

البنية التجارية ومجالات نفوذها: دراسة ميدانية لسوق كلية التربية أرحب

دارس أبونشطان

daris_nashtan@yahoo.com

الملخص

الملخص

يتمحور هدف البحث حول تحليل البنية التجارية لسوق كلية التربية أرحب ومجالات نفوذها، انطلاقاً من وزنها الكمي والنوعي والعوامل التي تتحكم في بنائها وتنظيمها وتوزيعها المكاني ومدى ما تحققه هذه المشاريع من تقديم لبعض السلع والخدمات التي يحتاجها المجتمع.

أوضحت الأنشطة التجارية في السوق سيطرتها على أغلب العزل العمرانية بمديرية أرحب نظراً لاستقطابها لحجم مرتفع من الزبائن تعكسها قوة الجذب التجاري، ضف إلى ذلك التنوع الاقتصادي للمحلات التجارية بين التجارة الصافية، والحرفية والخدمية، والذي يبين التنوع في التخصص التجاري، كما تميز التوزيع الجغرافي للمحلات التجارية بطابع التجمع وكذلك التمرکز مما ساهم في بروز سوق كلية التربية أرحب كقطب تجاري مهم في المديرية.

اعتمد البحث بالدرجة الأساسية على الدراسة الميدانية في عملية استقاء المعلومات والبيانات، وذلك لندرة هذه المعلومات من المصادر الأخرى، واستخدم الباحث في دراسته المنهج الوصفي التحليلي، وتم تحليل الاستبانة من خلال وسيلة تحليل البيانات وتمثل في البرنامج الإحصائي spss.

6

مقدمة

شهد المجال اليمني في الفترة الأخيرة تحولات كبيرة نتيجة التحول الجذري للبلاد بالدخول في نظام اقتصاد السوق والإقرار بحق الملكية الفردية فقد أضحى يتجلى للعيان ذلك الكم الهائل من المبادرات الفردية بتشغيل أموال ضخمة في قطاعات مختلفة كالزراعة، والنشاط الصناعي، ومختلف الخدمات، ولعل أكثر هذه الميادين استقطاباً لتوظيف الأموال هي التجارة، وإذا سلمنا بأن التجارة: جهاز اقتصادي مهيكّل للمكان ومحرك أساسي للعلاقات المكانية.

و قد برزت أهمية التجارة بسوق كلية التربية أرحب بعد التحولات التنموية التي شهدتها المنطقة منذ سنة 1994 خاصة بعد أن تم انشاء كلية التربية أرحب وربط المنطقة بالطرق الحديثة، إضافة إلى ذلك تمتع سكان المنطقة بارتفاع المستوى المعيشي، وذلك لان اغلب الساكنين في المنطقة يشتهرون بزراعة القات والعنب مما در عليهم أرباح كثيرة تساعدهم في شرا احتياجاتهم من السوق، و تطور الوعي الثقافي والاقتصادي لسكان المنطقة غير من علاقة الفرد بأمواله الفائضة الامر الذي حدا به للتفكير في استثمار الأموال تجارياً بدلاً من ادخارها على العادة القديمة، إضافة إلى موقع السوق بالقرب من العاصمة ووقوعه على الطريق الرابط بين مديرية أرحب محافظات صنعاء والجوف وعمران، كل هذا أدى إلى انتشار وتطور المحلات التجارية كمينيا وكيفا فتعددت وشغلت مساحات كبيرة وتخيرت ملتقى طرق المواصلات الداخلية والخارجية للسوق كمناطق توطن للاستخدام التجاري.

لذلك أصبح سوق كلية التربية أرحب في الوقت الحالي يتميز بظاهرة الاستقطاب التجاري، التي جعلت منه مركزاً تجارياً مهماً من حيث الوزن الاقتصادي بعد أن أصبح قبلة للعديد من التدفقات التجارية، والتي أثرت بشكل مباشر في الديناميكية الاقتصادية بالسوق. كما أن رفعت من مستوى أدائه من ناحية النوعية والكمية ووسعت من مجال نفوذه). وسنحاول من خلال هذه الدراسة الى تحليل واقع حال البنية التجارية لسوق كلية التربية أرحب ومجالات نفوذها.

1- أهمية البحث.

يتمتع سوق كلية التربية أرحب بأهمية تجارية محلية، من خلال ما يقدمه من وظائف وخدمات تجارية لمناطق نفوذه، إضافة إلى تجاذب السكان من أغلب المناطق اليمنية للاستثمار فيه بحكم موقعة الجغرافي المتميز عند مفترق الطرق التي تربطه بالعاصمة صنعاء وبعض المحافظات، وكذلك إنشاء مرافق سامية فيه (كلية التربية أرحب) من هنا ظهرت أهمية مثل هذه الدراسة التي تعنى بتحليل البنية التجارية بالسوق ومجالات نفوذها، انطلاقاً من وزنها الكمي والنوعي والعوامل التي تتحكم في بنائها وتنظيمها وتوزيعها المكاني ومدى ما تحققة هذه المشاريع من تقديم لبعض السلع والخدمات التي يحتاجها المجتمع.

2 - دوافع اختيار موضوع البحث.

تم اختيارنا لموضوع البنية التجارية لسوق كلية التربية أرحب ومجالات نفوذها لاعتبارات ذاتية وأخرى موضوعية.

الاعتبارات الذاتية: انتمائي للمنطقة (مديرية أرحب) وعلمي الدائم بكلية التربية أرحب فرض علينا القيام بهذه الدراسة إضافة إلى توفير خلفية علمية عن البنية التجارية في الوسط الريفي اليمني.

الاعتبارات الموضوعية: فتتعلق من أهمية المنطقة التجارية نفسها المتمثلة بالسوق من جهة، ومن ناحية أخرى تبرز النقائص التي تعرفها العزل والقطاعات العمرانية في مجال توزيع الخدمات التجارية، فيمكن تحديد مدى كفاية وكفاءة الخدمات التجارية التي تقدمها للسكان.

3- مشكلة البحث.

ان اختيار مشكلة البحث وتحديدتها بعناية من اهم خطوات البحث العلمي.(البطيحي، 1988، ص32)، لذا فإن إشكالية البحث هي محاولة الإجابة على بعض التساؤلات التالية:
 - ما هو الوزن الكمي والنوعي للبنية التجارية في سوق كلية التربية أرحب؟ وماهي العوامل التي تتحكم في تنظيمها وتوزيعها المكاني؟
 - ما أهم العناصر التي ساهمت في بناء البنية التجارية لسوق كلية التربية أرحب؟ وماهي مجالات نفوذها؟

4- أهداف البحث.

تتحدد اهداف البحث بالآتي:
 - تحليل الوزن الكمي والنوعي للبنية التجارية الذي يعكس حجم ودور الوظائف التجارية في السوق
 - الفاء الضوء على العوامل التي تتحكم في تنظيم التوزيع المكاني لوظائف التجارية في السوق.
 - تسليط الضوء على أهم العناصر التي ساهمت في بناء الوظيفة التجارية بمجال الدراسة،
 - معرفة مجالات نفوذ البنية التجارية بمجال الدراسة.

5- منهجية البحث:

اعتمد الباحث على المنهج الاستقرائي مستعيناً بالبيانات والحقائق عن طريق الدراسة الميدانية ودمجها مع البيانات المتاحة في البحوث السابقة مع استخدام التحليل الوصفي في إعطاء صورة واضحة واقعية للبنية التجارية في منطقة الدراسة، كما تم الاعتماد على الملاحظة الميدانية، والاستمارة الموزعة علي عزل مديرية أرحب حيث تم اخذ 5% من كل غزلة من عزل المديرية وكذا تم حصر شامل للمحلات التجارية وخصائصها المختلفة، والمقابلات الشخصية مع جميع مالئ المحلات التجارية ومستأجريها.

6- الدراسة السابقة.

لا توجد دراسة سابقة تناولت موضوع بحثنا (سوق كلية التربية أرحب وانما توجد بعض الدراسات اليمنية التي تطرقت إلى البنية التجارية والخدمات بمدينة صنعاء وعدن.
 - دراسة قامت بها سامية محمد، (2006) هدفت إلى دراسة أهم الأنشطة التجارية في مدينة عدن اليمنية في الفترة ما بين القرن الخامس والسابع الهجريين/ الحادي عشر والثالث عشر الميلاديين، وإلى مناقشة العوامل التي جعلت عدن تحتل مكانة مرموقة في التجارة العالمية آنذاك. ويبحث أيضاً تأثير الأنشطة التجارية على تشكيل النسيج السكاني داخل المجتمع العدني، وكيفية بروز طبقات اجتماعية كان لها دورها القيادي في الحياة التجارية والاجتماعية. وقد اعتمدت الباحثة في مناقشة هذه القضايا على منهج التحليل الوصفي، واستشارة عدداً وافراً من المصادر الأولية والمراجع الثانوية ذات الصلة بموضوع البحث. وأخيراً توصلت الباحثة إلى أن موقع مدينة عدن الجغرافي كان له الأثر العميق في صياغة دورها التجاري الهام، وهذا الدور التجاري كان له انعكاساته على تركيبة عدن السياسية والاجتماعية.
 - دراسة قام بها رفيق (2014) هدفت الدراسة إلى اهمية مدينة صنعاء من ناحية البنية التجارية والخدمات، وإلى مناقشة الاسباب التي ساهمت في بروز مدينة صنعاء كقطب تجاري مسيطر على محيطه الاقليمي، كما تطرق إلى اهمية القطاع التجاري ودوره في الاقتصاد المحلي وسوق العمل، وقد اعتمد على المنهج التحليلي والمقاربة النسقية (شجرة المشاكل) وتوصل إلى أن القطاع التجاري محرك اساسي للتنمية لمدينة صنعاء.

الدراسات العربية.

- دراسة قام بها كون (1970) عن الأسواق والتجار في امدرمان حيث قدم دراسة تحليلية عن الأسواق بالمدينة مع التركيز علي السوق الكبير بامدرمان وتطرق لتحليل بنية امدرمان الاجتماعية الاقتصادية وتوصل الي أنها ذات ملامح ديناميكية متغيرة وطابع تجارى متميز وان التغير في الثقافة السودانية ينعكس علي التغيرات التجارية وذلك يعكس مستوى القيم الاجتماعية والمثل الدينية والأذواق الفنية وطريقة ونمط حياة السكان . وتناول بالتحليل وظائف السوق لكبير مثل تجارة الجملة والتجزئة والحرف اليدوية والخدمات كذلك قدم وصفا لسوق النسوان وسوق الجلود وشبة السوق بأسواق ما قبل الثورة الصناعية.

- دراسة قامت بها درية عبد الله (1996) عن التحولات البنوية والوظيفية لسوق امدرمان الكبير وأثر السياسات التحريرية، حيث ذكرت انه من أهم الأسواق في السودان وتطرفت لبداية نمو السوق وتمدده حيث رصدت التغيرات الهيكلية والوظيفية للسوق وحددت هذه المتغيرات وبحثت المسببات لها والنتائج المترتبة عنها، كذلك تناولت أثر الظروف الاقتصادية والسياسية التي تحكم عمل السوق والعوامل الاجتماعية التي تؤثر وتتفاعل مع نشاطاته المختلفة .حيث توصلت إلى أن الزيادة السكانية من أهم العوامل المؤدية للتغيرات في السوق الكبير، وذكرت إن الطلب المتزايد على المتاجر والمخازن أدى لارتفاع قيمة الأرض في السوق الكبير وتمدد السوق في عدة اتجاهات، ووضحت إن هذه التوسعات الهيكلية والوظيفية أدت لتي ظهور خارطة جديدة للسوق، وتفرد الدراسة حيزا للتغيرات المعمارية في السوق كذلك رصدت التغيرات التي حدثت وسط طبقة التجار.

7- هيكلية البحث:

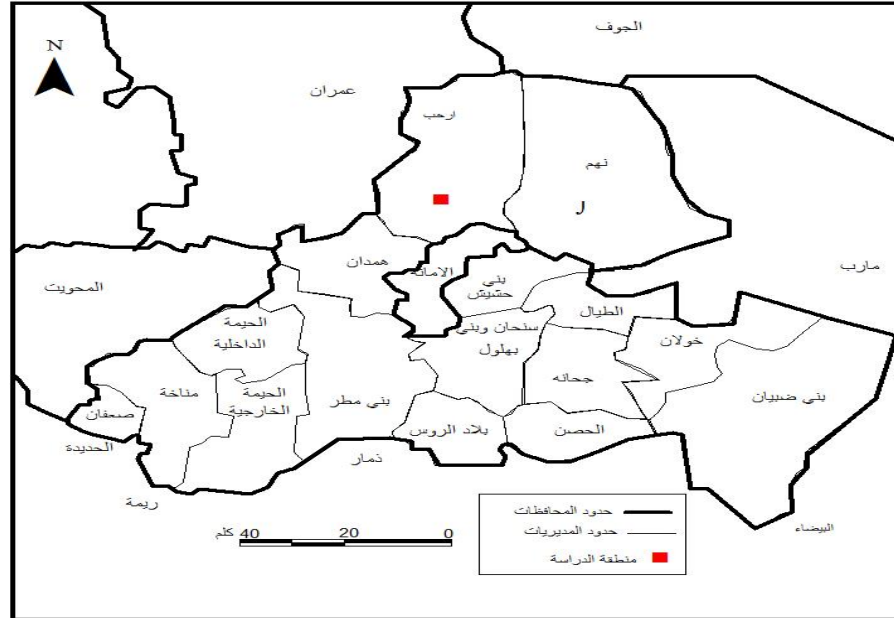
يتضمن البحث ثلاثة محاور، استهل المحور الأول بتحليل البنية التجارية لسوق كلية التربية أرحب، وتضمن المحور الثاني الأبعاد الاقتصادية والمجالية المتكاملة في وظيفة السوق التجارية، أما المحور الثالث فتطرق الى مجالات النفوذ التجاري لسوق كلية التربية أرحب.

