

استخدام الأرض بشوارع الجمهورية في مدينة إيتاي البارود

د. محمد شوقي ناصف*

الملخص:

تهدف الدراسة إلى القاء الضوء على التوزيع الجغرافي لأنماط استخدام الأرض في شارع الجمهورية، وتقييمها الجغرافي، وتحليل أهم خصائص المتسوقين فيه ومدى رضاهم. واستعانت الدراسة بمناهج عدة، منها: الوصفي التحليلي، والبيئي، والسلوكي، كما استخدمت عدة أساليب منها الكمي والخرائطي، واعتمدت الدراسة على الحصر الميداني، فتم رفع ٨٣ مبنى ضمت ١٥٨ محلاً، إضافة إلى توزيع ٢٥٠ نموذج استبيان خاص بخصائص المتسوقين، بلغت نسبة الصحيح منها ٩١,٢%. وقد أسفرت الدراسة عن نتائج عدة أهمها:

- تصدر المطاعم محلات السلع الغذائية بما يقرب من ربع أعدادها، في حين شغلت محلات بيع الخضر والفاكهة المركز الأخير (٣,٣%)، واستأثرت الملابس الجاهزة بما يقرب من نصف أعداد محلات السلع غير الغذائية في الشارع، تلتها محلات الأقمشة والمفروشات، ثم محلات الهواتف المحمولة ومستلزماتها.
- شغلت محلات السلع الحضرية المركز الثالث بنسبة ١٨,٥% من جملة المحلات التجارية، جاء في مقدمتها كل من الصيدليات ومحلات بيع الكتب "المكتبات"، أما المحلات المتوقفة عن ممارسة النشاط فتنبذت المحلات التجارية بنسبة ٢,٥% من جملتها بشوارع الجمهورية.
- سيادة الذوق الشعبي للسوق، فغالبية المتسوقين من غير حملة المؤهلات الدراسية، وغالبية السلع تتناسب في أثمانها وأسعارها هذه النوعية من المتسوقين، لذلك أبدى ٦٠% منهم رضاهم عن مستوى ما يقدمه السوق من خدمات، في حين كان من أهم أسباب عدم رضا النسبة المتبقية عدم كفاية أعداد العاملين في المحلات التجارية، وعدم تحديد أسعار بعض السلع، فضلاً عن عدم توافر بعضها.

(المجلة الجغرافية العربية، للجلد (٥٢) العدد (٧٧) يونيو ٢٠٢١، ص ٣٠٧-٣٥٤)

الكلمات الدالة: إيتاي البارود، استخدام الأرض، خصائص المتسوقين، مستويات رضاهم.

* أستاذ مساعد بكلية الآداب، جامعة المنصورة، أستاذ مشارك بجامعة الملك سعود.

للتواصل: e-mail: mohshawkymoh3@gmail.com

المقدمة:

تسهم الدراسة الجغرافية التطبيقية في تقويم أثر الإنسان وقدراته في أي نمط من أنماط استخدام الأرض ويستوي في ذلك أن يكون الاستخدام لحساب الإنتاج أو السكن أو الخدمات، ثم تقدم التوصية التي تحوله إلى الاستخدام الأمثل دون إفراط في الضغط على الأرض، أو تفريط في حق الانتفاع الأنسب بها (الشامي، ٢٠٠٠، ص ٤٦).

وتسعى دراسة استخدام الأرض إلى إيجاد أنماط من الوظائف في إطار المكان نفسه وليس بناءً على وظائف السكان، مما يدخل ضمن الجغرافية الداخلية للمدينة (إسماعيل، ١٩٨٨، ص ١٦٥)، كما تعد من العوامل المهمة في النمو الاقتصادي، لاسيما الحضري، حيث تستخدم معظم المناطق الحضرية شكلاً من أشكال تخطيط استخدام الأراضي لتحديد أفضل استخدام حالي أو مستقبلي لكل مساحة من أراضي المدينة، الأمر الذي يسهم في زيادة إنتاجيتها (Silberstein and Maser, 2013, p. 25). وقد لاقت دراسة استخدام الأرض قبولاً واسعاً من قبل المختصين بدراسة المدينة، في ظل الاهتمام بالتخطيط للتغلب على مشكلات العشوائية والتنمية غير الخاضعة للرقابة حتى أضحت خريطة استخدام الأرض من أهم ملامح جغرافية المدن (Anderson and Hardy, 2001, p. 4)، لاحتوائها على العديد من المعلومات الجغرافية التي تفيد في تخطيط المدن.

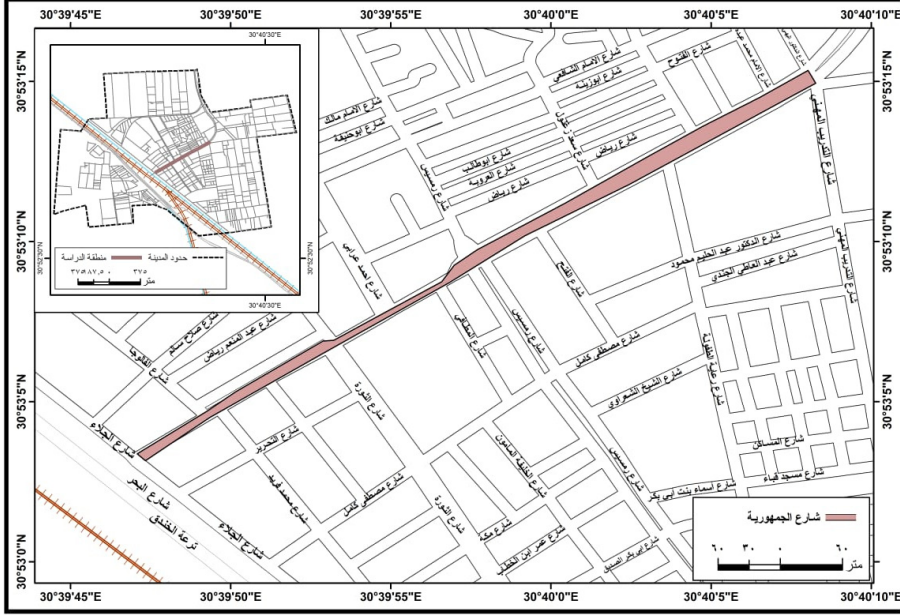
الإطار المكاني:

تقع مدينة إيتاي البارود حاضرة مركز إيتاي البارود أحد مراكز محافظة البحيرة عند تقاطع دائرة عرض ٣٠ درجة شمالاً مع خط طول ٣٠ درجة شرقاً، إلى الشمال من مدينة كفر الزيات وإلى الجنوب من مدينة دمنهور، وتبعد عن القاهرة بمسافة ١٤٠ كم في الاتجاه الجنوبي الغربي، وعن الإسكندرية بمسافة ٨٤ كم في الاتجاه الشمالي الشرقي، ويعد شارع الجمهورية أحد شوارع المدينة الرئيس، إذ يخترق قلبها التجاري بمتوسط طول ٦٧٨ متراً، يبدأ من تقاطعه مع شارع الجلاء ويمتد في اتجاه الشمال الشرقي حتى تقاطعه مع شارع التدريب المهني، بمتوسط عرض ٢٥ متراً، وبمساحة حوالي ١٦٩٥ متراً مربعاً (شكل ١).

مشكلة البحث وأهميته:

جاء اختيار الموضوع في إطار أهمية دراسات استخدامات الأراضي في إلقاء الضوء على واقع منطقة الدراسة مساهمة في حل قضايا التنمية والتخطيط المحلي لمدينة إيتاي البارود، وتحديد مدى تلبية المدينة لاحتياجات سكانها، ولفت نظر المستثمرين لتوجيه استثماراتهم إلى المواقع الأمثل التي تحقق لهم العائد الاقتصادي الأعلى، إضافة إلى توضيح دور الجغرافي في الاهتمام بالجوانب الجغرافية التطبيقية، ورغبة الباحث في دراسة استخدام الأرض في مدينة إيتاي البارود لتركز غالبية

مثل هذه الدراسات على المدن الكبرى مثل القاهرة والإسكندرية، مع توافر إمكانية القيام بمثل هذه الدراسات التفصيلية.



شكل (١): موقع شارع الجمهورية في مدينة إيتاي البارود عام ٢٠١٩

المصدر: الهيئة العامة للتخطيط العمراني، المخطط الاستراتيجي للمدن الصغيرة، مقياس ١/٥٠٠م.

الدراسات السابقة:

لاقت دراسة استخدام الأرض القبول لدى الكثير من الجغرافيين، واهتمت العديد من الدراسات الجغرافية بأنماط هذا الاستخدام، ولا سيما في قلب المدينة التجاري وتتبع كل ما يطرأ عليه من تغيرات، ومن بين هذه الدراسات:

دراسة عبد المعطي، (٢٠٠٣)^(١)، وموضوعها "استخدام الأرض في كفر العزيزية، مركز سموند، محافظة الغربية"، التي عالجت أهم خصائص أنماط هذا الاستخدام، وتعرضت لمشكلاته ومعوقات الاستخدام الأمثل التي من أهمها غياب الرقابة الحكومية والعائد المادي المرتفع الذي شجع على تحول بعض الاستخدامات الزراعية إلى سكنية وتجارية.

(١) عبد المعطي، شاهين عبد المعطي (٢٠٠٣): استخدام الأرض في كفر العزيزية، مركز سموند، محافظة الغربية، خصائصه ومشكلاته، دورية الإنسانيات، كلية الآداب بدمنهور، جامعة الإسكندرية، العدد ١٦.

ودراسة على، (٢٠٠٥)^(١)، عن استخدام الأرض في مدينة إدفو، التي أُلقت الضوء على صورة التوزيع الجغرافي لاستخدام الأرض في المدينة وما اعتراه من تغير ثم حاولت الكشف عن أسبابه، وتطُرقت إلى دراسة العلاقة بين خصائص المباني ونوع الاستخدام، وأسفرت عن تمييز المدينة بالوظيفة الخدمية، وانتهت إلى وضع خريطة لاستخدام الأرض في المدينة لعام ٢٠٠٣.

ودراسة شنيشن، (٢٠٠٧)^(٢)، عن الاستخدام التجاري في منطقة كارفور/ داون تاون بالإسكندرية، حيث تناولت الواقع الجغرافي للاستخدام التجاري من حيث التوزيع العددي والمكاني والمساحي، إضافة إلى خصائص العاملين في المحلات التجارية والمتسوقين منها، وتحديد مجال النفوذ التجاري لأسواق كارفور، حيث نقلت نفوذ الأسواق القديمة بسبب ظهور مثل تلك المجمعات التجارية الجديدة.

ودراسة Rodrigues، (٢٠١٥)^(٣)، عن الاستخدام الرسمي للأرض، فأوضحت إمكانية إنشاء خريطة رسمية لاستخدام الأرض من خلال تقنية الاستشعار عن بعد، إلا أنه من الصعب استنتاج أي سمات وظيفية منها، خاصة لاستخدامات الأراضي الحضرية، حيث تكشف الصورة الجوية للمباني القليل عن وظائفها، في حين أثبتت التقنية نفسها أنها أدوات فعالة لتصنيف استخدامات الأراضي الوظيفية في المناطق الزراعية.

ودراسة رمضان، (٢٠١٦)^(٤)، عن تطور أنماط استخدام الأرض في مدينة أجدابيا بليبيا خلال نصف قرن، واستخدمت تقنية نظم المعلومات الجغرافية في معالجة أهم المشكلات التي تواجه هذا الاستخدام، وأوصت بضرورة عمل دراسات تفصيلية تعالج مشكلات المناطق العشوائية وشبكات البنية التحتية بالمدينة، وتفعيل القوانين للمحافظة على الرقعة الزراعية وإلزام السكان بعد التعدي عليها.

(١) علي، عمر محمد (٢٠٠٥): استخدام الأرض في مدينة إدفو - دراسة جغرافية، المجلة الجغرافية العربية، الجمعية الجغرافية المصرية، العدد (٤٦)، القاهرة.

(٢) شنيشن، محمد عبد القادر (٢٠٠٧): الاستخدام التجاري لمنطقة كارفور والداون تاون بالإسكندرية "رؤية جغرافية"، مجلة كلية الآداب - جامعة الإسكندرية، إصدار خاص ملحق بالعدد (٥٠).

(3) Rodrigues, Jean-Paul, (2015), Hofstra University Campus GIS New York, United States.

(٤) رمضان، محمد إبراهيم (٢٠١٦): تطور أنماط استخدام الأرض في مدينة أجدابيا بليبيا ١٩٦٦- شمس، الجزء الأول، العدد (١٦).

ودراسة أبو العلا، (٢٠١٧)^(١)، عن التوسعات المتعاقبة للمسجد النبوي الشريف، حيث بينت أثر التوسعة الثالثة على الاستخدام السكني، كما استخدمت تقنية نظم المعلومات الجغرافية في عمل نموذج خرائطي لاختيار أفضل المواقع للسكن البديل بعد إزالة المناطق السكنية القديمة جراء تلك التوسعة.

ودراسة أحمد، (٢٠١٨)^(٢)، التي رصدت التغيرات التي طرأت على استخدامات الأراضي في مدينة الهفوف في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية خلال المدة من ١٩٩٧ : ٢٠١٧، وخلصت إلى أن الاتساع في مساحة المدينة وحجمها العمراني والسكاني كان نتاجاً لعدة عوامل أهمها زيادة العائدات النفطية، وتشجيع المملكة على التوسع في بناء المساكن بتقديمها قروضاً ميسرة، كما دعت الدراسة إلى التوسع الرأسي للمباني واستغلال الفضاء البيئي وتفعيل قانون الأراضي البيضاء.

ودراسة Somantri، (٢٠١٨)^(٣)، وعنوانها "استخدام الأرض: أحد المفاهيم الجغرافية الرئيسية المعتمدة على الاستشعار عن بعد"، حيث قدمت دراسة حول مفهوم استخدام الأرض في الجغرافيا، وأن هذا الاستخدام هو بيانات ومعلومات ضرورية في التحليل الجغرافي لحل المشكلات التي تحدث على سطح الأرض.

أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

- تسعي الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:
- لقاء الضوء على التوزيع الجغرافي لأنماط استخدام الأرض في شارع الجمهورية.
- التقييم الجغرافي لاستخدامات الأرض في شارع الجمهورية.
- تحليل أهم خصائص المتسوقين ومدى رضاهم عن أداء سوق شارع الجمهورية التجاري.

(١) أبو العلا، هاني عبد العظيم، (٢٠١٧)، الاستخدام السكني في المدينة المنورة بعد التوسعة السعودية الثالثة للمسجد النبوي: نموذج كارتوجرافي مقترح، المجلة الجغرافية العربية، الجمعية الجغرافية المصرية، العدد ٧٠، السنة ٤٦، الجزء الأول.

(٢) أحمد، مها حسنين (٢٠١٨): تحليل جغرافي لتغير خريطة استخدام الأرض في مدينة الهفوف (١٩٩٢-٢٠١٧)، دورية الإنسانيات، كلية الآداب، جامعة دمنهور، العدد ٥٠.

(3) Somantri, Lili (2018), Land Use: One of Essential Geography Concept Based on Remote Sensing Technology, University of Pendidikan, Bandung, Indonesia.

