

سوق التلاوة الأسبوعي بحي بولاق الدكرور (محافظة الجيزة)

دراسة في الجغرافية الاقتصادية

إعداد

مصطفى عبد الوهاب

الملخص

تناولت الدراسة سوق الثلاثاء الأسبوعي بحي بولاق الدكرور ، بمحافظة الجيزة ، حيث يعد أكبر سوق عشوائي داخل المحافظة يقع داخل حي بولاق الدكرور أكبر أحياء المحافظة من حيث عدد السكان، وقد اشتملت الدراسة على خمسة عناصر رئيسية سبقتها مقدمة أبرزت أهميتها وأسباب اختيارها ، ثم أهم المناهج والأساليب المستخدمة في الدراسة ، واعتمدت الدراسة بشكل رئيسي على العمل الميداني. وتمثلت عناصر الدراسة فيما يلي : العنصر الأول ، وتناول الموضوع والموقع والعلاقات المكانية للسوق ، وفي العنصر الثاني ، أوضحت الدراسة التركيب الداخلي للسوق ، وفي العنصر الثالث والرابع تم دراسة خصائص الباعة وخصائص المتسوقين ، وفي العنصر الخامس رصدت الدراسة النفوذ النظري والفعلي لسوق الثلاثاء الأسبوعي، وفي العنصر السادس رصدت الدراسة أهم مشكلات سوق الثلاثاء الأسبوعي ، وجاءت في مقدمتها مشكلة الازدحام الشديد الذي ينتج عنه الكثير من المشكلات مثل السرقة والنصب والشغب وعمليات الخطف والتحرش ، وكذلك المشكلات التي يتعرض لها سكان المنطقة ، وانتهت الدراسة بخاتمة بالإضافة إلى عدد من النتائج والتوصيات كان من أهمها : تفعيل الدور الرقابي لأجهزة المحافظة المختلفة في تنظيم السوق ، وتوفير مرافق لخدمة المترددين على السوق.

الكلمات المفتاحية : حي بولاق الدكرور ، سوق ، باعة ، متسوقين ، نفوذ السوق .

Abstract:

The study dealt with the weekly Tuesday Market, in Boulaq al-Dakroul district, Giza Governorate. as it is considered the largest random market within the governorate. It is located within the Boulaq al-Dakroul neighborhood, the largest neighborhood in the governorate in terms of population. The study included five main elements, preceded by an introduction that highlighted its importance and the reasons for choosing it, then the most important approaches and methods. used in the study, and the study relied mainly on field work.

The elements of the study were as follows: The first element dealt with the position, location, and spatial relationships of the market. In the second element, the study clarified the internal structure of the market. In the third and fourth elements, the characteristics of sellers and shoppers were studied. In the fifth element, the study monitored the theoretical and actual influence of the weekly Tuesday market. The sixth element: The study monitored the most important problems of the weekly Tuesday market, the most important of which was the problem of severe crowding, which results in many problems such as theft, fraud, riots, kidnappings and harassment, as well as the problems to which the residents of the region are exposed. The study ended with a conclusion in addition to a number of results and recommendations, the most important of which were Activating the supervisory role of the various governorate agencies in regulating the market, and providing facilities to serve those who visit the market.

Key words: Boulaq Al-Dakroul district, Market, Vendors, Shoppers, Influence Market .

مقدمة :

تعكس احتياجات السكان التنوع في الأسواق ، مما يؤدي إلى ظهور أنواع أخرى من الأسواق لديها مقدرة الإشباع في ظل خصائص متباينة ، وأهم ما يميزها الوقت والمكان ونوع السلع وخصائص المستهلك ، ومن ثم ظهرت أنواع أخرى من الأسواق يمكن تسميتها وفقاً لخصائصها بالأسواق الأسبوعية (هاجر صبحي فهمي، ٢٠٢٠م، ص١١٧).

وترتبط نشأة الأسواق العشوائية بحضر محافظة الجيزة ارتباطاً وثيقاً بالمناطق السكنية خاصة المناطق الشعبية والتي تتميز بالكثافة السكانية العالية وبال عمران العشوائي كما هو الحال بحي بولاق الدكرور الذي يعد أحد أهم أحياء محافظة الجيزة شكل (١) وهو حي شعبي ينتشر به العمران غير المخطط ، ويأتي في المرتبة الأولى من حيث عدد السكان حيث يتخطى عدد سكانه المليون نسمة "١٠٢٠٢٤١ نسمة" يمثلون ١٩,٥% من حجم سكان حضر محافظة الجيزة عام ٢٠٢٣م (الجهاز المركزي

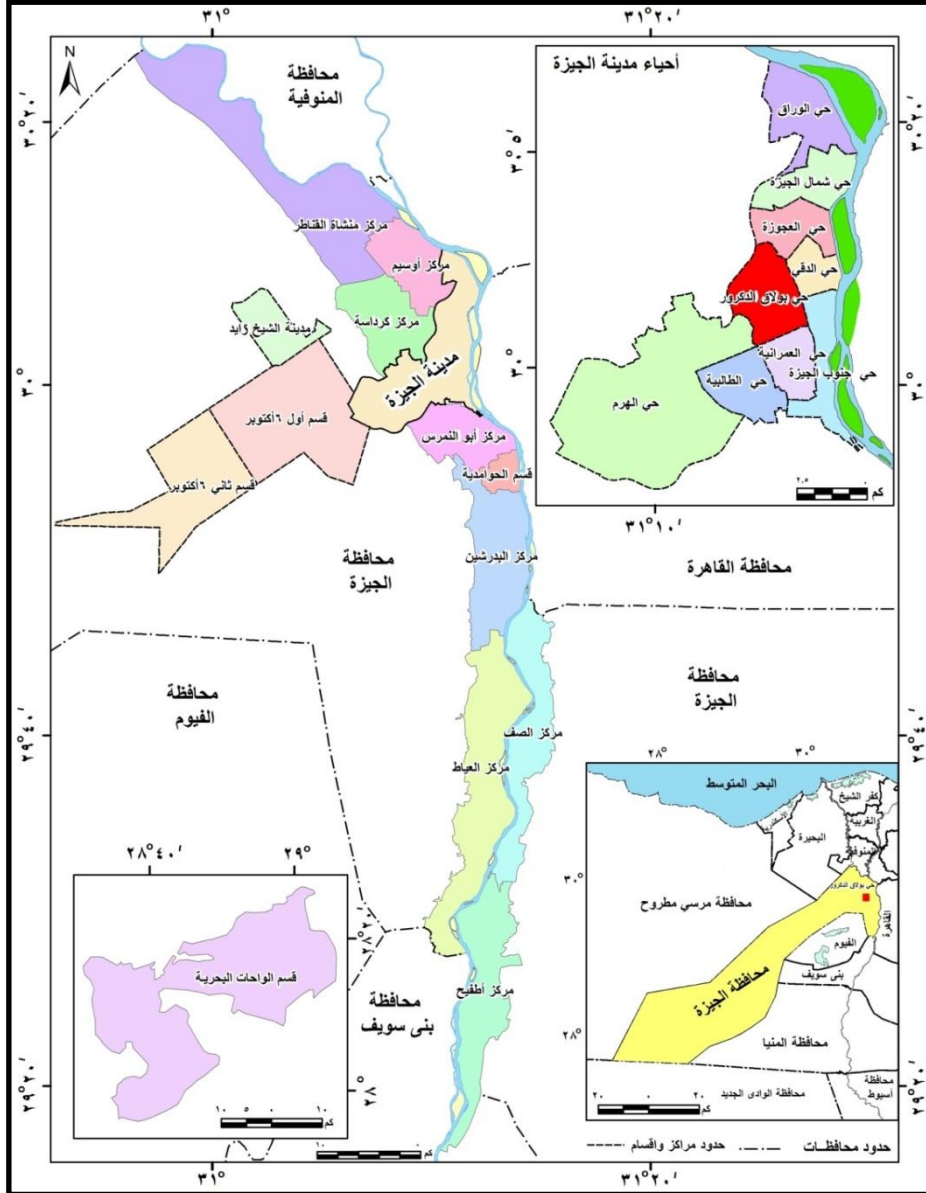
للتعبئة العامة والإحصاء ، تقديرات عدد السكان في ٢٠٢٣/١/١م ،محافظة الجيزة) يتوزعون على مساحة ١٢,١٩ كم ٢ ، ويضم حي بولاق الدكرور ١٥ سوقاً عشوائياً كما هو موضح بالشكل (٢) منها ١٤ سوق عشوائي يومي و واحد سوق عشوائي أسبوعي و خمسة أسواق حضارية (الدراسة الميدانية، أكتوبر ، ٢٠٢٣م).

ويضم حي بولاق الدكرور سوق أسبوعي واحد يقع داخل شياخة زنين هو سوق جمال مجاهد أو ما يعرف بسوق الثلاثاء الأسبوعي ، وهو أكبر سوق عشوائي على مستوى حضر محافظة الجيزة من حيث عدد الباعة والمتسوقين وكذلك من حيث المساحة ، حيث يبلغ عدد الباعة أكثر من ٣٥٠٠ بائع ينقسمون إلى حوالي ٢٨٠٠ بائع على فروشات تقام في وسط شارع داير الناحية وعلي جانبية وداخل بعض الشوارع المتفرعة منه وحوالي ٧٠٠ بائع في المحال ، ويبلغ عدد المتسوقين حوالي ٦٠٠٠ متسوق (الدراسة الميدانية، أكتوبر، ٢٠٢٣م) ، وتبلغ مساحة السوق ٤,٨ فدان تقريباً^(١). وهو سوق غذائي تجاري ، ويأتي إليه المتسوقون من داخل الحي ومن خارجة .

(١) تم حساب المساحة باستخدام برنامج (ARC GIS V. 10.5).