8 - الموقع الجغرافي والإداري لسوق كلية التربية أرحب.

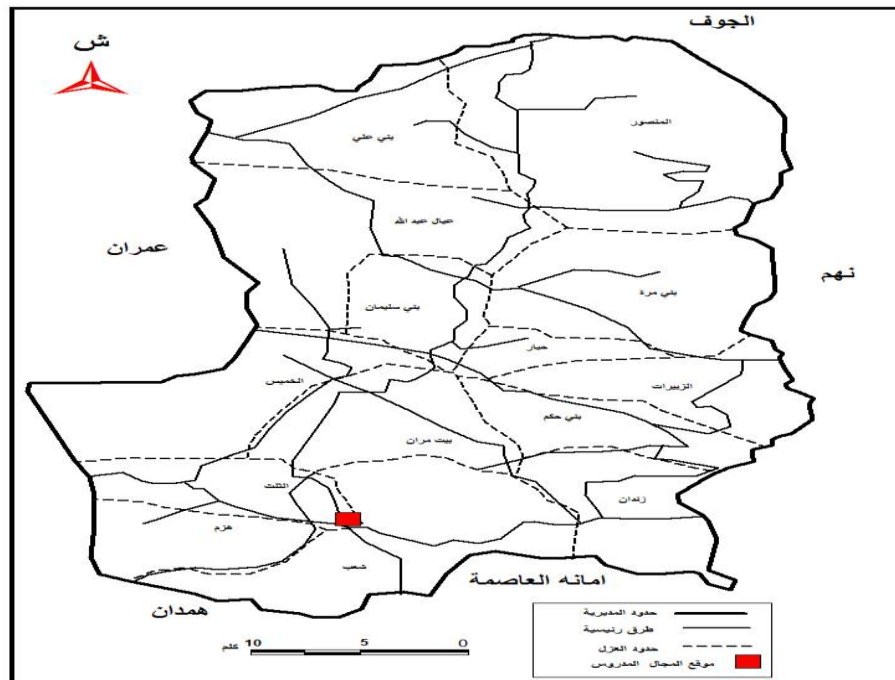
يقع سوق كلية التربية أرحب في الجزء الجنوبي الغربي من مديرية أرحب الخريطة رقم (1)، ويمتد على مفترق الطرق الرئيسية الرابطة بين المديرية ومدينة صنعاء والجوف وعمران الخريطة رقم (2)، ويشغل مساحة قدرها (22) هكتار، يبعد عن مطار صنعاء 16 كم وعن مدينة عمران 50 كم والجوف 150 كم، وتعتبر مُجمل أراضي المديرية من الناحية الإدارية تابعة لمحافظة صنعاء. ربط هذا الموقع وشبكة الطرق وكذلك حركة السكان والتجارة بين السوق وبقية مناطق المديرية من جهة ومدينة صنعاء من جهة ثانية.

الموضع: يشكل الموضع الحيز المكاني الذي نشأ وتطور عليه السوق أو أي مركز تجاري. (M.A. Prost, 1965, p.11). وقد يصغر هذا الحيز أو يتسع ليعكس مدى الاستفادة من مميزات الموقع ضمن موضع المركز التجاري وأن أي عنصر من عناصر الموضع يؤثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة على كفاءة البنية التجارية للسوق أو المركز التجاري وتفاصيل مخططاته. (حسن كشاش، 1984، ص20)، مما يعطيه أهمية مركزية تجارية، ويعتبر سطح سوق كلية التربية أرحب مستوي وخالي من التعقيدات التضاريسية فكل أرضيه منبسطة ومفتوحة له للامتداد فليس هناك تلال ولا جبال ولا أخاديد أو منخفضات عميقة تمنع السوق من النمو بصورة جيدة بالاهتمام. ومن هنا تبرز أهمية الموضع لأن يكون مركزا تجاريا بامتياز.

الخريطة رقم (1) موقع سوق كلية التربية أرحب داخل محافظة صنعاء



المصدر: خريطة التقسيم الإداري لمحافظة صنعاء (محافظة صنعاء)
الخريطة رقم (2) موقع السوق داخل مديرية أرحب



المصدر: خريطة التقسيم الإداري لمديرية أرحب (مديرية أرحب)

I - تحليل البنية التجارية لسوق كلية التربية أرحب.

في هذا المحور سوف نقوم بتسليط الضوء على الوظائف التجارية بمجال الدراسة، محاولين البحث عن وزنها الوظيفي، وتقييم أداءها التنظيمي. وذلك بتصنيف النشاطات التجارية المستخرجة من الميدان وفقاً للوزن الاقتصادي.

1- تصنيف المحلات التجارية في سوق كلية التربية أرحب وفقاً للمقاربة الاقتصادية.

تتوزع في السوق (295) محلاً تجارياً تحتوي على مجموعة كبيرة من الاصناف التجارية، أحيانا نجدها متخصصة وأحيانا أخرى نجدها متداخلة فيما بينها أو مكملة ومرتبطة مع بعضها البعض، ولدراسة الوظائف التجارية لابد من تصنيفها وترتيبها حتى تسهل عملية استخدام معطياتها وتمثيلها وبالتالي بلوغ أفضل وأدق الاستنتاجات ومختلف أشكال التنظيم. (نور الدين، 2002، ص2). إلا أن طبيعة التصنيف تختلف باختلاف المواضيع والأهداف، فأحيانا يتم التصنيف على أساسا محلات تمارس النشاط الغذائي وأخرى غير غذائية، ومحلات التجزئة والجملة، وبهدف إضفاء البعد الموضوعي وتقصي الدقة في تشخيص البنية التجارية في سوق كلية التربية أرحب، سندرج بتصنيفها. وفقاً للمقاربة الاقتصادية. (A.Lakhal، 1982 P 85) لأن هذا التصنيف يعتبر من أكثر التصنيفات التي تتلاءم مع دراستنا. وتقوم المقاربة الاقتصادية على تقسيم النشاطات التجارية كما يبينها الجدول رقم (1).

الجدول رقم (1) تصنيف المحلات التجارية وفقاً للمقاربة الاقتصادية

النسبة	العدد	توزيع النشاط التجاري
60,33	178	محلات التجارة الصافية
24,74	73	محلات التجارة الحرفية
14,93	44	محلات التجارة الخدمية
%100	295	المجموع

المصدر: الدراسة الميدانية 2015

من خلال الجدول يتضح أن النشاط التجاري في سوق كلية التربية أرحب ينقسم إلى ثلاثة مجموعات كبرى هي التجارة الصافية والحرفية والخدمية، حيث سجل التوزيع غير المتوازن لعدد المحلات التجارية إذ تظهر سيادة فئة التجارة الصافية بعدد 178 محلاً تجارياً وتمثل نسبة 60.33%، من إجمالي المحلات التجارية، منها نسبة 6.10% محلات تجارة الجملة، وتحل فئة التجارة الحرفية المرتبة الثانية بعدد 73 محلاً تجارياً ومثلت نسبة 24.74% من مجموع المحلات التجارية، ثم فئة التجارة الخدمية بعدد 44 محلاً تجارياً ومثلت نسبة 14.93% من مجموع المحلات التجارية. كما أن هذا التصنيف للمحلات التجارية وفقاً لهذه المقاربة الاقتصادية، يمكن أن يتضمن فئات ثانوية من شأنها تبسيط وتسهيل عملية دراسة وتحليل البنية التجارية. لسهولة تمثيلها حيث يمكننا تقسيماً كما يلي:

1-1- نشاط التجارة الصافية: تنوع المحلات التجارية مع سيطرة المواد الغذائية.

يضم النشاط التجاري محلات المواد الغذائية عامة ومنها المواد الغذائية الخاصة بالحيوانات الداجنة، وكذا التجهيزات الفردية والمنزلية والثقافية والترفيهية، وهي مجموع المحلات التجارية للمواد الاستهلاكية وغير الاستهلاكية، والجدول رقم (2) يوضح ذلك.

الجدول رقم (2) توزيع المحلات التجارية الصافية بسوق كلية التربية أرحب.

فروع النشاط	نوع المحل التجاري	العدد	النسبة (%)	
المواد الغذائية	مواد غذائية	61	33.7	
	بهارات	9	5.05	
	السوق المركزي للخضار والفواكه واللحوم	1	0.56	
	جزار (دجاج)	15	8.42	
	مخبرة ومصنع حلويات	7	3.93	
	مواد غذائية خاصة بالحيوانات (أعلاف الماشية)	5	2.80	
المجموع		97	54.49	
	تجارة التجهيزات الفردية	ملابس وأحذية	11	6.17
		أجهزة كهر منزلية وادوات منزلية واثاث	12	6.74
		قطع غيار السيارات ودرجات وزيوت محركات	15	8.42
		صيدليات	5	2.80
		بيع الأعشاب الطبية والتوابل	1	0.56
		مواد بناء	12	6.74
	مواد زراعية (مضخات ومبيدات واسمدة)	11	6.17	
	المجموع		67	37.64
		ثقافة وترفيه	هدايا وعطور و مواد التجميل	4
مكتبة			6	3.37
كشك			1	0.56
تلفونات وأشرطة فيديو			3	1.68
المجموع الكلي		14	7.86	
		178	100	

المصدر: الدراسة الميدانية 2015

من خلال الجدول رقم (2) نجد أن نسبة محلات المواد الغذائية هي المتصدرة حيث ساهمت بنسبة 54.49% من مجموع المحلات التجارية، لكونها توفر المواد الأولية والضرورية اليومية للسكان، وتأتي في مرتبة ثانية محلات التجهيزات الفردية منها الأحذية والملابس والأجهزة الكهر منزلية والأثاث فمثلت نسبة 12.91% من مجموع المحلات ويفسر وجود هذا العدد الكبير لهذه المحلات بغيابها في المناطق المجاورة، اما قطع غيار السيارات والزيوت فمثلت نسبة 8.42% من مجموع المحلات، في حين مثلت محلات الادوية والاعشاب نسبة 3.36%، لأنها ضرورية بالنسبة للأفراد، اما محلات مواد البناء والمواد الزراعية فمثلت نسبة 12.91% من مجموع المحلات، ويرجع ذلك بالأساس إلى حركية التوسع المجالي التي يعرفها السوق من جهة، ومن جهة أخرى إلى ميل سكان الأرياف نحو التخلي على استعمال المواد المحلية في البناء، واستبدالها بنفس المواد التي تستعمل في البناء الحضري الصلب، وكذلك كون المنطقة زراعية فهي تحتاج إلى المضخات والاسمدة التي تتطلبها الزراعة، لتأتي بعد ذلك المقتنيات الثقافية والترفيهية حيث مثلت 7.86% من مجموع المحلات التجارية، ويرجع ذلك إلى تتردد السكان عليها لاقتناء ما يحتاجون من تلك السلع، والملاحظ وهو

وجود تخصص في هذه المحلات مما يشير إلى تفتح المجتمع، وهذا يفسر كثرة النشاط التجاري خاصة في السوق، وان المحلات التجارية في توسعات مستمرة، مما يساهم في اتساع رقعت النشاط التجاري في السوق.

1-2- النشاط التجاري الحرفي والخدمي في سوق كلية التربية أرحب

إن النشاط الحرفي في سوق كلية التربية أرحب يأتي في المرتبة الثانية بعد التجارة الصافية ويساهم بنسبة 24.74% من مجموع المحلات التجارية في السوق. في حين يأتي نشاط الخدمات في المرتبة الثالثة بعد النشاط التجاري الحرف بنسبة 14.93% مما عكس مدى أهمية الخدمات في السوق والجدول رقم (3) يبين توزيع المحلات التجارية الحرفية والخدمية في السوق.

الجدول رقم (3) توزيع محلات التجارة الحرفية والخدمية في سوق كلية التربية أرحب

تجارة الخدمات			التجارة الحرفية		
النسبة	العدد	نوع المحل	النسبة	العدد	نوع المحل
27.29	12	مطعم - بوفيات	16.43	12	حداد- نجارة (خشبية ومعنوية)
4.54	2	بيع العملة	16.43	12	مكينيك السيارات
4.54	2	مغسلة ثياب	9.58	7	خياطة
2.27	1	بيطري	5.47	4	سباك - خراطة
18.19	8	غسيل السيارات وتنظيفها - تغيير الزيوت - تشحيم	12.32	9	سمكرة ورنج السيارات
9.09	4	محطة غاز - بنزول - ديزل	30.19	22	تصليح السيارات - الدراجات
15.90	7	حلاق رجال - كوفير نساء	9.58	7	تصليح الأجهزة الإلكترونية
9.09	4	استديو تصوير - طباعة الأوراق - خدمات الهاتف			
9.09	4	عيادة - مستوصف			
100	44	مجموع محلات الخدمات	100	73	مجموع محلات الحرف

المصدر: الدراسة الميدانية 2015

من خلال الجدول رقم (3) نجد أن تجارة الحرف تتنوع في السوق، حيث نشهد وجود الحدادة والنجارة المعدنية بنسبة 16.43% من مجموع المحلات الحرفية في السوق، أما محلات اصلاح وسمكرة السيارات فساهمت بنسبة 58.94% من مجموع المحلات الحرفية في السوق، في حين مثلت محلات الخياطة والسباكة والخراطة وإصلاح الأجهزة الإلكترونية نسبة 24.63% من مجموع المحلات الحرفية.

كما نجد ان السوق يضم نسبة كبيرة تجارة الخدمات مثل البوفيات والمطاعم إذ تصل نسبتها إلى 27.29% من مجموع المحلات الخدمية في السوق، وذلك لزيادة الطلب عليها وخاصة طلاب كلية التربية، أما محلات الخدمات الخاصة بالسيارات فمثلت نسبة 27.28% من مجموع المحلات الخدمية، أما محلات الحلاقة والمراكز الصحية فمثلت نسبة 24.99%، في حين مثلت نسبة محلات التصوير وخدمات الهاتف ومغاسل الثياب وبيع العملة نسبة 18.17% من مجموع المحلات الخدمية، أما محلات البيطرة فمثلت نسبة 2.27%، ويرجع كل ذلك لعدم وجود تلك الخدمات في مناطق التجمعات السكانية كونها مناطق ريفية مما يدفع السكان للتوجه إلى السوق لتلبية احتياجاتهم منها.

