

التركيب التجاري لشارع وادي حجر (دراسة في جغرافية المدن)

محمد طارق حامد

فارس احمد منصور

مديرية تربية نينوى

مديرية تربية نينوى

(قدم للنشر في ٨/٨/ ٢٠٢٢ قبل للنشر في ٩/٩/ ٢٠٢٢)

ملخص البحث

يهدف البحث الى دراسة التركيب التجاري لشارع وادي حجر ضمن الساحل الايمن من مدينة الموصل , اضافة الى دراسة السمات الموقعية بغية إبراز اصل نشأته وظهوره وتحديد وتحليل انماط الوحدات الوظيفية التجارية وبيان خصائصه الجغرافية , وإن إزدیاد السكان أوجد ضرورة الى توفر مثل هذه الشوارع التجارية ضمن حيز المنطقة , وإن زيادة الحجم السكاني في اي منطقة لا يرافقه تغير في اعداد سكان المدينة فقط بل يرافقه تغير في التركيب ومنها التركيب التجاري , ومن هنا فظهرت الحاجة الى إنشاء مراكز تجارية ثانوية خدمية , والتي اصبحت اكثر رواجاً بعد العام ٢٠١٧ نتيجة للأضرار التي تعرض لها السوق المحلي في مدينة الموصل والذي كان يعتبر السوق الرئيسي لبقية الاسواق والاشرطة التجارية , ومن خلال الدراسة استنتجنا ان عدد المحلات التجارية في شارع وادي حجر بلغ ١٩٧ محل تجاري , يطغى على الشريط تجارة المواد الغذائية بعدد محلات بلغ (٧٦) محل وبنسبة بلغت ٣٨,٥٧ % من مجموع المحلات , تليها من حيث الاهمية المحلات الحرفية بعدد (٥٢) محل وبنسبة بلغت ٢٦,٣٦ % .

الكلمات الدالة: وادي حجر , استعمالات , التركيب التجاري , الاشرطة التجارية .



The commercial structure For Wadi Hajar Street (Study in Geography Urban)

Faris Ahmed Mansour
Nineveh Education Office

Mohammed Tariq Hamid
Nineveh Education Office

Abstract:

The research aims to study the commercial structure of Wadi Hajar Street within the right coast of the city of Mosul, in addition to studying the local features in order to highlight the origin and emergence of it, identify and analyze the types of commercial functional units and indicate its geographical characteristics , The increase in the population size in any region is not accompanied by a change in the number of the city's population only, but is accompanied by a change in the composition, including the commercial installation, and from here the need to establish secondary commercial service centers, which became more popular after the year 2017 as a result of the damages suffered by the local market In the city of Mosul, which was considered the main market for the rest of the markets and commercial tapes , Through the study, we concluded that the number of shops in Wadi Hajar Street amounted to 197 commercial stores. The foodstuff trade is dominated by the tape with the number of stores reaching (76), with a percentage of 38.57% of the total stores, followed by the importance of craft shops with (52) Shop with a rate of 26.36% .

Keywords: Wadi Hajar , uses , commercial installation , commercial tapes .

المقدمة :

تتباين مؤسسات الاستعمال التجاري في مدينة الموصل من حيث سعتها او المواد التي تتاجر بها او عدد الزبائن الذين يتعاملون معها او التي تختص ببيع الجملة او بيع المفرد . اما ما يهتم به الدارسين في جغرافية المدن هو التوزيع المكاني للاستعمال التجاري وانماطه وان الدراسات التي تختص بالبنية التجارية للمدن تنقسم الى عدة اصناف فيها ما يتعلق بمؤسسات لبيع المفرد وكيفية توزيعها وموقعها في المدينة وكذلك مؤسسات البيع بالجملة وبعض الدراسات التي تختص بالمنطقة التجارية .

هدف البحث:

يهدف البحث الى دراسة التركيب التجاري لشارع وادي حجر وذلك لانه من الاشرطة التجارية المهمة التي تلعب دور كبير في تلبية حاجات سكان منطقة الدراسة اذ يتجه اليه السكان من داخل المدينة وخارجها من خلال دراسة .

١- دراسة المفاهيم والمصطلحات المتعلقة في التركيب التجاري وامكانية تطبيقها في الدراسة الميدانية .

٢- تحليل التركيب التجاري للمحلات التجارية من حيث الانماط لهذه المحلات واعدادها ونسبة ما يشكله كل نمط من وظيفتها التجارية في الدراسة .

مشكلة البحث :

تنتطق مشكلة البحث من كون شريط التجاري في وادي حجر من الاشرطة التجارية المهمة في مدينة الموصل والتي زادة كفاءتها في الوقت الحالي نتيجة للظرف الامنية التي مرت بها مدينة الموصل, مما أدى

الى سوء في توزيع هذا الاستعمال ونجم عنه مشاكل عدة كالأزدحام المروري وارتفاع الأيجار ونقص في الوحدات السكنية فضلاً عن ذلك يعاني أيضاً من الأهمال والنقص في الخدمات والنظافة .

اهمية البحث :

تبرز اهمية البحث من خلال موقع هذا السوق والقريب من وسط مدينة الموصل ولكون هذه المنطقة هي امتداد للمنطقة المركزية التجارية للمدينة ولكونه شريط متخصص في بيع سلع تجارية مختلفة الذي يزود اغلب المدينة بهذه البضاعة .

الفروض العلمية :

١- تعد النشاطات التجارية من اهم الوظائف التي تقدمها المدينة ليس لسكانها فقط وانما خارج حدود المدينة .

٢- هناك نقص كبير في الخدمات المقدمة لشارع وادي حجر التجاري .

٣- يعد هذا الشريط من الاشرطة التجارية المهمة للمدينة التي تقدم خدمات تجارية مختلفة .

المنهج المتبع في البحث :

اعتمد البحث على المنهج الاستقرائي من خلال جمع المعلومات والبيانات الخاصة بموضوع البحث من

الدراسة الميدانية وبذلك استطاع الباحثان من دراسة وتحليل وحدات الشارع التجاري .

هيكلية البحث :

لقد اقتضت الضرورة العلمية من اجل التوصل الى هدف الدراسة فقد قسمت الدراسة الى مبحثين : اختص

المبحث الاول في دراسة لمحة تاريخية عن ظهور الحي ونشأته وتحديد المصطلحات والمفاهيم ، اما المبحث

الثاني فقد اهتم بدراسة تحليل التركيب التجاري لمنطقة الدراسة اضافة الى المقدمة والاستنتاجات والمقترحات .