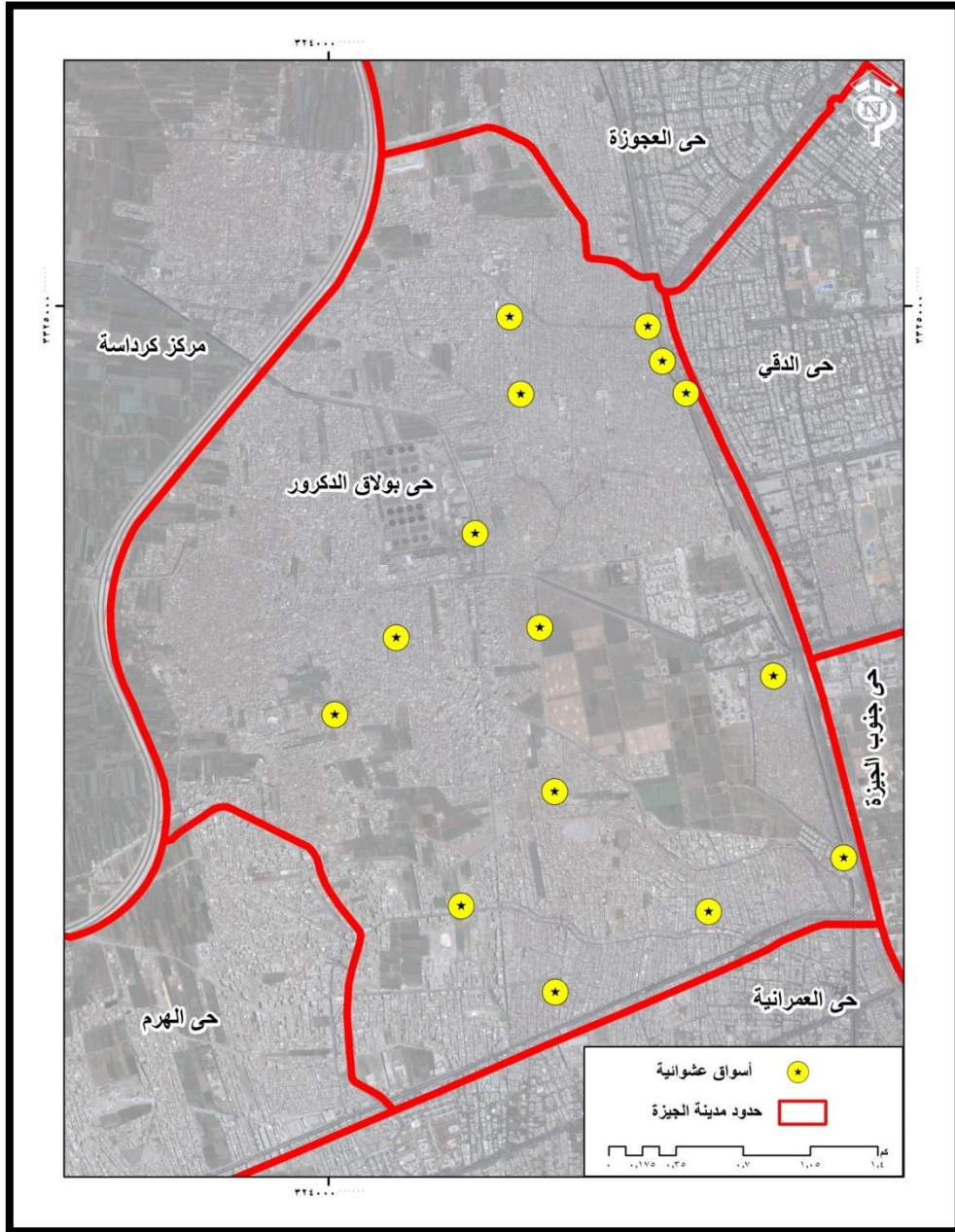
دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر(المجلد الأول) ٢٠٢٤

وتعتمد الدراسة بشكل رئيسي على نتائج العمل الميداني ، فقد تم إعداد استمارة استبيان للمتسوقين وأخرى للباعة حيث تم توزيع ١٠٥٠ استمارة استبيان على الباعة والمتسوقين بالسوق للوقوف على الخصائص الديموجرافية للمتسوقين والباعة بالسوق.



المصدر : الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء

شكل (١) التقسيم الإداري لمحافظة الجيزة عام ٢٠٢٢ .



شكل (٢) توزيع الأسواق العشوائية داخل حي بولاق الذكور عام ٢٠٢٣م .

أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع :

تعد دراسة الأسواق العشوائية من الدراسات المهمة والتي يمكن من خلالها إبراز الجانب التطبيقي لعلم الجغرافيا ، كأحد الفروع العملية التي يمكن أن تسهم بشكل إيجابي في حل المشكلات الاقتصادية التي تواجه المجتمع .
وقد وقع اختيار الباحث على سوق الثلاثاء الأسبوعي بحي بولاق الذكور ، محافظة الجيزة ، لعدة أسباب أهمها :

- ١ - يعد السوق أكبر سوق عشوائي على مستوى حضر محافظة الجيزة .
- ٢ - يعتبر السوق أهم سوق عشوائي بمحافظة الجيزة ، حيث يفد إليه آلاف المتسوقين أسبوعياً
- ٣ - وقوع السوق في منطقة مكتظة بالسكان وهو حي بولاق الذكور الذي يحتل المرتبة الأولى بين أحياء محافظة الجيزة من حيث الكثافة السكانية طبقاً لتقديرات عدد السكان في ٢٠٢٣/١/١ م .

- ٤ - ينجم عن وجود السوق مشكلات بيئية وأمنية وعمرانية واختناقات مرورية ، بالإضافة إلى مظهر الأسواق العشوائية غير الحضاري .
- ### أهداف الدراسة :

هدفت الدراسة إلى :

- ١ - دراسة الخصائص المورفولوجية للباعة والمتسوقين
- ٢- التعرف على التركيب الداخلي للسوق
- ٣ - التعرف النفوذ النظري والفعلي للسوق

مناهج وأساليب الدراسة

أ - مناهج الدراسة :

اعتمدت الدراسة على عدد من المناهج هي :

- ١ - المنهج الوصفي التحليلي Description Analytical Method : تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بغرض وصف الظاهرة موضوع الدراسة وعناصرها ، وجمع وتسجيل وتصنيف البيانات وتحليلها للخروج بالمعلومات المتعلقة بالظاهرة ، وتفسيرها ، وتحليلها إحصائياً وكارتوجرافياً .

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر(المجلد الأول) ٢٠٢٤

٢ - المنهج الإقليمي Behavioral Method : تم استخدامه في تحديد نطاق سوق الثلاثاء الأسبوعي بحي بولاق الدكرور ، محافظة الجيزة .

ب - أساليب الدراسة :

اعتمدت الدراسة على عدد من الأساليب هي :

١ - الأساليب الإحصائية Statistical Techniques : تمثلت الأساليب الإحصائية في تحويل البيانات التي تم التوصل إليها إلى معلومات ، مع معالجتها إحصائياً بما يتفق مع طبيعة الظاهرة المدروسة ، وقد تم استخدام برنامج Microsoft Excel في معالجة بعض البيانات إحصائياً .

٢ - الأساليب الكارتوجرافية Cartographic Techniques : وتمثلت في استخدام برنامج نظم المعلومات الجغرافية ARC GIS V10.5 ، وبرنامج Google Earth Pro,2023 .

٣ - الدراسة الميدانية Field work : اعتمدت الدراسة بشكل رئيسي على العمل الميداني لتعويض نقص البيانات عن السوق ، وأجريت الدراسة الميدانية خلال الفترة (سبتمبر / أكتوبر ٢٠٢٣م) وشملت الجوانب التالية :

- المقابلات الشخصية : مهدت لتطبيق الاستبيانات بطريق مناسبة ، وشملت مقابلة العديد من الباعة والمتسوقين المترددون على السوق .

- الصور الفوتوغرافية : رصدت كاميرا الدراسة الميدانية العديد من الصور المهمة مثل : أنواع السلع بالسوق - ازدحام السوق - المواقف العشوائية بالسوق وغيرها ، وتم توظيفها داخل البحث بشكل يخدم الدراسة وعناصرها المختلفة .

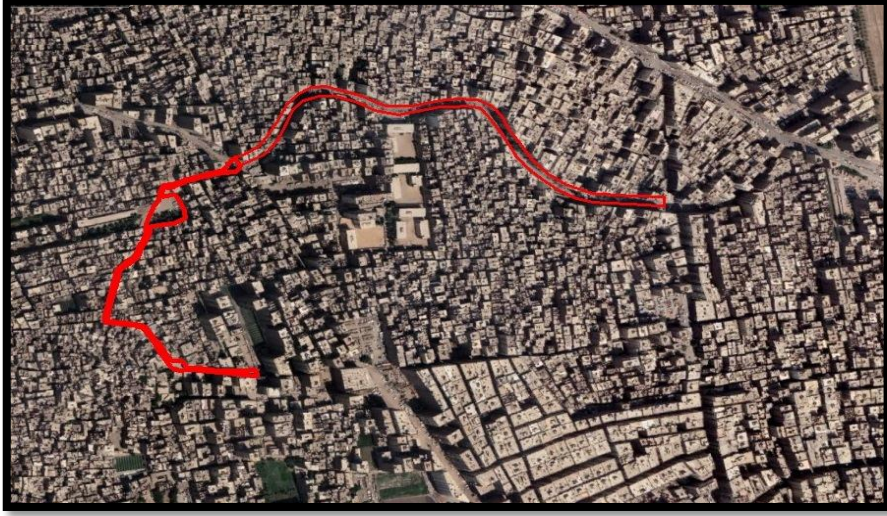
٤ - الاستبيانات : تم توزيع نموذجين استبيان ؛ الأول : للمتسوقين بواقع (١٠٥٠ استمارة) استبعد منها ٥٠ استمارة غير مكتملة المعلومات ، والثاني : للباعة بواقع (١٠٥٠ استمارة) استبعد منها ٥٠ استمارة غير مكتملة المعلومات .

أولاً : الموضع والموقع والعلاقات المكانية للسوق :

لموقع السوق كوحدة اقتصادية أهمية كبيرة ، فالتعرف على موقع السوق وفهم عوامل توطئه حيث هو ، والوقوف على خصائصه يساعد كثيراً في تقييم أداء السوق لوظيفته ونشاطه ، ويوفر ثباتاً من البيانات يمكن أن تساهم في التخطيط لعلاج مشكلات السوق وبالتالي تحسين أدائه وتفعيل نشاطه (عبدالمعطي شاهين عبد المعطي ، ٢٠٠٥م، ص٣٠٦) ، ويتوقف قيام السوق ومدى نجاحه على ما يتوفر له من مزايا بيئية يرتبط جانب منها بالموضع (SITE) الذي يقوم عليه السوق ، وما تقدمه البيئة الطبيعية والبشرية من مقومات، وتوافر حجم سكاني ومكان مناسب لإقامة موقع السوق ، والجانب الآخر يرتبط بالموقع (SITUTION) والمزايا الموقعية المرتبطة بتسهيلات النقل وإمكانية الوصول بين شبكة الأسواق بسهولة ، ومدى ارتباط موقع السوق نفسه بالنسبة إلى المواقع الأخرى ، وقدرته على اجتذاب حركة تدفق السلع والرواد أكثر من غيره ، وهذا ما أكده أحد الجغرافيين حينما ذكر أن هناك ثلاث عوامل ترفع درجة النقل الاقتصادي للمكان ، وهي الموقع ، والموقع ، ثم الموقع The Vluе of a place is product of factor : location, location, location (وفاق محمد جمال الدين، ٢٠٠٨م، ص٣٠٦) .