نستنتج من الجدولين السابقين أن البنية التجارية للسوق تتميز بنموها والتنوع في معروضاته، ويعتبر من أهم الاسواق التجارية في مديرية أرحب، وأكثرها إشعاعا ساعده في ذلك انشاء كلية التربية التي تضم أكثر من ستة الاف طالب وطالبة والموقع المتوسط للسوق، وكذلك شبكة الطرق الممتدة من السوق إلي كل عزل وقرى

مديرية أرحب من جهة والعاصمة صنعاء وعمران ومديريات محافظة صنعاء من جهة ثانية، مما أكسبه دينامية اقتصادية واجتماعية مهمة، من خلال حركية الطلاب والمسافرين وسكان الأرياف المجاورة، وذلك بحكم موقع السوق كظهير للمنطقة الزراعية فإنه يزدحم صباحاً بالباعة والمتسوقين من سكان الأرياف وعلي وجه الخصوص المناطق التي لها صلة ببيع محاصيل القات والخضر والفواكه والحبوب، وفي المقابل يشترون ما يحتاجونه من بضائع و سلع وخدمات من السوق.

2- التوزيع المكاني للمحلات التجارية.

إن تحليل مجالات نفوذ النشاط التجاري والوظائف التجارية في تنظيم المجال الجغرافي للسوق، يستدعي توضيح أهمية الوظائف التجارية انطلاقاً من تحليل بنيته المكانية. وإبراز كيفية انتشارها في الوسط الجغرافي مما يعكس المستوى التنظيمي للمجال. (Van de Walle I, 2005,p39).

ومن خلال تصميم السوق يتضح المجال الذي يشغله السوق، على الطريق الرابط بين مدينة صنعاء ومديرية أرحب، وكلية التربية وكذلك الطريق الرابط بينه وبين طريق مأرب. وعمران وباقي اجزاء المديرية. هذا الموضوع يجعله منفثاً، وقابلاً للتوسيع نظراً لكثرة الزبائن والمستثمرين الذين يتوافدون عليه.

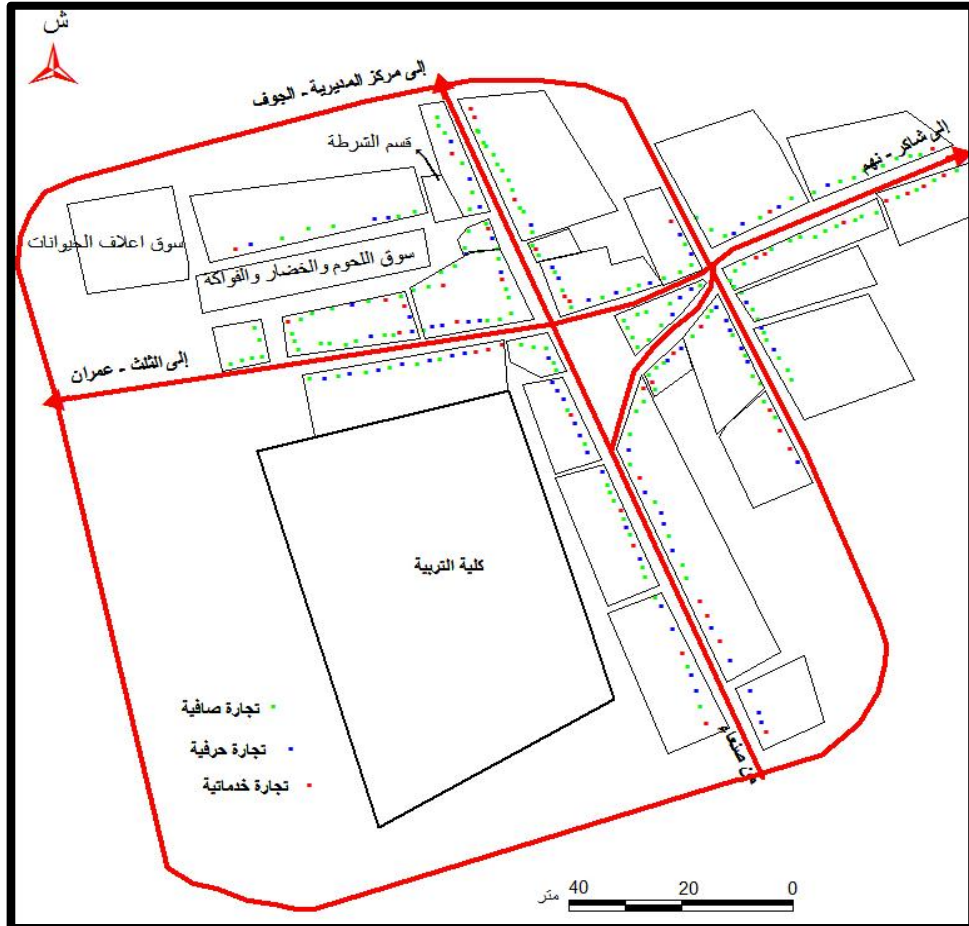
إن نظرة سريعة إلى الخريطة رقم (3) نلاحظ أن المحلات التجارية تتوزع على الطرق لذلك تعتبر الطرق من أهم العناصر المهيكلية للمجال، والمحددة لمعالمة الأساسية، فنجد الطرق الرئيسية تضم على جانبها تجهيزات تجارية مهمة أو مرافق سامية (كلية التربية المرتكزة على طريق الثالث)، وهي عوامل محفزة على انتشار وتوطين المحلات التجارية الغذائية والخدمية.

إضافة إلى ذلك نلاحظ وجود علاقة وثيقة بين الامتداد الطولي للطريق وموقعه داخل النسيج الجغرافي للسوق من جهة، وبين تخصصه التجاري من جهة أخرى. فكلما كان امتداده كبيراً وموقعه بعيداً عن المركز كلما كان تخصصه نحو الحرف والتجارة التجهيزية.

ومن ناحية أخرى نسجل تكتل كبير لأصناف معينة من المحلات التجارية في مناطق محددة، فمثلاً نجد السوق المغطى في الجهة الشمالية الغربية ويضم تكتلاً كبيراً للمحلات التجارية ذات الطابع الغذائي (الخضار والفواكه واللحوم) إضافة إلى ذلك نجد في وسط السوق نسبة مهمة لمحلات التجارة ذات الطبيعة الخدمية كالمطاعم، كما نجد تكتلاً وتركزاً لمحلات التجارة الحرفية، مثل محلات التجهيزات والمعدات الكبيرة على أطراف الشوارع.

ونلاحظ أن أغلب المحلات التجارية الغذائية تنتشر في وسط السوق، نتيجة توجه الزبائن نحو مركز السوق، أما محلات الحلاقة والصيدليات والمراكز الصحية فهي تنتشر بشكل منتظم ومتساوٍ على الشوارع الرئيسية للسوق، وبذلك يمكن القول عن توزع المحلات التجارية مجالياً أنها تتوزع بشكل شبه مركز ومنتظم في وسط السوق وعلى أطراف الشوارع الرئيسية، ثم تختفي كلما ابتعدنا عن أطراف الطرق

. الخريطة رقم (3): توزيع المحلات التجارية في سوق كلية التربية أرحب



المصدر : الدراسة الميدانية 2015

II- الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والمجالية المتكاملة في وظيفة السوق التجارية:

من أجل فهم مبدأ عمل الوظيفة التجارية للسوق، فإنه من الضروري قياس الأبعاد الاجتماعية، الاقتصادية، المجالية، المتكاملة بالدور التنظيمي للوظيفة التجارية داخل المجال. وعليه سنحاول من خلال هذا المحور تسليط الضوء على أهم العناصر التي ساهمت في بناء الوظيفة التجارية بمجال الدراسة.

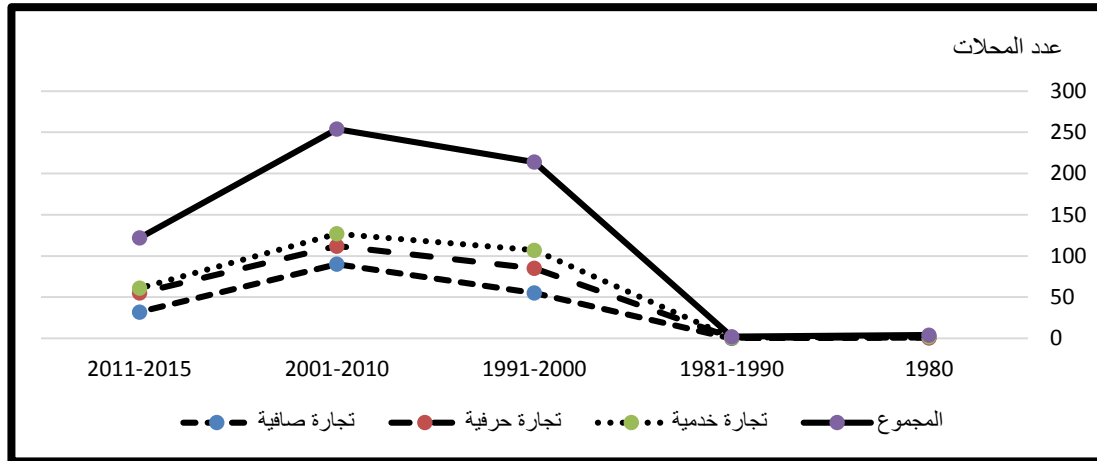
1- الضوابط الاقتصادية المنظمة لنشاط المحلات التجارية:

تعتبر المحلات التجارية المكون الأساسي للبنية التجارية، وهي صورة تدل على حالة النشاط الاقتصادي. فإن التطرق لمراحل تطور المحلات التجارية، يفيد في فهم المتغيرات المساعدة والموجهة لنمو هذه البنية التجارية، كما أن تشخيص التغير في الوظيفة التجارية وحجم هذا التغير (كمي، نوعي)، سيضفي فهماً أكثر حول سيرورة التطور الاقتصادي للبنية في مجال الدراسة.

1-1. التطور التاريخي للمحلات التجارية في سوق كلية التربية أرحب:

من خلال هذا العنصر سنحاول عرض حجم التطور النوعي من خلال تطور أصناف النشاطات التجارية، والشكل رقم (1) يبين مراحل تطور كل صنف من أصناف النشاط التجاري في سوق كلية التربية أرحب.

الشكل رقم (1) توزيع المحلات التجارية حسب نوع التجارة وفترة الإنشاء



المصدر: الدراسة الميدانية 2015.

من خلال الشكل رقم (1) نجد ان نسبة 0.67% من إجمالي أصحاب المحلات التجارية، كان تاريخ بداية مزاولتهم للنشاط التجاري في سوق كلية التربية أرحب، يعود لبداية الثمانينيات من القرن المنصرم، حيث كان عدد المحلات التجارية هي اثنان موزعة بين التجارة الصافية والخدمية، الأمر الذي يبين وزن الخلفية التاريخية للبنية التجارية بمجمل الدراسة.

في الفترة الممتدة من 1981 – 1990م نجد أن المحلات التجارية بقت طيلة الفترة دون تطور يذكر سوى للأنشطة التجارية الصافية او الخدمية، ولم نسجل الا محلاً تجارياً حرفياً واحداً.

وفي الفترة الممتدة من 1991 – 2000م نجد تطوراً للمحلات التجارية بنسبة 36.27% وهو ما يعادل 107 محلاً تجارياً كما نلاحظ في هذه الفترة، أنه لأول مرة يشهد المجال نمواً متزايداً لأصحاب المحلات التجارية، حيث مثلت التجارة الصافية نسبة 58.85% من مجموع المحلات التجارية التي تم إنشاؤها في تلك الفترة، كما مثلت نسبة محلات التجارة الحرفية 35.31% من مجموع المحلات، في حين مثلت نسبة محلات تجارة الخدمات 23.54% من مجموع المحلات التي أنشئت في تلك الفترة،

ويعزى هذا التطور نتيجة تفتح المجال حيث تم انشاء كلية التربية ارحب مما انعكس في زيادة الطلب على الانشطة التجارية من أجل تلبية الاحتياجات المتزايدة للطلاب و المواطنين.

كما أن الفترة الممتدة من 2001 – 2010، شهد المجال تطورا كبيرا في نسبة المحلات التجارية حيث وصلت إلى 43.05% من مجموع المحلات التجارية وبعدها 127 محلا تجاريا، حيث حظيت التجارة الصافية على المرتبة الأولى بنسبة 70.86% من مجموع المحلات التي تم إنشاؤها في تلك الفترة، على نفس النسق نجد أن نسبة 17.32% هي محلات حرفية، كما نجد أن نسبة محلات تجارة الخدمات وصلت نسبها إلى 11.81% من إجمالي المحلات التي تم إنشاؤها في تلك الفترة، ويرجع هذا التطور في المحلات التجارية نتيجة للفترة الأمنية المميزة التي شهدتها المنطقة وجميع مناطق البلاد، وكذا توجه السكان لاستثمار اموالهم في النشاط التجاري خاصة بعد أن شاهدوا من سبقوهم في نجاح استثماراتهم.

وفي الفترة الممتدة من 2011 – 2015 نجد أن عدد المحلات التجارية التي تم إنشاؤها في طيلة سنوات الفترة بلغت 16 محلا تجاريا، ومثلت نسبة 20.67% من مجموع المحلات التجارية في السوق، أما من حيث توزيعها على مختلف الأنشطة التجارية فكان نصيب التجارة الحرفية نسبة 52.45% من مجموع المحلات التجارية التي أنشئت في تلك الفترة، وكانت نسبة محلات التجارة الحرفية 37.70% من مجموع المحلات، أما محلات تجارة الخدمات فمثلت نسبة 9.83% من مجموع المحلات التي تم بناؤها في تلك الفترة.

