

4-1-2021

An Analysis of the Spatial Correlation of the Distribution of Commercial and Service Activities on Both Sides of Faisal Street Using Geographic Information Systems

Muhammad Rabie Farag

Department of Geography - Faculty of Arts - Cairo University, mohamedrabea49@yahoo.com

Follow this and additional works at: <https://jfa.cu.edu.eg/journal>



Part of the [Geography Commons](#)

Recommended Citation

Rabie Farag, Muhammad (2021) "An Analysis of the Spatial Correlation of the Distribution of Commercial and Service Activities on Both Sides of Faisal Street Using Geographic Information Systems," *Journal of the Faculty of Arts (JFA)*: Vol. 81: Iss. 2, Article 21.

DOI: 10.21608/jarts.2021.62972.1078

Available at: <https://jfa.cu.edu.eg/journal/vol81/iss2/21>

This Original Study is brought to you for free and open access by Journal of the Faculty of Arts (JFA). It has been accepted for inclusion in Journal of the Faculty of Arts (JFA) by an authorized editor of Journal of the Faculty of Arts (JFA).

تحليل الارتباط المكانى للأنشطة التجارية والخدمية على جانبى
شارع فيصل بمدينة الجيزة
دراسة فى الجغرافيا الاقتصادية باستخدام نظم المعلومات
الجغرافية(*)

د. محمد ربيع فرج

مدرس الجغرافيا الاقتصادية ونظم المعلومات الجغرافية

كلية الآداب - جامعة القاهرة

الملخص

تعتبر دراسة المراكز والمجمعات التجارية من الفروع الحديثة نسبياً فى الجغرافيا الاقتصادية. وتأتى هذه الدراسة فى محاولة لتسليط الضوء على أحد الشوارع المهمة فى النشاط التجارى فى مدينة الجيزة وهو "شارع فيصل" باعتباره شارعاً محورياً بالمدينة وذلك من خلال رصد ودراسة الأنشطة التجارية من حيث أنماطها وتصنيفاتها؛ بهدف إبراز الأهمية التجارية والخدمية للشارع والبالغ عددها ١٨٠٦ منشأة حسب الرفع الميدانى للباحث، كما تهدف الدراسة إلى الوصول إلى النمط التجارى السائد، ومن ثم تحديد أكثر الأنشطة التجارية تأثيراً فى المركب التجارى للشارع، وذلك من خلال الوقوف على الخصائص الجغرافية للاستخدامات التجارية، ومعرفة المركب العددى والنوعى والمساحى للمنشآت التجارية والخدمية بالشارع وخصائص المتسوقين فى الأنشطة التجارية به، وأخيراً تحاول هذه الدراسة الوقوف على المشكلات التى تواجه المتسوقين من الشارع والتى تمثل معظمها فى ازدحام الشارع، كما تسعى الدراسة إلى إيجاد بعض الحلول والمقترحات لعلاج هذه المشكلات.

الكلمات المفتاحية: مدينة الجيزة- شارع فيصل- المركزية التجارية- جغرافية التسوق-

جغرافية التجارة

(*) مجلة كلية الآداب، جامعة القاهرة، المجلد (٨١)، العدد (٣)، أبريل ٢٠٢١.

**Analysis of Spatial Correlation of Commercial and Service
Activities on both Sides of Faisal Street**
**A Study in Economic Geography Using Geographical Information
Systems**

Abstract

The study of streets, centers, and commercial complexes is a relatively recent branch of economic geography. This study attempts to shed light on one of the important commercial streets in the Giza city which is "Faisal Street", as it is a pivotal street in Giza. By monitoring and studying its commercial activities in terms of their patterns and classifications, the study aims at highlighting the commercial and service importance of Faisal Street. According to the civil height conducted by the researcher, the number of the shops is 1806. The study also aims to identify the prevailing commercial pattern, and then determine the most influential commercial activities in the commercial complex of the street. This is done by examining the geographical characteristics of commercial uses on Faisal Street and knowing the numerical, qualitative, and survey complex of commercial and service establishments on the street and the characteristics of shoppers on Faisal Street. Finally, the study tries to identify the problems facing shoppers from Faisal Street, most of which represent the congestion of the street. In addition, it tries to find some solutions and suggestions to solve these problems.

Keywords: The City of Giza, Faisal Street, Trade Centrality, Marketing Geography, Geography of Trade

مقدمة:

إذا كانت المدرسة الألمانية قد لعبت دوراً كبيراً فى إرساء العديد من النظريات الاقتصادية فى القرن العشرين، وأن المدرسة الأمريكية قد تبنت العديد من الاتجاهات النظرية، فى حين اهتمت المدرسة الفرنسية بالتطبيقات، فإن دراسة الأنشطة التجارية على طول الشوارع التجارية الرئيسية بالمدن تتبع أحد الجوانب التطبيقية فى الجغرافيا، وتعد تلك الدراسات أحد الموضوعات التى تهتم بها جغرافية العمران فى إطار دراسة التركيب التجارى داخل المدن، وكذلك تهتم بها الجغرافيا الاقتصادية فى إطار الوظيفة ونمط التوزيع والتباين المكانى وصولاً إلى توقع الأداء الوظيفى فى إطار التفاعل الجغرافى بين السكان والمحيط المكانى لهم.

وتعد دراسة الشوارع والمراكز والمجمعات التجارية من الفروع الحديثة نسبياً فى الجغرافيا الاقتصادية، وتندرج تلك الدراسات ضمن "جغرافية التسويق". وعرفها هُدجسن عام ١٩٨٨ بأنها مجموعة من المنشآت الاجتماعية يتم فيها تبادل السلع وفق نظام معين للأسعار (غراب، فايز حسن، ٢٠١٥، ص ٢٥٦)، كما تعنى أيضاً دراسة الأنشطة التجارية بكافة مستوياتها، سواء كانت محلات جملة أو تجزئة أو مراكز تجارية، واتجاهات المستهلكين وأنماط توزيعهم، حيث تقوم الأنشطة التجارية بدور فاعل بوصفها عاملاً وسيطاً بين الأنشطة الإنتاجية والاستهلاكية التى يكون لها علاقة مباشرة بالمستهلك لكى تلبى احتياجات السكان من السلع والبضائع المختلفة (الهادى، بلقاسم، ٢٠١٧، ص ٤٤٨)، كما يحتل الارتباط المكانى للأنشطة التجارية بالمناطق الحضرية أهمية كبيرة؛ لما يقدمه من ملامح للكشف عن مدى كفاءتها وكفائتها فى تلبية احتياجات المترددين عليها.

ويمثل موضوع البحث دراسة حالة لأحد الشوارع المهمة فى النشاط التجارى فى مدينة الجيزة وهو "شارع فيصل"، وذلك من خلال رصد ودراسة الأنشطة التجارية من حيث أنماطها وتصنيفاتها؛ بهدف الوصول إلى النمط التجارى

السائد، ومن ثم تحديد أكثر الأنشطة التجارية تأثيرًا في المركب التجارى للشارع، حيث تعتبر التجارة من العوامل الأساسية التى تسهم فى رفع المستوى الاقتصادى والاجتماعى للسكان، وتسهم كذلك فى إعادة بناء الدول، حيث تعتمد معظم الدول على التجارة للنمو الاقتصادى بها، ولا سيما التجارة العالمية.

وتسعى هذه الدراسة إلى الوقوف على الأنشطة التجارية فى شارع فيصل، والذى يعد من الشوارع المهمة والحيوية بمدينة الجيزة، والذى تم افتتاحه فى يوليو عام ١٩٨٤ لىخدم القادمين من الجيزة إلى طريق القاهرة - الإسكندرية الصحراوى، وكذا طريق القاهرة - الفيوم الصحراوى؛ لتخفيف المرور على شارع الأهرام.

وأصل الطريق هو ترعة عمومية "ترعة الأهرام" بجسريها، وبذلك لم يتم إنشاؤه فى الأساس كطريق مطابق للمواصفات القياسية للطرق، ولكن تم رصف الطريق واستخدامه دون تعديل فى خصائصه الجغرافية، وقد ساعد الطريق على وجود أربع عقد نقلية بالمحافظة هى:

- عقدة نقلية للربط بين مدينة الجيزة وطريق القاهرة - الإسكندرية الصحراوى.
- عقدة نقلية للربط بين مدينة الجيزة وطريق القاهرة - الفيوم الصحراوى.
- عقدة نقلية للربط بين مدينة الجيزة وطريق الواحات البحرية الصحراوى.
- عقدة نقلية للربط بين شرق مدينة الجيزة وغربها.

إشكالية البحث:

يعدُّ موضوع الأنشطة التجارية بشوارع فيصل بمدينة الجيزة من الموضوعات التى لم تلق اهتمامًا، بالرغم من حيوية هذا الشارع وتصنيفه من ضمن الشوارع التى تحتل المرتبة الأولى فى المحافظة من حيث النشاط التجارى، فهو شارع تجارى من الدرجة الأولى، علاوةً على الاهتمام بتحليل الارتباط المكانى لتوزيع الأنشطة التجارية والخدمية بالشارع؛ لمعرفة أى أنواع الأنشطة التجارية لها الغلبة

والسيادة، وإمكانية وصول المتسوقين إليه وسهولة التردد عليه بحكم موقع الشارع، حيث يقع فى قلب مدينة الجيزة، وتنتشر فيه العديد من المحلات التى تجذب المتسوقين من محافظة الجيزة ومن خارجها على حد سواء؛ لذا يجب أن تجيب الدراسة عن التساؤلات التالية:

- ما نوعية المحلات الموجودة بالشارع؟ ومدى كثافتها؟
- هل يوجد تباين فى كثافة المحلات فى الشارع من قطاع إلى آخر؟
- ما خصائص المتسوقين المترددين على الشارع؟
- كيف يمكن استخدام برامج نظم المعلومات الجغرافية فى خدمة الأنشطة التجارية بشوارع فيصل؟
- هل هناك تخطيط عند إنشاء المحلات التجارية بالشارع؟
- هل الشارع متخصص فى سلع معينة؟ أم متنوع؟
- ما المشكلات التى يواجهها المتسوقون من الشارع؟

أهداف البحث:

يأتى هذا البحث لتسليط الضوء على واحد من أهم الشوارع التجارية بمحافظة الجيزة - إن لم يكن أهمها - فى النشاط التجارى، وذلك من خلال ما يلى:

- إبراز الأهمية التجارية لشارع فيصل فى النشاط التجارى.
- تصنيف الأنشطة التجارية بشوارع فيصل، ومن ثم إبراز أكثر الأنشطة تأثيراً فى المركب التجارى للشارع.
- تحديد النفوذ التجارى للشارع وإمكانية الوصول للمترددين على الشارع.
- خصائص المترددين للتسوق من الشارع

- معرفة أماكن التركيز والتدخل في النشاط التجاري للشارع.
- الوقوف على المشكلات التي تواجه النشاط التجاري بالشارع، وكذلك المشكلات التي تواجه المترددين للتسوق منه، ومحاولة إيجاد مقترحات لحلها.

فرضيات البحث:

- تزايد عدد المحال التجارية مع زيادة عدد السكان.
- جميع السكان التابعين إدارياً للشارع يقومون بالتسوق منه.
- وجود علاقة طردية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمتسوقين ومكان التسوق، خصوصاً من القرى القريبة من الشارع، بناء على أن أصحاب الدخل المرتفعة لديهم ميل أكبر إلى التسوق خارج قراهم.

الدراسات السابقة:

ازداد اهتمام الجغرافيين وبخاصة من الولايات المتحدة الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية بدراسة أنماط مراكز التسوق في المدينة، وبخاصة المراكز التجارية مع الإشارة إلى الشوارع التجارية الرئيسية، وبالتركيز على التوزيع المكاني ودرجة الانتشار إلى جانب المردود الاقتصادي، مثل الدراسة التي قدمها برايان بري في دراسته للدكتوراة عام ١٩٥٨م (Brian, 1958) ودراسته أيضاً عام ١٩٦٣ عن التركيب التجاري لتجارة التجزئة في مدينة شيكاغو (Brian, 1963)، وأيضاً دراسته عام ١٩٧٦ عن "مراكز الأسواق وتجارة التجزئة"، تناول فيها نظرية الأماكن المركزية بالتحليل والتطوير والتطبيق، وكذلك نطاقات التأثير النظرية للأسواق (Berry, B.J.L, 1976, U.S.A) ودراسة كارول عام ١٩٦٠م الذي حدد أربعة أنماط للتركيب التجاري للمدن (Carol, 1960, P.419) ودراسة علام عام ١٩٦٣م عن التركيب التجاري الداخلي لمدينتي حيدرآباد واسكندرآباد (Alam, 1963, P.P. 10 : 1، ودراسة جيتس عام ١٩٦٤م عن المراكز التجارية في مدينة لانسنج في الولايات المتحدة الأمريكية (Getis, 1964, P.P. 391 : 399) ، ودراسة أليس

ووايت في أوائل السبعينيات (Ellis & White, 1971, P.P. 34 : 46)، ودراسة
 مارك كوهين في بداية الثمانينيات التي حاول فيها وضع الحلول لتحسين الوضع
 التجاري في الأحياء والشوارع التجارية بمدينة سان فرانسيسكو من خلال رصد
 المشكلات التي ظهرت في ظل الانتعاش الاقتصادي السريع وغير المنظم
 بالمدينة في عشرة شوارع تجارية رئيسية بالمدينة، ومحاولات التعامل مع تلك
 المشكلات من خلال المسؤولين في مكتب التخطيط العمراني بالمدينة (Mark,
 1983, PP. 367: 397)

- أول دراسة في مصر عن تجارة التجزئة (عفاف سمرة، ١٩٩٢) عن "تجارة
 التجزئة بحى شمال القاهرة (دراسة جغرافية)، واستعرضت فيها توزيع نشاط تجارة
 التجزئة والعوامل المؤثرة في ذلك.

- دراسة (إبراهيم، وفيق محمد جمال الدين، ١٩٩٥) عن "بعض مظاهر جغرافية
 تجارة التجزئة بمدينة بنها"، تناول فيها خصائص أنشطة قطاع تجارة التجزئة،
 والتعرف على مدى كفاية منشآت هذا القطاع لسكان المدينة، ودراسة وتحديد
 الطلب المستقبلي والوصول إلى الحجم الأمثل للمدينة.

- دراسة (النحاس، أحمد مصطفى، ١٩٩٨) عن "الاستخدامات التجارية بمدينة
 خميس مشيط في المملكة العربية السعودية"، تناول فيها عوامل كثرة الاستخدامات
 التجارية بالمدينة، والأنماط التجارية بها، والخصائص الجغرافية للاستخدامات
 التجارية، والعوامل المؤثرة في توزيع الاستخدامات التجارية بالمدينة.

- دراسة (محيي الدين، أشواق بنت حمزة، ٢٠٠٩) عن "الأسواق في مدينة
 مكة المكرمة دراسة في النشأة والتطور والتوزيع" تناولت الدراسة التعرف على
 منطقة الدراسة، نشأة أسواق مدينة مكة المكرمة وتطورها والتوزيع الجغرافي
 للأسواق فيها والعوامل الجغرافية المؤثرة على هذا التوزيع وتصنيف الأسواق فيها
 وفقاً للأطوال ونوعية السلع وحجم المتسوقين وخصائصهم في الأسواق الشريطية
 والمركزية وانتهت الدراسة بنماذج تطبيقية للأسواق الشريطية مثل سوق شارع
 المسجد الحرام وسوق طريق إبراهيم الجفالي، ونماذج تطبيقية للأسواق المركزية

مثل سوق الضيافة وسوق رياض العزيمة وسوق التعاون.

- دراسة (أبو العينين، هالة محمد، ٢٠١٠) عن "الأسواق الرئيسية في مدينة المنصورة دراسة في الجغرافيا الاقتصادية، تناولت الدراسة توزيع الأسواق في مدينة المنصورة وأنماط التوزيع المكانية وتصنيف الأسواق حسب نوع النشاط وأحجام الأسواق، والعوامل المؤثرة في توزيع الأسواق في مدينة المنصورة، ودراسة أسواق الجملة بالمدينة مع التركيز على سوق الجملة للخضر والفاكهة كدراسة حالة، وأسواق التجزئة بالمدينة من حيث الأسواق اليومية، والتركيب النوعي للسلع بأسواق مدينة المنصورة، وقياس نفوذ تلك الأسواق، كما تطرقت الدراسة إلى العاملين بالتجارة والمتسوقين بأسواق المدينة، وانتهت الدراسة بأهم مشكلات الأسواق وكيفية حلها بمدينة المنصورة.

- دراسة (ابن غضبان، فؤاد، ٢٠١٦) عن "تحليل الارتباط المكانية لتوزيع الأنشطة التجارية بالمدن الجزائرية الكبرى" تناول فيها توزيع الأنشطة التجارية بمدينة عنابة والمركزية التجارية بالمدينة.