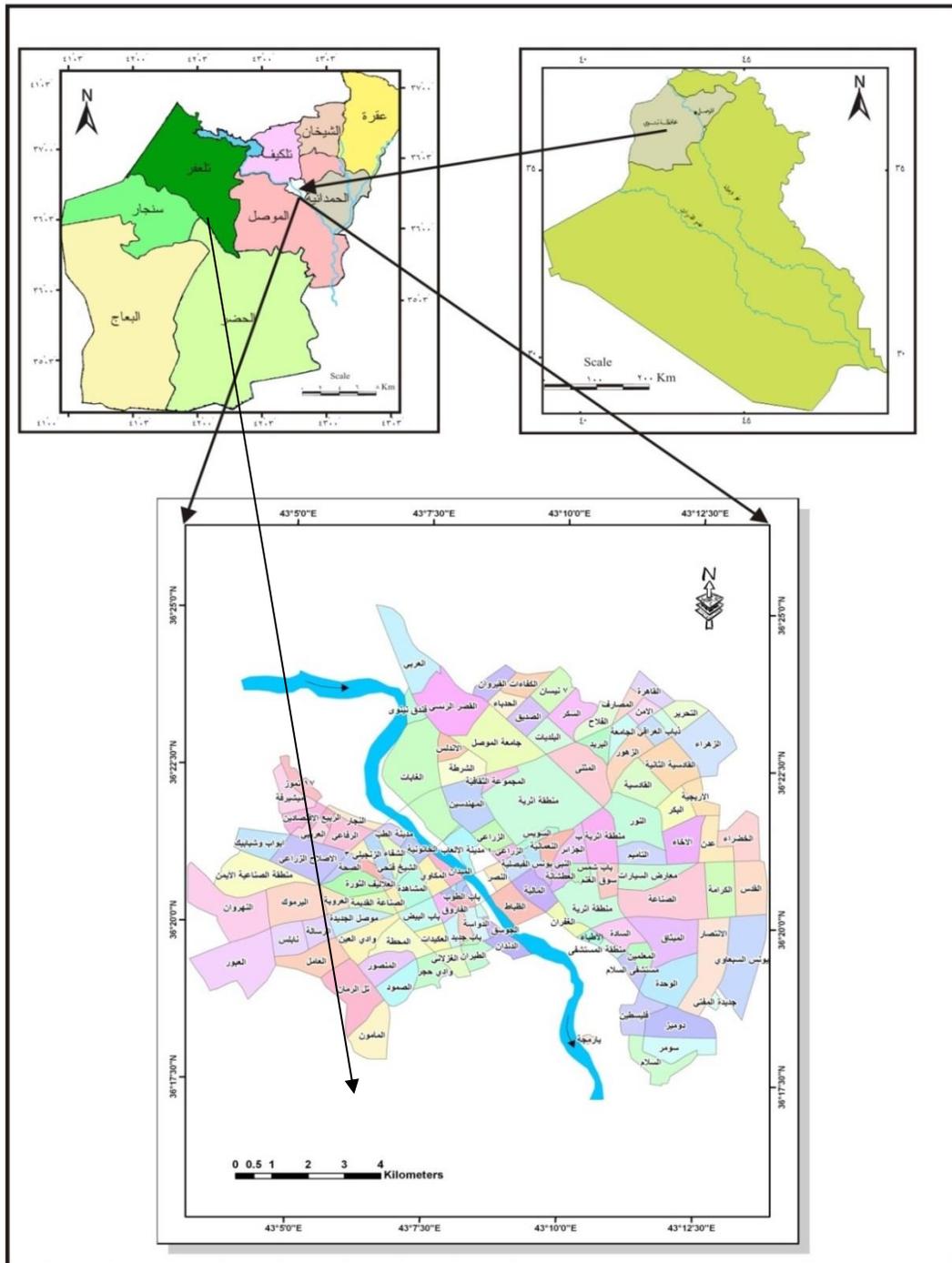
الحدود المكانية للبحث:



يتمثل في حدود التصميم الأساسي لمدينة الموصل الحالي لغاية عام ٢٠١٢ . وتقع مدينة الموصل في القسم الشمالي من العراق عند تقاطع خطي طول ٤٣,٨ شرقاً ودائرة عرض ٣٦,١٢ شمالاً. ينظر الخارطة (١)

في حين يقع الشارع التجاري في الجانب الايمن من مدينة الموصل في منطقة منخفضة في اطراف مدينة الموصل والقريب من مجرى الوادي الذي اتخذت منه تسمية منطقة الدراسة يحده من الشمال حي المنصور ومن الشرق حي الغزلاني ومن الغرب حي الصمود والجنوب منطقة مفتوحة خالية من السكن والسكان (معسكر الغزلاني سابقا).

الخارطة (١) الموقع الجغرافي لمدينة الموصل ومنطقة الدراسة *



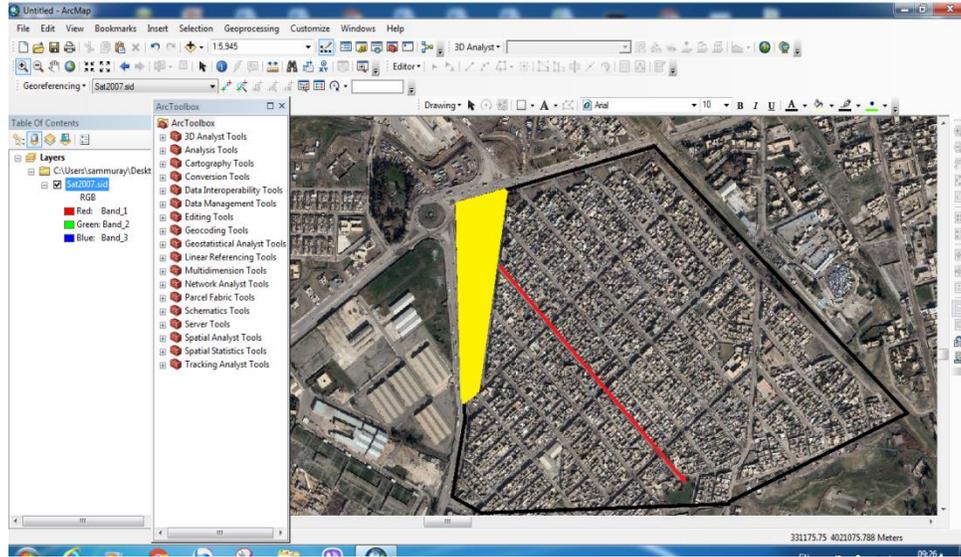
• من عمل الباحثان بالاعتماد على برنامج Arc GIS

المبحث الاول : اصل النشأة وتحديد المفاهيم والمصطلحات :

١ - ١ لمحة تاريخية عن ظهور الحي ونشأته :- يعتبر حي وادي حجر من الاحياء الحديثة نسبيا

نشأ في خمسينات القرن الماضي خارج سور مدينة الموصل القديمة وكان سبب نشأته ضيق مدينة الموصل القديمة بسكانها بعد إزدياد عدد سكانها فكان من الطبيعي أن تنشأ أحياء جديدة فكان حي وادي حجر من أوائل الأحياء التي نشأت". أقدم ذكر لها : أقدم ذكر هو في إحدى الخرائط المؤرخة عام ١٩٣٠ حيث ورد اسم الوادي وكان ذلك قبل نشوء المحلة .. وأيضا في الجرائد الموصلية الصادرة في ثلاثينات القرن الماضي حيث تذكر إحدى الجرائد أن بلدية الموصل كانت قررت إتخاذ جزءا من أرضي حي وادي حجر مكانا لدفن الحيوانات الهالكة وكان ذلك يوم لم تنتشر السيارات بعد ولبعد أرضها عن بيوت المدينة ، اشتق اسمها من وادي يشق أرضها و أن هذه الأرض كانت تحوي حجرا كثيرا استفاد منه أهل الموصل في بناء بيوتهم ولهذا تسمت باسم وادي حجر .

صورة (١) الشارع التجاري لشارع وادي حجر التجاري



المصدر: من عمل الباحثان اعتمادا على : خارطة العراق الادارية وخارطة محافظة نينوى الادارية، صادرة عن الهيئة العامة للمساحة، بغداد، ٢٠١٩ .

٢-١ : التركيب التجاري والأشرطة التجارية:

١-٢-١ : التركيب في اللغة : من الفعل (ركب) ويعني وضع شيء ليكون حالة جديدة .