يقام سوق الثلاثاء العشوائي الأسبوعي بشارع داير الناحية ومتفرعاته بشيخة زين بحى بولاق الدكرور شكل (٣)، وتجدر الإشارة إلى أن موضع السوق لم يتغير منذ نشأته عام ٢٠٠٠م (حي بولاق الدكرور، إدارة الأسواق، ٢٠٢٣م) ، والسوق (إدارياً) تابع لشيخة زين ، والتي بلغ عدد سكانها ٢٩١٨٤٨ نسمة بما يعادل ٢٨,٦% من إجمالي سكان حي بولاق الدكرور (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، تقدير عدد السكان في ٢٠٢٣/١/١م) ، ويبدأ السوق عند تقاطع شارع ترعة عبد العال مع شارع العشرين ثم داخل شارع داير الناحية بمتفرعاته حتى نهايته مع شارع أبوزيد بدر وينفاوت عرض الشارع من مكان لآخر فهو يتسع في أماكن ويضيق في أماكن أخرى ففي بدايته يبلغ عرض الشارع ٢٠ متراً ويزيد عرض الشارع في المنتصف ليصل إلى ٣٠ متراً ثم يضيق ليصل إلى ٦ أمتار في بعض الأماكن ، وهذه المنطقة ذات كثافة سكانية عالية جداً وهي منطقة عشوائية من الناحية العمرانية حيث ينتشر بها العمران غير المخطط ، وفي بداية السوق يوجد موقف عشوائي حيث تنتشر مركبة التوكتوك وفي نهاية السوق يوجد موقف عشوائي أخر لسيارات السرفيس التي تقل المتسوقين من خارج الحي إلى السوق .

شكل (٣) موقع سوق الثلاثاء الأسبوعي (١). العشوائى بحى بولاق الدكرور



المصدر : صور من Google Earth بتاريخ ٢٠٢٣/٦/٣٠

ثانياً : التركيب الداخلى للسوق :

يتكون سوق الثلاثاء الأسبوعي من محال تجارية وفروشات ومواقف عشوائية تحتل مداخل ومخارج السوق حيث يقام السوق داخل منطقة سكنية بشوارع داير الناحية وهو على شكل دائري ، ويبلغ مساحته حوالي ٢٢٠٠٠٠ م^٢ بمساحة تعادل ٤,٨ فدان تقريباً ، وهو يعد أكبر سوق عشوائى بحضر المحافظة ، ولا يوجد بالسوق مرافق وخدمات ، ويتضح من خلال الدراسة الميدانية للسوق الانتشار الكثيف للفروشات حيث تشغل ٩٠% من مساحة السوق حيث تستحوذ تلك الفروشات على ٧٠% من مساحة شارع داير الناحية والشوارع الفرعية ، بينما تشغل المحال التجارية ١٠% من جملة مساحة السوق وقد بلغ عدد المحال التجارية حوالي ٧٠٠ محل بينما بلغ عدد الفروشات حوالي ٢٨٠٠ فرشة ومن خلال الدراسة الميدانية للسوق اتضح أن المحال الموجودة بالسوق يوجد منها حوالي ٢٥% لا يعمل سوى يوم الثلاثاء فقط وباقي الأسبوع تكون مغلقة ، ويضم السوق سلع متنوعة

(١) تم توقيع حدود السوق عن طريق رفع الإحداثيات باستخدام جهاز الـ GPS وتوقيعها على

صورة Google Earth باستخدام برنامج ARC GIS V10.5.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر(المجلد الأول) ٢٠٢٤

(صورة ١ ، ٢) حيث يشمل (الفاكهة والخضروات - المنتجات الغذائية - المفروشات والسجاد - الملابس الجاهزة والأحذية - سوق للطيور - منتجات الألبان - الأدوات المكتبية والخردوات - الأسماك واللحوم والدواجن - الأجهزة والأدوات المنزلية) ، ويبدأ العمل في السوق من الساعة السابعة صباحاً حتى غروب الشمس (السابعة مساءً صيفاً والخامسة مساءً شتاءً) .



المصدر : الدراسة الميدانية ٢٤/١٠/٢٠٢٣ م .

صورة (١) منتجات الملابس والمفروشات بسوق الثلاثاء الأسبوعي عام ٢٠٢٣م





المصدر : الدراسة الميدانية ٢٤/١٠/٢٠٢٣ م .

صورة (٢) بعض السلع المتنوعة بسوق الثلاثاء الأسبوعي عام ٢٠٢٣م

ثالثاً : خصائص الباعة بسوق الثلاثاء الأسبوعي:

١- التركيب النوعي للباعة بسوق الثلاثاء الأسبوعي :

إن دراسة التركيب النوعي والعمرى له أهمية كبيرة ، وذلك يرجع إلى أن الخصائص الاجتماعية والديموجرافية للسكان تتأثر بشكل كبير بالأعداد النسبية للذكور والإناث في كل مجموعة سكانية (Khalil,m,1988,p.32)، وبذلك يعد التركيب النوعي عنصراً مهماً وفعالاً لدراسة خصائص الباعة ، وتفيد دراسة بيانات الجدول (١) في إلقاء الضوء على ملامح التركيب النوعي للباعة بالسوق (١) ، ومنها يتضح أن نسبة الباعة الذكور أعلى من الإناث حيث تبلغ نسبة الباعة الإناث ٢٥% من جملة العينة بينما بلغت نسبة الباعة الذكور ٧٥% من جملة العينة وقد تلاحظ من خلال الدراسة الميدانية أن أغلب الباعة الإناث يختصون ببيع المنتجات الريفية (صورة ٣) .

(١) الدراسة الميدانية : تم توزيع ١٠٥٠ نموذج استبيان على الباعة في أماكن مختلفة بالسوق

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر(المجلد الأول) ٢٠٢٤

جدول (١) التوزيع العددي والنسبي لعينة من باعة السوق حسب النوع عام ٢٠٢٣م

الجملة	الإناث		الذكور	
	%	العدد	%	العدد
١٠٠٠	٢٥	٢٥٠	٧٥	٧٥٠

المصدر : نتائج الدراسة الميدانية ، أكتوبر، ٢٠٢٣ م .

٢- التركيب العمري للباعة بسوق الثلاثاء الأسبوعي :

يختلف التركيب العمري لباعة السوق ، حيث تتركز معظم العينة في الفئة العمرية ما بين (٢٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة) ، وتستحوذ هذه الفئة العمرية على ٧٠% من إجمالي حجم العينة وتمثل هذه الفئة الباعة في سن الشباب الذين يسعون إلي العمل لتحقيق أهدافهم، ثم تليها الفئة العمرية (من ٤٠ سنة إلى أقل من ٦٠ سنة) وهي تستحوذ على أكثر من ربع حجم العينة (٢٧%) ، وتمثل الفئتان أقل من ٢٠ سنة وأكثر من ٦٠ سنة معاً ٣% من حجم العينة كما يتضح ذلك من خلال الجدول (٢)



صورة (٣) بيع المنتجات الريفية بسوق الثلاثاء الأسبوعي عام ٢٠٢٣م

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر(المجلد الأول) ٢٠٢٤

جدول (٢) التوزيع العددي والنسبي لعينة من باعة السوق حسب فئات السن عام

٢٠٢٣م

فئات السن	أقل من ٢٠ سنة	٢٠-٣٠	٣٠-٤٠	٤٠+	الجملة
العدد	٢٠	٧٠٠	٢٧٠	١٠	١٠٠٠
%	٢	٧٠	٢٧	١	١٠٠

المصدر : نتائج الدراسة الميدانية ، أكتوبر، ٢٠٢٣ م .

٢- إمكانية الوصول للباعة بسوق الثلاثاء الأسبوعي :

تتنوع وسائل النقل التي يستخدمها الباعة في السوق ويتضح ذلك من خلال

دراسة الجدول (٣) ومنه يمكن استخلاص النتائج التالية :

يستخدم أكثر من نصف حجم العينة (٥٢%) سيارات النقل حيث يشترك أكثر من بائع في سيارة واحدة لنقل السلع من موطنها إلى السوق لتقليل التكلفة ، بينما يستخدم ٣٧% من الباعة سيارة أجرة حيث يأتون إلى السوق من أماكن بعيدة عن السوق ومن المحافظات المجاورة مثل محافظة الفيوم وبني سويف والقليوبية ، كما يستخدم بعض الباعة سياراتهم الخاصة لنقل السلع إلى السوق والعرض عليا وهم ويمثلون ٢% من حجم العينة ، ويمثل من يستخدمو الدرجات البخارية (تروسكل) ٥% من حجم العينة بينما يستخدم ٤% من الباعة العربات الكارو وهم الباعة الذين يقطنون بالقرب من السوق .

جدول (٣) التوزيع العددي والنسبي لعينة من باعة السوق حسب وسيلة النقل

المستخدمة عام ٢٠٢٣م

وسائل النقل	سيارة نقل	سيارة أجرة	سيارة خاصة	دراجة بخارية	عربة كارو	الجملة
العدد	٥٢٠	٣٧٠	٢٠	٥٠	٤٠	١٠٠٠
%	٥٢	٣٧	٢	٥	٤	١٠٠

المصدر : نتائج الدراسة الميدانية ، أكتوبر، ٢٠٢٣ م .