نستنتج من كل ذلك وجود علاقات طردية بين أصناف الفئات التجارية إلى حد كبير، فكلما زادت محلات التجارة الصافية، ازداد معها افتتاح محلات التجارة الحرفية إلى حد معين حيث أصبحت محلات تجارة الخدمات أكثر تطورا من محلات التجارة الحرفية، ذلك لكون هذه الأخيرة تمثل حالة اكتفاء لمتطلبات السكان في حين أن تجارة الخدمات أضحت ضرورية لمواكبة العصرنة والمستلزمات المتزايدة للسكان.

1-2- توزيع فئات التجار حسب القيمة المالية للسلع المعروضة في السوق.

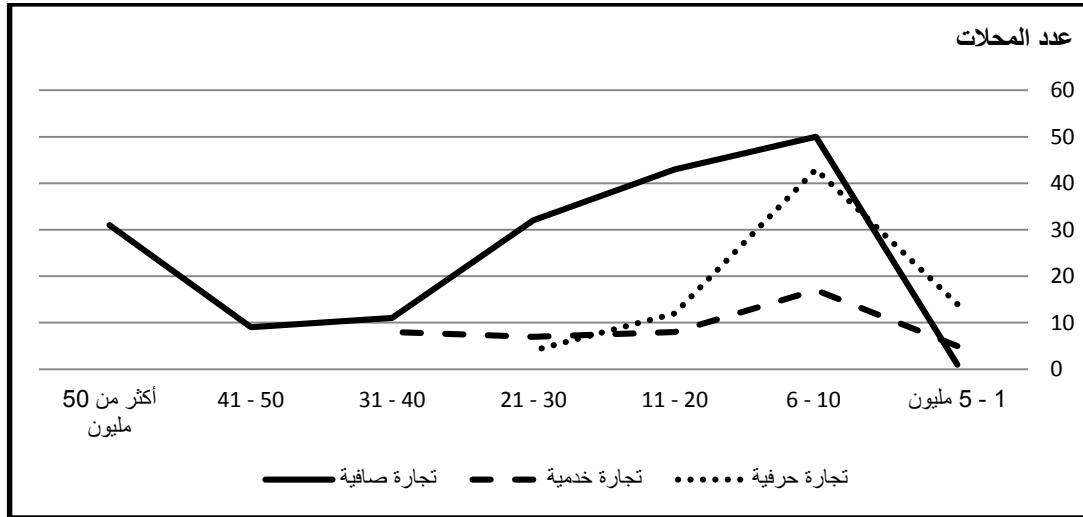
في هذا الفقرة سنحاول قياس كيفية توزيع القيمة المالية للسلع المعروضة لمختلف الفئات التجارية وعليه أنجزنا الجدول رقم (4) والشكل البياني رقم (2) لتوضيح تغير عدد المحلات التجارية وفقا للقيمة المالية للسلع معبرا عنها بالمليون ريال حيث تم ترتيب إجمالي المحلات التجارية ضمن سنة عتبات مالية.

الجدول رقم (4): توزيع القيمة المالية للسلع وفقا للفئة التجارية في السوق

المجموع	نوع التجارة			القيمة المالية بالمليون ريال	
	محلات التجارة الخدمية	محلات التجارة الحرفية	محلات التجارة الصافية		
النسبة	العدد	العدد	العدد	العدد	
6.44	20	5	14	1	5 - 1
37,28	110	17	43	50	10 - 6
21,35	63	8	12	43	20 - 11
14,57	43	7	4	32	30 - 21
6,44	19	8		11	40 - 31
3,05	9			9	50 - 41
10.50	31			31	أكثر من 50 مليون
100	295	45	73	177	المجموع

المصدر: الدراسة الميدانية 2015

الشكل رقم (2): توزيع القيمة المالية للسلع وفقا للفئة التجارية في السوق



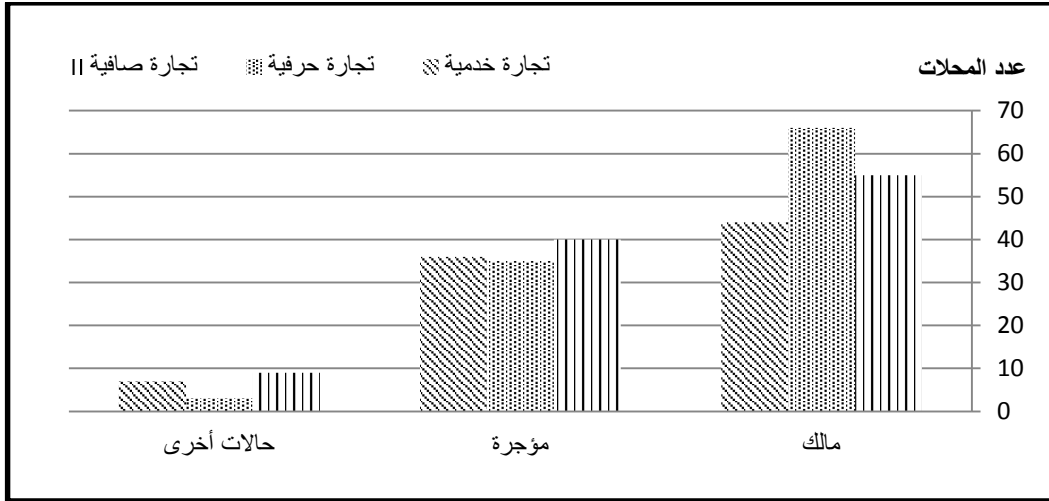
المصدر: الدراسة الميدانية 2015

من خلال الجدول رقم (4) والشكل رقم (2) نجد أن القيمة المالية للسلع المعروضة من (1- 5) مليون مثلت نسبة 6.77% من إجمالي عدد المحلات، حيث أن 70% منها تصنف ضمن فئة التجارة الحرفية، في حين مثلت القيمة المالية للسلع المعروضة بين (6 - 10) مليون ريال نسبة 37.28% من إجمالي المحلات، وهي نسبة كبيرة حيث تعد الأكثر انتشارا في المجال خاصة وأن 45% منها هي محلات تجارية صافية، أما القيمة المالية للسلع المعروضة بين (11 - 20) مليون ريال فمثلت 21.35% من إجمالي المحلات التجارية بالسوق مع العلم أن نسبة 68.25% منها هي محلات تجارية صافية، أما القيمة المالية للسلع المعروضة بين (21 - 30) مليون ريال فمثلت نسبة 40.35% من إجمالي المحلات التجارية، أغلبها محلات تجارية صافية، كما أن القيمة المالية للسلع المعروضة بين (31-40) مليون ريال مثلت نسبة 14.57% من إجمالي المحلات التجارية، وكانت القيمة المالية للسلع المعروضة بين (41 - 50) مليون ريال مثل أصحابها 6.44% من إجمالي أصحاب المحلات التجارية، في حين كانت القيمة المالية للسلع المعروضة التي تزيد عن (50) مليون ريال مثل أصحابها نسبة 10.50% من إجمالي أصحاب المحلات التجارية وكلها تجارات صافية كبرى وتجارات الجملة. وبذلك يمكننا القول ان التجارة المعروضة في سوق كلية التربية أرحب تحمل قيمة مالية كبيرة وهذا يعكس الرواج التجاري الكبير للسوق، وان 60.18% من القيمة المالية للسلع المعروضة بالمحلات التجارية في سوق كلية التربية أرحب تندرج ضمن التجارة الصافية.

3-1- الوضعية العقارية للمحلات التجارية في سوق كلية التربية أرحب

إن التطرق لتحديد الوضعية العقارية للمحلات التجارية، له دور هام في تحديد نوعية التفاعل بين العنصر البشري المتمثل في التاجر والمكون المجالي للبنية التجارية. فكلما كانت نسبة الملكية خاصة دل ذلك على استقرار النشاط التجاري وديمومته الاقتصادية والتأثير المستمر على الوضع القائم لخصوصية البنية التجارية بمجال الدراسة. ومن خلال المعطيات التي تم استخراجها من الاستمارات الموجهة لتجار السوق، تم تحديد ثلاثة أنواع رئيسية من الملكيات التي تسمح باستغلال المحل التجاري، يوضحها الشكل البياني رقم (3).

الشكل رقم (3) توزيع الوضعية العقارية للمحلات وفقاً للفئة التجارية



المصدر: الدراسة الميدانية 2015

من خلال الشكل رقم (3) نجد أن محلات الملك الخاص تمثل نسبة 55.93% من إجمالي المحلات التجارية بمجال الدراسة، في حين مثلت المستأجرة نسبة 37.62% من إجمالي المحلات التجارية، كما ان نسبة 6.45% من إجمالي المحلات التجارية تندرج ضمنها حالات مثل الميراث، الشراكة، ويفسر الارتفاع النسبي للمحلات المؤجرة إلى بحث التاجر عن محل بموقع جيد يكون على قارعة الطريق الرئيسي من أجل تصريف أفضل للبضاعة.

أما من ناحية نوع التجارة فكانت محلات التجارة الصافية، تمثل محلات الملك الخاص منها نسبة 18.64%، أما التي هي مستأجرة لأصحابها فلا تمثل سوى 13.55% كما يتضح أن محلات التجارة الصافية، هي أكثر الأصناف التجارية التي سجلت بها ملكية عقارية مصنفة ضمن الحالة الأخرى، وفي محلات التجارة الحرفية، يمثل تجار الملك الخاص أكبر نسبة من باقي الأصناف حيث كانت 22.37%، أما المستأجرون فلا تمثل محلاتهم سوى نسبة 11.86%، أما محلات الخدمات، فيتضح من الشكل السابق أن أكبر نسبة لمحلات الملك الخاص ضمن نفس الفئة التجارية، تسجلها محلات تجارة الخدمات إذ أن 14.91% منها هي ملك لأصحابها، وهي بذلك أكبر من المحلات المؤجرة والمقدرة بنسبة 12.20%، يمكن تفسير ذلك بكون التجهيزات المستعملة في صنف هذه الخدمات مكلفة جدا قد تضاهي ثمن العقار نفسه، وبالتالي تقتضي أن يكون المحل ملكاً لأصاحبه.

4-1 - القيمة المالية لإيجار المحلات التجارية في سوق كلية التربية أرحب.

تعكس قيمة العقار التجاري، القيمة والأهمية الاقتصادية للبنية التجارية، حيث يعتبر أحد المؤشرات والضوابط المنظمة لنشاط هذه البنية التجارية في سوق كلية التربية أرحب، فقد اعتمدنا في تمييزنا لهذا الموضوع على الاستمارة الموزعة على التجار أصحاب المحلات المستأجرة، وانطلاقاً من هذه الزاوية سنحاول معرفة التوزيع المجالي للقيمة الإيجارية للمحلات التجارية حسب الموقع الجغرافي للمحل التجاري.

كما سبق القول وجود 112 محلاً تجارياً مؤجراً، أي ما يمثل نسبة 37.62% من إجمالي المحلات التجارية المنتشرة عبر النسيج الجغرافي للسوق. ولأن سعر إيجار المحلات التجارية يخضع لعدة عوامل أهمها، موقع المحل ومساحته، ومدة الإيجار، وصنف النشاط التجاري الممارس به، إضافة إلى مساحة واجهة المحل ودرجة

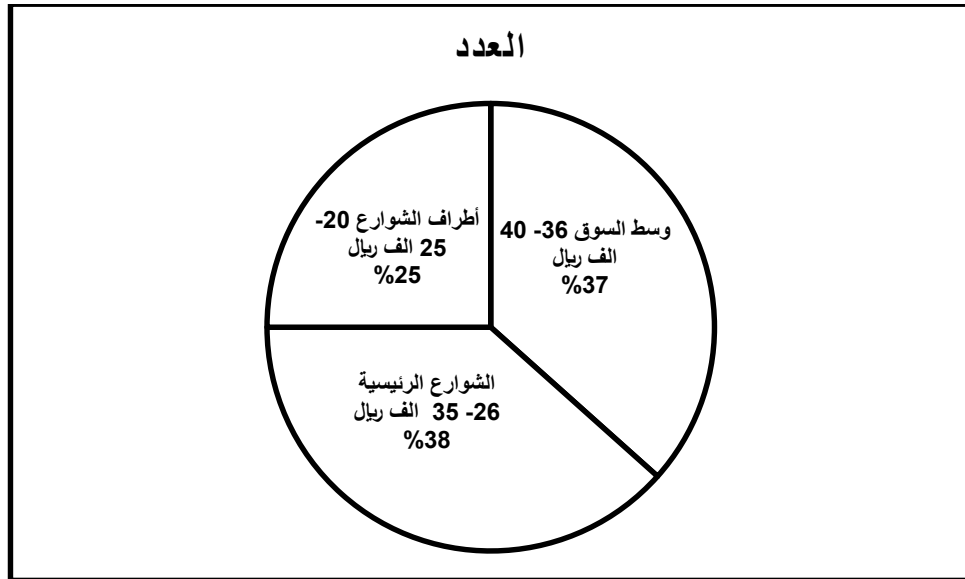
تجهيزه والعلاقة الاجتماعية بين التاجر المستأجر للمحل وصاحب المحل، لذلك فقد قمنا بحساب متوسط سعر الإيجار للمحل في الشهر حسب الموقع الجغرافي، حيث تم تمثيله في الجدول رقم (5) والشكل رقم (4) والذي نستخلص منه ما يلي:

الجدول رقم (5) التوزيع المجالي للقيمة الإيجارية للمحلات التجارية في السوق

خصائص المحل التجاري			موقع المحل
النسبة	عدد المحلات	القيمة - ألف ريال	
36,60	41	40 - 36	وسط السوق
38,40	43	35 - 26	الشوارع الرئيسية
25	28	25 - 20	أطراف الشوارع
%100	112		لمجموع

المصدر: الدراسة الميدانية 2015

الشكل رقم (4) التوزيع المجالي للقيمة الإيجارية للمحلات التجارية في السوق



المصدر: الدراسة الميدانية 2015

من خلال الجدول رقم (3) والشكل رقم (4) نجد أن أعلى قيمة لمتوسط سعر الإيجار للمحل الواحد بمركز السوق تتراوح بين 36 - 40 ألف ريال وصلت نسبتها 37% من مجموع المحلات التجارية نظرا للموقع الممتاز الذي ساهم في كثافة البنية التجارية وازدهارها، في حين كان سعر الإيجار للمحل التجاري الواقع على الطرق الرئيسية ما بين 26 - 35 ألف ريال للمحل وصلت نسبتها 38%، بينما وصل سعر إيجار المحل التجاري الواقع على أطراف السوق بين 20 - 25 ألف ريال وصلت نسبتها 25% نظرا لبعدها عن مركز السوق.

