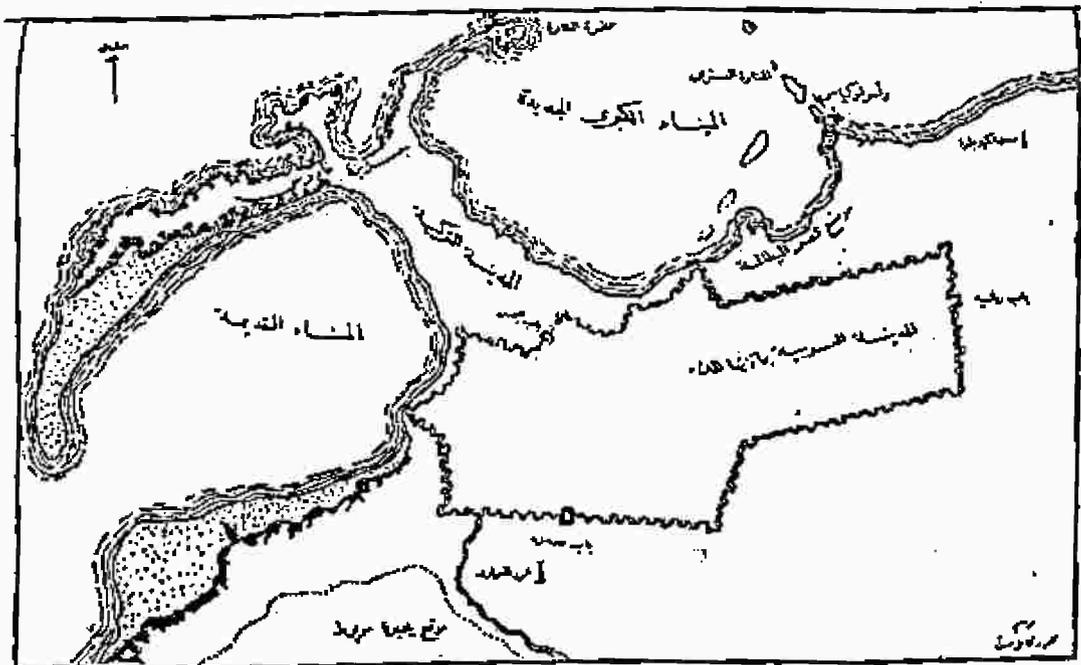
المصدر : لبلارة التخطيط والمتابعة بحي الجمرك بمحافظة الإسكندرية ١٩٩٥ .

الصاغة - كان وما زال يمثل مركز جذب تجارى لمنطقة الأسواق. خاصة بعد التوسعات الهائلة التى شهدتها، حيث يتوافد عليه سائر سكان مدينة الإسكندرية، علاوة على سكان بعض المحافظات الأخرى. ويحد الأسواق من جهة الجنوب ميدان النصر، ويتميز هذا الميدان بطابع تجارى واضح، حيث تتركز به متاجر الأنوات الكهربائية والمنزلية، كما يضم أيضاً العديد من الفنادق الشعبية والمتوسطة^(١) .. وقد أهلت هذه الخصوصية المنطقة لاجتذاب أعداد هائلة من المستهلكين، سواء من أبناء الإسكندرية، أو غيرها من المحافظات، الذين اعتادوا التوافد على المنطقة والإقامة بفنادقها، والحصول على إحتياجاتهم من البضائع التى تذخر بها هذه الأسواق والمناطق المحيطة بها. ويحد الأسواق من جهة الغرب منطقة بحرى، حيث الموقع المباشر على ميناء الإسكندرية، الذى شهدت بعض هذه الأسواق إزدهاراً وتالقاً عبر مراحل تاريخية مختلفة، بحكم موقعها الجغرافى عليه.

وجدير بالذكر أن هذه المنطقة تمثل مركز العمران البشرى لمدينة الإسكندرية منذ القدم، فهى تتميز بكثافة سكانية عالية، تشكل نسبة كبيرة من رواد هذه الأسواق، وتعتمد عليها فى الحصول على الكثير من إحتياجاتها.

ويحد الأسواق من جهة الشرق شارع سوق الكانتو، الذى يمتد من نهاية شارع بيرونا. وهو يضم بدوره تجمعاً ضخماً من المحال التجارية المخصصة لبيع مختلف أنواع السلع والبضائع، من الأقمشة والملابس

(١) من هذه الفنادق على سبيل المثال : فندق الإسكندرية، آمون ، العرب ، مولدين روف وغيرها.



خريطة رقم ٤١ الألكندرية في أواخر القرن ١٨ م (١٧٨٥)
 المصدر: جمال الدين الهيال، تاريخ مدينة الإسكندرية في العصر الإسلامي، ص ١٦٠.

والمفروشات والأدوات المنزلية والكهربائية والمصنوعات الجلدية وغيرها، علاوة على محال الأطعمة والمشروبات والمقاهى والأعداد الهائلة من الباعة الجائلين، الذين يحيطون هذه الأسواق. فضلاً عما تقدم يضم القسم بالإضافة إلى الأسواق موضوع الدراسة الراهنة، مجموعة أخرى من الأسواق الأكثر حداثة، من أشهرها سوق ليبيا وسوق سوريا اللذان تخصصاً فى تجارة البضائع من الملابس والأقمشة والألوان المنزلية الحديثة، التى تأسى إليها عبر ميناء الإسكندرية، كذلك تقع الأسواق على مقربة من سوق راتب، وهو واحد من أكبر أسواق السلع الغذائية بمدينة الإسكندرية، يتوافد إليه أعداد هائلة من سكان الإسكندرية بصورة يومية. كما يتوزع بالقسم عدد من مراكز الخدمات والمؤسسات والبنوك والمحاكم وغيرها. ومن أهم السمات الإيكولوجية التى يتميز بها القسم أيضاً أنه يضم أكبر مركز لخطوط الموصلات العامة التى تجوب كافة أحياء مدينة الإسكندرية وتربطها بهذا القسم، كما تربط هذا القسم بكثير من المدن والقرى المصرية.

وقد هيات هذه الخصوصية الإيكولوجية المميزة للنطاق الإيكولوجي المحيط بالأسواق لضمان التدفق المستمر لرواد هذه الأسواق من المستهلكين وتجار التجزئة ووسطاء التجار الذين يحصلون على بضائعهم من هذه الأسواق. وقد أكدت آراء الإخباريين من رواد هذه الأسواق أن جولاتهم الشرائية بالأسواق والميادين التجارية المحيطة بها عادة لا تخلو من إطلالة على تلك الأسواق التقليدية، حتى فى الحالات التى تكون هى مقصدهم الرئيسى.

هذا فيما يتعلق بالنطاق الإيكولوجى الخارجى المحيط بالأسواق، وموقعها بالنسبة لمدينة الإسكندرية.

٢ - التوزيع الإيكولوجى الداخلى للأسواق :

على مستوى النطاق الداخلى تشغل هذه الأسواق - كما سبقت الإشارة - مربعاً أيكولوجياً، مقسماً فى خطوط طولية وعرضية غير منتظمة إلى شوارع وحارات ودروب ضيقة، تمثل مواقع هذه الأسواق . وهى تطابق فى خصائصها وصورتها الواقعية ما أطلق على بعضها من مسميات، مثل «زنقة الستات» ، «حارة المغارية». وتبدو هذه الخاصية بوضوح فى الأسواق التى لم تمتد إليها يد التنظيم وإعادة البناء.

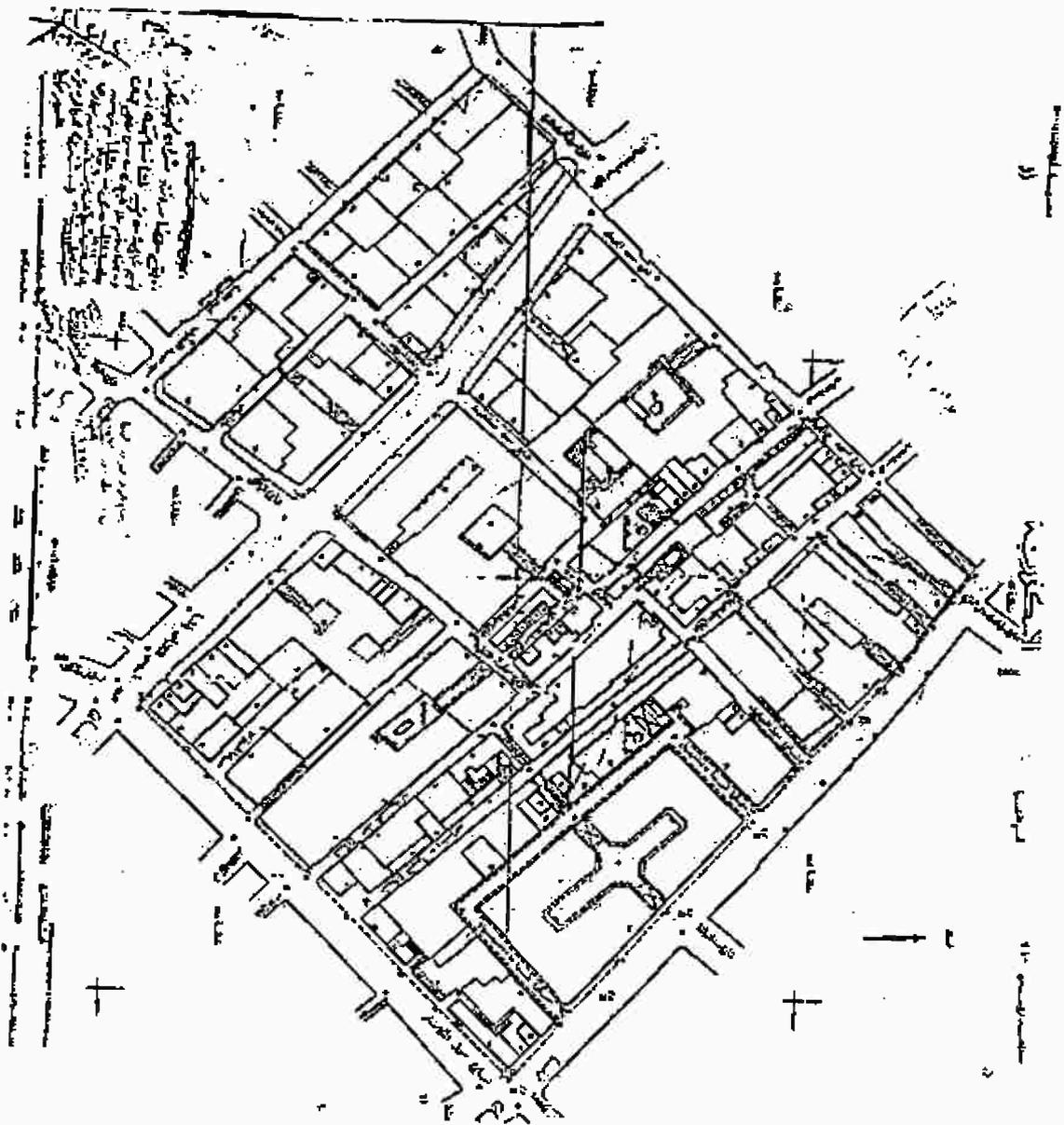
وتتداخل هذه الأسواق فيما بينها تداخلاً واضحاً، وبملاحظة الخريطة المرفقة رقم (٢) يمكننا تبين ذلك القدر من التداخل، إذ يبدو سوق المغارية بقسميه (سوق الخيط و زنقة الستات) كخطين طوليين متوازيين لا يفصل بينهما سوى صفان متلاصقان من المباني، يقع أسفلها ورش ومتاجر كلا السوقين. ويتقابل هذان السوقان عند نهايتهما بشارع يقطعهما عرضاً يمثل امتداداً لسوق الصيارفة قديماً والجواهرجية (الصاغة) حالياً. ويتفرع من سوق المغارية عند نهاية زنقة الستات سوق العقادين. وعلى مسافة تصل إلى حوالى ثلث امتداد سوق الخيط يميناً يتفرع موقع سوق النقلية الذى اندثرت معالمه تماماً الآن، ومن هذا الموقع يتفرع سوقان هما الدخاخنية والدقاقين (العطارين) ويتقابل هذان السوقان بدورهما فى حارة رقم «٤٤» التى يقع بها مدخل سوق الخراطين، المؤدى للموقع القديم لسوق الطباخين، فسوق الترك بأسواقه الفرعية.

وربما يمكن تفسير هذا التوزيع الإيكولوجي الذي يتسم بقدر كبير من التداخل في ضوء ما كان متبعاً من سياسات اقتصادية في عهد محمد علي، حيث تشير المراجع التاريخية إلى أن أهم قواعد نظام الاحتكار الذي طُبِقَ في عهده يتمثل في جمع منتجي وتجار الحرف في كل مدينة في مكان واحد لإحكام الرقابة واجتنباب التهريب^(١). (حسين خلاف، ١٩٦٢، ص ١٨٠، ١٨١). وهذا التفسير ربما يمكن أن ينطبق على المناطق الحرفية والأسواق الواقعة بالأحياء الشعبية القديمة بمصر، وجدير بالذكر أن هذا التجاور الإيكولوجي الذي تميزت به الأسواق قد أدى وظيفة هامة في تحقيق التكامل بينهما، وفي الحفاظ على استمرار وإزدهار بعض ما تبقى منها الآن. ذلك أن هذا التجاور عادة ما يؤدي وظيفة أساسية في دفع المستهلكين لارتياح هذه الأسواق والحصول على احتياجاتهم المتنوعة من نطاق أيكولوجي محدود.

٣ - الخصائص الإيكولوجية الداخلية للأسواق :

إذا ما إنتقلنا إلى النطاق الأيكولوجي الضام بكل سوق من هذه الأسواق على حدة سنجد نطاقاً محدوداً من حيث المساحة. إذ يحتل كل سوق شارعاً واحداً أو جزءاً من شارع أو مجموعة من حارات صغيرة

(١) شمل نظام الاحتكار خلال تلك الفترة أيضاً تعيين ناظر لجمع مكوس الحرف، وقيام النولة أو الالتزام بشراء القمامات اللازمة للحرفة بأثمان محددة، واحتكار بيعها بأسعار يحددها مندوب النولة، ومنع إنتاج الحرفة بدون ترخيص، والإنتاج طبقاً لمواصفات تحددها النولة وأرقام مشايخ القرن والبلدان على شراء جزء من الإنتاج بالسعر المحدد. كما حرم هذا النظام على الصناع إنتاج أي منتج لحسابهم، أو شراء أي سلعة لم تنتج طبقاً لقواعد نظام الاحتكار، ورسد عيون للتحرى عن المنتج البرائى، ووقع علامة مميزة على الإنتاج .. انظر : حسين خلاف، مرجع سابق، ص ١٨٠ - ١٨١.



متداخلة. فنجد على سبيل المثال سوق وزنقة الستات عبارة عن شارعين متوازيين يتراوح طول كل منهما ما بين ١٢٠ - ١٢٥ متراً مربعاً، ويتفرع سوق الخيط قرب نهايته في شكل عدة حارات صغيرة. كذلك يشغل سوق الجواهرجية والملابس العربية والأفريقية عدة حارات متداخلة، ويستقل سوق الدقايق بشوارع خاص أكثر اتساعاً. ويتطابق هذا النمط من التوزيع الإيكولوجي مع ما هو سائد بالمناطق الحرفية الحضرية في مصر والبلدان النامية بشكل عام حيث أشار السيد الحسيني إلى توزيع أيكولوجي متماثل للحرف في حي الجمالية بمدينة القاهرة (السيد الحسيني، ١٩٩٢، ص ٢١٥).

ورغم ما ذكر عن محدودية المساحة التي تشغلها هذه الأسواق فقد كشفت الشواهد الميدانية عن كثافة عدد الورش والمتاجر بتلك الأسواق، حيث يبلغ عدد الوحدات بسوق الخيط ٦٠ وحدة، وفي زنقة الستات ٦٥ وحدة، تصطف في صفين متقابلين، يتراوح حيز الفراغ بينهما ما بين ٢,٥٠ متراً مربعاً بزنقة الستات و٧,٥٠ متراً مربعاً بسوق الخيط. وتبدو مساحة هذا الحيز على الطبيعة أكثر ضيقاً عن مساحتها الحقيقية، حيث يشغل جانباً كبيراً منها بفطارين وحوامل عرض السلع والبضائع (بزنقة الستات وسوق الخيط)، وبالعاصر اليدوية (بالدقايق) والدك التي توضع في واجهة محال العقادين ليجلس الصناع عليها لإنجاز المراحل اليدوية من الإنتاج، وبذلك يبدو النطاق المسموح فيه بحركة رواد السوق والعاملين به محدوداً للغاية، لا يتعدى متراً في بعض هذه الأسواق خاصة «زنقة الستات»، بل قد يقل عن

المتر في بعض مواقع هذا السوق. ويترتب على ذلك تكديس المارة، حتى إنهم يسرون في صورة صفوف شبه منتظمة، وقد يترتب على تقابل رواد السوق السائرون في اتجاه معاكس اختناقات، يحل أغلبها بدخول بعض المارة لأحد المتاجر، حتى يسمح للأخرين بالعبور. أما في باقى الأسواق فتبدو هذه المساحة أكثر إتساعاً، وتكون الإختناقات أقل حدة، وإن كانت لا تمتاز عنها إيكولوجيا بالكثير. إذ تتميز شوارع السوق وحواريه بكثرة المطبات والحفر والتقر كما يبدو أن أغلبها لم يتعرض لعمليات الرصف منذ زمن بعيد. وإلى ما يحويه كل سوق فرعى من ورش ومتاجر، نشاهد منشآت أخرى تتوزع بين جنبات هذه الأسواق كمحال بيع الأطعمة والمقاهى والمساجد وغيرها. وهي تقوم على خدمة العاملين بالسوق، كما أنها تحمل نفس مسميات هذه الأسواق^(١).