٣- مصادر السلع المتداولة للبيع بسوق الثلاثاء الأسبوعي :

تتنوع مصادر السلع المتداولة في السوق ، حيث تعد قرى ومدن محافظة الجيزة المصدر الرئيسي لإنتاج السلع المتداولة بالسوق إلى جانب السلع الواردة من محافظات (القاهرة والفيوم وبني سويف والقليوبية) ، ويمكن تصنيف المنتجات حسب مصادرها كما ذكر عدد من الباعة بسوق الثلاثاء الأسبوعي (المقابلات الشخصية للطالب ، الدراسة الميدانية ، أكتوبر ، ٢٠٢٣م) كالتالي :

١ - الخضر والفاكهة : تأتي من سوق الجملة بالسادس من أكتوبر ، وأيضاً من الأراضي الزراعية بقري ومدن المحافظة إلى جانب الوارد إلى السوق من محافظات الجوار مثل محافظات (القليوبية والمنوفية) .

٢ - المنتجات الريفية: يتم تصنيعها في المنازل وتأتي من شياخات الحي ومن قرى ومدن المحافظة مثل (كفر طهرمس - أوسيم - منشأة البكري - كرداسة وغيرها) إلى جانب الوارد من محافظة الفيوم .

٣ - الأقمشة والمفروشات والملابس والأحذية : تأتي من أسواق الجملة المنتشرة بمحافظة القاهرة مثل سوق الأزهر وسوق وكالة البلح وسوق العتبة .

٤ - الأدوات المنزلية : تأتي من سوق حمام الثلاثاء بمحافظة القاهرة وسوق شارع بورسعيد بالعتبة ، ومن مركز أبوالنمرس .

٤- توزيع الباعة حسب نمط السلع المتداولة:

يتباين حجم الباعة حسب أنماط السلع المتداولة سواء بالنسبة للملابس والمفروشات أو الخضر والفاكهة أو المنتجات الريفية المختلفة أو الأنشطة الأخرى ، ويتضح من الجدول (٤) أن باعة الملابس والأحذية يمثلون أكثر من ثلث حجم العينة ٣٧% حيث ينتشر باعة الملابس في جميع أنحاء السوق وفي الشوارع الفرعية من السوق صورة (٤) بينما يحتل باعة المفروشات والسجاد ما يقرب من ثلث حجم العينة ٣٠% حيث يوجد مكان مخصص لباعة المفروشات داخل السوق فضلاً عن انتشارهم في جميع أنحاء السوق صورة (٥) ، ويمثل باعة الخضر والفاكهة ١٠%

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر(المجلد الأول) ٢٠٢٤

من حجم العينة حيث يتواجدون في بداية السوق وفي وسطه وتمثل الأدوات المنزلية والمنتجات الغذائية ١٥% معاً من حجم العينة وتأتي المنتجات الريفية في المرتبة الأخيرة حيث تمثل ٥% من حجم العينة وهناك سلع أخرى متنوعة لا تتعدى الـ ٣% من حجم العينة.

جدول (٤) التوزيع العددي والنسبي لعينة من باعة السوق حسب وسيلة السلع

المتداولة عام ٢٠٢٣م

نمط السلع	الملابس والأحذية	المفروشات والسجاد	الخضر والفاكهة	الأدوات المنزلية	المنتجات الغذائية	المنتجات الريفية	سلع أخرى	الجملة
العدد	٣٧٠	٣٠٠	١٠٠	٨٠	٧٠	٥٠	٣٠	١٠٠٠
%	٣٧	٣٠	١٠	٨	٧	٥	٣	١٠٠

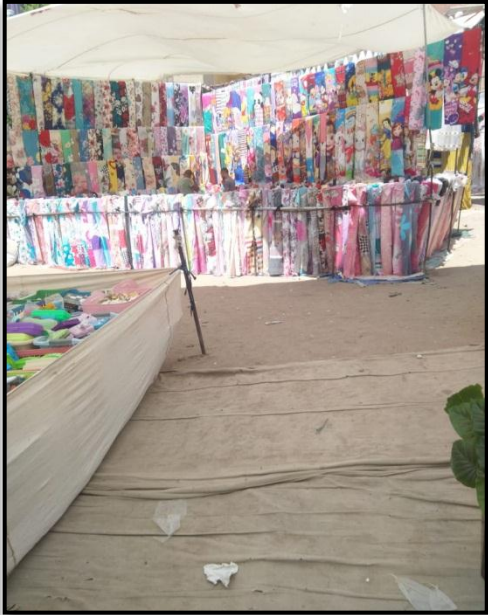
المصدر : نتائج الدراسة الميدانية ، أكتوبر، ٢٠٢٣م .

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر(المجلد الأول) ٢٠٢٤



المصدر : الدراسة الميدانية ٢٤/١٠/٢٠٢٣ م .

صورة (٤) بيع منتجات الملابس والأحذية بسوق الثلاثاء الأسبوعي عام ٢٠٢٣ م



المصدر : الدراسة الميدانية ٢٤/١٠/٢٠٢٣ م .

صورة (٥) بيع المفروشات بسوق الثلاثاء الأسبوعي عام ٢٠٢٣ م

٥- محل الإقامة للباعة :

يختلف الباعة بالسوق حسب محل إقامتهم فهناك باعة من خارج المحافظة وباعة من داخل المحافظة ، فقد تبين من خلال الدراسة الميدانية أن هناك تنوع في أماكن الإقامة للباعة حيث يتضح من خلال الجدول (٥) أن ما يقرب من ثلثي حجم العينة (٦٣%) يقيمون داخل محافظة الجيزة منهم من يقيم بحي بولاق الدكرور ومنهم من يقيم بأحياء ومدن وقرى المحافظة ، بينما يقيم ٢٧% من حجم العينة من الباعة خارج المحافظة من محافظات (الفيوم - بني سويف - القاهرة - القليوبية)

جدول (٥) التوزيع العددي والنسبي لعينة من باعة السوق حسب محل الإقامة عام

٢٠٢٣م

محل الإقامة	من داخل المحافظة	من خارج المحافظة	الجملة
العدد	٦٣٠	٢٧٠	١٠٠٠
%	٦٣	٢٧	١٠٠

المصدر : نتائج الدراسة الميدانية ، أكتوبر، ٢٠٢٣م .

رابعاً : خصائص المتسوقين

وهي تشمل رحلة البيع والشراء وتدفقات الإنفاق بالمدينة ، حيث تعد دراسة سلوك المستهلك ذات أهمية جغرافية كبيرة ، وذلك لأن قطاع تجارة التجزئة يعتبر من الأنشطة المتجهة إلى المستهلك (و فيق محمد جمال الدين ، ١٩٩٦م، ص١١٠) ، وتتباين طبائع المستهلكين وفقاً لمجموعة من العوامل المختلفة ، والمعايير الشخصية والاجتماعية ، والثقافية ، والاقتصادية ، لذلك تم تحليل خصائص المتسوقين من حيث النوع والحالة التعليمية والعملية والاجتماعية .

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر(المجلد الأول) ٢٠٢٤

١- التركيب النوعي والعمرى للمتسوقين :

تفيد دراسة بيانات الجدول (٧) والشكل (٤) في إلقاء الضوء على ملامح التركيب النوعي والعمرى للمتسوقين بالسوق ومنها يتضح تباين التركيب كالتالي :

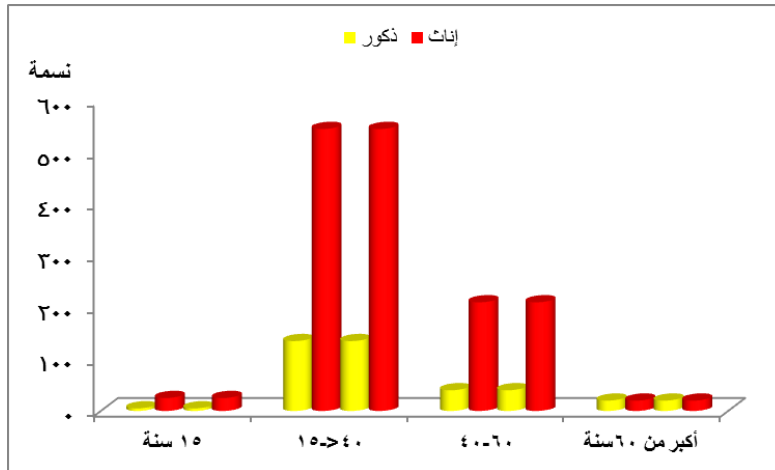
بالنسبة للتركيب النوعي احتلت الإناث المرتبة الأولى بنسبة ٨٠% من جملة عينة المتسوقين بالسوق مقابل ٢٠% للذكور مما يدل على أن الإناث هن اللاتي يقمن بعملية الشراء داخل السوق لتلبية احتياجاتهم اليومية ، أما بالنسبة للتركيب العمرى فقد جاءت الفئة العمرية من ١٥ إلى أقل من ٤٠ سنة في المرتبة الأولى من بين الفئات العمرية بنسبة ٦٨% من إجمالي أفراد العينة وهي تمثل فئة الشباب وتستحوذ الإناث على ٨٠,١% من جملة أفراد العينة مقابل ١٩,٩% للذكور ، وجاءت الفئة العمرية من ٤٠ إلى أقل من ٦٠ سنة في المرتبة الثانية بين الفئات العمرية بنسبة ٢٥% من إجمالي أفراد العينة وتستحوذ الإناث على أغلبها بنسبة ٨٤% مقابل ١٦% للذكر ، بينما جاءت الفئة العمرية أكبر من ٦٠ سنة في المرتبة قبل الأخيرة بنسبة ٤% حيث إن عملية التسوق تحتاج إلى مجهود للقيام بعملية التسوق وجاءت الفئة العمرية أقل من ١٥ سنة في المرتبة الأخيرة بنسبة ٣% .

جدول (٧) التركيب النوعي والعمرى لعينة من متسوقين السوق عام ٢٠٢٣م

%	المجموع ع	النوع						السن
		أنثى			ذكر			
		% من الفئة	% من الجملة	العدد	% من الفئة	% من الجملة	العدد	
3	30	83.3	3.1	٢٥	16.7	2.5	٥	< ١٥ سنة
68	680	80.1	68.1	٥٤٥	19.9	67.5	١٣٥	١٥ - < ٤٠
25	250	84	26.3	٢١٠	16	20	٤٠	٤٠ - ٦٠
4	40	50	2.5	٢٠	50	10	٢٠	أكبر من ٦٠
100	1000	٨٠	100	٨٠٠	٢٠	100	٢٠٠	المجموع

المصدر : نتائج الدراسة الميدانية، من تحليل بيانات استمارة استبيان المتسوقين، أكتوبر، ٢٠٢٣م .

