

## تحليل التركيب الوظيفي لسوق حي الزهراء في مدينة الموصل (دراسة في جغرافية المدن)

غادة غانم مدين الزبيدي  
نشوان محمود جاسم الزبيدي  
جامعة الموصل – كلية التربية للعلوم الإنسانية – قسم الجغرافية

(قدم للنشر ٢٠٢١/٧/٢٠ قبل للنشر ٢٠٢١/٨/٣١)

### الملخص

لم تعد منطقة السوق التراثية بؤرة التسوق الوحيدة التي كانت تستقطب سكان مدينة الموصل واقليمها بل ان التبدلات الوظيفية والبنوية التي مرت بها المدينة وخاصة بعد ان اتسعت مساحتها وحجمها فقد برزت الى العلن العديد من البؤر التجارية في مدينة الموصل وخصوصا سوق حي الزهراء التجاري بعد ١٩٨٦ .

ان التباين في نمط وتوزيع مركز التسوق في حي الزهراء يستدعي من باحثي جغرافية المدن ان يبذل جهدا متميزا من خلال تحليلها ليس بهدف التركيز فقط على تحديد مواقعها من خلال دراسة توزيعها الجغرافي فحسب بل محاولة من قبل الباحثين الوصول الى تحليل يمكن الاعتماد عليه في تحديد مستويات أهميتها الامر الذي يخدم اهداف التخطيط الحضري عند محاولة التخطيط لها داخل الحيز الحضري . و ان سوق الزهراء التجاري يضم ٢٣٠ وحدة وظيفية ونمط اذ تهيمن محلات البيع والشراء على الأنماط اذ يصل عددها ١٧٢ محل تجاري بنسبة ٧٤,٨ % من مجموع المحلات , تليها المحلات الخدمية ويصل عددها الى ٣٦ محل تجاري تصل نسبتها المئوية الى ١٥,٧ % من مجموع المحلات . اما الأنماط الأخرى فأنها لا تشكل سوى ٩,٥ % من مجموع المحلات التجارية في السوق .

# **Analyzing STRUCTURE OF ALZAHRAA QUARTER MARKET IN MOSUL CITY STUDY IN URBAN GEOGRAPHY**

**ghada ghanim median alzaidy      nashwan mahmmoud alzaidy**

**Mosul University - College of Education for Human Sciences -  
Department of Geography**

## **Abstract**

The area of traditional markets is not considered the only focus of the only marketing which received the population of Mosul and its region . but the functional and structural exchanges have faced the city especially after the expansion of its size and area . but many commercial focuses which appear in Mosul city especially the commercial market of al Zahra quarter after 1986.

The variation in the pattern and the distribution of the marketing center in al Zahra quarter requires the city geography researchers to do distinct work through analyzing such a geography to focus on determining its locations by studying its geographical distribution and to try determining the levels of its importance which services the goals of urban planning when trying to plan for it inside urban space .

The commercial market of al Zahra contains 230 functional units and patterns the shops of sale and purchase are dominant over other patterns that about 172 commercial shops with 47,8 % the percentage from the total of shops is then the service shops which reach to 36 commercial shops and their percentage from the total shops ,Finally the other patterns from only just 9,5% from the total of the commercial shops in the markets.

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 منها 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 التحليل الجغرافي لسوق حي الزهراء التجاري لأنه من المناطق التجارية المهمة التي تلعب دور كبير في تلبية حاجات سكان المدينة اذ يتجه اليه السكان من داخل المدينة وخارجها .

#### مشكلة البحث :

تنطلق مشكلة البحث من كون سوق حي الزهراء من المناطق التجارية المهمة في مدينة الموصل ورغم ذلك فان هذا الشريط لم يتطرق اليه الباحثون في جغرافية المدن على الرغم من أهميته الكبيرة فضلا عن ان هذا السوق يعاني من نقص كبير في تقديم الخدمات اليه

#### 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 لسوق حي الزهراء التجاري .
- ٣- يعد هذا السوق من المناطق التجارية المهمة في مدينة الموصل ويقدم مختلف أنواع الخدمات التجارية.

#### المنهج المتبع في البحث :

قد اعتمد البحث على المنهج الوظيفي من خلال جمع المعلومات والبيانات الخاصة بموضوع البحث من الدراسة الميدانية وبذلك استطاع الباحثان من دراسة وتحليل وحدات المنطقة التجارية .

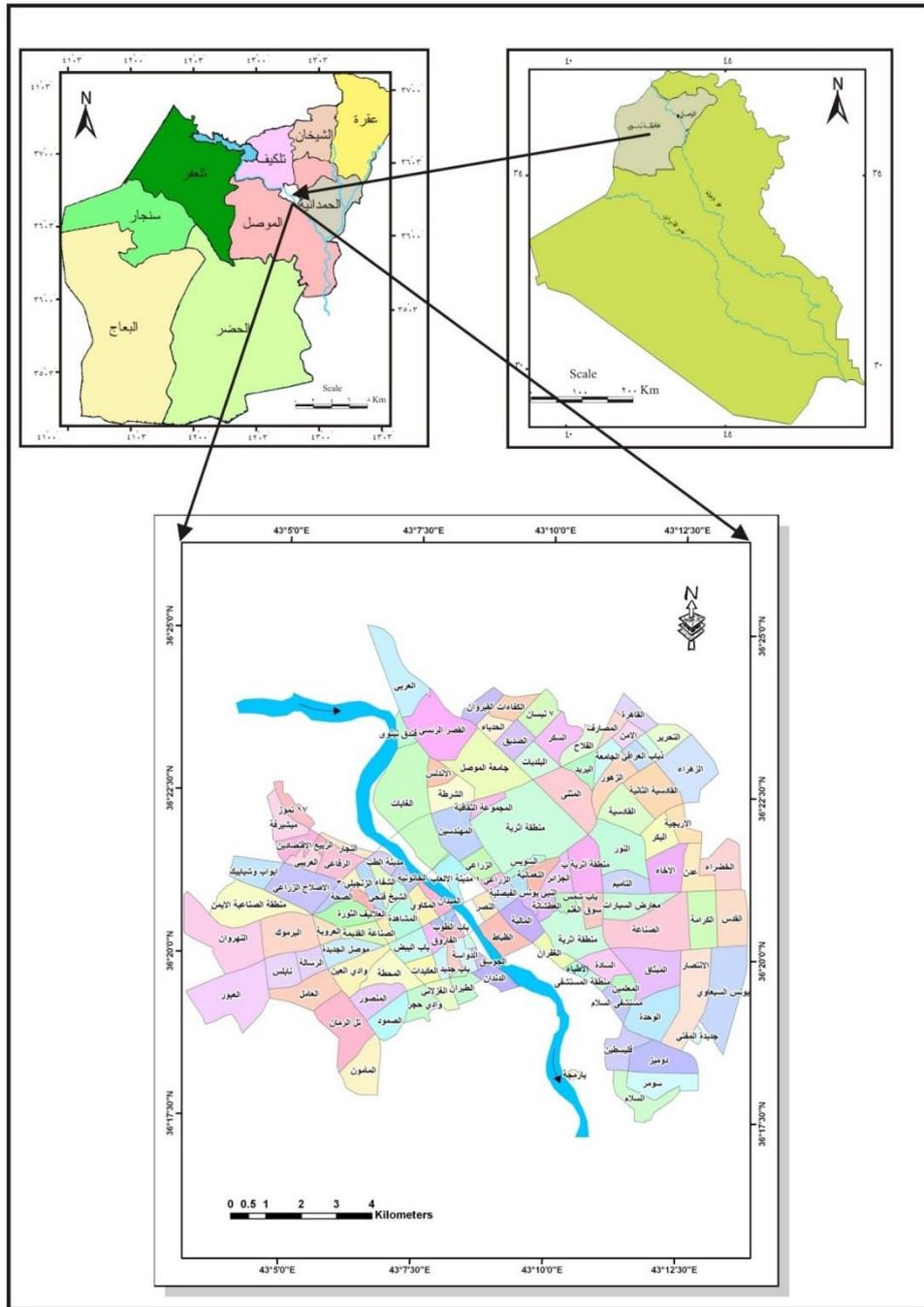
#### هيكلية البحث :

من اجل الوصول الى هدف البحث فقد قسم الى ٣ مباحث, ضم المبحث الاول دراسة لمفهوم السوق في اللغة والاقتصاد والجغرافية .في حين ضم المبحث الثاني : تطور نمو سكان مدينة الموصل والتوسع الحضري في المدينة , ثم تطرق المبحث الثالث الى الدراسة التطبيقية لسوق حي الزهراء التجاري , ثم اختتم البحث بالاستنتاجات والمصادر .