٢-٢-١ : التركيب في الاصطلاح : يعني مجموعة العناصر والتراكيب الجزئية التي ترتبط فيما بينها بعلاقات وظيفية لتشكل نظاماً عاماً (١) .

٣-٢-١ : الاستعمال التجاري : يعد الاستعمال التجاري من استعمالات الأرض المهمة داخل المدينة وأكثرها دينامية ونشاطاً وتعد من الاستعمالات الأساسية التي ساهمت في ظهور الحضرية في العالم (٢) . أن أهم

(١) صبيح يوسف طاهر , التركيب التجاري لمدينة الموصل , مصدر سابق , ص ١٤٠ .

(٢) صبري فارس الهيتي وصالح فليح , جغرافية المدن , دار الكتب للطباعة والنشر , ٢٠٠٠ , ص ٩٤ .

السمات التي يتميز بها الاستعمال التجاري احتكاره واحتلاله للمواقع المركزية في المدينة وليس ذلك فحسب بل يحتل الأماكن ذات الاسعار المرتفعة جداً^(٣). وبالرغم من الخواص التي تنفرد بها المنطقة التجارية المركزية عن غيرها داخل المدن إلا أنها في الواقع غير متجانسة في خصائصها من حيث النشاطات التي تقدمها^(٤).

٣-١ : الأشرطة التجارية :-

تعد الأشرطة التجارية أحد مكونات التركيب التجاري للمدن الحديثة فقد برزت هذه المكونات ضمن دراسة برادفون ١٩٣٧ وريموند مورفي متمثلة بالأشرطة التجارية الطرق الرئيسية وفي شوارع الأحياء السكنية ، ولم تكن الأشرطة التجارية نمطاً غريباً في التركيب التجاري للمدن العربية الإسلامية وقد برزت هذه المكونات في مدينة بغداد بعد بنائها من قبل المنصور ، ولقد ظهرت الأشرطة التجارية في مكونات مدينة الموصل منذ المدة التي شهدت فيها المدينة نمواً اقتصادياً خلال مدة ما بين الحربين بسبب نشاط تجارة التصدير إذ لم تستطيع الفسح التجارية في السوق القديم (الخانات) على استيعاب المحلات التجارية الجديدة^(١).

٤-١ : الاستعمال التجاري :-

لا توجد مدينة مهما صغر حجمها إلا وتحتل الوظيفة التجارية حيزاً مكانياً او استعمال فيها بل يتعدى ذلك الى مراكز الاستيطان الريفي، اذ نلاحظ بعض الحوانيت والمخازن تنتشر في القرى الكبرى وهناك قرى او أماكن مركزية تعقد فيها أسواق اسبوعية (في يوم من أيام الاسبوع) وتختار أماكن تخلو من أي نشاط خلال أيام الاسبوع

(١) سمير محو جميل ، أعداد نظام معلومات للاستعمال التجاري في مدينة عقرة ، رسالة ماجستير – جامعة الموصل ، ٢٠٠٥ ، ص ٣٣
(٢) عبد الرزاق عباس حسين ، جغرافية المدن ، مطبعة أسعد – بغداد ، ١٩٧٧ ، ص ٨٢ – ص ٨٤ .
(٣) صبيح يوسف طاهر ، التركيب التجاري لمدينة الموصل ، مصدر سابق ، ص ١٤٠ – ١٤٦ .
(٤) صبري فارس الهيتي وصالح فليح ، جغرافية المدن ، دار الكتب للطباعة والنشر ، ٢٠٠٠ ، ص ٩٤ .
(٥) سمير محو جميل ، أعداد نظام معلومات للاستعمال التجاري في مدينة عقرة ، رسالة ماجستير – جامعة الموصل ، ٢٠٠٥ ، ص ٣٢ .
(٦) عبد الرزاق عباس حسين ، جغرافية المدن ، مطبعة أسعد – بغداد ، ١٩٧٧ ، ص ٨٢ .

إلا في يوم واحد منه ذلك هو يوم السوق، وهكذا تقتصر جاذبيتها على الوظيفة التجارية، ومن أهم ما يميز به الإستعمال التجاري صغر المساحة التي يحتلها ولكنه لا يقوم بخدمة سكان المدينة وحدهم بل يتعداه الى سكان المناطق الريفية المحيطة بالمدينة (اقليمها او ظهيرتها)، ويزداد حجم هذا الإستعمال ويتسع كلما ازدادت علاقات المدينة التجارية وكبر حجمها حتى إن قلت العلاقات تصبح عالمية كما في الحال الموانئ التجارية^(٢)، وبالرغم من الخواص التي تتفرد بها المنطقة التجارية المركزية عن غيرها داخل المدن إلا إنها في الواقع غير متجانسة في خصائصها من حيث النشاطات التي تقدمها^(٣)، ويعد الاستعمال التجاري من استعمالات الارض المهمة داخل المدينة وأكثرها دينامية ونشاطاً وتعدّ من الإستعمالات الأساسية التي ساهمت في ظهور الحضرية في العالم^(٤).

المبحث الثاني : تحليل التركيب التجاري للشارع التجاري في وادي حجر :