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر(المجلد الأول) ٢٠٢٤



شكل (٤) التركيب النوعي والعمرى لعينة من متسوقين السوق عام ٢٠٢٣م
 ▪ النوع :

تختلف عادات الشراء وتقاليدته من أسرة إلى أخرى ومن فرد لآخر ، ومن خلال الدراسة الميدانية وتحليل نموذج الاستبيان الخاص بالمتسوقين يمكن الوقوف على السلوك الشرائي وعادات أفراد المجتمع وتقاليدته ، ويتضح من خلال دراسة الجدول (٦) ما يلي :

جدول (٦) التوزيع العددي والنسبي لعينة من متسوقين السوق عام ٢٠٢٣م

النوع	ربة الأسرة	رب الأسرة	الأبناء	أخرى	الجملة
العدد	٦٣٠	٦٠	٢٧٠	٤٠	١٠٠٠
%	٦٣	٦	٢٧	٤	١٠٠

المصدر : نتائج الدراسة الميدانية، من تحليل بيانات استمارة استبيان المتسوقين، أكتوبر، ٢٠٢٣م احتلت ربات الأسر المرتبة الأولى من حيث التردد على السوق ، حيث بلغت نسبتهن ٦٣% من إجمالي حجم العينة ويرجع ذلك بسبب قرب السوق من أماكن سكنهم فضلاً عن توافر وسائل المواصلات خاصة التوكتوك والسرفيس، بينما جاء الأبناء في المرتبة الثانية بنسبة ٢٧% أي أكثر من الربع ويرجع ذلك إلى تنوع وتوافر السلع وانخفاض الأسعار مما يساعد على عملية التسوق خاصة المقبلين على الزواج ، وقد جاء في المرتبة قبل الأخيرة رب الأسرة حيث مثل ٦% من إجمالي حجم العينة حيث إن رب الأسرة يعتمد على ربة الأسرة في التسوق فضلاً على انشغاله بالعمل خلال فترة إقامة السوق .

٢- الحالة الاجتماعية للمتسوقين :

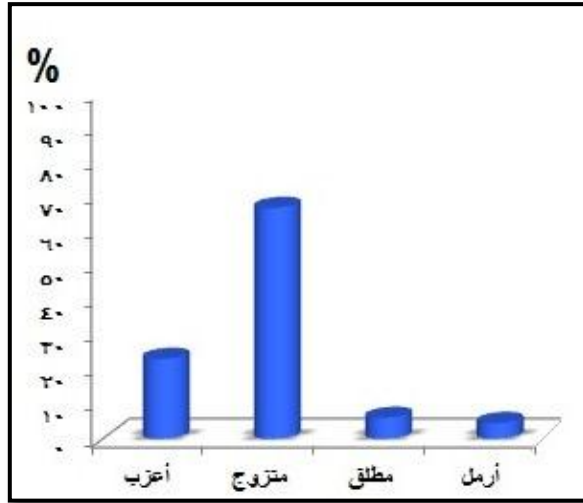
يقصد بها الحالة الزوجية أو كما يطلق عليه أحياناً الحالة المدنية تركيب السكان من حيث نسبة الذين لم يسبق لهم الزواج ، والمتزوجون ، والأرامل ، والمطلقون منهم ، سواء كانوا إناثاً أو ذكوراً ، وتتأثر هذه النسب تأثراً مباشراً بالتركيب العمري ، ونسبة النوع السائدة ، وكذلك بالنظم الاجتماعية والاقتصادية (فتحي محمد أبو عيانة ، ١٩٨٧م ، ص ٦)، فضلاً عن أنها ترتبط إلى حد كبير بالظروف المعيشية للأسر ومستويات الدخل (نرمين أحمد خليل ، ١٩٩٦م ، ص ١٨٤) ، ومن دراسة بيانات الجدول (٨) والشكل (٥) نستخلص النتائج التالية :-

جدول (٨) الحالة الاجتماعية لعينة من متسوقين السوق عام ٢٠٢٣م

الجملة	أرمل	مطلق	متزوج	أعزب	الحالة الاجتماعية
١٠٠٠	٤٥	٦٠	٦٦٥	٢٣٠	العدد
١٠٠	٤,٥	٦	٦٦,٥	٢٣	%

المصدر : نتائج الدراسة الميدانية، من تحليل بيانات استمارة استبيان المتسوقين، أكتوبر، ٢٠٢٣م .

احتلت فئة المتزوجين قائمة الحالة الاجتماعية للمتسوقين بالسوق حيث بلغ ثلثي عدد المتسوقين من العينة من المتزوجين (٦٦,٥%) الذين يسعون لتوفير متطلباتهم من السلع المختلفة المنتشرة بالسوق ، بينما جاءت فئة العزاب في المرتبة الثانية بنسبة ٢٣% من إجمالي حجم المتسوقين من العينة بالسوق مما يدل على زيادة الأسرة الفردية التي تتردد على السوق لتوفير متطلبات الزواج مثل المفروشات والملابس والأجهزة وغيرها ، واحتلت فئة المطلق المرتبة قبل الأخيرة بنسبة ٦% ثم في المرتبة الأخيرة الأرمل بنسبة ٤,٥% .



شكل (٥) الحالة الاجتماعية لعينة من متسوقين السوق عام ٢٠٢٣م

١ - الحالة التعليمية للمتسوقين:

إن الحالة التعليمية قد تكون مؤشراً دالاً على المستوى المعيشي للسكان، وتعتبر أيضاً من المقاييس المهمة التي تشير بمدى التطور الثقافي والاجتماعي ، وهذا المقياس يتيح للمختصين إمكانية التنبؤ بالحالة التي يجب أن تكون عليها الخطط المستقبلية ، حيث إظهار الإمكانيات الاقتصادية ومدى إمكانية الاستفادة منها وإبراز أثر عامل التعليم في كثير من سكان المجتمع (عباس فاضل السعدي ، ١٩٨٩م، ص٢٤٣).

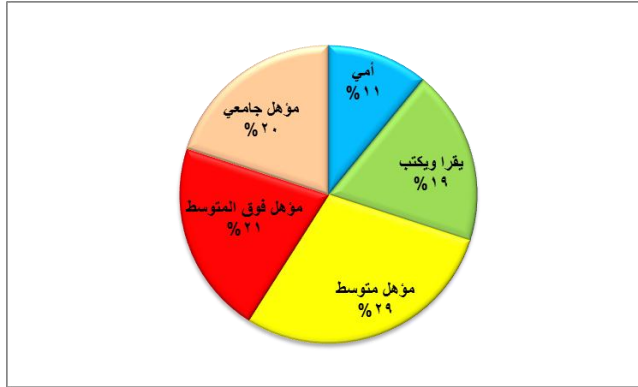
تختلف الحالة التعليمية للمتسوقين بالسوق حيث يتضح من خلال دراسة الجدول (٩) والشكل (٦) ما يلي : احتلت فئة المؤهل المتوسط المرتبة الأولى بالنسبة للحالة التعليمية للمتسوقين بنسبة ٢٩% من إجمالي حجم العينة ، وهي الفئة المميزة بين أفراد العينة وجاءت فئة المؤهل فوق المتوسط والمؤهل الجامعي في المرتبة الثانية والثالثة على التوالي بنسبة ٢١% و ٢٠% من إجمالي حجم العينة حيث يؤثر المستوى التعليمي الذي يتمتع به أفراد تلك الفئة بشكل كبير في التسوق حيث إن زيادة ثقافة الأفراد تنعكس على المستوى الشرائي ، بينما جاءت في المرتبة قبل الأخيرة فئة من يقرأ ويكتب بنسبة ١٩% أي ما يقرب من خمس حجم أفراد العينة ، وجاءت فئة أمي في المرتبة الأخيرة بنسبة ١١% من إجمالي حجم العينة .

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر(المجلد الأول) ٢٠٢٤

جدول (٩) الحالة التعليمية لعينة من متسوقين السوق عام ٢٠٢٣م

النوع	أمي	يقرأ ويكتب	مؤهل متوسط	مؤهل فوق المتوسط	مؤهل جامعي	الجملة
العدد	١١٠	١٩٠	٢٩٠	٢١٠	٢٠٠	١٠٠٠
%	١١	١٩	٢٩	٢١	٢٠	١٠٠

المصدر : نتائج الدراسة الميدانية، من تحليل بيانات استمارة استبيان المتسوقين، أكتوبر، ٢٠٢٣م



شكل (٦) الحالة التعليمية لعينة من متسوقين السوق عام ٢٠٢٣م

٢ - الحالة المهنية للمتسوقين :

إن الحالة المهنية لرب وربة الأسرة سواء الذي يعمل لحسابه أو الذي يعمل لدى الغير بأجر نقدي لها أثر مباشر على طلبات المستهلكين ، حيث يتأثر دخل الأسرة بالمهنة التي يعمل فيها أفرادها ، إذ تختلف طلبات المهندسين عن الأطباء والمحامين والتجار ، وتمثل الدخل تلك الموارد المتاحة للأفراد التي تمكنهم من القيام بعملية الشراء ، وكلما زاد دخل المستهلكين فإنهم يقبلون أكثر على شراء السلع والخدمات بغية تحسين مستوى معيشتهم ، والمهنة تؤدي دوراً مهماً في تحديد اتجاهات التسوق ، والوضع الوظيفي لرب الأسرة يعتبر من المؤشرات المهمة إلى وجود علاقة قوية تربط بين رب الأسرة ودخل الأسرة ، وتساعد المهنة على تكوين طبقة اجتماعية لها اهتمامات مشتركة تساعد في الوصول إلى أهداف تسويقية متقاربة (محمد صبري عبد الحميد ، ٢٠١٧م، ص٢٥).