- دراسة (عبده، أشرف على، ٢٠١٧) عن "الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة"، تناول فيها نشأة الشوارع التجارية الرئيسية وتطورها بالمدينة المنورة والتوزيع المكانية لها، والعوامل الجغرافية المؤثرة في توزيع الشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة، وتصنيف الشوارع التجارية الرئيسية، وخصائص المتسوقين في تلك الشوارع، كما تطرق إلى المشكلات التي تواجه المتسوقين بالشوارع التجارية الرئيسية بالمدينة المنورة.

- دراسة (فهيمى، هاجر صبحى، ٢٠٢٠) عن "الأسواق الرئيسية في مدينة الجيزة: دراسة في الجغرافيا التطبيقية باستخدام نظم المعلومات الجغرافية"، تناولت فيها التوزيع الجغرافي للأسواق الرئيسية بالمدينة وأنماطها، والعوامل الجغرافية المؤثرة في توزيع الأسواق، والتحليل الجغرافي لتوزيع أسواق التجزئة، والتركيب النوعي للسلع بالأسواق الرئيسية، ومشكلات الأسواق وحلولها بمدينة الجيزة.

مناهج الدراسة وأساليبها:

اعتمدت الدراسة على عدة مناهج وأساليب كما يلي:

المنهج السلعي: ويتناول الأنشطة التجارية كسلعة لها أهميتها، وكذلك المشكلات المتعلقة بها، ويركز على السلعة نفسها: تاريخها وتطورها من خلال الإجابة عن عدة أسئلة وهي: أين وكيف ولماذا تنتج هذه السلعة؟ أين وكيف ولماذا تستهلك هذه السلعة؟ (الديب، محمد محمود، ١٩٧٨، ص ١٢).

المنهج السلوكي: يركز هذا المنهج على جوانب سيكولوجية، باعتبار أن السلوك هو الدافع وراء صنع القرار أو اتخاذه، كذلك يهتم بدراسة تأثير الجوانب السلوكية للسكان والتي ينتج عنها ظواهر ذات أنماط مكانية محددة (عبد الوهاب، سامح إبراهيم، ٢٠١٢، ص ٥٥).

منهج التحليل المكاني: ويهدف إلى إبراز الاختلافات المكانية لتوزيع عناصر الدراسة، والظواهر الناجمة عن التفاعل بين العوامل المؤثرة في منطقة الدراسة والمشاكل المختلفة، وقد تداخل هذا المنهج مع النمذجة الكارثوجرافية بالتقنيات الحديثة لإبراز التغيرات المكانية عبر الزمن.

الأسلوب الكمي: لدراسة العلاقات المتبادلة بين المتغيرات الجغرافية وتحليلها بأساليب كمية من خلال الاستعانة ببعض المعادلات الإحصائية مثل نطاقات التخصص والتنوع وغيرها.

الأسلوب الكارثوجرافي: من خلال استخدام نظم المعلومات الجغرافية GIS لتخزين ومعالجة وتحليل وإخراج البيانات، كما تم الاستعانة ببرنامج Google Earth لمعرفة الإحداثيات.

مصادر الدراسة:

يعتمد البحث كلية في مصادره على الدراسة الميدانية لرفع وتوقيع الأنشطة التجارية بالشارع، وتمت الدراسة الميدانية على عدة مراحل هي:

المرحلة الأولى: جمع البيانات المنشورة وغير المنشورة الخاصة بحصر المحال التجارية بشارع فيصل، خصوصاً أن معظم المحلات غير مرخصة، وقد اتضح ذلك جلياً في المرحلة الثانية.

المرحلة الثانية: الحصر الميداني للمنشآت التجارية على طول الشارع وعلى جانبيه الشرقى والغربى، حيث تم حصر التوزيع العددي والمركب النوعي للأنشطة التجارية بالشارع، وبلغ عددها ١٨٠٦ منشآت تجارية على جانبي الطريق، كذلك تم من خلال هذه المرحلة معرفة واجهات المحلات ومساحتها وتراوحت ما بين مترين إلى عشرين متراً، وتمت هذه الدراسة في الفترة من مارس ٢٠٢٠ حتى مايو ٢٠٢٠.

المرحلة الثالثة: استمارات الاستبيان عن طريق المقابلات الشخصية التي تعد من الأدوات المهمة التي تم استخدامها لاستكمال بيانات لا يمكن الحصول عليها من أي جهة، ومن خلال تلك الاستمارات تم التعرف على أهم دوافع التسوق من الشارع، وتحديد نوعية المتسوقين وأعمارهم وحالتهم التعليمية والدخل الشهري ووسائل النقل المستخدمة، والسلع المشتراة من الشارع، وتم التعرف من خلالها أيضاً على أهم المشكلات التي تواجه النشاط التجارى بشارع فيصل.

وتم توزيع ٢٢١ استمارة^(*)، منها ١٥٣ للذكور، و ٦٨ للإناث، وقد جاءت هذه

(*) مثلت هذه الاستمارات نسبة ١٢٪ من إجمالي المترددين على مختلف قطاعات الشارع، وتم توزيع عدد ٢٢١ استمارة بحيث يكون هناك نسبة وتناسب بين عدد المنشآت المختلفة وعدد الاستمارات الموزعة على المترددين على هذه المنشآت، وتم توزيع عدد ٥٥ استمارة على المترددين على قطاع الملابس والأحذية بنسبة ١٣.٣٪ من إجمالي الاستمارات التي تم توزيعها وكانت النسبة الكبرى لهذا القطاع الذي يمثل أعلى المنشآت التجارية من حيث العدد، كما تم توزيع ٤٠ استمارة على قطاع السلع الغذائية والمشروبات والتبغ بنسبة ١٣.٢٪ وهو يأتي في المرتبة الثانية من حيث العدد وكذلك من حيث عدد الاستمارات الموزعة، أما أقل نشاط من حيث عدد الاستمارات فكان

الدراسة على مدار أسبوعين في أوقات مختلفة ما بين الليل والنهار، خلال المدة من ٢٥ يوليو حتى ١٠ أغسطس ٢٠٢٠، وتم اختيار هذا التوقيت قبل عيد الأضحى وبعده لمعرفة مدى موسمية التسوق في الشارع.

الإطار العام للدراسة:

تعد الشوارع التجارية الرئيسية إحدى أهم النقاط الحيوية التي يحتاجها السكان على اختلاف مستوياتهم وحاجاتهم، وهي عبارة عن مؤسسات تجارية متباينة في مساحتها تأخذ شكل المحور الذي تمتد على طولها، ويمكن تسميتها بالأسواق المحورية أو الأشرطة (Ribbon Development Shopping)، وذلك لارتباطها الوثيق بالطريق الذي تحيا عليه وبه تضمن البقاء، وهي في الغالب تمتد من منطقة الأعمال المركزية حتى تصل قلب المدينة بمراكز عمرانية أحدث (النحاس، أحمد مصطفى، ١٩٩٨، ص ١٩ - ٢٣)، وقد ظهر هذا الشارع بعيداً عن المنطقة المركزية لعدة أسباب منها: عدم توافر أماكن بالمنطقة المركزية، وارتفاع القيمة الإيجارية لها، وارتفاع أسعار الأرض بها.

أما عن الإطار المكاني للدراسة فهو شارع الملك فيصل، الذي يبدأ من ميدان الجيزة عند كوبري الملك فيصل "كوبرى الجيزة" شرقاً حتى ميدان الرماية غرباً بمسافة تبلغ نحو سبعة كيلو مترات، بينما يتراوح عرضه ما بين ٢٠ - ٤٠ متراً، وهو من الطرق الرئيسية التي تربط بين أحياء مدينة الجيزة، ويبلغ عدد التقاطعات السطحية بالطريق ١٧٩ تقاطعاً سطحيّاً، ويصل متوسط حجم الحركة المرورية على الطريق نحو ١١ ألف مركبة يومياً عام ٢٠١٠، ارتفعت إلى ١٦ ألف مركبة عام ٢٠١٥، ثم وصلت إلى ٣١ ألف مركبة عام ٢٠١٩ (مديرية الطرق والنقل بمدينة الجيزة، إدارة المكتب الفني، ٢٠١٩).

ويمتد شارع الملك فيصل فلكياً بين دائرتي عرض ٣١° ٧' و ٣٠° ١٣'

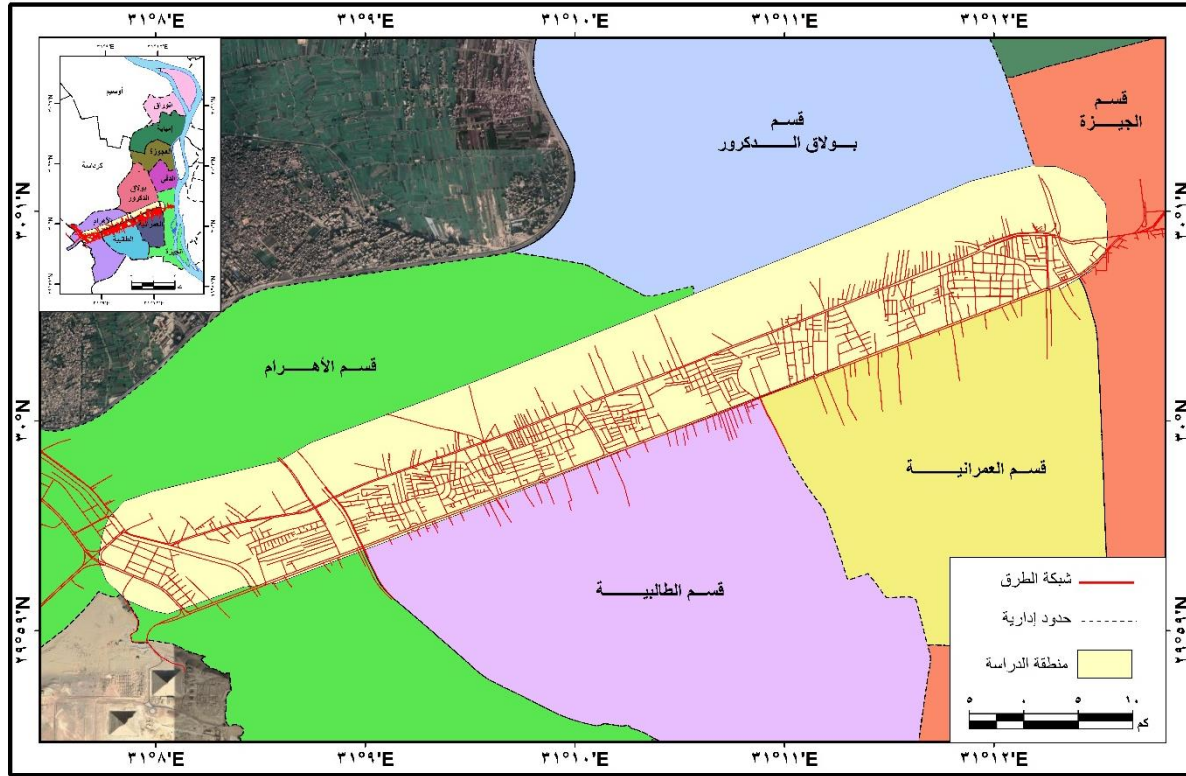
قطاع البنوك والصرافة بعدد ثلاث استمارات فقط وهو ما يتماشى مع دوره في المرتبة الأخيرة من حيث عدد المنشآت التجارية والخدمية.

شمالاً وبين خطي طول ٢٩/٥٩° و ٣١/١٠° شرقاً، ويقع الشارع إدارياً بين أربعة أقسام هي: قسمي بولاق الذكور والأهرام في الجزء الشرقي منه، وقسمي العمرانية والطالبية في الجزء الغربي منه. (شكل ١)

ونظراً للتشابه الكبير في مورفولوجية الشارع، وكذلك عدم وجود تباين يذكر في تصنيف المنشآت التجارية؛ لذلك قام الباحث باختيار النطاقات وفقاً لقطاعات الركوب بوسائل المواصلات المختلفة بناءً على ما ورد على أسنة العامة من تقسيم للشارع. (شكل ٢)

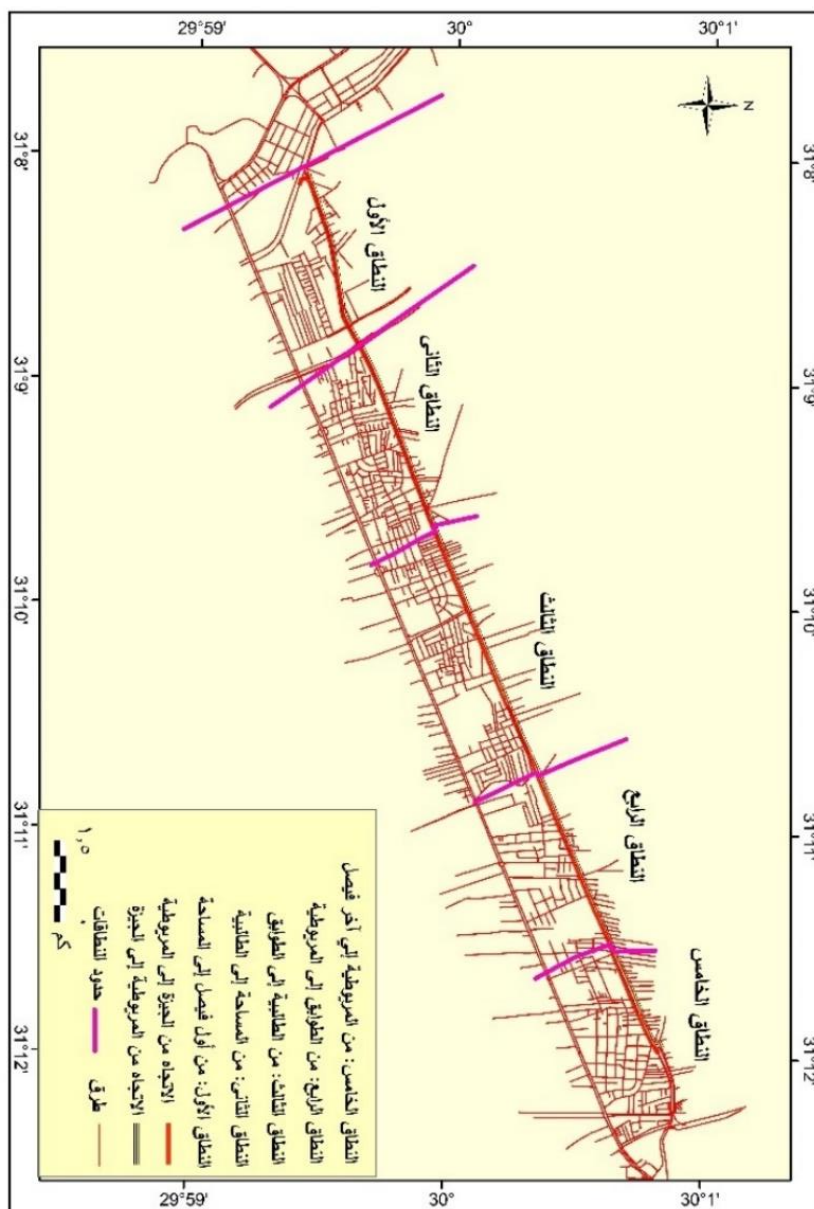
أما عن الإطار الزمني للدراسة فسوف تركز الدراسة على الوضع الراهن للأنشطة التجارية بشارع الملك فيصل عام ٢٠٢٠.

ومن الجدير بالذكر أن شارع فيصل يتسم بتنوع الأنشطة التجارية على جانبيه، حيث يمكن القول أنه عبارة عن سوق تجاري متعدد الأنشطة بعيداً عن منطقة الأعمال المركزية ومكماً لها في نفس الوقت، الأمر الذي يتيح فرصة التسوق لقطاع كبير من المترددين عليه، سواء من داخل المدينة أو خارجها، ومن ثم الحصول على منتجاتهم بسهولة ويسر دون الانتقال إلى منطقة الأعمال المركزية بحكم أن الشارع تجاري في المرتبة الأولى. (صورة ١)



المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، ٢٠٢٠، والرفع الميداني للباحث، وبرنامج Google Earth

شكل (١) الموقع الجغرافي لشارع فيصل



المصدر: من عمل الباحث اعتمادًا على الرفع الميداني

شكل (٢) النطاقات الخمسة لشوارع فيصل

أولاً: المركب العددي للمنشآت التجارية بالشارع:

تم تعريف النشاط أو المنشأة حسب التصنيف الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية الصادر عن الأمم المتحدة باعتبارها استعمال المدخلات (رأس المال - الأيدي العاملة... إلخ) لإنتاج نواتج، ويمكن نقل النواتج التي تنشأ عن ممارسة الأنشطة أو بيعها إلى وحدات أخرى، وأن النشاط الرئيسي لأي كيان اقتصادي هو النشاط الذي يسهم بأكبر قدر في القيمة المضافة للكيان والتي تتدرج من الأعلى إلى الأسفل (الأمم المتحدة، ٢٠٠٩، ص ٣٠).