ويعلو ورش ومتاجر السوق مساكن قديمة متهاكة أغلبها أيل للسقوط لذلك هجر بعضها لهذا السبب، واستمر السكان يبعضها على مسئوليتهم الخاصة، ورغم صدور أمر إخلاء إدارى لها من إدارة الحى^(٢).

وقد أضفت هذه الخصوصية الإيكولوجية على أنماط التفاعل والعلاقات الاجتماعية داخل السوق طابعاً خاصاً. إذ ترتب على هذا التجاور والتلاصق الشديد بين ورش ومتاجر السوق التى تنتج وتعرض منتجات متشابهة فى

(١) منها على سبيل المثال : مسجد العقادين بسوق العقادين، ووزارة المغاربة بسوق المغاربة، ومسجد الخراطين بسوق الخراطين ... إلخ.

(٢) تم الحصول على هذه البيانات من إدارة التخطيط والمتابعة بحى الجمرك بمحافظة الإسكندرية.

أغلب الأحيان ظهور أنماط متباينة ومتناقضة من العلاقات، تتراوح بين التكامل والصراع، وحتى يحفظ السوق توازنه واستقراره تبلورت مجموعة من القواعد والأعراف المتفق عليها بين العاملين بالسوق، تحدد الحقوق والواجبات، وتنظم أنماط التفاعل والعلاقات، وتعمل كمكانيزمات أساسية لحفظ التوازن والاستقرار داخل السوق، وهكذا يبدو كمجتمع محلي متكامل أيكولوجياً واجتماعياً، ويجمع العاملون به شعوراً متميزاً بالانتماء خاصة كبار السن منهم. ونستدل على ذلك بما جاء على لسان أحد الإخباريين من سوق العقادين يقول :

«هنا أصل الصنایع، أصل إسكندرية كلها، والواحد يخرج من هنا يقول يا غريتي».

رابعاً : السوق كنسق للعلاقات الاقتصادية - الاجتماعية وأنماط التفاعل الاجتماعي :

اتساقاً مع ما تقدم حول خصوصية السوق كمجتمع محلي متكامل يتسم بكثافة العلاقات الاقتصادية - الاجتماعية وأنماط التفاعل الاجتماعي تبلورت مجموعة من القواعد والمبادئ الأساسية كمكانيزمات لحفظ التوازن داخل السوق، وتشمل هذه المبادئ قواعد خاصة بتحديد العلاقات بين العاملين بالسوق بعضهم بالبعض، وأخرى خاصة بتحديد أنماط العلاقة بينهم وبين رواد السوق من مستهلكين وتجار ووسطاء التجارة ... إلخ.

وتتضمن هذه القواعد : المناذاة، المساومة في الأسعار، التكامل الاقتصادي بين وحدات السوق، الاتفاق المسبق على الأسعار، المعايير التي

تحدد نمط العلاقة بالمستهلك، استفتاح الجار .. هذا علاوة على مجالس الصالح التي يعقدها كبار العاملين بالسوق لحل ما قد يطرأ من مشكلات، من خلال متابعة مدى الإلتزام بالقواعد السابقة وردع الخارجين عليها. وتجدر الإشارة إلى أن هذه المبادئ مازال لأكثرها استمرار وهادئة بالسوق حتى الآن، وإن كانت النتائج تؤكد أن أهميتها للسوق بدت أكثر ضرورة في الماضي، حيث كان تماثل السلع والبضائع الذي كان يصل إلى حد التطابق أحياناً يفرض ضرورة وجود مثل هذه الميكانيزمات الثقافية لتجاوز ما قد ينشأ من صراعات، أما الآن فإن التنوع النسبي في بضائع هذه الأسواق - بالمقارنة بالماضي - نتيجة لتنوع مصادر الحصول على البضائع، ومن ثم تباين الأسعار وغير ذلك.

أصبحت تشكل أحد الميكانيزمات الجديدة ذات الصبغة الإقتصادية، وهي تعمل جنباً إلى جنب مع الميكانيزمات التقليدية ذات الطابع الثقافى فى الحفاظ على استقرار السوق وتوازنه .. وفيما يلي نناقش هذه المبادئ على نحو مفصل.

١ - المناذاة :

تظهر المناذاة كسمة مميزة فى الأسواق التى يغلب عليها الطابع التجارى، وهى مبدأ أساسى مرورث يضمه العرف السائد بالسوق وحق مكتسب لكل تاجر، حيث يكفل السوق لكل تاجر حق مناذاة المارة من زبائن السوق، واجتذابهم، ولفت نظرهم إلى ما لديه من بضائع، حتى وإن لم تكن هى مقصدهم وطلبهم. ويشير الإخباريون من كبار السن إلى أن المناذاة

كانت قديماً وظيفية خاصة، يعين لها صبية متخصصون، يقفون طوال اليوم على مداخل السوق لجذب المستهلك إلى متجر أو ورشة بيعها. ونظراً لأنها كانت وظيفية متخصصة فقد كان المتأدى يستمر في المناذاة حتى وإن لم يكن هناك زبائن متوجهون إلى داخل السوق أو حوله ويستخدم هؤلاء في المناذاة عبارات نمطية مثل اتفضللى يا هانم .. طلبك عندى .. إلخ . كما ينادى بعضهم بأصناف البضائع المتوفرة بالمتجر، والتي يعرفون شدة إقبال المستهلكين عليها. يقول الإخبارى :

«زمان كانوا يوقفوا صبيان على نواصى السوق مخصوص عشان تلاغى الزباين، عابزة أيه يا هانم .. اتفضللى يا مدام .. وكان لكل فرش متأدى ينادى طول النهار».

وقد أكد الإخباريون أن تعيين هذه الفئة من المتأدين من الصبية قديماً كانت تشكل مسألة ضرورية، حيث كانت البضائع محدودة ومتماثلة في مواصفاتها والفروق بينها طفيفة، ومن ثم كانت المناذاة أخذ الأملاب الهامة لجذب المستهلك، وفي هذا الشأن يقول الإخبارى : «الصنف زمان كان محدود وزى بعضه والفروق بسيطة، الكل بيبيج ويبيع نفس الحاجات، فكان لازم ملاغية الزبون، وبدل الصنف واحد أحليها إزاي؟ أشد الزبون، واللى يقدر يخطف الزبون هو الشاطر».

وجدير بالذكر أن المناذاة مازالت تشكل أحد القواعد الأساسية للتسويق حتى الآن، وهي تظهر بشكل واضح الآن في الأسواق التي يغلب عليها الطابع التجارى ويقوم بها الصبية والشباب من الذكور بشكل خاص، وعادة

ما يتم النداء أمام المتاجر وحولها ولا تتعداها إلى مداخل السوق كما كان يحدث قديماً.

٢ - المساومة :

تؤكد الملاحظات أن المساومة في الأسعار تشكل أحد القواعد الأساسية التي تحكم عمليات التسويق في كافة الأسواق موضوع الدراسة - فيما عدا البقاعين (القطارين)، حيث تتحول المساومة فيه إلى طلب زيادة طفيفة في الوزن أو في كمية السلعة المباعة، ويتم إضافتها بعد الوزن كنوع من إرضاء المشتري وجذبه، حتى في سوق الذهب - الجوهريّة - يلاحظ المساومة على سعر تكلفة الإنتاج (المصنعية). ونتيجة لما تقدم عادة ما تقدم البضائع في هذه الأسواق بأسعارها الحقيقية ويتاح للمشتري فرصة المساومة على السعر، حتى يصل إلى الحد الذي يرتضيه طرفي التبادل، شرط ألا ينخفض هذا السعر عن حد أدنى متفق عليه تجار السوق وإلا أعتبر نوعاً من المضاربة في الأسعار. وجدير بالذكر أن عمليات المساومة قد يترتب عليها تخفيض السعر إلى نسبة ٥٠ ٪ من السعر الذي عرضت به عند بداية عمليات البيع.

وعادة ما يترتب على المساومة استفراق عمليات البيع والشراء وقتاً طويلاً، كما يصاحبه تفاعلات وتقاش بين البائع والمشتري، وقد تتداخل مناقشات أكثر من مشتري مع البائع في وقت واحد. وقد تنتهي المساومة دون شراء، وفي هذه الحالة يحاول البائع النداء على المشتري أو إعادة جذبه، أو قد تنتهي بإظهاره للملل والضجر، مما قد يسبب حرجاً للمشتري فينصرف بلا عودة.

وجدير بالذكر أن مبدأ المساومة فى الأسعار يبدو كظاهرة مميزة للأسواق التقليدية فى مصر بشكل عام فى ريفها وحضرها، قديماً وحديثاً. فقد أشارت بلاكمن فى دراستها للأسواق بصعيد مصر إلى أن عملية إتمام شراء السلعة تتطلب من الوقت والصبر الكثير، حيث يظل التاجر والمشتري فى محاورات وإشارات ومشاحنات حول سعر السلعة إلى أن يتم تبديل السعر بإرضاء الطرفين. وفى بعض الحالات التى يصر فيها التاجر على كلمته فإن المشتري ينصرف بعيداً، بينما يحاول البائع إخفاء استعداداه لتقديم مزيد من التنازلات، وفى النهاية قد يقبل البائع سعراً أقل مما طلب. (وينفريد بلاكمن، ١٩٩٥، ص ٢٢١).

٣ - التكامل الاقتصادى :

يظهر التكامل الاقتصادى فى عمليات التسويق كأحد المبادئ الأساسية المتفق عليها، والتى تتضمنها أعراف السوق، حيث يكفل السوق تجارة - فى حدود طبيعة العلاقات بينهم - حق الاعتماد على بعضهم البعض، بشكل دائم وطوال ساعات العمل، فى الحصول على ما ينتقصهم من بعض أنواع البضائع التى يطلبها المستهلك، ولا تكون متوفرة بالمتجر.

وتكشف النتائج عن استمرار العمل بهذا المبدأ الآن، بل هناك تأكيد على أنه أصبح أكثر شيوعاً عن ذى قبل، فقديماً كان يستعاض عن جلب البضائع فى بعض الأحيان بإرسال المشتري مع أحد الصبية إلى أحد المتاجر حيث تتوافر السلعة المطلوبة، أو يرسل فى طلب السلعة حيث تباع للمشتري داخل نفس المتجر. أما اليوم فإن النمط الأخير هو الأكثر شيوعاً حيث يتم إحضار

السلعة من المتجر الذى تتوافر به، ويتم الحساب بين التجار بعد إنتهاء عمليات البيع، وقد أشار الإخباريون إلى أن المبدأ يضمن احتفاظ كل متجر بزيائته، ويعلق أحد الإخباريين فى هذا الشأن قائلاً :

«التاجر ميبعش زبونه لتاجر زيه (مثله) ومايخرجش الزبونة من عنده تروح تكمل طلبها من محل تانى، يمكن الزبونة يكون لها طلب تانى تأخذه من هناك، ويمكن الزبونة تروح ويعد كدة ماترجعلوش، اللي عندى باطلعه، واللى معنديش بايعت أجيبه، وده حقى.»

وجدير بالإشارة أن هذا التكامل ينهض على قاعدة من الثقة والأمانة بين العاملين بالسوق. فقد لاحظت الباحثة فى بعض الأسواق والمثال هنا من سوق الخيط، أن التاجر حين يرسل فى طلب نوع مجدد من القماش عادة ما يرسل له ثوباً كاملاً، ويعد أن تتم عملية البيع، يتم إرجاع ما يتبقى من الثوب ويتم الحساب بين التجار بعد عمليات البيع، وتكون كلمة التاجر بعد الأمتار التى ياعها كلمة ثقة لا محل للشك فيها. أما فيما يتعلق بالسعر فعادة ما يتم الحساب على السعر المتفق عليه فى السوق كحد أدنى، أى إن كان السعر بيعت به إذ أن من القواعد المتفق عليها أيضاً أن سعر البيع هو مهارة وشطارة من التاجر، ومن ثم فهو أحق بعائدها، أما العائد من هذه العملية فهو الحد الأدنى من الربح المتفق عليها ضمن أسعار السوق، علاوة على استمرار عمليات التكامل بشكل دائم تتبادل فيه جميع الأطراف احتياجاتها من البضائع التى تنقصها.

٤ - الاتفاق المسبق على السعر بين تجار ومنتجى السوق :

بالرغم من أن المساومة تشكل مبدأ وقاعدة أساسية من مبادئ السوق، إلا أنها لا تتخطى حد معين من السعر، هو السعر المتفق عليه بين تجار ومنتجى السوق. ويعد السعر المتفق عليه إلزاماً للتجار حتى وإن البيع بسعر أقل يعود بالفائدة على التاجر. وتؤكد آراء الإخباريين أن هذه القاعدة كانت أكثر قوة وتأثيراً فى الماضى، وكان مَنْ يخرج عنها يعد خارجاً عن المعايير والقواعد المتفق عليها ويخضع لسلطة ومراجعة الكبار. ويعد سلوكه فى هذه الحالة نوعاً من المضاربة بالأسعار والمنافسة غير الشريفة لتجار السوق الذين يبيعون نفس السلعة. وتؤكد آراء الإخباريين أن من كان يقوم بذلك فى الماضى كان يتعرض لمستويات مختلفة من الضبط غير الرسمى، تبدأ بمقاطعة التجار له وتنتهى بمراجعته عن طريق مجالس الصلح التى يعقدها كبار السن فى السوق لتسوية النزاع، والنظر فى الصراعات والمواقف المشابهة وعادة ما كان التاجر يتقبل الحكم الذى يصدره الكبار أما الآن فقد تقلصت صور الضبط إلى مجرد المقاطعة وسوء المعاملة التى يتلقاها من يقوم بسلوك مشابه، بينما تراجعت مجالس الصلح وسلطة كبار السن وأصبحت أقل سطوة وتأثيراً، يقول الإخبارى :

«زمان كان الاتفاق على سعر السوق، والتاجر اللى يبيع نفس الصنف بسعر أقل بيتحاسب. وكان من حق أى تاجر يسأل أى زبونة ماشية فى السوق جبتى ده منين ويكام، وساعات كتير منبقاش محتاجين نسأل ده منين، بنعرف من الورد والاكياس اللى ملفوف فيها البضاعة، وإذا الزبونة

قالت جبتها بسعر أقل من المتفق عليه يبقى في حساب، ويعتبر ده مضاربة لأن البضاعة واحدة والتكلفة واحدة، واللى يعمل كدة ملوش غير تفسير واحد وفي كبار يحاسبوه».

ويقول آخر :

«لو حد عامل مشكلة ولا حاجة غلط الكبار يجتمعوا وكلمتهم تمشى على الكبير قبل الصغير، واللى عمل غلطة يتحاسب، بس كان فيه اتفاق إن خطف الزباين والحاجات اللي زى كده (شطارة)».

وعلى عكس القاعدة السابقة فإن رفع السعر على المشتري إلى حد وقبول المشتري لذلك يعد في عرف السوق «شطارة وجدعنة» ... لذلك تتضمن قواعد السوق عدم تدخل أى تاجر في صفقة بيعت بسعر مبالغ فيه، وإلا اعتبر ذلك خروجاً عن قواعد السوق وأعرافه «بيبوظ عليه البيعة». وإذا حدث ذلك فعادة ما يترتب عليه صراعات ومضامات، لا تحل إلا من خلال مجالس الصلح، التي عادة ما تحكم في مثل هذا الموقف لصالح التاجر الذي باع بسعر أعلى، بينما يعد الآخرون خارجين يستحقون الردع والمراجعة.

يقول الإخبارى :

«إحنا صحيح بنتفق على سعر مانقلش عنه، لكن الزيادة دي شطارة ومفيش مشاكل في كده، ولكن لو واحد عاوز يببوظ على واحد بيعة يقول للزبونة وهي خارجة تعالي جبتها بكام، أنا بيعها بكذا - أقل منه - تروح الزبونة تتخانق ويمكن يضطر يرجع البيعة ويرد لها فلوسها، ويمكن الخناقة

تكبر وما يردش لها البيعة وعمرها ما تدخل محله تانى والزبونة تمشى وتبدأ المشاكل بين الاثنين».

وتكشف التعليقات السابقة للإخباريين عن جانب من القواعد والأعراف المتفق عليها في السوق، كما تكشف عن بعض أشكال التفاعل والعلاقات الاجتماعية التي تتم في إطار السوق، والتي يتضح خلالها وعياً كاملاً بالبضائع الموجودة في كل متجر، واحتمالات رفع أو خفض الأسعار فيه، وأشكال العلاقات بين التجار، التي تظهر فيها أنماطاً من الصراع والمصادمات، رغم ما أشرنا إليه من أنماط التكامل والتضامن، كما تكشف أيضاً عن حقيقة هامة تتعلق بخصوصية أنماط التفاعل مع المستهلكين داخل السوق، وما تتميز به من تلقائية وبساطة، حتى يبدو التجار والمستهلكون على السواء كجماعات اجتماعية، يحدث بينها قدر من التفاعل الاجتماعي أثناء عمليات البيع والشراء. هذا بالإضافة إلى ما تكشف عنه هذه التعليقات من أن يشكلن النسبة العالية من مستهلكي هذه الأسواق خاصة سوق المغاربة بأسواقه الفرعية وسوق الدقاقين.