**الحدود المكانية للبحث:** يتمثل في السوق التجاري لحي الزهراء في الجانب الايسر من مدينة الموصل الحالي لغاية عام ٢٠٢١ .

وتقع منطقة الدراسة في الجانب الايسر من مدينة الموصل يحده من الشمال حي التحرير ومن الجنوب حي عدن ومن الشرق نهاية التوسع المساحي لمدينة الموصل ومن الغرب حي المحاربين والرحمة .(الخارطة ١).

### الخارطة (١) الموقع الجغرافي لمنطقة الدراسة



منطقة الدراسة

### أولاً : السوق في اللغة والاقتصاد والجغرافية .

السوق في اللغة : السوق والجمع أسواق وتسوق القوم اتخذوا سوقا او باعوا واشتروا ولم تكن كلمة السوق تستعمل بمعنى المكان الذي يعقد فيه السوق حسب بل كانت تستعمل أيضا بمعنى السوق نفسه . قال أبو بكر : السوق الذي تساق اليه الأشياء ويقع فيها البيع والشراء فهي موضع البيعات

، وهي كلمة مؤنثة وقد تذكر ، واهل الحجاز يؤنثون السوق وهو الاصح . قال أبو اسحق ( قيل سوق نافقة ولم يسمع نافق) وتصغير السوق سويقة وتسمى السوق أيضا بالقسيمة .

ويستخدم العرب مصطلحات يطلقونها على حركة السوق من حيث الرواج والكساد ويقولون (نفقت السوق أي راجت وانحملت: كسدت) وكان يقال (السلطان سوق وانما يجلب الى كل سوق ما ينفق عليها وقيل في مدح السوق (الأسواق فوائد الله فمن اتاها أصاب منها) (١) وايضا هو تنظيم يتم بمقتضاه الاتصال الوثيق بين المشتريين والبائعين اما مباشرة واما عن طريق الوسطاء بحيث ان السعر الذي يسود في أحد أجزاء السوق يكون له تأثير على الأسعار السائدة في الأجزاء الأخرى (٢).

**السوق في الاقتصاد :** يستحوذ السوق كهيكلية والية ومتغيرات حيزا مهما من كثير في العلوم لاضطلاعه بالعديد من العناوين المهمة في البحث وفي مقدمة هذه التخصصات والعلوم التي تهتم بدراسة السوق هو علم الاقتصاد لان كل عملية إنتاجية تحتاج الى سوق . كما ان للسوق مفاهيم تنصب مفهومي البيع والشراء في الوقت ذاته يتناول المفهوم أطرافا عديدة يمكن تعريف السوق بانه مجموعة من الافراد الذين :

- يحتاجون ويريدون منتجا معينا .
- لديهم القدرة (قوة شرائية ) لشراء المنتج .
- لديهم الرغبة لانفاق ما لديهم للحصول على المنتج .
- لديهم الصلاحية لشراء المنتج .

وقد يتحدد السوق في مكان معين وقد لا يتحدد لان الاقتصاديون يهتمون بدراسة السوق اهتماما كبيرا ويتفقون جميعا على ان السوق هم الافراد الذين تبدأ منهم العمليات الاقتصادية وتنتهي بهم أيضا اذ ان الافراد يمثلون البائعين الذين تنصب عليهم بشكل كبير تجهيز البضائع وعرضها ومعرفة سهولة انسيابها الى المشتريين الذين يجب عليهم ان يكونوا ذو رغبة في الشراء والقدرة الشرائية . كما نلاحظ تأكيد الاقتصاديين على ان السوق هو مكان للبيع والشراء أي انه مكان لعمل الصفقات وهذا المكان ربما يكون محدد او غير محدد لانها يمكن عرض السلع في منطقة ويمكن عرضها وبيعها عبر وسائل الاتصال المختلفة بين البائعين والمشتريين كالاتصال التلفوني والفاكس والانترنت بشكل كبير وخاص في الدول المتقدمة (٣).

فيا ترى بعض المؤلفات في مجال نشاط التسويق ، الذي يعني بتوجيه تدفق السلع والخدمات من المنتج الى المستهلك النهائي او الى مستعمل السلع والخدمات وهو النشاط الذي بواسطته تتصل السلع المنتجة بالأسواق التي تحتاجها<sup>(٤)</sup>

### السوق في الجغرافيا:

اهتم جغرافيو المدن بالتنظيم المكاني لاستعمالات الأرض الحضرية على اعتبار ان التنظيم الوظيفي انعكس على استعمالات الأرض الحضرية في المركز الحضري لذلك فان الاستعمالات التجارية في المدن هي التي تأخذ مواقع مهمة في تركيب الحيز الحضري ، والسوق ضمن المركز الحضري هو شكل من اشكال التفاعل المكاني فضلا عن ارتباطها مع مكونات المركب الحضري بسيل من التدفقات الصناعية المادية ، وتتسم الأسواق بسمات مميزة منه اذ يتخصص سوق لكل صناعة او حرفة فيجعل لأهل كل صناعة سوقا يختص بهم وينفرد لكل صناعة مكان خاص بها كما انعكس هذا التخصص للأسواق والحوانيت على مسميات الاحياء في بعض المدن الإسلامية ، ومن المظاهر التي صاحبت انشاء الأسواق في المدن الإسلامية هي تبليط الشوارع بالقرميد ثم تترك مسافات على جوانب الشوارع ليعيش عليها الناس وكذلك العمل على اضاءة القيصريات والمحال لغرض الرؤيا ليلا . كما تتصف الأسواق بمواءمتها لمتطلبات المناخ لأنها مغطاة ومسقفة مما يشكل حماية من اشعة الشمس في الصيف والامطار شتاءا .

نستخلص مما تقدم بان هناك علاقة بين السوق والجغرافيا على اعتبار ان الجغرافيا تهتم بدراسة العلاقات المكانية بين المتغيرات الطبيعية والبشرية ، فالسوق عبارة عن فئات مترابطة مثل علاقة الانسان بالمكان وعلاقة الانسان بالتجارة وعلاقة التجارة بالنقل<sup>(٥)</sup> .

### ثانيا / مفهوم المحلة والحي السكني وأسواق المحلات السكنية :

١ - **المحلة والحي السكني** : يرجع اصل كلمة المحلة في اللغة العربية الى الفعل حل حلولا بالمكان نزل فيه وبه والحلة هيئة والجمع حل وحلال حيث يحل القوم ، والمحلة المحل للجمع : محال نقيض المرتحل بمعنى الحلول بالمكان ، اذا المحلة : هي منزل الحلول<sup>(٦)</sup>

والمحلة بيئة طبيعية تعلم فيها الام ان طفلها لا يعترض طريقه شوارع مرورية يتطلب عبورها للوصول الى المدرسة ضمن مسافة سير قطعها من منزله , انها بيئة تمكن ربة البيت من السير السهل للوصول الى السوق لاقتناء سلع يومية وان يتاح للعمال والموظفين نقل مريح الى ومن مقرات اقامتهم , كما انها توفر بيئة للعب قريب من المنزل للأطفال بحيث يمكنهم اللعب بأمان مع الأصدقاء . ويمكن القول بان المحلة هي بيئة عمرانية يعيش فيها عدد معين من الناس يشكلون وحدة اجتماعية تكون الى حد معقول مكتفية ذاتية بقدر مقبول من الخدمات والمتاجر وتتركز حول المدرسة . اما الحي السكني فهو منطقة سكنية تضم مجموعة من العوائل التي تربطها ببعضها علاقات اجتماعية كالتعارف وتبادل الزيارات والحاجات والخدمات والقيام بفعاليات مشتركة كالاكتامعات وغيرها . كما يمكن تصنيف الاحياء السكنية على أساس مراكز نشاتها فهناك حي يتبلور حول مصنع واخر حول جامعة او كلية .

#### أسواق المحلات السكنية :

تعد أسواق المحلات السكنية واحدة من ابرز مكونات الاستعمال التجاري في مدينة الموصل وذلك للحاجة الماسة لها وللدور الذي اخذت تلعبه نتيجة التغيرات الحاصلة في تركيب المدينة , اذ يمثل هذا الجزء من التركيب التجاري العديد من الأسواق التي ظهرت في الاحياء السكنية بالتدريج بعد سنة ١٩٨٥ في المدينة وهي أسواق تم تحديد مواقعها من قبل البلديات ضمن تصاميم الاحياء ثم ساهمت في تنفيذها فيما بعد جهات عديدة<sup>(٧)</sup> . كما تعد فعاليات التسويق من الفعاليات المهمة لأية محلة هدفها اشباع حاجات سكان المحلة والمحلات التجارية ذكاكين صغيرة تنتشر في ازقة المحلة السكنية وتقوم بالفعاليات التجارية التي تتداخل مع الفعاليات السكنية وتتواجد في مناطق الأركان وتقاطعات كل الشوارع العامة وتكون محاصرة بالسكن . ولكن ما هو متفق عليه بين المراكز التسويقية هو ان هذه المراكز ذات فكرة وظيفية واساسية تكون متشابهة وهو نوع من المراكز التي تبيع بالمفرد كما ان وظيفته هو تقديم نسبة من الخدمات الشخصية ومعدل من البضائع المناسبة<sup>(٨)</sup> .