ويعرف الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء المنشأة بأنها أي مكان يقع في مبنى أو جزء من مبنى أو عدة مبانٍ متصلة ببعضها مخصص لمزاولة نوع معين من النشاط، وهي مكان ثابت يزول فيه نشاط مثل مكتب حمامة، عيادة طبيب، محال نجارة، علافة... إلخ (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، التعداد العام للسكان والمنشآت، محافظة الجيزة، ١٩٨٦).

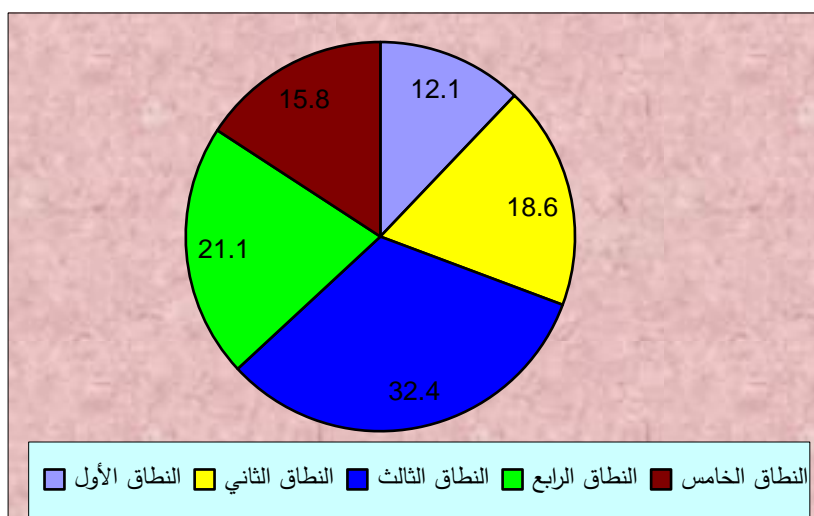
وتشغل المؤسسات التجارية على جانبي الشارع بما فيها الطوابق العليا نحو ١٨٠٦ منشأة تجارية، بواقع ٩٦١ مؤسسة على الجانب الشرقي من الطريق (من كوبرى الجيزة إلى ميدان الرماية) بنسبة ٥٣.٢٪ من إجمالي المنشآت التجارية بالشارع، بينما تقع النسبة الباقية منها ٤٦.٨٪ على الجانب الغربي منه (من ميدان الرماية إلى كوبرى الجيزة) (الدراسة الميدانية، مارس، ٢٠٢٠).

أما عن التركيب العددي من حيث الطوابق، فيلاحظ استئثار الطابق الأرضي بالنصيب الأكبر من حيث عدد المنشآت التجارية ١٣٧٠ منشأة بنسبة ٧٥.٩٪ من إجمالي عدد المنشآت، في حين يبلغ نصيب الأدوار العليا ٢٤.١٪ فقط، ويرجع ذلك إلى تفضيل أصحاب معظم المنشآت التجارية الدور الأرضي تيسيراً على المترددين على هذه المنشآت، أما عن التباين العددي موزعاً على مستوى نطاقات شارع فيصل فيوضحه الجدول التالي:

جدول (١) المنشآت التجارية بشارع فيصل موزعة
على مستوى النطاقات عام ٢٠٢٠م

النطاق	المنطقة	العدد	%
الأول	من أول فيصل إلى المساحة	٢١٩	١٢.١
الثاني	من المساحة إلى الطالبية	٣٣٦	١٨.٦
الثالث	من الطالبية إلى الطوابق	٥٨٦	٣٢.٤
الرابع	من الطوابق إلى المريوطية	٣٧٩	٢١.١
الخامس	من المريوطية إلى آخر فيصل	٢٨٦	١٥.٨
الإجمالي		١٨٠.٦	١٠٠
المتوسط		٣٦١.٢	٢٠

المصدر: من خلال الرفع الميداني لشارع فيصل، مارس، ٢٠٢٠.



شكل (٣) المنشآت التجارية بشارع فيصل موزعة على مستوى النطاقات عام

٢٠٢٠.

يتضح من الجدول (١) والشكل (٣) ما يلي:

- بلغ المتوسط العام لعدد المنشآت التجارية بشارع فيصل ٣٦١.٢ منشأة، ويبلغ الفرق بين أكبر النطاقات وأقلها ٣٦٧ منشأة، وهناك نطاقان يزيدان عن المتوسط العام وهما: النطاق الثالث من الطالبية إلى الطوابق، والنطاق الرابع من الطوابق إلى المربوطية.

- يأتي النطاق الثالث من الطالبية إلى الطوابق فى المرتبة الأولى من حيث عدد المنشآت التجارية بواقع ٥٨٦ منشأة بنسبة ٣٢.٤٪، يليه النطاق الرابع من الطوابق إلى المربوطية بواقع ٣٧٩ منشأة بنسبة ٢١.١٪؛ أى أن هذين النطاقين يستحوذان على أكثر من نصف عدد المنشآت التجارية بالشارع ٥٣.٥٪، وربما يرجع السبب فى ذلك إلى طول هذين القطاعين، حيث يبلغ طولهما ٣.٣ كم بنسبة ٤٥٪ من إجمالي طول الشارع، إضافة إلى قلة أطوال واجهات معظم المحلات الواقعة داخل هذين النطاقين، علاوة على قلة الأراضى الفضاء وكذلك قلة المنشآت الخدمية بهذين النطاقين، وعلى الرغم من أن النطاق الرابع من منطقة الطوابق إلى المربوطية يعد أكثر طولاً من النطاق الثالث، إلا أن الأخير تفوق عليه فى عدد المنشآت، والسبب فى ذلك يرجع إلى وجود عدد من المنشآت التى لها امتداد طولى كبير على واجهة الشارع، مثل كلية التربية الرياضية ومحطة الهرم الرئيسية للصرف الصحى؛ الأمر الذى أثر بدوره على قلة عدد المحلات فى هذا القطاع مقارنة بطوله.

- يتباين المركب العدى للمنشآت التجارية على مستوى المسقط الرأسى، حيث استأثر الطابق الأرضى بكافة النطاقات بالنصيب الأكبر من حيث عدد المنشآت التجارية، وجاء أكثرها فى النطاق الثالث- من الطالبية- إلى الطوابق- بعدد ٤٤٢ منشأة بنسبة ٧٥.٤٪ من إجمالي المنشآت الموجودة بهذا النطاق، وجاء النطاق الرابع- من الطوابق إلى المربوطية- فى المرتبة الثانية من حيث استحواد الدور الأرضى بعدد ٣١٩ منشأة بنسبة ٨٤.٢٪ من إجمالي المنشآت التجارية الموجودة بهذا النطاق، فى حين كان أدنى عدد لمنشآت الطابق الأرضى فى

النطاق الأول من أول فيصل إلى المساحة بعدد ١٤٥ منشأة بنسبة ٧٩٪ من إجمالي المنشآت التجارية الموجودة بهذا النطاق والبالغة ٢١٩ منشأة.

أما بالنسبة للطوابق العليا فجااء أكثرها فى النطاق الأول من الطالبية إلى الطوابق بعدد ١٤٤ منشأة بنسبة ٢٤.٦٪، بينما احتل النطاق الثانى من منطقة المساحة إلى الطالبية المرتبة الثانية من حيث استحواذ الطوابق العليا بعدد ١١٢ منشأة بنسبة ٣٣.٣٪ من إجمالي المنشآت التجارية بالقطاع، أى أن هذين النطاقين يستحوذان على ٢٥٦ منشأة بنسبة ٥٩٪ من إجمالي المنشآت الموجودة بالطوابق العليا؛ ويُعزى ذلك إلى وجود عدد كبير من العيادات الطبية والمعامل فى هذين النطاقين مقارنة بباقي النطاقات، حيث إن معظم استخدامات الطوابق العليا عبارة عن عيادات طبية ومعامل. (صورة ٢).

ثانياً: المركب النوعى للمنشآت التجارية بشارع فيصل:

يعد التركيب النوعى للمنشآت التجارية معياراً اقتصادياً لإبراز قيمة الموقع عند تداول السلع فى السوق، حيث يتسم هذا التركيب بالديناميكية المستمرة خلال عملية التسوق، فهناك سلع تحتاج إلى التسويق السريع، خاصة السلع الغذائية سريعة التلف مثل الخضروات والفواكه، وسلع أخرى تحتاج إلى التخزين، كما يبين التركيب النوعى للمنشآت مدى انتشار منشآت لها قيمة اقتصادية وأخرى أقل قيمة (فهى، هاجر صبحى، ٢٠٢٠، ص ١٤٨).

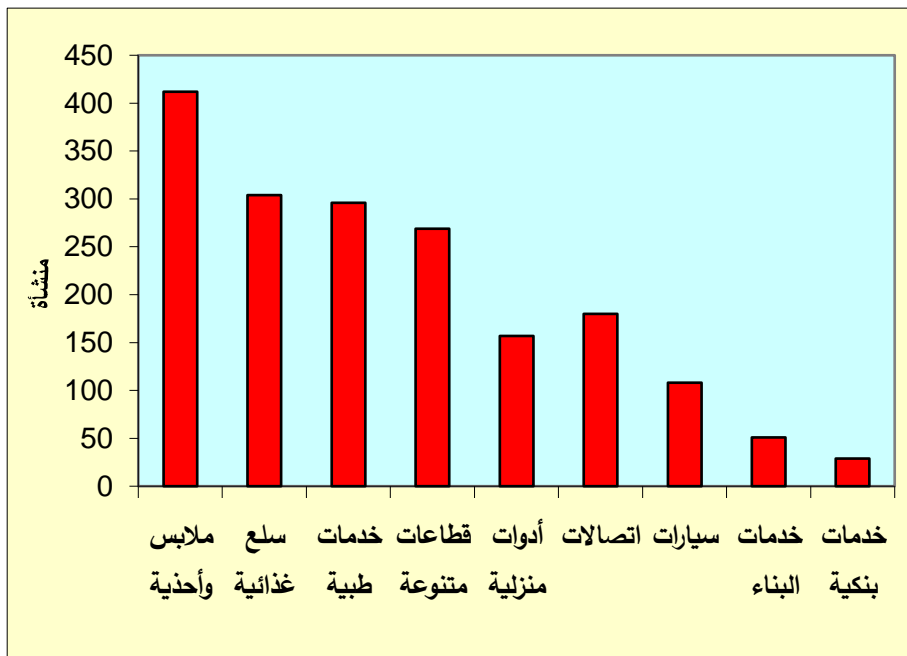
ويمكن تصنيف المنشآت التجارية بشارع فيصل حسب نوع النشاط إلى تسعة أنشطة رئيسة كما يلي:

جدول (٢) تصنيف المنشآت التجارية بشوارع فيصل حسب نوع النشاط عام

٢٠٢٠

م	نوع النشاط	العدد	%
١	قطاع الملابس والأحذية	٤١٢	٢٢.٨
٢	قطاع السلع الغذائية والمشروبات والتبغ	٣٠٤	١٦.٨
٣	قطاع الخدمات الطبية	٢٩٦	١٦.٤
٤	قطاعات متنوعة	٢٦٩	١٤.٩
٥	قطاع الأدوات المنزلية	١٥٧	٨.٧
٦	قطاع الاتصالات والموبايلات والإلكترونيات والخدمات	١٨٠	١٠
٧	قطاع السيارات	١٠٨	٦
٨	قطاع خدمات البناء والمعمار	٥١	٢.٨
٩	قطاع البنوك والصرافة	٢٩	١.٦
	الإجمالي	١٨٠٦	%١٠٠

المصدر: من خلال الرفع الميدانى لشوارع فيصل، مارس، ٢٠٢٠



شكل (٤) تصنيف المنشآت التجارية بشارع فيصل حسب نوع النشاط عام

٢٠٢٠

يتبين من تحليل الجدول (٢) والشكل (٤) ما يلي:

١- قطاع الملابس والأحذية: يضم ملابس السيدات وملابس الرجال والأطفال والحقائب والأحذية والعلويات والمجوهرات والبصريات، ويبلغ عددها ٤١٢ منشأة تجارية بنسبة ٢٢.٨٪ من إجمالي المؤسسات التجارية بالشارع؛ أي أن هذا النشاط يستحوذ على ما يقرب من ربع جملة المنشآت التجارية بشارع فيصل، ويضم الجزء الشرقي من الطريق نحو ٢١٨ منشأة تجارية بنسبة ٥٣٪ من إجمالي هذا القطاع.

ومن الجدير بالذكر أن هناك تبايناً واضحاً في عدد منشآت هذا القطاع موزعاً على الطوابق، حيث يستأثر الطابق الأرضي بعدد ٣٨٥ منشأة بنسبة ٩٣.٤٪، في حين تستأثر الطوابق العليا بنحو ٢٧ منشأة بنسبة ٦.٦٪ من

إجمالي المنشآت التجارية الموجودة بهذا القطاع، كما يتميز هذا النشاط بوجود عدد من المحلات ذات الطابقين والثلاثة طوابق.

أما من حيث توزيع المنشآت التجارية لقطاع الملابس والأحذية على مستوى نطاقات شارع فيصل فيلاحظ من الجدول (٣) والشكل (٥) ما يلي:

- يحتل النطاق الثالث (من الطابعية إلى الطوابق) المرتبة الأولى بين النطاقات بعدد منشآت بلغت ١٣٠ منشأة بنسبة تقترب من ثلث عدد منشآت الملابس والأحذية بالشارع ٣١.٦٪، وبنسبة ٢٢.٢٪ من إجمالي المنشآت الموجودة بهذا النطاق، في حين جاء النطاق الرابع (من الطوابق إلى المربوطية) في المرتبة الثانية من حيث عدد محلات الملابس والأحذية بنحو ١٠٠ منشأة بنسبة ٢٤.٣٪؛ أي أن هذين النطاقين يستحوذان على ٦٠٪ من إجمالي عدد محلات الملابس والأحذية بشارع فيصل، في حين جاء النطاق الأول (من أول فيصل إلى المساحة) في المرتبة الأخيرة بعدد ٤٥ منشأة بنسبة ١٠.٩٪ من إجمالي عدد منشآت الملابس والأحذية بالشارع.

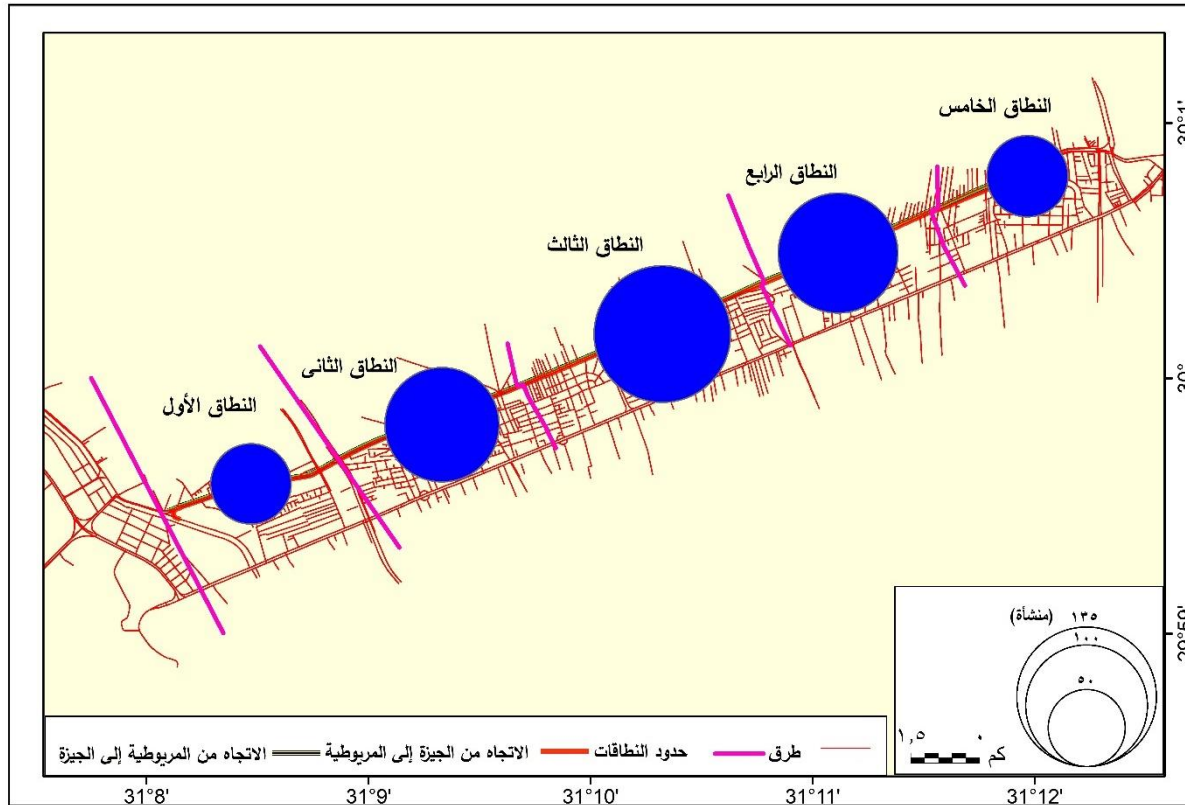
جدول (٣) عدد محلات الملابس والأحذية بشارع فيصل موزعاً على

النطاقات عام ٢٠٢٠

النطاق الأول		النطاق الثاني		النطاق الثالث		النطاق الرابع		النطاق الخامس		إجمالي التصنيف	
عدد	٤٥	عدد	٩١	عدد	١٣٠	عدد	١٠٠	عدد	٤٦	عدد	٤١٢
أ	٢٠.٥	أ	٢٧.١	أ	٢٢.٢	أ	٢٦.٤	أ	١٦.١	-	-
ب	١٠.٩	ب	٢٢.١	ب	٣١.٦	ب	٢٤.٣	ب	١١.٢	-	-

أ- % من النطاق ب- % من التصنيف

المصدر: من واقع الدراسة الميدانية للباحث، مارس ٢٠٢٠



شكل (٥) عدد محلات الملابس والأحذية بشارع فيصل موزعًا على النطاقات ٢٠٢٠

٢- قطاع السلع الغذائية والمشروبات والتبغ: ويضم محلات المطاعم والسوبر ماركت واللحوم والأسماك والدواجن والمخابز والألبان ومحلات الفاكهة والعطارة والبن والمحمصات ومحلات العصائر والمثلجات والتبغ والمقاهي.