٥ - استفتاح الجار :

أشار الإخباريون إلى أن استفتاح الجار يشكل أحد المبادئ الأساسية التي كانت تسود بالسوق قديماً، وهو من أكثر المبادئ التي تشهد تراجعاً الآن. ويقصد باستفتاح الجار إتاحة الفرصة للتاجر المجاور، الذي يعمل عادة في نفس النوع من التجارة، لكي يبيع ويتكسب حد أدنى من المبيعات، تضمن له الوفاء بحاجته الأساسية، حتى وإن تم ذلك على حساب تاجر آخر

قد حقق هذا الحد الأدنى من المبيعات. بمعنى أنه في حالة زيادة طلب المستهلكين على متجر معين، خاصة خلال الساعات الأولى من يوم العمل، وكان إلى جواره متجر آخر لم تبدأ فيه حركة البيع والشراء لفترة معينة، فإن هذا المبدأ يدفع الجار الذي باع وتكسب إلى التنازل عن بعض مبيعاته، وإرسال أحد زبائنه إلى هذا الجار حتى «يستفتح»، ولكن بمجرد حدوث ذلك مرة واحدة، وبعد التأكد أن البيع قد تم بالفعل يبدأ كل منهما في محاولة اجتذاب المستهلكين إلى متجره، مستخدماً في ذلك مختلف أساليب جذب المستهلك، بدءاً من المناداة، مروراً بتقديم التنازلات عن السعر المطلوب من خلال عمليات المساومة، أو بفحولة استكمال ما ينقصه من بضائع من متجر آخر، قد يكون نفس المتجر الذي أرسل إليه زبوناً منذ ساعات أو دقائق . . . إلخ، ونستشهد في هذا الصدد بتعليق لأحد تجار السوق يقول :

« زمان كنا لما نشوف جار حاله مش ماشى نحاول نمشيه، واو كنت أنا استفتحت وهو لا ويجيني زبون والتانى أقول لواحد منهم طلبك عند فلان، ويبقى الطلب عندي ما أنا عاوزه يستفتح، لكن بعد كده أنا عاوز أستفيد ما أنا فاتح باب رزق، ويدل ابتدينا إحنا الاتنين والحركة مشيت مش عاوزة أحسن منى، لكن لو لقيته تعبان ومفيش حيلة استفتنى أنا شوية عشان يأكل».

ويتضمن هذا المبدأ إشارة إلى مدى الوعى بحركة البيع والشراء داخل السوق وفى المتاجر المجاورة، كما يعكس أيضاً بعض القيم المتعلقة بحسن معاشرة الجار والتضامن الاجتماعى. ويعد هذا النمط من أنماط العلاقات

بين الحرفيين أحد السمات المميزة للعلاقات الحرفية في الأحياء التقليدية من المجتمع المصري، فقد أشارت دراسة شتاوت لورش الحرفيين بالجمالية إلى معنى مماثل، فالتاجر الجار إذا مرض لا يصح لجاره أن يسرق زيونه لأن ذلك يعد عيباً، كما أن الجار يط محل جاره إذا احتاج إليه، وقد يعيره بعض أدوات العمل إذا احتاج إليها (Stauth,1984,p.92) وفضلاً عما تقدم كشفت الدراسة عن بعض القيم الاجتماعية والثقافية التي تؤدي دوراً وظيفياً في دعم هذه المبادئ، ومن ثم تعمل على توازن واستقرار العلاقات داخل السوق، في مقدمة هذه القيم القناعة والرضا ومفهوم الرزق، حيث ينظر التجار إلى المتجر الذي يشهد رواجاً وازدهاراً في حجم مبيعاته على أنه «رزق من عند ربنا» وأن هذا الرزق مقسوم لا حيلة فيه : «الدكان جنب الدكان والرزق على الرحمن»، وأحياناً يربطون بين هذا الرزق ومكان العمل فيقولون «أعتاب وأرزاق» وكلها مفاهيم تؤدي دوراً وظيفياً في حفظ توازن واستقرار السوق.

٦ - العلاقة بالمستهلك :

يتحدد نمط العلاقة بين التاجر والمستهلك، وكيفية التعامل معه أثناء عمليات البيع والشراء في ضوء مجموعة من الاعتبارات كشفت عنها الدراسة الحقلية وتتمثل هذه الاعتبارات فيما يلي :

- خبرة التجار ووعيهم الكامل بالسوق واليات من عرض وطلب وأسعار...إلخ.

- خبرة التجار المكتسبة حول سيكولوجية المستهلك، والتي يتم في

ضوئها تحديد ما إذا كان المستهلك راغباً في الشراء أو عازفاً عنه (جاي يتفرج).

- حجم ونوع المبيعات التي يطلبها المستهلك، ونسبة تردد المستهلك على السوق والمتجر.

وسوف نناقش هذه الاعتبارات فيما يلي :

- يتدخل الوعي والمعرفة التامة بالسوق وإمكاناته كعامل أساسي في تحديد نمط العلاقة بالمستهلك أثناء عمليات البيع والشراء، ففي ضوء الوعي بالسوق وعملياته من عرض وطلب وأسعار، وما يتمتع به كل متجر من إمكانيات يتم تحديد أسلوب التعامل مع المستهلك، وحجم التنازلات التي يمكن أن يقدمها البائع في السعر لجذب المستهلك، وتشير النتائج في هذا الصدد إلى ارتفاع نسبة الوعي بين العاملين بالسوق حول أنواع البضائع المتوفرة، وأماكن توافرها، وأي المتاجر تتوافر فيه بضائع معينة، وأنها قد نفذت منه، وتلك معلومات تتجدد بشكل مستمر ودائم خلال عمليات البيع والشراء، وفي ضوء هذه الخبرة والدراسة الكاملة بإمكانات السوق يتحدد أسلوب التعامل مع المستهلك، فإذا كان المستهلك لسلعة يشهد السوق زيادة في نسبة المعروض منها، وكان على البائع بذل جهد أكبر لجذب المشتري، وتقديم مزيد من التنازلات . أما إذا كان المعروض من السلعة محدوداً، فلا داعي للتنازلات كذلك يتدخل وعي التجار بالتوزيع الإيكولوجي لوحدهات السوق في تحديد أسلوب التعامل مع المستهلك، فوفقاً لاتجاه حركة المستهلك في السوق يعرف التاجر إذا كان سوف يجد طلبه أو لا يجده، فإن كان

موقع المتجر في آخر السوق فهذا يعنى أن المستهلك قد مر على كل وحداته ولم يجد طلبه، وإذا كان في بداية السوق فمعنى ذلك أن المشتري مازال أمامه فرصة للمرور على متاجر أخرى، ومن ثم يقع على التاجر عبء جذبته للشراء وتقديم بعض التنازلات وفي هذا الشأن نذكر تعليقاً لأحد الإخباريين يقول :

«إحنا عارفين السوق فيه آيه، ونبقى عارفين الزبونة اللي خرجت حترج ولا لا، لو خرجت يمين أعرف أنها راجعة لى ماخرجش وراها، وإن خرجت شمال أعرف أن حد تانى حيلقتها أجرى وراها وألحقها».

- كذلك تتدخل الخبرة المكتسبة للتجار حول سيكولوجية المستهلك في تحديد نمط العلاقة به، حيث أشار الإخباريون إلى أن طول فترة عملهم بالسوق قد أكسبتهم خبرة في التعرف على ما إذا كان المستهلك راغباً في الشراء أو عازفاً عنه، أو يأتى للسوق لمجرد مشاهدة معروضاته وفي ضوء تلك الخبرة يحدد البائع أسلوب التعامل مع المستهلك : يقول الإخباري :

«في زيون يطول الوقفة، ويروح ويجى، يبقى حيشترى، أقوله اتفضل، في أشكال تانية، شوف دى ... وفي زيون بيان من وقفته إنه بيتفرج ومش ناوى يشتري يبقى مفيش داعى أتعب نفسى».

- أما فيما يتعلق بنوع وحجم المبيعات التي يطلبها المستهلك فقد كشفت الدراسة أن قواعد السوق تتضمن تحديد نمط خاص للعلاقة بالمستهلك الذي يطلب كما كبيراً من المبيعات، وكذلك التجار ووسطاء التجارة الذين يحصلون على بضائعهم من هذه الأسواق حيث تشمل هذه القواعد استضافة هذه

الفئات، وتقديم واجب الضيافة لهم، كأحد عوامل الجذب، يقول الإخباري في هذا الشأن :

«الزبون الكبير، لى جاي يأخذ حاجة كبيرة، وجهاز عروسة، قماش تنجيد، سواربهات تجيله مشاربيه وقهونه، وتتسحب له الكراسى عشان يقعد ويستريح».

وقد أشار الإخباريون إلى أن هذا النمط من التعامل والعلاقات يضمن التردد الدائم للمستهلك على المتجر، بل أشار بعضهم إلى هذه العلاقات عادة ما يترتب عليها قيام المستهلك بنفسه بجذب مزيد من المستهلكين من أقاربه ومعارفه لنفس المتجر، حتى يصبح لكل متجر رواده، ممن يرتبطون معاً بعلاقات قريبة أو علاقات جيرة أو غيرها .. وتلك سمة أكد الإخباريون أنها كانت أكثر شيوعاً في الماضي.

«الزبونة اللى تيجى وتأخذ طلبها ويتعمل معاها واجب، بتبقى زبونة دايمة، وتلقياها جاية بعد كده جايبة أختها و بنت خالتها .. زمان كان لكل عيلة دكان ماتأخذش إلا منه».

وتجدر الإشارة إلى أن عمليات التفاعل بين الباعة والمستهلكين التي تتم خلال عمليات الشراء داخل هذه الأسواق قد يتخللها حوار ومناقشات، حول موضوعات أخرى غير البيع والشراء والأسعار، تماماً كتلك العلاقات التي تتم بين المنتجين والتجار داخل السوق وتتخطى حدود العمل والإنتاج، وتتطرق إلى موضوعات أخرى. وتلك سمة أخرى من سمات الأسواق التقليدية، حيث تمتزج فيها الأنشطة الاقتصادية بكل مظاهر المجتمع لتبدو

في النهاية كعالم متكامل في ذاته. عبر عنه جيرتز في وصفه للسوق الشرقية فكتب يقول :

«إن السوق الشرقية هي نسق اقتصادي ذو طريقة خاصة في الحياة، فهو مكان لأنشطة التبادل يرتبط بكل مظاهر المجتمع، وهو مكان للبيع والتجارة، وهو أيضاً عالم سوسيوثقافي متكامل في ذاته» (Geertz, 1963, p76)

خامساً : السوق كنسق اقتصادي :

١ - البناء والوظائف :

تشكل الأسواق المدروسة في مجموعها نسقاً كلياً، مكوناً من ثلاثة وحدات أساسية من الأسواق هي : سوق المغاربة، وسوق الترك - وكلاهما قد تقلصت وظيفته الإنتاجية بشكل ملحوظ بينما ازدادت وظيفته التجارية - ثم الوحدة الثالثة وهي مجموعة الأسواق التي مازال الطابع الإنتاجي غالباً عليها وهي وتشمل : العقادين والخراطين والدقلمين والجوهرجية والدخاخنية. وتنقسم كل وحدة من هذه الوحدات الثلاث الأساسية إلى عدة أسواق فرعية، تتسم بدرجة عالية من التكامل والاعتماد الوظيفي المتبادل، هذا بالإضافة إلى علاقات التكامل التي تربط بين الوحدات الأساسية الثلاث، وتظهر أبرز صور هذا التكامل في اعتماد بعض هذه الأسواق على البعض الآخر كمصدر للحصول على ما يلزمها من المواد الخام ولوازم الإنتاج وفيما يلي نقدم صورة تفصيلية عن السوق كبناء كلي، مع مناقشة العلاقات القائمة بين وحداته، ثم نتبع ذلك بمناقشة لأهم الخصائص الاقتصادية للسوق خاصة ما

يتعلق منها بنظم الإنتاج والتسويق.

أ - الوحدة الأولى : سوق المغاربة :

يشكل سوق المغاربة وحدة بنائية أساسية ضمن البناء الكلي للسوق، وهو يتكون من سوقين فرعيين هما : سوق الخيط وزنقة الستات^(١). وتكشف النتائج عن درجة عالية من التكامل والاعتماد الوظيفي المتبادل بين هذين السوقين. إذ تعتمد سوق الخيط على زنقة الستات في الحصول على أكثر إحتياجاتها من لوازم التطريز وشغل الأطقم والمفارش كالخيوط والمطرزات وبعض قطع غيار الماكينات وغيرها. فضلا عما تقدم يحقق السوقان كوحدة كلية وظيفة تكاملية للمستهلكين من رواد السوق، إذ عادة ما يحصلون على إحتياجاتهم من الأقمشة بأنواعها من سوق الخيط، بينما تكون زنقة الستات هي المصدر الأساسي للحصول على مكملات هذه الأقمشة من لوازم التفصيل والحياكة والكلف والأحزمة والأكسسوار وغيرها. ويعد سوق المغاربة بسوقيه الفرعيين من أكثر الوحدات الثلاث الأساسية قدرة على جذب المستهلكين، ويرجع ذلك إلى أنه السوق الوحيد الذي تتنوع بضائعه ومنتجاته، بينما تقتصر أكثر الأسواق ذات الطابع الإنتاجي كل على إنتاج نوع معين من البضائع، وفضلاً عن تنوع البضائع المنتجة والمعروضة بهذا

(١) جدير بالذكر أن المراجع الذي يشغله سوق الخيط حالياً هو ما سمي قديماً بزققة الستات، أما المراجع الحالي لزققة الستات فقد عرف قديماً بسوق المغاربة، والآن علاوة على السميات الفرعية للسوقين يستخدم اسم سوق المغاربة للدلالة على كلا السوقين معاً، ومسمى سوق المغاربة ليس مرتبطاً بالمراجع الإداري للسوق ضمن شياخة المغاربة، بل هي تسمية محفورة في الذاكرة الشعبية، التي تربط بين هذا الاسم وارتباطه بالتجار والتجارة المغربية من قديم الزمن.

السوق فإنه يعد من أكثر الأسواق الثلاث إقبالاً على عمليات التغيير والتجديد في أنواع السلع والبضائع بما يطابق نطق العصر، كما أنه يتكامل مع نظم الإنتاج الصناعى الحديث حيث تعرض فيه منتجات المصانع الحديثة من الإنتاج المحلى والعالمى. وفيما يلى نعرض للأسواق الفرعية لسوق المغاربة بشكل مفصل.

- سوق الحيط :

يتميز هذا السوق بطابع إنتاجى وتجارى فى آن واحد، ورغم ما أشار إليه الإخباريون من تقلص عدد الوحدات الإنتاجية به بشكل ملحوظ، إلا أننا مازلنا نلاحظ بعض الورش التى تقوم بعمليات الإنتاج، فى ظل نظام يغلب عليه الطابع التقليدى، وتمثل أبرز منتجات هذا السوق فى : البضائع المطرزة خاصة من المفروشات كالأطقم والمفارش والملايات إلى جانب إنتاج مكملات الزى التقليدى من الطواقى والشيلان وأريطة الرأس التقليدية من المدورات والمناديل (بقوية) و(الملايا اللف) والجوارب التقليدية بأنواعها وبعض قطع الزى التقليدى وغيرها. ومن الطريف أن نشير فى هذا الموضع ما كشفت عنه النتائج من استمرار طلب المستهلكين على بعض هذه الأنواع من البضائع - خاصة من قطع الزى التقليدى - حيث أشار الإخباريون إلى أن الوسطاء وتجار القرى ما زالوا يحصلون على هذه البضائع جملة من السوق لتلبية احتياجات المستهلكين من أبناء قرى الصعيد بشكل خاص، كما أشار الإخباريون أيضاً إلى أنها ما زالت تشهد طلباً من بعض سكان الأحياء الشعبية بالإسكندرية. كما ينتج بالسوق بعض مكملات الزى التى تتلام

والتغيرات الحديثة ، كإيشاريات والطرح المطرزة والبونيهات. وطرح الزفاف وياقات الزهور الصناعية من مكملات الزي الحديث للعروس والتيجان، إلى جانب تطريز بعض قطع الأزياء وغيرها (١) . وجدير بالذكر أن هذه المنتجات كانت تنتج قديماً بالاعتماد على التطريز اليدوي أما الآن فقد شملت تغيرات السوق استخدام الماكينات الآلية في التفصيل والتطريز، ولكنها آلية من نمط يتلاءم مع طبيعة السوق، كما إنها محدودة كمياً، حيث لا يتجاوز عدد الماكينات بالورش إثنين على الأكثر.

وتعرف الفئة التي تقوم بهذا النوع من الإنتاج باسم «التطريزجية» ويحصل هؤلاء على المواد الخام اللازمة للتطريز من زنقة الستات - كما سبقت الإشارة - أما المواد الخام من الأقمشة فيتم الحصول عليها من متاجر الأقمشة الموجودة بنفس السوق، بل تؤكد الملاحظات أن بعض ورش الإنتاج تضم داخلها جانباً لتجارة هذه الأنواع من الأقمشة. وفي تلك الحالات تتحول الورشة إلى وحدة إنتاجية وتسويقية متكاملة، فهي مصدر للمواد الخام ومكان لأداء عمليات الإنتاج، علاوة على وظيفتها التسويقية. وهي تعكس نمطاً تقليدياً في الإنتاج وتقسيم العمل تختفى فيه مفاهيم التخصص الذي يعد سمة أساسية من سمات الإنتاج الحديث.

(١) من البضائع التي أشار الإخباريون لرواجها بالسوق قديماً (عقب الترابيت) المصنعة من القطنية لوضع أدوات الزينة الخاصة بالعروس، والشباشب المصنعة من القطنية والستان الخاصة بالعروس أيضاً وقد تراجعت هذه البضائع الآن بشكل ملحوظ رغم الطلب المحدود عليها من تجار القرى والأحياء الشعبية.

ويتم الإنتاج داخل ورش سوق الخيط بأسلوبين : الأول : ويتم الإنتاج فيه لحساب الورشة، وفيه تحدد كميات الإنتاج ومواصفاتها في ضوء خبرة المنتج بإحتياجات السوق، والعرض والطلب ومواسم الركود والرواج وغيرها. كما يتم الإنتاج بهذا الأسلوب وفقاً لذوق المنتج، وخبرته بأنواق المستهلكين كما يتضمن هذا الأسلوب إنتاجاً بالجملة لحساب بعض التجار والوسطاء بناء على اتفاق مسبق. أما الأسلوب الثاني : فيتم الإنتاج فيه بناء على طلب المستهلك ونوقه، حيث يلبي السوق احتياجات رواده من تطريز المفارش وأطقم الملايات ومكملات الأزياء وغيرها. وفي تلك الحالة يقوم المستهلك بشراء الخامات من الورشة أو غيرها ويحدد الرسومات المطلوبة^(١) ، ويقوم الصانع بالتطريز، لقاء أجر يتفق عليه قبل البدء في الإنتاج.