سنستنتج مما سبق أن القيمة العقارية وموقعها وأهميتها يحدد سعرها داخل النسيج الجغرافي للسوق، فكلما اتجهنا نحو الأطراف انخفض سعر إيجار المحل التجاري، وكلما اقتربنا من مركز السوق وأمكن تركيز البنية التجارية، ارتفعت قيمة سعر إيجار المحل التجاري.

2- الضوابط الاجتماعية المنظمة لنشاط المحلات التجارية

في هذه الفقرة، سنحاول الوقوف على الأبعاد الاجتماعية المتكاملة في توجه وتنظيم البنية التجارية انطلاقاً من البحث في خصوصيات التاجر صاحب المحل التجاري على اعتباره الفاعل الأساسي للنشاط التجاري.

2-1- توزيع التجار وفقاً لعدد المشتغلين بالمحل

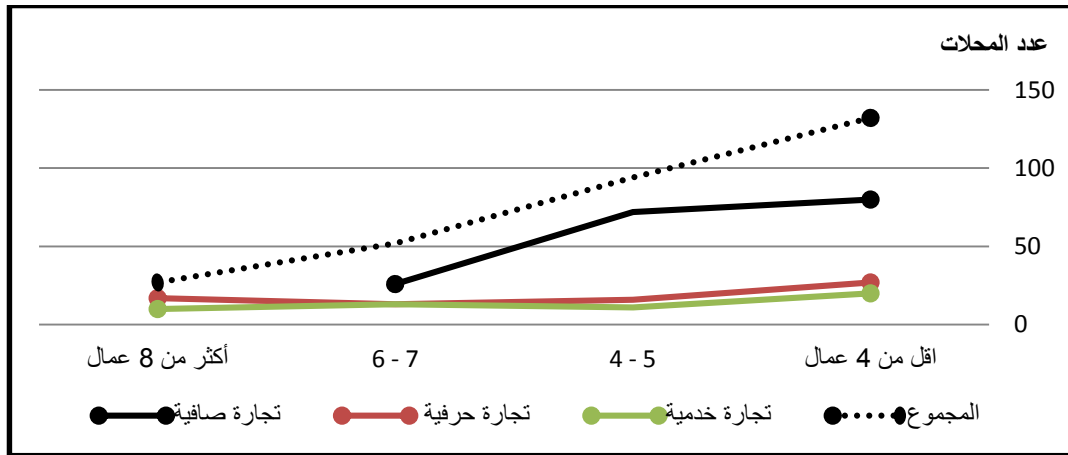
أسفرت بيانات الدراسة الميدانية على حجم المشتغلين بالمحلات التجارية، حيث بلغ عددهم 1473 عامل، والجدول رقم (6) والشكل رقم (5) يبينان ذلك.

الجدول رقم (6) توزيع التجار وفقاً لعدد العمال بالمحل في السوق

نوع التجارة	عدد العمال في المحل التجاري			
	أقل من 4	4 - 5	6 - 7	أكثر من 8
تجارة صافية	70	72	26	0
تجارة حرفية	27	16	13	17
تجارة خدمية	20	11	13	10
المجموع	117	99	52	27

المصدر: الدراسة الميدانية 2015

الشكل رقم (5) توزيع التجار وفقاً لعدد العمال بالمحل في السوق



المصدر: الدراسة الميدانية 2015

من خلال الجدول رقم (6) الشكل رقم (5) يتضح توزيع أعداد المحلات التجارية لكل صنف تجاري وفقاً لعدد المشتغلين حيث إن المحلات التجارية التي بها أقل من أربعة مشتغلين بلغ عددها 132 محلاً تجارياً، ومثلت أكبر نسبة بمجال الدراسة حيث قدرت بنسبة 44.74%، في حين أن إجمالي المحلات التجارية التي بها

4- 5 مشغلين بلغ عددها 94 محلاً تجارياً أي ما نسبته 31.86% من إجمالي المحلات التجارية، أما إجمالي المحلات التجارية التي بها 6 - 7 مشغلين بلغ عددها 52 محل تجاري أي ما نسبته 17.62% من إجمالي المحلات التجارية وهي نسبة مهمة تعكس العدد الكبير للمحلات التجارية الكبرى، كما أن المحلات التجارية التي بها أكثر من ثمانية عمال لا تمثل سوى 9.15% من إجمالي المحلات التجارية.

يتوافق تطور منحنى توزيع عدد المشغلين في محلات التجارية الصافية مع منحنى إجمالي المحلات التجارية غير أنه من النادر أن توجد في السوق محلات تجارة صافية بها أكثر من ثمانية عمال في حين نجد أن محلات التجارة الحرفية التي تضم أكثر من ثمانية مشغلين تمثل 17 محل من إجمالي عدد المحلات التجارية الموظفة لهذا العدد من العمال، نظراً لأن هذا النوع من النشاط التجاري يحتاج ليد عاملة مثل محلات الخياطة والنجارة والمطاعم، من كل ما سبق يتأكد لنا أن العمالة التجارية مرتبطت بعدد المحلات التجارية وصنف الوظيفة التجارية، كما أن النشاط التجاري الممارس بالسوق قد ساعد في خفض معدل البطالة بنسبة مهمة.

2-2- المستوى الدراسي للتجار أصحاب المحلات التجارية

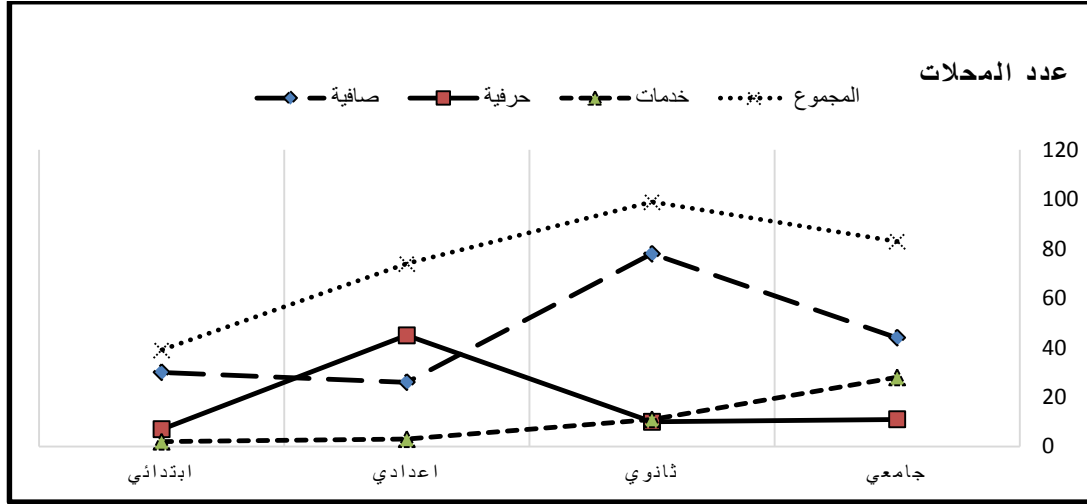
يعكس المستوى التعليمي للتجار أصحاب المحلات التجارية البعد الثقافي لفئة اجتماعية تساهم بفاعلية في تشكيل جهاز تجاري يؤثر على هيكله وتنظيم المجال، خاصة وأن المستوى الدراسي للتاجر له دور هام في سرعة الاستجابة في مواكبة التحولات الاقتصادية والثقافية الجديدة للمستهلك، خاصة وقد تظهر أنماط ثقافة استهلاكية جديدة، ومرونة في المعاملات والتعامل مع الزبائن وكذلك طريقة توجيه واستثمار الفائض في الأرباح التي غالباً ما تكون في اختيار نمط توسع النشاط التجاري وتطويره، الجدول رقم (7) والشكل رقم (6) يوضحان ذلك.

الجدول رقم (7) المستوى الدراسي للتاجر حسب نوع التجارة في السوق

نوع التجارة	المستوى الدراسي			
	ابتدائي	أعدادي	ثانوي	جامعي
تجارة صافية	30	26	78	44
تجارة حرفية	7	45	10	11
تجارة خدمية	2	3	11	28
المجموع	39	74	99	83

المصدر: الدراسة الميدانية 2015

الشكل رقم (6) توزيع نسب المستوى الدراسي للتاجر حسب نوع التجارة في السوق



المصدر: الدراسة الميدانية 2015

من خلال الجدول رقم (7) والشكل رقم (6) نجد أن المستوى التعليمي الجيد لتجار المحلات التجارية الصافية إذ تبين أن أغلبهم ذوو مستوى ثانوي ويمثلون نسبة 43.82% من إجمالي التجار، في حين بلغت نسبة التجار ذوي المستوى الجامعي والابتدائي 24.71%، 16.85% على التوالي، أما أضعف نسبة فكانت 14.60% هي لتجار المستوى الاعدادي، عموماً فإن هذه النسب توضح المستوى التعليمي الجيد للتجار المحلات الصافية.

المستوى المتوسط للتجار المحلات التجارية الحرفية، فقد مثلت نسبة 16.64% من التجار الحرفيين، في حين مثلت نسبة التجار ذوي المستوى الجامعي والثانوي 15.06%، 13.69% على التوالي، أما أقل نسبة فكانت للتجار ذوي المستوى الابتدائي حيث بلغت 9.58% من إجمالي التجار الحرفيين. المستوى الدراسي العالي للتجار محلات تجارة الخدمات حيث مثلت نسبة 63.63% من إجمالي تجار محلات الخدمات، كما أن نسبة 25% هم تجار ذوو مستوى ثانوي، وهذه النسب تعكس طبيعة هذا الصنف من المحلات الذي يحتاج كفاءة ومهارة فردية عالية، أما النسب الباقية فإنها تعكس حجم أصحاب المطاعم والبوفيات وغسل وتنظيف السيارات.

نستنتج من كل ذلك ارتفاع المستوى الدراسي للتجار المحلات التجارية بمجال الدراسة الأمر الذي ينعكس بالإيجاب على أداء الوظائف التجارية ويزيد من احترافية العمل والذي يعكس مع مرور الوقت تحسن مستمر وإيجابي على توسع وترقية النشاط التجاري، وبالتالي ينعكس على دينامية المجال.

3 - الضوابط المجالية المنظمة لنشاط المحلات التجارية.

في هذا العنصر سنحاول تشخيص العناصر التي تؤثر بطريقة مباشرة على الوظيفة التجارية من حيث أشكال البناء مستواها، نوعيتها واستيعابها للزبائن.

3 - 1 - أنماط المحلات التجارية في سوق كلية التربية أرحب.

تعتبر مساحة البيع للمحل التجاري المنطلق الأساسي لتمييز أشكال العمران التجاري، وفي السوق يمكن التمييز بين عدة أشكال من المحلات التجارية حسب الشكل والحجم ويمكن ترتيبها كما يلي:

3-1-1- السوق المركزي المغطى.

يضم مجال الدراسة سوقا مغطى، يتمركز في الجهة الشمالية الغربية من السوق ويستحوذ على مساحة 2500 متر مربع ونظرا لأهميته اليومية سنحاول التركيز على استعراض خصائصه المعمارية من خلال هذا العرض فقد أدرجنا الصورة رقم (1) التي تبين منظر جانبي للسوق.

من حيث هندسة أنشائه فهو محاط بسور وله أربعة مداخل رئيسية، ويضم ثلاثة أنواع أساسية من المحلات التجارية على جوانبه هي محلات تجارية غذائية في الجهة الشرقية ومحلات تجارية للتوابل في الجهة الجنوبية، وفي الجهة الشمالية يوجد محلات ذبح وسلخ الدجاج، وفي وسط السوق تتركز النصبه او الدكة وهي مساحة تجارية صغيرة جدا، تتراوح مساحتها بين (4.5م - 10م) تتسم بالبساطة الشديدة، حيث لا تتوفر على واجهة تجارية، إذ تعطي انطباعا للدخل إليها كأنه يتسوق من باعة الأرصفة، وتخصص لبيع الخضار والفواكه واللحوم.

3-1-2- المتجر التجاري.

هو محل تجاري واسع مساحته السطحية تتراوح بين (100م² و200م²) وكلها معدة للبيع وفي أغلب الحالات نجد للمتجر واجهتين أو ثلاث متجاورات، ويتم عرض السلع فيه بطريقة عصرية حيث يسمح للزبائن بالتجول بين الرفوف وجلب المقتنيات إلى الصندوق عند مخرج المتجر. ويضم متجر المواد الغذائية بين 750 صنفاً إلى 1000 صنف من السلع التي تندرج ضمن الاحتياجات اليومية للسكان، ويتركز على الشوارع الرئيسية للسوق، فيما يضم متجر صنف الملابس أنواع مختلفة منها. والصورتان رقم (2 - 3) تبينان أشكال متاجر المواد الغذائية والملابس في السوق.

3-1-3- الدكان التجاري.

هو مساحة تجارية مهينه ومنظمة لعرض السلع وبيعها تتراوح مساحته بين 20م² و30م²، وتنقسم مساحة الدكان عادة إلى جزئين مساحة للبيع ومساحة للتخزين حيث تمثل مساحة التخزين إلى 30% من مساحته مخصصة لكل أنواع التجارة الخدمية والتجارية والحرفية، وتتنوع أغلبها في الجهة الغربية من السوق، والصورة رقم (4) تبين شكل الدكان التجاري في السوق.