#### التركيب التجاري والأشرطة التجارية والدراسات السابقة :

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

**التركيب في الاصطلاح :** يعني مجموعة العناصر والتراكيب الجزئية التي ترتبط فيما بينها بعلاقات وظيفية لتشكل نظاماً عاماً<sup>(٩)</sup> .

**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<sup>(١٠)</sup> . أن أهم السمات التي يتميز بها الاستعمال التجاري احتكاره واحتلاله للمواقع المركزية في المدينة وليس ذلك فحسب بل يحتل الأماكن ذات الاسعار المرتفعة جداً . 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<sup>(١١)</sup> .

لا توجد مدينة مهما صغر حجمها إلا وتحتل الوظيفة التجارية حيزاً مكانياً , 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 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 لايقوم بخدمة سكان المدينة وحدهم بل يتعداه الى سكان المناطق الريفية المحيطة بالمدينة (اقليمها او ظهيرتها)، ويزداد حجم هذا الإستعمال ويتسع كلما إزدادت علاقات المدينة التجارية وكبر حجمها حتى إن قلت العلاقات تصبح عالمية كما في الحال الموانئ التجارية<sup>(١٢)</sup>، وبالرغم من الخواص التي تنفرد بها المنطقة التجارية المركزية عن غيرها داخل المدن إلا إنها في الواقع غير متجانسة في خصائصها من حيث النشاطات التي تقدمها<sup>(١٣)</sup>.

و يحتل الأماكن والأراضي ذات الأسعار المرتفعة جداً نظراً لما تتمتع به الوظيفة التجارية من دفع أعلى الإيجار وأعلى الأسعار . وقد أفضى على ذلك طبيعة هذه الوظيفة التنافسية إذ غالباً ما تتنافس هذه الوظيفة الوظائف الأخرى وتزيحها او تحتل مواقعها او تدفع بعضها بعيداً عن المواقع المركزية<sup>(١٤)</sup>، ومن أبرز تلك الوظائف التي غالباً ما تستسلم للوظيفة التجارية الوظيفة السكنية، ومع ذلك ترتبط هذه الوظيفة بوظائف أخرى تشاركها موقعها المركزي، ومن بين الوظائف الوظيفة الصناعية وخاصة الصناعات الخفيفة،<sup>(١٥)</sup>.

و تحتل الأماكن ذات الأسعار المرتفعة جداً نظراً لما تتمتع به هذه الوظيفة من دفع أعلى الايجارات وذلك لطبيعتها التنافسية العالية وغالباً ماتنافس الوظائف الأخرى وتزيحها أو تحتل مواقعها او تدفع بعضها بعيداً عن المواقع المركزية<sup>(١٦)</sup>.

وتصنف المؤسسات التجارية الى:

- ١- المؤسسات الكثيرة المراجعة (مرتبة أولى) وتشمل المؤسسات المختصة لبيع الخضراوات والحبوب الغذائية والخبز والتبغ واللحوم والاسماك.
- ٢- المؤسسات المنتظمة المراجعة (مرتبة ثانية) وتشمل المؤسسات المختصة ببيع الملابس الجديدة والمستعملة والأدوية (الصيدليات) وكوي الملابس وتصليح الادوات الكهربائية والحلاقة والسمكرة. (منطقة الدراسة).
- ٣- المؤسسات ذات الحاجة الشائعة (مرتبة ثالثة) كالخياطة وبيع الأقمشة وبيع الخردة والسكراب وبيع وتصليح الادوات المعدنية وتصليح السيارات<sup>(١٧)</sup>.
- ٤- الكماليات ووسائل الترفيه (مرتبة رابعة) كاجهزة الهاتف النقال والتصوير ومواد الزينة والندافة والدوشمة وبيع الساعات والراديو والمشروبات الغازية والكحولية وصياغة الذهب والفضة<sup>(١٨)</sup>.

#### ثانيا : تطور حجم السكان والتوسع المساحي في مدينة الموصل :

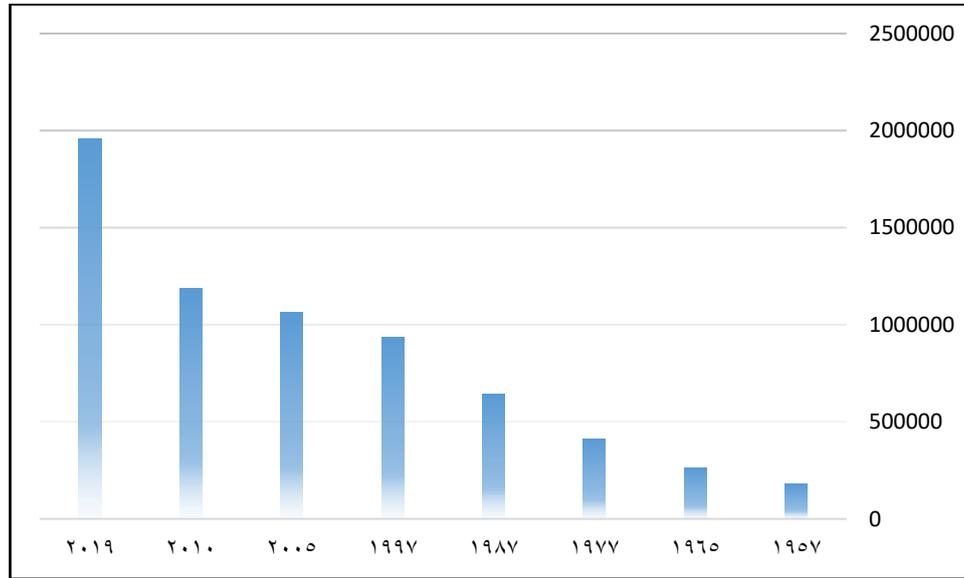
تضم مدينة الموصل أحياء سكنية توسعت عبر الزمن عن موقعها القديم الذي يتمثل بمدينة الموصل القديمة والبالغ عدد أحيائها ٤٨ حيا سكنيا سنة ١٩٥٧ وحوالي ٦٨ حيا سكنيا سنة ١٩٦٥ و١٠١ حيا سكنيا عام ١٩٧٧ و١٠٥ حيا سكنيا سنة ١٩٩٥<sup>(١٩)</sup>، أما في سنة ٢٠١٠ وبعد أن انضمت المناطق الريفية مثل الرشيدية وانقسمت بعض الأحياء السكنية وصل عدد أحياء مدينة الموصل ١٦٠ حيا سكنيا تقوم على مساحة تقدر بحوالي ٢٢٢ كم<sup>٢</sup> سنة ٢٠١٠. وإن هذا التوسع اثر في ارتفاع حجم سكان المدينة حيث بلغ ١١٨٩٣٥٩ نسمة لسنة ٢٠١٠<sup>(١٠)</sup> وصولا الى ١٩٥٥٢٣٥ نسمة لسنة ٢٠١٩<sup>(٢٠)</sup>.

الجدول (١) اتجاه معدلات النمو الطبيعي والنمو السنوي لسكان مدينة الموصل ١٩٥٧ - ٢٠١٩ \*

السنة	عدد السكان	النمو الطبيعي بالآلاف	النمو السنوي %
١٩٥٧	١٧٨٢٢٢	٢٩,٣	٢٩,٨
١٩٦٥	٢٦٤١١٤	٣٩,١	٥٠,٤
١٩٧٧	٤١٤١١٦	٣٥,٦	٣٨,٢
١٩٨٧	٦٤٥٢٦٢	٣٧,٣	٤٥,٣
١٩٩٧	٩٣٦٧٠٧	٤١,٧	٣٦

٣٧,٠	٣٥,٤	١٠٦٢١١٢	٢٠٠٥
٥١,٨	٢٥,٦	١١٨٩٣٠٩	٢٠١٠
٥٤,٢	٤٢,٧	١٩٥٥٢٣٥	٢٠١٩

١. زاهدة سلمان حسن السليفاني، اثر تنظيم الأسرة في خصوبة سكان مدينة الموصل، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الموصل، كلية التربية، قسم الجغرافية، ٢٠٠٦ ص ١٠.
  ٢. دائرة صحة نينوى، مركز الرعاية الصحية الأولية، مكتب تسجيل الولادات والوفيات، الأيمن والأيسر، سجلات غير منشورة ٢٠١٠.
  ٣. مديرية إحصاء نينوى، شعبة الإحصاء السكاني بيانات غير منشورة، ٢٠١٠.
  ٤. مديرية تخطيط نينوى ، بيانات غير منشورة ٢٠١٩ .
- الشكل (١) نمو اعداد السكان في مدينة الموصل ١٩٥٧-٢٠١٩ \*



\* عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (١).