ومن سمات هذا المركب النوعى وجود عدد من محلات الجملة والتجزئة فى نفس الوقت، ويبلغ عدد المنشآت التجارية بهذا المركب ٣٠٤ منشأة بنسبة ١٦.٨٪ من إجمالي المؤسسات التجارية بالشارع، يضم الجزء الشرقى من الطريق نحو ١٨٤ منشأة بنسبة ٦٠.٥٪ من إجمالي هذا القطاع، فى حين يستأثر الجانب الغربى من الطريق بالنسبة الباقية، ومن حيث التوزيع على مستوى الطوابق فيلاحظ استئثار الطابق الأرضى بالنصيب الأكبر بعدد ٢٩٢ منشأة بنسبة ٩٦٪، بينما استأثرت الطوابق العليا بالنسبة الباقية.

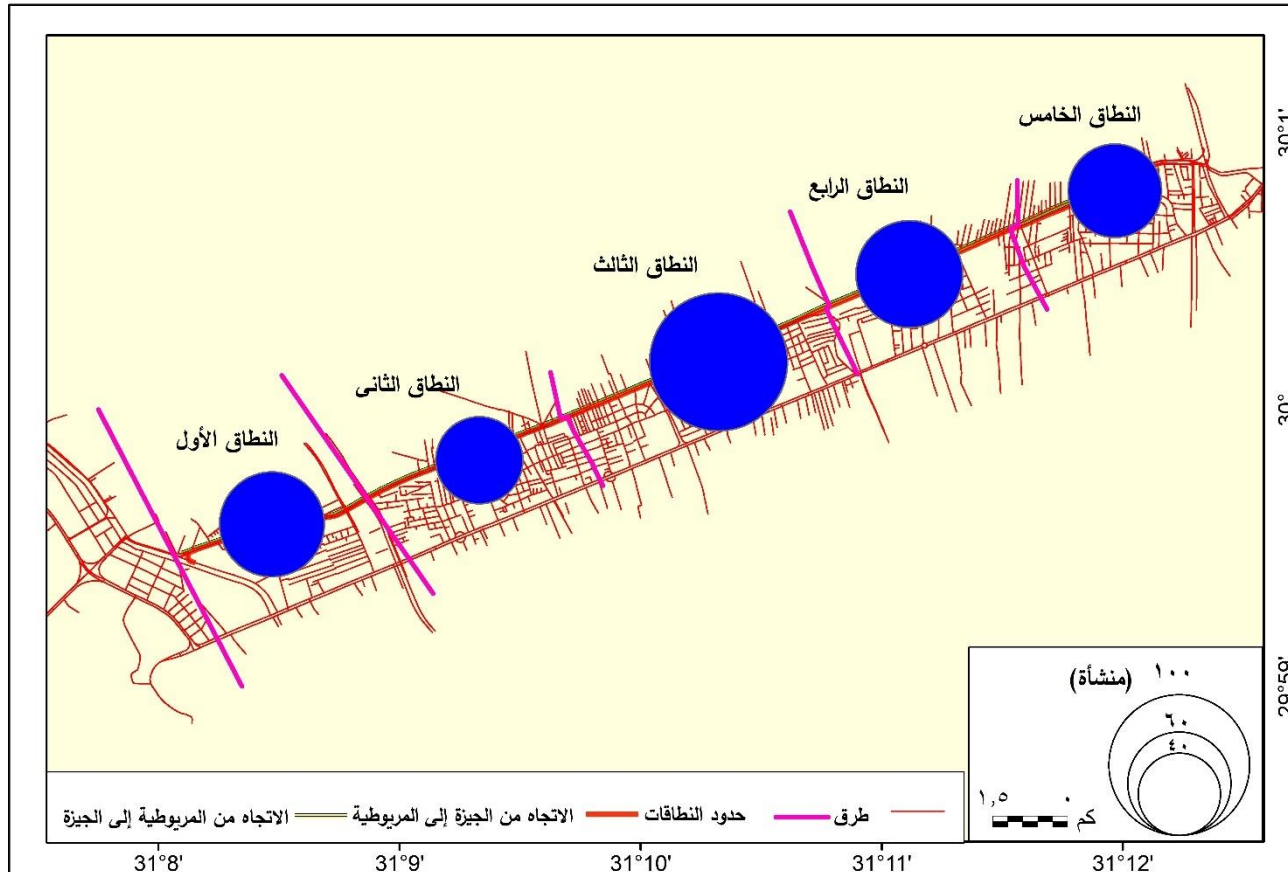
أما من حيث توزيع المنشآت التجارية لقطاع السلع الغذائية والمشروبات والتبغ على مستوى نطاقات شارع فيصل فيوضحه الجدول (٤):

جدول (٤) عدد محلات السلع الغذائية والمشروبات والتبغ بشارع فيصل موزعاً على النطاقات عام ٢٠٢٠

إجمالي التصنيف		النطاق الخامس		النطاق الرابع		النطاق الثالث		النطاق الثاني		النطاق الأول	
١٦.٨	٣٠٤	٤٦	عدد	٦٠	عدد	١٠٠	عدد	٤٠	عدد	٥٨	عدد
-	-	١٦.١	أ	١٥.٨	أ	١٧.١	أ	١١.٩	أ	٢٦.٥	أ
-	-	١٥.١	ب	١٩.٧	ب	٣٢.٩	ب	١٣.٢	ب	١٩.١	ب

أ- % من النطاق ب- % من التصنيف

المصدر: من واقع الدراسة الميدانية للباحث، مارس ٢٠٢٠



شكل (٦) عدد محلات السلع الغذائية والمشروبات والتبغ بشوارع فيصل موزعًا على النطاقات ٢٠٢٠

٣- قطاع الخدمات الطبية: ويشمل الصيدليات والعيادات ومعامل التحاليل والمستشفيات، ويبلغ عددها ٢٩٦ منشأة بنسبة ١٦.٤٪ من إجمالي المؤسسات التجارية بالشارع، ويتسم هذا القطاع بالتباين الشديد، حيث تستحوذ العيادات على النصيب الأكبر بعدد ٢٢٠ عيادة، ثم الصيدليات بعدد ٥٣ صيدلية، وتتوزع وحداتها بتباعد لا يقل عن مائة متر وهو الحد المسموح به للإشغال الصيدلاني (زيادي، إبراهيم عبد العزيز، ١٩٩٩، ص ١٦)، ثم تأتي النسبة الباقية من نصيب معامل التحاليل ومراكز الأشعة والمستشفيات الخاصة، كما أن هناك تبايناً واضحاً على جانبي الطريق، حيث يضم الجانب الشرقي من الطريق نحو ١٨٦ منشأة تجارية بنسبة ٦٣٪ من إجمالي هذا القطاع، في حين يستأثر الجانب الغربي من الطريق بالنسبة الباقية. ومن حيث التوزيع على مستوى الطوابق يتمثل الجزء الأكبر من هذا القطاع في الطوابق العليا ٢٦٨ منشأة بنسبة ٨١.٧٪، في حين يبلغ نصيب الطابق الأرضي ٥٤ منشأة فقط بنسبة ١٦.٥٪ فقط من إجمالي القطاع؛ أي أن ما يميز هذا النوع من الأنشطة هو تركزه بالطوابق العليا دون السفلى عكس باقي القطاعات، أما من حيث توزيع المنشآت التجارية لقطاع الخدمات الطبية على مستوى نطاقات شارع فيصل فيوضحه الجدول التالي:

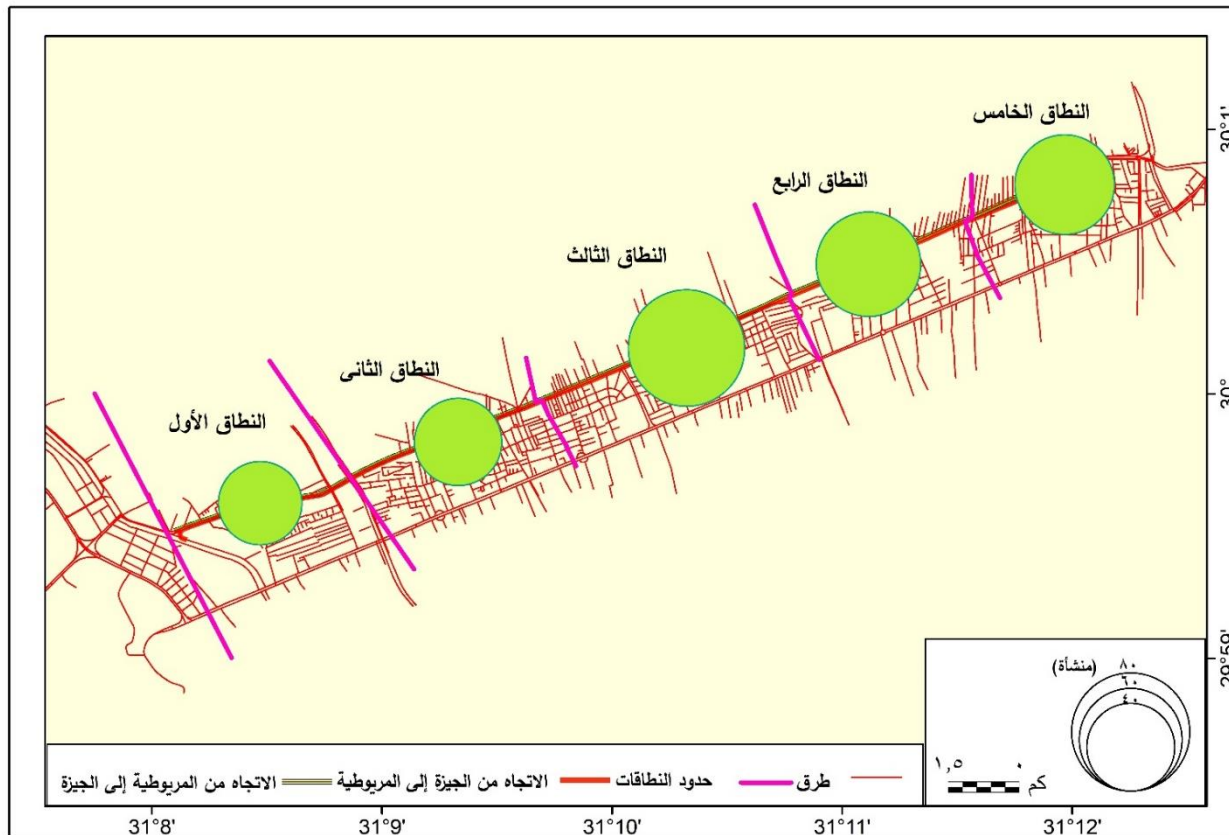
جدول (٥) توزيع منشآت قطاع الخدمات الطبية بشارع فيصل

موزعاً على النطاقات عام ٢٠٢٠

إجمالي التصنيف		النطاق الخامس		النطاق الرابع		النطاق الثالث		النطاق الثاني		النطاق الأول	
١٦.٤	٢٩٦	٦٠	عدد	٦٦	عدد	٨٢	عدد	٤٦	عدد	٤٢	عدد
-	-	٢١	أ	١٧.٤	أ	١٤	أ	١٣.٧	أ	١٩.٢	أ
-	-	٢٠.٣	ب	٢٢.٣	ب	٢٧.٧	ب	١٥.٥	ب	١٤.٢	ب

أ- % من النطاق - ب- % من التصنيف

المصدر: من واقع الدراسة الميدانية للباحث، مارس ٢٠٢٠



شكل (٧) توزيع منشآت قطاع الخدمات الطبية على مستوى نطاقات شارع فيصل عام ٢٠٢٠

يتضح من الجدول (٥) والشكل (٧) أن النطاق الثالث (من الطالبية إلى الطوابق) يحتل المرتبة الأولى من حيث توزيع الخدمات الطبية على مستوى نطاقات الشارع بعدد ٨٢ منشأة بنسبة ٢٧.٧٪ من إجمالي القطاع، يليه النطاق الرابع (من الطوابق إلى المربوطية) بعدد ٦٦ منشأة بنسبة ٢٢.٣٪ من إجمالي القطاع، في حين يأتي النطاق الأول (من أول فيصل إلى المساحة) في المرتبة الأخيرة بعدد ٤٢ منشأة بنسبة ١٩.٢٪ من إجمالي القطاع، الأمر الذي يبين عدم وجود تباين ملحوظ من حيث توزيع هذا القطاع على مستوى النطاقات.

٤- قطاعات متنوعة: وتشمل الخدمات الإدارية والمكتبية ومحطات تموين السيارات وتنظيف الملابس الجاف ولعب الأطفال وطيور الزينة واستوديوهات التصوير، ويبلغ عددها ٢٦٩ مؤسسة بنسبة ١٤.٩٪ من إجمالي المؤسسات التجارية بالشارع، ويتسم هذا القطاع بالتوزيع المتساوي على جانبي الطريق الشرقي والغربي، حيث يضم الجزء الشرقي من الطريق نحو ١٣٧ منشأة بنسبة ٥١٪ من إجمالي هذا القطاع، في حين يستأثر الجانب الغربي من الطريق بالنسبة الباقية، ومن حيث التوزيع على مستوى الطوابق فيتسم هذا القطاع بنوع من التساوي على مستوى الطابق الأرضي والطوابق العليا، وإن كانت الغلبة للدور الأرضي بنسبة ٥٧٪ مقابل ٤٣٪ للأدوار العليا، ومعظم الأدوار العليا عبارة عن مكاتب تسويق عقارى ومكاتب حمامة ومكاتب خدمات سياحية.