- وفي ضوء الأهداف السابقة أمكن صياغة بعض التساؤلات على النحو التالي:
- هل تتوزع الاستخدامات المختلفة توزيعاً عادلاً على طول شارع الجمهورية؟
 - ما مدى التوافق بين أنماط الاستخدام وقيمة الموقع وأهميته؟
 - ماهي أهم خصائص المتسوقين في شارع الجمهورية؟
 - هل يلبي سوق شارع الجمهورية احتياجات المتسوقين به من السلع الشرائية؟

مناهج الدراسة وأساليبها:

اعتمدت الدراسة على العديد مناهج عدة منها: **الوصفي التحليلي** في دراسة ملامح الأنماط المختلفة لاستخدام الأرض، **والبيئي** لتفسير مدى التنافس للحصول على موقع متميز بشوارع الجمهورية، **والاقتصادي** الذي يوضح العلاقة بين الموقع وقيمه الإيجارية، **والسلوكي** في تحديد اتجاهات المتسوقين الشرائية من السلع المختلفة، كما استعان الباحث بالأساليب الكمية والخرائطية ونظم المعلومات الجغرافية لتفسير التباين المكاني للظواهر المدروسة.

ولقد اقتضت طبيعة البحث الاعتماد على العمل الميداني بصورة أساسية، حيث تم تصميم نموذج حصر خاص باستخدام الأرض بشوارع الجمهورية (ملحق ١)، فتم رفع ٨٣ مبنى ضمت ١٥٨ محلاً بلغت جملة مساحتها ٥٢٦٤ متراً مربعاً، إضافة إلى تصميم نموذجي استبيان، أولهما خاص بخصائص العاملين بالمحلات التجارية في الشارع (ملحق ٢)، أما الآخر فهو خاص بخصائص المتسوقين في شارع الجمهورية (ملحق ٣)، بعدد ٢٥٠ نموذج لكل منهما، تم استبعاد ٢٢ نموذجاً غير صحيح، لتبلغ نسبة النماذج الصحيحة ٩١,٢ % من جملة أعدادها، رُوعى فيها التنوع في العمر والنوع والتوقيت.

ولتحقيق أهداف الدراسة تم تناول المحاور التالية:

- التغير في استخدامات الأرض.
- التوزيع الجغرافي لاستخدامات الأرض.
- حجم العاملين وخصائصهم.
- أنماط استخدامات الأرض.
- التقييم الجغرافي لأنماط الاستخدام.
- التسوق في شارع الجمهورية.

أولاً - التغيير في استخدامات الأرض :

تهدف دراسة التغيير في استخدامات الأرض في شارع الجمهورية إلى الكشف عن مدى التحول الذي طرأ على أنشطته التجارية من تركيز أو تبعثر من خلال تحليل صورتها التوزيعية وفقاً لسنة مزاولة النشاط، حيث تظهر أرقام جدول (١) الزيادة المستمرة في نسب الاستخدامات بين عامي ٢٠٠٠، ٢٠١٩، إذ يمكن استخلاص ما يلي:

- الارتفاع الكبير في أعداد المحلات التجارية، إذ لم تتجاوز أعدادها التي بدأت مزاولة نشاطها التجاري ٢٨ محلاً عام ٢٠٠٠، زادت أكثر من خمسة أمثالها عام ٢٠١٩، بمتوسط زيادة حوالي ٧ محلات سنوياً، حيث يعد عام ٢٠٠٠ بداية تحول الشارع ليصبح سوقاً تجارياً أكثر اتساعاً في قلب المدينة.
- ظهور أنشطة تجارية جديدة عام ٢٠١٩، يأتي في مقدمتها المخابز والحلويات والجزارة والهواتف المحمولة، إذ بلغت نسبة المحلات حديثة النشاط ٢٠,٥% من جملة المحلات عام ٢٠١٩، وقد يفسر استقطاب الشارع لبعض الأنواع من السلع الغذائية الزيادة المستمرة في أعداد المتسوقين، لاسيما من محلات الملابس الجاهزة والأقمشة والمفروشات التي أصبحت تستأثر بما يقرب من ربع أعداد المحلات التجارية بالشارع عام ٢٠١٩، في حين واكب انتشار محلات الهواتف المحمولة بداية دخول خدماته في مصر بصفة عامة، حيث بدأ بث الخدمة لأول شبكة محمول تحت اسم "موبينيل" عام ١٩٩٨ ثم لحقت بها الشبكة الثانية تحت اسم "كليك" عام ٢٠٠١ وانطلق العمل بالشبكة الثالثة "اتصالات" عام ٢٠٠٧ وأخيراً الشبكة الرابعة "المصرية للاتصالات" عام ٢٠١٧ (www.marefa.org)، ويؤكد ذلك ارتفاع أعداد محطات تقوية المحمول في مركز إيتاي البارود بصفة عامة خلال ثلاث سنوات فقط من محطة واحدة إلى ٤٤ محطة (٢٠١٢-٢٠١٣) (قمح، ٢٠١٣، ص ٢٧١).
- الانخفاض الواضح في نسبة كل من المحلات المتوقفة عن مزاولة النشاط والمخازن، إذ هبطت النسبة من ٢٨,٣% عام ٢٠٠٠ إلى ٤,٤% عام ٢٠١٩، ويعد ذلك انعكاساً لتمدد الأنشطة التجارية وارتفاع عوائدها الاقتصادية، حيث تتنافس من أجل التوطن في قلب المدينة لسهولة الوصول إليه من جميع أطرافها.
- احتفاظ محلات الملابس الجاهزة بالنشاط الرئيس بالشارع بين عامي المقارنة، فقد زادت أعدادها من ٤ إلى ٢٨ محلاً بما يقرب من ربع أعداد المحلات التجارية عام ٢٠١٩، إذ بلغت درجة تركيزها الموقعي (١,٣)، فالأنشطة المتمثلة تميل إلى التجاور، مما يزيد من تركيزها كما سيتضح فيما بعد.

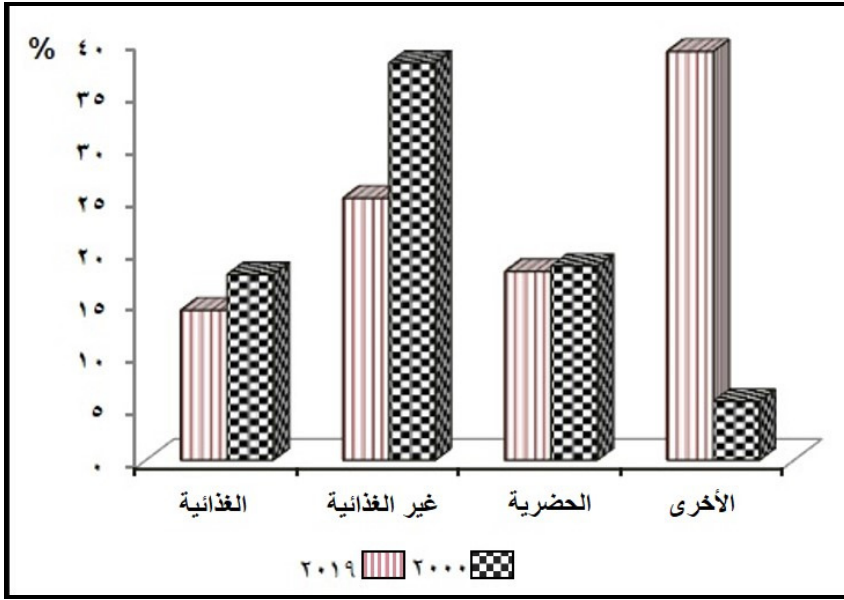
جدول (١) : تغير استخدامات الأرض بشارع الجمهورية في مدينة إيتاي البارود بين عامي ٢٠٠٠، ٢٠١٩.

٢٠١٩		٢٠٠٠		محللات تجارية
%	العدد	%	العدد	
٨,٩	١٤	٣,٦	١	مطاعم
٧	١١	-	-	مخابز وحلويات
٥,١	٨	-	-	جزارة
٤,٤	٧	-	-	عصائر
٤,٤	٧	٣,٦	١	سوبر ماركت
٤,٤	٧	٣,٦	١	مواد غذائية جافة
٢,٥	٤	٣,٦	١	محمصة
١,٣	٢	٣,٦	١	خضار وفاكهة
٣٨	٦٠	١٨	٥	ج. السلع الغذائية
١٧,٧	٢٨	١٤,٣	٤	الملابس الجاهزة
٧	١١	١٠,٧	٣	أقمشة ومفروشات
٥,١	٨	-	-	هواتف محمولة
٤,٤	٧	-	-	أدوات كهربائية
٢,٥	٤	-	-	شنط وأحذية
٠,٦	١	-	-	حدائد وبويات
٠,٦	١	-	-	أجهزة منزلية
٣٧,٩	٦٠	٢٥	٧	ج. السلع غير الغذائية
٣,٨	٦	-	-	مقاهي
٢,٥	٤	-	-	صيدليات
٢,٥	٤	-	-	مكتبات
١,٣	٢	-	-	هدايا ولعب أطفال
١,٣	٢	-	-	مركز طبي
١,٣	٢	-	-	معمل ومركز أشعة
١,٣	٢	-	-	منظفات/ مبيدات
١,٣	٢	-	-	عطور
٠,٦	١	٣,٦	١	مكتب بريد
٠,٦	١	٣,٦	١	قسم شرطة
٠,٦	١	٣,٦	١	محكمة
٠,٦	١	٣,٦	١	بنك
٠,٦	١	٣,٦	١	نادي اجتماعي
١٨,٥	٢٩	١٨	٥	ج. السلع الحضرية
٢,٥	٤	١٠,٧	٣	محال متوقفة
١,٩	٣	١٧,٦	٥	مخازن
٠,٦	١	٧,١	٢	مجمع تجاري
٠,٦	١	٣,٦	١	إداري
٥,٦	٩	٣٩	١١	جملة الأخرى
١٠٠	١٥٨	١٠٠	٢٨	الإجمالي العام

المصدر: الدراسة الميدانية.

- انخفاض نسبة الأنشطة الخدمية بالشارع من ١٨% في بداية الفترة إلى ٣% في نهايتها، بالرغم من ثبات أعدادها، فيضم الشارع مكتباً بريدياً واحداً وقسماً للشرطة ومحكمة وبنكاً ونادياً اجتماعياً، وهي في غالبيتها خدمات عامة توفرها الدولة تمنع قوانينها وتشريعاتها من تعدد مفرداتها في منطقة واحدة مثل الخدمات البريدية والأمنية والقضائية.

مما سبق يتضح مدى التغيير الذي طرأ على أنماط الاستخدام في شارع الجمهورية، فهناك سلعاً لم يعترتها تغييراً يذكر مثل السلع الحضرية، في حين تغيرت نسب سلعاً أخرى تماماً مثل السلع الغذائية، والأخرى التي شملت المخازن والمحلات المتوقفة عن النشاط وغيرها (شكل ٢).



شكل (٢): نسب أنماط استخدام الأرض بشارع الجمهورية في مدينة إيتاي البارود

في عامي ٢٠٠٠، ٢٠١٩.

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على الحصر الميداني.

ثانياً - التوزيع الجغرافي لاستخدامات الأرض :

تفيد دراسة أطوال واجهات المحلات التجارية ومساحتها في تحديد أهم أنواع السلع المعروضة بها فكلما زاد طول الواجهة على شارع الجمهورية زاد من رواج السلعة المعروضة واجتذابها للزبائن، كما أنه من الطبيعي أن تؤثر مساحة المحل التجاري في أعداد المتسوقين داخله ويظهر ذلك واضحاً

في المراكز التجارية الكبرى مثل "مول أنوار التوحيد التجاري"، حيث الإقبال الكبير لتعدد الأنشطة التجارية داخله.

(١) التوزيع الجغرافي للمحلات التجارية وفقاً لطول الواجهة:

تبين من الحصر الميداني للمحلات التجارية بشارع الجمهورية الامتداد الكبير لأطوال واجهاتها على جانبيه، حيث شغلت ٦٩,٦% من امتداد الشارع بمتوسط طول ثلاثة أمتار. وتظهر أرقام (جدول ٢) التباين الكبير بين أطوال الواجهات حسب نوع النشاط التجاري، فتحلت محلات السلع غير الغذائية المركز الأول من حيث نسبة أطوال الواجهات، إذ تستأثر بما يقرب من نصف جملة الأطوال، في حين تشترك بقية المحلات في النصف الآخر، ويعد هذا أمراً طبيعياً، فتضم العديد من محلات الملابس الجاهزة والأقمشة والمفروشات (٣٩% منها)، وهذا النوع من النشاط يحتاج لواجهة أطول لعرض البضائع ولفت انتباه المتسوقين، فقد بلغ متوسط طول الواجهة (٣,٧ متراً).

جدول (٢) : مساحة المحلات التجارية وأطوال واجهاتها بشارع الجمهورية في مدينة إيتاي البارود عام ٢٠١٩.

المحلات التجارية	المساحة (م ^٢)	% من جملتها	متوسط المساحة (م ^٢)	طول الواجهة (م)	% من جملتها	متوسط طول الواجهة (م)
غير الغذائية	١٦٨٠	٣١,٩	٢٨	٢٢٣	٤٦,٦	٣,٧
الغذائية	٢١٠٠	٣٩,٩	٣٥	١٤٠	٢٩,٣	٢,٣
الحضرية	١١٦٠	٢٢	٤٠	٤٤	٩,٢	٤,٩
أخرى*	٣٢٤	٦,٢	٣٦	٧١	١٤,٩	٢,٤
جملة	٥٢٦٤	١٠٠	٣٣,٣	٤٧٨	١٠٠	٣

المصدر: الحصر الميداني.

وتأتي محلات السلع الغذائية في المركز الثاني من حيث جملة أطوال الواجهات، بمتوسط طول واجهة (٢,٣ متراً)، حيث لا تحتاج محلات الجزارة والعصائر والحلويات والبقالة وغيرها إلى واجهات طويلة لعرض منتجاتها، إضافة إلى تحويل بعض الغرف السكنية بالطابق الأرضي إلى محلات، مما يسهم بالتقيد في الامتداد الطولي للواجهة.

وتحتل فئة المحلات الأخرى التي تشمل المحلات المتوقفة عن مزاوله النشاط والمخازن والمجمعات الإدارية والتجارية المركز الثالث بما يقرب من ١٥% من جملة أطوال الواجهات، حيث تتصف بانخفاض أعدادها، فلا يضم الشارع سوي مبنى إدارة هندسة ري إيتاي البارود، ومول أنوار التوحيد والنور، إضافة إلى عدد قليل من المخازن والمحلات المتوقفة عن مزاوله النشاط، ويرغم انخفاض متوسط طول الواجهة (٢,٤ م) فإنها تتميز باتساع مساحتها الذي بلغ متوسطها ٣٦ مترًا مربعًا، ويرجع ذلك إلى طبيعة عمل هذه الأنشطة التي تحتاج لمثل هذه المساحات الواسعة أكثر من احتياجها إلى الامتداد الكبير للواجهات.

وتتصف محلات السلع الحضرية بالامتداد الكبير في متوسط طول الواجهة (حوالي ٥ أمتار)، ويفسر ذلك أن غالبية هذه النشاطات في الشارع تتميز باتساع مساحتها، ومن ثم امتداد واجهاتها، إذ بلغ متوسط مساحتها ٤٠ مترًا مربعًا، حيث يشير معامل الارتباط إلى العلاقة الطردية المتوسطة بين طول الواجهة والمساحة، إذ بلغ (٠,٦١)، فيضم هذا النشاط محكمة إيتاي البارود الابتدائية، وقسم الشرطة، ومكتب البريد، وبنك مصر وغيرها.