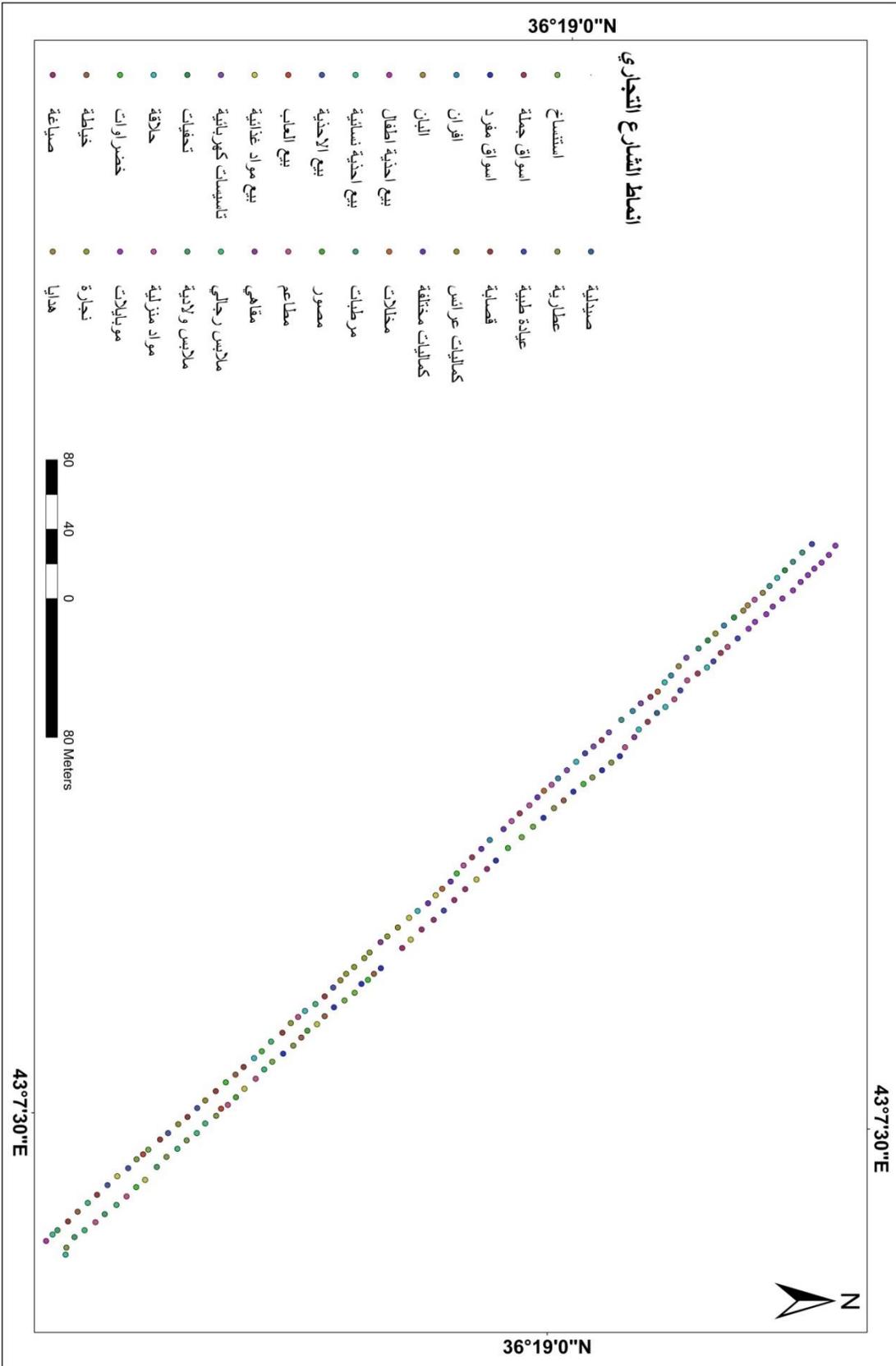
يوجد في هذا الشريط التجاري (١٩٧) محل تجاري موزعة على طول الشارع التجاري وعلى جانبي الطريق ، ومن خلال الدراسة الميدانية تبين لنا أن هذا الشريط التجاري يختلف من حيث الخصائص العمرانية ويختلف من ناحية الملك والإيجار والمفتوحة والمزججة ومساحة كل محل ، حيث بلغ عدد محلات الملك (٤٥) محل من مجموع (١٩٧) محل أي بنسبة (٢٢,٨٤%) وبلغ عدد محلات الإيجار (١٥٢) محل من مجموع (١٩٧) محل أي بنسبة (٧٧,١٥) % أي أن أكثر المحلات تدفع الإيجار وان ايجارات المحلات تراوحت بين (٥٠٠٠٠ الى ٢٥٠٠٠٠) ألف دينار شهريا إذ أن المحلات الصغيرة تكون إيجاراتها قليلة والمحلات الكبيرة تكون إيجاراتها عالية أغلب المحلات لا يوجد فيها سرقلية ، وبلغ عدد المحلات المزججة (١٠٥) محل أي بنسبة (٤٠,٨٥%) من مجموع (١٩٧) محل فيما بلغ عدد المحلات المفتوحة (٩٢) محل من مجموع المحلات أي بنسبة (٥٩,١٤%) وبلغ عدد المحلات التي يوجد فيها



أعلان على واجهة المحل (١٤٧) محل من مجموع المحلات أي بنسبة (٥٧,١٩%) , أما عدد المحلات التي لا يوجد فيها إعلان (١١٠) محل أي بنسبة (٤٢,٨٠%) فيما كانت اغلب المحلات ذات نمط محور واختلفت مساحة المحلات من محل إلى آخر حيث كانت أقل مساحة (٢م^٢,٥) وهي عبارة عن درج لتصليح , فيما كانت اكبر مساحة (٢م^٢,٨٥) وهي عبارة عن مقهى صغير .

ومن خلال الدراسة الميدانية ، وكما موضح في الخريطة (٢) تبين أن الشريط التجاري يتكون من ٨ أنماط من المحلات وفيما يلي توضيح لهذه الأنماط :-

خريطة (٢) انماط الشارع التجاري في شوارع وادي حجر



٢ - ١ : محلات المواد الغذائية :-

أن نمط محلات المواد الغذائية هو النمط الغالب لمكونات التركيب التجاري وهو يمثل النسبة الأكبر للمحلات التجارية في سوق وادي حجر , إذ بلغ عدد محلات المواد الغذائية (٧٦) محل ونسبة (٣٨,٩%) من مجموع المحلات ويتكون هذا النمط من احدى عشر نوعاً من المحلات , إذ تأتي محلات بيع المواد الغذائية بالمفرد بعدد (١٤) محل ونسبة (١٨,٤٢%) ثم محلات العطارية بعدد (١١) محلات ونسبة (١٤,٤٧%) ينظر الصورة (٢) محل لبيع العطارية , ثم محلات القصابة بعدد (٩) محل ونسبة (١١,٨٤)% , اما عدد المطاعم فقد بلغ (٨) مطاعم ونسبة مئوية بلغت (١٠,٥٢%) ثم تأتي محلات بيع الخضروات وبيع الغذائية ومحلات بيع الجملة بعدد (٧) محل لكل نوع ونسبة مئوية (٩,٢١%) لكل نمط ثم الأفران وبعدها (٥) محلات لكل ونسبة (٦,٥٧%) , أما محلات بيع المخللات والمرطبات والتي بلغ عددها (٣) محل لكل نوع ونسبة (٣,٩٤%) ويأتي في المرتبة الأخيرة محلات بيع المخللات ومحلات بيع الالبان بعدد (٢) محل ونسبة (٢,٦٣%) من مجموع محلات بيع المواد الغذائية كما هو موضح في الجدول رقم (١) والشكل (١) .

جدول (١)

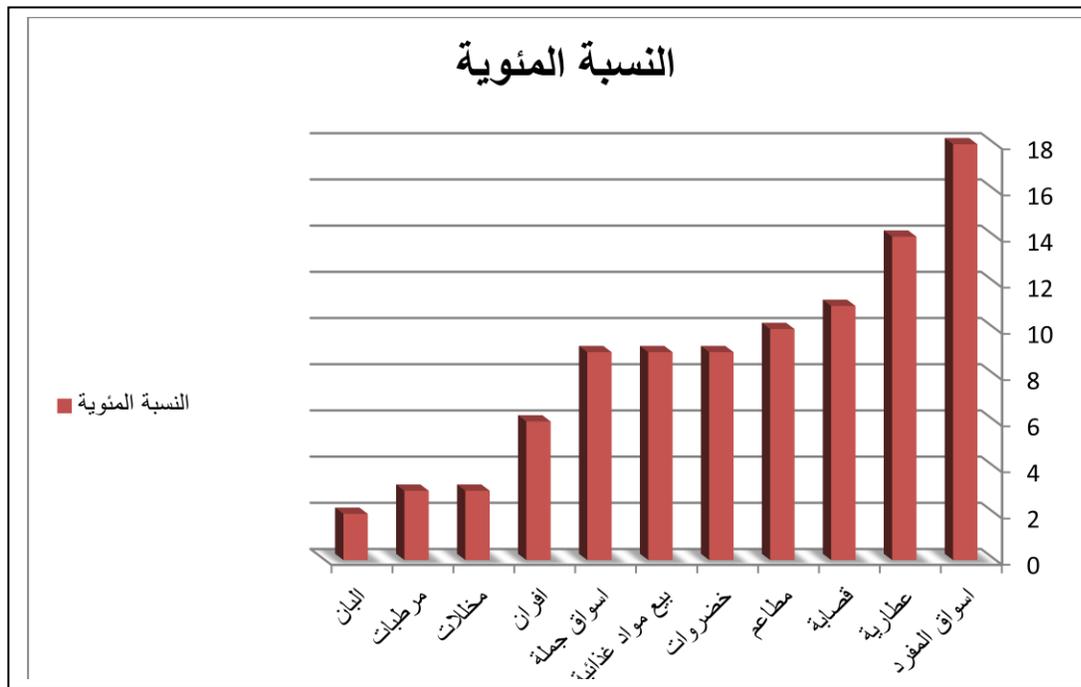
يوضح نمط محلات بيع المواد الغذائية ونسبتها المئوية

ت	المواد الغذائية	العدد	النسبة لمئوية %
١	أسواق مفرد	١٤	١٨,٤٢
٢	عطارية	١١	١٤,٤٧
٣	قصابة	٩	١١,٨٤
٤	مطاعم	٨	١٠,٥٢
٥	خضروات	٧	٩,٢١
٦	بيع مواد غذائية	٧	٩,٢١
٧	اسواق جملة	٧	٩,٢١
٨	افران	٥	٦,٥٧
٩	مخللات	٣	٣,٩٤

٣,٩٤	٣	مرطبات	١٠
٢,٦٣	٢	ألبان	١١
١٠٠	٧٦	المجموع	

المصدر : الدراسة الميدانية لسنة ٢٠٢٠ .