3-1-4- الشقة التجارية.

هي في الأصل مساحات سطحية سكنية (أي موجهة بصورة أساسية لأداء الوظيفة السكنية) وتتراوح مساحتها بين 60م² و100م² وتستغل كمساحة لممارسة نشاطات تجارية جُلها تندرج ضمن فئة تجارة الخدمات مثل العيادات الطبية كما يستغل الطابق الارضي للعمارات في السوق كمحلات تجارية مثل المواد الغذائية، والملابس والمطاعم، والصورة رقم (5) تبين شكل الشقق في السوق.

3-1-5- الصندقة التجارية.

هذا الشكل التجاري مصنوع من الحديد، حيث يظهر بواجهة متواضعة عرضها يتراوح بين (3 - 6) أمتار في حين أن متوسط مساحتها يتراوح بين (8م² و10م²)، تتوزع بشكل متفاوت في كل ارجاء السوق، أغلبها مخصصة للتجارة الصافية - غذائية. ولا يوجد بها مساحة للتخزين، والصورة رقم (6) تبين شكل الصندقة في السوق.

الصورة رقم (2) تبين شكل متجر الملابس



الصورة رقم (1) تبين شكل للسوق المغطى



الصورة رقم (4) تبين شكل الدكان

الصورة رقم (3) تبين شكل متجر المواد الغذائية



الصورة رقم (5) تبين شكل الصندوقة

الصورة رقم (5) تبين شكل الشقة



مصدر الصور: الدراسة الميدانية 2015

3 - 2 - عناصر المحل التجاري.

يتكون المحل التجاري من عدد من العناصر المجالية تؤهله بأن يكون قابلاً للاستغلال وبأداء وظيفي مقبول، مثل الواجهة ومساحة البيع ومساحة للتخزين وحفظ البضائع، ومجال أو مساحة الإشهار، وسوف نتطرق لكل عنصر من تلك العناصر كما يلي:

3 - 2 - 1- توزيع المحلات التجارية وفقاً لمساحته (مساحة البيع) .

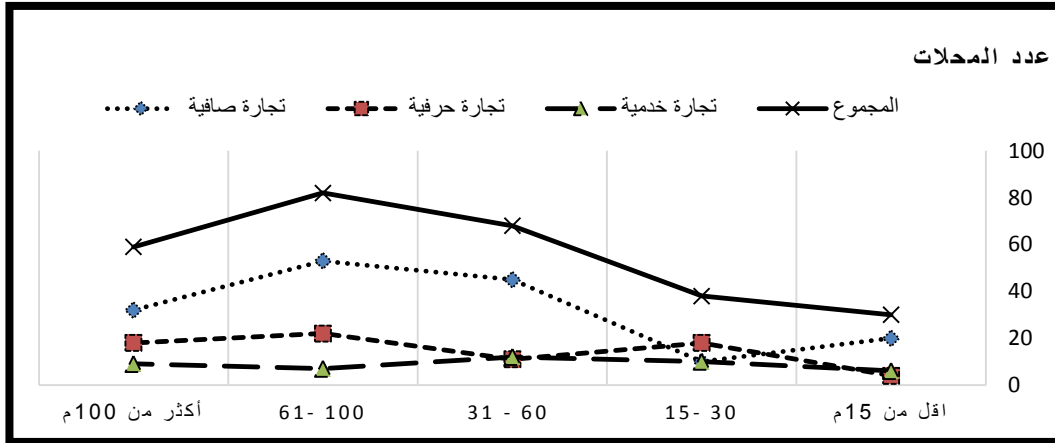
يوجد نوعان منها، إذ يمكن أن تكون مرتبطة مجالياً بمساحة البيع أي هي الاحتياطات الخلفية أو تحت الأرضية في المحل التجاري، كما قد تكون منفصلة مجالياً عن المحل وهي إما بمحاذاة موقع المحل أو في موقع آخر وفي كلتا الحالتين تعتبر المخازن المنفصلة عن مساحة البيع أكثر تجهيزاً وأكبر مساحة لحفظ السلع والبضائع، الجدول رقم (8) والشكل رقم (7) يبينان ذلك.

الجدول رقم (8) توزيع المحلات التجارية حسب مساحة المحل التجاري

نوع التجارة	مساحة المحل				
	أقل من 15م ²	15 - 30 م ²	31 - 60 م ²	61 - 100 م ²	أكثر من 100م ²
تجارة صافية	20	10	45	53	32
تجارة حرفية	14	18	11	22	18
تجارة خدمية	14	10	12	7	9
المجموع	48	38	68	82	59

المصدر: الدراسة الميدانية 2015

الشكل رقم (7) توزيع المحلات التجارية حسب مساحة المحل التجاري



المصدر: الدراسة الميدانية 2015

انطلاقاً من الجدول رقم (6) و الشكل رقم (7) تتضح لنا الصورة التي تمثل توزيع تجار مختلف أنواع المحلات التجارية وفقاً لمساحة المحل المعبر عنها بالمتر المربع والمصرحة من التجار أنفسهم، حيث نجد أن نسبة 46,32% من مجموع العدد الإجمالي للمحلات التجارية مساحتها المتوسطة تتراوح بين 61 – 100م² وهي المساحة المتوسطة لمحلات السوق، خاصة وأن المحلات التجارية الصغيرة التي مساحتها أقل من 15م² بلغت نسبتها 16,94%، أما المحلات التجارية التي وصلت مساحتها بين 31- 60م² فتمثلت نسبته 38,41% من مجموع المحلات التجارية في السوق، أما المحلات التجارية التي تتراوح مساحتها بين 15 – 30م² فتمثلت نسبتها 21,46% من مجموع المحلات التجارية. أما المحلات الكبيرة التي تتجاوز مساحتها أكثر من 100م² مثلت نسبة 33,33% من إجمالي المحلات التجارية في السوق وهذه النسبة تعكس البنية التجارية الجيدة للسوق.

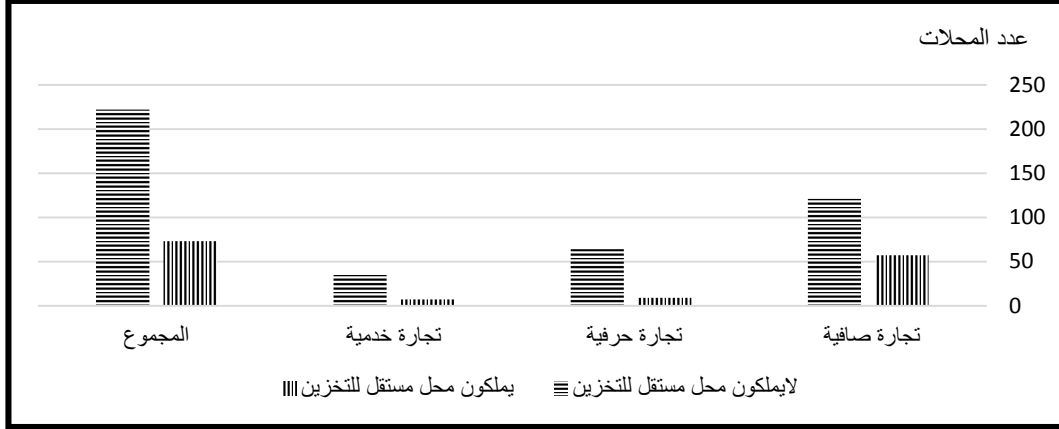
وإذا حاولنا الربط بين مساحة المحل ونوع النشاط التجاري الممارس نجد أن أكبر عدد لمحلات التجارة الصافية يظهر في الفئة المساحية 61 – 100م² إذ تمثل محلات التجارة الصافية بها ما نسبته 33,12%، من إجمالي المحلات الصافية، وفي محلات التجارة الخدمية نجد أن أكبر عدد للمحلات التجارية الخدمية يظهر في الفئة المساحية 31- 60م² وتمثل نسبة 50% من مجموع المحلات الخدمية. أما في محلات التجارة الحرفية فإن أكبر عدد منها والمقدر عدد 22 محل حرفي مساحته بين 61- 100م² وهو ما يمثل 30,13% من مجموع التجارة الحرفية.

إن هذه المؤشرات تعكس القوة المجالية للبنية التجارية بمجال الدراسة، حيث أن سبب ذلك هو سيادة النمط الفردي الحديث على باقي الأنماط السكانية الأخرى، حيث يضم أغلبها محلات تجارة

3-2-2- مساحة التخزين التجاري للمحلات التجارية في السوق

في هذا العنصر سوف نقوم بتشخيص مستودعات التخزين، لأنها تعطي فكرة حول حجم النشاط التجاري ومدى ازدهاره. فكلما كان عدد وحجم مساحات التخزين كبيراً، كلما زادت أهمية ازدهار النشاط التجاري كما أن القياس الفعلي لحجم البنية التجارية لا يتم إلا إذا تم تسليط الضوء على هذا العنصر المجالي الذي يضم سلعا وبضائع موجهة للتسويق، كما قد يكون المستودع في حد ذاته فضاء للبيع والشراء لذا فهو جزء لا يتجزأ من البنية التجارية، ولمعرفة ذلك أدرجنا الشكل رقم (8).

الشكل رقم (8) توزيع المحلات التجارية حسب امتلاك مستودع للتخزين



المصدر: الدراسة الميدانية 2015

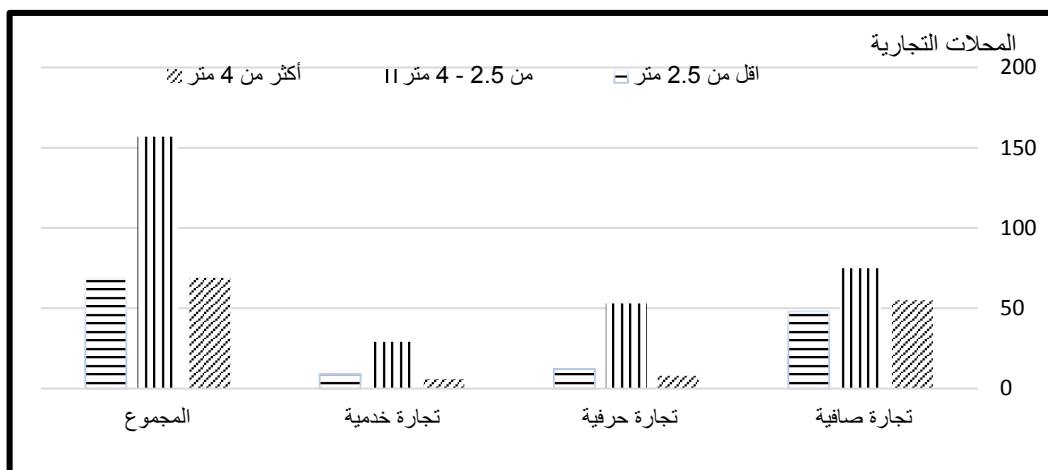
من خلال الشكل رقم (8) نجد أن نسبة 24,74% من أصحاب المحلات التجارية في السوق يملكون مستودعاً للتخزين البضائع في حين أن الغالبية العظمى من أصحاب المحلات التجارية لا يملكون مستودعات مستقلة عن محلاتهم، حيث وصلت نسبتهم 75,36% فهم يكتفون بالتخزين في محلاتهم.

من جهة أخرى نجد أن أصحاب محلات التجارة الصافية يمثلون أكبر نسبة لمالكي مساحات التخزين إذ يمثلون نسبة 78% من إجمالي التجار المالكين لمستودعات، والجدير بالملاحظة هنا أن من بينهم تجار قطع الغيار وتجار المواد الغذائية وتجار الأثاث المنزلي وحتى تجار الملابس، بمعنى آخر أن ملكية مساحات التخزين لا تعكس سيطرة تخصص صنف تجاري معين، كما أن نسبة ضئيلة من التجار أصحاب المحلات الحرفية والخدمات يملكون مساحات للتخزين، حيث مثلت نسبتهم 12,32% و 9,58% علي التوالي من إجمالي التجار الذين تتوفر لديهم مستودعات.

3-2-3- أبعاد واجهة المحلات التجارية في سوق كلية التربية أربح

تعتبر واجهة المحل المدخل الرئيسي للمحل التجاري، وقد تستغل في عرض جزئي أو كلي للبضائع بشكل يجذب الزبائن وغالبا ما تصنع من مادة الألمنيوم والزجاج أو الحديد، وسوف يتم التطرق إلى معرفة بعض الأبعاد المجالية من خلال واجهة المحل وأهميتها في إبراز الأهمية التجارية للمحل من خلال قياس طولها أو الامتداد الأفقي لها وإسقاطه على مساحة البيع وبعدها عن الرصيف باعتباره الخط الفاصل بين المجال العمومي للرصيف وداخل المحل.

الشكل رقم (9) توزيع التجار حسب مساحة واجهة المحل



المصدر: الدراسة الميدانية 2015

من خلال الشكل رقم (9) نجد أن نسبة المحلات التي تتراوح عرض واجهتها أقل من 2.5 متر وصلت نسبتها إلى 23,38% من مجموع المحلات التجارية، في حين مثلت المحلات التي واجهتها بين 2.5- 4 متر نسبة 53,22%، أما المحلات التي تصل واجهتها إلى أكثر من 4 متر فقد مثلت نسبة 23,38% من مجموع المحلات التجارية في السوق، نستنتج من كل ذلك ان تلك النسب التي تمثلها الواجهة التجارية ضمن الواجهة العمرانية لمنطقة الدراسة، فهي تعكس حجم وقوة ازدهار البنية التجارية للسوق.