### ظهور السوق في مدينة الموصل

شهدت مدينة الموصل نمواً مساحياً وسكانياً سريعاً، ولأن الاتساع المساحي ينتج عن حاجة المدينة المستمرة للأرض الجديدة المضافة إلى الحيز القائم لسد المتطلبات الحضرية التي تعيشها المدينة الشابة ولا يوجد أمام المدينة خيار غير المناطق المكشوفة والمحيطة بالحيز الحضري المستثمر وتكون سرعة الاتساع المساحي متوافقة مع زيادة درجة المركزية للمدينة وان هذه الدرجة تتناسب طردياً مع زيادة حجم المدينة ، ونتيجة لهذا التطور في التوسع المساحي لمدينة الموصل الناجم عن الزيادة السكانية للمدينة فان منطقة الدراسة حي الزهراء ظهر في

المرحلة التخطيطية الرابعة من مراحل المورفولوجية في مدينة الموصل وتحديدا في ١٩٨٧ .  
(الجدول ٢) .

الجدول (٢) الأحياء التي ظهرت في مدينة الموصل خلال المرحلة التخطيطية الرابعة ١٩٧٨-١٩٨٧\*

اسم الحي	المساحة /م <sup>٢</sup>	عدد السكان / نسمة
العربي	١٦٦٢٥٠٠٠	١١٣٤١
الحدباء	١١٢٥٠٠٠	٣٩١
الكفاءات	١٠٦٢٥٠٠	٤٦١٨
٧ نيسان	٢٠٦٢٥٠٠	١١٥١١
البلديات	١٠٠٠٠٠٠	٨٣٣٠
التحرير	١٢٥٠٠٠٠	١٢٢٥٣
الزهراء ( منطقة الدراسة ) (	١٢٥٠٠٠	٩٠٢٠
السكر	١٠٠٠٠٠٠	٧٢٣٠
الإخاء	٣٧٥٠٠٠	٤٤٥٧
عدن	١١٨٧٠٠٠	٣٤٢٠
الخضراء	١٩٣٧٥٠٠	٢٦٢٠
القدس	٨١٢٥٠٠	٧٦٦٠
الصناعة الشرقي	٢٥٦٢٠٠٠	٤٨
البعث	١٠٦٢٥٠٠	٢٥٩٧
الوحدة	٤٣٧٥٠٠٠	٦٨٨٠
الميثاق	٣١٢٥٠٠	٣٣٨٠
الانتصار	٥٤٣٧٥٠٠	٢٥٥
فلسطين	٢٦٢٥٠٠٠	٥٨٢٠
الشهيد يونس	١٧٨٥٠٠	١١١٠
سومر	٣٨١٢٥٠٠	٩١٣
السلام	٣٩٣٧٥٠٠	٣٤
التدريسيين	١٠٠٠٠٥٠٠	/
يارمجة	٣١٢٥٠٠	٢٩٨٠

٢٧٠٠٠	١٠٠٠٠٠٠	الرشيدية
٢٥٦٠٠	١٠٠٠٠٠٠	كوكجلي
٢٢٥٤٠	٨٢٥٠٠٠	الشهداء
٨٥٣١	٢١٢٥٠٠٠	١٧ نموز
٤٤٣	٢٨٧٥٠٠٠	الصناعة الغربي
٩٦٠٠	٢٧٥٠٠٠٠	النهران
١١٧٥١	١٠٦٢٥٠٠	الرسالة
١٠٢٤٠	٥٠٠٠٠٠	السكك
١٧٩٥٠	٧٥٠٠٠٠	العامل
٣١٢٢	١٠٦٢٥٠٠	تل الرمان
٢٤١٤٤٥	٥٤٢٩٩٥٠٠	المجموع

\* هاشم خضير الجنابي، التخطيط العمراني في مدينة الموصل، مجلة التربية والعلم، جامعة الموصل، كلية التربية، العدد ١٢ السنة ١٩٩٣ ص ٢٨٨.

### ثالثا : تحليل التركيب الوظيفي لسوق حي الزهراء السكني :

يعد سوق حي الزهراء من اهم أسواق المحلات التجارية في مدينة الموصل سواء في المساحة او عدد المحلات التجارية التي يتكون منها , وهو من الأسواق ذات الأنشطة التجارية المتعددة الكبيرة للعوامل المكانية والموقعية التي هيأت له هذا الدور الفعال في توفير معظم حاجات سكان الحي السكني والاحياء المحيطة به وحتى المناطق المجاورة . ويمتاز هذا السوق بمجموعة من المميزات وهي :

١- الوصف المكاني للسوق : يقع السوق في الجزء الشمالي الشرقي من مدينة الموصل , اما بالنسبة للحي السكني فالسوق يقع في جزئه الشمالي وتحيط به العديد من الشوارع الرئيسية والفرعية التي تحقق مركزية في الموقع , اذ يسهل الوصول له اذ يصبح ذو قابلية وصول عالية , وعند ملاحظة الشكل ( ١ ) نلاحظ الشكل المبعثر الذي اتخذته السوق اذ يظهر في شكله طولي أحيانا وبشكل عرضي وله عدة مداخل وممرات وهناك فسحة تسويقية تقع في وسطه ولا تظهر فيه ممرات مسقفة , الا ان الباعة قاموا بتسقيف هذه الممرات حفاظا على سلامة السلع والمتسوقين من الظروف الجوية شتاءا وصيفا , كما ان مساحة المحلات التجارية تختلف من

محل لأخر اذ ان هناك محلات كبيرة المساحة تصل الى ٢٢,٥ م مربع كما في محلات القصاينة ومحلات المواد الغذائية ومحلات النجارة , كما ان هناك محلات متوسطة المساحة تصل من ١٢,٥ - ١٥ م مربع كما في محلات بقالية ومحلات عطاريه وبيع الملابس , إضافة الى ما سبق توجد محلات تصل مساحتها الى ٨ - ١٠ م مربع . كما في

الصورة ( ١ ) صورة فضائية لسوق الزهراء السكني \*



\*بالاعتماد على مرئية مدينة الموصل ٢٠١٨ بدقة ٦٠ متر . قمر EKONOS

الشكل ( ٢ ) شكل تخطيطي لسوق الزهراء التجاري \*



• بالاعتماد على برنامج google earth .

محلات الخدمية مثل تصليح الموبايلات وصالونات الحلاقة واستوديو التصوير ومحلات بيع الكماليات والعطور , وغيرها .

٢- **اصل ونشأة السوق** : تعود نشأة السوق الى عام ١٩٨٦ م في مساحة تقدر قرابة ٦٣٥,٤٠ م مربع وتوسع السوق لاحقا ليصل الى زيادة بمقدار ٤٨٦ م مربع في ١٩٨٧ م وسرعان ما أضيفت الى السوق , اما في ١٩٩١-١٩٩٢ م فقد أضيفت اليه مساحة ٩٥٤ م مربع , واستمرت الزيادة في المساحة لتصل الى ٣٢٨١,١٤ م مربع في ١٩٩٦ . وصولا الى زيادة بمقدار ٧٢٧,٥ م مربع في ٢٠٠٧ . ونلاحظ التوسع غير المدروس في السوق تواليا بعد ٢٠٠٣ ، اذ توسع السوق بصورة غير مسبوقه وخصوصا بعد احداث ٢٠١٤ ، و اصبح السوق بؤرة للتجمعات التجارية نتيجة عدم صلاحية أسواق الجانب الأيمن من المدينة لممارسة الوظيفة التجارية بعد تدمير اغلب المحلات وعدم رجوع أصحابها ، فقد توسع السوق بما يقارب الضعف عن اخر قياس للسوق (١٧) .

٣- **التركيب الوظيفي لسوق حي الزهراء** : نلاحظ من الجدول ( ٣ ) ان سوق الزهراء التجاري يضم ٢٣٠ وحدة وظيفية ونمط اذ تهيمن محلات البيع والشراء على بقية الأنماط اذ يصل عددها ١٧٢ محل تجاري بنسبة ٧٤,٨ % من مجموع المحلات ، تليها المحلات الخدمية ويصل عددها الى ٣٦ محل تجاري تصل نسبتها المئوية الى ١٥,٧ % من مجموع المحلات . اما الأنماط الأخرى فأنها لا تشكل سوى ٩,٥ % من مجموع المحلات التجارية في السوق .