وتبرز الوظيفة التجارية للسوق من خلال انتشار متاجر الأقمشة بأنواعها المختلفة كأقمشة الملابس والتجديد والمفروشات والستائر وغيرها، وهي تجمع بين الأنواع التقليدية المنخفضة الأسعار والأقمشة الحديثة من أنواع ومستويات مختلفة وتروج في هذا السوق تجارة الأقمشة السوارية من الإنتاج المحلي والمستورد، ومنها ما يطابق منتجات العصر، لكنها تعرض في هذا السوق بأسعار تقل عن مثيلاتها بالأسواق الكبرى بالمدينة. وقد أهل هذا

(١) أشار الإخباريون إلى أن هذه الرسومات كانت تعدد قليلاً من خلال إحضار المستهلك لمنتج آخر لتقليده، كما كان يتحدد في ضوء ما تعرضه الورشة أو غيرها من رسومات مع تعديلات طفيفة. أما الآن فقد أضيف إلى هذه الأساليب استخدام الرسومات المصورة ببعض المجلات والكتالوجات التي قد يحضرها المستهلك، أو تتوافر داخل الورش في شكل مقصوصات، وقد يحضر المستهلك مقصوصات من بعض المجلات لتفنيدها.

النوع من البضائع سوق الخيط لجذب الشرائح العليا التي تتردد على هذا السوق لشراء هذا النوع من البضائع بشكل خاص. كما أهلتته تجارة الأنواع التقليدية من الأقمشة ذات الأسعار المنخفضة لاجتذاب الشرائح الفقيرة، وبشكل عام يمكن القول بأن الشرائح الوسطى والفقيرة من سكان مدينة الإسكندرية تشكل النسبة العظمى من رواد هذا السوق. فهو يعد مصدراً للحصول على كثير من احتياجاتها، خاصة في ظل انخفاض أسعارها، بالمقارنة بالأسواق الكبرى بالمدينة. هذا علاوة على أنه يشكل مصدراً هاماً للحصول على ما يلزم جهاز العرائس من مختلف أنواع الأقمشة الستائر والمفروشات وفساتين الزفاف وغيرها. حيث أشارت النتائج إلى وجود كثير من العادات والتقاليد المرتبطة بشراء هذه المستلزمات من هذا السوق بشكل خاص، وفي هذا الشأن نشير إلى تعليق أحد الإخباريين من تجار السوق.

«مفيش عروسة في إسكندرية بتجهز من غير ما تقوت على سوق الخيط».

وجدير بالذكر أن ورش إنتاج المفروشات وبيعها بالسوق تتكامل مع نظم الإنتاج الصناعي الحديث - كما سبق وأشرنا - حيث تعرض منتجات الورشة جنباً إلى جنب مع منتجات المصانع الحديثة العالمية والمحلية. وهذا بدوره يؤدي نوراً وظيفياً لعمليات الإنتاج الصغير داخل الورش ، فهو يساعد الصانع على التجديد في مواد وطرق الإنتاج بما يطابق ذوق العصر. كذلك يلاحظ التكامل مع نظم الإنتاج الصناعي الحديث من خلال طرح هذا

السوق لأنواع جديدة من البضائع كالأدوات الكهربائية الحديثة وأطقم الصيني والأواني وغيرها من المنتجات الحديثة العلمية والمحلية . وهذا بدوره يؤدي دوراً وظيفياً في جذب المستهلكين ومن ثم تتنوع مستويات رواد السوق وانتماءاتهم الطبقية، أي إنه يعمل كميكانيزم يساعد هذا السوق على الاستمرار ومقاومة عوامل الانحسار .

- زنقة الساعات :

اتساقاً مع ما أشرنا إليه من أن هذا السوق هو ما عرف قديماً بسوق المغاربة فقد تميز هذا السوق قديماً - طبقاً لأراء الإخباريين - بإنتاج وتجارة البضائع المغربية، كما تركزت به نسبة كبيرة من العمالة المغربية نسب السوق إليها. «كان سوق لكل حاجة مغربي، عبايات مغربية، وكلمة شغل يد (يدوي) ومراكيب وبلغ مغربية، وهدوم عربي، وقضة ... وغيرها كثير».

وتشير الشواهد الميدانية إلى تقلص الوظيفة الإنتاجية لهذا السوق بشكل ملحوظ. فلم نلاحظ من الورش الإنتاجية فيه سوى بعض ورش إنتاج المصنوعات الجلدية، خاصة من الحقائب والمحافظ والأحزمة، بالإضافة إلى نسبة محدودة من التطريزية، يمارسون إنتاجهم داخل متاجر بيع الخيوط والمطرزات، على نحو يتماثل مع ما هو قائم بورش سوق الخيط.

وتشهد الوظيفة التجارية لهذا السوق إزدهاراً واضحاً، وتتنوع بضائعه لتشمل الحلى المقلدة بأنواع مختلفة كالأقراط والأساور والعقود وغيرها، منها ما صنع من المعادن أو من خامات أخرى حديثة، وربما يعكس هذا

النوع من البضائع امتداداً لإنتاج وتجارة الحلى المغربية المصنوعة من الفضة، التي راجت بهذا السوق قديماً وما زالت بقاياها موجودة ببعض ورش الجوهرجية بالسوق حتى الآن^(١).

كما تزدهر بالسوق تجارة مستلزمات التفصيل والحيآكة من الكلف والأزرار والخيوط الملونة والمطرزات بأنواعها (الخرز وخرج النجف والترتر واللولى وغيرها) كما يعرض بالسوق بعض قطع غيار ما كينات التفصيل والتطريز كالإبر والمآكوك وغيرها. تتروج بالسوق أيضاً تجارة مواد الصباغة والتلوين، وأدوات الزينة والروائح العطرية. ولعب الأطفال ومنتجات الجلود وغيرها. وتعرض كلها بأسعار منخفضة بالمقارنة بمثليلتها فى الأسواق الأخرى بمدينة الإسكندرية؛ لذلك فهى تجذب عدداً من المستهلكين. وجدير بالذكر أن أصناف البضائع التى تعرض وتباع بزئقة الستات حتى الآن يطابق بعضها أصناف البضائع التى حقل بها هذا السوق قديماً.

وينطبق على هذا السوق نفس الخصائص والسماات السائدة بسوق الخيط خاصة فى الوحدات التى مازالت محتفظة بطابعها الإنتاجى، وتذكر هنا بشكل خاص ورش المصنوعات الجلدية، وورش التطريز، فقيما يتعلق

(١) للحرف اليدوية وفنون صناعة الحلى من المغرب تاريخ يمتد فى القدم بعيداً، وتمثل القضية المعدن الرئيسى للحلى المغربية، حيث تأثرت الثقافة المغربية بالثقافات الحلية التى سبقتها ومنها البربرية، التى كانت الفضة تشكل المعدن الرئيسى لحليها ذات الأشكال المتميزة... للمزيد انظر: سعد الجادر، لمحات عن الحلى الفضية المغربية، فى : المآثورات الشعبية، العدد الرابع والثلاثون، إبريل ١٩٩٤، صص ٦٠ - ٧٥.

بأسلوب الإنتاج بالجملة لحساب الورشة، إلى جانب الإنتاج بالقطعة بناء على طلب المستهلك. كما أن أغلب رواد هذا السوق من الشرائح الوسطى وبعض من الشرائح العليا. ومن السمات المشتركة أيضاً - وإن كانت تبدو أكثر وضوحاً في زئقة الستات - هي نوعية جمهور المترددين على السوق، حيث تشكل النساء النسبة الغالبة منهم، بينما يحجم الرجال عن الإقبال على الشراء من هذا السوق، إلا في أضيق نطاق، باعتباره سوقاً خاصاً بالنساء «زئقة الستات» ويلاحظ أن أغلب المترددين من الرجال هم من التجار وسطاء التجارة الذين يحصلون على بضائعهم جملة من هذا السوق، يبيعونها بأسعار مضاعفة في الأسواق الأخرى.

ونظراً لتنوع البضائع والسلع بهذا السوق يمكننا أن نلاحظ به أساليب مختلفة لعرضها، لكن رغم ذلك فالأسلوب الشائع يشابه نمط العرض الموجود بأغلب الأسواق المدروسة، خاصة في سوق الضيطة. إذ تستغل المساحات المواجهة للمحال من الطريق العام - كجزء من المتجر أو الورشة، يستخدم في عرض السلع والبضائع التي يعرض بعضها في فتارين ذات تصميمات حديثة، وأخرى ذات طابع تقليدي. كما تعرض أنواع البضائع على واجهة المحال (كالمصنوعات الجلدية) ومنها ما يوضع في أنية زجاجية وأطباق، وتوضع داخل الفتارين (كالطرزات) ومنها ما يوضع في علب مفتوحة (كالأزرار) وتتركز المعروضات في أغلب المتاجر في واجهة المتجر وخارجه، بينما تستغل المساحات الصغيرة بالداخل في تكديس السلع والبضائع على الأرض، كما يوضع بعضها على أرفق خشبية.

ومن أبرز ملامح التغيير في هذا السوق انتشار عمالة الأناث بمعظم متاجره، وهي ظاهرة لوحظت أيضاً بسوق الخيط. وقد أكد الإخباريون أنها ظاهرة حديثة نسبياً، وازدادت في السنوات الأخيرة، وتعد هذه الظاهرة مواكبة للتغيرات التي طرأت على أنوار المرأة في المجتمع المصري بشكل عام خلال العقود الأخيرة. ومن الجدير بالذكر أن هذا النمط من العمالة لم يلاحظ علي الإطلاق في بعض الأسواق الإنتاجية الأخرى خاصة في الخراطين والعقادين. ويتسم هذا السوق - علاوة على سوق الخيط - بطابع فولكلوري خاص، وبسمات مميزة في التسويق وطرق جذب المستهلك، وأنماط التفاعل بين الباعة ورواد السوق علي نحو ما أوضحنا في موضع سابق.

ب - الوحدة الثانية : سوق الترك :

يشكل سوق الترك الوحدة الأساسية الثانية في مجموعة الأسواق الثلاث الأساسية وتكشف الملاحظات الميدانية عن انحسار مجموعة الأسواق النوعية لسوق انحساراً ملحوظاً. حيث أشار الإخباريون إلى أنه كان يضم عدة أسواق إنتاجية، تخصصت في إنتاج وتجارة : الطرايش والحصر والسيح والشيش (النارجيلة)، علاوة على ما راج به من تجارة مختلف أصناف البضائع التي كانت تأتي إليه عبر ميناء الإسكندرية : يقول الإخباري :

«كان سوق واسع مشهور يبيعوا له تجار من أوسع الأبواب، وكان موجود فيه كمان سوق للجوارى البيض».

والصورة الحالية لهذا السوق تقتصر على سوق لإنتاج وتجارة «الشيش» أو النارجيلة ، وقد أكد الإخباريون أن نشأة هذا السوق ورواجه

قد ارتبطت بوجود سوق الداخنية على أطراف سوق المغاربة.. وهذا يعكس إحدى صور التكامل بين هذه الأسواق. أما رواد هذا السوق فيشكلون فئة خاصة فمعظمهم من أصحاب المقاهى والعاملين بها، يحضرون إلى السوق للحصول على الشيش بالجملة، كما يحصلون على بعض قطع النيار أو الأجزاء التى تتطلب التجديد باستمرار. ويؤكد العاملون بهذا السوق أن الطلب على هذا السوق يتفاوت من مرحلة إلى أخرى، حيث راجت تجارتها قديماً، ثم تراجعت، وهى الآن - طبقاً لأرائهم - تشهد ازدهاراً وإقبالاً ملحوظاً، من شرائح طبقية مختلفة، أصبحت الآن تشكل جزءاً من رواد السوق بصورة يذكر الإخباريون إنها لم تكن مألوفة من قبل، يقول الإخبارى فى هذا الشأن :

«أصلى الشيشة دلوقتى بقت موضه حتى ولاد الذوات ببيجوا يخدوها».

أما باقى الأسواق التى تضمنها هذا السوق هديماً فلم تكشف الشواهد الميدانية منها إلا عن بقايا مضمطة لسوق السبع، عبارة عن بعض أكشاك صغيرة متناثرة تخصصت فى بعض أنواع التجارة الصغيرة ويمارس أصحابها بيع بعض أنواع السبع الرخيصة، وإعادة لضم السبع القديمة، بناء على طلب أبناء الحي. وقد أكد الإخباريون أن الورش الكبرى لإنتاج السبع بالسوق قد تلاشت تدريجياً مع انهيار المبانى التى كانت تضمها. كما أشار بعضهم إلى انتقال هذا السوق إلى منطقة أخرى خارج النطاق القديم لمجموعة الأسواق موضوع الدراسة. أما سوق الحصر فلم نلاحظ له أى بقايا. وكذلك سوق الطرابيش، حيث لم تعد هذه المنتجات تلقى إقبالاً من المستهلكين.

وجدير بالذكر أن الطرابيش قد لوحظ وجودها فقط بسوق العقادين (الملابس العربية والأفريقية) كأحد الأزياء التي تخصص هذا السوق في إنتاجها وتجارتها وهي كما تكشف الملاحظات تختلف نسبياً من حيث تصميمها وألوانها عن الطربوش التقليدي .

جـ - الوحدة الثالثة (الدقاقين ، الخراطين ، الجواهرجية ، الدخاخنية ،
النقلية) :

تمثل الوحدة الأساسية الثالثة ضمن البناء الكلي للأسواق المدروسة مجموعة من الأسواق يسيطر عليها الطابع الإنتاجي، رغم إنها لا تخلو من الطابع التجاري أيضاً⁽¹⁾.

إلا أن أبرز سمات الوظيفة التجارية لهذه الأسواق أنها تقتصر فقط على عرض وبيع ما تخصص كل سوق منها في إنتاجه أو تجارته، وتحتل هذه المجموعة موقعاً يتوسط سوقى المغاربة والترك، وهي تعد امتداداً مباشراً لسوق المغاربة. وتكشف آراء الإخباريين، فضلاً عن المادة التاريخية عن إختلاف الجذور التاريخية لهذه الأسواق، فبعضها ارتبط في نشأته بجنسيات وجماعات عرقية محددة، كسوق العقادين، الذي ارتبط في بدايته بالماليك ثم الأتراك والدخاخنية الذي ارتبط بداية بالأتراك. بالإضافة إلى بعض الأسواق التي كانت منذ مراحل تاريخية مبكرة من نصيب القطاع الأكبر من المصريين من سكان مدينة الإسكندرية، كالخراطين.

(1) من هذه الأسواق ما تخصص فقط لم عرض عمالة متخصصة كسوق الطباخين.

وتدلنا الخرائط القديمة، علاوة على آراء الإخباريين على اتساع هذه الأسواق قديماً لتشمل ثمانية أسواق منها : سوق للعقادة (العقادين)، وآخر لخراطة الأخشاب (الخراطين)، وثالثاً للعطارة (الدقاقين)، ورابعاً لتعبئة ولف وتجارة الدخان (الدخاخنية)، وخامساً للنقل والمكسرات (النقلية)، وسادساً للعملات والنقود (الصرفية)، وسابعاً للمجوهرات (الجوهرجية)، وثامناً للطهاة (الطباخين).

والصورة الحالية لهذه الأسواق - كما كشفت عنها الدراسة الحقلية - تشير إلى اندثار بعض هذه الأسواق اندثاراً تاماً، وهي أسواق النقلية والصرفية، وانحسار بعضها انحساراً ملحوظاً، وهي أسواق : الدخاخنية والخراطين والطباخين، بينما تشهد بقية هذه الأسواق استمراراً، وبعضها خاصة (الجوهرجية) يشهد ازدهاراً ملحوظاً.

- الأسواق المندثرة :

تمثل مجموعة الأسواق التي اندثرت معالمها تماماً سوقان هما :

سوق النقلية والصرفية، وتشير آراء الإخباريين إلى أن الأول قد جاء إندثاره نتيجة لدخول التنظيم إلى شارع النصر وتخطيط ميدان النصر ونظراً لأنه كان يحتل موقعاً متطرفاً من الكتلة التي احتلتها هذه الأسواق، وفي مواجهة هذا الميدان، فقد عجل هذا الموقع باندثاره، يقول الإخباري «التنظيم لما دخل شارع النصر النقلية كلهم راحوا».

وجدير بالذكر أن أغلب محال النقلية تتوزع الآن بسوق راتب الواقع في نطاق قسم المنشية، وهذا يعد مؤشراً إلى أن استمرارية أو انحسار هذه

الأسواق يرتبط بشكل أساسي بما تؤديه من وظائف.

أما سوق الصرفية (الصيارف) الذي أنشأ بالأسكندرية في عهد سعيد،
لعدة إعتبرات أهمها :

أن الإسكندرية كانت تمثل المركز الرئيسي للبنوك الأجنبية التي كثرت
في عصره، نتيجة لإقباله على القروض الأجنبية، وشدة احتياجه للمال لجعل
مصر قطعة من أوروبا.

كذلك أنشأ تلبية لحاجة الأجانب، الذين انتشروا بالإسكندرية كنقطة
ارتكاز مالية تثبت أقدامهم في سوق المال، وتكون بمثابة حلقة اتصال بين
أعمالهم داخل مصر ومراكزهم بالخارج (محمد رشدي ، ١٩٧٢ ، ص ٥٢ -
٥٢) وقد ارتبطت نشأة هذا السوق واندثاره بمخدرات تاريخية، حيث بدأت
وحداته في الثلاثينات - على حد قول الإخباريين - تتحول تدريجياً إلى ورش
لصناعة المصوغات الذهبية، والتي أصبحت فيما بعد تشغل كافة وحدات
سوق الصيارف . ونستشهد هنا بتعليق أحد الإخباريين يقول :

«كل ورش ومحلات الصاغة التي إنتى شيفهاها كانت سوق للصرفية
اليهود كانوا بيتاجروا في العملات ويبدلوا العملات الذهب بالعملات الورق،
ولما بدا يتحول للذهب كان اليهود والشوام من أول من اشتغلوا فيه».