شكل (١) يوضح النسب المئوية لمحلات بيع المواد الغذائية ٢٠٢٠



المصدر / من عمل الباحثان بالاعتماد على الجدول (١)

٢ - ٢ : المحلات الحرفية :-

يأتي هذا النمط من المحلات بالمرتبة الثانية إذ بلغ عدد محلات هذا النمط (٥٢) محل وبنسبة (١٤%) , ويتكون من سبعة أنواع من المحلات هي أولاً محلات بيع الموبايلات بعدد (١٤) محل وبنسبة (٢٦,٩٢%) من مجموع المحلات الحرفية , ثم تلتها بعد ذلك محلات الحلاقة بعدد (١٣) محل وبنسبة (٢٥%) ثم يأتي بعد ذلك محلات النجارة بعدد (٧) محلات وبنسبة (١٣,٤٦%) , ويأتي بعد هذا النمط محلات الصياغة

بعدد (٧) محلات ايضاً وبنسبة مئوية بلغت (١٣,٤٦%) اما محلات الاستساخ فقد بلغ عددها (٥) محلات وبنسبة (٩,٦١%) إلى جانب محلات الخياطة بعدد (٤) محلات وبنسبة (٧,٦٩%) , ثم تأتي محلات التصوير بعدد (٢) محل في المرتبة الأخيرة وبنسبة (٣,٨٤%), كما هو موضح في الجدول (٢) والشكل (٢)

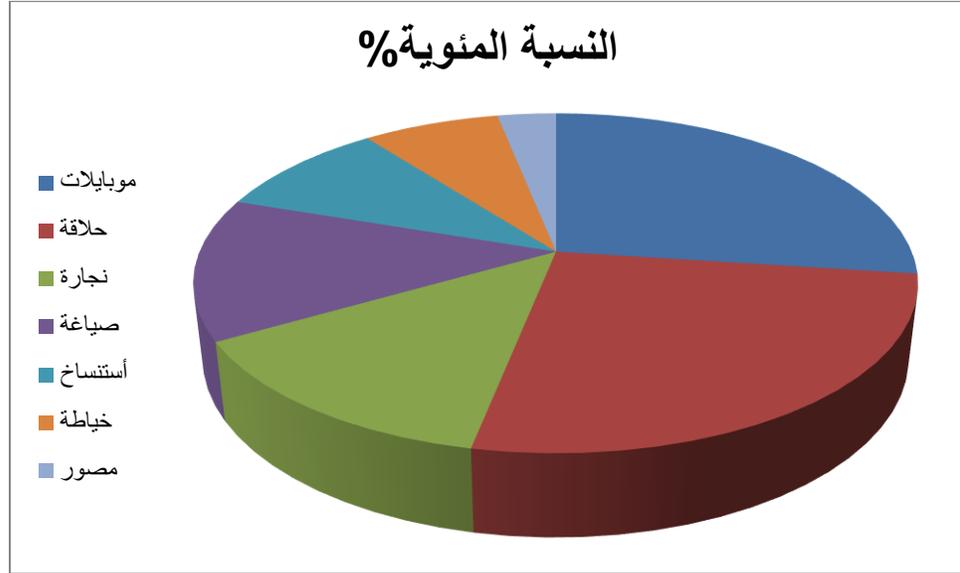
جدول (٢)

يوضح نمط المحلات الحرفية ونسبتها المئوية

ت	المحلات الحرفية	العدد	النسبة المئوية %
١	موبايلات	١٤	٢٦,٩٢
٢	حلاقة	١٣	٢٥
٣	نجارة	٧	١٣,٤٦
٤	صياغة	٧	١٣,٤٦
٥	أستساخ	٥	٩,٦١
٦	خياطة	٤	٧,٦٩
٧	مصور	٢	٣,٨٤
	المجموع	٥٢	١٠٠

المصدر/ الدراسة الميدانية لسنة ٢٠٢٠ .

شكل (٢) يوضح النسبة المئوية للمحلات الحرفية لعام ٢٠٢٠



المصدر / من عمل الباحثان بالاعتماد على الجدول (٢)

٢-٣ : محلات بيع الملابس :-

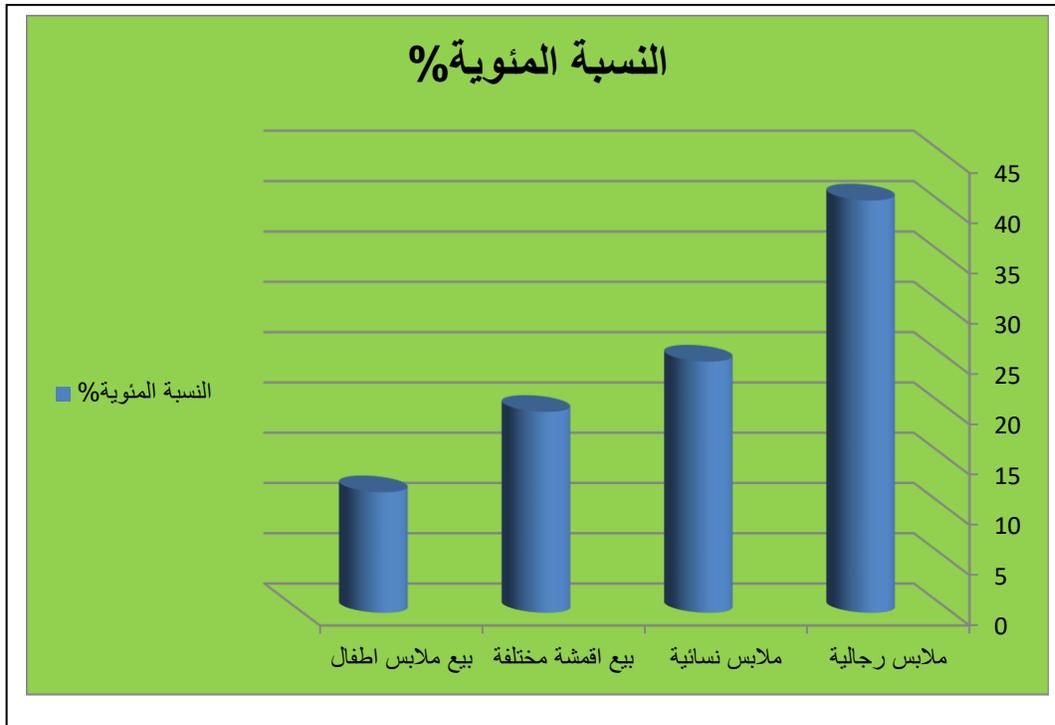
يأتي هذا النمط من المحلات في المرتبة الثالثة بعدد (٢٤) محل وبنسبة (%) من مجمل هذا النوع من المحلات, إذ يتكون من أربعة أنواع من المحلات وهي محلات بيع الملابس الرجالية بعدد (١٠) وبنسبة (٤١,٦٦%) ,ومحلات بيع الملابس النسائية بعدد (٦) محلات وبنسبة (٢٥%) ثم محلات بيع الاقمشة المختلفة بعدد (٥) محل وبنسبة (٢٠%) , ثم محل بيع الملابس الولادية بعدد (٣) وبنسبة (١١%) , كما هو موضح في الجدول (٣) والشكل (٣).