كما يلاحظ بان محلات البيع والشراء هي محلات تجارية تتخصص في بيع وشراء المواد الغذائية التي هي مستلزمات السكان للاستعمال اليومي والتي يصل عددها ٧٤ محل تجاري تعادل ٤٣,٢% من مجموع المحلات البيع والشراء وهي محلات بقالية ومنزليو وعطاريه وذبح حيوانات وبيعها ومحلات بيع البيض وبيع الطحين والمرطبات والمأكولات السريعة كما تضم محلات لبيع الالبان ومحلات الطرشي ولا تشكل هذه المحلات سوى ٦ محلات فقط في السوق .

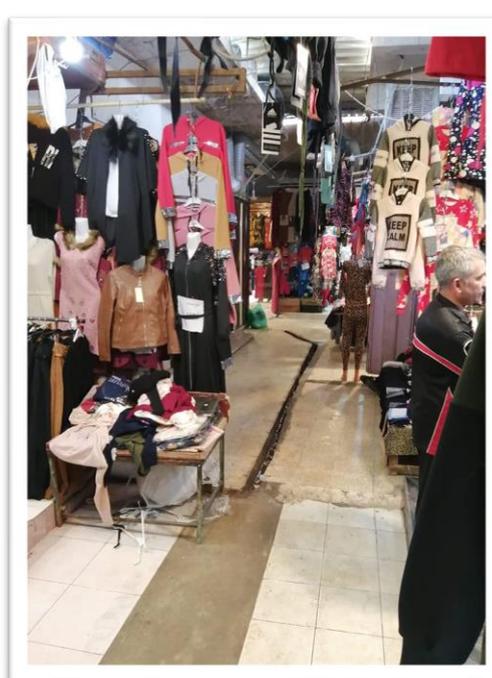
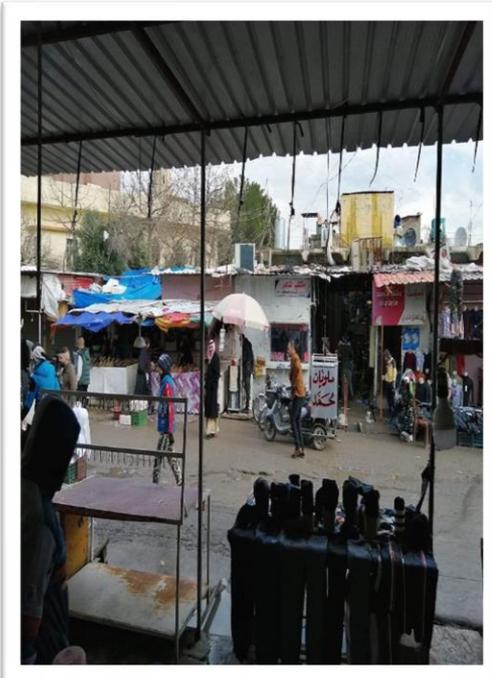
اما محلات بيع الملابس والاحذية يصل عددها الى ٦٣ محل تجاري تعادل ٣٦,٧% من مجموع المحلات للبيع والشراء وتضم محلات بيع الكماليات والعطور ومحلات بيع الأحذية والملابس النسائية كما يضم محلات بيع الاقمشة والمفروشات والملابس الرجالية ( الجدول ٣ ) . ثم تأتي محلات بيع الأجهزة والخدمات المنزلية التي يشكل عددها ٢٥ محل تجاري تعادل ١٤,٣ % .

العدد	خدمات شخصية	العدد	استعمالات مختلفة	العدد	بيع مجوهرات وساعات	العدد	بيع أجهزة وخدمات منزلية	العدد	بيع ملابس	العدد	بيع مواد غذائية
٤	حلاقة رجالية	٤	بيع نخالة	٤	صياغة	٢	أجهزة كهربائية	٦	ملابس رجالية وولادية	١	محل كبير يعرف لسوق
١	استوديو تصوير	١	بيع وشراء جلود	١	ساعات	٥	تأسيسات كهربائية	١٠	ملابس نسائية	١	وكيل غذائية
١	تسجيلات صوتية					٥	تأسيسات صحية	٣	ملابس مستعملة (باله)	٢٦	بيع طحين
١	استمساخ					١	مواد انشائية	٨	مفروشات	٥	عطاريه
١	بيع موبايلات					١٢	اواني منوعة	٨	اقمشة	١٢	ذبح وبيع اللحوم
٣	هدايا وتحف							١٦	كماليات وعطور	١٠	بيض ولحوم مستوردة
								١٢	احذية منوعة	٦	البان جملة
										٢	طرشي
										٤	مأكولات



عدده ٥ محلات أيضا وتعادل أيضا ٢,٩٪ من مجموع محلات البيع والشراء . وهي محلات بيع النخالة ومحل واحد لبيع وشراء جلود الحيوانات .

الصور (٢-١٠) تباين استعمالات الأرض التجارية في سوق الزهراء التجاري \*







\*التقطت بتاريخ ١٧ / ١ / ٢٠٢٠.

اما محلات الخدمات في السوق فأنها تعكس مدى توفير بعض متطلبات احتياجات السكان وحتى المناطق المجاورة خارج مدينة الموصل وهي جميعها تنقسم الى خدمات شخصية بالدرجة الأساس وتضم محلات الاستنساخ وبيع الموبايلات وصالونات الحلاقة واستوديو للتصوير ويصل عدده الى ١١ محل وتعادل ١١,٣٪ من المجمع الكلي لمحلات الخدمات , تليها محلات الخدمة الحرفية التي تضم محلات نجارة ومحلات السمكرة ومحلات الخياطة وبلغت أعدادها ١٠ محلات بنسبة بلغت ٢٧,٨٪ , تليها من حيث الاهمية محلات خدمات التصليح كتصليح الثلاجات والمجمدات والمولدات والطباخات ومطورات الماء ومحلات تصليح أجهزة الراديو وبلغ عددها ٨ محلات بنسبة بلغت ٢٢,٢٪ , كما توجد محلات ترفيهية في السوق مثل المقاهي للشاي ومحلات الألعاب الالكترونية بعدد ٤ محلات وبنسبة بلغت ١١,١٪ من مجموع المحلات الخدمية , إضافة الى ما سبق يوجد محلات العيادات الطبية بعدد ٣ محلات وتعادل ٣,٨٪ من مجموع المحلات .

وأخيرا يوجد محلات شاغرة ومخازن فارغة بلغ عددها ١٤ محل توزعت ما بين محلات ومخازن .  
(الجدول ) .

كما نلاحظ من خلال الجدول ( ٤ ) والشكل ( ٤ ) ان هناك العديد من العربات والبسطات يمكن تحديد أنواعها واعدادها والتي تأخذ جيزا كبيرا من مساحة السوق وقد بلغ عددها ٣٩ عربة وبسطيه .

بالنسبة للعربات فيصل عددها الى ٢٧ عربة اذ تهيمن عربات بيع الملابس الباله والتي يبلغ عددها ٢٠ عربة ثم عربات بيع الأحذية الباله أيضا بعدد بلغ ٣ عربات تليها من حيث الأهمية عربات بيع الكماليات بعدد ٢ عربة وعربة واحدة لبيع الأسماك واللحوم .

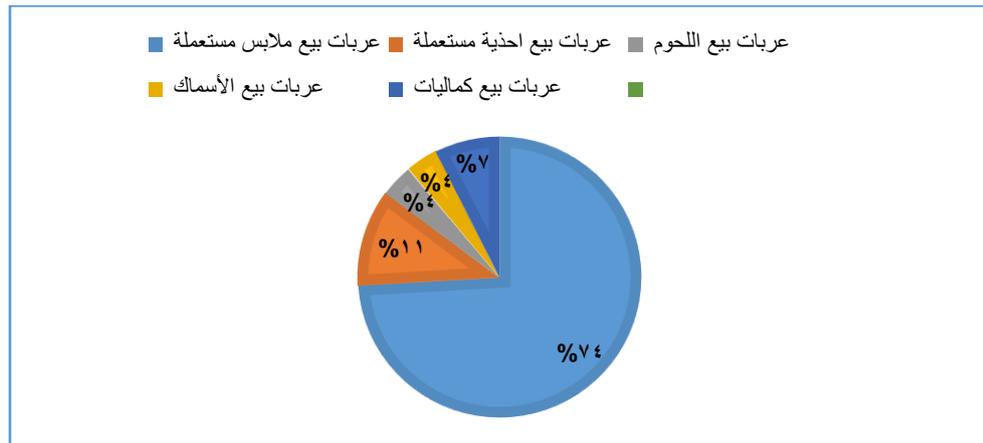
اما بالنسبة للبسطات فبلغ عددها ١٢ بسطة واغلبها بسطات لتصليح الأحذية يصل عددها الى ٧ بسطات وبسطة واحدة لبيع الملابس الولادية وبيع ورود الزينة والمأكولات والتجهيزات الصحية . ان هذا النمط من الوحدات التجارية يعكس من دون شك التركيب الاقتصادي للسكان فضلا عن انها تدل على أهمية وسهولة الوصول وخاصة عربات البيع للسلع الغذائية من الفواكه والخضر التي تحاول ان تتخذ موقعا اقرب للمستهلكين الوافدين فضلا عن عوامل أخرى غيرها .