- الأسواق التي تشهد انحساراً :

ويمثل مجموعة الأسواق التي تشهد انحساراً ملحوظاً سوقان هما :

سوق الدخانية، وسوق الخراطين، أما سوق الدخانية : فقد تخصص

في لف وتعبئة وتجارة الدخان قديماً، بينما يقوم الآن على تجارة أنواع مختلفة من السجائر من إنتاج المصانع الحديثة، إلى جانب تجارة بعض الأنواع التقليدية من الدخان من الإنتاج المحلي «معبسل»، وقد أشار الإخباريون إلى اعتماد هذا السوق قديماً على تجارة الدخان الذي كان يأتي إليه من تركيا بشكل خاص، وكان أغلب تجارته من الأتراك وفي ذلك يقول الإخباري:

«سوق الداخنية كان يجي له الدخان سايب في كياس كبيرة من تركيا والشام، وكان الداخنية يقدوا يلفوا الدخان، وكان في ناس تحب تشتريه سايب ويشترروا معاه ورق مخصوص ويلفوه بمعرفتهم واحدة بواحدة».

وتتسم وحدات هذا السوق بطابع خاص، فهي تتميز بالاتساع النسبي مقارنة بغيرها من الأسواق، كما تمتاز بنمط خاص من الأبواب الزجاجية، وتنتظم من الداخل في صورة رفوف علوية، وبنوك (فتارين خشبية ذات واجهة زجاجية)، تستخدم في حفظ الدخان، وهو السوق الوحيد الذي لم نلاحظ فيه تكديساً لبضائع، ولا استغلال للمساحات المواجهة للمحال، اتساقاً مع طبيعة المنتج الذي يحتاج اهتماماً وتخزيناً من نوع خاص. كما يتسم السوق بانخفاض حركة المستهلكين به، وهو فئة خاصة أيضاً من أصحاب المقامى والتجار وأصحاب المحال والأكشاك التي تبيع الدخان والسجائر، وتحصل عليها جملة من هذا السوق.

أما سوق الخراطين فهو واحد من الأسواق التي كشفت الملاحظة عن تقلصها بشكل ملحوظ أيضاً، وهو سوق يتم الإنتاج فيه طبقاً لما هو شائع

فى أغلب الأسواق بمجتمع البحث، ففيه الإنتاج بالقطعة بناءً على طلب المستهلك، وفيه الإنتاج بالجملة، الذى كان ينتج قديماً لحساب الورشة ويعرض ويبيع بها، وأصبح الآن ينتج جملة لحساب بعض المحال والمعارض التجارية التى تحدد المواصفات والكميات المطلوبة بالتقريب للخراط، فينتجها خلال فترة محددة.

ورغم ما أشارت إليه آراء الإخباريين من ازدهار هذا السوق قديماً، حيث إزداد عدد ورشة، باعتباره سوقاً أساسية يلبي احتياجات العديد من أسر الشرائح الوسطى والفقيرة بشكل خاص وبعض احتياجات الشرائح العليا. فقد لاحظت الباحثة تقلص عدد ورشه بشكل ملحوظ، وقد تخصص هذا السوق - قديماً بشكل خاص - فى إنتاج العديد من الأنواع المنزلية التقليدية التى لم يكن لأسر بعض الشرائح غناء عنها، ومنها : الطباالى والنشايات والأجران الخشبية، والشموعات الاستاند، والمفراك الخشبي، ودقاقة اللحم، وكسارة الثلج (المشولة)، بالإضافة إلى بعض اللعب الخشبية التقليدية، كتحل الأطفال وغيرها. وقد تأثر هذا السوق تأثراً واضحاً بتطور الصناعة الحديثة، وما قدمته من بدائل، تصنع من مواد ذات تكلفة أقل، وكميات هائلة، ومن ثم فهى تعرض بالأسواق بأسعار أقل تنافس منتجات الخراطين.

وتعتمد ورش الخراطة حتى الآن على أدوات إنتاج تقليدية، يغلب عليها الطابع اليدوى. منها الدفرة، والمزراب، والبرجل، والمكدة، والأزمير، والشوكة. أما الأداة الوحيدة التى حدثت بها تطورات طفيفة فهى المخرطة، إذ زودت بموتورات كهربائية.

ولذلك يبدو العائد من هذه الحرفة غير مجدٍ، وربما يكون هذا هو السبب الرئيسي لتقلص عدد وحدات هذا السوق بشكل ملحوظ، أما بتحويلها إلى أنواع أخرى من الأنشطة، أو بإغلاقها. وقد كشفت النتائج عن عدة أسباب ساعدت على هذا الانحسار والتراجع يتمثل أهمها فيما يأتي :

- لم تعد المنتجات التي ينتجها الخراطون تلقى إقبالاً ملموساً من المستهلكين، إذ وجدت منافساً جديداً من منتجات المصانع الحديثة، يصنع بعضها من خامات أرخص من الخشب، كالبلاستيك وغيرها، ومن ثم فهي تعرض بأسعار أقل، فتتنافس منتجات الخراطين.

- فضلاً عن منافسة منتجات المصانع الحديثة للخراطين أشار الإخباريون إلى دخول فئة جديدة من صغار الصناع، تقوم بتصنيع منتجات الخراطين التي يحتاج إليها السوق الآن داخل المنزل، وباستخدام خامات أقل جودة، ومن ثم تعرض إنتاجها بأسعار أقل، وبذلك أصبح أصحاب المحال التجارية الذين يتعاقدون مع الخراطين يفضلون التعاقد مع هؤلاء الصناع لرخص أسعارهم.

- تتم أغلب عمليات الإنتاج داخل الورش لحساب بعض المعارض والمحال التجارية وبناء على طلبها، إلا أن ثمن المنتجات لا تقدم للمصانع إلا بعد إتمام عمليات البيع، وقد أشار الخراطون إلى أنه في حالة عدم بيعها، أو عدم بيع جزء منها، يرد للورشة مرة أخرى، مما يشكل عبئاً اقتصادياً على إمكانيات الورشة المحدودة.

- أشار الإخباريون أيضاً إلى دور السياسات الاقتصادية في انحسار

هذه الحرفة، حيث أكد الخراطون أن ما تفرضه هذه السياسات على الورش من ضرورة إدخال العمالة ضمن نظام التأمينات وغير ذلك من قواعد تتطلب إجراءات ونفقات، قد أدى إلى تراجع الورش عن تشغيل وتعليم الصبية إلا في أضيق نطاق. وقد ساعد ذلك على تقلص عدد الحرفيين فيها بشكل تدريجي ملحوظ في نطاق مجتمع البحث.

- بالإضافة إلى ما تقدم أشار الإخباريون إلى عدم حرصهم على تدريب أبنائهم على الحرفة وتوريثها، كما كان يحدث في الماضي، نظراً لتراجعها وعدم جدواها اقتصادياً.

وفي محاولة القلة المتبقية من ورش الخراطة الاستمرار تم إدخال عناصر جديدة بديلة تنتج بالورشة، وهي تلقى إقبالاً نسبياً، منها على سبيل المثال : صناعة الأزرار الخشبية، والأباجورات ولوازم الستائر وغيرها من المنتجات التي تنتج بناء على طلب محدد. كما لاحظنا بعض محاولات التطوير النسبي في التكنولوجيا المستخدمة، ممثلة في إدخال المحركات الكهربائية على المخارط اليدوية، كأحد ميكانيزمات التكيف مع التغيرات المعاصرة، خاصة بعد أن تقلص عدد العمالة بالورش بشكل ملحوظ.

- الأسواق التي تشهد استمرار:

أولاً : سوق العقادين :

يتسم هذا السوق بطابع خاص، فهو يضم فئتان من الحرفيين هما :
العقائون : ممن تخصصوا في تجهيز الخيوط الحرير وجدلها لصناعة

الخيوط والأزهار المنسوجة (الكردون القيطان، والتحرير) وغيرها من مستلزمات إنتاج وتطوير الملابس العربية والأفريقية.

والعقادون : ممن تخصصوا في إنتاج الملابس العربية والأفريقية، باستخدام ما تنتجه الفئة الأولى، من خيوط يقومون بعقدها على القماش في أشكال هندسية رائعة، وربما تشكل الفئة الأخيرة من العقادين امتداداً لصانعي دار الطراز التي اشتهرت بالإسكندرية قديماً، والتي أبدع منتجوها في صناعة الأزياء العربية وتطويرها (أنظر : جمال الدين الشيال ، ١٩٦٧ ، ص١٤٢).

وتشير النتائج إلى تقلص الوظيفية الإنتاجية للفئة الأولى بشكل ملحوظ، إذ أصبحت تعتمد اعتماداً أساسياً على المصانع الحديثة في جلب ما تخصصت في إنتاجه قديماً من منتجات، أما الفئة الثانية فمازالت محتفظة بوظيفتها الإنتاجية ذات الطابع الخاص، إذ تنتج الملابس العربية والأفريقية حتى الآن، وتقوم بتسويقها للأسواق الخارجية العربية والأفريقية بشكل أساسي، كما تجد هذه السوق إقبالاً من بدو الصحراء الغربية الذين يحصلون على هذه المنتجات عن طريق الوسطاء والتجار الذين يأتون لهذه الأسواق للشراء بالجملة، ثم ينقلون البضائع لبيعها بتلك المجتمعات. كذلك لاحظت الباحثة إقبالاً طفيفاً على هذا السوق من أبناء الإسكندرية، من الشرائح الطبقيّة العليا من عشاق الملابس العربية، خاصة الجلابيب والعباءات المطرزة بالخيوط الملونة، والتي تباع بأسعار باهظة، نظراً لأن أغلب مراحل الإنتاج تتم بشكل يدوي.

كما تنتج بعض ورش السوق أجزاء من الزى المصرى التقليدى كالصديري والجلباب، إلا أن هذه الورش لا تحتل منتجاتها نفس مكانة ورش إنتاج الملابس العربية، إذ أن معروضاتها لا تحتاج لنفس المهارة، كما أن أسعارها منخفضة.

وتكشف الدراسة عن درجة عالية من التكامل الوظيفى بين فئتى العقابين، كما تكشف أيضاً عن درجة هالية من التكامل بين هذا السوق ووحدات سوق المغارية.

فسوق الخيط هو المصدر الأساسى للحصول على مختلف أنواع الأقمشة المخصصة لصناعة هذه الأنواع من الملابس ومنها الإمبريال والساتان والشاهى وغيرها، كما أن زنقة الستات هى المصدر الأساسى للحصول على خيوط التثبيت والحياكة والإبر وغيرها.

وحرفة العقادة وامتدادها بسوق الملابس العربية والأفريقية كانت وما تزال حرفة وراثية، كأغلب الحرف الموجودة بأسواق مجتمع البحث، وقد تقلصت وتركزت الآن فى عدد محدد من الأسر التى اشتهرت بها على مدى عدة أجيال. وينظر العاملون بهذه الحرفة لأنفسهم نظرة خاصة باعتبارهم فئة ذات مهارة متميزة ومورثة وتنتج إنتاجاً ذا طابع خاص، يتم إنتاجه وتسويقه بناء على عقود وصفقات خاصة تسبق عمليات الإنتاج ويوجه معظمها إلى الأسواق الخارجية، ويقول الإخبارى :

«الصنعة قديمة وقايمة على الوراثة، أنا ورثتها عن أبوياء، وأبوياء عن جدى، كل جدودنا كانوا شغاليين فى النوع ده، والصنيعى اللى مبيعلمش

ولاده صنعه يتموت، أصلى ده مش ترزى عادى».

واتساقاً مع ما تقدم تتم عمليات الإنتاج بالاعتماد على الخبرة المتوارثة، والتصميمات التقليدية. «بنشتغل من غير كتالوج ولا مجلات ولا باترون ولاغيره».

ومن أبرز منتجات سوق الملابس العربية والأفريقية : الفارما (الصدبرى) والزيون (صدبرى كم طويل) والكات (قطعتان متكاملتان من الزى على غرار البدلة)، والجبه (العباءات)، والشاهية(عباءة ذات كم واسع ومفتوح) والسراويل، بالإضافة إلى أزياء السيدات من العبايات والأثواب والشيلان المطرزة، كما ينتج بالسوق مكملات هذه الأزياء، ومنها أغطية الرأس كالعقال والطرابيش والأحزمة والطرح المطرزة وغيرها.

ويقوم الإنتاج في هذه الورش على نمط تقليدى، يظهر فيه تقسيماً بسيطاً للعمل، على أساس السن والنوع، وتدخل الأسرة فيه أحياناً كوحدة منتجة، حيث يقوم الأسطوانات داخل الورش بعمليات القمض والتفصيل، بينما تضطلع النساء بمراحل الإنتاج اليدوى التى تتم داخل المنزل، فيقمن بعقد الخيوط على القماش، وتزويدها بالأزرار المصنعة من الخيوط الحريرية ... إلخ.

وتجدر الإشارة إلى ما أشار إليه العقادون في هذا الشأن، حيث أكدوا أن زوجاتهم وبناتهم كان يقع عليهن عبء القيام بهذه المراحل قديماً، خاصة في مواسم رواج السوق، أما الآن فقد أصبحت هناك فئة متخصصة من النساء تقوم بهذه المراحل داخل منازلهن أيضاً، ولكن لقاء أجر. كما لاحظت

الباحثة قيام العقادين أنفسهم بإنجاز كافة مراحل الإنتاج داخل الورش خاصة في المواسم التي لا يشهد السوق فيها رواجاً وإقبالاً.

ونظراً لطبيعة الإنتاج التي تتطلب دقة وتركيزاً خاصة في المراحل اليدوية، علاوة على أن السوق لا يجتذب من سكان الإسكندرية أو غيرها من المحافظات المصرية إلا القليل، لذلك يتميز هذا السوق بهدوء نسبي مقارنة بغيره من الأسواق لكن هذا الهدوء يقطعته من أن لآخر بعض المارة الذين يقطعون المسافة من سوق الخيط وزنقة الستات، إلى الدقايق مروراً بهذا السوق، كما تصل إليه - بحكم تداخل التوزيع الإيكولوجي - بعض أصوات المطاحن والمعاصر اليدوية، الخاصة بسوق الدقايق، الذي على مقربة منه.

وتتمتع ورش إنتاج الملابس العربية بقدر من التنظيم - مقارنة بباقي الأسواق - كما تعرض بضائعها في فتارين بشكل منسق يراعى فيه تكامل وحدات الزي، فتوضع مفردات الزي الليبي على سبيل المثال متكاملة وهكذا ونتيجة لاعتماد السوق على الأسواق الخارجية في تصريف منتجاته، لذلك تعاني هذه الأسواق من عدم الاستقرار الاقتصادي، إذ تتأثر حركة الإنتاج والتجارة فيها بالعلاقات الدولية؛ وقد أشار العقادون إلى تأثير الخطر الاقتصادي على ليبيا خلال فترة إنجاز البحث في صيف ١٩٩٥ على حركة الإنتاج والتجارة داخل السوق.

ثانياً : سوق الدقايق (العطارين) :

لهذا السوق في الإسكندرية جذور تاريخية عميقة ترجع - كما سبقنا الإشارة - إلى العصر الإسلامي، حيث كان بالإسكندرية باب يسمى بباب

البهار، تدخل عن طريقه التوابل والعطور القادمة من الهند والشرق، والتي تمثل أحد أنواع التجارة التي راجت بالإسكندرية منذ زمن يعيد (انظر الجزء ثانياً : النشأة والتطور).

وتكشف الملاحظات الميدانية عن ازدهار الحركة التجارية بهذه السوق، والتي تنعكس من خلال حركة رواده التي لا تقطع طوال ساعات النهار، علوة على تنوع وتعدد أنواع السلع والبضائع المعروضة فيه، ورغم ما تقدم تؤكد آراء الإخباريين أن السوق في انحسار مستمر، من حيث عدد ما يضمه من متاجر، وقد أرجع ذلك إلى أن حرفة العطارة - كغيرها من حرف السوق - حرفة وراثية، بينما اتجهت نسبة كبيرة من أبناء الدقايق إلى التعليم، وهجر بعضهم الحرفة، أو اكتفى بالعمل فيها لبعض الوقت، كذلك أشاروا إلى أن المتاجر التي لم يكن لأصحابها ورثة قد تم التصرف فيها بالبيع أو الإغلاق.

وقد أدى ذلك إلى الانحسار النسبي في عدد المتاجر التي يضمها السوق، وتشير النتائج إلى المتاجر التي يتم التصرف فيها للأسباب السابقة عادة ما تباع لأحد الدقايق العاملين بنفس السوق، وغالباً ما يكون للتجار المكانى أثراً في ذلك، حيث يباع المتجر لصاحب المتجر المجاور، الذي يعمل بنفس الحرفة وقد ترتب على ذلك ظاهرة أشار الإخباريون أنها مصاحبة لما سبق، تتمثل في اتساع مساحة بعض المتاجر عن طريق ضم المتجرين المتجاورين، ويتم ذلك عادة إذا كانت حالة المبنى تسمح بعمليات الهدم والبناء.

وفى غير ذلك من الحالات تستخدم المحال المجاورة كإرش ملحقة بالمتجر الأصيل، عادة ما تستغل فى عمليات دق وإعداد الحبوب والتوابل والموغات وغيرها، بينما ظل الدقاقون محتفظين بالمعاصر اليدوية أمام متاجرهم فى نهر الطريق.

ويسيطر على هذا السوق طابع تجارى، ورغم ذلك نلاحظ فيه بعض عمليات الإنتاج التى يتمثل أهمها فى استخلاص الزيوت من البذور والنباتات الطبيعية، ومن أكثر أنواع الزيوت التى يتم استخلاصها فى السوق : زيت السمسم وزيت حبة البركة (الحبة السوداء) وزيت الخس وزيت الجرجير، كما يتم عمل توليفات لوصفات علاجية ووقائية وغذائية باستخدام ما يباع فيه من مواد وعناصر مختلفة، ويتم إنتاج العناصر السابقة بالاعتماد على الخبرة المتوارثة، كما أن عمليات الإنتاج تتم بشكل جزئى بناء على طلب المستهلك الذى يحضر كافة مراحل الإنتاج، ويدخل أثنائها فى علاقة تفاعل وحوار مع المنتج (١).