٢) التوزيع الجغرافي للمحلات التجارية وفقًا للمساحة:

ومن شكل رقم (٣) يمكن تقسيم المحلات التجارية في الشارع وفقًا لمتوسط المساحة إلى ما يلي:

- محلات تقل مساحتها عن ٣٠ م^٢: وتمثلها محلات السلع غير الغذائية، وتضم ما يقرب من ثلث مساحة المحلات التجارية، وغالبيتها ليست واسعة المساحة، فهي تولي اهتمامًا بكمية المعروض ونوعيته من السلع على الواجهة أكثر مما بالداخل لجذب المتسوقين.
- محلات تتراوح مساحتها بين ٣٠، لأقل من ٤٠ م^٢: وتشمل ما يقرب من نصف مساحة المحلات التجارية، وتمثلها المحلات الغذائية والمتوقفة عن مزاوله النشاط والمخازن والمجمعات الإدارية والتجارية.
- محلات تبلغ مساحتها ٤٠ م^٢ فأكثر: وتمثلها المحلات الحضرية ذات النشاط التجاري الخدمي، إذ تزيد على خمس مساحة المحلات التجارية، حيث تتوافق المساحة مع متطلبات العمل في الخدمة الأمنية والشرطية والمالية، فيتسنى للموظفين والعملاء التحرك بسهولة، إضافة إلى حاجاتها إلى العديد من الغرف الخاصة بالحجز والتحقيقات وجلسات المحاكمات وغيرها.

ثالثاً - حجم العاملين وخصائصهم :

تسهم دراسة حجم العاملين وخصائصهم المتعددة وتوزيعهم حسب نوع السلع والخدمات المقدمة في التعرف على ملامح النشاط التجاري بشوارع الجمهورية وارتباطه بظروف البيئة الجغرافية في المدينة وذلك على النحو التالي.



شكل (٣) : التوزيع الجغرافي للمحلات التجارية في شارع الجمهورية وفقاً للمساحة عام ٢٠١٩.

المصدر: جدول (٢).

(١) حجم العاملين:

بلغت أعداد العاملين في شارع الجمهورية ٨٦٧ عاملاً، بمتوسط (٥,٥ عامل/محل)، وهو متوسط مرتفع جداً لا يعكس الواقع الحقيقي، فلا تتوزع العمالة توزيعاً عادلاً على المحلات التجارية المختلفة، فبرغم استحواد محلات السلع الغذائية، وغير الغذائية على أكثر من ثلاثة أرباع أعداد المحلات التجارية بالشارع فلا تتجاوز نسبة العاملين بها ٥٢,٣% من جملة العاملين ، ويفسر ذلك استيلاء السلع الحضرية، والأخرى على النسبة المتبقية، حيث يشير ذلك إلى تكديس العاملين في الوظائف الحكومية، كما هو الحال في محكمة إيتاي الابتدائية ومقر إدارة هندسة الري وغيرها.

- ومن تحليل جدول (٣) وشكل (٤) يمكن تسجيل الاعتبارات التالية:
- توزع العاملين في الشارع على أربعة مجموعات رئيسية هي: السلع الحضرية، وغير الغذائية، والغذائية، والأخرى، تشمل ١٥٨ محلاً تجارياً وخدمياً.
 - احتلال محلات السلع الحضرية المركز الأول من حيث أعداد العاملين، إذ استأثرت بنحو ٣٦٩ عامل في مختلف الخدمات الحضرية، تجاوزت نسبتهم ٤٢% من جملة العاملين بالنشاط التجاري والخدمي في الشارع، بمتوسط حوالي ١٣ عامل/محل، ويعد هذا الرقم مضملاً إذ إن بعض المحلات الحضرية لا تحتاج لمثل هذا العدد من العمالة، خاصة في الصيدليات والمكتبات ومحلات العطور والهدايا وغيرها، ويرجع ارتفاعه إلى الزيادة في أعداد العاملين في المؤسسات الحكومية الخدمية، حيث يتكدس الموظفون الإداريون والعمال.
 - تتصف محلات السلع الغذائية، وغير الغذائية بانخفاض متوسط العمالة، ويظهر هذا الانخفاض واضحاً في محلات السلع الغذائية (حوالي ثلاثة عمال/محل)، فغالباً ما يتولى صاحب المحل بنفسه إدارة حساباته والاكتفاء بعدد محدود من العمالة غير المنتظمة لتقليل التكاليف، إضافة إلى أن كثيراً من أنواع هذه الأنشطة لا تعد كثيفة العمالة مثل البقالة والخضر والفاكهة، والهواتف المحمولة والأدوات الكهربائية وغيرها.
 - الارتفاع النسبي في متوسط العاملين بفئة المحلات الأخرى مقارنة بما تحويه من محلات متوقفة عن مزاوله النشاط، ومخازن (حوالي ٥ عمال)، إذ تمثل نسبتها مجتمعة ٧٧,٨% من جملة هذه الفئة، ويفسر ذلك ضمها لمجمع إداري (مقر هندسة الري)، وتجاري (مول أنوار التوحيد)، حيث ارتفاع حجم العمالة.

جدول (٣) : أعداد العاملين في شارع الجمهورية في مدينة إيتاي البارود عام ٢٠١٩.

الأنشطة	أعداد العاملين	% من جملتها	عامل/محل
الحضرية	٣٦٩	٤٢,٦	١٢,٧
غير الغذائية	٢٥٠	٢٨,٨	٤,٢
الغذائية	٢٠٤	٢٣,٥	٣,٤
أخرى	٤٤	٥,١	٥
الجملة	٨٦٧	١٠٠	٥,٥

المصدر: نتائج الحصر الميداني.



شكل (٤) : التوزيع الجغرافي لاستخدامات الأرض في شارع الجمهورية

وفقاً لحجم العمالة عام ٢٠١٩.

المصدر: جدول (٣).

٢) خصائص العاملين:

تسهم دراسة خصائص العاملين في معرفة ما يملكه المجتمع من موارد بشرية وتصنيفها وفقاً للعمر والنوع والحالة التعليمية للكشف عن نوعية العمالة التي تجتذبها الأنشطة التجارية بشارع الجمهورية، وفيما يلي دراسة لأهم هذه الخصائص.

أ- التركيب العمري النوعي:

تظهر دراسة التركيب العمري والنوعي للعاملين في شارع الجمهورية ملامحهم الديموغرافية ونسبة اسهام كل من الذكور والإناث في العمالة، وتحدد الفئات العمرية التي يجتذبها العمل في هذا النشاط، حيث تزيد نسبة العمالة مع تزايد السن حتى تبلغ أقصاها في الفئة العمرية (٣٠، لأقل من ٤٥ سنة)، إذ تستحوذ على ما يزيد قليلاً على ثلث حجم العمالة بالشارع، ومرد ذلك إلى ارتفاع أعداد الموظفين في المؤسسات الحكومية، كما هو الحال في إدارة هندسة الري والمحكمة الابتدائية وغيرهما، إضافة إلى زيادة العمالة غير المنتظمة من هذه الفئة العمرية في

المحلات التجارية بالشارع، ثم ما تلبث أن تقل تدريجياً في الفئتين السابقة واللاحقة (جدول ٤)، إذ تعكس الأرقام التحديات التي تواجه الشباب في الفئة العمرية (١٥، لأقل من ٣٠ سنة) في الحصول على فرصة عمل حكومية لندرة التوظيف الحكومي، أو بالمحلات التجارية المنتشرة في الشارع، الذي يراه البعض من التهميش الاجتماعي، فضلاً عن انخفاض الدخل وانعدام التأمين الصحي، والمعاش عند التقاعد.

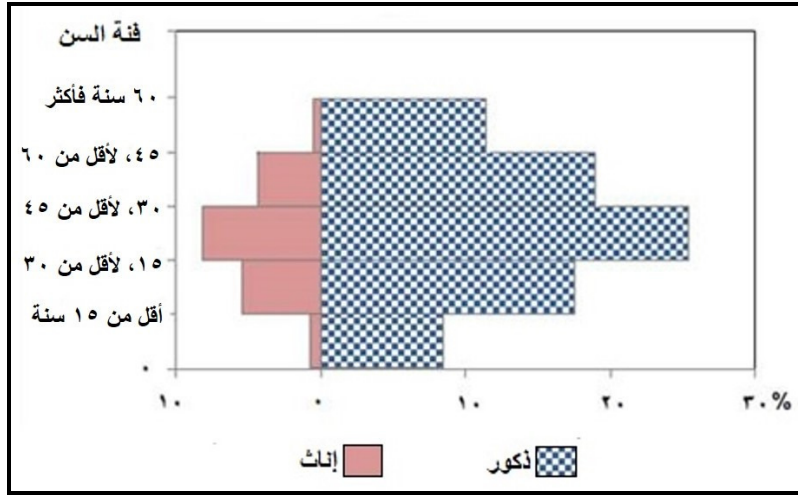
جدول (٤) : نسب التركيب العمري النوعي للعاملين بشارع الجمهورية في إيتاي البارود عام ٢٠١٩.

جملة	إناث	ذكور	النوع
			فئات السن
٨,٥	٠,١	٨,٤	أقل من ١٥ سنة
٢٣	٥,٥	١٧,٥	١٥، لأقل من ٣٠
٣٣,٦	٨,٢	٢٥,٤	٣٠، لأقل من ٤٥
٢٣,٣	٤,٤	١٨,٩	٤٥، لأقل من ٦٠
١١,٦	٠,٢	١١,٤	٦٠ سنة فأكثر
١٠٠	١٨,٤	٨١,٦	الجملة

المصدر: نتائج الدراسة الميدانية.

ومن الطبيعي أن تصل نسبة العمالة أدها بين الأطفال (أقل من ١٥ سنة)، حيث يجرم القانون عمل الحدث الذي يقل عمره عن ١٨ سنة، إلا أنها في بعض النشاطات الأخرى مثل محلات البقالة والخضر والفاكهة والمقاهي وغيرها.

وتتراجع مشاركة الإناث في القوة العاملة في الشارع (شكل ٥)، إذ تقل عن الخمس، فتكاد تختفي بين الأطفال (أقل من ١٥ سنة)، وكبار السن (٦٠ سنة فأكثر)، وتضم إما موظفات في القطاع الحكومي أو بائعات في بعض المحلات، خاصة محلات الشنط والأحذية، ومركز أنوار التوحيد التجاري، حيث تتوافر لدى العمالة من الذكور مميزات وقدرات تناسب النشاط التجاري والخدمي في الشارع مثل العمل في المقاهي ومحلات الجزارة وقسم الشرطة والمحكمة الابتدائية وغيرها، كما لا يرغب أرباب العمل في منح فرص عمل للإناث خاصة المتزوجات لكثرة الإجازات وعزوف البعض عن القيام بالأعمال الشاقة.



شكل (٥) : التركيب العمري النوعي للعاملين في شارع الجمهورية عام ٢٠١٩.

المصدر: جدول (٤).

ب- الحالة التعليمية:

تتصف خصائص العاملين التعليمية بالأهمية الكبيرة في مجال تخطيط القوى العاملة في المجتمع، فالتعليم هو أحد المدخلات الرئيسة لزيادة الإنتاج والإنتاجية، كما يؤدي إلى ارتفاع متوسط دخل الفرد. وتعكس أرقام جدول (٥) ملامح الحالة التعليمية للعاملين في شارع الجمهورية، فأكثر من نصفهم من حملة المؤهلات الدراسية، في حين بلغت نسبة الأميين منهم ١٧,٨%.

جدول (٥) : الخصائص التعليمية لنسب العاملين بشوارع الجمهورية

في مدينة إيتاي البارود عام ٢٠١٩.

الأنشطة	أمي	يقرأ ويكتب	أقل من جامعي	جامعي
الحضرية	٦,٤	١١,١	١٦,٩	٦٥,٦
غير الغذائية	١٥	٢٤,٨	٥٠,٢	١٠
الغذائية	٢٣,١	٤٤,٥	١٩,٩	١٢,٥
أخرى*	٢٦,٥	٢٨,٦	٣٥,٤	٩,٥
المتوسط	١٧,٨	٢٧,٣	٣٠,٥	٢٤,٤

المصدر: نتائج الحصر الميداني.

* تضم محلات متوقفة ومخازن ومجمع إداري وتجاري.

ويبدو أثر التعليم واضحاً في اجتذاب مجموعات السلع التجارية الرئيسة للعاملين، فقد استأثرت السلع الحضرية بغالبية حملة المؤهلات الجامعية وما دونها (٨٢,٥%)، ويعد ذلك أمراً طبيعياً، حيث تضم العاملين في مكتب البريد، وقسم الشرطة، وبنك مصر، والمحكمة الابتدائية وغيرها، في حين بلغت النسبة أدناها في مجموعة السلع الغذائية (٣٢,٤%)، فلا تعد المؤهلات الدراسية من متطلبات العمل في محلات المطاعم والجزارة والخضر والفاكهة والعصائر وغيرها، وبرغم ذلك بلغت نصيبهم ما يقرب من الثلث، ويفسر ذلك انتشار البطالة بين هذه الفئة التعليمية أكثر من الأميين، إذ بلغت نسبة البطالة في محافظة البحيرة بين كل من الأميين وحملة المؤهلات الدراسية ١٧%، ٥٢,٤% لكل منهما على الترتيب عام ٢٠١٨ على الترتيب (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، ٢٠١٩).

وقد بلغت نسبة الأمية أقصاها بين العاملين بفئة المحلات الأخرى (٢٦,٥%)، وغالبيتهم عمال "عتالة" وخفراء للمخازن والمحلات التي لا تمارس نشاطاً تجارياً، حيث يتم تجهيزها لتغيير نشاطها، في حين بلغت أدناها في محلات السلع الحضرية (٦,٤%) غالبيتهم من عمال المقاهي.

ج- الحالة الزوجية:

تعد الحالة الزوجية من الخصائص السكانية المكتسبة، فهي من السمات الاجتماعية التي يظهر أثرها في الأسرة، فيختلف تسوق الأفراد لتلبية حاجاتهم من السلع المتنوعة تبعاً لاختلاف الفئات الاجتماعية التي ينتمون إليها وهي: من لم يسبق له الزواج والمتزوجون والمطلقون وأخيراً المترملون.

وترتفع نسبة العاملين من المتزوجين (٦٣,٦% من جملة العاملين)، يتوزعون على جميع أنماط المحلات، حيث لا تؤثر الحالة الاجتماعية للعامل في نوعية النشاط الذي يمارسه، فقد أوضحت الدراسة عدم وجود علاقة بين المتغيرين، إذ بلغت قيمة مربع كاي (٦,٠٧٩) عند مستوى دلالة (٠,٦٣) (ملحق ٤).

رابعاً - أنماط استخدامات الأرض :

يمكن تمييز نمطين من استخدامات الأرض الرئيسة بشارع الجمهورية وهما الاستخدام التجاري، والخدمي. ومن المعروف أن كل ما يؤدي إلى ربح مادي يدخل ضمن الاستخدام التجاري، وعادة يتوطن في أفضل المواقع داخل المدن التي تتميز بسهولة الوصول إليها عن طريق شبكة الطرق، وغالباً ما تتوسط المدينة فيما يعرف بمنطقة الأعمال المركزية بالمدن الكبرى، ومنطقة القلب التجاري بالمدن الصغيرة والمتوسطة (المظفر، ٢٠١٠، ص ١٧٠).