جدول (٣) يوضح محلات بيع الملابس ٢٠٢٠ .

ت	محلات بيع الكماليات	العدد	النسبة المئوية %
١	ملابس رجالية	١٠	٤١,٦٦
٢	ملابس ولادية	٦	٢٥
٣	بيع الأحذية	٥	٢٠,٨٣
٤	كماليات عرائس	٣	١٢,٥
٦	المجموع	٢٤	١٠٠

المصدر/ الدراسة الميدانية لسنة ٢٠٢٠ .

شكل (٣) يوضح النسبة المئوية لمحلات بيع الملابس ٢٠٢٠



المصدر/ من عمل الباحثان بالاعتماد على جدول (٣)

٢ - ٤ : محلات بيع الكماليات :-

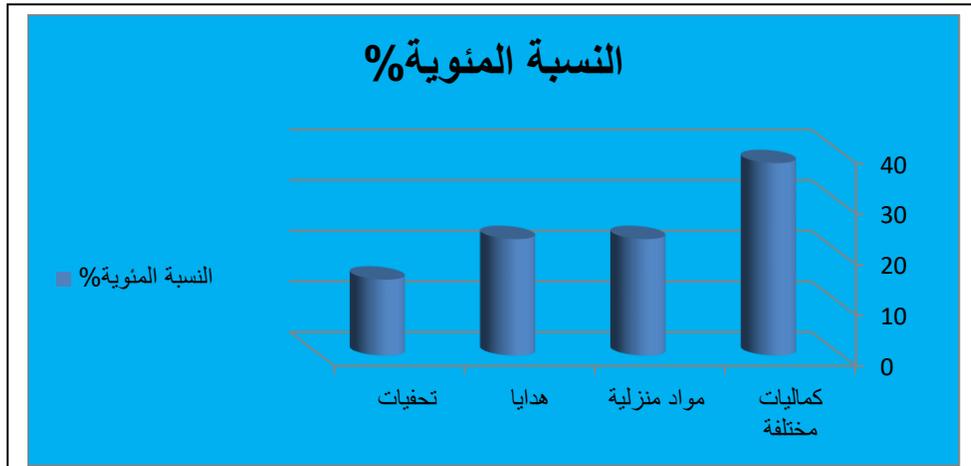
يأتي هذا النمط من المحلات في المرتبة الرابعة بعدد (١٣) محل وبنسبة (٢٣,٥٠%) من مجمل هذا النوع من المحلات , إذ يتكون من أربعة أنواع من المحلات وهي محلات بيع كماليات مختلفة بعدد (٥) وبنسبة (٣٨,٤٦%) , ومحلات بيع الهدايا المنزلية بعدد (٣) محلات وبنسبة (٢٣,٠٧%) ثم محلات بيع هدايا مختلفة بعدد (٣) محل وبنسبة (٢٣,٠٧%) , ثم محلات بيع التحفيات بعدد (٢) وبنسبة (١٥,٣٨%) , كما هو موضح في الجدول (٤) والشكل (٤).

جدول (٤) يوضح محلات بيع الكماليات ٢٠٢٠

ت	محلات بيع الكماليات	العدد	النسبة المئوية %
١	كماليات مختلفة	٥	٣٨,٤٦
٢	مواد منزلية	٣	٢٣,٠٧
٣	هدايا	٣	٢٣,٠٧
٤	تحفيات	٢	١٥,٣٨
٦	المجموع	١٣	١٠٠

المصدر/ الدراسة الميدانية لسنة ٢٠٢٠ .

شكل (٤) يوضح النسبة المئوية لمحلات بيع الكماليات ٢٠٢٠



المصدر : من عمل

٢ - ٥ : م

يأتي هذا النمط من المحلات التجارية بالمدينة الخامسة إذ وصل عددها إلى (١١) محل وبنسبة (٨,٩٤%)

, ويتكون من ثلاثة أنماط من المحلات وهي أولاً بيع مواد التأسيسات الكهربائية بعدد (٧) محلات وبنسبة

(٦٣,٦٣) % , وثانياً محلات بيع الكهربائية المختلفة بعدد (٤) , ونسبة (٣٦,٣٦) % , كما هو موضح في الجدول

رقم (٥) .

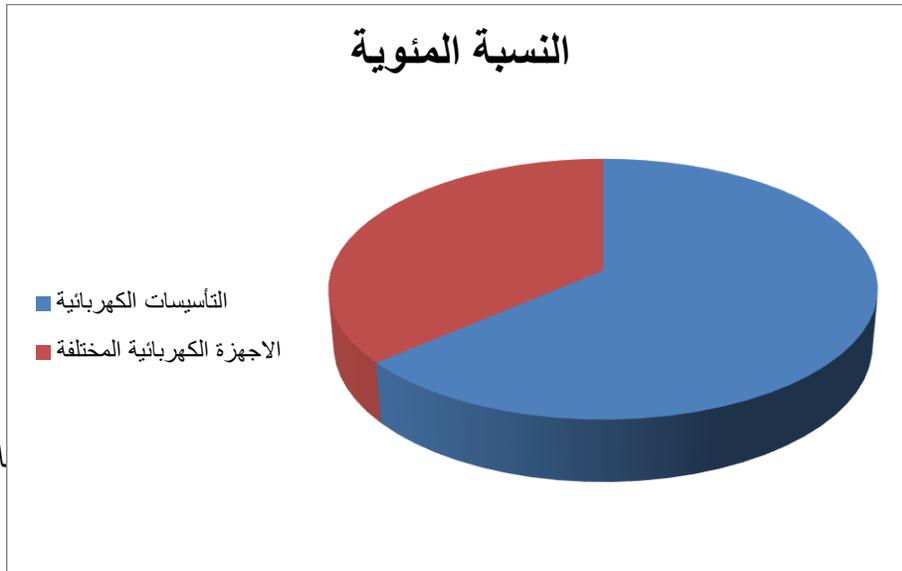
جدول (٥) يوضح محلات بيع الأجهزة الكهربائية

ت	محلات الأجهزة الكهربائية	العدد	النسبة المئوية %
١	محلات التأسيسات الكهربائية	٧	٦٣,٦٣
٢	محلات الاجهزة الكهربائية المختلفة	٤	٣٦,٣٦
	المجموع	١١	١٠٠

المصدر/ الدراسة الميدانية لسنة ٢٠٢٠ .