ويمكن معرفة عرض واجهة المحلات التجارية الصافية التي تقل عرضها عن 2.5متر نسبة 26,96%، أما المحلات التي وصل عرضها بين 2.5- 4 متر فوصلت نسبتها إلى 42,13%، في حين وصلت نسبة المحلات التي وصل عرضها إلى أكثر من 4 متر إلى 30,89% من مجموع محلات التجارة الصافية. أما محلات التجارة الحرفية فقد سجلت تناقصاً مستمراً مقارنة بعدد محلات التجارة الصافية، فسجلت المحلات الحرفية التي تصل عرضها أقل من 2.5 متر نسبة 30,13% من مجموع المحلات الحرفية في السوق، بينما سجلت نسبة المحلات الحرفية التي كانت عرض واجهتها بين 2.5- 4متر نسبة 72,60% من مجموع المحلات الحرفية، في حين وصلت نسبة المحلات الحرفية التي وصلت عرض واجهتها أكبر من 4 متر نسبة 8,21% من مجموع المحلات الحرفية.

وفي محلات الخدمات فقد سجلت نسبة المحلات التي كان عرض واجهتها أقل من 2.5 متر إلى 20,45% من مجموع المحلات الخدمية، بينما وصلت نسبة المحلات التي تصل عرض واجهتها بين 2.5- 4متر نسبة 65,90% من مجموع المحلات الحرفية، وكانت نسبة المحلات التي تصل واجهتها أكثر من 4 متر إلى نسبة 13,63% من مجموع المحلات الخدمية في السوق.

نستنتج من كل ذلك ان أغلب المحلات التجارية تشغل واجهه واسعة فهي تعكس التحولات في البنية التجارية من خلال ترقية التجارة الراقية بالسوق وفقا لأشكال عمرانية جديدة تعكس الحداثة وتعزز الأهمية الوظيفية التجارية في السوق أدى إلى ديناميكية وظيفية حفزت ازدهار النشاطات التجارية به.

III- مجالات نفوذ سوق كلية التربية أرحب من خلال التجارات الصافية والخدمات والحرف

لمقاربة الإشعاع المجالي لسوق كلية التربية أرحب في مجال التجارة الصافية والحرف والخدمات أجرينا بحثاً ميداني واسع استهدف تحديد الأماكن التي يلجأ إليها سكان الأرياف للتزود بالمواد التجارية والحرفية والخدمات، وقد شمل البحث عينة من عزل مديرية أرحب البالغة خمسة عشر عزلة موزعة على جل مديرية أرحب.

حيث اتضح أن التجهيزات التجارية تلعب دوراً هاماً في النفوذ المجالي، لأنها تؤثر بصورة مباشرة في توزيع السكان، كما أن تنقلاتهم ونشاطاتهم مرتبطة بنوعية وطبيعة التجهيزات (ادليل عمرو، 2000، ص 194)، وعليه يأتي هذا المحور لتتوجها لتوضيح مجالات النفوذ الناتجة عن خصوصية البنية التجارية للسوق، التي تعكس مدى فاعلية وكفاءة هذه الوظائف في النفوذ المجالي.

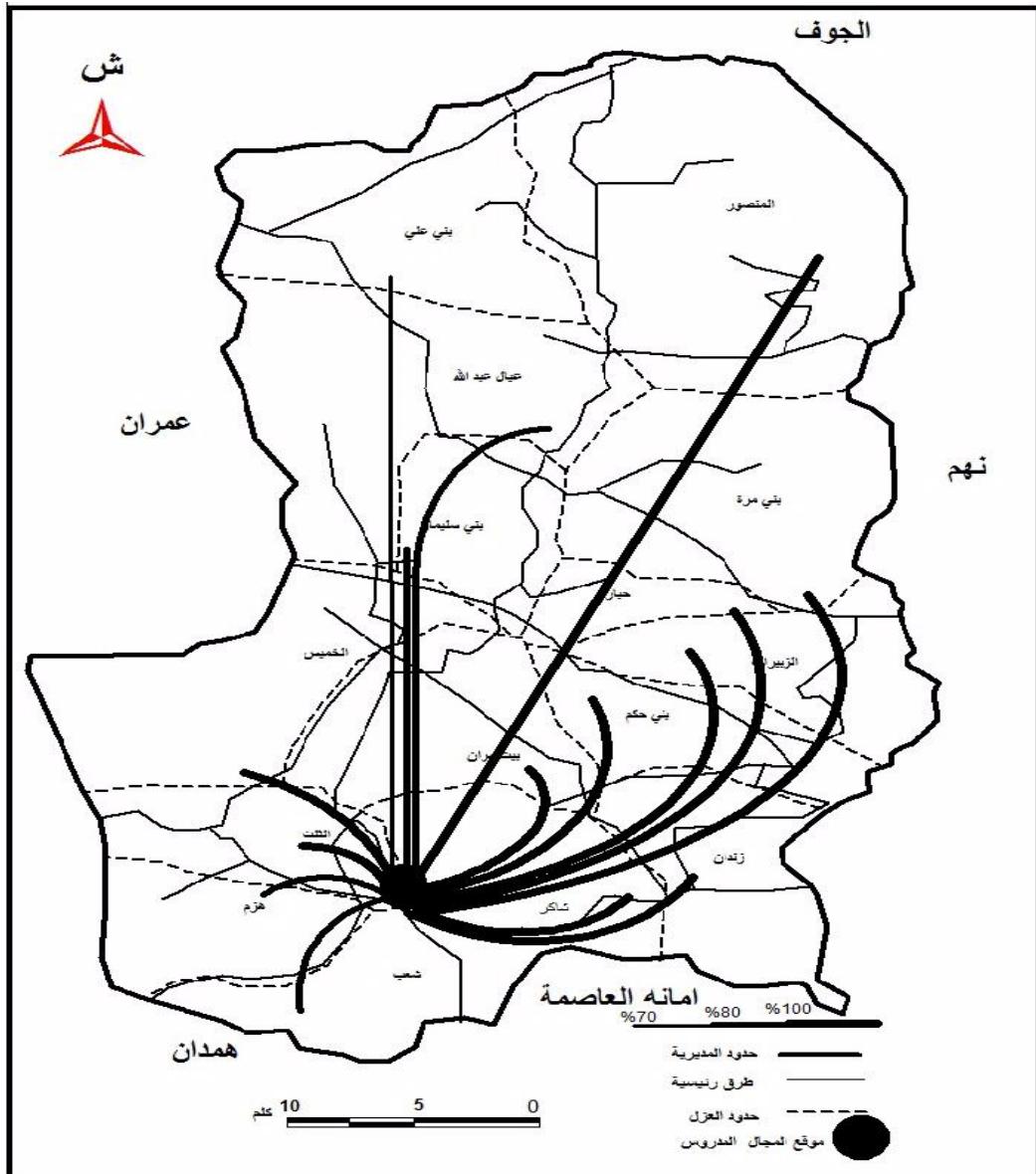
1- البعد المجالي للتجارة الصافية: إمتداد مجالي واسع مع سيطرة عزل شرق مديرية أرحب.

إن النشاط التجاري كباقي الأنشطة الأخرى، ولد تنظيمياً لتدفقات السكان داخل المجال، بسبب رغبتهم في إشباع احتياجاتهم المتنوعة (الرفاص، 1993، ص 96). الأمر الذي يترتب عليه قيام نظام معين من العلاقات الوظيفية بين السوق والمجال المحيط به (الحشاني، 2005، ص 18). ونظراً لاختلاف أصناف الوظائف التجارية التي توفرها البنية التجارية بمجال الدراسة، فإنه من الضروري معرفة البعد التنظيمي لكل صنف من أصناف التجارة في السوق. وعليه سنحاول فيما يلي عرض البعد المجالي للتجارة الصافية.

من خلال الاستمارة الموزعة على سكان عزل مديرية أرحب، لمعرفة الأماكن التي يلجأ إليها سكان الأرياف للتزود بالمواد التجارية الصافية، وقد أنجزنا الخريطة رقم (4) والتي من خلالها نجد أن سكان عشر عزل من مديرية أرحب وهي شاكور والمنصور وبني مرة وحبار والزبيرات وبني مرة وبني حكم وزندان وبيت مران والثلاث والخميس يلجأون للتزود بمختلف أنواع التجارة الصافية بنسبة 100% من سوق كلية التربية أرحب، هذه النسبة تعكس حالة التنقل المستمر لسكان هذه العزل إلى السوق نظراً لافتقارها للعديد من أصناف الأنشطة التجارية خاصة لصنف التجهيز المنزلي، إضافة للعامل النفسي الذي زاد من حدة ارتباط سكان هذه العزل بمجال الدراسة، في حين نجد أن أربع عزل وهي شعب وهزم وعيال عبدالله، وبني سليمان يتزودن بمختلف أنشطة التجارة الصافية بنسبة 80% من السوق، ويعزى ذلك للعوامل النفسية علاوة على عامل القرب، أما عزلة بني علي فيتزودن بمختلف أنشطة التجارة الصافية بنسبة 70% من سوق كلية التربية أرحب، ويعزى ذلك لقوة الجذب التي تمارسها أسواق تجارية منافسة مثل أسواق مدينة محافظة عمران القريبة منها.

نستنتج من كل ذلك أن مجال نفوذ مجال سوق كلية التربية أرحب كبير وهذا امر طبيعي نتيجة لعدم وجود تلك الأنشطة التجارية أو محدوديتها في تلك العزل حيث استقطب زبائن من المراكز العمرانية القريبة من السوق بالإضافة إلى استقطاب زبائن من المقيمين بالنطاقات المعزولة نسبياً، وهذا يعكس على الوزن الجغرافي الذي تحظى به صنف التجارة الصافية بمجال الدراسة، حيث إن دورها التنظيمي يتعدى الدور المجالي المحيط بالسوق إلى الدور المحلي الذي يغطي مختلف أرجاء المديرية.

الخريطة رقم (4) مجالات نفوذ أنشطة التجارة الصافية لسوق كلية التربية أرحب



المصدر: عمل الباحث بالاعتماد على الدراسة الميدانية 2015.

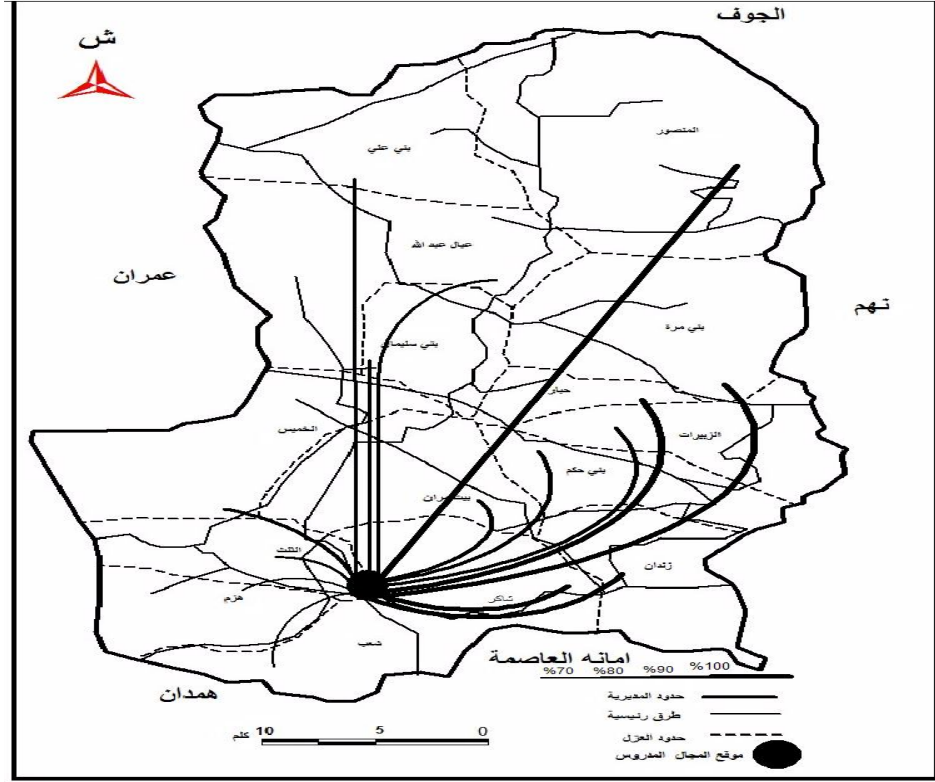
2- البعد المجالي لتجارة الخدمات في سوق كلية التربية أرحب

لمعرفة الوزن المجالي لصنف التجارة الحرفية بسوق كلية التربية أرحب، نعتمد على مؤشر التوزيع المجالي للزبائن المترددين على صنف هذه المحلات، فمن خلال استجواب سكان عزل المديرية عن مقدار ترددهم على السوق لشراء حاجياتهم من تجارة الخدمات، تمكنا من تمثيل ذلك في الخريطة رقم (5) التي تمثل إشعاع تجار الخدمات حيث تبين أن مجال نفوذ السوق يقل مقارنة بالتجارة الصافية.

فقد وجدنا أن سكان خمس عزل وهي شاكرو والمنصور وحبار وبني مرة وزندان يتجهون إلى السوق من أجل التزود بتجارة الخدمات التي تتوفر فيه بنسبة 100%، ويفسر هذا التوافد المعتبر للزبائن على الرغم من بعد أغلبها عن مجال الدراسة، إلى عوامل اجتماعية ونفسية للزبائن وكذا لوفرة وتنوع العرض الذي تقدمه حرف الخدمات بمجال الدراسة، في حين نجد أن سكان عزل بيت مران والخميس والزبيرات وبني حكم، يتزودون بمختلف التجارة الخدمية المتوفرة بالسوق بنسبة 90%، ويفسر ذلك إلى افتقار مراكز تلك العزل للتنوع الكافي والمطلوب من محلات التجارة الخدمية، وبالتالي يضطر السكان الذهاب إلى السوق، الأمر الذي يمكن إسقاطه في تفسير حالة الزبائن المتوافدين من عزل بني سليمان والثلاث وعيال عبدالله وبني علي فيتزودون بمختلف التجارة الخدمية بنسبة 80% من مجموع سكان تلك العزل، كما نجد أن سكان عزلتي شعب وعامل المسافة القريبة التي شجعهم على تلبية احتياجاتهم من التجارة الخدمية من مجال الدراسة.