ويخترق شارع الجمهورية منطقة القلب التجاري ويطلق عليه "وسط البلد"، ويرتبط الاستخدام التجاري في الشارع بالطابق الأرضي، حيث تنتشر محلات بيع الملابس الجاهزة والأجهزة الكهربائية والهواتف المحمولة والمفروشات والأقمشة وغيرها، في حين تستخدم الطوابق العلوية في السكن والمكاتب الإدارية والعيادات الطبية.

ومن تحليل بيانات جدول (٦) شكل (٦) يمكن تمييز أربع مجموعات رئيسة للسلع على النحو التالي:

جدول (٦) : نسب المحلات التجارية، والخدمية في شارع الجمهورية بمدينة إيتاي البارود عام ٢٠١٩.

محللات تجارية	% من جملة الأنشطة	% من المحلات	محللات تجارية	% من جملة الأنشطة	% من المحلات
مطاعم	٢٣,٣	٨,٩	صيدليات	١٣,٨	٢,٥
مخابز وحلويات	١٨,٣	٧	مكتبات	١٣,٨	٢,٥
جزارة	١٣,٣	٥,١	هدايا ولعب أطفال	٦,٩	١,٣
عصائر	١١,٧	٤,٤	مركز طبي	٦,٩	١,٣
سوبر ماركت	١١,٧	٤,٤	معمل ومركز أشعة	٦,٩	١,٣
مواد غذائية جافة	١١,٧	٤,٤	منظفات/ مييدات	٦,٩	١,٣
محمصة	٦,٧	٢,٥	عطور	٦,٩	١,٣
خضر وفاكهة	٣,٣	١,٣	مكتب بريد	٣,٤	٠,٦
جملة السلع الغذائية	١٠٠	٣٨	قسم شرطة	٣,٤	٠,٦
الملابس الجاهزة	٤٦,٦	١٧,٧	محكمة	٣,٤	٠,٦
أقمشة ومفروشات	١٨,٣	٧	بنك	٣,٤	٠,٦
هواتف محمولة	١٣,٣	٥,١	نادي اجتماعي	٣,٤	٠,٦
أدوات كهربية	١١,٧	٤,٤	جملة السلع الحضرية	١٠٠	١٨,٥
شنط وأحذية	٦,٧	٢,٥	متوقفة	٤٤,٤	٢,٥
حدائد وبويات	١,٧	٠,٦	مخازن	٣٣,٤	١,٩
أجهزة منزلية	١,٧	٠,٦	مجمع تجاري	١١,١	٠,٦
جملة السلع غير الغذائية	١٠٠	٣٧,٩	إداري	١١,١	٠,٦
مقاهي	٢٠,٩	٣,٨	جملة الأخرى	١٠٠	٥,٦

المصدر: الحصر الميداني.



شكل (٦) : التوزيع الجغرافي للمحلات في شارع الجمهورية وفقاً لمجموعات السلع الرئيسية عام ٢٠١٩.

المصدر: جدول (٦).

١) السلع الغذائية:

بلغت نسبة محلات السلع الغذائية ٣٨% من جملة المحلات بالشارع، تتباين في أهميتها النسبية، فتأتي المطاعم في المقدمة بما يقرب من ربع أعداد المحلات الغذائية، تلتها محلات اللوجبات السريعة، خاصة الكشري التي يستعين بها المتسوقين لسد احتياجاتهم الغذائية أثناء التسوق من المحلات الشهيرة بالمدينة، فتتميز الوجبة بسعرها المناسب لغالبية المتسوقين، في حين تقل نسبة المطاعم التي تقدم وجبات غير منخفضة التكاليف لتسجل ٧% من جملة المطاعم، حيث لا ترتاده إلا الفئة القادرة من المتسوقين.

يليها المخابز والحلويات (١٨,٣%)، ثم محلات بيع اللحوم "الجزارة" بنسبة ١٣,٣% من جملة محلات السلع الغذائية، وتعرف هذه المحلات بمحال المداومة، حيث تتميز بالطلب عليها بصورة دائمة ومكررة (Adams and Tiesdell, 2013, p. 29)، فهي تلبي احتياجات سكان منطقة وسط البلد، إذ يشغل الاستخدام السكني غالبية الطوابق العلوية من المباني، إضافة إلى احتياجات المتسوقين، خاصة الزائرين لمرضاهم في المستشفى العام قرب نهاية الشارع.

وتأتي محلات بيع الخضر والفاكهة في المركز الأخير بنسبة لا تتعدى ٣,٣% من جملة محلات السلع الغذائية، ويرجع ذلك إلى قرب أسواقها، حيث يتركز هذا النشاط، إذ يتقاطع شارع السوق مع شارع الجمهورية بعد حوالي ١٠٠ متر من بدايته.

٢) السلع غير الغذائية:

تساوت نسبة محلات السلع غير الغذائية مع سابقتها الغذائية، إذ بلغت حوالي ٣٨% من جملة المحلات التجارية بالشارع بكل منهما.

وتتركز محلات الملابس الجاهزة في شارع الجمهورية، فقد بلغت درجة التركيز الموقعي (١,٣)، حيث تستأثر بما يقرب من نصف أعداد محلات السلع غير الغذائية بالشارع، فيؤدي التجاور مع المنافسين في النشاط نفسه إلى التحكم في أسعار السلع المعروضة، ومعرفة التغير الذي يطرأ على أذواق المستهلكين (غنيم، ٢٠٠٦، ص ١٢٦)، إضافة إلى الاستفادة من ترددات المتسوقين لأغراض مختلفة على الشارع.

وتحتل محلات الأقمشة والمفروشات المركز الثاني بما يقرب من خمس أعداد محلات السلع غير الغذائية، فسهولة اتصال الشارع بأجزاء المدينة المختلفة يسر حركة المتسوقين لمثل هذه السلع التي تحتاج لتعدد الزيارات للمفاضلة بين الأنواع المتشابهة قبل اتخاذ قرار الشراء، لا سيما المقبلين على الزواج، فتنتشر محلات أقمشة العرائس والسجاد.

وجاءت محلات الهواتف المحمولة في المركز الثالث بنسبة ١٣,٣% من جملة أعداد السلع غير الغذائية بالشارع، ويعد ذلك أمراً طبيعياً لاستمرار زخم الإقبال على شرائها بصفة عامة، والاحتياج المستمر لشراء مستلزماتها، حيث شغلت مصر المركز الخامس عشر بين دول العالم في شراء الهواتف المحمولة، إذ تجاوز أعداد مشتريها ٩٠ مليون نسمة عام ٢٠١٨ (<https://almaalnews.com>).

٣) السلع الحضرية:

احتلت محلات السلع الحضرية المركز الثالث بنسبة ١٨,٥% من جملة المحلات التجارية بالشارع، تأتي في مقدمتها كل من الصيدليات ومحلات بيع الكتب "المكتبات" بنسبة ١٣,٨% من جملة محلات السلع الحضرية لكل منهما بالشارع، فلم يعد تركيز الصيدليات بمنطقة "وسط البلد" أمراً غير مألوفاً، حيث أصبحت تنافس المطاعم و"السوبر ماركت" في التوصيل المجاني للمنازل، إضافة إلى المكاسب التي تحققها من بيع الدواء ومستحضرات التجميل، وقياس نسبة السكر والضغط وغيرها من الخدمات المقدمة للمتريدين عليها، كما كان لموقع المستشفى العام في قرب نهاية شارع

الجمهورية أبلغ الأثر في هذا الأمر، في حين تشهد محلات بيع الكتب رواجًا بين طلاب المدارس حيث الإقبال على شراء ما يعرف "بالكتب الخارجية" حتى أنه يتم حجزها قبل وصولها للمكتبات، فضلاً عن انتشار ظاهرة بيع المذكرات وما يعرف "بالكورسات" لطلاب الثانوية العامة والجامعة على حد سواء.

وتنخفض نسب بقية السلع الحضرية بصفة عامة، فيضم الشارع مكتبًا للبريد وقسمًا للشرطة ومحكمة إيتاي البارود الابتدائية وبنك مصر فرع إيتاي البارود.

٤) المحلات الأخرى:

شغلت المحلات المتوقفة عن ممارسة النشاط المركز الأخير بنسبة ٢,٥% من جملة المحلات بشارع الجمهورية، ويعد توقفها مؤقتًا حيث كانت تزاول نشاطًا تجاريًا فتوقفت إما للصيانة أو لإعادة تجهيزها قبل تغيير نشاطها.

واللافت للنظر وجود عدد من المخازن تمثل نسبتها ١,٩% من جملة المحلات التجارية بالشارع، وهو ما يخالف مبدأ الجاذبية الاقتصادية بسبب ارتفاع أسعار المحلات في منطقة الدراسة، ولا يشير ذلك إلى تجاهل المستثمرين بهذا الأمر، وإنما قد يرجع ادخارهم لهذه المحلات فيما يعرف "بتسقيعها" لاستثمارها بأسعار مضاعفة فيما بعد.

وتتذيل المجمعات التجارية والإدارية هذه المجموعة بنسبة ١,٢% من جملة من جملة المحلات التجارية بالشارع، مثل المجمع التجاري، ومقر إدارة هندسة الري بإيتاي البارود.

مما سبق يتبين استحواد محلات السلع الغذائية، وغير الغذائية على غالبية المحلات التجارية في شارع الجمهورية، حيث بلغت النسبة مجتمعة ٧٦% من جملة المحلات التجارية بمنطقة الدراسة، ويعكس ذلك مقدرة هذا النوع من الأنشطة التجارية، لاسيما الغذاء والكساء على تحقيق أكبر ربح مادي، ومن ثم لا تستطيع الأنشطة التجارية الأخرى منافسته في القيمة الإيجارية المرتفعة (Taff, 2012, p. 5).

خامساً - التقييم الجغرافي لأنماط استخدامات الأرض في شارع الجمهورية :

يعد النشاط التجاري من أهم الأنشطة الخدمية التي تقدمها مدينة إيتاي البارود ليس لسكانها فقط، بل للسكان الذين يقيمون خارج حدودها، وتقتصم الاستخدامات التجارية أفضل المواقع في المدينة التي غالبًا ما تكون قلبها، حيث يسهل الوصول إليه من أجزائها كافة (جابر، ٢٠٠٣، ص ٣٣٥)، ويمثله شارع الجمهورية (وسط البلد)، فيتميز بالعديد من الخصائص مثل محدودية الأرض الفضاء، وقلة

فرص الشراء، ومن ثم ارتفاع قيمة الأرض (شنيشن، ٢٠٠٧، ص ١٠)، حيث يصل متوسط سعر المتر المربع في الشارع إلى ٢٢ ألف جنيه، في حين يصل متوسط إيجار المحل الشهري ٥٠٠٠ جنيه، مما يعكس العلاقة بين أهمية الموقع وقيمه الإيجارية، إضافة إلى تركيز المحلات التجارية على اختلاف أنواعها وأحجامها، ساعد على ذلك سهولة الوصول، إذ يُستخدم ميدان النافورة في بداية الشارع كموقف غير قانوني لوسائل النقل، لاسيما "التوكتوك"، الذي يعد وسيلة النقل الرئيسية، خاصة مع عدم توافر سيارات الأجرة الخاصة "التاكسي"، حيث وفر الانتقال بأسعار مناسبة لا تتجاوز ٥ جنيهات إلى كافة أرجاء المدينة.

ويمكن تقسيم شارع الجمهورية إلى قطاعين رئيسيين لتقييم الاستخدامات التجارية وذلك بالاستعانة ببعض المقاييس الكمية، أولهما يمتد من بداية تقاطع شارع الجمهورية مع شارع الجلاء حتى تقاطعه مع شارع رمسيس، بطول حوالي ٣٤٥ متراً، ويمتد الآخر من تقاطعه مع شارع رمسيس وحتى نهايته عند تقاطعه مع شارع التدريب المهني بطول ٣٣٣ متراً، إذ تشير بيانات جدول (٧) إلى رتب الأنشطة التجارية باختلاف أنواعها في الشارع حيث يمكن استنتاج ما يلي:

- العلاقة الطردية بين أهمية النشاط التجاري ورتبته، فكلما زادت أهميته تقدمت رتبته، مما يعكس أهمية محلات الملابس الجاهزة ذات الرتبة الأولى في الشارع بقطاعيه، حيث يتميز هذا النشاط بزيادة أرباحه، ومن ثم تحمله الإيجارات المرتفعة، لذلك تعبر القيمة الإيجارية عن حجم عائد النشاط التجاري الصافي (عطوة، ٢٠٠٨، ص ٩٨٢).
- جاءت كل من المطاعم، والمخابز والحلويات في رتب متقدمة في القطاع الثاني من الشارع، في حين تراجع في القطاع الأول، وقد يفسر ذلك قربها الجغرافي من المستشفى العام قرب نهاية القطاع نفسه، حيث يكثر زبائنها من المترددين على المستشفى ومن المتسوقين، إضافة إلى تركيز المقاهي، فبلغت نسبتها في القطاع الثاني ٨٣,٣% من جملة أعدادها في الشارع بقطاعيه، إذ بلغ معامل الارتباط بين توزيع المطاعم، والمقاهي (٩, ٨٠)، وهو ارتباط طردي قوي، فكلما زادت أعداد المقاهي زادت مثيلتها من المطاعم، حيث تخدم في معظمها مرتادي المقاهي بالقطاع نفسه (شكل ٧).
- تباين الرتب بين بقية الأنشطة التجارية، فجاءت كل من الأقمشة والمفروشات، والهواتف المحمولة في الرتبتين الثانية والثالثة في القطاع الأول من الشارع على الترتيب، في حين جاءت في رتب متأخرة في القطاع الثاني، مما يعكس تركزها في بداية الشارع.
- تتشارك غالبية السلع الحضرية الرتب المتأخرة في كل من القطاعين، وقد يكون ذلك أمراً بديهيًا لتفردها في الشارع، حيث يضم مكتب بريد، ومحكمة، وقسم شرطة وغيره، إلا أنه من اللافت

للنظر حصول المجمعات التجارية على الرتبة الأخيرة في القطاع الأول، وقد يفسر ذلك الظهور الجديد نسبياً لهذا النمط من الأنشطة التجارية التي تحتاج إلى مساحات كبيرة أفقياً أو رأسياً، وهو ما يصعب الحصول عليه في الشارع.