شكل (٥)

يوضح النسبة المئوية لمحلات بيع الاجهزة الكهربائية ٢٠٢٠



٣-٦ : العيادات الطبية

يتكون هذا النمط من

ونسبة (٠,٠٤) % من المجموع

عيادات ونسبتها المئوية (٧٧,٧٧) % من هذا النمط , ثم تلتها الصيدليات الطبية بعدد (٣) ونسبة (٢٢,٢٢) %

كما هو موضح في الجدول (٦) والشكل (٦)

جدول (٦)

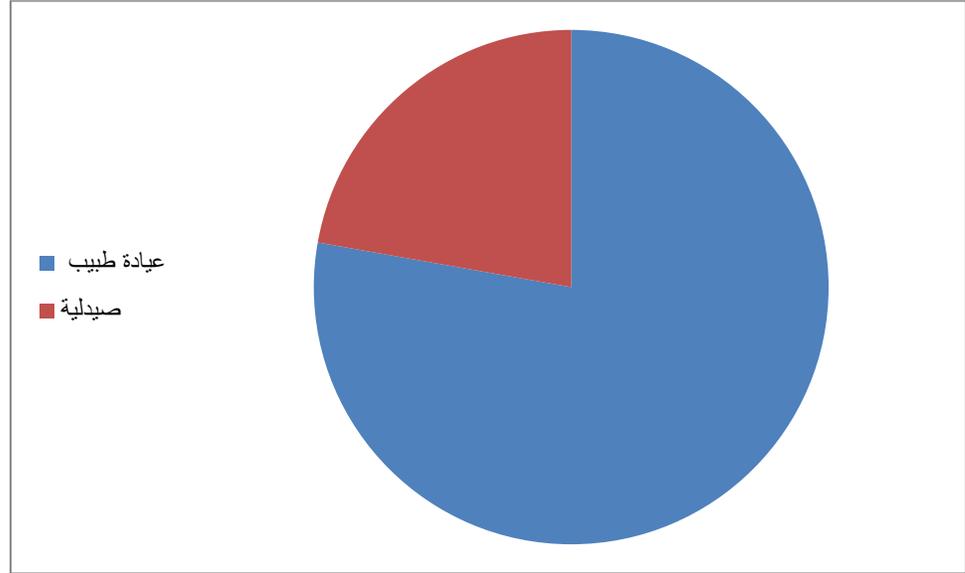
يوضح العيادات الطبية والصيدليات

النسبة المئوية %	العدد	مكاتب وعيادات طبية	ت
٧٧,٧٧	٧	عيادة طبيب	١
٢٢,٢٢	٢	صيدلية	٢
١٠٠	٩	المجموع	٣

المصدر/ الدراسة الميدانية لسنة ٢٠٢٠ .

شكل (٦)

يوضح النسبة المئوية لمحلات العيادات الطبية والصيدليات ٢٠٢٠



المصدر : اعتماد على الجدول (٦)

٢ - ٧ : محلات بيع الأحذية المختلفة :-

يتضح من خلال الجدول (٧) ان هذا النمط من المحلات يتكون من ثلاثة انواع من الانماط , ينظر الصورة (١) يوضح محلات بيع الحقائق والاحذية ، أذ تأتي محلات بيع الأحذية الرجالية بعدد (٤) محلات وبنسبة (٥٧,١٤%) ثم تأتي محلات بيع الأحذية النسائية بعدد (٢) محل وبنسبة مئوية بلغت (٢٨,٥٧%) اما محلات بيع احذية الاطفال في المرتبة الاخيرة وبعده (١) محل وبنسبة (١٤,٢٨%) كما هو موضح في الجدول (٧) والشكل (٧) .

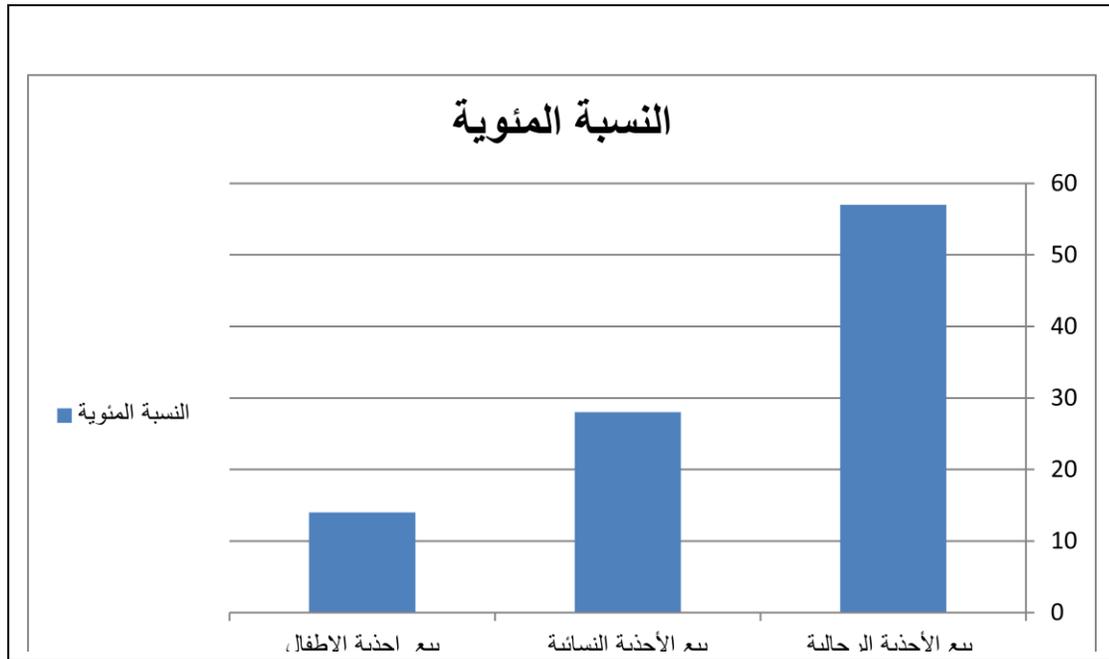
جدول (٧) يوضح محلات بيع الأحذية المختلفة ٢٠٢٠

ت	محلات بيع الأحذية المختلفة	العدد	النسبة المئوية %

٥٧,١٤	٤	بيع الأحذية الرجالية	١
٢٨,٥٧	٢	بيع الأحذية النسائية	٢
١٤,٢٨	١	بيع أحذية الاطفال	٣
١٠٠	٧	المجموع	٤

المصدر/ الدراسة الميدانية لسنة ٢٠٢٠ .

شكل (٦) يوضح النسب المئوية لمحلات بيع الاحذية لسنة ٢٠٢٠



المصدر / من عمل الباحثان بالاعتماد على الجدول (٧)

٢ - ٨ : المحلات الترفيهية :-

تمثل الخدمة التي تقدمها هذه المحلات وهي لترفيه السكان ولكن أعدادها محدودة بعدد (٥) محلات, ويتكون من نوعين من المحلات هي اولاً المقاهي والكازينوات بعدد (٣) محلات وبنسبة (٦٠%)، وثانياً محلات بيع العاب الاطفال والترفيهية لهم بعدد (٢) محل وبنسبة (٤٠%) كما في الجدول (٨) .