الجدول (٤) نمط ووحدة العربات والبسطات في سوق حي الزهراء ٢٠١٩ .

العربات	العدد	البسطات	العدد
عربات بيع ملابس مستعملة	٢	تصليح احذية	٢
عربات بيع احذية مستعملة	٠	ملابس ولادية	٠
عربات بيع اللحوم	٣	بيع زينة وورود	٣
عربات بيع الأسماك	١	بيع ساعات	١
عربات بيع كماليات	١	مأكولات	١
		تأسيسات صحية	٢
المجموع	٧		٢

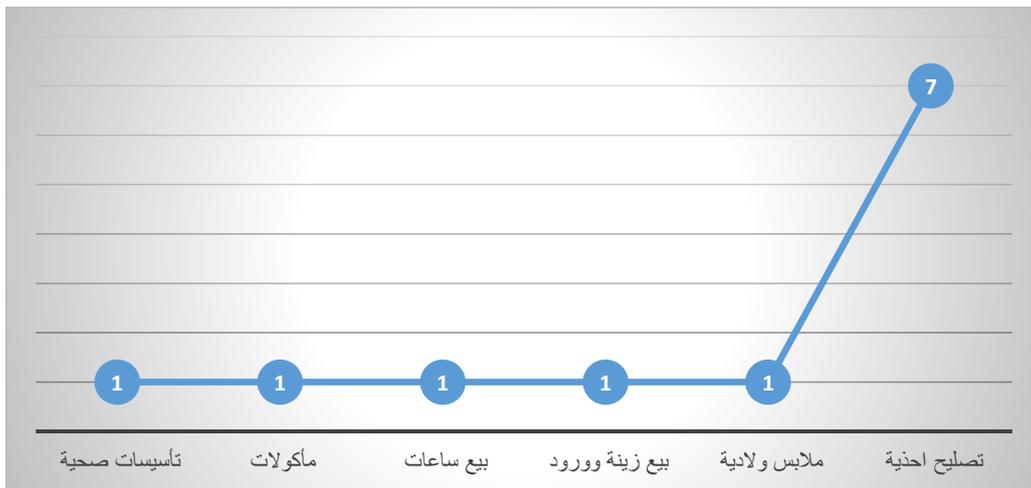
الدراسة الميدانية .

الشكل ( ٤ ) انماط العربات في سوق الزهراء التجاري \*



• بالاعتماد على الجدول ( ٤ ) .

الشكل ( ٥ ) أنماط البسطات في سوق الزهراء التجاري \*



\* بالاعتماد على الجدول ( ٤ ) .

- عدد المترددين الى السوق : نلاحظ من خلال الجدول ( ٥ ) بان عدد المترددين الى السوق تم من خلال اربع نقاط للرصد وبمعدل ساعة واحدة لكل نقطة , اذ بلغ عدد المترددين من خلال نقطة الرصد الأولى ٤٢٠ فرد / ساعة صباحا وهو معدل مرتفع لكونه واسع المجال ويلتقي فيه عدة فروع للدخول للسوق , اما نقطة الرصد الثانية فقد بلغ عدد متردديها ٥٧٠ فرد / ساعة وهي من اكثر مناطق السوق تدفقا للأفراد , اما النقطة الثالثة فقد بلغ عدد متردديها ٢٢٥ فرد / ساعة وهي من النقاط الحيوية التي تسمح للأفراد الدخول للسوق براحة كبيرة , في حين جاءت النقطة الرابعة بعدد مترددين وصل الى ٢٠٤ فرد / ساعة . وهي نقطة متطرفة نهاية السوق وليس فيها عدد من الافرع . اما ظهرا فقد بلغ عدد المترددين في النقطة الاولى ١٤١ فرد / ساعة وهو اقل

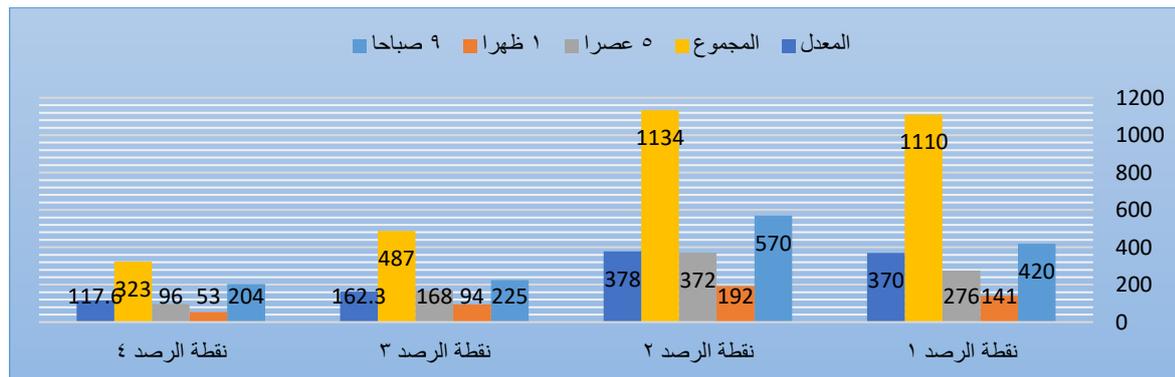
عدد من المترددين صباحا وظهرها الى السوق والثاني ضم اكبر عدد من المترددين بعدد وصل الى ١٩٢ فرد / ساعة والثالثة ٩٤ فرد / ساعة والرابعة اقل عدد من المتسوقين ٥٣ فرد / ساعة . اما عصرا فقد تباين عدد المترددين الى السوق في نقطة الرصد الأولى بلغ ٢٧٦ فرد / ساعة ، والثانية ٣٧٢ فرد / ساعة والثالثة ١٦٨ فرد / ساعة والرابعة ٩٦ فرد / ساعة .

الجدول ( ٥ ) اعداد المترددين الى سوق الزهراء التجاري \*

الرصد / الفترات	٩ صباحا	١ ظهرا	٥ عصرا	المجموع	المعدل
نقطة الرصد ١	٤٢٠	١٤١	٢٧٦	١١١٠	٣٧٠
نقطة الرصد ٢	٥٧٠	١٩٢	٣٧٢	١١٣٤	٣٧٨
نقطة الرصد ٣	٢٢٥	٩٤	١٦٨	٤٨٧	١٦٢,٣
نقطة الرصد ٤	٢٠٤	٥٣	٩٦	٣٥٣	١١٧,٦

\*الدراسة الميدانية .

الشكل ( ٦ ) اعداد المترددين الى سوق الزهراء التجاري \*

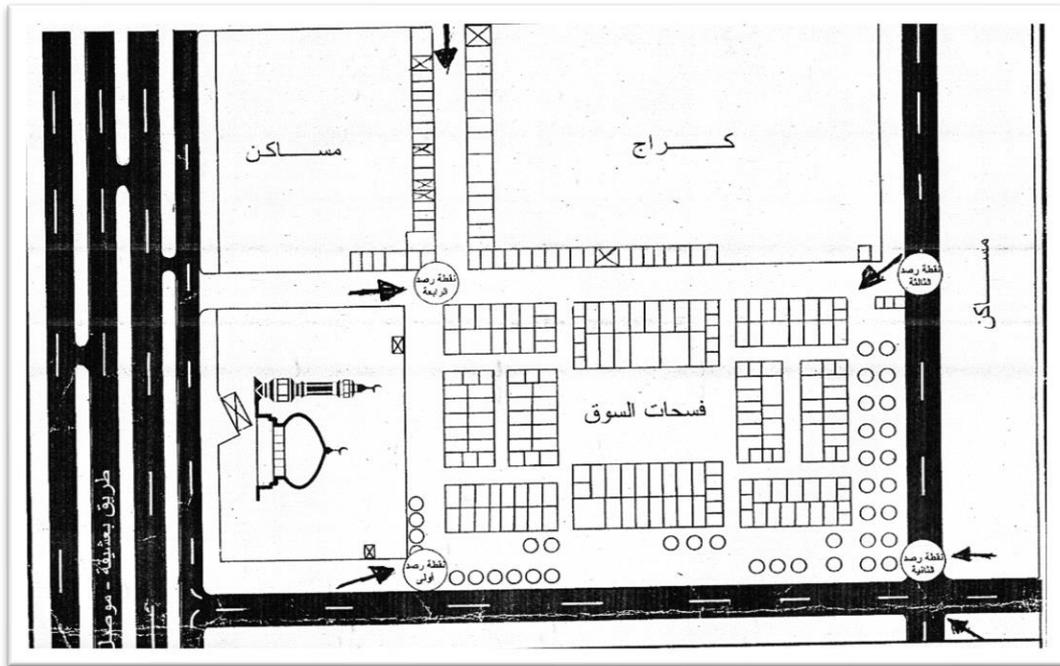


\*بالاعتماد على الجدول (٥).