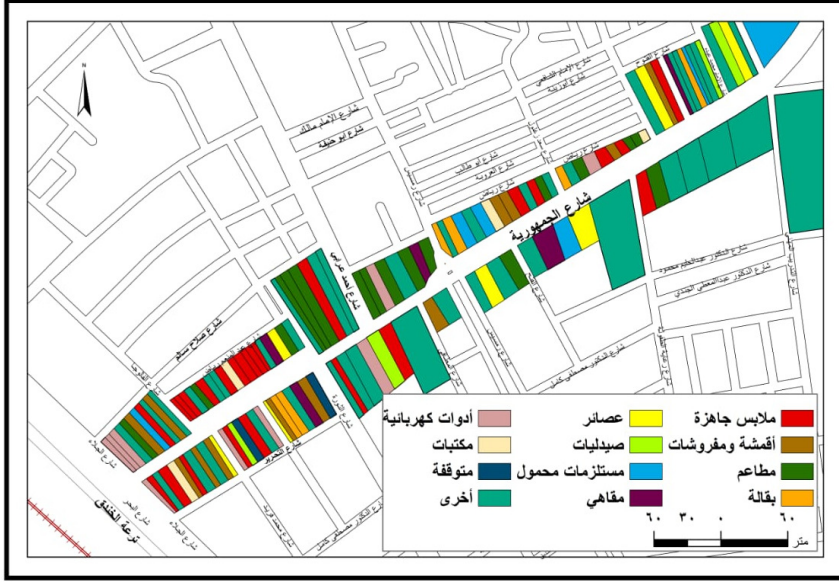
- عدم ظهور بعض الأنشطة التجارية في القطاع الأول مثل معامل التحاليل، والمراكز الطبية، ويعزى ذلك إلى قوة الجذب الجغرافي لمستشفى إيتاي البارود العام في قرب نهاية القطاع الثاني، مع ملاحظة التوزيع العادل للصيديات بين القطاعين (٢ لكل قطاع)، وهو ما يحقق شرط المسافة القانونية بين الصيديات (<https://lawyeregyp.net>).

جدول (٧) : رتب أعداد المحلات التجارية بقطاعي شارع الجمهورية

في مدينة إيتاي البارود عام ٢٠١٩.

القطاع الثاني	القطاع الأول	محلات تجارية	القطاع الثاني	القطاع الأول	النشاط
١٠	-	مخازن	١	١	الملابس الجاهزة
١٩	١٣	منظفات/ مبيدات	٢	٦	مطاعم
١٥	-	مركز طبي	٣	١٣	مخابز وحلويات
١٥	-	معمل ومركز أشعة	٧	٢	أقمشة ومفروشات
٢٠	١٣	خضر وفاكهة	٥	٩	عصائر
١٥	-	هدايا ولعب أطفال	٧	٦	سووير ماركت
-	٩	عطور	٤	-	مواد غذائية جافة
-	١٣	مكتب بريد	١٠	٤	أدوات كهربية
٢٠	-	قسم شرطة	٧	٤	جزارة
٢٠	-	محكمة	١٠	٣	هواتف محمولة
٢٠	-	أجهزة منزلية	١٠	١٣	مكتبات
-	١٣	بنك	٥	١٣	مقاهي
-	١٣	نادي اجتماعي	١٥	٩	متوقفة
-	١٣	حدائق وبويات	١٠	١٣	حمامص
-	١٣	مجمع تجاري	١٩	٦	شنط وأحذية
٢٠	-	إداري	١٥	٩	صيديات

المصدر: الحصر الميداني.



شكل (٧) : التوزيع الجغرافي للمحلات التجارية بشوارع الجمهورية

في مدينة إربد عام ٢٠١٩.

المصدر: جدول (٧).

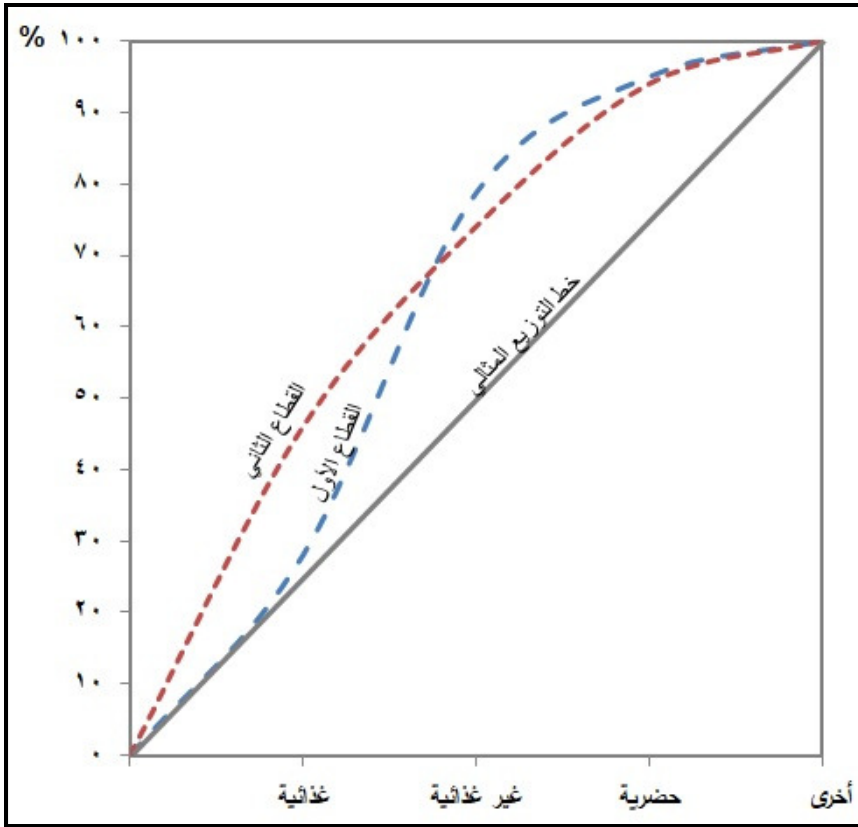
وبرغم صدور قرار الوحدة المحلية لمدينة إربد بتاريخ ٢٠١٩/١١/١١ بنقل سوق الجمعة من شارع الجمهورية بوسط المدينة إلى شارع المحجر على طريق قرية أمليط شمالي شرق المدينة لما يسببه الباعة المتجولون من الافتراش في الشارع وتكدس الكثافة المرورية، وإعاقة سيارات الإسعاف المتجهة إلى المستشفى العام قرب نهاية الشارع، إلا أن الشارع لا يخلو من هذه الظاهرة من حين لآخر، حيث يعودون في كل مرة عقب مرور شرطة المرافق، زاعمين أن "الباكيات" الجديدة بشوارع المحجر غير مزودة بالمرافق ولاسيما الكهرباء.

ويؤكد دليل التركيز من منحى لورنز على التوزيع السابق (شكل ٨)، حيث يشير إلى بعد الأنشطة التجارية عن التوزيع المثالي في شارع الجمهورية بقطاعه الذي يفترض توزيع النسب المثوية بالتساوي بين أنواع المحال التجارية بكل قطاع، برغم ذلك يتميز الشارع بالتنوع الملحوظ في المحلات التجارية مختلفة النشاط، يزيد هذا التنوع نسبياً في القطاع الثاني، إذ بلغت قيمة مقياس جيبس - مارتن للتنوع (٠,٦٢)، (٠,٦٧) للقطاعين الأول والثاني على الترتيب، التي تتراوح قيمته بين التركيز الشديد والتنوع الكامل من (صفر) إلى (٠,٧٥).

سادساً - التسوق في شارع الجمهورية :

تحظى دراسة التسوق باهتمام الكثيرين لما لها من أهمية كبيرة في رسم سياسة تسويقية تتمكن من حل المشكلات التي تواجه المستهلكين من ناحية وأصحاب المحلات التجارية من ناحية أخرى (عبد المحسن، ٢٠٠١، ص ٦٢).

وتعد حركة التسوق في شارع الجمهورية نتاجاً لمجموعة متشابكة من المحددات من أهمها: نفوذه التجاري وخصائص المتسوقين به، وأوقات تسوقهم وأسبابه، وإمكانية الوصول إليه، ومستويات الرضا. وفيما يلي دراسة لكل منهما.



شكل (٨): التنوع في توزيع المحلات التجارية في قطاعي شارع الجمهورية

في مدينة إيتاي البارود عام ٢٠١٩ باستخدام منحني لورنز

المصدر: ملحق (٥).

١) النفوذ التجاري لشارع الجمهورية:

يظهر أثر النفوذ التجاري للشارع واضحاً في مدينة إيتاي البارود، حيث يستقطب أكثر من نصف حجم عينة المتسوقين، في حين بلغت نسبة المتسوقين من خارجها ٤٦%، تتوزع على ٣١,٣% من قرى المركز (جدول ٨)، حيث يبدو تأثيره معدوماً ليس فقط على بقية القرى، بل وخارج حدود المركز.

وقد أظهرت الدراسة الميدانية أن غالبية المتسوقين سواء من المدينة أو خارجها يتوجهون إلى شارع الجمهورية لشراء الملابس الجاهزة، غير أن هناك نسبة ليست قليلة لم يكن الغرض الرئيس هو التسوق وإنما لزيارة أقاربهم في المستشفى العام أو قضاء مصالحهم في المحكمة الابتدائية أو مكتب البريد أو غيره ويكون التسوق على هامش الزيارة.

جدول (٨) : نسب عينة المتسوقين في شارع الجمهورية

في مدينة إيتاي البارود عام ٢٠١٩.*

المدينة / القرية	% من جملة العينة	المدينة / القرية	% من جملة العينة
مدينة إيتاي	٥٤	زبيدة	١,٧
النقراش	٩	جبارس	١,٥
كفر الشيخ مخلوف	٧	تكلا العنب	١,٣
أمليط	٦	جنبواي	١,٣
شنديد	٦	العوامر	١,٣
كفر مساعد	٥	رمسيس	١,٢
كفر السوالم	١,٩	منية بني منصور	١
صفت خالد	١,٨	جملة	١٠٠

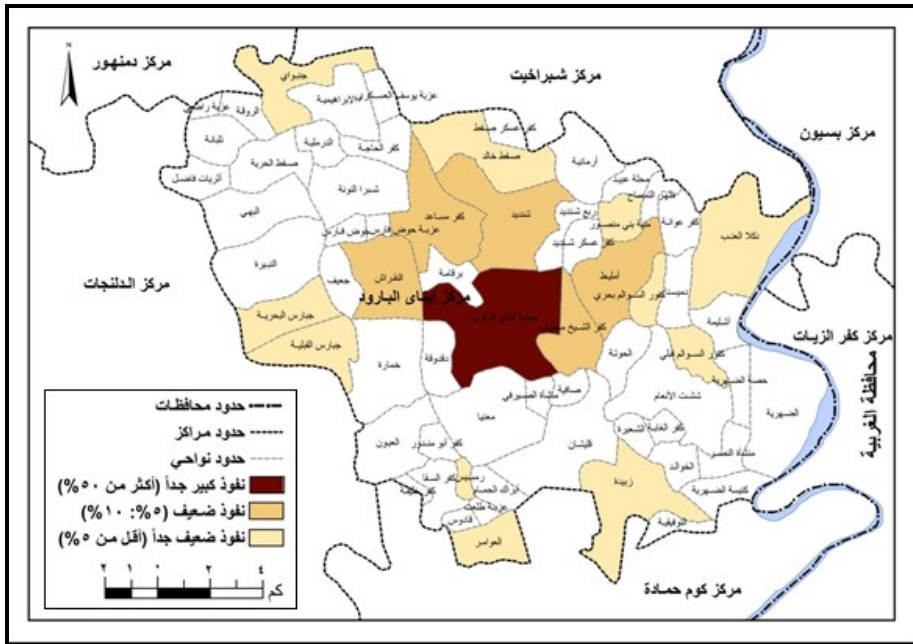
المصدر: نتائج الاستبيان.

* لم تظهر القرى المتبقية في مفردات العينة.

ومن شكل (٩) يمكن تقسيم مجال النفوذ التجاري لشارع الجمهورية إلى ما يلي:

- **نفوذ كبير جداً (أكثر من ٥٠%)**: وتستنأثر به مدينة إيتاي البارود، ويعد هذا أمراً طبيعياً، حيث يمثل الشارع قلب المدينة التجاري لتوسطها نسبياً، ويطلق عليه "وسط البلد"، فقد بلغت أقصى مسافة من منتصف الشارع إلى الحدود الغربية للمدينة (١,٥ كم)، في حين بلغت أذناها

- حتى الحدود الجنوبية (٨٠٠ مترًا)، إذ يجتذب المتسوقين القادمين من أجزاء المدينة المختلفة لسهولة الوصول إليه لقلّة زمن الرحلة وانخفاض تكلفتها.
- **نفوذ ضعيف (٥-١٠%)**: ويمثله المتسوقين القادمين من القرى المجاورة لمدينة إيتاي البارود، حيث تراوحت النسبة بين ٥% لكفر مساعد، ٩% لقرية النقراش.
 - **نفوذ ضعيف جدًا (أقل من ٥%)**: يتضاءل نفوذ الشارع على القرى الهامشية والأطراف، حيث يبدأ نفوذ بعض المدن المجاورة الأكبر حجمًا في اجتذاب المتسوقين، كما هو الحال في قرية رمسيس (١,٢% من جملة عينة المتسوقين)، إذ تبعد عن مدينة دمنهور عاصمة محافظة البحيرة حوالي ٢٠ كم، ومنية بني منصور (١% من جملة عينة المتسوقين) التي تبعد عن مدينة طنطا حاضرة محافظة الغربية حوالي ٣٠ كم، شجع على ذلك توافر وسائل النقل، خاصة "السرفيس"، وملاءمة أسعارها التي تراوحت بين ٥,٥ جنيهًا، ٦,٥ جنيهًا من مدينة إيتاي البارود إلى كل من مدينتي دمنهور وطنطا على الترتيب، حيث تتوافر الأسواق المستعملة والرخيصة مثل سوق الأثنين بطنطا وسوق سوريا بدمنهور للمهمشين ومحدودي الدخل.



شكل (٩) : مجال النفوذ التجاري لشارع الجمهورية بمدينة إيتاي البارود عام ٢٠١٩.

المصدر: جدول (٨).

٢) إمكانية الوصول للسوق:

تعد وسيلة النقل وتكلفتها وسهولة الوصول من العوامل المهمة في تحديد أنماط استخدام الأرض، بل إن استثمارات الأرض لا تكون فاعلة دون توافر وسائل نقل سهلة غير مرتفعة التكاليف (الزوكة، ٢٠٠٣، ص ٢٦٣).

ومن تحليل أرقام جدول (٩) يتضح تميز شارع الجمهورية بسهولة الوصول إليه سواء من أطراف المدينة أو من القرى المجاورة، فبلغت المسافة أقصاها إلى قرية جنبواي في شمال شرقي المدينة (١,٥ كم)، حيث تتعدد وسيلة الانتقال إلى السوق، فغالبية المترددين من سكان القرى المجاورة تجتذبهم وسائل النقل مثل "التوكتوك" أو "السرفيس"، إذ تتراوح القيمة التعريفية بين ٢، ٥ جنيهات بحسب المسافة، أما المتسوقون من سكان المدينة فيستخدم ٤٠% منهم "التوكتوك" كوسيلة انتقال سهلة ورخيصة، إذ تشير الدراسة باستحواذ المدينة على أكثر من ٦٠% من جملة أعداد المرخصة للعمل داخل مركز إيتاي البارود، في حين يعتمد نحو خمس المترددين على السوق على السير على الأقدام، وتتشارك كل من "الموتوسيكل، والتروسيكل، والملاكي، والكارو" النسبة المتبقية.

وقد تم إدخال الحجم السكاني بجانب المسافة لما له من تأثير على التسوق من شارع الجمهورية، وذلك لحساب إمكانية الوصول من خلال معايرة المسافات بالأهمية النسبية لكل قرية سكانيًا.