ورغم ما يتميز به هذا السوق من طابع بسيط إلا أن حركة التجارة فيه لا تنفصل عن حركة التجارة العالمية، فهو يجمع بين جنباته منتجات مصرية وأخرى تأتى إليه من مختلف بقاع العالم، خاصة من الهند والشرق،

(١) يتم استخلاص الزيوت فى سوق الدقاقين خلال عدة مراحل تبدأ بطحن البذور أو الحبوب المراد استخلاص زيوتها، ثم تحمص فى أنية معنوية، ويخصص لكل نوع منها إناء خاص، ويتم التحميص على شعلة من اللهب توضع فى وسط فتناز حديدى أمام المتجر، ثم تغزل الحبوب بعد طحنها إلى المعاصر اليدوية التى تعتمد على القوة العضلية فى عمليات العصر، وتستقبل الزيوت فى أنية معنوية خاصة، ثم تعبأ فى زجاجات وتقدم للمستهلك الذى يحضر كل مراحل الإنتاج.

وتتضمن السلع المعروضة في هذا السوق سلعاً غذائية وأخرى تستخدم لأغراض علاجية، وثالثة لأغراض وقائية، بالإضافة إلى العناصر التي تستخدم في بعض الممارسات المرتبطة بالمعتقدات والعمادات والتقاليد الشعبية، وغيرها مما يستخدم في أغراض التجميل^(١).

ونظراً لتنوع السلع المباعة في هذا السوق فإن طريقة عرضها تتباين، فمنها ما يعرض على أرفف بداخل المحل كزجاجات الزيوت وغيرها، ومنها ما يخفظ في أدراج مغلقة كالبخور والمواد العطرية، ومنها ما يعرض في أجولة من القماش أو الخيش خارج وداخل المحل كالحبوب والبقول، ومنها ما يعرض في أنية معدنية ضخمة توضع خارج المحل كالترسة ونجم البحر وحجر دم الأخوة وغيرها.

ويتردد على هذا السوق رواد من كافة الشرائح الطبقية يتنوعون أيضاً بين مستهلكين وتجار تجزئة ووسطاء التجارة، حيث تتم عمليات التجارة في متاجر الدقاقين بنفس الأساليب الشائعة في كافة الأسواق المدروسة إذ يتم التسويق بالجملة إلى جانب التسويق بالتجزئة، ومن أكثر مبيعات السوق التي تجذب المستهلكين من كافة أنحاء مدينة الإسكندرية، وترتبط بطابع فولكلوري خاص تلك المنتجات الخاصة بسبوع المولود، حيث تتم عمليات إنتاج الموغات بدق عروق الموغات وإضافة عناصر أخرى إليه وإعداد الحلبة

(١) ننكر من هذه الأنواع المتعددة على سبيل المثال لا الحصر : البخور بأنواعه المختلفة ودم الأخوة ونجم البحر والتناسيح وغيرها بفرض الاستخدام في ممارسات اعتقادية، عرق الكريز والزيثونة الإسرائيلية والمراباة لأغراض علاجية والحنة وبعض أنواع الزيوت والمواد العطرية لأغراض التجميل وغيرها.

المحوجة وغيرها. وكذلك إعداد قلة وإبريق المولود، والشموع والحمص وغيرها من متطلبات احتفالية سبوع المولود.

وجدير بالذكر أن هذا السوق مازال محتفظاً بالكثير من ملامحه التقليدية إذ تقتصر ملامح التغير فيه على استخدام المطاحن الكهربائية بدلاً من المدقات اليدوية التقليدية (الهون)، بينما ظلت المعاصر تعمل بشكل يدوى تام، ومن ملامح التغير بهذا السوق أيضاً ظهور الإناث ضمن عمالته.

ثالثاً: سوق الجواهرجية (الصاغة) :

تشير الشواهد الميدانية إلى أن هذا السوق يعد من أكثر الأسواق المدروسة استمراراً. كما تشير النتائج إلى أن هذا الاستمرار كان مصحوباً بمزيد من التوسعات. حيث شهد السوق توسعات خلال مراحل زمنية متتالية، فكانت نواته الأولى مجموعة من ورش إنتاج وتجارة المصوغات تتخلل سوق الصرفية، ويعمل بها اليهود والشوام. ومع بداية تراجع سوق الصرفية في الثلاثينيات - طبقاً لآراء الإخباريين - بدأت وحداته تتحول تدريجياً إلى ورش للجواهرجية (الصاغة) حتى أصبح هذا السوق يشغل كافة مواقع سوق الصرفية. ثم شهد السوق مزيداً من التوسعات في مرحلة لاحقة، على حساب أغلب متاجر المنى هاتورة التي تركزت بشوارع فرتسا والتي كان يعمل بها أيضاً بعض اليهود والأرمن والشوام. وجدير بالذكر أن التوسعات التي شهدتها هذا السوق مؤخراً تضمنت إنشاء وحدات تجارية (الجواهرجية) وليست ورش إنتاجية (ورش الصاغة). نتيجة لما تقدم يعد هذا السوق هو السوق الوحيد ضمن الأسواق التقليدية موضوع الدراسة الذي

شهد تحولاً نسبياً في نمط الإنتاج التقليدي، حيث تقلصت وظائف وحداته الجديدة إلى الوظيفة التجارية دون الإنتاجية.

وقد جاء التحول في نمط الإنتاج التقليدي مصاحباً لدخول فئة جديدة من الموسرين إلى سوق الجواهرجية بهدف الاستثمار واستغلال رؤوس الأموال. وقد اعتمد هؤلاء على ما تنتجه الورش التقليدية الموروثة من مشغولات. ومن ثم بدأت الورش القديمة تضاعف من وظيفتها الإنتاجية، حتى يمكنها الوفاء باحتياجات السوق، علاوة على احتياجاتها الخاصة من المنتجات التي تباع داخل نفس الورشة. وبذلك بدأت تتشكل بعض ملامح نمط جديد للإنتاج شمل كل من علاقات وقوى الإنتاج حيث بدأ الانفصال بين المنتج وصاحب رأس المال، كما تمثلت أبرز ملامح التغيير في قوى الإنتاج في استحداث التكنولوجيا الحديثة - من نمط وسيط - في بعض الوحدات الانتاجية، حتى يمكنها تقديم إنتاج أكثر غزارة يفي باحتياجات السوق، التي لم تعد قاصرة على ما ينتج ويعرض داخل نفس الورشة^(١). كما بدأ التوسع النسبي في حجم الورش ورغم ما تقدم ظل الكثير من الورش تعمل طبقاً لنمط الإنتاج التقليدي، معتمدة على العمالة العائلية من ورثة الحرفة، ويكون صاحب الورشة فيها هو المنتج والمشرق على عمليات الإنتاج. كما استمر الاحتفاظ بالتكنولوجيا اليدوية التقليدية أو إدخال

(١) من أبرز هذه التغيرات التكنولوجية استخدام ألران السيك المديث، وماكينه ضخ الشمع، بالإضافة إلى نوع خاص من الكاوتشوك يستخدم لطبع الاستباط والسفنرات، وجهاز تفريغ الهواء من السفنرات بعد صب الجبس (فاكريم).

تغيرات طفيفة على بعض أجزائها. وفي هذا النوع من الورش يفخر الصناع بالصناعة اليدوية، وبأنهم قد ورثوا الحرفة عن نوابهم، وبأنهم على خبرة ودراية بدقائقتها وتفصيلها بشكل لا يتوافر للدخلاء على حرفتهم ونستشهد هنا بتعليق جاء على لسان أحد الإخباريين يقول :

«النهاردة الجواهرجى مبقاش صنايعى، بقت تجارة وبقي فيها دخلا (دخلاء) كتير، أقعدى تشوفى بعنيك كل كام ساعة تلقى واحد داخل بحتة ذهب ببسال . . والنبي تشوف لى دى ذهب ولا لا ؟ هر ده كان يحصل زمان؟ ولا يحصل مع حد منا ؟ الجوهرجى (الصايغ) المأصل أيا عن جد من غير لا دمفة ولا اختبارات يعرف الحتة اللى فى أيده إذا كانت ذهب ولا فاصوا».

وَجدير بالذكر أن وحدات الجواهرجية يظهر فيها درجة عالية من التكامل والاعتماد الوظيفي المتبادل، وتنعكس بعض صور هذا التكامل فى اعتماد بعض متاجر السوق على ما ينتج داخل ورش أخرى تقوم بالإنتاج والبيع لهذه المتاجر^(١). كما كشفت النتائج عن تكامل وحدات هذا السوق مع سوق الصاغة بالقاهرة، حيث أشار بعض العاملين بالسوق إلى جلب بعض المشغولات منها. كذلك أشار الإخباريون إلى صور التكامل بين الورش قديماً، والتي كان من أبرزها اعتماد الورش على بعضها الآخر فى الحصول

(١) تعتمد الورش التى تنتج للغير فى المصنوع على المواد الخام على التاجر الذى يطلب منتجاته بكم ومواصفات محددة يسبقها تقديم كميات مناسبة من الذهب - إما من السبائك أو المشغولات القيمة التى تباع للمتجر، حيث يقوم ورش الإنتاج بإعادة تصنيعها فى مقابل أجر على المصنعية.

على بعض المشغولات التي يطلبها المستهلكون ولا تكون متوفرة بالورشة حين طلبها. وتقوم علاقات التكامل بين هذه الورش على قاعدة الثقة والأمانة، وتلك صورة مازالت قائمة بين بعض الورش بالسوق، وهي تشكل أحد الأعراف السائدة في كافة الأسواق الفرعية المدروسة.

ويستقطب هذا السوق - خاصة الورش الإنتاجية - أبناء الإسكندرية من الشرائح الطبقيّة العليا، حيث تقوم هذه الورش على غرار نمط الإنتاج الشائع بكافة الأسواق الأخرى بالإنتاج بالقطعة، بناء على طلب المستهلك وطبقاً لما يحدده من مواصفات، علاوة على ما يقوم بإنتاجه بالجملة لسد احتياجات السوق. كما يستقطب السوق شرائح الطبقة الوسطى وفضلاً عما تقدم يستقطب السوق أبناء القرى والمدن القريبة من الإسكندرية خاصة من محافظة البحيرة (دمنهور، كفر الدوار، رشيد وغيرها) سواء من المستهلكين أو التجار الذين يتوزعون في أنحاء متفرقة من أحياء مدينة الإسكندرية وغيرها من المدن والقرى القريبة منها.

وجدير بالذكر أن سوق الجوهريّة يقوم بوظيفة أساسية لمجموعة الأسواق التقليدية المحيطة، إذ يضمن لها توافد المستهلكين بشكل دائم بحكم التداخل الأيكولوجي بينها.

٢ - الخصائص الاقتصادية المميزة للأسواق :

تتميز الأسواق موضوع الدراسة بأنها أسواق إنتاجية، أو كما جاء على لسان الإخباريين «أسواق صنایع»، حيث كان بعضها ومازال قائماً على إنتاج ما تخصص في عرضه وبيعه من سلع وبضائع، أي أنها وظيفة

مزدوجة إنتاجية وتسويقية في أن واحد. ومن أبرز السمات المميزة لعمليات الإنتاج والتبادل التجاري التي تتم داخل هذه الأسواق أنها لا تشكل عناصر منفصلة عن بعضها البعض، بل هي أجزاء متداخلة ومتكاملة، تشكل في مجملها نسقاً اقتصادياً. فالورشة وحدة الإنتاج هي ذاتها وحدة التسويق، والصانع المنتج هو نفس القائم بعمليات التبادل التجاري، سواء تمت جملة أو بالقطعة، كما أن السلعة المنتجة هي ذاتها أهم ما يعرض للبيع وهكذا.

ولعل ما تقدم يشكل سمة أساسية من سمات الصناعات الصغيرة بالمجتمع المصري حيث أشارت دراسة شتاوت لورش الألمنيوم بالجمالية إلى أن الإنتاج السلعي الصغير والتبادل التجاري والورش والأسواق تتداخل فيما بينها لتشكل النسق الاقتصادي (George Stauth, 1984, P.81)

ورغم تباين الأسواق المدروسة - كما أوضحنا - من جوانب عديدة أهمها : نوع الحرفة السائدة بكل سوق، ونوع البضائع أو السلعة المنتجة والمباعة، ومدى سيطرة الطابع الإنتاجي أو التسويقي أو الجمع بين كليهما - رغم هذا التباين - كشفت الدراسة عن قدر هائل من التماثل بينها، فيما يتعلق بنظامي الإنتاج والتسويق. ويصل هذا التماثل إلى الحد الذي يجعل في إمكاننا أن نصدر بعض التعميمات حول خصائص هذين النظامين، في معظم الأسواق التي غطتها الدراسة الميدانية. ورغم أننا قد أشرنا في مواضع متفرقة إلى بعض ملامح نظامي الإنتاج والتسويق في أسواق بعينها، فسوف نحاول فيما يلي أن نقدم عرضاً لأهم خصائص هذين النظامين بصورة أكثر شمولاً وعمومية وباعتبارها سمات عامة تميز مجموعة

الأسواق موضوع الدراسة.

أ - تتسم نظم الإنتاج فى الأسواق موضوع الدراسة بقدر واضح من التماثل، وينطبق هذا التماثل على كل من قوى وعلاقات الإنتاج. فعلى مستوى قوى الإنتاج نلاحظ التماثل النسبى فى : خصائص الورش والمتاجر، بالإضافة إلى التماثل النسبى فى حجم رؤوس الأموال المستخدمة فى عمليات الإنتاج فى ورش ومتاجر السوق، وسوف توضح ذلك تفصيلاً فيما يلى :

- الورشة أو المتجر :

تشير الشواهد الميدانية إلى التفاوت النسبى فى حجم الورش والمتاجر من سوق لآخر، حيث يزداد الحجم نسبياً فى بعض الأسواق - خاصة الأسواق التى تعرضت لعمليات إعادة البناء والتنظيم - ويقل عن ذلك فى أسواق أخرى. لكنها فى مجموعها تعكس ورشاً محدودة المساحة. تفتقر إلى خصائص المصنع الحديث، إذ يتراوح متوسط حجم الورش والمتاجر ما بين ٨:٦ أمتاراً مربعة، كذلك تتشابه الظروف الفيزيائية للورش والمتاجر من حيث عدم ملاءمتها لعمليات الإنتاج والتسويق، إذ علاوة على صغر مساحتها تتسم بارتفاع درجة الحرارة والرطوبة ونقص التهوية، حيث تخلو عادة من أى مصدر للتهوية باستثناء مدخل الورشة الذى يكون مكدهماً دائماً بالبضائع وأبواب الإنتاج والمستهلكين... إلخ. كذلك تتميز الورش بضعف مستوى الإضاءة وغير ذلك مما تتطلبه شروط عمليات الإنتاج بشكل عام. ونتيجة لما تقدم نلاحظ أن أغلب الورش، باستثناء ورش الصاغة، تلجأ إلى

استخدام المساحة المواجهة للورشة من الطريق العام علي إنها جزء مكمل للورشة ، فتوضع به بعض أدوات الإنتاج، كما تمارس فيه بعض العمليات الإنتاجية . والمثال علي ذلك كما ذكرنا ماكينات التطريز التي توضع أمام ورش سوق الخيط ، والمعاصر اليدوية بالدقائين، والمقاعد (الدكك) التي يجلس عليها العقائون من صانعي الملابس العربية والإفريقية أمام ورشهم لإنجاز المراحل اليدوية من الإنتاج. وتتطابق هذه الخصائص والظروف الفيزيائية المميزة للورش علي متاجر السوق التي يلاحظ فيها أيضا نفس نمط استخدام المساحات المواجهة لها. حيث توضع عليها حوامل البضائع وفتارين العرض (البنوك) بالإضافة إلى تكديس كميات هائلة من البضائع علي الأرض بمدخل المتاجر وأمامها .

كذلك تتشابه الورش والمتاجر من حيث إن أغلبها يوجد في مبان قديمة متصدعة، صدر لأغلبها أمر إخلاء إداري - طبقا للبيانات المأخوذة من الحي- وجزير بالذكر أن حالة المبني وقدمه كان لها تأثير واضح علي نمط استخدام المساحة المواجهة للورش بشكل خاص، إذ أشار الإخباريون إلي ان أكثر ورش ومتاجر السوق كانت تقسم قديما من الداخل إلي مستويين : علوي ويستخدم في وضع أدوات الإنتاج وتتم به عمليات الإنتاج . وسفلي ويستخدم كمتجر تعرض فيه منتجات الورشة ، كذلك بالنسبة للمتاجر حيث كان القسم العلوي يستخدم في تخزين البضائع ، بينما يستغل الطابق الأسفل في عمليات البيع والتجارة .

وجدير بالذكر أن خصائص الورش بمجتمع البحث تطابق خصائص

ورش المشروعات الصغيرة، في مصر والبلدان النامية بشكل عام، حيث أشار العديد من الدراسات التي عنيت بهذا الموضوع إلى أن هذه الورش عادة ما تكون محدودة المساحة، ولا تحمل خصائص المصنع الحديث، كما تفتقر إلى الأساليب الحديثة التي تساعد على خفض تكاليف الإنتاج (انظر على سبيل المثال، Georg Stauth, 1984, P.83 وسيد الحسيني، ١٩٨٢، ص ١٦٢ واعتماد علام، ١٩٩١، ص ٢١٧ وسعاد عثمان، ١٩٩١، ص ٢٩٢).