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر(المجلد الأول) ٢٠٢٤

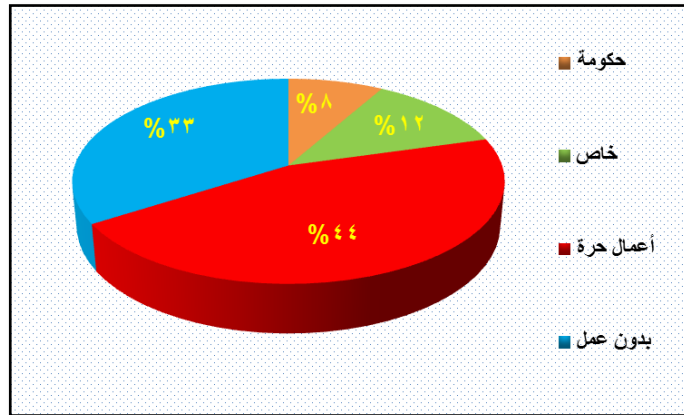
جدول (١٠) الحالة المهنية لعينة من متسوقين السوق عام ٢٠٢٣م

الجملة	بدون عمل	أعمال حرة	خاص	حكومة	الحالة المهنية
١٠٠٠	٣٣٠	٤٤٠	١٢٠	٨٠	العدد
١٠٠	٣٣	٤٤	١٢	٨	%

المصدر: نتائج الدراسة الميدانية، من تحليل بيانات استمارة استبيان المتسوقين، أكتوبر،

٢٠٢٣م

ويتبين من خلال تحليل إجابات أفراد العينة عن البيانات الشخصية المتعلقة بنوع المهنة كما هو موضح بالجدول (١٠) والشكل (٧) ما يلي :-
تستحوذ فئة الأعمال الحرة على ما يزيد عن خمس حجم العينة (٤٤%) حيث إنه يغلب طابع الأعمال الحرة على معظم سكان الحي ، وجاءت فئة بدون عمل في المرتبة الثانية بنسبة ٣٣% حيث أن أغلبهم من الإناث ربات البيوت وهم من يقومون بعملية التسوق، وجاءت فئة الأعمال الخاصة في المرتبة الثالثة بنسبة ١٢% من حجم العينة بينما احتلت فئة العمل الحكومي المرتبة الأخيرة بنسبة ٨% من حجم العينة .



شكل (٧) الحالة المهنية لعينة من متسوقين السوق عام ٢٠٢٣م

٣ - مستوى الدخل الشهري :

يعد دخل الفرد من العوامل المهمة المؤثرة في الاستهلاك ، فكلما زاد دخل المستهلكين فإنهم يقبلون أكثر على شراء السلع ، وفي نفس الوقت فإن انخفاض دخل الفرد يؤدي بشكل عام إلى استغائه عن شراء بعض السلع التي تعتبر في وقتنا الحاضر شبه ضرورية ، والسلوك الشرائي لذوي الدخل المرتفع يختلف عن ذوي الدخل المنخفض (محمد صبري عبد الحميد ، ٢٠١٧م، ص٣١) ، ويتضح من خلال تحليل إجابات أفراد العينة عن البيانات الشخصية المتعلقة بمتوسط الدخل الشهري كما هو موضح بالجدول (١١) والشكل (٨) النتائج التالية :-

احتلت فئة متوسط الدخل الشهري (١٥٠٠ - ٣٠٠٠ جنيه) المرتبة الأولى بأكثر من نصف حجم العينة (٥٥%) وهو ما يتوافق مع زيادة فئة الحاصلين على مؤهلات متوسطة وفوق المتوسطة لأفراد العينة ، واحتلت فئة (أكثر من ٣٠٠٠جنية) المرتبة الثانية بنسبة ٣٩% وهو ما يتوافق مع زيادة فئة الأعمال الحرة لأفراد العينة ، وجاءت فئة أقل من ١٥٠٠ جنية في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ٦% حيث إنها تتوافق مع فئة الأرملة والمطلق حيث أغلبهم من الإناث من يحصلون على معاش تكافل وكرامة .

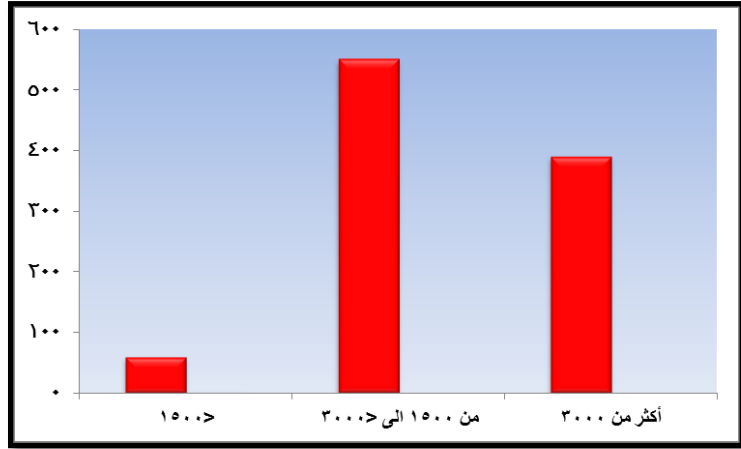
جدول (١١) أعداد المتسوقين حسب متوسط الدخل الشهري لعينة من متسوقين

السوق عام ٢٠٢٣م

متوسط الدخل بالجنية	العدد	%
١٥٠٠ >	٦٠	٦
٣٠٠٠ > إلى ١٥٠٠	٥٥٠	٥٥
أكثر من ٣٠٠٠	٣٩٠	٣٩
المجموع	١٠٠٠	١٠٠

المصدر: نتائج الدراسة الميدانية، من تحليل بيانات استمارة استبيان المتسوقين، أكتوبر،

٢٠٢٣م



شكل (٨) أعداد المتسوقين حسب متوسط الدخل الشهري لعينة من متسوقين السوق عام ٢٠٢٣م

٤ - أنواع السلع المشتراة :

تختلف أنواع السلع المشتراة داخل السوق من خلال المتسوقين ، فمن خلال تحليل إجابات أفراد العينة على أنواع السلع المشتراة كما هو موضح بالجدول (١٢) والشكل (٩) تتضح النتائج التالية :-

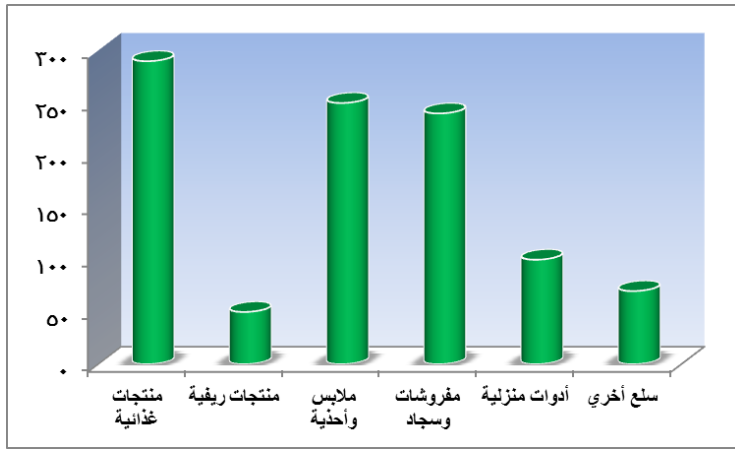
جدول (١٢) أنواع السلع المشتراة لعينة من متسوقي السوق عام ٢٠٢٣م

أنواع السلع المشتراة	منتجات غذائية	منتجات ريفية	ملابس وأحذية	مفروشات وسجاد	أدوات منزلية	سلع أخرى	الجملة
العدد	٢٩٠	٥٠	٢٥٠	٢٤٠	١٠٠	٧٠	١٠٠٠
%	٢٩	٥	٢٥	٢٤	١٠	٧	١٠٠

المصدر: نتائج الدراسة الميدانية، من تحليل بيانات استمارة استبيان المتسوقين، أكتوبر، ٢٠٢٣م .

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر(المجلد الأول) ٢٠٢٤

احتلت المنتجات الغذائية المرتبة الأولى من حيث أنواع السلع المشتراة من قبل المتسوقين بنسبة ٢٩% من إجمالي حجم العينة حيث تقل أسعار المنتجات الغذائية في السوق عن باقي الأسعار في المناطق الأخرى، وجاء شراء الملابس والأحذية - والملابس والمفروشات في المرتبة الثانية والثالثة على الترتيب بنسبة ٢٥% و ٢٤% من إجمالي حجم العينة حيث إن فروشات ومحال الملابس والأحذية في السوق - وفروشات ومحال المفروشات والسجاد تحتل المرتبة الأولى والثانية على الترتيب من حيث عدد الفروشات والمحال بالسوق ، واحتلت الأدوات المنزلية المرتبة الرابعة بنسبة ١٠% من حجم العينة ، وجاءت في المرتبة قبل الأخيرة المنتجات الريفية بنسبة ٥% من إجمالي حجم العينة .



شكل (٩) أنواع السلع المشتراة لعينة من متسوقين السوق عام ٢٠٢٣ م

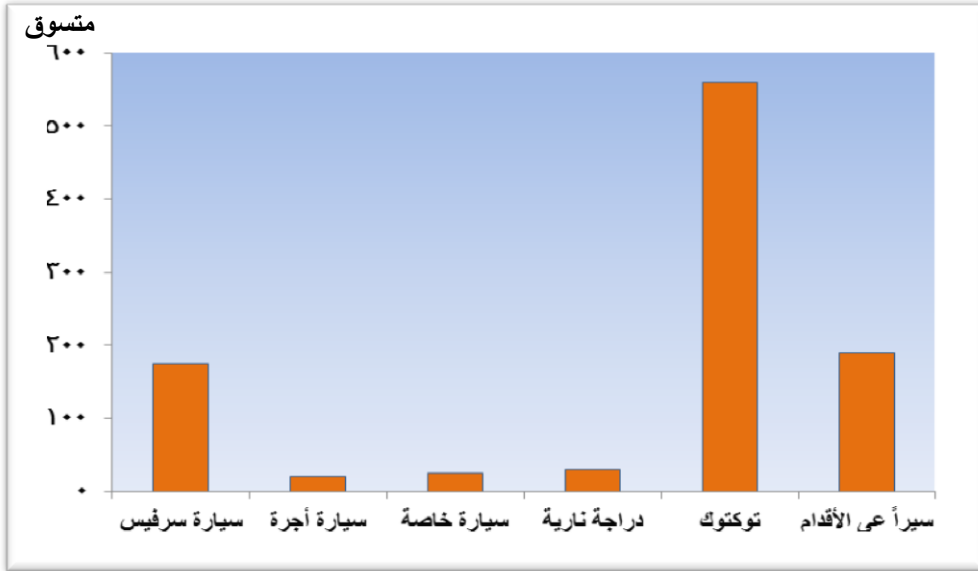
٥ - وسائل النقل لمتريدي السوق :

تختلف وسائل النقل التي يستخدمها المتسوقون للوصول إلى السوق ، ويتضح من خلال الجدول (١٣) والشكل (١٠) ما يلي :-