أما من حيث توزيع المنشآت التجارية للقطاعات المتنوعة على مستوى نطاقات شارع فيصل فيوضحه الجدول التالي:

جدول (٦) توزيع المنشآت التجارية للقطاعات المتنوعة بشوارع فيصل موزعًا على النطاقات عام ٢٠٢٠

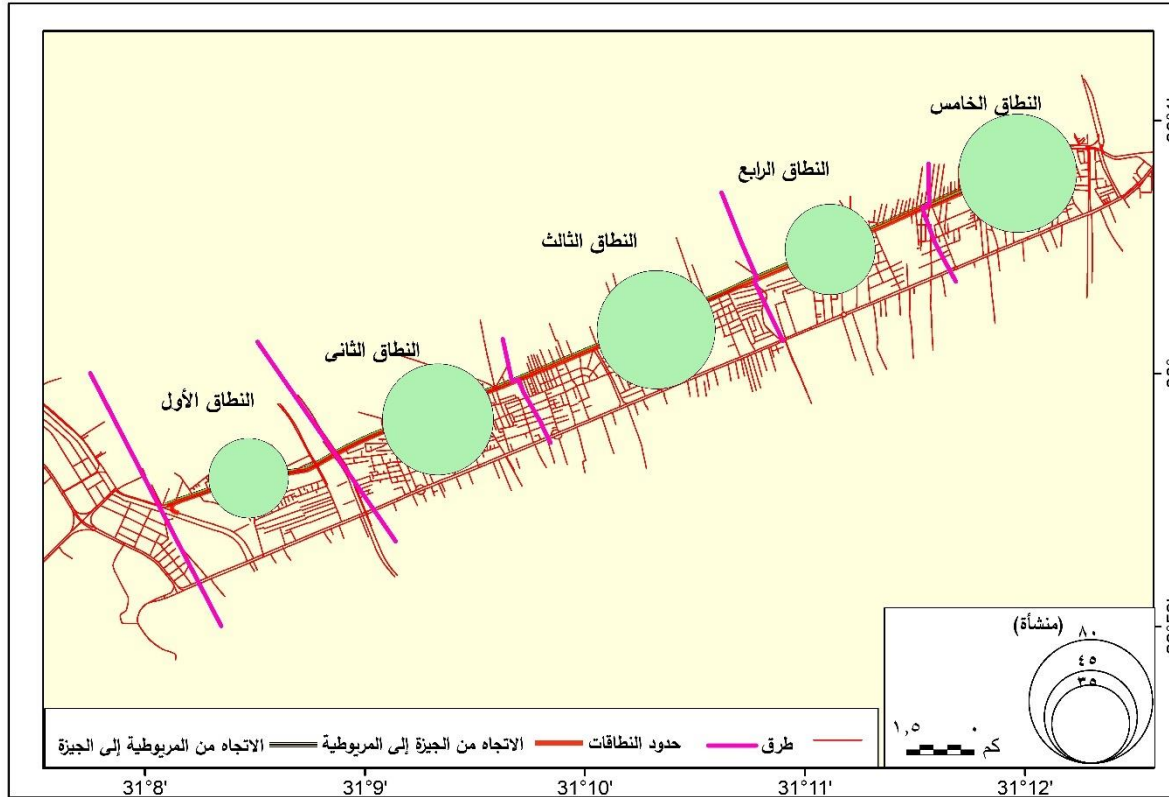
إجمالي التصنيف		النطاق الخامس		النطاق الرابع		النطاق الثالث		النطاق الثاني		النطاق الأول	
١٤.٩	٢٦٩	٤٤	عدد	٤٥	عدد	٧٧	عدد	٦٨	عدد	٣٥	عدد
-	-	١٥.٤	أ	١١.٩	أ	١٣.١	أ	٢٠.٢	أ	١٦	أ
-	-	١٦.٤	ب	١٦.٧	ب	٢٨.٦	ب	٢٥.٣	ب	١٣	ب

أ- % من النطاق ب- % من التصنيف

المصدر: من واقع الدراسة الميدانية للباحث، مارس ٢٠٢٠

يتضح من الجدول (٦) والشكل (٨) أن النطاق الثالث (من الطالبية إلى الطوابق) يحتل المرتبة الأولى من حيث توزيع المنشآت التجارية للقطاعات المتنوعة على مستوى نطاقات الشارع بعدد ٧٧ منشأة بنسبة ٢٨.٦% من إجمالي القطاع، يليه النطاق الثاني (من المساحة إلى الطالبية) بعدد ٦٨ منشأة بنسبة ٢٥.٣% من إجمالي القطاع، في حين يأتي النطاق الأول (من أول فيصل إلى المساحة) في المرتبة الأخيرة بعدد ٣٥ منشأة بنسبة ١٣% من إجمالي القطاع.

٥- قطاع الاتصالات والموبايلات والإلكترونيات: ويضم محلات بيع الموبايلات وقطع الغيار ومحلات الاتصالات والكمبيوتر، ومحلات الريسيفرات والإلكترونيات والخدمات الإلكترونية مثل فوري وخدمات (we) وغيرها، ويبلغ عددها ١٨٠ منشأة بنسبة ١٠% من إجمالي المنشآت التجارية بالشارع، ويتسم هذا القطاع بالتوزيع المتساوي أيضًا على جانبي الطريق الشرقى والغربى، حيث يضم الجزء الشرقى من الطريق نحو ٩١ منشأة بنسبة ٥٠.٥% من إجمالي هذا القطاع، في حين يضم الجانب الغربى من الطريق النسبة الباقية، ومن حيث التوزيع على مستوى الطوابق فيلاحظ استئثار الطابق الأرضى بالعدد الأكبر ١٦٤ منشأة بنسبة ٩١%، أما الأدوار العليا فلم تسهم إلا بنحو ٩% فقط من إجمالي هذا القطاع.



شكل (٨) توزيع المنشآت التجارية للقطاعات المتنوعة بشارع فيصل موزعاً على النطاقات عام ٢٠٢٠

ومن حيث توزيع المنشآت التجارية لقطاع الاتصالات والموبايلات والإلكترونيات على مستوى نطاقات شارع فيصل فيوضحه الجدول التالي:

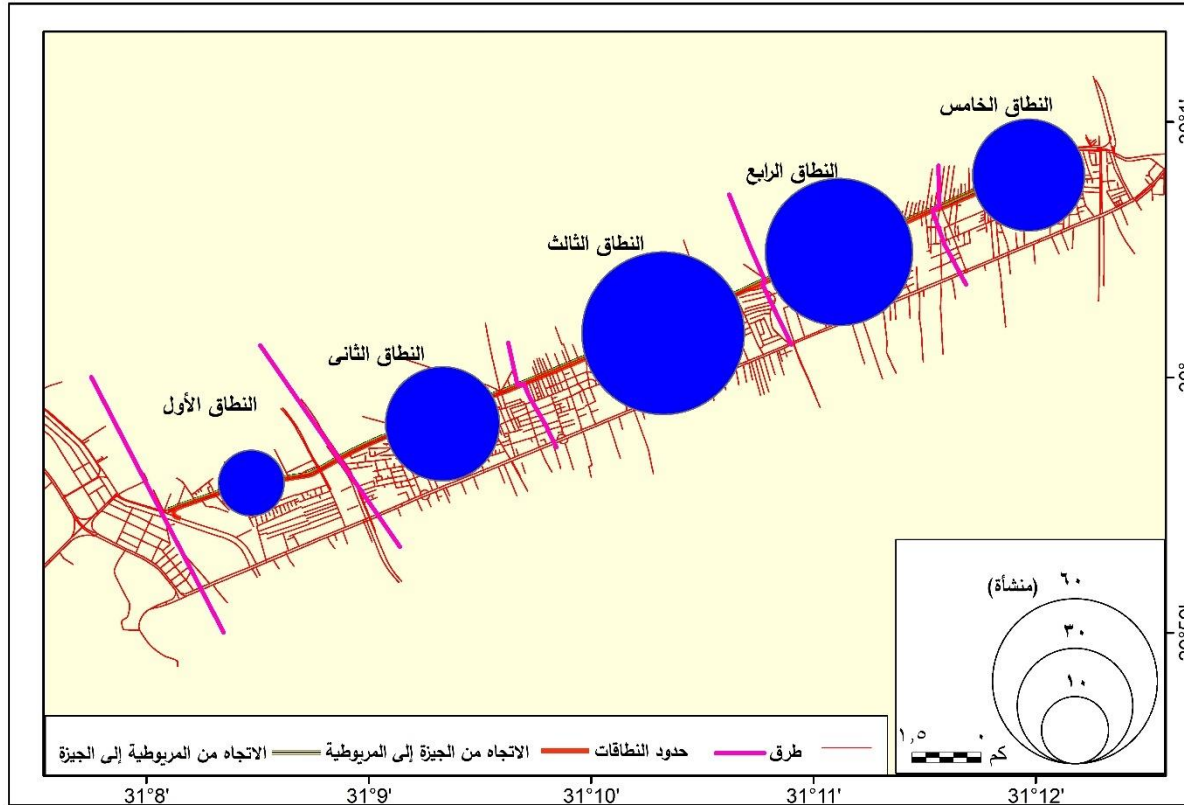
جدول (٧) توزيع المنشآت التجارية لقطاع الاتصالات والموبايلات والإلكترونيات بشارع فيصل موزعا على النطاقات عام ٢٠٢٠

إجمالي التصنيف		النطاق الخامس		النطاق الرابع		النطاق الثالث		النطاق الثاني		النطاق الأول	
١٠	١٨٠	٢٩	عدد	٥٠	عدد	٦١	عدد	٣٠	عدد	١٠	عدد
-	-	١٠.١	أ	١٣.٢	أ	١٠.٤	أ	٨.٩	أ	٤.٦	أ
-	-	١٦.١	ب	٢٧.٨	ب	٣٣.٩	ب	١٦.٧	ب	٥.٦	ب

أ- % من النطاق ب- % من التصنيف

المصدر: من واقع الدراسة الميدانية للباحث، مارس ٢٠٢٠

يتضح من الجدول (٧) والشكل (٩) عدم التجانس بين النطاقات المختلفة من حيث عدد المنشآت التجارية بقطاع الاتصالات والموبايلات والإلكترونيات، حيث يستأثر النطاق الثالث (من الطالبية إلى الطوابق) بنسبة تفوق ثلث عدد المحلات على مستوى الشارع، يليه النطاق الرابع (من الطوابق إلى المربوطية) بنسبة ٢٧.٨%؛ أي أن هذين النطاقين يستحوذان على ٦١.٧% من إجمالي المنشآت التجارية لقطاع الاتصالات والموبايلات والإلكترونيات، في حين جاء النطاق الأول (من أول فيصل إلى المساحة) في المرتبة الأخيرة بعدد ١٠ منشآت بنسبة ٥.٦% من إجمالي منشآت هذا القطاع.



شكل (٩) توزيع المنشآت التجارية لقطاع الاتصالات والموبايلات والإلكترونيات بشارع فيصل موزعاً على النطاقات عام ٢٠٢٠

٦- قطاع الأدوات المنزلية: ويضم محلات الستائر والمفروشات ومحلات المراتب والسجاد ومعارض الأثاث والأجهزة الكهربائية ومطابخ الألوميتال ومحلات الزجاج والبراويز، ويبلغ عددها ١٥٧ منشأة بنسبة ٨.٧٪، وبذلك يحتل هذا القطاع المرتبة السادسة من إجمالي المنشآت التجارية بالشارع، وتأتي محلات الأثاث المكتبي والمنزلي في المرتبة الأولى من هذا القطاع بعدد ٤٧ منشأة، ثم الستائر والمفروشات بعدد ٢٣ منشأة.

ويتسم هذا القطاع بالتوزيع شبه المتساوي على جانبي الطريق الشرقى والغربى، حيث يضم الجزء الشرقى من الطريق نحو ٧٢ منشأة بنسبة ٤٨٪ من إجمالي هذا القطاع، في حين يستأثر الجانب الغربى من الطريق بالنسبة الباقية، ومن حيث التوزيع على مستوى الطوابق فيلاحظ استئثار الطابق الأرضي بالعدد الأكبر ١٠٧ منشآت بنسبة ٦٨.٢٪، أما الأدوار العليا فبلغ نصيبها ٥٠ منشأة بنسبة ٣١.٨٪ من إجمالي هذا القطاع.

أما من حيث توزيع المنشآت التجارية لقطاع الأدوات المنزلية على مستوى نطاقات شارع فيصل فيوضحه الجدول التالي:

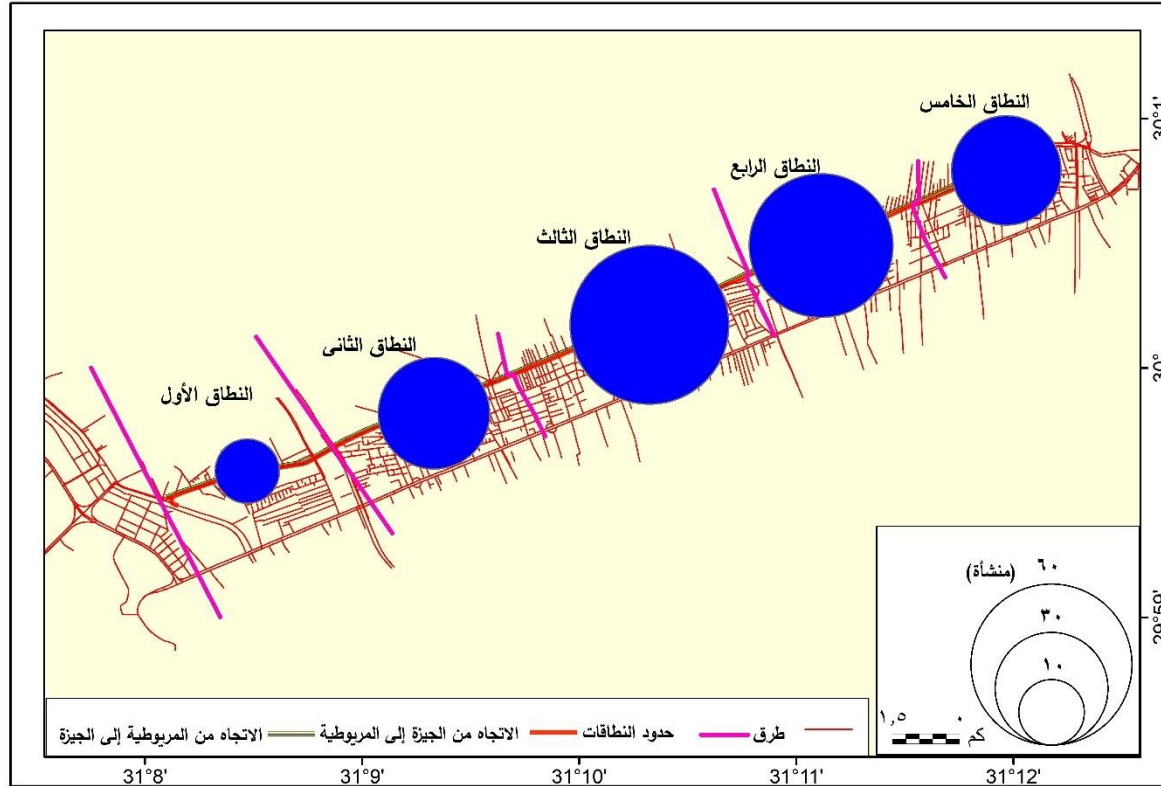
جدول (٨) توزيع المنشآت التجارية لقطاع الأدوات المنزلية

بشارع فيصل موزعاً على النطاقات عام ٢٠٢٠

النطاق الأول		النطاق الثاني		النطاق الثالث		النطاق الرابع		النطاق الخامس		إجمالي التصنيف	
عدد	١٢	عدد	٣٥	عدد	٦٦	عدد	٣٠	عدد	١٤	١٥٧	٨.٧
أ	٥.٥	أ	١٠.٤	أ	١١.٣	أ	٧.٩	أ	٤.٩	-	-
ب	٧.٦	ب	٢٢.٣	ب	٤٢	ب	١٩.١	ب	٨.٩	-	-

أ- % من النطاق - ب % من التصنيف

المصدر: من واقع الدراسة الميدانية للباحث، مارس ٢٠٢٠



شكل (١٠) توزيع المنشآت التجارية لقطاع الأدوات المنزلية بشارع فيصل موزعًا على النطاقات عام ٢٠٢٠

يتضح من الجدول (٨) والشكل (١٠) التفاوت الكبير بين نطاقات شارع فيصل من حيث توزيع المنشآت الخاصة بالأدوات المنزلية، حيث يستأثر النطاق الثالث (من الطالبية إلى الطوابق) بعدد ٦٦ منشأة بنسبة ٤٢٪ من إجمالي عدد المنشآت، يليه بفارق كبير النطاق الثاني (من المساحة إلى الطالبية) بعدد ٣٥ منشأة بنسبة ٢٢.٣٪؛ أي أن هذين النطاقين يستحوذان على ما يقرب من ثلثي عدد المنشآت التجارية الخاصة بالأدوات المنزلية في شارع فيصل، في حين جاء النطاق الأول (من أول فيصل إلى المساحة) في المرتبة الأخيرة بعدد ١٢ منشأة بنسبة ٧.٦٪ فقط.

٧- قطاع السيارات ومستلزماتها: ويشمل معارض بيع السيارات وتأجير السيارات وقطع غيار السيارات ومحلات إطارات وبطاريات السيارات، ويبلغ عددها ١٠٨ منشأة بنسبة ٦٪ من إجمالي المنشآت التجارية بالشارع، يستحوذ الجانب الشرقي من الطريق على ٤٣ منشأة بنسبة ٤٠٪، في حين يستحوذ الجانب الغربي على النسبة الأكبر من منشآت هذا القطاع، أما من حيث توزيع هذا القطاع على مستوى الطوابق فيستأثر الطابق الأرضي بعدد ٩٨ منشأة بنسبة ٩٠.٧٪، في حين تستأثر الطوابق العليا بالنسبة الباقية.