وتجدر الإشارة إلى أن الورش ومتاجر السوق لا تقتصر وظيفتها على أنها مجال للإنتاج والتبادل التجاري وعلاقات الإنتاج التي تنشأ بين العاملين فيها أثناء عمليات الإنتاج فحسب، بل هي أيضاً مجال التفاعل الاجتماعي وممارسة الأنشطة الاجتماعية حيث تتحول في بعض الأوقات إلى مكان لاستقبال الأصدقاء والزائرين من العاملين بالسوق وغيرهم - خاصة في أيام العطلات - كما أنها في علاقاتها وتنظيمها وتقسيمها للعمل تشكل جزءاً لا يتجزء من حياة المجتمع الذي توجد فيه، وتلك سمة أخرى من سمات ورش إنتاج الصناعات الصغيرة في البلدان النامية كما تكشف عنها دراسات القطاع غير الرسمي.

- أدوات الإنتاج (التكنولوجيا) :

تعكس التكنولوجيا المستخدمة في عمليات الإنتاج بالأسواق موضوع الدراسة في مجموعها مستوى وسيط، ويجمع ما بين الاعتماد على اليدوية، مع إدخال الآلية محدودة النطاق - من مستوى وسيط - على بعض أدوات الإنتاج، تكون في أغلب الأحيان الأداة الأساسية والأكثر استخداماً، بينما

تعمل باقى الأنوات بطريقة يدوية، ويستثنى من ذلك بعض ورش الصاغة والمثال على ذلك إدخال ماكينات التطريز الآلى بورش التطريزجية بسوق الخيط، وماكينات التفصيل الآلى بسوق العقادين (الملايس العربية والأفريقية) وهى تستخدم فقط فى تركيب أجزاء الزى بعضها بالبعض بينما ظلت باقى مراحل الإنتاج الهامة والدقيقة تتم بصورة يدوية تماماً، أيضاً يمكننا ملاحظة استمرار الطابع اليدوى على أنوات إنتاج الخراطين، إذ تمثل التطوير الآلى الوحيد فى إلحاق موتورات كهربائية على المخارط بينما ظلت باقى الأدوات محتفظة بطابعها التقليدى ومنها : الدفرة والمرزاب لاستدارة الخشب، والأزمير والشوكة لاستعدال الخشب، واللينة لعمليات الحفر على الخشب، والبرجب لقياس التخانة، والمكة والأزمير وغيرها(١) وفى سوق الدقاكين يبدو التغير التكنولوجى فى إدخال الموتورات الكهربائية على المدقات اليدوية، بينما استمرت عمليات استخلاص الزيوت تعتمد على المعاصر اليدوية، وفى ورش الصاغة يلاحظ أن بعضها مازال يعتمد على التكنولوجيا اليدوية، فى حين أن البعض الآخر قد أدخلت عليه تغيرات تكنولوجية حديثة رغم أنها أيضاً من نمط وسيط(٢).

-
- (١) من اللافت للنظر أن الخراطين يقومون بصناعة هذه الأنوات بأنفسهم حيث يقومون بإعداد الأجزاء الخشبية منها داخل الورش، ويستعينون بخراطو المعيد فى صناعة الأجزاء المعدنية، ثم يقومون بأنفسهم بتركيب هذه الأجزاء بيفضها داخل ورشهم. وقد أشار الخراطون إلى أن هذه الأنوات كانت تاتى مستوردة من إنجلترا غير أنها لم تتوالى بالأسواق منذ فترة طويلة.
- (٢) تمثل أحدث التطويرات التكنولوجية فى صناعة الذهب فى استخدام الصهر الكترونياً وهى تكنولوجيا يابانية يؤكد الإخباريون أنها لم تستخدم بعد فى مصر حتى الآن.

وتتمثل هذه التكنولوجيا في مجموعة من الأدوات (الإيطالية) التي تعمل كخط إنتاج، يتخللها بعض مراحل الأداء اليدوى، وتتمثل هذه الأدوات فى : أفران السبك، ماكينة ضخ الشمع، ونوع خاص من الكاوتشوك (الدبر)، سلندرات من الاستانلس ستيل تصنع خصيصاً لتحمل درجة حرارة عالية، بالإضافة إلى نوع خاص من الجبس (جبس النار) ويتم العمل بهذه الأدوات بدءاً بتصميم الأسطوانة يدوياً من القضة، ثم تبدأ عملية طبع الإسطوانة (اليصمة) على الكاوتشوك، فتترك فراغاً بالكاوتشوك له نفس تفاصيل الوحدة المراد صياغتها، ثم تعرض الإسطوانة الكاوتشوك لماكينة ضخ الشمع الذى يضخ فى درجة حرارة مرتفعة، وفى حالة سيولة كاملة، فيدخل الشمع فى فراغات الإسطوانة مكوناً تفاصيل الوحدات المطلوب صياغتها، وتجمع وحدات الشمع على شجيرات (تتشجر) وتوضع فى السلندرات، ويصب فوقها الجبس الذى يتخلل الفراغات الموجودة بين الوحدات ويسحب الهواء من هذه الفراغات باستخدام جهاز (الفاكيوم) فيتماسك الجبس بوحدات الشمع، يترك الجبس ليبرد ثم يدخل فرن السبك فى درجة حرارة ٧٠٠ درجة مئوية فيسيل الشمع تاركاً فراغات لها نفس تفاصيل الوحدات المطلوب صياغتها، يصهر الذهب يدوياً فى بوتقة خاصة، ويصب فى السلندرات فيشغل الذهب تلك الفراغات مكوناً المنتج المطلوب، يترك السلندر حتى يبرد ويطفأ فى الماء فتطرد وحدات الجبس من المشغولات، وتنظف وتوضع فى الأحماض لرفع الأكسدة ويشطب المنتج ويلمع.

- العمالة :

تتسم العمالة داخل ورش ومتاجر السوق بأن النسبة العظمى منها ملاك وشركاء فى الملكية فى الورش والمتاجر، لذلك نلاحظ تفاوتاً نسبياً فى نسبة العمالة من ورشة لأخرى، وفقاً لعدد الورثة أو المشاركين من ممارسى الحرفة، ونتيجة لما تقدم نلاحظ زيادة نسبية فى عدد العمال ببعض الورش والمتاجر وانخفاض فى بعضها الأخر، هذا رغم تقارب الإمكانيات الفيزيائية والتكنولوجية والاقتصادية للورش والمتاجر وبشكل عام يمكننا أن نقرر أن نسبة العمالة بوحدات السوق تبدو محدودة، خاصة فى ظل استمرار الطابع اليدوى فى بعض أدوات ومراحل الإنتاج، وازدواجية نظم التسويق بين الجملة والتجزئة، وتظهر العمالة المأجورة كنمط شائع فى الوحدات التى يتلب عليها الطابع التجارى، خاصة فى سوق المغاربة بيوحدتيه.

ومن أهم السمات المميزة للعمالة بالأسواق المدروسة تباينها نوعياً وعمرياً مما يكشف عن نمط بسيط لتقسيم العمل وفقاً لمعيارى السن والنوع.

فمن حيث السن : تنقسم العمالة بكافة الأسواق إلى فئتين أساسيتين هما : الكبار : وتشمل هذه الفئة الأسطوانات أو المعلمين من أصحاب الورش والمتاجر، ويضطلع هؤلاء بالمراحل الأساسية من عمليات الإنتاج والتسويق، كما يقرمون بالأنوار الإشرافية وفى بعض الأحيان تشمل هذه الفئة بعض الإجراء، خاصة عندما يقل عدد الورثة أو الأبناء من العاملين بالحرفة، وعادة ما يرتبط هؤلاء بمكان العمل منذ مرحلة الصبغة، لذلك فهم يحظون بمكانة

متميزة لا تختلف كثيراً عن مكانة صاحب العمل وتشمل فئة الكبار كل من الشباب وكبار السن، أما الفئة الثانية : وهي الصبية من صغار السن وهي فئة تجمع ما بين العمالة المأجورة - وهي النسبة الشائعة الآن - إلى جانب نسبة محدودة من الأبناء، ويضطلع هؤلاء بالأدوار التكميلية، ويتلقون تدريباً من الكبار يتم جانب كبير منه بأسلوب غير مباشر، من خلال ملاحظة عمليات الإنتاج والتسويق والمشاركة في بعض تفاصيلها.

ومن حيث النوع : كشفت الملاحظة عن سيطرة عمالة الذكور على الأسواق التي يغلب عليها الطابع الإنتاجي، باستثناء سوق العقادين (الملابس العربية والإفريقية) حيث تشهد بعض وحدات هذا السوق تقسيماً بسيطاً للعمل على أساس النوع، فبينما يضطلع الرجال بعمليات القص والتفصيل، تقوم الإناث بعمليات التطريز وتركيب الحليات وعقد الخيوط على الملابس وتركيب الأزهار المصنعة من خيوط الحرير ... إلخ، غير أن أنوار الإناث لا تتم داخل الورش، وإنما تتم في منازلهن، ثم ينقل المنتج إلى الورشة بعد إتمام عمليات الإنتاج، كما أن هذا التقسيم هو تقسيم موسمي غير دائم، يظهر في مواسم رواج السوق ويتراجع في مواسم الركود.

وجدير بالذكر أن عمليات التسويق تشهد أيضاً تقسيماً بسيطاً للعمل حسب النوع، فبينما يضطلع الذكور من أصحاب المتاجر بعمليات التسويق بالجملة وعقد الصفقات يقع على الإناث عبء القيام بعمليات التسويق بالتجزئة.

مما تقدم يتضح لنا أن تقسيم العمل داخل وحدات السوق هو تقسيم

بسيط يعتمد على معيارى السن والنوع، ويختفى فيه تقسيم العمل استناداً إلى مبدأ التخصص، كما أن المهارات هي مهارات مورثة أو مكتسبة يتم اكتسابها خلال الفترات الطويلة التي تقتضيها العمالة بالسوق بدءاً بمرحلة الصبية وانتهاءً بممارسة أنوار الكبار.

- رؤوس الأموال :

تعكس غالبية الورش والتاجر بما تتميز به من خصائص تشمل الورشة وإمكاناتها، ومستوى التكنولوجيا، ونسبة العمالة ... إلخ حقيقة هامة تتعلق بانخفاض حجم رؤوس الأموال المستخدمة في عمليات الإنتاج، فإذا ما وضعنا في اعتبارنا النظام الشائع للملكية هذه الورش والتاجر، والذي يقوم على نظام المشاركة في الملكية بين مجموعة من الورثة، لأمكن لنا أن نتبين مدى انخفاض النسبة التي يساهم بها كل مالك أو منتج في رأس المال.

وإذا وضعنا في الاعتبار أيضاً أن الأرباح والعائد من الإنتاج يقسم بالتساوى بين مجموعة الشركاء، إذا وضعنا كل ذلك في الاعتبار يمكننا أن نتبين انخفاض نسبة عائد الربح من الإنتاج، ومع ندرة العمالة المأجورة أو تلاشيتها تماماً في بعض الورش، تختفى مفاهيم فائض القيمة، ومن ثم تنقلص فرصة تراكم رأس المال، بالقدر الذي يسمح بتطوير هذه المشروعات أو تحسينها، إلا في نطاق محدود للغاية، يضاف إلى ما تقدم أن أطراف علاقات الإنتاج وموقعهم المتساوى من ملكية أدوات الإنتاج تخلق نظاماً للتكافل والتضامن الاجتماعى، حيث يشاركون بعضهم البعض للوفاء ببعض الحاجات الملحة أو الطارئة، ويتناوبون هذا التكامل والتضامن بصورة

مستمرة قد لا تسمح في أغلب الأحيان بتراكم رأس المال.

وهكذا تستمر قوى الإنتاج محتفظة بكثير من خصائصها التقليدية ويظهر رأس المال المنخفض في أغلب الأسواق كمحصلة أو نتيجة مباشرة لنمط الإنتاج التقليدي، وسبب في استمراره في نفس الوقت، وبذلك تستمر هذه الأسواق كنمط يقوم بوظيفة أساسية لفئة أو شريحة طبقية من المجتمع تجد فيه سبيلاً للاستمرار والبقاء، رغم التفاوت النسبي في مستوياتهم الاقتصادية تبعاً لنوع الحرفة وخصائص المنتج وأسعاره وحجم مبيعاته.

كما يستمر أيضاً هذا النمط ليلبي احتياجات شريحة طبقية لا تقوى على الوفاء باحتياجاتها من الأسواق الكبرى بالمدينة.

ومما يدعم النتائج السابقة فيما يتعلق بإتخفاض حجم رؤوس الأموال ما توصلت إليه الدراسة من أن القادرين مادياً من تجار ومنتجي السوق - باستثناء الجوهريّة والعقّادين - ممن توافرت لهم رؤوس أموال تسمح بالتطوير والتحديث، قد حولوا ورشهم بالفعل إلى مصانع حديثة بالمناطق الصناعية وتحولت أغلب ورشهم إلى معارض لبعض منتجات هذه المصانع التي أصبحت أكثر ارتباطاً بالأسواق الكبرى بالإسكندرية وغيرها من المحافظات.

ب - تتم عمليات الإنتاج داخل ورش السوق بأسلوبين هما : الإنتاج بالجملة، ويتم لحساب الورشة، أو بناء على طلب التجار ووسطاء التجارة ومتطلبات التصدير بسوق الملابس العربية والأفريقية بشكل خاص، وطبقاً لهذا الأسلوب يتم تحديد كمية المنتج ومواصفاته في ضوء خبرة المنتج

باحتمياجات وآليات السوق، من عرض وطلب ومواسم الركود والرواج وغيرها، كما يتم الإنتاج بهذا الأسلوب وفقاً لذوق المنتج، وخبرته بأنواع المستهلكين أو وفقاً لمواصفات تحدد في عقود التصدير علي نحو ما يتم بسوق الملابس العربية والأفريقية، أما الأسلوب الثاني فهو الإنتاج بالقطعة (التجزئة)، ويتم الإنتاج فيه بناء على طلب المستهلك ونوقه، حيث تلبس هذه الأسواق الحاجات الفردية للمستهلكين، وتعد هذه الخصائص سمات عامة مشتركة في كافة الأسواق ذات الطابع الإنتاجي، بدءاً بأبسطها كسوق الخيط والدقائمين والخراطمين وانتهاءً بأكثرها تعقيداً وتطوراً كورش الجهرجية.

ج - اتساقاً مع ما يحدث في نظام الإنتاج، والتي تتضمن الإنتاج بالجملة لحساب الورشة والإنتاج بالقطعة بناء على طلب المستهلك، نلاحظ أيضاً أن التسويق بكافة وحدات السوق يتم بطريقتين هما :

- التسويق بالجملة : ويتم عادة لتجار التجزئة من الأحياء المختلفة لمدينة الإسكندرية وتجار القرى ووسطاء التجارة^(١)،

والذين يحملون بضائع هذه الأسواق إلى تجار التجزئة داخل الإسكندرية أو خارجها وعادة ما يحصل هؤلاء على إحتياجاتهم من البضائع بالأجل وبأسعار أقل من سعر التجزئة، ويبيعونها بأسعار تقارب

(١) تتضمن هذه الفئة بعض أتباع المائتين الذين يحملون طى بعض بضائع هذه الأسواق - خاصة سوق الخيط وزنقة الستات - ويوجدون بها الأحياء الشعبية والفقيرة بالإسكندرية وغيرها من القرى والمدن القريبة، حيث تباع بالأجل -

أسعارها بالأسواق الكبرى بالمدينة أو تماثلها وتشكل هذه الفئة أهم الفئات التي تعتمد عليها السوق في تصريف منتجاته.

وجدير بالذكر أن نسبة محدودة من هذه الأسواق تصدر مبيعاتها إلى الأسواق الخارجية بناءً على عقود وصفقات بكميات ومواصفات محددة مسبقاً ونقصد بها سوق الملابس العربية والأفريقية، ويندرج هذا المستوى من مبيعات هذا السوق تحت نمط التسويق بالجملة أيضاً.

- التسويق بالتجزئة (القطاعي) : ويقتصر هذا الأسلوب على المبيعات التي تتم بشكل يومي مستمر لرواد السوق من المستهلكين من أبناء مدينة الإسكندرية بشكل خاص، ويزداد حجم المبيعات موسمياً خاصة في فصل الصيف حيث ينضم إلى أبناء مدينة الإسكندرية زوار ومصطافى الإسكندرية، الذين يحرص بعضهم على التردد على هذه الأسواق للحصول على بعض الاحتياجات خاصة من سوق المغاربة وجدير بالذكر أن الأسعار التي تبايع بها المعروضات للمستهلكين بالتجزئة تنخفض عن مثيلتها بالأسواق الأخرى داخل مدينة الإسكندرية بشكل ملحوظ.

وهي نطاق البيع بالتجزئة تظهر كثير من قواعد ومبادئ السوق كالمساومة في الأسعار والمناوأة وغيرها من أساليب جذب المستهلك التي سنفصل الحديث عنها في موضوع لاحق، أما عمليات التسويق بالجملة فتكاد هذه القواعد تختفي فيها، حيث يرتبط الوسطاء والتجار بمتاجر بعينها، ويتم عمليات الحساب وغيرها في جلسات خاصة بعيداً عن أعين المستهلكين.

د - رغم ما تتميز به هذه الأسواق من طابع تقليدى يميز كل من نظم الإنتاج والتسويق، إلا أن حركة الإنتاج والتجارة فيها لا تنفصل عن حركة الإنتاج والتجارة بالأسواق العالمية والنظم الصناعية الحديثة حيث تعتمد وحدات ورش السوق التى يغلب عليها الطابع الإنتاجى على منتجات الصناعة الحديثة العالمية والمحلية من الآلات والأدوات الحديثة التى تنهض عليها عمليات الإنتاج كما تعتمد الأسواق التى يغلب عليها الطابع التجارى على ما تنتجه هذه المصانع من سلع وبضائع تعرض جنباً إلى جنب مع منتجات السوق وهى بذلك تؤدى دوراً وظيفياً مزدوجاً إذ تسمح للصانع بالإطلاع على ما هو جديد ومن ثم تشكل حافزاً للتطوير والتجديد، ومن جهة أخرى فهى تضمن جذب مزيد من المستهلكين، ومن ثم فإن هذا التكامل يعمل كميكانيزم أساسى يمد هذه الأسواق بعوامل الاستثمار.