جدول (١٣) التوزيع العددي والنسبي لعينة من متسوقين السوق حسب وسيلة النقل المستخدمة عام ٢٠٢٣م

الجملة	سيراً على الأقدام	توكتوك	دراجة نارية	سيارة خاصة	سيارة أجرة	سيارة سرفيس	وسائل النقل
١٠٠٠	١٩٠	٥٦٠	٣٠	٢٥	٢٠	١٧٥	العدد
١٠٠	١٩	٥٦	٣	٢,٥	٢	١٧,٥	%

المصدر : نتائج الدراسة الميدانية، من تحليل بيانات استمارة استبيان المتسوقين، أكتوبر، ٢٠٢٣م .
احتلت فئة مستخدمي مركبة التوكتوك المرتبة الأولى بأكثر من نصف حجم العينة (٥٦%) ويرجع ذلك إلى سهولة حركة التوك توك ودخوله إلى جميع أرجاء السوق فضلاً عن قلة تكلفة التنقل به ، بينما جاءت فئة السائرين على الأقدام في المرتبة الثانية بنسبة ١٩% من إجمالي حجم العينة وتمثل تلك الفئة المتسوقين المقيمين بالقرب من السوق ، وشغلت فئة مستخدمي سيارات السرفيس المرتبة الثالثة بنسبة ١٧,٥% حيث إنها تقل المتسوقين من أماكن إقامتهم سواء من داخل الحي أو من خارج الحي إلى السوق وهي تتميز بقدرتها على حمل أكثر من شخص بجانب مرونتها الحركية خاصة في أوقات الزحام المروري ، وجاءت الدراجة النارية في المرتبة الرابعة بنسبة ٣% حيث يمكنها الدخول إلى جميع أرجاء السوق ولا تحتاج إلى أماكن للانتظار، وجاء في المرتبة قبل الأخيرة والأخيرة على الترتيب كل من السيارات الخاصة والأجرة بنسبة ٢,٥% و ٢% على الترتيب حيث إنهما يمثلان المتسوقين من أماكن بعيدة عن السوق .



شكل (١٠) التوزيع العددي لعينة من متسوقين السوق حسب وسيلة النقل المستخدمة

عام ٢٠٢٣ م

خامساً : النفوذ النظري والفعلي لسوق الثلاثاء الأسبوعي :

تؤدي الأسواق خدماتها لمحالها العمرانية والمحال المجاورة لها ، وتعتمد عليها في إمدادها بالسلع المتنوعة التي تعرض بهذه الأسواق ، كما يتبين من مجال كل سوق نظرياً وفعالياً عن الآخر ، ومرونة حركة المترددين عليها والتي تقدر بعدد الرحلات التي يقطعها التاجر بين الأسواق المنعقدة على مدار أيام الأسبوع ، وكذلك بنوعية الحركة ممثلة في اختلاف خصائص التجار العمرية والنوعية والاقتصادية والاجتماعية (Banister D.J., 1983, pp.130-131) .

ولقد وضع بعض الجغرافيين عدداً من الأسس والقوانين لتحديد مناطق النفوذ النظري للأسواق ، مثل نظرية التفاعل وقوانين اجتذاب تجارة التجزئة ونظرية نقطة القطع . كما ظهرت معادلة محمود إسلام لتحديد نصف قطر الدائرة نفوذ السوق النظرية ^(١) ، اعتماداً على العلاقة بين عدد سكان محلة السوق وبين مساحة وعدد سكان منطقة الدراسة (Mahmood Aslam, 1977,p.85) .

$$\frac{\text{مساحة منطقة الدراسة} \times \text{عدد سكان محلة السوق}}{\text{عدد سكان منطقة الدراسة}}$$

٧٧٣

$$(١) \text{ نصف قطر نفوذ السوق النظري} =$$

الإقليم النظري للسوق :

وبتطبيق تلك المعادلة على سوق الثلاثاء الأسبوعي ، تبين أن الإقليم النظري للسوق يغطي دائرة نصف قطرها ٥ كم ، وتضم كلاً من أحياء (بولاق الدكرور - الهرم - العمرانية - الطالبية - الدقي - شمال الجيزة) وهي تشكل مجتمعة أكثر من نصف عدد أحياء مدينة الجيزة والبالغة عدد ٩ أحياء كما يتضح ذلك من خلال الشكل (١١) .

الإقليم الفعلي للسوق :

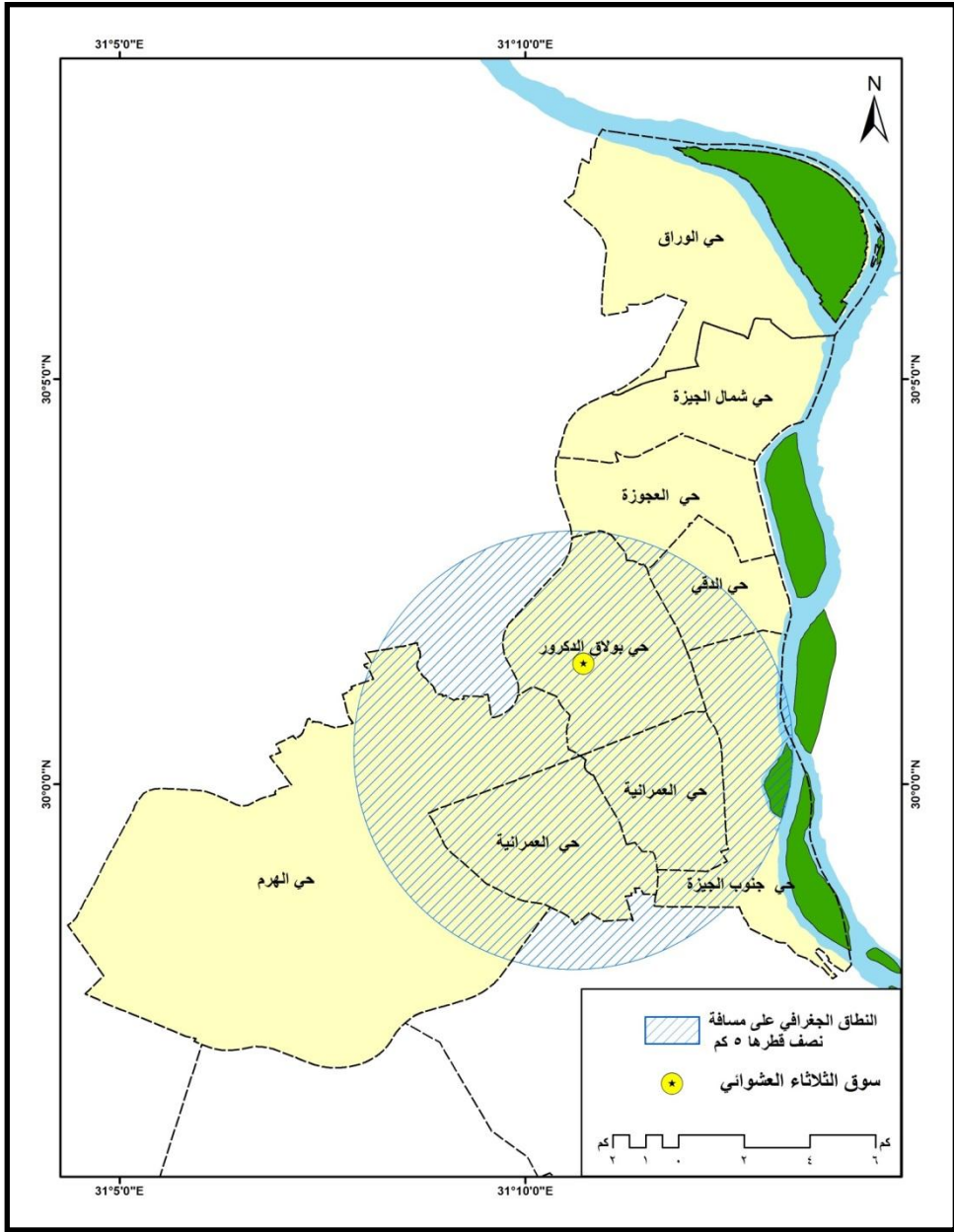
يعكس الإقليم الفعلي للسوق الدور الوظيفي لمحلة السوق على صعيد المناطق المجاورة له . وقد أمكن من خلال الدراسة الميدانية وتحليل استثمارات الاستيطان ، تحديد الإطار الخارجي لإقليم سوق الثلاثاء الأسبوعي ، وذلك من خلال إحصاء حجم الحركة الوافدة إلى السوق من المتسوقين والباعة حيث اتضح أن النفوذ الفعلي للسوق بالنسبة للمتسوقين يشمل كل شياخات حي بولاق الدكرور وبالتالي فهو يغطي الحي بأكمله ، ويمتد نفوذ السوق خارج حدود الحي لتغطي خدمة الأحياء المجاورة (الهرم -العمرانية -الطلابية -الدقي -جنوب الجيزة) . أما بالنسبة للباعة فيشمل النفوذ الفعلي للسوق الباعة من حي بولاق الدكرور ومن باقي أحياء ومدن المحافظة ويمتد نفوذ السوق خارج حدود محافظة الجيزة حيث يشمل عددا من المحافظات المجاورة (الفيوم - القاهرة - بني سويف - القليوبية) .

سادساً : مشكلات سوق الثلاثاء الأسبوعي :

تتعد المشكلات التي تنتج عن إقامة سوق الثلاثاء نذكر منها مايلي :

١ - مشكلة الازدحام الشديد الذي ينتج عنه الكثير من المشكلات مثل السرقة والنصب والشغب وعمليات الخطف والتحرش والتدافع الذي قد ينتج عنه بعض الإصابات، كما يؤدي ذلك الازدحام إلى تناقل وانتشار الأمراض المعدية مثل (الإنفلونزا - كورونا) وغيرها .

- ٢ - انتشار المواقف العشوائية مما ينتج عنها ازدحام وشلل مروري في منطقة إقامة السوق فضلاً على انتشار البلطجة وانتشار التلوث السمعي والبصري، وانتشار القمامة والمخلفات .
- ٤- مشكلة قلة الخدمات والمرافق حيث يفقر السوق إلى دورات المياه وإلى مراكز الإسعاف والإطفاء والخدمات الأمنية
- ٥- غياب الدور الرقابي والتنظيمي من أجهزة المحافظة ، وأيضاً الغياب الأمني المتمثل في شرطة المرافق .
- ٦ - مشكلات تتعلق بسكان المنطقة تتمثل في (انتشار المخلفات وانبعاث الرائح الكريهة - التلوث الضوضائي - التعطل عن العمل - انتشار البلطجة -- التلوث السمعي من خلال الألفاظ البذيئة - التعدي على خصوصية بعض المنازل كالتعدي على مداخل المنازل والتعدي على سياراتهم الخاصة) .