ومن حيث توزيع المنشآت التجارية لقطاع السيارات ومستلزماتها على مستوى نطاقات شارع فيصل فيوضحه الجدول التالي:

جدول (٩) توزيع المنشآت التجارية لقطاع السيارات ومستلزماتها بشوارع فيصل موزعا على النطاقات عام ٢٠٢٠

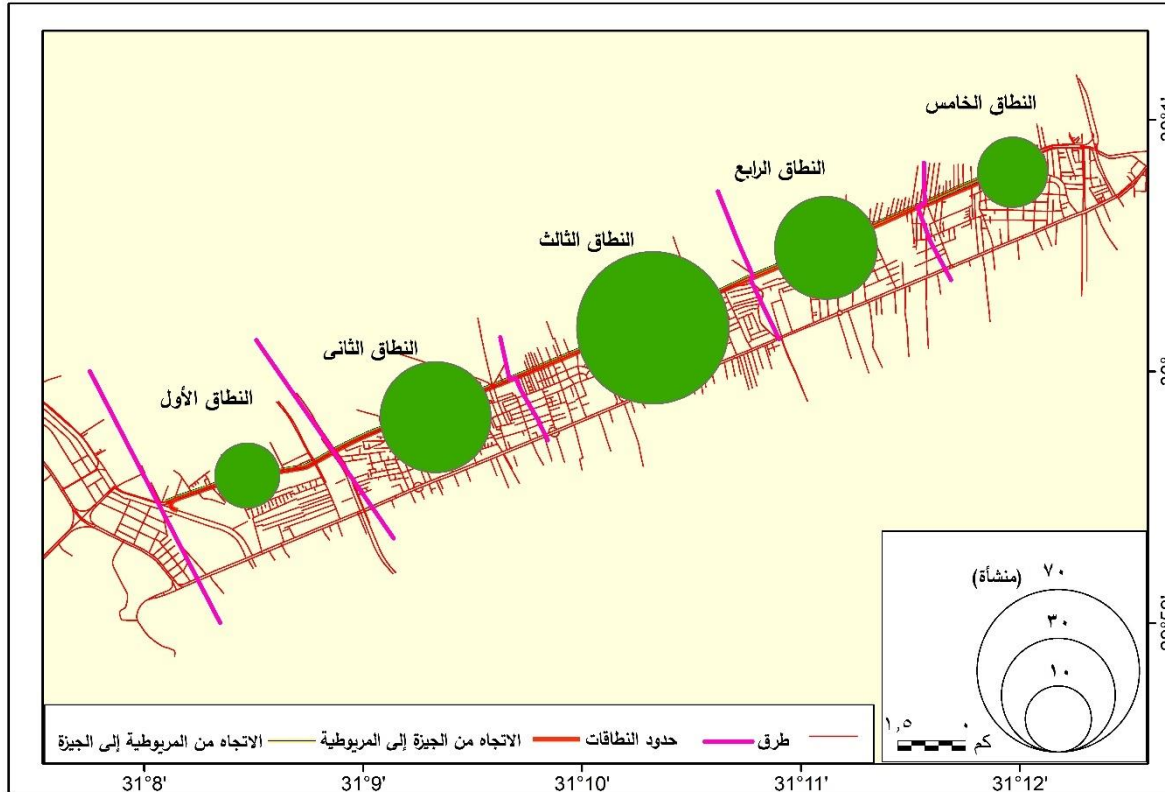
النطاق الأول		النطاق الثاني		النطاق الثالث		النطاق الرابع		النطاق الخامس		إجمالي التصنيف	
عدد	١٢	عدد	١٥	عدد	٤٣	عدد	١٢	عدد	٢٦	١٠٨	٦
أ	٥.٥	أ	٤.٥	أ	٧.٣	أ	٣.٢	أ	٩.١	-	-
ب	١١.١	ب	١٣.٩	ب	٣٩.٨	ب	١١.١	ب	٢٤.١	-	-

أ- % من النطاق ب- % من التصنيف

المصدر: من واقع الدراسة الميدانية للباحث، مارس ٢٠٢٠

يتضح من الجدول (٩) والشكل (١١) أن النطاق الثالث (من الطالبية إلى الطوابق) يحتل المرتبة الأولى من حيث عدد منشآت السيارات ومستلزماتها بعدد ٤٣ منشأة بنسبة نحو ٤٠٪، في حين يتساوى كل من النطاقين الأول (من أول فيصل إلى المساحة) والرابع (من الطوابق إلى المربوطية) بعدد ١٢ منشأة بنسبة ١١٪ لكل منهما.

٨- قطاع خدمات البناء والمعمار: ويضم محلات الحدايد والبويات ومحلات الأدوات الصحية ومحلات السيراميك ومحلات الأبواب المصفحة والأسقف المعلقة وورق الحائط والديكور، ويبلغ عددها ٥١ منشأة بنسبة ٢.٨٪ من إجمالي المنشآت التجارية بالشارع، يستحوذ الجانب الشرقي من الطريق على ١٦ منشأة بنسبة ٣١.٤٪ فقط، في حين يستحوذ الجانب الغربي على النسبة الكبرى من منشآت هذا القطاع بعدد ٣٥ منشأة بنسبة ٦٨.٦٪. أما من حيث توزيع هذا القطاع على مستوى الطوابق فيستأثر الطابق الأرضي بعدد ٤٤ منشأة بنسبة ٨٦.٣٪، في حين تستأثر الطوابق العليا بالنسبة الباقية.

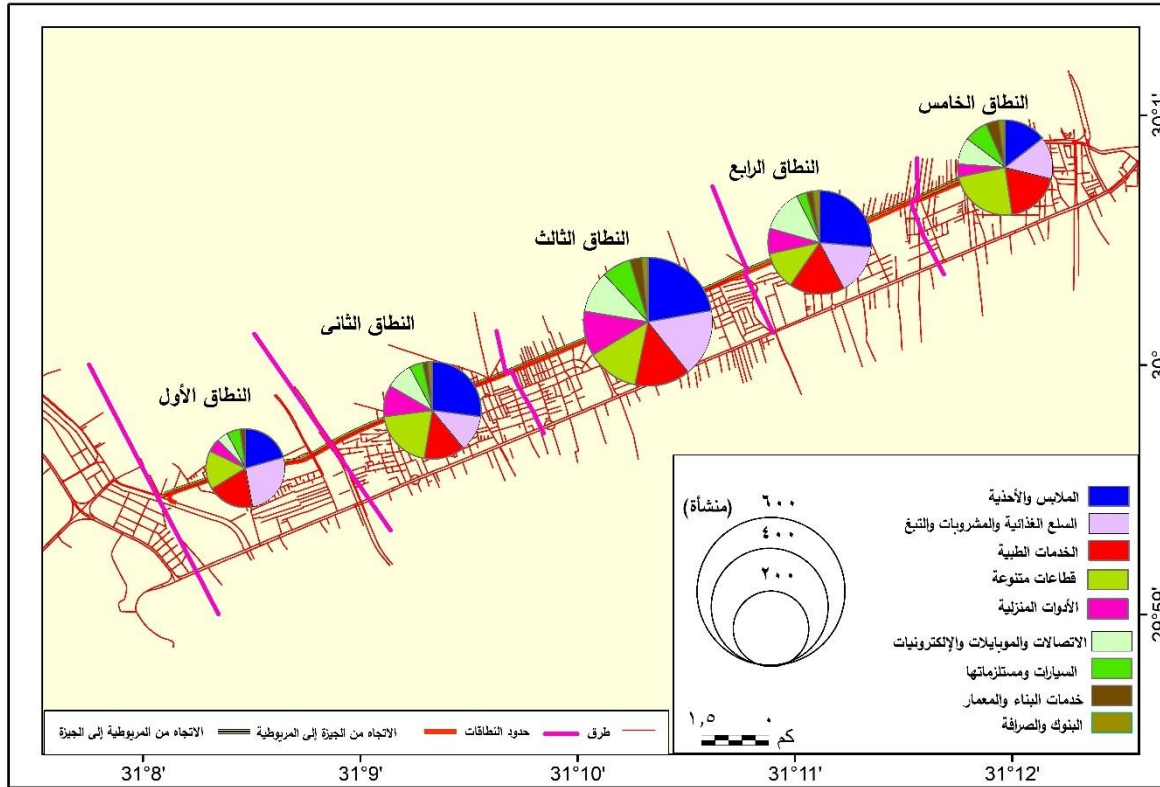


شكل (١١) توزيع المنشآت التجارية لقطاع السيارات ومستلزماتها بشارع فيصل موزعاً على النطاقات عام ٢٠٢٠

أما من حيث التوزيع على نطاقات شارع فيصل فيحتل النطاق الثالث (من الطالبية إلى الطوابق) المرتبة الأولى بعدد ١٨ منشأة بنسبة ٣٥.٣٪، ويأتي النطاق الخامس (من المربوطية إلى آخر فيصل) في المرتبة الثانية بعدد ١٤ منشأة، في حين يحتل النطاق الأول (من أول فيصل إلى المساحة) المرتبة الأخيرة بعدد ٥ منشآت فقط بنسبة ٩.٨٪ من إجمالي المنشآت الخاصة بخدمات البناء والمعمار.

٩- قطاع البنوك والصرافة: ويضم البنوك ومحلات الصرافة، ويبلغ عددها ٢٩ منشأة بنسبة ١.٦٪ من إجمالي المنشآت التجارية بالشارع، وبذلك يأتي هذا القطاع في المرتبة الأخيرة من حيث المنشآت التجارية بشارع فيصل، ويتساوى الجانب الشرقي من الطريق مع الجانب الغربي منه من حيث عدد المنشآت الخاصة بهذا القطاع تقريباً بنسبة ٤٨.٥٪ و ٥١.٥٪ على الترتيب، أما من حيث توزيع هذا القطاع على مستوى الطوابق فيستأثر الطابق الأرضي بعدد ٢٧ منشأة بنسبة ٩٣٪.

ومن حيث التوزيع على نطاقات شارع فيصل فيحتل النطاق الثالث (من الطالبية إلى الطوابق) المرتبة الأولى بعدد ١٨ منشأة بنسبة ٣٥.٣٪، ويأتي النطاق الخامس (من المربوطية إلى آخر فيصل) في المرتبة الثانية بعدد ١٤ منشأة، في حين يحتل النطاق الأول (من أول فيصل إلى المساحة) المرتبة الأخيرة بعدد خمس منشآت فقط بنسبة ٩.٨٪ من إجمالي المنشآت الخاصة بخدمات البنوك والصرافة. أما من حيث إجمالي التوزيع العدي للمنشآت التجارية على نطاقات شارع فيصل فيتضح من الشكل (١٢) ما يلي :



شكل (١٢) التوزيع العددي للنوعى للمنشآت التجارية بشوارع فيصل موزعًا على النطاقات الخمسة عام ٢٠٢٠

- يأتي النطاق الثالث (من الطالبية إلى الطوابق) في المرتبة الأولى من حيث التوزيع العددي على نطاقات شارع فيصل بنسبة ٣٢.٤٪، بينما النطاق الأول (من أول فيصل إلى المساحة) أقلها من حيث العدد بنسبة ١٢.١٪، ويرجع ذلك إلى كثرة الاستخدامات السكنية بهذا النطاق، مثل مساكن منتصر، وهي منطقة سكنية ولا توجد بها أي محلات، بالإضافة إلى غلبة الأنشطة التعليمية على هذا النطاق، حيث توجد به مدرستان وكلية التربية الرياضية، علاوة على وجود أرض فضاء تشغل مساحة كبيرة؛ الأمر الذي ترتب عليه التأثير على هذا النطاق في قلة عدد الاستخدامات التجارية.

ومن حيث المركب النوعي فيتضح أن الأنشطة التجارية تتسم بتوزيع غير متجانس عبر النسيج العمراني، فبعضها يظهر باستمرار، وبعضها يخضع ظهوره لظروف معينة، وبعضها مرتبط بحجم السكان، ويلاحظ غلبة نشاط الملابس والأحذية بنسبة ٢٢.٨٪، يليه قطاع الأغذية والمشروبات بنسبة ١٦.٨٪، ولعل ذلك يرجع إلى زيادة استهلاك هذين النوعين من قبل سكان الشارع البالغ عددهم ٢.٤ مليون نسمة حسب تعداد ٢٠١٦ بنسبة ٦٥.٨٪ من إجمالي سكان مدينة الجيزة البالغ عددهم ٣.٧ مليون نسمة في العام نفسه (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، ٢٠١٧، ص ص ١٩-٢٠)، علاوة على وجود بعض المحلات التي تشتهر بأنها ماركات عالمية في القطاعين؛ الأمر الذي جعل لهما الغلبة، في حين يأتي قطاع البنوك والصرافة في المرتبة الأخيرة بنسبة ١.٦٪ من إجمالي المنشآت التجارية، ولعل ذلك يرجع إلى قرب شارع فيصل من شارع الأهرام الذي يتسم بالنمط السياحي، وبالتالي يفضل أصحاب شركات الصرافة الاستثمار في شارع الأهرام بدلا من شارع فيصل.

أما من حيث المركب المساحي لشارع الملك فيصل فيوضحه الملحق (١)

والذى يتضح منه ما يلي (*):

- بلغت المساحة الإجمالية للنطاقات الخمسة ٢٤٨٦٤٩ متراً مربعاً، استأثر النطاق الثالث (من الطالبية إلى الطوابق) بالمرتبة الأولى بمساحة بلغت ١٠٠١٨٣ م^٢ بنسبة ٤٠.٣٪، يليه النطاق الثانى (من المساحة إلى الطالبية) بمساحة بلغت ٥١٣٦ م^٢ بنسبة ١٨.٢٪، وجاء فى المرتبة الأخيرة النطاق الأول (من أول فيصل إلى المساحة) بمساحة بلغت ٢٩٠٣٢ م^٢ بنسبة ١١.٧٪ من إجمالي المساحات، وبحساب معامل ارتباط بيرسون (Pearson's R) بين المركب العدى والمركب المساحى وجدت علاقة طردية قوية موجبة بلغت ٠.٩٣.

- التباين الواضح بين المساحات من حيث المركب النوعى، حيث جاءت القطاعات المتنوعة فى المرتبة الأولى بمساحة بلغت ٨٩٧٥٦ م^٢ بنسبة ٣٦.١٪ من إجمالي المساحة، ويرجع ذلك إلى احتياج مثل هذا النوع من القطاعات الذى يضم (الخدمات الإدارية والمكتبية ومحطات تموين السيارات... إلخ) إلى مساحات كبيرة، وقد لاحظ الباحث أثناء الدراسة الميدانية أن من سمات هذا القطاع اتساع الواجهات التى تصل إلى عشرين متراً (صورة ٣)، فى حين جاء قطاع الأغذية والمشروبات فى المرتبة الثانية بمساحة بلغت ٥٤٥٦٨ م^٢ بنسبة ٢١.٩٪ من إجمالي المساحات.

ثالثاً: الخصائص الجغرافية للاستخدامات التجارية بشارع فيصل:

- المركزية التجارية بالشارع:

من أجل الوقوف على نمط توزيع الأنشطة التجارية سيتم استخدام طريقة كمية لإعطاء الوزن التجارى الحقيقى لمختلف الأنشطة التجارية التى يتميز بها

(*) تم حساب المساحات اعتماداً على الرفع الميدانى للشارع من واقع الدراسة الميدانية، ثم عن طريق برنامجى (Google Earth) و (Arc Map) تم حساب مساحة النطاقات الخمسة وكذلك المركب النوعى للمنشآت.

شارع فيصل، من خلال مؤشر التجمع التجارى (Indicator Of Davies)، وهو مؤشر يهتم بتوضيح مدى تجمع الأنشطة التجارية بالقطاعات المختلفة بإعطاء الوزن الحقيقى لأى نشاط تجارى، ويتم حساب مؤشر (Davies) من خلال المعادلة التالية:

مؤشر التجمع التجارى = عدد المحلات لنشاط تجارى معين / ندرة المحلات التجارية، علمًا بأن ندرة المحلات التجارية = ١ / مجموع المحلات لنفس النشاط التجارى فى كل قطاع (ابن غضبان، فؤاد، ٢٠١٦، ص ٢٧٩).

وبتطبيق مؤشر التجمع التجارى على النطاقات الخمسة، بلغ متوسط هذا المؤشر ١٤٨.٨، وبلغت أعلى قيمة له فى النطاق الثالث (من الطالبية إلى الطوابق) ٢٤١.٤، يليه النطاق الرابع (من الطوابق إلى المربوطية) ١٥٦.١، بينما احتل النطاق الأول (من أول فيصل إلى المساحة) المرتبة الأخيرة ٩٠.٢، وتدل هذه القيم على حقيقة نمط التوزيع المكانى للأنشطة التجارية، والعلاقة طردية بين درجة التجمع التجارى ومؤشر (Davies)، حيث ترتفع درجة التجمع التجارى بارتفاع مؤشر (Davies).

- تنوع الاستخدامات التجارية:

يتسم شارع فيصل بتنوع الاستخدامات التجارية، وبلغ مقياس التنوع ٠.٨٤ وذلك باستخدام مقياس جيبس ومارتن للتنوع (*).