- سادساً: أهم النتائج والاستخلاصات :

- تشكل الأسواق موضوع الدراسة تسقاً كلياً مكوناً من عدة وحدات فرعية تتسم بدرجة من التكامل والاعتماد الوظيفى المتبادل، وتظهر أبرز صور هذا التكامل فى اعتماد بعض هذه الأسواق على بعضها الأخر كمصدر للحصول على ما يلزمها من المواد الخام ولوازم الإنتاج.

- تشير النتائج إلى حدوث تغييرات ملموسة فى الأسواق موضوع الدراسة، وتتباين مستويات هذا التغيير بين تغييرات شاملة تتعلق باندثار بعض هذه الأسواق أو انحصار بعضها الأخر، وهناك أيضاً تغييرات أقل حدة ترتبط بما طرأ عليها من ملامح التغيير، التى تشمل نوعية البضائع

والمنتجات، ومستوى التكنولوجيا المستخدمة في عمليات الإنتاج، والتغيرات النسبية في نمط الإنتاج التقليدي.

- فعلى مستوى التغيرات الشاملة تشير النتائج إلى اندثار بعض هذه الأسواق اندثاراً تاماً، ومثالها سوق النقلية والصرفية والحصرية والطربوشجية كما تكشف النتائج عن انحسار بعض هذه الأسواق انحساراً ملحوظاً، ومثالها سوق الدخاخنية والخراطين. بينما استمر بعض هذه الأسواق، مدعماً بمزيد من الازدهار ومثالها سوق الجواهرجية (الصاغة) والدقايق، والأسواق التي يقلب عليها الطابع التجارى وتؤكد النتائج تباين المؤثرات التي لعبت دوراً في اندثار بعض هذه الأسواق من سوق لأخر، فسوق النقلية جاء اندثاره مصاحباً لعمليات التطوير وإعادة تنظيم المنطقة المحيطة بالأسواق. ونظراً لأنه يؤدي وظيفة ويلبي حاجات المستهلكين، فقد انتقلت وحداته وتوزعت عشوائياً ضمن الأسواق الأخرى بالمدينة. أما سوق الصرفية فقد إرتبط في نشأته بمحددات سياسية واقتصادية تاريخية، ومن جاء اندثاره مصاحباً لتراجع هذه المؤثرات. أما باقي الأسواق المندثرة كالحصرية والطربوشجية فإن اندثارها جاء نتيجة لتراجع وظيفتها بالنسبة للمجتمع، حيث لم تعد المنتجات التي تقدمها تطابق أنواق العصر، ومن ثم فهي لا تجد إقبالاً من المستهلكين، علاوة أن منتجات سوق الحصرية أصبح لها منافس في الأسواق من منتجات الصناعية الحديثة، من الحصر البلاستيك التي تصنع بخامات أقوى، وتعرض بأسعار محدودة، تلائم احتياجات الشرائح الطبقيه الدنيا، التي يزداد طلبها على هذا النوع من

المنتجات، أما الأسواق التي تشهد انحساراً ملحوظاً، خاصة الداخنية والخراطين، فقد تراجعت أيضاً نتيجة لمنافسة منتجات الصناعة الحديثة.

- أما الأسواق التي لوحظ استمرارها وازدهارها فتؤكد النتائج أن هذا الاستمرار مدعماً بما تؤديه من وظائف، حيث مازالت منتجاتها تشهد إقبالا ملموساً من شرائح طبقية متباينة. وتؤكد هذه النتائج أن العناصر الوظيفية تقوى وتتدعم، أما العناصر غير الوظيفية فهي تتراجع ولا تقوى على مقاومة عوامل الانحسار. هذا فيما يتعلق بالتغيرات الشاملة التي تعرضت لها الأسواق التقليدية بالإسكندرية. أما على مستوى التغيرات الأقل حدة، والتي تعكس بعض ملامح التغير في الأسواق القائمة بالفعل فتتمثل فيما يلي :

- التراجع النسبي في الوظائف الإنتاجية لبعض هذه الأسواق، في مقابل ازدهار وظائفها التجارية.

- التجديد والتنوع في بعض أنواع البضائع من منتجات الصناعة الحديثة المحلية والعالمية، ويتسع نطاق هذا التنوع إلى الحد الذي نلاحظ من خلاله بضائع متباينة تماماً مع ما عرف عن بعض هذه الأسواق من خصوصية اقتصادية تقليدية. مثال ذلك الأدوات الكهربائية التي تعرض ببعض وحدات سوق الخيط. لكن رغم ما تقدم مازالت هذه الأسواق تحتفظ بكثير من أنواع البضائع التقليدية، طالما أنها تشهد إقبالا من رواد السوق.

- التطوير التكنولوجي في بعض أدوات الإنتاج، وهو تغيير غير شامل، كما أنه يتباين أيضاً من سوق لآخر، حيث تزداد نسبة التطويرات التكنولوجية ببعض هذه الأسواق مثل سوق الجواهرجية، بينما تنخفض

نسبة التطوير التكنولوجى فى أغلب الأسواق إلى آلة واحدة، وتظل باقى الأدوات محتفظة بطابعها اليدوى التقليدى.

- ظهور بعض ملامح التغيير فى نمط الإنتاج التقليدى ببعض هذه الأسواق، خاصة سوق الجوهرجية، وقد جاء هذا التحول مصاحباً لدخول فئة جديدة من الموسرين إلى سوق الجوهرجية بهدف الاستثمار واستغلال رؤس الأموال، معتمدين على ما تنتجه الورش التقليدية من مشغولات ورش الصاغة مما دفع هذه الورش إلى التطوير فى أنوات لإنتاج. وبذلك بدأت تتشكل ملامح نمط إنتاج جديد، بدأ فيه الانفصال بين المنتج وصاحب رأس المال، وظهرت فيه العمالة المأجورة بعد أن كان أكثر العاملين بالحرفة من ملاك الورش وورثتها.

- تشير النتائج إلى وجود مجموعة من القواعد والمبادئ الأساسية المتفق عليها بين العاملين بالسوق، تنظم أنماط التفاعل والعلاقات الاجتماعية، وتعمل كميكانيزمات لحفظ التوازن داخل السوق. وتشمل هذه المبادئ قواعد خاصة بتحديد العلاقات بين العاملين بالسوق بعضهم بالبعض، وأخرى خاصة بتحديد أنماط العلاقة بينهم وبين رواد السوق من مستهلكين وتجار ووسطاء التجارة ... إلخ، وتضمن هذه القواعد : المناداة، المساومة فى الأسعار، التكامل الاقتصادى بين وحدات السوق، الاتفاق المسبق على الأسعار، المعايير التى تحدد نمط العلاقة بالمستهلك، استفتاح الجار .. هذه علاوة على مجالس الصلح التى يعقدها كبار العاملين بالسوق لحل ما قد يطرأ من مشكلات، من خلال متابعة مدى الالتزام بالقواعد

السابقة وردع الخارجين عليها.

- فضلا عن مجموعة القواعد التي تنظم العلاقات بين العاملين بالسوق، تشير النتائج إلى مجموعة من الاعتبارات يتم في ضوءها تحديد نمط العلاقة بالمستهلك أثناء عمليات البيع والشراء. وتمثل أهم هذه الاعتبارات في : خبرة التجار ووعيهم الكامل بالسوق وآلياته من عرض وطلب وأسعار، بالإضافة إلى معرفتهم الدقيقة بكافة التفاصيل المتعلقة بمتاجر السوق، وفي ضوء هذه الخبرة يتم تحديد الأسلوب الأمثل للتعامل مع المستهلك، وحجم التنازلات التي يمكن أن يقدمها البائع في الأسعار وغيرها. من هذه الاعتبارات أيضا خبرة التجار المكتسبة حول سيكولوجية المستهلك، والتي يمكنهم في ضوءها معرفة ما إذا كان راغبا في الشراء، أو عازفاً عنه (جاء يتفرج)، أيضا حجم ونوع المبيعات التي يطلبها المستهلك، بالإضافة إلى نسبة تردده على السوق، وفي ضوء هذه الاعتبارات يتم تحديد الاسلوب الأمثل للعلاقة بالمستهلك أثناء عمليات البيع والشراء.

- يتسم رواد هذه الأسواق بالتنوع الطبقي والثقافي، ويمكننا أن نلاحظ تفاوتاً نسبياً بين الأسواق الفرعية من حيث الانتماء الطبقي والثقافي لروادها. فالأسواق ذات الطابع التجاري تبدو أكثر قدرة على جذب المستهلكين من شرائح طبقية مختلفة نتيجة لتنوع معروضاتها من ناحية، فضلا عن عمليات التجديد المستمر في نوعية هذه البضائع، التي تشمل منتجات محلية وأخرى عالمية. أما الأسواق ذات الطابع الإنتاجي فتتفاوت الشرائح طبقية لروادها، فبينما يندرج أغلب رواد سوق الجوهريّة ضمن

الشرائح العليا والوسطى، نجد أن سوق الخراطين يجتذب الشرائح الدنيا، وبعض من الشرائح الوسطى، كما يتنوع رواد هذه الأسواق ثقافيا بين حضريين من الإسكندرية وغيرها من المدن القريبة وريفيين من قرى المحافظات الأخرى، علاوة على ما تقدم تجتذب بعض هذه الأسواق فئات خاصة كسوق الملابس العربية والأفريقية، وسوق الداخنية. أما أكثر هذه الأسواق جذبا لكافة الشرائح الطبقية فهو سوق الدقاين.

وفي ختام مناقشة النتائج تجدر الإشارة إلى بعض الاستخلاصات العامة حول هذه الأسواق، بامتيارها تشكل جزءا لا يتجزأ من قطاع الاقتصاد غير الرسمي، وهي استخلاصات يمكن أن تندرج تحت بعض القضايا التي تثيرها دراسات القطاع غير الرسمي وقد ورد بعضها ضمن نتائج الدراسة.

وأهم هذه الاستخلاصات ما يأتي :

- إن عمليات الإنتاج داخل ورش السوق التي مازالت محتفظة بوظيفتها الإنتاجية تتم خارج نطاق المصنع بمفهومه الحديث، حيث تتميز هذه الورش بظروف فيزيقية متدنية، لا تتطابق مع شروط الصناعة الحديثة، سواء من حيث مساحتها أو تهويتها أو إضاءتها، أو توزيع أنوات العمل بها، أو حجم العمالة بالورشة.. إلخ. ولذلك تلجأ هذه الورش إلى استخدام المساحات المواجهة لها من الطريق العام على أنها جزء مكمل للورشة، توضع به بعض أنوات الإنتاج أو التكنولوجيا المتاحة لا تنسق كما وكيفا - رغم ما طرأ

عليها من تطويرات -- مع متطلبات الإنتاج بمفهومه الحديث. كما أن تقسيم العمل داخل هذه الورش ينهض على معايير تقليدية تختفى فيها مفاهيم التخصص، ويحل محلها معايير بسيطة لتقسيم العمل على أساس معيارى السن والنوع، علاوة على صغر حجم رؤس الأموال المستخدمة فى عمليات الإنتاج بشكل عام ، رغم التباين النسبى من ورشة لأخرى وفقاً لنوع الصناعة.

- رغم ما تقدم فإن عمليات الإنتاج والتبادل التجارى داخل هذه الأسواق لا تتفصل انفصالا تاما عن المشروعات الرأسمالية أو النظم الصناعية الحديثة، بل تترايط بها بشكل غير مباشر، وتتكامل معها من عدة جوانب، فهى المصدر الرئيسى للحصول على الأدوات والآلات خاصة من التكنولوجيا الحديثة التى عرفت طريقها إلى هذه الأسواق. وفضلا عما تقدم تعتمد هذه الأسواق على بعض منتجات الصناعة الحديثة التى تعرض جنب إلى جنب مع منتجات السوق، وهى بذلك تؤدى نورا وظلياً لعمليات الإنتاج داخل هذه الورش الصغيرة. حيث تشكل حافزاً للصناع للتطوير والتعديل فى الخامات والأنواع بما يضمن جذب المستهلك، ومن ثم استمرارية هذه الأسواق، التى تمنح بدورها الاستمرار والبقاء لفئة أو شريحة من الحرفيين العاملين بالسوق، فضلا عن توفير فرص العمل والدخل لشريحة أخرى أكثر احتياجا كالصبية والمنادين وغيرهم.

- إن عمليات الإنتاج والتبادل التجارى التى تتم داخل هذه الأسواق، وكذلك الوحدات التى تضطلع بهذه العمليات من ورش ومتاجر لا تشكل

عناصر منفصل عن بعضها البعض، بل هي أجزاء متداخلة ومتكاملة تشكل
في مجموعها نسقاً اقتصادياً.
- تنقسم هذه الأسواق أيضاً بأنها تشكل جزءاً لا يتجزأ من المجتمع
الحي، ترتبط بكل مظاهره، كما أنها تكمن معايير المجتمع التي تربط بين
الاتصالات والتفاعلات الاجتماعية الوثيقة التي تربط بين

قائمة المراجع

أولا : المراجع العربية :

- إبراهيم العدل المرسي : النشاط الاقتصادي للجالية الفرنسية في مدينة الإسكندرية في عهد الخديوي إسماعيل (١٨٦٣ - ١٨٨٩)، منشور في : مؤتمر الإسكندرية الدولي الأول حول التبادل الحضارى بين شعوب البحر المتوسط عبر التاريخ، بحوث المؤتمر (الكتاب الثانى)، جامعة الإسكندرية، كلية الآداب، ١٩٩٤، من ص ٢٩ - ٩٣.
- السيد الحسينى : التصنيع فى الدول النامية (الآن منتجوى) الطبعة الأولى، ١٩٨٢.
- السيد الحسينى : التحضر فى الأقطار النامية : الملاح والمشكلات، ب ن ، ١٩٩١.
- اعتماد علام، الحرف والصناعات التقليدية بين الثبات والتغير، مكتبة الأنجلو المصرية الطبعة الأولى، ١٩٩١.
- بلاكمن، وينفريد، الناس فى صعيد مصر : العادات والتقاليد، ترجمة أحمد محمود، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، القاهرة الطبعة الأولى، ١٩٩٥.
- جمال الدين الشيال، الإسكندرية : طبوغرافية المدينة وتطورها منذ أقدم العصور، مجلة الجمعية المصرية للدراسات التاريخية، دار المعارف المصرية، ١٩٤٩.
- جمال الدين الشيال، تاريخ الإسكندرية فى العصورن الأيوبي والمملوكى، من كتاب : الإسكندرية، غرفة الإسكندرية التجارية، الإسكندرية، ١٩٤٩.
- جمال الدين الشيال، تاريخ مدينة الإسكندرية فى العصر الإسلامى، دار المعارف،

الإسكندرية ١٩٦٧.

- حسين خلاف، التجديد في الاقتصاد المصري الحديث، دار إحياء الكتب المصرية، القاهرة، ١٩٦٢.

- سعاد عثمان أحمد، سيك المعادن، دراسة في الثقافة المادية، منشور في: علياء شكرى وآخرون، علم الاجتماع الاقتصادي والتنمية الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ١٩٩١.

- سعد الجادر، لحات عن الحلى الفضية المغربية، منشور في: الملتقى الشعبية، العدد الرابع والثلاثون، أبريل ١٩٩٤، ص ٦٠-٧٥.

- عبد السلام عبد الحليم عامر، طوائف الحرف في مصر (١٨٠٥-١٩١٤)، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة ١٩٩٣.

- علي بركات، رؤية علي مبارك لتاريخ مصر الاجتماعي، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، القاهرة، عدد ٥٤ سنة ١٩٨٢.

- محمد الجوهري، عبد الله الخريجي، طرق البحث الاجتماعي، دار الثقافة والنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٠.

- محمد الجوهري، دراسة علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، ١٩٧٩.

- محمد حافظ، نور الجاليات الأجنبية في النمو الحضري في مصر: مع إشارة خاصة لمدينة الإسكندرية، منشور في: مؤتمر الإسكندرية الدولي الأول حول التبادل الحضارى بين شعوب البحر المتوسط عبر التاريخ، بحوث المؤتمر (الكتاب الثانى) جامعة الإسكندرية، كلية الآداب، ١٩٩٤، ص ٩٥-١٤٠.

- محمد رشدي، التطور الاقتصادي في مصر، الجزء الأول، دار المعارف، القاهرة،
١٩٧٢.

- محمد صبحي عبد الحكيم، مدينة الإسكندرية، دار النهضة المصرية، القاهرة
١٩٥٨.

- محمد عبد الحميد الحناوي، تخطيط مواقع الإسكندرية القديمة وتطورها حتى أوائل
القرن التاسع عشر الميلادي، ب.ت.

- نبيل عبد الصمد سيد أحمد، النشاط الاقتصادي للأجانب وأثره في المجتمع
المصري، من (١٩٢٢-١٩٥٢)، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة
١٩٨٣.

ثانياً : المراجع الأجنبية

- Beneton, Iaren. invisible factories : the informal economy and industrial development in spain in : American Anthropologist, vol. 94, No. 1 March 1992.
- Bloch, Maurice, Marxist analysis and social Anthropology. A.S.A. Studies, General Editor : Edwin Ardener, Tavistock Publications, London and New York, 1984.
- Geertz, C. Peddlers and Princes, University of Chicago Press, Chicago, 1963.
- Godelier Maurice, Modes of Production, Kinship structures in : Bloch , Maurice, Marxist analysis and Social Anthropology, General Editor : Edwin Ardener Tavistock Publication London, and New York, 1984.
- Kahn Joel, Economic Scale and the cycle of petty Commodity production in wesy Sumatra in : Maurice, Marxist analysis and Social Anthropology. General Editor : Ediwin Ardener, Tacistock Publications, London and New York, 1984.
- Stauth, Georg, Gamaliyaa : informal Economy and Social life in a popular Quarter of Cairo in Hopkins, Nicholass, 1984.
- Warren, Roland, the community in America, Rand Mc, Nally, Chicago, 1963.