وتأتي مدينة إيتاي بصفة عامة في المركز الأول من حيث إمكانية الوصول إلى شارع الجمهورية، وإن كان المتسوقون من جنوبي المدينة هم الأقرب للسوق من بقية أجزائها، وقد يشير ذلك إلى قرب أهالي المدينة الجغرافي إلى السوق، وموقعه المتميز في وسطها، فتقل كل من المسافة إلى السوق وزمن الرحلة، فلا يستغرق الوصول إليه من أي جزء منها أكثر من خمس عشرة دقيقة سيرًا على الأقدام، كما تتعدد وسائل النقل للوصول إلى السوق مثل "التوكتوك"، و"الميكروباص"، و"الملاكي"، إضافة إلى السير على الأقدام للقاطنين في المنطقة المحيطة بالشارع، حيث يمارس السوق أقصى نفوذه التجاري، وجاء كفر الشيخ مخلوف في جنوب المدينة في مقدمة القرى من حيث سهولة الوصول، إذ شغل الرتبة الخامسة، في حين شغل المتسوقون من قرية تكلا العنب الرتبة الأخيرة، ليس فقط لبعدها المسافة ولكن لما يمثله من ثقل سكاني كبير نسبيًا، حيث يمارس السوق أقصى نفوذه التجاري.

جدول (٩) : إمكانية الوصول من أطراف مدينة إيتاي البارود والقرى المجاورة إلى شارع الجمهورية عام ٢٠١٩.

المدينة / القرية	المسافة من شارع الجمهورية (كم)	السكان بالألف	المسافة × السكان	رتبة إمكانية الوصول
جنوبي المدينة	٠,٨	١١,١	٨,٩	١
شمالي المدينة	١,١	١١,١	١٢,٢	٢
شرقي المدينة	١,٢	١١,١	١٣,٣	٣
غربي المدينة	١,٥	١١,١	١٦,٦	٤
مخوف	٢,٧	٦,٢	١٦,٧	٥
شنديد	١,٧	١٢,٥	٢١,٣	٦
بني منصور	٥,٤	٤,٥	٢٤,٣	٧
رمسيس	٦,١	٤,٨	٢٩,٣	٨
النقراش	٥,٤	٧,١	٣٨,٣	٩
صفت خالد	٥,٨	٦,٩	٤٠	١٠
أمليط	٣,٨	١٢,٢	٤٦,٤	١١
كفر مساعد	٥,٧	٨,٢	٤٦,٨	١٢
السوالم	٧,٧	٨,٢	٦٣,١	١٣
زبيدة	٧,٩	٨,٥	٦٧,٢	١٤
العوامر	٨,٧	٨,٧	٧٥,٧	١٥
جبارس	٧	١٥	١٠٥	١٦
جنبواي	١٢,٥	٨,٩	١١١,٣	١٧
تكلا العنب	١٢,٢	٢٢,٢	٢٧٠,٨	١٨

المصدر: تم تقدير سكان مناطق المدينة اعتماداً على متوسط السكان لعام ٢٠١٩، وتقدير سكان القرى اعتماداً على تعدادات سابقة، وقياس المسافات باستخدام GIS لمعرفة سهولة الوصول.

٣) خصائص المتسوقين:

تتعدد خصائص المتسوقين في شارع الجمهورية، ومن أهمها التركيب العمري النوعي والحالة المهنية والتعليمية، والاجتماعية، وتم استبعاد الدخل لقصور بياناته وعدم دقتها، وفيما يلي دراسة لكل منها.

أ- التركيب العمري النوعي:

يحظى التركيب العمري النوعي بأهمية كبيرة في التحليلات الديموغرافية، حيث يؤثر في متطلبات المتسوقين وسلوكياتهم ونشاطهم مما ينعكس على السلوك الاستهلاكي للسلع والخدمات (الخریف، ٢٠٠٨، ص ١٨٤).

- ومن اللافت للنظر التباين الواضح بين التركيب العمري النوعي لكل من العاملين - كما سبقت دراسته - والمتسوقين، فمن تحليل أرقام جدول (١٠) يمكن تسجيل الملاحظات التالية:
- التفوق النسبي للإناث على الذكور في الشراء من شارع الجمهورية، إذ بلغت نسبتهم ٥٤,٦% من جملة عينة المتسوقين، حيث تتركز محلات الملابس الجاهزة في الشارع التي تجتذب الإناث مقارنة بالذكور، فمن المعروف أن المرأة كثيرة التسوق، فغالبية النساء يعانين من اختلاف الوزن بصورة متكررة، خاصة في حالات الحمل فتزيد حاجتهن للشراء، ثم تلبية احتياجات أطفالهن الشرائية بعد الإنجاب، إضافة لحالات لا يرتدين فيها النوع الواحد من الملابس إلا مرة واحدة، ولا سيما في المناسبات (www.ziid.net).
 - استأثرت الفئة العمرية العريضة (١٥، لأقل من ٦٠ سنة) بغالبية المتسوقين في الشارع (٧٦,٦%)، وهي الفئة العاملة ذات القدرة الشرائية والتي تتحمل عبء الإعالة في المجتمع، مع ملاحظة أن أكثر من ٣١,٣% منها في الفئة العمرية (١٥، لأقل من ٣٠ سنة)، حيث تتصف بكثرة المقبلين على الزواج خاصة من الإناث لشراء مستلزماتهن من الملابس والأقمشة والمفروشات، يؤكد ذلك ارتفاع نسبتهم مقارنة بالذكور في الفئة العمرية نفسها.

جدول (١٠) : نسب عينة المتسوقين في شارع الجمهورية

بمدينة إيتاي البارود حسب العمر والنوع عام ٢٠١٩.

جملة	إناث	ذكور	النوع / فئة السن
١٥,١	٥,٥	٩,٦	أقل من ١٥ سنة
٣١,٣	٢١	١٠,٣	١٥، لأقل من ٣٠
٢٥	١٢	١٣	٣٠، لأقل من ٤٥
٢٠,٣	١٢,١	٨,٢	٤٥، لأقل من ٦٠
٨,٣	٤	٤,٣	٦٠ سنة فأكثر
١٠٠	٥٤,٦	٤٥,٤	جملة

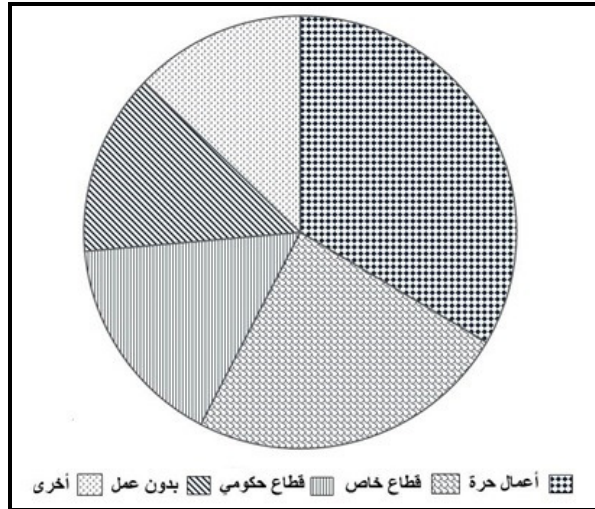
المصدر: الدراسة الميدانية.

- انخفاض نسبة المتسوقين من النوعين في الفئة العمرية (٦٠ سنة فأكثر)، وتشمل هذه الفئة كثيرًا من المتقاعدين والأرامل، إذ يمثل التسوق عبئًا بدنيًا لمحدودية تحركاتهم وصعوبة التسوق لفترات طويلة، إضافة إلى عدم اتفاق غالبية السلع التجارية في الشارع مع ما يناسبها.

ب- المهنة:

تعكس دراسة التركيب المهني خصائص هيكل العمالة المؤثرة في طبيعة استهلاك المتسوقين من السلع التجارية، ويمكن تصنيف المتسوقين وفقًا للمهنة حسب طبيعة عمل المؤسسة دون النظر إلى نوع الحرفة التي يمارسها الفرد.

ويوضح شكل (١٠) أن ثلث عينة المتسوقين من العاملين في قطاع الأعمال الحرة، إذ يعد الربح الهدف الرئيس للعاملين بالتجارة والخدمات، الأمر الذي يشير إلى قدرة هذه الطبقة على شراء السلع التجارية أكثر من غيرها، يليهم المتسوقين من العاملين في القطاع الخاص (ما يقرب من ربع حجم العينة)، ويعزى ذلك إلى ارتفاع معدلات الأجور نسبيًا مقارنة بالقطاع الحكومي الذي يعاني موظفوه من سوء أحوالهم المادية، لذلك جاء ترتيب منسوبيه في المركز الثالث بنسبة ١٦% من حجم العينة، الأمر الذي يؤكد ضعف قدرتهم الشرائية، واختلاف أولويات الانفاق، خاصة بعد تعويم الجنيه وانخفاض قيمة العملة.



شكل (١٠) : نسب عينة المتسوقين في شارع الجمهورية

بمدينة إيتاي البارود وفقاً للمهنة عام ٢٠١٩.

* أخرى تشمل المعاشات والطلاب وريبات البيوت.

المصدر: الدراسة الميدانية.

وقد احتل المتسوقون من غير العاملين المركز الرابع بنسبة ١٣,٦% من حجم عينة الدراسة، لارتفاع نسبة البطالة بصفة عامة في ظل محدودية فرص العمل، إذ بلغت نسبتها ١١,٩% في مركز إيتاي البارود عام ٢٠١٨ (مركز القاهرة للدراسات الاقتصادية والاستراتيجية، ٢٠١٨، ص ٤). ويتذلل بقية المتسوقون وهم أصحاب المعاشات والطلاب وربات البيوت قائمة المتسوقين بشوارع الجمهورية بنسبة ١٢,٨%، ويعزى ذلك إلى انخفاض نسبة المتسوقين من كبار السن (٦٠ سنة فأكثر)، إذ بلغت ٨,٣% من حجم العينة، إضافة إلى ضعف مصروف الطلاب في ظل ارتفاع الأسعار واكتفائهم بشراء احتياجاتهم الغذائية.

ج- الحالة التعليمية:

تعد الملامح العامة لخصائص المتسوقين انعكاساً لخصائصهم التعليمية، فهي من المؤشرات المهمة للتطور الثقافي والاجتماعي للمجتمع، كما أنها من الخصائص السكانية المؤثرة في تغيير سلوكه الاستهلاكي لما تبثه في نفوس الأفراد من قيم ومعارف. وقد بينت الدراسة الميدانية أن ما يقرب من ثلاثة أرباع عينة المتسوقين في شارع الجمهورية إما بدون مؤهل دراسي أو من حملة المؤهلات المتوسطة، إذ بلغت النسبة ٣٧,٦، ٣٦,٦% لكل منهما على الترتيب، حيث يجتذب السوق هذه النوعية، مما يعكس سيادة الذوق الشعبي، وتواضع دخول المتسوقين، فغالبية السلع الغذائية وغير الغذائية مثل المأكولات والمشروبات، والملابس الجاهزة والأقمشة والمفروشات تتناسب في أثمانها وأسعارها مع هذه الشرائح السكانية، يؤكد ذلك اختفاء "المولات" الراقية ذات العلامات التجارية المشهورة والأسعار الباهظة، وينعكس ذلك على انحسار غالبية مجال نفوذه التجاري في مدينة إيتاي البارود كما سبقت الإشارة.

د- الحالة الزوجية:

يمكن تصنيف المتسوقين الذين بلغوا سن الزواج (١٨ سنة فأكثر) حسب الحالة الزوجية إلى أربع فئات هي: لم يسبق لهم الزواج، والمتزوجون، والمترملون، والمطلقون، ويؤثر التركيب العمري والنوعي على نسب المتسوقين الذين تضمهم هذه الفئات، كما تسهم الأحوال الاجتماعية والاقتصادية في تحديدها واتجاهها فتعكس ظروف المجتمع السائدة (أبو عيانه، ٢٠٠٣، ص ٣٣٧). ويوضح جدول (١١) أن أكثر من ثلثي المتسوقين من المتزوجين، حيث تعد هذه الفئة مؤشراً لمتوسط حجم الأسرة، فقد أظهرت الدراسة الميدانية أن ٥٨,٢% من جملة أسر العينة تتراوح بين خمسة إلى ستة أفراد، مما يزيد من استنزاف دخلها في شراء السلع لتأمين احتياجاتها من الغذاء والكساء، فكلما زادت أعداد الأسر زاد استهلاكها لاسيما من السلع الأساسية.

جدول (١١) : نسب عينة المتسوقين بشوارع الجمهورية في مدينة إيتاي البارود حسب الحالة الزوجية عام ٢٠١٩.

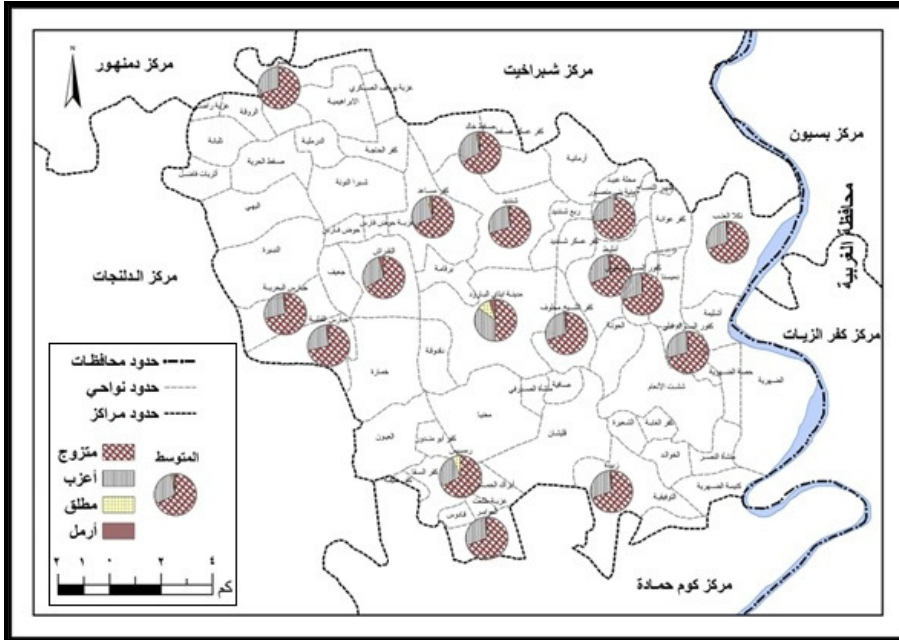
أرمل %	مطلق %	أعزب %	متزوج %	المدينة / القرية
٥	١٠	٣٥	٥٠	مدينة إيتاي البارود
٤	٠,٥	٢٩	٦٦,٥	النقراش
٢	١	٢٨	٦٩	كفر الشيخ مخلوف
٢	١	٢٨,٧	٦٨,٣	أمليط
١,٥	-	٢٨,٥	٧٠	شنديد
٣	٢	٢٧	٦٨	كفر مساعد
١,١	٠,٧	٢٨	٧٠,٢	كفر السوالم
٢	١,٢	٣٠	٦٦,٨	صفت خالد
١,٥	١	٢٨,٥	٦٩	زبيدة
٢	١	٢٦,٥	٧٠,٥	جبارس
١	٠,٥	٢٩	٦٩,٥	تكلا العنب
٠,٧	-	٣٠	٦٩,٣	جنبواي
١,٤	٠,٦	٢٩	٦٩	العوامر
١	٠,٥	٢٨	٧٠,٥	رمسيس
٠,٥	-	٢٧,٥	٧٢	منية بني منصور
٢	١,٣	٢٨,٨	٦٧,٩	المتوسط

المصدر: الدراسة الميدانية.