(* تم استخدامه لأول مرة على يد جيمس ومارتن عام ١٩٦٢، ويستخدم هذا المقياس فى دراسة التنوع فى توزيع العاملين بالأنشطة الاقتصادية، وقد استعاض الباحث بعدد المنشآت بدلا من أعداد العاملين، وذلك طبقاً للمعادلة الآتية: مقياس التنوع = ١ - مج س / ٢ (مج س) : حيث س = عدد المؤسسات، ويصل التنوع أقصاه إذا بلغ ناتج المقياس واحد صحيح، ويقال كلما قل عن ذلك. عن (إبراهيم، عيسى على، ١٩٩٩، ص ص ١٤٤ - ١٤٥).

جدول (١٠) تنوع الاستخدامات التجارية بشارع فيصل
باستخدام مقياس جيمس ومارتن للتنوع

النطاق	المقياس
الأول	٠.٨٢
الثاني	٠.٨٣
الثالث	٠.٨٥
الرابع	٠.٨٤
الخامس	٠.٨٦

بتحليل الجدول (١٠) يتضح أن المقياس بلغ أعلاه في النطاق الخامس (من المربوطة إلى آخر فيصل)، حيث بلغ ٠.٨٦، بينما يعد النطاق الأول (من أول فيصل إلى المساحة) أقلها، حيث بلغ المقياس ٠.٨٢.

وبالرغم من تنوع الاستخدامات التجارية، فإن كل نطاق يتخصص في تجارة مجموعة من السلع، وبتطبيق الدليل الوظيفي للنطاقات يتضح أن النطاقين (الأول والخامس) يتخصصان في تجارة السلع الغذائية، في حين تتخصص النطاقات (الثاني والثالث والرابع) في تجارة الملابس والأحذية، وهو ما يوضحه الجدول التالي (*).

(* الجدول من حساب الباحث اعتمادًا على المعادلة الآتية:

الدليل الوظيفي = عدد مؤسسات النشاط في النطاق / متوسط عدد المؤسسات في النطاق × عدد مؤسسات النشاط في النطاق. عن (النحاس، أحمد مصطفى، ١٩٩٨، ص ٣٢).

جدول (١١) الدليل الوظيفي لنطاقات شارع فيصل عام ٢٠٢٠

النطاق/ التخصص	ملابس وأحذية	سلع غذائية	منشآت طبية	منشآت متنوعة	أدوات منزلية	اتصالات	سيارات	مواد بناء	منشآت بنكية
الأول	٢٤.٦	٥٥.٣	٢٩.٨	٢٢.٨	٤.٦	٢.٨	٦.٧	٢.٥	٠
الثاني	١٠٠.٥	٢٦.٣	٣٥.٧	٨٥.٩	٣٩.٠	٢٥.٠	١٠.٤	٣.٥	٤.٣
الثالث	٢٠٥.١	١٦٤.٥	١١٣.٦	١١٠.٢	١٣٨.٧	١٠٣.٤	٨٥.٦	٣١.٨	١٤.٠
الرابع	١٢١.٤	٥٩.٢	٧٣.٦	٣٧.٦	٢٨.٧	٦٩.٤	٦.٧	٦.٣	١١.٠
الخامس	٢٥.٧	٣٤.٨	٦٠.٨	٣٦.٠	٦.٢	٢٣.٤	٣١.٣	١٩.٢	٨.٤

رابعاً خصائص المتسوقين في الأنشطة التجارية بشوارع فيصل:

تشمل هذه الخصائص رحلة البيع والشراء وتدفقات الإنفاق بالمنطقة، حيث تعدّ دراسة سلوك المستهلك ذات أهمية جغرافية كبيرة؛ لأن النشاط التجاري يعتبر من الأنشطة المتجهة نحو المستهلك، كما تفيد دراسة سلوك المستهلك في تنمية وتخطيط أنشطة قطاع تجارة التجزئة (إبراهيم، وفيق محمد، ١٩٩٦، ص ١١٠)، كما يعتبر حجم المنشآت التجارية وتنوعها في الشارع انعكاساً لعدد المستهلكين والحالة الاقتصادية المؤثرة في البيع والشراء.

وللوقوف على هذه الجزئية تم الحصول على بياناتها من واقع الدراسة الميدانية، حيث تم توزيع استبانات على المترددين على الشارع في أوقات ومناطق مختلفة للتعرف عن كثر على هذه الملامح.

واسترشاداً بالدراسة التي قدمها عبده عن الشوارع التجارية الرئيسية في المدينة المنورة (عبده، أشرف على، ٢٠١٧، ص ٧٥)، سوف يتم التركيز في هذا الجزء على المتغيرات التي تميز المتسوقين، وتغطي هذه المتغيرات عدة جوانب تتعلق بالخصائص الديموجرافية والاقتصادية للمتسوق، وخصائص تتعلق بدوافع وعادات الشراء.

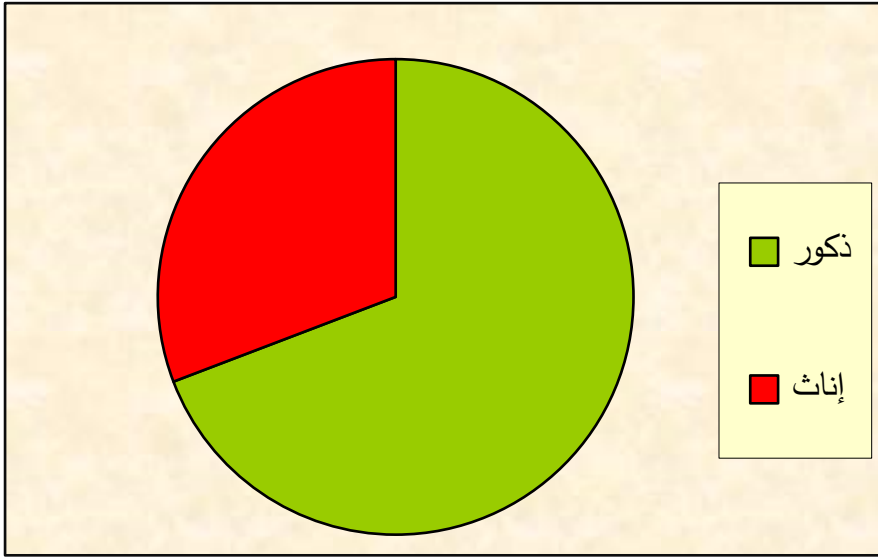
١- الخصائص الديموجرافية للمتسوقين:

أ- التركيب النوعي: يمكن الوقوف على دراسة التركيب النوعي من خلال الجدول الآتي:

جدول (١٢) تصنيف المتسوقين في شارع فيصل حسب التركيب النوعي
(بالعينة) عام ٢٠٢٠

المجموع	%	إناث	%	ذكور
٢٢١	٣٠.٨	٦٨	٦٩.٢	١٥٣

المصدر: استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث، يوليو، ٢٠٢٠



شكل (١٣) تصنيف المتسوقين في شارع فيصل حسب التركيب النوعي
(بالعينة) عام ٢٠٢٠

يتضح من الجدول (١٢) والشكل (١٣) ما يلي:

- بلغ عدد المتسوقين من الذكور حسب العينة ٦٩.٢٪ من إجمالي عدد المتسوقين من الشارع، في حين كان نصيب الإناث نحو ٣٠.٨٪، ويُعزى ذلك إلى أن فئة الذكور هم المنوط بهم عملية الشراء والتسوق لقضاء حاجة أفراد العائلة الشهرية والأسبوعية واليومية أكثر من فئة الإناث.

ب- التركيب العمري:

يختلف الإقبال على شراء السلع حسب الفئة العمرية، كما أن للعمر دوراً في تغيير سلوك الفرد تجاه السلع المشتراة التي تختلف من جيل إلى آخر، وهو

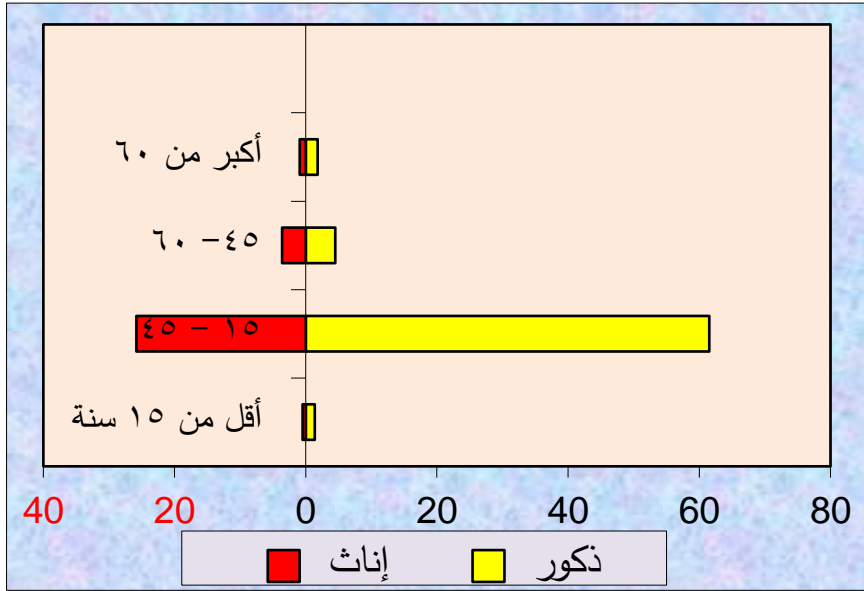
ما يوضحه الجدول التالي:

جدول (١٣) التركيب العمري - النوعي للمتسوقين

فى شارع فيصل بالعينة عام ٢٠٢٠

الفئة	ذكور	%	إناث	%	الإجمالي
أقل من ١٥	٣	١.٤	١	٠.٥	٤
١٥ - ٤٥	١٣٦	٦١.٥	٥٧	٢٥.٨	١٩٣
٤٥ - ٦٠	١٠	٤.٥	٨	٣.٦	١٨
أكبر من ٦٠	٤	١.٨	٢	٠.٩	٦
الإجمالي	١٥٣	٦٩.٢	٦٨	٣٠.٨	٢٢١

المصدر: استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث، يوليو، ٢٠٢٠



شكل (١٤) التركيب العمري - النوعي للمتسوقين فى شارع فيصل بالعينة عام ٢٠٢٠

يتضح من الجدول (١٣) والشكل (١٤) ما يلى:

- الفئات العمرية التى تقوم بعملية التسوق بالشارع داخل العينة تميل نحو اتخاذ

شكل الناقوس (عبد، أشرف على، مرجع سبق ذكره، ص ٨٢)، حيث تميل النسب نحو الانخفاض فى الفئات العمرية الدنيا (أقل من ١٥ عاماً)، ثم تبدأ النسب فى الارتفاع لتصل أقصاها فى الفئة العمرية (١٥ - ٤٥ عاماً)، ثم تبدأ فى الانخفاض مرة أخرى لتسجل ٨.١% فى الفئة العمرية (٤٥ - ٦٠ عاماً)، ثم تواصل انخفاضها فى الفئة العمرية (أكبر من ٦٠ عاماً) لتسجل ٢.٣%.

- استحوذت الفئة العمرية (١٥ - ٤٥ عاماً) على النسبة الكبرى من حيث الفئات العمرية للمتسوقين من الشارع، حيث بلغت النسبة ٨٧.٣% من إجمالي عدد المتسوقين فى الشارع، ويتضح أيضاً التفاوت فى التركيب النوعى بهذه الفئة، حيث ساهم الذكور بحوالى ٧٠.٥% من إجمالي هذه الفئة، فى حين أن النسبة الباقية فى التسوق من الإناث؛ ويُعزى ارتفاع نسبة هذه الفئة لكونهم يمثلون فئة الشباب ولهم القدرة على التسوق على فترات متقاربة وفى أوقات مختلفة. أما الفئة العمرية (أقل من ١٥ عاماً) فقد جاءت فى المرتبة الأخيرة، حيث سجلت ٤ أفراد فقط من إجمالي العينة بنسبة ١.٨%، واحتل الذكور أيضاً المرتبة الأولى بنسبة ٧٥% من إجمالي هذه الفئة العمرية.

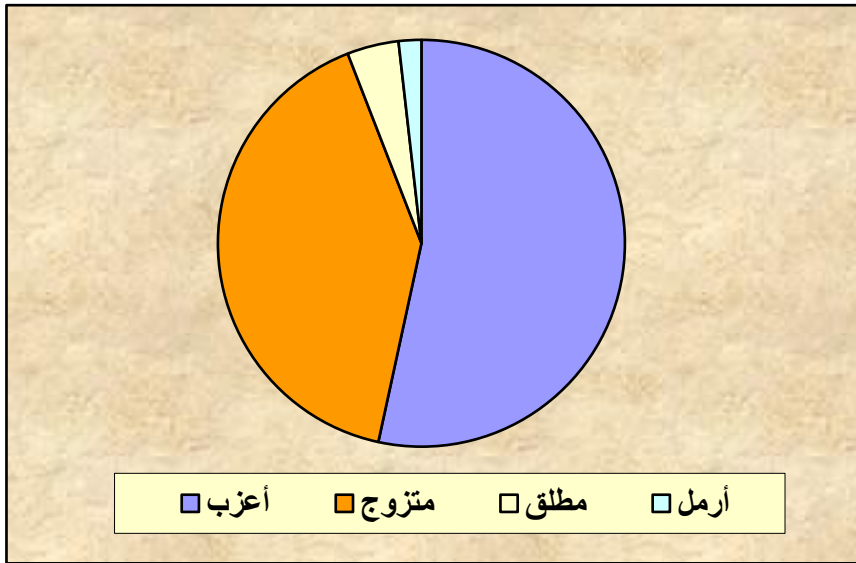
ج- الحالة الاجتماعية:

تعتبر الحالة الاجتماعية من العوامل المؤثرة فى التسوق عامةً؛ لما يرتبط بها من زيادة عدد الأسر وما يتبعه من زيادة عدد السكان والمتسوقين كما يتضح من الجدول التالى :

جدول (١٤) الحالة الاجتماعية للمتسوقين فى شارع فيصل بالعينة

الحالة	أعزب	متزوج	مطلق	أرمل	الإجمالي
العدد	١١٨	٩٠	٩	٤	٢٢١
%	٥٣.٤	٤٠.٧	٤.١	١.٨	١٠٠%

المصدر: استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث، يوليو، ٢٠٢٠



شكل (١٥) الحالة الاجتماعية للمتسوقين في شارع فيصل بالعينة عام ٢٠٢٠
يتضح من الجدول (١٤) والشكل (١٥) أن فئة غير المتزوجين تستأثر بالنصيب الأكبر من حيث نسبة المتسوقين في شارع فيصل بنسبة تزيد عن نصف العينة ٥٣.٤٪، في حين تأتي فئة المتزوجين في المرتبة الثانية بنسبة ٤٠.٧٪؛ وذلك لأنها الفئة المعيلة التي يتطلب منها توفير الحاجات الأساسية للأسرة من المنشآت التجارية، في حين تأتي فئة الأرمال في الفئة الأخيرة بنسبة ١.٨٪ من إجمالي العينة، وربما يُعزى ذلك إلى إقامة معظم أصحاب هذا الفئة مع أسرهم، الأمر الذي ترتب عليه قلة مسؤوليتها مقارنة بفئة المتزوجين.

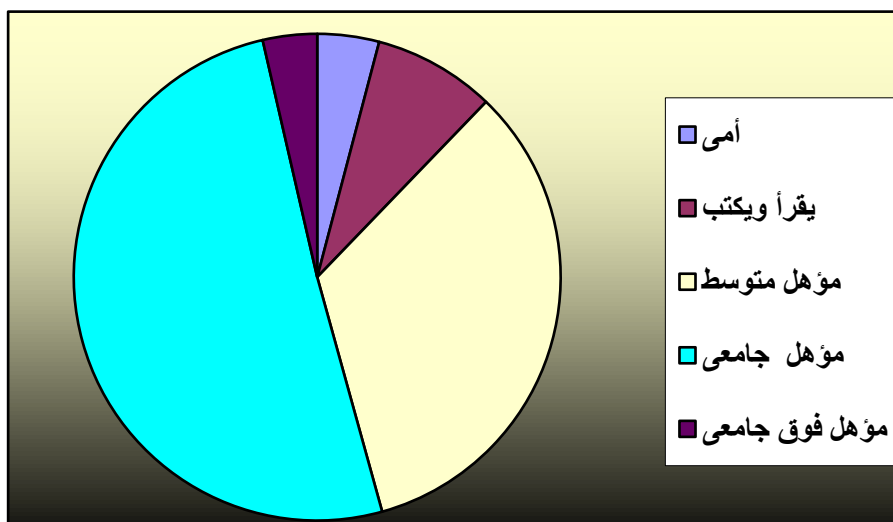
د- الحالة التعليمية:

يعتبر التعليم من المؤشرات المهمة في عملية التسوق، حيث يفتح التعليم مجالات متعددة للمتسوقين، فهو يؤثر في سلوك الفرد عامة، كما يؤثر في سلوك الفرد الاستهلاكي؛ لما للتعليم من أثر في ثقة الفرد بنفسه وفي تصرفاته، حيث يميل الفرد المتعلم عند التسوق إلى التأثر بدوافع وأسباب عقلانية لا عاطفية في اتخاذ قراره الشرائي، كما يهتم بجودة المنتج (عبد الحميد، محمد صبرى، ص ٢٣).