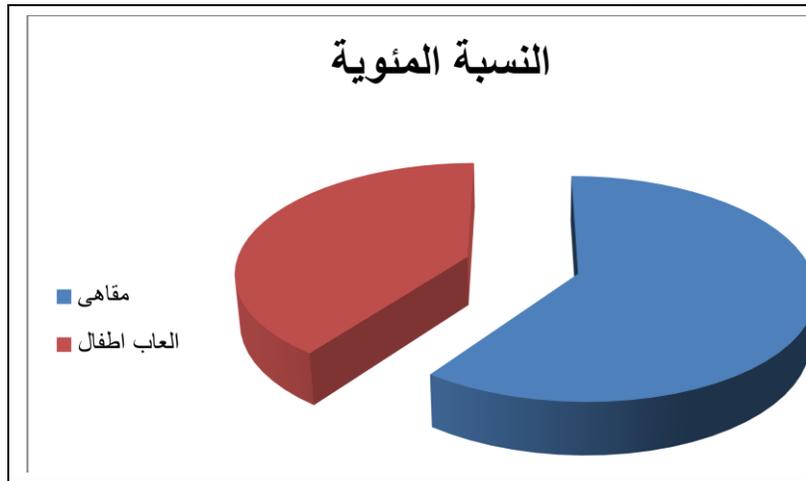
جدول (٨)

يوضح المحلات الترفيهية لسوق وادي حجر ٢٠٢٠

ت	المحلات الترفيهية	العدد	النسبة المئوية %
١	مقهى وكازينو	٣	٦٠
٢	بيع العاب الاطفال	٢	٤٠
	المجموع	٥	١٠٠

المصدر / الدراسة الميدانية ٢٠٢٠

شكل (٧) يوضح النسبة المئوية للمحلات الترفيهية لسنة ٢٠٢٠



المصدر/ من عمل الباحثان بالاعتماد على الجدول (٨)

صورة (١) محلات بيع الاحذية والحقائب المختلفة



المصدر : التقطت الصورة بتاريخ ٢٠٢١ / ٢ / ١٥

صورة (٢) محل بيع العطارية



المصدر : التقطت الصورة بتاريخ ١٥ / ٢ / ٢٠٢١

٢ - ٩ : مجموع اعداد الاستعمال التجاري ضمن منطقة الدراسة :-

يظهر من خلال الجدول (٩) الذي يوضح عدد الاستعمال التجاري لمجموع انماط المحلات والنسبة المئوية التي يمثلها كل من هذه الانماط , اذ تأتي محلات بيع المواد الغذائية في المرتبة الاولى والبالغ عددها (٧٦) وبنسبة مئوية بلغت (٣٨.٥٨%) , اما المحلات الحرفية فكانت في المرتبة الثانية والبالغ عددها (٥٢) وبنسبة (٢٦,٤٠%) , تليها محلات بيع الملابس بأنواعها المختلفة وبلغت (٢٤) لجموع المحلات اما نسبتها فقد بلغت (١٢,١٨%) , فضلاً عن ذلك نلاحظ ان عدد المحلات بيع المواد الكمالية ومحلات بيع الاجهزة الكهربائية والموبايل والستلايت كانت متقاربة وهي على التوالي (١٣ , ١١) وبنسب مئوية بلغت على التوالي (٦.٦٠% - ٥.٥٨%) , في حين انخفضت اعداد الاستعمال التجاري لنمط المحلات (الخرى) وهي العيادات الطبية والصيدليات والبالغ عددها (٩) اما نسبتها المئوية كانت (٤,٥٧%) , اما محلات بيع الاحذية والحقائب ومحلات الترفيهية والتي بلغت عددها على التوالي (٧ - ٥) وبنسب مئوية (٣,٥٥% - ٢,٥٤%) , اما المحلات الترفيهية قد حلت في المرتبة الأخيرة بمساحة بلغت (١٢٣ م^٢) وبنسبة مئوية وصلت الى (٣,٢٣%) كما هو موضح في الشكل (٢).



جدول (٩) يوضح مساحة الاستعمال التجاري للمحلات ٢٠٢٠

ت	نمط المحلات	العدد	النسبة المئوية
١	محلات بيع المواد الغذائية	٧٦	٣٨.٥٨
٢	المحلات الحرفية	٥٢	٢٦.٤٠
٣	محلات بيع الملابس	٢٤	١٢.١٨
٤	محلات بيع الكماليات	١٣	٦.٦٠
٥	محلات بيع الأجهزة الكهربائية والموبايل والستلايت	١١	٥.٥٨
٦	العيادات الطبية والصيدليات	٩	٤.٥٧
٧	محلات بيع الاحذية المختلفة	٧	٣.٥٥
٨	المحلات الترفيهية	٥	٢.٥٤
	المجموع	١٩٧	%١٠٠

الاستنتاجات

- ١- يعد الاستعمال التجاري من استعمالات الأرض المهمة داخل المدينة وأكثرها دينامية ونشاطاً
- ٢- ان عدد المحلات التجارية في شارع وادي حجر بلغ (١٩٧) محل تجاري , يطغى على الشريط تجارة المواد الغذائية بعدد محلات بلغ ٧٦ محل من مجموع (٨٨) وبنسبة بلغت (٣٨,٥٧ %) من مجموع المحلات. تليها من حيث الاهمية المحلات الحرفية بعدد (٥٢) محل وبنسبة بلغت (٢٦,٣٦ %)
- ٣- ان اكثر المحلات التجارية في شارع وادي حجر هي محلات مؤجرة اذ بلغ عدد المحلات الايجار (١٦٠) محل وبنسبة (٨١,٢١ %) من مجموع المحلات , اما المحلات الملك فقد بلغت (٣٧) محل وبنسبة (١٨,٧٩ %) من مجموع المحلات.
- ٤- ان الهدف من زيارة السوق يتباين مابين شراء البضائع والمواد الغذائية ولغرض الترفيه واخرى .
- ٥- عدد العمال في الشارع متباين بين المحلات , وان التباين بين المحلات يرجع الى الحاجة لاصحاب المحلات التجارية وطبيعة العمل.

التوصيات

- ١- العمل من قبل البلدية على صيانة الشريط التجاري من خلال تبليطه وتكثيف الجهد الخدمي لرفع النفايات بصورة دورية للحفاظ على جمالية منظر الشريط .
- ٢- صيانة الارصفة والحد من التلوث البصري في الشريط من خلال وضح المببيعات والبضائع على الارصفة مما يعيق حركة السكان عليها واضطرارهم الى السير في الشارع .
- ٣- فرض غرامات مرورية على السيارات التي تقف على جنبات الشريط التجاري لانها تعيق الحركة مما يسبب الاختناقات المرورية .
- ٤- توفير سهولة وصول الى الشريط من خلال تسيير خطوط النقل مابين الاحياء السكنية والشريط التجاري لديمومة العمل فيه.

المصادر



- ١- صبيح يوسف طاهر , التركيب التجاري لمدينة الموصل , أطروحة دكتوراه , ١٩٩٦ .
- ٢- فارس الهيتي , صالح فليح , جغرافية المدن , دار الكتب للطباعة والنشر , ٢٠٠٠ .
- ٣- سمير محو جميل, أعداد نظام معلومات للاستعمال التجاري في مدينة عقرة , رسالة ماجستير , جامعة الموصل , ٢٠٠٥ .
- ٤- عبدالرزاق عباس حسين , جغرافية المدن , مطبعة اسعد , بغداد , ١٩٩٧ .

ملحق (١)

جامعة الموصل
كلية التربية
قسم الجغرافية

تاريخ المسح

أستمارة الأستبيان

التركيب التجاري لشارع وادي حجر
(دراسة في جغرافية المدن)

١. نمط المحل التجاري :

أيجار :

ملك :

٢. ملكية المحل :

٣. مساحة المحل بالمتراً :

٤. أيجار المحل شهرياً بالدينار :



عدد خاص بالمؤتمر العلمي الدولي الرابع / الدراسات التاريخية والجغرافية

Special Issue of the Fourth International Scientific Conference / Historical and Geographical Studies
ISSN: 7452-1992, (2022)

٥. سرقفلية المحل (القفل) :

٦. عدد المتردين على المحل التقريبي:

٧. واجهة المحل : مفتوحة : مزججة :

شاكرين تعاون