يليهام المتسوقون من "غير المتزوجين"، فقد تجاوزت نسبتهم ربع حجم العينة، إذ تعد انعكاساً طبيعياً لفئة المتزوجين، وقد يفسر ارتفاعها النسبي كثرة حركة الطلاب في شارع الجمهورية لقرب مدارسهم الجغرافي، كما هو الحال في معهد إيتاي البارود الثانوي للبنين، ومدرسة محمود قطب الثانوية للبنات، مما ساهم في زيادة فرص تسوقهم، خاصة من الوجبات الغذائية السريعة منخفضة التكاليف مثل "ساندويشات" الفول وغيرها.

وتتضاءل نسبة المتسوقين من "المطلقين"، إذ لم تتجاوز ١,٣% من جملة عينة المتسوقين بالشارع، وقد سجلت أقصاها في المدينة، لارتفاع حالات الطلاق في المدن مقارنة بالريف بصفة عامة.

- ومن شكل (١١) يمكن تقسيم فئة المتزوجين التي تمثل غالبية المتسوقين في شارع الجمهورية إلى مجموعتين رئيسيتين:
- أولهما، تزيد على المتوسط العام (٦٧,٩%)، وتضم ١٣ قرية، يأتي في مقدمتها قريتي رمسيس وجبارس، إذ تصل نسبة المتزوجين ٧٠,٥% من جملة العينة بكل منهما.
 - والأخرى، تقل عن المتوسط العام: وتتفرد بها قرية النقراش (٦٦,٥%)، ومدينة إيتاي البارود (٥٠%)، وقد يفسر الانخفاض الملحوظ في نسبة المتزوجين من المتسوقين في شارع الجمهورية بالمدينة الارتفاع الكبير في نسبة المطلقين (١٠%)، التي كشفت عن مدى الفجوة في حالات الطلاق بين المدينة وقراها، وقد يفسر ذلك زيادة حدة الاختلاف الاقتصادي والاجتماعي، خاصة الثقافي بين القرية والمدينة، حيث تبدو القرية أقل تبايناً، فترتفع نسب الطلاق في المدن كما سبقت الإشارة، فقد بلغت النسبة ١٢,٥%، في كل منهما على الترتيب عام ٢٠١٨ (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، ٢٠١٩).



شكل (١١) : نسب عينة المتسوقين بشارع الجمهورية في مدينة إيتاي البارود وفقاً للحالة الزوجية عام ٢٠١٩.

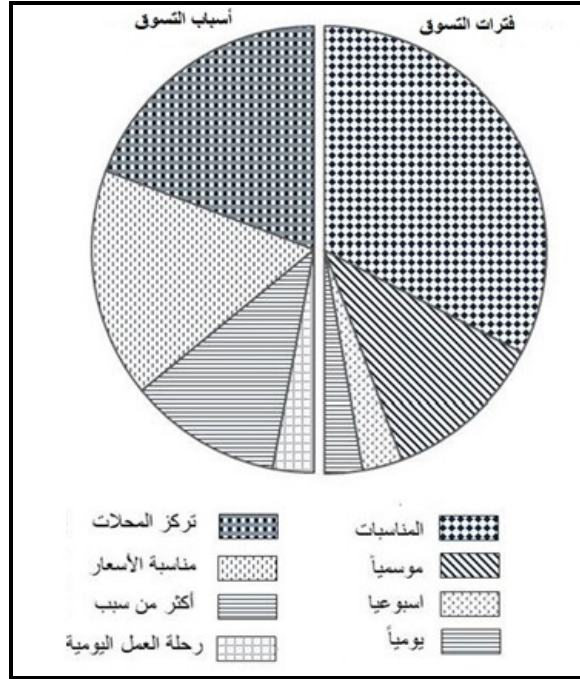
المصدر: جدول (١١).

٣) أوقات التسوق وأسبابه:

يمكن دراسة فترات التردد على المحلات التجارية بشارع الجمهورية وتباين أسباب الشراء، وذلك على النحو التالي:

أ- أوقات التسوق:

يوضح شكل (١٢) أن أكثر من ثلثي عينة المتسوقين يأتون لشراء احتياجاتهم من شارع الجمهورية في المناسبات المختلفة سواء العامة مثل الأعياد، ورأس السنة الميلادية، وعيد الأم، أو الخاصة مثل "السبوح"، وحفلات الخطوبة والزفاف وغيرها، حيث يتربعون العروض والتخفيضات التي غالباً ما تكون في تلك المناسبات ملائمة لغالبية الطبقات، خاصة المتسوقين القادمين من قرى المركز لتجهيز بناتهن المقبلات على الزواج، وشراء ما تحتاجهن من ملابس وأقمشة ومفروشات وغيره، أو ادخار تلك السلع لحين بلوغهن سن الزواج.



شكل (١٢) : نسب عينة المتسوقين في شارع الجمهورية بمدينة إيتاي البارود

وفقاً لفترات التسوق وأسبابه عام ٢٠١٩.

المصدر: الدراسة الميدانية.

ويشغل المترددون بصورة موسمية في نهاية فصل الصيف، وبداية فصل الخريف، ونهاية فصل الشتاء المرتبة الثانية بما يقرب من ربع حجم العينة، غالبيتهم من سكان المدينة، وذلك لشراء مستلزماتهم الصيفية في "الأوكازيون الصيفي" في نهاية شهر أغسطس، ومستلزمات المدارس من أزياء، وشنط، وكتب خارجية وغيرها في بداية الموسم الدراسي في نهاية شهر سبتمبر، واحتياجاتهم الشتوية في نهاية شهر فبراير، رغم تشكك الكثيرين في مصداقية هذه العروض الموسمية، خاصة أن بعض الأسعار يتم زيادتها ثم عودتها لسعرها السابق تحت عنوان الأوكازيون. وتتخفف نسبة المتسوقين بصفة أسبوعية ويومية في شارع الجمهورية، إذ لم تتجاوز ١١,٣% من جملة عينة الدراسة، يعتمد غالبيتهم على شراء السلع الغذائية بشكل شبه يومي.

ب- أسباب التسوق:

تتأثر ظاهرة التسوق بعدة محددات منها سلوك المستهلك، ودخله، وسعر السلعة، ومدى حاجته إليها، وغيرها، وقد أظهرت الدراسة الميدانية انحسار أسباب التسوق في شارع الجمهورية في أربعة أسباب على النحو التالي:

- أولها: تركز المحلات التجارية، حيث يعد الدافع الرئيس للمتسوقين في الشارع (٣٨,٥% من جملة عينة الدراسة)، إذ يضم الشارع ١٥٨ محلاً تجارياً في مساحة صغيرة نسبياً (١٨٠٠ كم^٢)، تتنوع أنشطتها التجارية، أبرزها محلات الملابس الجاهزة (٢٨ محلاً)، إضافة إلى محلات الأقمشة والمفروشات ومستلزمات العرائس، حيث تُتاح الفرصة للمتسوق لاختيار ما يناسبه من تشكيلات متنوعة دون عناء الانتقال إلى أماكن أخرى.
- ثانيها: مناسبة الأسعار، لا تقل ملائمة أسعار السلع التجارية بالشارع أهمية عن تنوعها، فثلث عينة المتسوقين ينجذبون نحو السعر المناسب للسلعة، حيث يمكن اعتبار الشارع من الأسواق الشعبية، مما جعله المقصد الأول للمقبلين على الزواج من الطبقات الفقيرة ومتوسطي الدخل، حيث أوضحت الدراسة الميدانية أن أكثر من نصف عينة المتسوقين يقل دخلهم الشهري عن ١٥٠٠ جنيهاً.
- ثالثها: رحلة العمل اليومية، حيث يعتاد العاملون في المؤسسات الخدمية بالشارع مثل بنك مصر، المحكمة الابتدائية وقسم الشرطة والمستشفى العام، إضافة إلى طلاب المدارس شراء ما يحتاجونه من السلع، وخاصة الغذائية مثل "ساندويتشات" الفول والكشري أثناء رحلتي الذهاب والإياب، إذ بلغت نسبتهم ٦% من جملة العينة.
- رابعها: أسباب متنوعة، حيث لا تقتصر أسباب التسوق على سبب واحد، وتمثل النسبة المتبقية (٢٢,٢% من جملة العينة).

وقد ذهبت الدراسة إلى أبعد من ذلك، فقد رصدت الصحبة في الرحلة، فغالبية المتسوقين يصطحبون أحد أفراد الأسرة أثناء تسوقهم (٧٤,٥%)، يلي ذلك التسوق بصحبة الأصدقاء (١٧,٥%)، في حين تنخفض أعداد المتسوقين بمفردهم، إذ لا تتعد ٨%، ويعكس ذلك قوة الترابط بين أفراد الأسرة، خاصة بين الأسر الريفية، حيث تفضل الأمهات من ساكني المناطق الشعبية في المدينة، وغالبية ساكني القرى المجاورة مرافقة بناتهن في شراء مستلزمات المسكن الجديد، كما يعد مكانًا مناسبًا لتمضية الوقت مع الأصدقاء، فالتنقل بين محلات الملابس وأدوات التجميل يعد أمرًا مسليًا للكثيرين.

٥) مستويات الرضا:

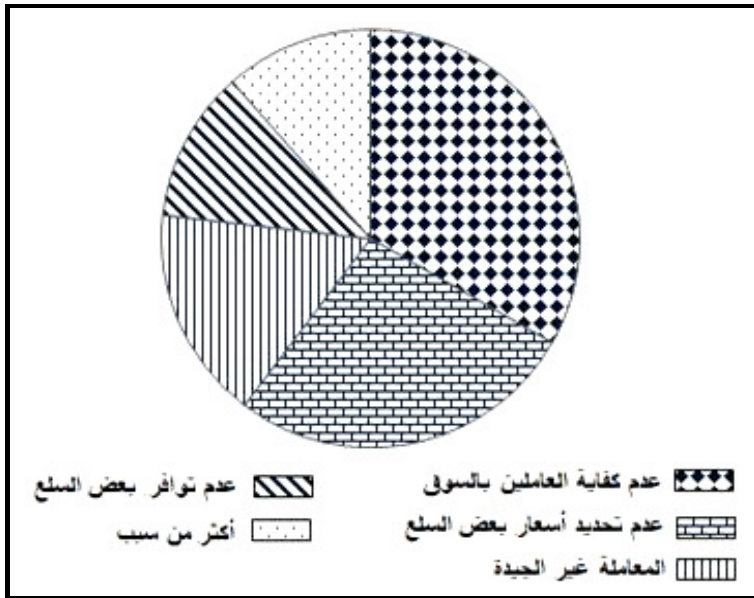
يعد قياس مستوى رضا المتسوقين عن أداء سوق شارع الجمهورية من المؤشرات المهمة لمعرفة مدى نجاحه في تلبية احتياجاتهم من السلع التجارية، فقد نقود نتائجه إلى الكشف عن أسباب عدم رضا البعض، ومن ثم وضع المقترحات لمعالجة تلك الأسباب. وقد أظهرت نتائج الاستبيان أن حوالي ثلاثة أخماس عينة المتسوقين قد أبدوا رضاهم عن مستوى ما يقدمه السوق من خدمات، في حين تُشكل أعداد غير الراضين وغالبيتهم من المترددين من داخل مدينة إيتاي البارود النسبة المتبقية.

ويمكن حصر أسباب عدم رضا المتسوقين عن شارع الجمهورية على النحو التالي (شكل

(١٣):

- **قلة أعداد العمالة:** أشار نحو ثلث عينة المتسوقين إلى عدم كفاية العاملين في المحلات التجارية، وقد يفسر ذلك الارتفاع الملحوظ في نسبة محلات القطاع الخاص (٩٠,١% من جملة الأنشطة التجارية بالشارع)، حيث تقوم بتوفير بعض النفقات، خاصة أجور العاملين لضمان استمرارية النشاط التجاري وعدم توقفه في ظل الأزمة الاقتصادية الراهنة، ويمكن التغلب على هذه المشكلة بزيادة أعداد العمالة المؤقتة وقت الذروة، خاصة في المواسم والمناسبات التي تزيد فيها عمليات الشراء.
- **عدم تحديد أسعار بعض السلع:** أكد ما يزيد على ربع عينة المتسوقين أن سياسة العرض والطلب تتيح للتاجر مساحة كبيرة لتحديد سعر البيع دون رقابة حقيقية، وقد تكون السلعة غير محددة الثمن بشكل علني في بعض الأحيان حتى تلفت انتباه المستهلك، ولا يتم شراؤها إلا بعد المجادلة أو ما يعرف "بالفصال"، لذلك تختلف أسعار السلع بين متجر وآخر، كما أن نسبة غير قليلة منها غير معلومة المنشأ، ومن هنا يبرز دور الحكومات في تحديد هامش الربح الذي يضمن أسعارًا مناسبة للمستهلك ويحقق أرباحًا معقولة للتاجر، إضافة إلى تفعيل تأثير الجهات الرقابية مثل جهاز حماية المستهلك ومعرفة مصدر تلك السلع.

- **المعاملة غير الحسنة:** بلغت نسبة الذين يشكون من سوء معاملة البائع ١٦,٥% من عينة المتسوقين بالشارع، حيث يتململون من عدم صبر البائع على بعض الزبائن مع كثرة الأسئلة، ومساومته على سعر السلعة، إضافة إلى صعوبة إقناعه باستبدالها أو ارجاعها في بعض الأحيان، ومن ثم ينبغي توعية المستهلك بحقه في الحصول على وثيقة شراء السلعة حتى يمكنه القانون من استعادة ثمنها.
 - **عدم توافر بعض السلع:** أظهر ١١,٧% من المتسوقين عدم رضاهم عن السوق بسبب انتفاء احتوائه على جميع السلع، ويمكن حصر أهم أنواع السلع غير المتوافرة بالشارع في: الأثاث، ولوازم السيارات، والساعات والبصريات، والمشغولات الذهبية، وقد يفسر ذلك صعوبة استمرار مثل هذه الأنواع في الأسواق الشعبية.
- ويمكن التغلب على هذه المشكلة بتوعية أصحاب المحلات المتوقفة بمدى حاجة المتسوقين لمثل هذه الأنشطة التجارية، وتشجيعهم للعمل في هذه المجالات، خاصة أن نسبة المحلات المتوقفة عن النشاط سجلت ٢,٥% من جملة المحلات التجارية بالشارع، في حين بلغت نسبة غير الراضين من المتسوقين لأكثر من سبب ١١,٥% من حجم العينة.



شكل (١٣) : نسب أسباب عدم رضا عينة المتسوقين عن شارع الجمهورية

في مدينة إيتاي البارود عام ٢٠١٩.

المصدر: الدراسة الميدانية.