-قيمة المبيعات الشهرية وبدل الايجار السنوي للمحلات : توضح نتائج الملحق ١ بان محلات المواد الغذائية قد حققت اعلى مبيعات شهرية بلغت نحو ٦٢١٢٣٠٠٠٠٠ دينار مقارنة ببقية المحلات الأخرى بسبب كون المنطقة من المناطق كثيفة السكان فضلا عن سعة المنطقة وامتدادها الى مساحات واسعة , وتضم أيضا المدن والقرى المجاورة لمدينة الموصل , يلي ذلك محلات بيع الملابس والاحذية التي حققت مبيعات بلغت ١٤٢٣٠٠٠٠٠ دينار شهريا , ثم محلات بيع الأجهزة والخدمات التي وصلت أرباحها الى ٧٠٥٠٠٠٠٠٠ دينار شهريا , كما بلغت أرباح محلات الخدمات الشخصية نحو ٢٨٠٥٠٠٠٠٠ دينار شهريا . اما بقية محلات السوق مثل الخدمات الطبية والترفيهية بقيت أرباحها ضمن المستويات المنخفضة كما ان المحلات الحرفية

وصلت قيمة أرباحها ١٢٢٥٠٠٠٠٠ دينار شهريا وأخيرا محلات تصليح الأجهزة قد بلغت أرباحها ٧٣١٠٠٠٠٠ دينار شهريا .

الشكل (٧) نقاط الرصد وشكل تخطيطي لسوق الزهراء السكني \*



\*بالاعتماد على الدراسة الميدانية وبرنامج corel draw v . 14 .

اما مستويات الايجار في سوق حي الزهراء يصل الى ٦٥٠٠٠٠٠ - ٧٥٠٠٠٠٠ دينار سنويا للمحلات التي تقع في واجهة السوق ، ومحلات الكبيرة الحجم ، اما المحلات التي تقع داخل السوق والصغيرة الحجم فقد بلغت مستويات الايجار فيها ٤٥٠٠٠٠٠ - ٦٥٠٠٠٠٠ دينار سنويا .

### الاستنتاجات

- ١- ظهر سوق حي الزهراء السكني في المرحلة التخطيطية الرابعة من مدينة الموصل سنة ١٩٨٦ . وتزامن مع ظهور الحي السكني .
- ٢- يقع السوق في الجزء الشمالي الشرقي من مدينة الموصل ، اما بالنسبة للحي السكني فالسوق يقع في جزئه الشمالي وتحيط به العديد من الشوارع الرئيسية والفرعية التي تحقق مركزية في الموقع ، اذ يسهل الوصول له اذ يصبح ذو قابلية وصول عالية.

- ٣- ان سوق الزهراء التجاري يضم ٢٣٠ وحدة وظيفية ونمط اذ تهيمن محلات البيع والشراء على بقية الأنماط اذ يصل عددها ١٧٢ محل تجاري بنسبة ٧٤,٨ % من مجموع المحلات , تليها المحلات الخدمية ويصل عددها الى ٣٦ محل تجاري تصل نسبتها المئوية الى ١٥,٧ % من مجموع المحلات . اما الأنماط الأخرى فأنها لا تشكل سوى ٩,٥ % من مجموع المحلات التجارية في السوق .
- ٤- بلغت اعداد الأنماط التجارية في السوق ١١ نمطا ضمت مناطق المحلات التجارية التي تتباين في احجامها واتساعها فضلا عن مورفولوجيتها.
- ٥- وصل حجم المبيعات في سوق حي الزهراء الى ١٤٢٨٠٤٠٠٠٠٠ دينار .
- ٦- تم اعتماد اربع نقاط لرصد المترددين الى سوق الزهراء السكني في أوقات مختلفة من اليوم من الساع ٩ صباحا والواحدة ظهرا والخامسة عصرا .

### المقترحات

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

### الهوامش

١. حقي إسماعيل العاني , أسواق العرب التجارية في شبه الجزيرة العربية قبل وفي صدر الإسلام , رسالة ماجستير غير منشورة , كلية الآداب , جامعة بغداد ١٩٩٠ ص ٤١ .

٢. غادة غانم مدين الزيدي ، تحليل جغرافي لبعض أسواق المحلات السكنية في مدينة الموصل وتقييم كفاءة أدائها ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الموصل ، كلية التربية ، قسم الجغرافية ٢٠٠٥ ص ٢ .
٣. المصدر نفسه ، ص ٣ .
٤. محمد سعيد عبد الفتاح ، إدارة التسويق ، جامعة الاسراء ، عمان ، الأردن ، ١٩٩٢ ص ١٥ .
٥. غادة غانم مدين الزيدي ، تحليل جغرافي لبعض أسواق المحلات السكنية في مدينة الموصل وتقييم كفاءة أدائها ، المصدر السابق ص ٨ .
٦. محمد بن ابي بكر عبد القادر الرازي ، مختار الصحاح ، دار الرسالة للطبع ، الكويت ، دون سنة طبع ، ص ٦١٧ .
٧. صبيح يوسف طاهر ، التركيب التجاري لمدينة الموصل ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة الموصل ، كلية التربية ، ١٩٩٦ ، ص ٢٢ .
٨. صلاح حميد الجنابي ، الاستعمالات الضاغطة على الاتساع المساحي لمدينة الموصل ، مجلة الجمعية الجغرافية العراقية ، بغداد العدد ٣٨ السنة ١٩٩٨ ص ٩ .
٩. داؤود سليم عجاج ، خطط مدينة الموصل في القرن العشرين ، موسوعة الموصل الحضارية ، جامعة الموصل ، المجلد ٥ السنة ١٩٩٢ ص ٢٥٠ .
- ١٠- المصدر نفسه ، ص ٢٥٢ .
- ١١- داؤود سليم عجاج ، اثر العوامل الجغرافية في تحديد المحاور المتوقعة للتوسع الحضري في مدينة الموصل ، مجلة أوراق موصلية ، مركز دراسات الموصل ، جامعة الموصل ، العدد ٢ السنة ٢٠٠٢ ص ٥٤ .
- ١٢- هاشم خضير الجنابي ، التخطيط العمراني في مدينة الموصل ، مصدر سابق ، ص ٢٨٣ .
- ١٣- داؤود سليم عجاج ، اثر العوامل الجغرافية في تحديد المحاور المتوقعة للتوسع الحضري في مدينة الموصل ، مصدر سابق ، ص ٥٤ .
- ١٤- الجهاز المركزي للإحصاء ، مديرية إحصاء نينوى استمارة التعداد العام لسكان العراق ، ١٩٩٧ .
- ١٥- علي احمد محمود الجبوري ، مصدر سابق ، ص ٤٠ .