نستنتج من كل ما سبق أن لصنف تجارة الخدمات بمجال الدراسة والبالغ عددها 44 محلاً تجارياً أي ما يمثل 14.93% من إجمالي المحلات التجارية بالسوق، مازال يمثل مركز جذب مهم من خلال تجارة الخدمات التي تتوفر عليها. حيث يهيمن السوق على مجال واسع وتربطه علاقات أكثر كثافة مع محيطية الريف، في شمال مدينة صنعاء نتيجة للموقع الجغرافي الذي يحظى به السوق كمجال عبور يتوسط عدداً كبيراً من العزل وكذا للتدفق الكبير للزبائن من جميع أنحاء المديرية، الأمر الذي شجع على ظهور هذا العدد الجيد لهذا الصنف من المحلات التجارية بمجال الدراسة، بالإضافة إلى السعي الحثيث لهذه المحلات في الرفع من مستوى خدماتها لجذب أكبر قدر من الزبائن.

الخريطة رقم (5) مجالات نفوذ أنشطة تجارة الخدمات لسوق كلية التربية أربح



المصدر: عمل الباحث بالاعتماد على الدراسة الميدانية 2015.

3- البعد المجالي للتجارة الحرفية في سوق كلية التربية أربح

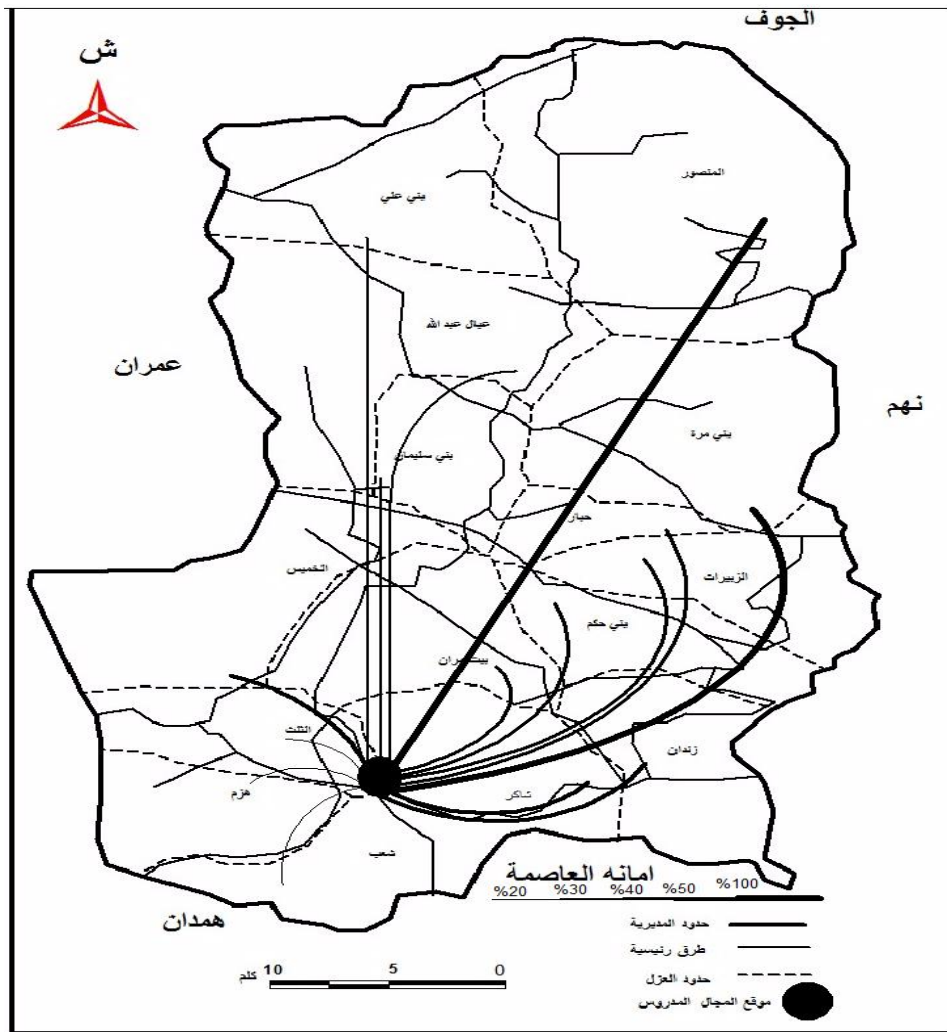
يتضح من خلال التجارة الحرفية أن مجال نفوذ سوق كلية التربية أربح يتجلى من خلال معاينة الخريطة رقم (6) التي تمثل إشعاع تجارة الحرف حيث تبين أن مجال نفوذ السوق يقل مقارنة بالتجارة الصافية والخدمية، حيث نجد أن سكان عزلتي المنصور وبني مرة يلجئون إلى السوق للتزود بتجارة الحرف بنسبة 100%، ويرجع ذلك لافتقار تلك العزل لمحلات هذا الصنف التجاري، في حين نجد أن سكان عزل شامكر وزندان والخميس يتزودون بتجارة الحرف بنسبة 50% من مجموع السكان، ويمكننا تفسير ذلك بعامل الموقع الجغرافي القريب والوسيط للسوق من هذه العزل وكذا سمعة وازدهار تجار المهندسين الميكانيكيين في السوق، أما سكان عزل الزبيرات وبني حكيم وبيت مران وحبار فيتزودون بمختلف التجارة الحرفية التي تتوفر في السوق بنسبة 40% من مجموع سكان تلك العزل، وتعكس هذه النسبة أهمية صنف التجارة الحرفية بالسوق في جذب نسبة معتبرة من الزبائن المقيمين في تلك العزل.

ونجد أن سكان عزل عيال عبدالله وبني علي وبني سليمان يذهبون إلى السوق للتزود بالسلع الحرفية التي تتوفر في السوق بنسبة 30% من مجموع سكان تلك العزل، ويعزى ذلك إلى المسافة فكلما زادت المسافة بعدا عن مجال الدراسة كلما تقلص عدد الزبائن، لكن توافد زبائن من نطاقات بعيدة يعكس الدور الجهوي الذي تلعبه صنف تجارة الحرف بمجال الدراسة، كما أن سكان عزل شعب وهزم والثلاث يلجئون إلى السوق للتزود بالسلع الحرفية بنسبة 20% من مجموع سكان تلك العزل. إن هذا التقلص في نسبة الزبائن المتوافدين من تلك العزل

يعزى الى عامل الجذب التجاري الذي تمارسه تجارة الحرف المتوطنة في المراكز العمرانية الكبرى مثل مدينة صنعاء المجاورة.

من كل ما سبق نستنتج أن مجال نفوذ السوق من خلال تجارة الحرف كمقارنة بالتجارة الصافية والخدمية ضعيف ويرجع في اعتقادنا إلي ضعف الرأسمال المستثمر في تجارة الحرف وخصوصية المهنة التقنية التي تتمثل أساسا في التكاليف العائلي من خلال تلقين أفراد العائلة الواحدة، أو القبيلة الواحدة أسرار هذه الحرفة واحتكارها مما انعكس علي ضعف نفوذ تلك التجارة مقارنة مع صنفي التجارة الصافية والخدمات.

الخريطة رقم (6) مجالات نفوذ أنشطة التجارة الحرفية لسوق كلية التربية أرحب



المصدر: عمل الباحث بالاعتماد على الدراسة الميدانية 2015.

خاتمة

إن التوسع العمراني الذي عرفه السوق خلال العقد الأخير وخاصة، بعد انشاء كلية التربية، قد أدى إلى نمو وتنوع البناءات التجارية لهذا المركز، مع ظهور مؤشرات عن التحضر لسكانه، كما أن توفر سيولة مالية مهمة ودائمة لدي الأسر الريفية نتيجة زراعة القات الذي يدر دخلا يوميا والتي ترتبط كثيرا بالسوق للتزود بحاجياتها قد أدى إلى تطور وتحول في طبيعة ونوع المحلات التجارية الصافية والخدمية والحرفية.

كما تمكن من توسيع دائرة نفوذه الريفي بالنسبة للتجارة الصافية والخدمات والحرف الموجهة للأشخاص، لكن يبدو أنه في هذا الباب لازالت التجارة الصافية والخدمات تحظى بنفوذ أكبر في الوسط الريفي بالنظر إلى تجدر روابط هذا السوق مع الأرياف المحيطة به، أما تجارة الحرف فما زال نفوذ سوقها محدود، مما انعكس عن قدرة أقل في استقطاب الأرياف المحيطة به.

وبشكل عام يعكس هذا النفوذ ومن دون شك مستوى الخدمات التي يتوفر عليها السوق، وجودة محيطة العام والتجهيزات التي يحظى بها مثل (الكلية، وشبكة الطرق والبريد والقطاع الصحي الخصوصي.

وعلى ضوء النتائج السابقة لا بد من الإشارة إلى بعض التوصيات والتي قد تساهم في معالجة بعض السلبات المتعلقة بالنشاط التجاري والتي يمكن إيجازها في النقاط التالية- :

- إحداث تحولات في البنية التجارية من خلال ترقية التجارة الراقية بمركز السوق وفقا لأشكال عمرانية جديدة تعكس الحداثة وتعزز الأهمية الوظيفية للمركز.
- التقليل من ظاهرة دمج المحلات التجارية بالطوابق الأرضية للمساكن سواء كانت فردية أو جماعية لهدف منع التداخل الوظيفي بين المجالات،
- إنشاء مناطق تجارية توجه كمساحات تجارية واسعة أكثر 1000 م2 حتى تستجيب لتطلعات السكان وتواكب تطور الأنماط الاستهلاكية، حيث يرخص للتجار الكبار بإنشائها. وضبط معايير تصميمها كمرافق متعددة الوظائف.
- تصنيف المحلات المتخصصة مع بعضها بشكل مستقل وعدم الخلط بين أصناف المحلات بهدف توحيد وانسجام مظاهر الاستخدام التجاري في السوق.
- حماية المساحات المحيطة بالكلية العمومية من كل أشكال ومظاهر الممارسة التجارية.
- عزل محلات صنف تجارة المواد الكيماوية والمواد الخطرة والمبيدات الزراعية من المواد الغذائية، مع الأخذ بعين الاعتبار كافة الإجراءات الأمنية والوقائية اللازمة حيال ذلك.
- إشراك المجلس المحلي في دمج التجارة غير المندمجة مثل تجارة الرصيف بالإضافة للمشاركة الفعالة لجمعيات المستهلكين.

المراجع العربية.

- إيدل عمرو، 2000، البنيات التجارية بمركز تاهلة، مجلة المصباحية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية سايس - فاس المغرب.
- حسف كشاش عبد الجنابي، 1984، الوظيفة السكنية لمدينة الرمادي، رسالة ماجستير (غ . م)، كلية الآداب ، جامعة بغداد.
- درية عبد الله، 1996، التحولات البنوية والوظيفية لسوق امدرمان الكبير واثر السياسات التحريرية، دار الكتاب للطباعة، القاهرة.
- سامية محمد عبد الله الفسيل، 2006، الأنشطة التجارية في مدينة عدن اليمنية في الفترة ما بين القرن الخامس والسابع الهجريين/الحادي عشر والثالث عشر الميلاديين، بحث تكميلي لمتطلبات نيل درجة ماجستير العلوم الإنسانية، (غ . م)، الجامعة الاسلامية العالمية الماليزية.
- عبد الرازق البطيحي، 1988، طرق البحث الجغرافي، دار الكتب للطباعة، الموصل.
- عبد السلام محمد علي الحشاني، 2005، التوسع العمراني بالأراضي الهامشية حول المراكز الحضرية بإقليم مصراته، مجالات مغاربية، الاتحاد الجغرافي المغربي، كلية الآداب والعلوم الإنسانية عين الشق الدار البيضاء، العدد 5-6.
- فضل علي محمد رفيق 2014، التوسع الحضري والتنمية الترابية بأمانة العاصمة صنعاء – اليمن أطروحة دكتوراه، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة ابن طفيل.
- محمد عز الدين الرفاص، 1993، مدينة طنجة جزيرة أم قطب جهوي، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بالرباط، الطبعة الأولى.
- نور الدين، 2002، دور المراكز التجارية في تنظيم مجال عين مليلة، أطروحة ماجستير، كلية علوم الأرض والجغرافيا والتهيئة العمرانية، جامعة قسنطينة.

المراجع الاجنبية.

- A.Lakhal : (1982) Essai Méthodologique de définition des petites villes Algérienne. Exemple des petites villes de L'est . Univ de Strasbourg I.
- Van de Walle I. : (2005), Commerce et mobilité :l'activité commerciale face aux nouvelles politiques dedéplacements urbaine - CREDOC, cahier de recherche, .
- PROST M.-A. (1965) : La hiérarchie des villes en fonction de leurs activités de commerce et de service, Ed Gauthier Villars, Paris.
- Kuhn-Michael(1970) –w.Markets-and Trade in Omdurman Sudan. unpublished _ph. D. Thesis_ University of California _Los Angeles

Abstract**The Commercial Structure and its Areas of Influence: An Empirical Study on the Marketplace of Faculty of Education, Arhab****Daris Abu Nashtan**darisnashtan2016@gmail.com

The study focuses on analyzing the commercial structure of the marketplace of faculty of Education, Arhab. It discusses the areas of influence based on: quantitative and qualitative weight; the factors controlling its construction, organization, and spatial distribution; and the extent of service such projects offer to community.

The business activities in the marketplace have a control over almost all urban areas at Arhab due to the high degree of customers' commercial attraction. In addition, its stores have an economic diversity with trade, craft, and service shops reflecting commercial specialties. The stores' geographic distribution is marked by the assembly as well as concentration characteristics which contribute to the emergence of the above marketplace as an important commercial pole in the district.

Basically, the study depends on the empirical investigation in collecting data due to the rarity of any other sources. The researcher has made use of the analytical, descriptive approach. The collected data of the study's questionnaire have been analyzed with the help of SPSS statistic program.