النتائج والتوصيات :

- يمكن عرض أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة كما يلي:
- ظهور أنشطة تجارية جديدة لم تكن متوفرة في شارع الجمهورية قبل عشرين عامًا، مثل المخابز والحلويات والهواتف المحمولة، إذ بلغت نسبة المحلات حديثة النشاط ٤٢,٥% من جملة المحلات عام ٢٠١٩، في حين لم يعثر الاستخدام الخدمي تغييرًا يذكر.
 - التباين الكبير بين أطوال واجهات المحلات التجارية وفقًا لنوع نشاطها، فتشغل محلات السلع غير الغذائية المركز الأول من حيث نسبة أطوال الواجهات، إذ استأثرت بنحو نصف جملة الأطوال، في حين تشترك بقية المحلات في النصف الآخر، ويفسر ذلك ارتفاع نسبة محلات الملابس الجاهزة والأقمشة والمفروشات (٣٩% من جملة محلات السلع غير الغذائية)، حيث يحتاج هذا النوع من النشاط لواجهة أطول لعرض البضائع ولفت انتباه المتسوقين.
 - قلة أعداد العاملين في النشاط التجاري والخدمي بالشارع إذ سجل ٨٦٧ عاملًا، يتوزعون على أربع مجموعات رئيسية هي: السلع الحضرية، وغير الغذائية، والغذائية والأخرى، تشمل مجتمعة ١٥٨ محلاً تجاريًا وخدميًا، وشغلت محلات السلع الحضرية المركز الأول من حيث أعداد العاملين، فتجاوزت نسبتهم ٤٢% من جملة العاملين بالنشاط التجاري في الشارع.
 - انخفاض مشاركة الإناث في القوة العاملة في السوق لأقل من الخمس، واستحوذت العمالة في الفئة العمرية (٣٠، لأقل من ٤٥ سنة)، على أكثر من ثلث حجم العمالة به، ومرد ذلك إلى ارتفاع أعداد الموظفين في المؤسسات الحكومية، كما هو الحال في مقر إدارة هندسة الري والمحكمة الابتدائية وغيرهما.
 - اجتذاب محلات السلع الحضرية لغالبية العاملين من حملة المؤهلات الدراسية، خاصة الجامعية (٨٢,٥%)، للعمل في مكتب البريد، وقسم الشرطة، وبنك مصر، والمحكمة الابتدائية وغيرها، في حين بلغت النسبة أدها في محلات السلع الغذائية، فلا تعد المؤهلات الدراسية من متطلبات العمل في محلات المطاعم والجزارة والخضر والفاكهة والعصائر وغيرها.
 - جاءت المطاعم في مقدمة محلات السلع الغذائية بما يقرب من ربع أعدادها، وشغلت محلات بيع الخضر والفاكهة المركز الأخير (٣,٣%)، لقرب أسواقها من شارع الجمهورية حيث يتركز هذا النشاط، في حين استأثرت الملابس الجاهزة بما يقرب من نصف أعداد محلات السلع غير الغذائية في الشارع، فعكست خريطة استخدام الأرض تركزها، فقد بلغت درجة التركيز الموقعي (١,٣)، تلتها محلات الأقمشة والمفروشات، ثم محلات الهواتف المحمولة ومستلزماتها.
 - شغلت محلات السلع الحضرية المركز الثالث بنسبة ١٨,٥% من جملة المحلات التجارية، جاء في مقدمتها كل من الصيدليات ومحلات بيع الكتب "المكتبات"، مما يشير إلى مدى

الأرباح المكتسبة من هذه الأنشطة حتى تقتنص مكاناً في السوق، في حين تذيلت المحلات المنوقفة عن ممارسة النشاط المحلات التجارية بنسبة ٢,٥% من جملتها بشارع الجمهورية، ويعد توقفها مؤقتاً، حيث كانت تزاوّل نشاطاً تجارياً فتوقفت إما للصيانة أو لإعادة تجهيزها قبل تغيير نشاطها.

- أكد دليل التركيز من منحى لورنز على بعد الأنشطة التجارية عن التوزيع المثالي في شارع الجمهورية، برغم تميزها بالتنوع الملحوظ، إذ بلغت قيمة مقياس جيبس - مارتن للتنوع (٠,٦).
- ظهور النفوذ التجاري للسوق بدرجة كبيرة جداً على مدينة إيتاي البارود، فقد اجتذب أكثر من نصف أعداد المتسوقين منها لموقع شارع الجمهورية في وسطها، في حين تضاعف نفوذها على القرى الهامشية والأطراف، حيث يبدأ نفوذ بعض المدن متوسطة الحجم في اجتذاب المتسوقين، مثل مدينتي طنطا ودمهور.
- تميز شارع الجمهورية بسهولة الوصول إليه سواء من أطراف المدينة أو من القرى المجاورة، فبلغت المسافة أقصاها إلى قرية جنوباوي في شمال شرقي المدينة (١,٥ كم)، وتعددت وسيلة الانتقال إليه، فغالبية المترددين من سكان القرى المجاورة اجتذبهم وسائل النقل مثل "التوكتوك" أو "السرفيس"، إذ تتراوح القيمة التعريفية بين ٢، ٥ جنيهات بحسب المسافة، أما المتسوقون من سكان المدينة فيستخدم ٤٠% منهم "التوكتوك" كوسيلة انتقال سهلة ورخيصة.
- التفوق النسبي للإناث على الذكور في الشراء من شارع الجمهورية، إذ بلغت نسبتهم ٥٤,٦% من جملة عينة المتسوقين، حيث تتركز محلات الملابس الجاهزة في الشارع التي تجتذب الإناث مقارنة بالذكور، في حين استحوذت الفئة العمرية العريضة (١٥، لأقل من ٦٠ سنة) بغالبية المتسوقين في الشارع، فهي الفئة العاملة ذات القدرة الشرائية والتي تتحمل عبء الإعالة في المجتمع.
- شغل المتسوقون من العاملين في الأعمال الحرة المركز الأول بين المتسوقين لقدرتهم على شراء السلع التجارية أكثر من غيرهم، يليهم المتسوقين من العاملين في القطاع الخاص لارتفاع معدلات أجورهم نسبياً مقارنة بالقطاع الحكومي، في حين جاء أصحاب المعاشات والطلاب وريبات البيوت في ذيل قائمة المتسوقين بشارع الجمهورية بنسبة ١٢,٨%.
- سيادة الذوق الشعبي للسوق، فغالبية المتسوقين من غير حملة المؤهلات الدراسية، وغالبية السلع تتناسب في أسعارها هذه النوعية من المتسوقين، لذلك أبدى ٦٠% منهم رضاهم عن مستوى ما يقدمه السوق من خدمات، في حين كان من أهم أسباب عدم رضا النسبة المتبقية عدم كفاية أعداد العاملين في المحلات التجارية، وعدم تحديد أسعار بعض السلع، فضلاً عن عدم توافر بعضها.

ملحق (٢)

نموذج استبيان عن خصائص العاملين في شارع الجمهورية بمدينة إيتاي البارود
"جميع البيانات سرية وخاصة بالبحث العلمي"

- ١- النوع:
- ذكر
- أنثى
- ٢- السن:
- أقل من ١٥ سنة - ١٥، لأقل من ٣٠ - ٣٠، لأقل من ٤٥
- ٤٥، لأقل من ٦٠ - ٦٠ سنة فأكثر
- ٣- المؤهل الدراسي:
- بدون
- متوسط وفوق متوسط
- يقرأ ويكتب
- جامعي
- ٤- نوع النشاط التجاري:
- محلات غذائية
- محلات حضرية (خدمية)
- أخرى (انكرها)
- محلات غير غذائية

ملحق (٣)

نموذج استبيان عن خصائص المتسوقين في شارع الجمهورية بمدينة إيتاي البارود
"جميع البيانات سرية وخاصة بالبحث العلمي"

أولاً - خصائص المتسوق:

- ١- النوع: ذكر
- ٢- السن: أقل من ١٥ سنة
- ٣- محل الإقامة: مدينة إيتاي (شارع) (خارج مدينة إيتاي (قرية))
- ٤- المؤهل الدراسي: - بدون - يقرأ ويكتب - متوسط و فوق متوسط - جامعي
- ٥- المهنة: - قطاع حكومي - قطاع خاص - أعمال حرة
- ٦- الحالة الزوجية: - أعزب - متزوج - مطلق - أرمل
- ٧- عدد أفراد الأسرة: - أقل من ٣ - من ٣، لأقل من ٥
- ٨- صحة التسوق: - بمفردك - مع الأسرة - مع الأصدقاء

ثانياً - وسائل النقل:

١- النوع:

- سيراً على الأقدام
- "توكتوك"
- "موتوسيكل"
- "تروسيكل"
- "كارو"
- أخرى (انكرها)

٢- التكلفة:

- بدون تكلفة
- أقل من ٢ جنيه
- من ٥، لأقل من ٥ جنيه
- من ٥، لأقل من ٨ جنيه
- ٨ جنيهات فأكثر

ثالثاً - التردد على السوق والمشتريات:

١ - أيام التسوق:

- يوميًا
- أسبوعيًا
- شهريًا
- في المواسم والأعياد (اذكرها)

٢ - أسباب الذهاب إلى السوق:

- القرب من محل السكن
- القرب من محل العمل
- اختلاف السلع وتنوعها
- مناسبة الأسعار
- التردد على المراكز الصحية ومعامل التحاليل
- أخرى (اذكرها)
- ماذا تشتري من السوق؟
- سلع غذائية
- ملابس جاهزة
- أقمشة ومفروشات
- هواتف محمولة ومستلزماتها
- أدوات مكتبية
- أحذية وشنط
- أجهزة منزلية
- أخرى (اذكرها)

ملحق (٤) : العلاقة بين الحالة الزوجية وأنماط المحلات التجارية بشارع الجمهورية في مدينة إيتاي البارود عام ٢٠١٩ باستخدام مربع كاي.

السلع	الحالة الزوجية	لم يسبق له الزواج	متزوج
غذائية	٤٧,١	٥٢,٩	
غير غذائية	٤٩,١	٥٠,٩	
حضرية	٥٥,٢	٤٤,٨	
أخرى	٣٦,٤	٦٣,٦	
المتوسط	٤٧	٥٣	
كا ^٢	٦,٠٧٩		
الاحتمالية	٨,٦٠٢		
الارتباط الخطي	٠,١٩٣		
مستوى الدلالة	٠,٦٣		

المصدر: الدراسة الميدانية.

ملحق (٥) : التنوع في توزيع المحلات التجارية بقطاعي شارع الجمهورية في مدينة إيتاي البارود عام ٢٠١٩ باستخدام منحنى لورنز.

السلع	العدد	%	متجمع صاعد	العدد	%	متجمع صاعد
غذائية	١٥	٢٤,٦	٢٤,٦	٤٥	٤٦,٤	٤٦,٤
غير غذائية	٣٣	٥٤,١	٧٨,٧	٢٧	٢٧,٨	٧٤,٢
حضرية	١٠	١٦,٤	٩٥,١	١٩	١٩,٦	٩٣,٨
أخرى	٣	٤,٩	١٠٠	٦	٦,٢	١٠٠
جملة	٦١	١٠٠	-	٩٧	١٠٠	-

المصدر: الدراسة الميدانية.

المصادر والمراجع

أولاً - العربية :

- أبو عيانه، فتحي محمد (٢٠٠٣): جغرافية السكان، أسس وتطبيقات، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
- إسماعيل، أحمد علي (١٩٨٨): دراسات في جغرافية المدن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة.
- جابر، محمد مدحت (٢٠٠٣): جغرافية العمران الريفي والحضري، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، (٢٠١٩): الكتاب الإحصائي السنوي لعام ٢٠١٧.
- الخريف، رشود محمد، (٢٠٠٨): السكان - المفاهيم والأساليب والتطبيقات، دار المؤيد للنشر، الرياض.
- الشامي، صلاح الدين، (٢٠٠٠): استخدام الأرض - دراسة جغرافية - منشأة المعارف - الإسكندرية.
- المظفر، محسن عبد الصاحب، (٢٠١٠): جغرافية المدن - مبادئ وأسس ومنهج ونظريات وتحليلات مكانية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- الزوكة، محمد خميس، (٢٠٠٣): الجغرافيا الاقتصادية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
- شنيشن، محمد عبد القادر (٢٠٠٧): الاستخدام التجاري لمنطقة كارفور / الداون تاون بالإسكندرية "رؤية جغرافية"، مجلة كلية الآداب - جامعة الإسكندرية، إصدار خاص ملحق بالعدد ٥٠.
- عطوة، محمد حسن، (٢٠٠٨): التجكم في استعمالات الأراضي لرفع كفاءة العمران في مصر، مجلة العلوم الهندسية، المجلد ٣٦، العدد الرابع، جامعة أسيوط.
- عبد المحسن، توفيق محمد، (٢٠٠١): التسويق وتدعيم القدرة التنافسية للتصدير، دار النهضة العربية، القاهرة.
- غنيم، محمد غنيم، (٢٠٠٦): التخطيط، أسس ومبادئ عامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- قمح، حسين محمود، (٢٠١٣): التحليل المكاني لتوزيع محطات تقوية الهاتف المحمول في مركز إيتاي البارود باستخدام نظم المعلومات الجغرافية، دورية الإنسانيات، كلية الآداب، جامعة دمنهور، العدد ٤١، دمنهور.
- مركز القاهرة للدراسات الاقتصادية والاستراتيجية ٢٠١٨: تقرير عن البطالة في مصر، القاهرة.

ثانياً - الأجنبية :

- James R. Anderson, Ernest E. Hardy, (2001): A Land Use and Land Cover Classification System for Use with Remote Sensor Data, United States Government Printing Office, Washington.
- Jane Silberstein and Chris Maser, (2013): Land-Use Planning for Sustainable Development, CRC Press, UK.
- Adams, David and Tiesdell, Steve, (2013): Shaping Places: Urban Planning, Design and Development, Routledge, New York.
- Steven, J. Taff, (2012): Minnesota Farm Real Estate Sales, Staff Paper Series, Department of Applied Economics, University of Minnesota.

ثالثاً - مواقع على شبكة المعلومات الدولية :

- <https://almalnews.com>، تقرير عن أعداد مشتركي المحمول في مصر"، تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٠١٩/١٠/٣١.
- www.marefa.org، شركات الاتصالات في مصر، تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٠١٩/٣/٣١.
- <https://lawyeregyp.net>، تقرير عن شروط ترخيص الصيدليات في مصر"، تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٠١٩/١١/٤.
- <https://ziid.net>، تقرير عن أهم الفروق بين عادات الرجال والنساء في التسوق"، تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٠١٩/١١/٨.

Land Use in El Gomhoria Street, Itay El-Baroud Town

Dr. Mohamed Shawky Nasef

Assistant Professor, Faculty of Arts, Mansoura University

ABSTRACT

The study aims to shed light on the geographical distribution of the patterns of land use in Al-Gomhoria Street, its geographical assessment, and an analysis of the most important characteristics of shoppers in it and their satisfaction.

The study used many approaches, including: Descriptive, environmental, economic, and behavioral, as used Several methods, such as quantitative and mapping, depended on the field survey, so 83 buildings that comprised 158 stores were surveyed, in addition to distributing 250 questionnaire models for the characteristics of shoppers, the percentage of correct forms reached 91.2%.

The most important of the results are:

- Restaurants came at first with a quarter of their numbers, while vegetables and fruit shops occupied the last position (3.3%), while ready-made clothes accounted for half of the number of stores in the Street, followed by fabric and furniture, then mobile phone stores and its accessories.
- Urban goods stores occupied the third position with 18.5% of the total number of commercial stores, led by pharmacies and bookstores, "libraries", while shops that stopped activities were at the last by 2.5% of their total in the Street.
- The popular taste of the market is clear, the majority of shoppers unqualified, and the majority of goods fit in prices this type of shoppers, so 60% of them expressed their satisfaction with the level of services provided by the market, while the most important reasons for dissatisfaction for the remaining percentage were insufficient Workers in the shops, and the prices of some commodities are not determined, as well as the lack of some of them.

Key Words: Itay El-Baroud, Land Use, Shoppers Characteristics, Their Satisfaction.