شكل (١١) نفوذ الأقليم النظري لسوق الثلاثاء الأسبوعي بحي بولاق الدكرور

الخاتمة

من خلال دراسة سوق الثلاثاء الأسبوعي بحي بولاق الدكرور ، بمحافظة الجيزة ، يمكن رصد عدة نتائج ، واقتراح بعض التوصيات كالتالي :

(١)النتائج : خلصت الدراسة للنتائج التالية :

- يضم حي بولاق الدكرور عدد ١٥ سوق عشوائي وهو أكبر حي على مستوى حضر محافظة الجيزة من حيث عدد الأسواق العشوائية ، ويعد سوق الثلاثاء الأسبوعي أكبر سوق عشوائي بحضر محافظة الجيزة من حيث عدد الباعة وعدد المتسوقين ومساحة السوق .
- يضم سوق الثلاثاء الأسبوعي عدد ٢٨٠٠ فرشة و ٧٠٠ محل لعرض السلع والمنتجات المختلفة
- تعد الملابس والمفروشات الأكثر انتشاراً بالسوق حيث تمثل معاً أكثر من ٦٠% من حجم عدد الفروشات والمحال بالسوق ثم تليها الخضار والفاكهة .
- تختلف أنواع السلع المشتراه داخل السوق حيث تأتي المنتجات الغذائية في المرتبة الأولى بنسبة ٢٩% تليها الملابس والمفروشات بنسبة ٢٥% .
- هنالك علاقة طردية بين مستوى الدخل للمتسوقين وشراء السلع فكلما زاد دخل المستهلكين فانهم يقبلون أكثر على شراء السلع ، حيث احتلت فئة متوسط الدخل الشهري (١٥٠٠ - ٣٠٠٠ جنيه) المرتبة الأولى بأكثر من نصف حجم العينة (٥٥%) .
- بلغت نسبة الباعة الذكور ٧٥% مقابل ٢٥% للإناث من إجمالي حجم العينة بالسوق حيث تم توزيع ١٠٥٠ إستمارة على الباعة والمتسوقين .
- بلغت نسبة المتسوقين الذكور بالسوق ٢٠% مقابل ٨٠% للإناث من إجمالي حجم العينة .
- تستحوذ الفئة العمرية (٢٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة) بالنسبة للباعة على ٧٠% من إجمالي حجم العينة بالسوق ، بينما جاءت الفئة العمرية من ١٥ إلى أقل من ٤٠ سنة في المرتبة الأولى بالنسبة للمتسوقين بنسبة ٦٨% من إجمالي أفراد العينة .

- تبين من دراسة نسبة المتسوقين من أفراد الأسرة أن ربة الأسرة احتلت المرتبة الأولى من حيث التردد على السوق .
 - تختلف الحالة التعليمية للمتسوقين بالسوق حيث احتلت فئة المؤهل المتوسط المرتبة الأولى بما يقارب ثلث حجم العينة .
 - تختلف وسائل النقل التي يستخدمها المتسوقين والباعة للوصول إلى السوق حيث يستخدم (٥٢% من إجمالي حجم العينة) من الباعة سيارات النقل حيث يشترك أكثر من بائعة في سيارة واحدة لنقل السلع من موطنها إلى السوق، بينما يستخدم المتسوقين (٥٦% من إجمالي حجم العينة) مركبة التوكتوك ويرجع ذلك إلى سهولة الحركة وقلّة التكلفة .
 - امتد نفوذ إقليم السوق ليشمل الأحياء المجاورة حيث يغطى دائرة نصف قطرها ٥ كم ، أما النفوذ الإقليمي فقد امتد خارج حدود المحافظة ليشمل محافظات مثل القاهرة والقليوبية والفيوم وبني سويف.
- (٢)التوصيات: اعتماداً على تحليلات الدراسة ونتائجها ، يمكن اقتراح التوصيات التالية :
- تفعيل الدور الرقابي لأجهزة المحافظة المختلفة في تنظيم السوق وفتح محاور مرورية لتسهيل عملية التسوق .
 - توفير أماكن انتظار للسيارات وتنظيم خطوط سير مركبة التوكتوك .
 - توفير مرافق لخدمة المترددين على السوق مثل (دورات المياه العمومية وتحصيل رسوم منها ونظافتها المستمرة ، وتحديد أماكن إلقاء القمامة والمخلفات) .
 - ضرورة رفع القمامة والمخلفات الناتجة عن السوق بعد انتهاء السوق مباشرةً .
 - توفير نقطة أمنية متحركة لضبط العناصر الخارجة عن القانون وفض أي منازعات دخل السوق.

الملاحق

ملحق (١)

جامعة أسوان
كلية الآداب
قسم الجغرافية

نموذج استبيان خاص بالباعة بسوق الثلاثاء الأسبوعي بحي بولاق الدكرور-

محافظة الجيزة

بيانات الاستثمار سرية ولا تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي

- ١ - النوع : ذكر () / أنثي ()
- ٢ - السن : < ٢٠ سنة () ، ٢٠ - ٤٠ سنة () ، ٤٠ - ٦٠ سنة () ، ٦٠ سنة فأكثر ()
- ٣ - محل الإقامة : داخل المحافظة () ، خارج المحافظة ()
- ٤ - نوع السلعة المباعة : ملابس وأحذية () ، مفروشات وسجاد () ، خضر وفاكهة () ، أدوات منزلية () ، منتجات ريفية () ، منتجات غذائية () ، أخرى ()
- ٥ - وسيلة المواصلات : سيارة نقل () ، سيارة أجرة () ، سيارة خاصة () ، دراجة بخارية "تروسكل" () ، عربة كارو () ، أخرى ()

ملحق (٢)

جامعة أسوان
كلية الآداب
قسم الجغرافية

نموذج استبيان خاص بالمتسوقين بسوق الثلاثاء الأسبوعي بحي بولاق الدكرور-
محافظة الجيزة

بيانات الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي

- ١ - النوع : ذكر () / أنثي ()
- ٢ - السن : < ١٥ سنة () ، ١٥ - ٤٠ سنة () ، ٤٠ - ٦٠ سنة () ، ٦٠ سنة فأكثر ()
- ٣ - محل الإقامة : داخل المحافظة () ، خارج المحافظة ()
- ٤ - الحالة المهنية : حكومة () ، خاص () ، أعمال حرة () ، بدون عمل ()
- ٥ - الحالة الاجتماعية : أعزب () ، متزوج () ، مطلق () ، أرمل ()
- ٦ - الحالة التعليمية : أمي () ، يقرأ ويكتب () ، مؤهل متوسط () ، مؤهل فوق متوسط () ، مؤهل جامعي ()
- ٧ - متوسط الدخل الشهري : > ١٥٠٠ جنية () ، > ٣٠٠٠ جنية () ، ٣٠٠٠ جنية فأكثر ()
- ٨ - من الذي يقوم بالتسوق : رب الأسرة () ، ربة الأسرة () ، الأبناء () ، أخرى ()
- ٨ - نوع السلع المشتراة: ملابس وأحذية () ، مفروشات وسجاد () ، خضر وفاكهة () ، أدوات منزلية () ، منتجات ريفية () ، منتجات غذائية () ، أخرى ()
- ٩ - وسيلة المواصلات : سيارة سرفيس () ، سيارة أجرة () ، سيارة خاصة () ، دراجة نارية () ، توك توك () ، سيراً على الأقدام ()

المصادر والمراجع

أولاً : باللغة العربية

- ١- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، ، تقديرات أعداد السكان في ٢٠٢٣/١/١م ، محافظة الجيزة .
- ٢- عباس فاضل السعدي ، دراسة جغرافية السكان ، منشأة دار المعارف ، الإسكندرية ، ١٩٨٩م .
- ٣- عبد المعطي شاهين عبد المعطي ، سوق الجملة للخضر والفواكه بمدينة المحلة الكبرى ، دراسة في جغرافية التسويق ، المجلة الجغرافية العربية ، العدد السادس والأربعون ، الجزء الثاني ، القاهرة ، ٢٠٠٥م .
- ٤- فتحي محمد أبو عيانة ، السكان والعمران الحضري، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، ١٩٨٧م .
- ٥ - محافظة الجيزة ، حي بولاق الدكرور ، إدارة الأسواق ، بيانات غير منشورة ، ٢٠٢٣م .
- ٦- محمد صبري عبد الحميد إسماعيل ، الأبعاد المكانية لرحلة التسوق للمجمعات التجارية الكبرى (المولات) دراسة تطبيقية على مول العبد بمدينة طوخ بمحافظة القليوبية ، مجلة كلية الآداب ، جامعة بنها ، ٢٠١٧م .
- ٧- نرمين أحمد محمد خليل ، أسواق تجارة الجملة في المواد الغذائية بمدينة القاهرة ، دراسة في جغرافية المدن ، ماجستير ، كلية الآداب ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٦م .
- ٨ - هاجر صبحي فهمي حماد ، الأسواق الرئيسية في مدينة الجيزة دراسة في الجغرافية التطبيقية باستخدام نظم المعلومات الجغرافية ، كلية الآداب ، جامعة حلوان ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ٢٠٢٠م .
- ٩- وفيق محمد جمال الدين ، بعض مظاهر جغرافية تجارة التجزئة بمدينة بنها ، مجلة كلية الآداب ، جامعة حلوان ، العدد الأول ، ١٩٩٦

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر(المجلد الأول) ٢٠٢٤

١٠ - وفيق محمد جمال الدين ، سوق الجملة للخضر والفواكه بمدينة بنها ، مجلة كلية الآداب ، جامعة المنصورة ، العدد الثالث والأربعون ، المجلد الثاني ، ٢٠٠٨م.
ثانياً : باللغة الأجنبية

1- Banister D.J., (1983): Transport and accessibility, in Michael, P. (ed); Progress in Rural Geography, Barnes and Noble book to town, New Jersey.

2 - Mahmood Aslam, (1977) Statistical Methods in Geographical Studies, New Delhi.