- ١٦- مديرية إحصاء نينوى، شعبة الإحصاء السكاني، بيانات غير منشورة ٢٠١٠.
- ١٧- الدراسة الميدانية للباحثين بتاريخ ٥ / ١ / ٢٠٢٠ .
- 18- sabeh . Yousef taher . al tarkeeb al tejary fe madenat al mosel . otrohat doctorah , jameat almosel , koleat altarbeah 1996 w 11.
- 19- 2- sabre .fares alhete . wa saleh flayeh , jografeat almodon , dar alkotob 2000 w 94.
- 20- Samer maho jameel , edad nedam jograohy llistemal al tejary fe madenat aqra , resalat majester , jameat al mosel , koleat al tarbeah , 2005 w 32.
- 21- Abdulrazaq abbas hseen , , jografeat almodon, matbat asad , bagdad, 1977 w 82. 4- sabeh . Yousef taher . al tarkeeb al tejary fe madenat al mosel
- 22- Redar abdulrahman , tahlel karetat estemalat al ard fe al mantaqa al tejareah le madenat dhok . w 6 .
- 23- sabre .fares alhete . wa saleh flayeh , jografeat almodon Op . cit w 104.
- 24- sabre .fares alhete . wa saleh flayeh , jografeat almodon, op cit , w 94

الملحق (١) استمارة الاستبيان في سوق الزهراء السكني

جامعة الموصل

## كلية التربية للعلوم الإنسانية

### قسم الجغرافية

#### استمارة استبيان

- ١- اسم السوق ..... ٢- تاريخ انشاء السوق .....
- ٣- نوع المحل التجاري :  
أ ( سوق كما يعرف محليا ..... ب) دكان بقالية .....  
ج ( محل لبيع .....
- ٤- ملكية المحل : أ ( ملك صرف ..... ب ( ايجار .....
- ٥- قيمة الايجار .....
- ٦- مساحة المحل ( م<sup>٢</sup> ) .....
- ٧- هل يوجد للمحل التجاري مخازن تابعة : نعم ..... كلا .....
- ٨- وقت العمل : متى يفتح المحل ..... متى يغلق .....
- ٩- الغرض من ارتياد السوق :  
- شراء سلع غذائية وكماليات .....
- الحصول على الخدمات في السوق .....
- ورش تصليح الأجهزة الكهربائية والمنزلية .....
- ١٠- كيفية الوصول الى السوق :  
- مشيا على الاقدام .....
- سيارة خاصة .....

- ..... نقل عام -
- ١١- ماهو سبب التردد الى السوق :
- ..... عامل القرب -
- ..... توفر وسائط نقل ذهابا وايابا -
- ..... رخص وتنوع السلع والبضائع والخدمات في السوق -
- ١٢- اذا كنت متسوقا من منطقة او حي اخر يـذكر  
.....
- ١٣- حجم البيع بالدينار .....  
.....
- ١٤- عدد المترددين الى المحل التجاري .....  
.....
- ١٥- جنس المترددين (ذكور / اناث ) .....  
.....
- ١٦- ماهي المشكلات التي تواجه السوق :
- ..... إدارة البلدية -
- ..... الإضاءة -
- ..... أخرى تذكر -
- ١٧- مقترحات لتطوير العمل التجاري في السوق  
.....  
.....

الباحثان

## الملحق (٢)

### قيم المبيعات الشهرية لمحلات سوق الزهراء التجاري \*

ت	نوع المحل التجاري	قيم المبيعات الشهرية للمحل الواحد / دينار	عدد المحلات	اجمالي المبيعات الشهري / دينار
أولا محلات بيع مواد غذائية	محل كبير يعرف لسوق وكيل غذائية	٨٤٥٠٠٠٠	١	٨٤٥٠٠٠٠
	بيع طحين	٣٣٥٠٠٠٠	١	٣٣٥٠٠٠٠
	عطاريه	٦٢٥٠٠٠٠	٥	٣٩٠٠٠٠٠
	ذبح وبيع اللحوم	٧٠٨٠٠٠٠٠	١٢	١٢٥٠٠٠٠
	بيض ولحوم مستوردة	٢٨٦٠٠٠٠٠٠	١٠	٥٩٠٠٠٠٠
	البان جملة	٩٠٠٠٠٠٠٠٠	٦	٢٨٦٠٠٠٠٠٠
	طرشي	٣٩٠٠٠٠٠٠٠	٢	١٥٠٠٠٠٠٠٠
	مأكولات	٥٢٠٠٠٠٠٠٠	٢	١٩٥٠٠٠٠٠٠٠
	مرطبات	٤٦٨٠٠٠٠٠٠	٤	٢٦٠٠٠٠٠٠٠٠
	جرزات	٥٠٠٠٠٠٠٠٠٠	٤	١١٧٠٠٠٠٠٠٠٠
	بقالية ومنزلية	١١٠٠٠٠٠٠٠٠٠	١	١٢٥٠٠٠٠٠٠٠٠٠
	اجمالي محلات بيع المواد الغذائية ٦٢١٢٣٠٠٠٠٠ دينار			
ثانيا محلات بيع الملابس والاحذية	ملابس رجالية وولادية	٦٦٠٠٠٠٠٠٠٠	٦	١١٠٠٠٠٠٠٠٠٠
	ملابس نسائية	٢٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠	١٠	٢٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠
	ملابس مستعملة (باله)	٣٩٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠	٣	١٣٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠
	مفروشات	١٦٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠	٨	٢٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠
	اقمشة	١١٢٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠	٨	١٤٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠
	كماليات و عطور	٤١٦٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠	١٦	٢٦٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠
	احذية متنوعة	٢٧٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠	١٢	٢٢٥٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠
اجمالي محلات بيع الملابس والاحذية ١٤٢٣٠٠٠٠٠٠٠٠ دينار				
ثالثا محلات بيع أجهزة وخدمات منزلية	أجهزة كهربائية	١٥٦٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠	٢	٧٨٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠
	تأسيسات كهربائية	١٦٢٥٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠	٥	٣٢٥٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠
	تأسيسات صحية	١٣٧٥٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠	٥	٢٧٥٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠
	مواد انشائية	١٥٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠	١	١٥٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠
	اواني متنوعة	٢٣٤٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠	١٢	٢٢٥٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠
اجمالي محلات بيع الأجهزة الكهربائية والمنزلية ٧٠٥٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠ دينار				
رابعا محلات بيع مجوهرات وساعات	صياغة	١٣٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠	٤	٣٢٥٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠
	ساعات	٦٥٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠	١	٦٥٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠

اجمالي محلات بيع المجوهرات والساعات ١٣٦٥٠٠٠٠ دينار				
١٦٠٠٠٠٠	٤	٤٠٠٠٠٠	بيع نخالة	خامسا محلات استعمالات مختلفة
٢٣٠٠٠٠٠	١	٢٣٠٠٠٠٠	بيع وشراء جلود	
اجمالي محلات بيع الاستعمالات المختلفة ٣٩٠٠٠٠٠ دينار				
١٥٠٠٠٠٠	٤	٣٧٥٠٠٠٠	حلاقة رجالية	سادسا محلات الخدمات الشخصية
٢٠٠٠٠٠٠	١	٢٠٠٠٠٠٠	استوديو تصوير	
٧٥٠٠٠٠	١	٧٥٠٠٠٠	تسجيلات صوتية	
٤٠٠٠٠٠٠	١	٤٠٠٠٠٠٠	استنساخ	
٣٩٠٠٠٠٠	١	٣٩٠٠٠٠٠	بيع موبايلات	
٦٠٠٠٠٠٠	٣	٢٠٠٠٠٠٠	هدايا وتحف	
اجمالي محلات بيع الخدمات الشخصية ٢٨٠٥٠٠٠٠ دينار				
٢٣٤٠٠٠٠	٢	١١٧٠٠٠٠	مقهى شاي	سابعا محلات خدمات ترفيهية
٢٠٠٠٠٠٠	٢	١٠٠٠٠٠٠	العاب كمبيوتر	
اجمالي محلات الخدمات الترفيهية ٤٣٤٠٠٠٠ دينار				
١٥٦٠٠٠٠	٢	٧٨٠٠٠٠	عيادة طبية	ثامنا الخدمات الطبية
٤٥٠٠٠٠٠	١	٤٥٠٠٠٠٠	اعشاب طبية	
اجمالي محلات الخدمات الطبية ٢٠١٠٠٠٠ دينار				
١٠٠٠٠٠٠٠	٥	٢٠٠٠٠٠٠	نجارة	تاسعا محلات خدمات حرفية
٩٠٠٠٠٠٠	٢	٤٥٠٠٠٠٠	سمكرة	
١٣٥٠٠٠٠٠	٣	٤٥٠٠٠٠٠	خياطة	
اجمالي محلات الخدمات الحرفية ١٢٢٥٠٠٠٠ دينار				
١٠٠٠٠٠٠٠	١	١٠٠٠٠٠٠٠	ثلاجات ومجمدات	عاشر محلات تصليح أجهزة
١٠٠٠٠٠٠٠	٢	٥٠٠٠٠٠٠	طبائحات	
٣٠٠٠٠٠٠٠	٢	١٥٠٠٠٠٠٠	مولدات	
١٥٦٠٠٠٠٠	٢	٧٨٠٠٠٠٠	ماطورات ماء	
٧٥٠٠٠٠٠	١	٧٥٠٠٠٠٠	أجهزة راديو	
اجمالي محلات الخدمات تصليح الأجهزة ٧٣١٠٠٠٠٠ دينار				
المجموع الكلي لحجم المبيعات في سوق الزهراء التجاري ١٤٢٨٠٤٠٠٠٠ دينار شهريا				

• الدراسة الميدانية .