جدول (١٥) تصنيف المتسوقين من شارع فيصل حسب الحالة التعليمية
بالعينة عام ٢٠٢٠

الحالة	أمى	يقرأ ويكتب	مؤهل متوسط	مؤهل جامعي	مؤهل فوق جامعي	الإجمالي
العدد	٩	١٨	٧٤	١١٢	٨	٢٢١
%	٤.١	٨.١	٣٣.٥	٥٠.٧	٣.٦	١٠٠ %

المصدر: استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث، يوليو، ٢٠٢٠



شكل (١٦) تصنيف المتسوقين من شارع فيصل حسب الحالة التعليمية عام ٢٠٢٠

يتضح من الجدول (١٥) والشكل (١٦) أن الحاصلون على مؤهل جامعي يستأثروا على ما يزيد عن نصف عدد العينة ٥٠.٧%، الأمر الذي يؤكد أهمية التعليم كمؤشر ودافع لعملية التسوق، حيث يؤثر في الثقافة الاستهلاكية لدى الأفراد، كما يلعب دوراً مهماً في تحديد اتجاهات التسوق لديهم، وجاء المؤهل المتوسط في المرتبة الثانية بحوالي ثلث العينة ٣٣.٥%؛ أي أن هاتين الفئتين تستحوذان على ٨٤.٢% تقريباً من إجمالي العينة، في حين استأثرت بقية الفئات بالنسبة المتبقية ١٥.٨%.

- تعكس الصورة السابقة أهمية الحالة التعليمية فى عملية التسوق، وربما يرجع السبب فى ذلك إلى قرب شارع الملك فيصل من مؤسسات تعليمية بكافة مراحلها، مثل جامعة القاهرة وبعض المعاهد العليا والمتوسطة.

د- الحالة المهنية:

من الجدير بالذكر أن الحالة المهنية تلعب دورًا كبيرًا فى عملية التسوق وتحديد اتجاهاتها - باستثناء السلع الأساسية - فتختلف طلبات رب الأسرة أو المتسوق الذى يعمل بأجر ثابت عن من يعمل فى الأعمال الحرة عن الذين لا يعملون، حيث توجد علاقة طردية بين نوع العمل والدخل.

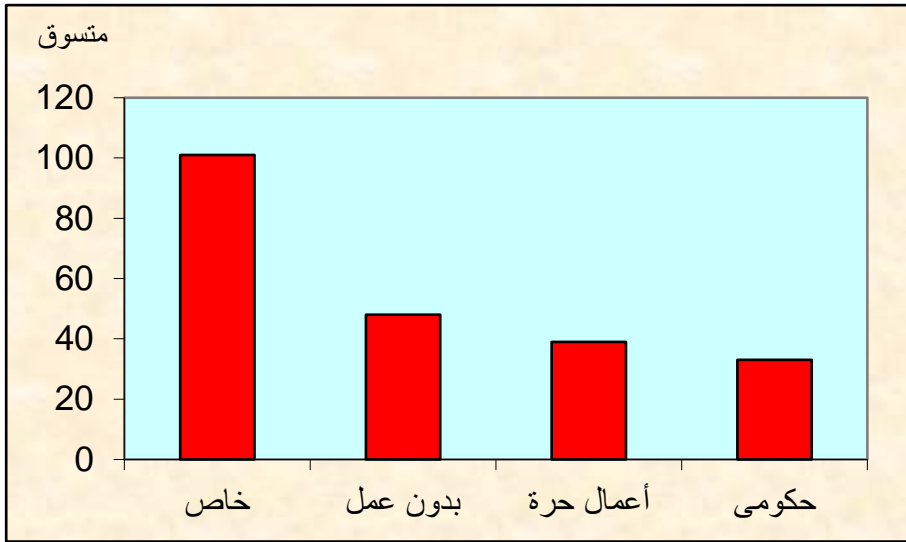
جدول (١٦) تصنيف المتسوقين من شارع فيصل

حسب الحالة المهنية بالعينة عام ٢٠٢٠

الحالة المهنية	خاص	بدون عمل	أعمال حرة	حكومي	الإجمالي
العدد	١٠١	٤٨	٣٩	٣٣	٢٢١
%	٤٥.٧	٢١.٧	١٧.٦	١٤.٩	١٠٠%

المصدر: استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث، يوليو، ٢٠٢٠

يتضح من الجدول (١٦) والشكل (١٧) تزايد القدرة الشرائية للمتسوقين العاملين فى القطاع الخاص، حيث تقترب نسبتهم من نصف عدد العاملين فى مختلف القطاعات حسب عينة الدراسة، ويرجع السبب فى ذلك إلى زيادة دخل العاملين فى القطاع الخاص ٤٥.٧% عن القطاع الحكومى الذى احتل المرتبة الأخيرة بعدد ٣٣ فردًا بنسبة ١٤.٩% من إجمالي العينة.



شكل (١٧) تصنيف المتسوقين من شارع فيصل حسب الحالة المهنية
بالعينة عام ٢٠٢٠

هـ- دخل الفرد:

يمثل الدخل الشهري للمتسوقين أقوى العوامل المؤثرة في عملية التسوق؛ بسبب العلاقة الطردية بين دخل الفرد ومدى قدرته على شراء السلع، كما يعد دخل الفرد من العوامل المؤثرة في الاستهلاك، حيث يؤثر في الحركة الاقتصادية وحجم الإنفاق، وتتوقف القدرة الشرائية للفرد على الدخل النقدي، وهي تتناسب عكسياً مع المستوى العام للأسعار، فإذا ارتفع الدخل النقدي للفرد وظلت الأسعار ثابتة ارتفع الدخل الحقيقي والعكس صحيح^(*).

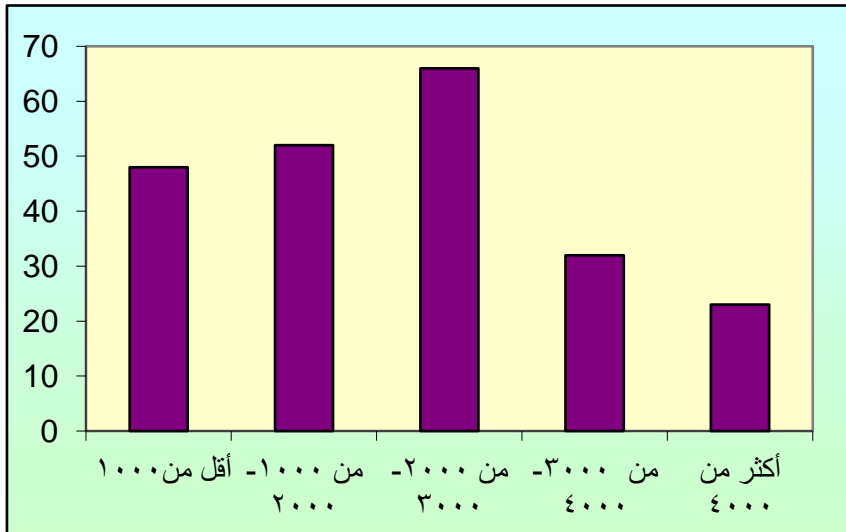
(*) الدخل النقدي: هو إجمالي ما يتقاضاه الفرد من نقود، أما الدخل الحقيقي: فهو كمية السلع والخدمات التي يمكن الحصول عليها بالدخل النقدي. عن (إبراهيم، وفيق محمد، مرجع سبق ذكره، ص ١١٤).

جدول (١٧) تصنيف المتسوقين من شارع فيصل

حسب متوسط دخل الفرد بالعينة عام ٢٠٢٠

متوسط الدخل (بالجنيه)	أقل من ١٠٠٠	من ١٠٠٠ - ٢٠٠٠	من ٢٠٠٠ - ٣٠٠٠	من ٣٠٠٠ - ٤٠٠٠	أكثر من ٤٠٠٠	الإجمالي
العدد	٤٨	٥٢	٦٦	٣٢	٢٣	٢٢١
%	٢١.٧	٢٣.٥	٢٩.٩	١٤.٥	١٠.٤	% ١٠٠

المصدر: استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث، يوليو، ٢٠٢٠



شكل (١٨) تصنيف المتسوقين من شارع فيصل حسب متوسط دخل الفرد

بالعينة عام ٢٠٢٠

يتضح من الجدول (١٧) والشكل (١٨) أن فئة الدخل (أكبر من ٣٠٠٠ جنيهه) شغلت المرتبة الأولى بعدد ٦٦ فردًا وبنسبة ٢٩.٩٪، في حين تليها فئة (أكبر من ٢٠٠٠ جنيهه) بعدد ٥٢ فردًا وبنسبة ٢٣.٥٪، في حين جاءت الفئة (أكثر من ٤٠٠٠ جنيهه) في المرتبة الأخيرة بعدد ٢٣ فردًا وبنسبة ١٠.٤٪ من إجمالي أفراد العينة.

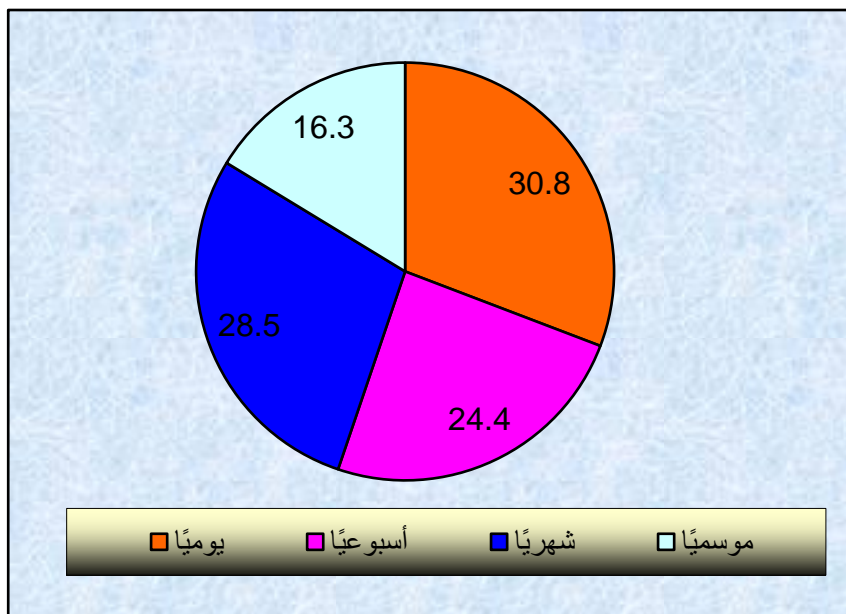
٢- دوافع وعادات الشراء للمتسوقين:

أ- عدد مرات التسوق:

جدول (١٨) تصنيف المتسوقين من شارع فيصل حسب عدد مرات التسوق بالعينة عام ٢٠٢٠

عدد مرات التسوق	يوميًا	أسبوعيًا	شهريًا	موسميًا	الإجمالي
العدد	٦٨	٥٤	٦٣	٣٦	٢٢١
%	٣٠.٨	٢٤.٤	٢٨.٥	١٦.٣	% ١٠٠

المصدر: استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث، يوليو، ٢٠٢٠



شكل (١٩) تصنيف المتسوقين من شارع فيصل حسب عدد مرات التسوق بالعينة عام ٢٠٢٠

يتضح من الجدول (١٨) والشكل (١٩) أن أكثر المترددين على شارع فيصل للتسوق هم الذين يقضون احتياجاتهم يوميًا بنسبة ٣٠.٨٪، ويرجع ذلك

إلى طبيعة السلع التي يقدمها الشارع والتي تتسم بسرعة التلف، علاوةً على القرب المكانى للشارع لكثير من المتسوقين، فضلاً عن اتسام الشارع بالكثافة السكانية، وما يترتب على ذلك من زيادة القدرة الشرائية، أما المترددين على الشارع شهرياً فبلغت نسبتهم ٢٨.٥٪، ويتزامن تسوق هذه الفئة مع صرف الرواتب الشهرية وتلبية معظم احتياجات الشهر مرة واحدة، فى حين جاء عدد المترددين أسبوعياً فى المرتبة الثالثة بنسبة ٢٤.٤٪، أما المترددين على الشارع موسميًا فبلغت نسبتهم ١٦.٣٪، ويقومون بالتسوق من الشارع فى أوقات الأعياد والمدارس، وأكثر السلع ارتباطاً بهذه الفئة هى الملابس والأحذية.

ب- وسيلة القდوم:

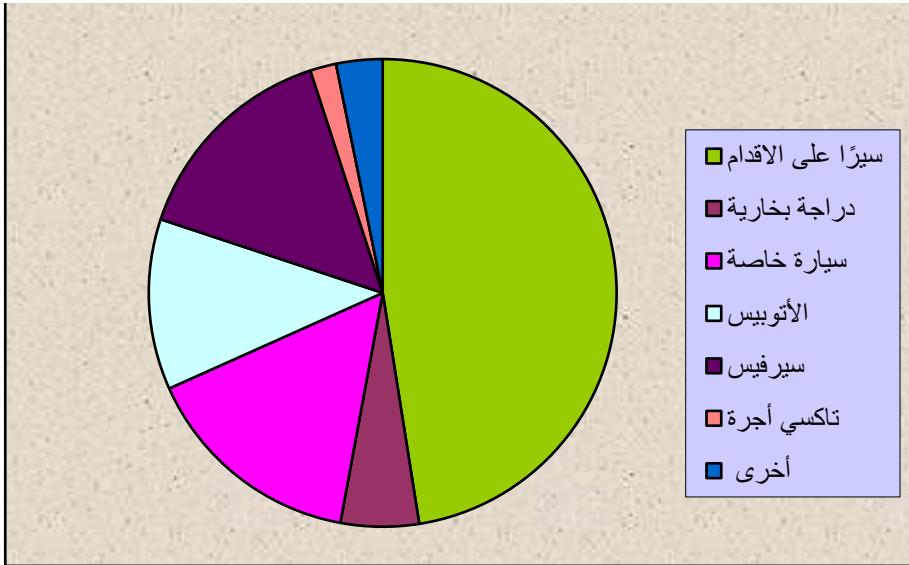
جدول (١٩) تصنيف المتسوقين من شارع فيصل

حسب وسيلة القدوم بالعينة عام ٢٠٢٠

الوسيلة	سييرا على الأقدام	دراجة بخارية	سيارة خاصة	أتوبيس	سيرفيس	تاكسى أجرة	أخرى (*)	الإجمالي
العدد	١٠٥	١٢	٣٤	٢٦	٣٣	٤	٧	٢٢١
%	٤٧.٥	٥.٤	١٥.٤	١١.٨	١٤.٩	١.٨	٣.٢	١٠٠%

المصدر: استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث، يوليو، ٢٠٢٠

(*) تشمل: (توكتوك - مترو - عجلة).



شكل (٢٠) تصنيف المتسوقين من شارع فيصل حسب وسيلة القدم
بالعينة عام ٢٠٢٠

يتضح من الجدول (١٩) والشكل (٢٠) أن ما يقرب من نصف عدد العينة بنسبة ٤٧.٥% يأتون إلى الشارع سيرًا على الأقدام، الأمر الذي يدل على القرب المكاني للمتسوقين من الشارع، وهو ما يتفق مع عدد المترددين يوميًا، في حين جاءت السيارات الخاصة في المرتبة الثانية بنسبة ١٥.٤% من إجمالي العينة؛ لتوافرها في جميع الأوقات للمتسوقين، علاوة على أنها تعمل على راحة المتسوق لكونها تمثل وسيلة واحدة للتنقل بدلا من تعدد الوسائل، وبلغت نسبة سيارات النقل الجماعي ممثلة في السيرفيس ١٤.٩% والأتوبيس ١١.٨%؛ أي أنهما يستحوذان على ما يزيد عن ربع العينة؛ وذلك بسبب الموقع الحيوى لشارع فيصل، الأمر الذي يدل على خدمة الشارع لعدد كبير من السكان بصرف النظر عن الحي أو المنطقة، أما المرتبة الأخيرة فكانت من نصيب سيارات الأجرة بنسبة ١.٨%؛ وذلك بسبب اعتماد المتسوقين على السير على الأقدام أو السيارات الخاصة أو السيرفيس أو الأتوبيس أو الدراجات البخارية.

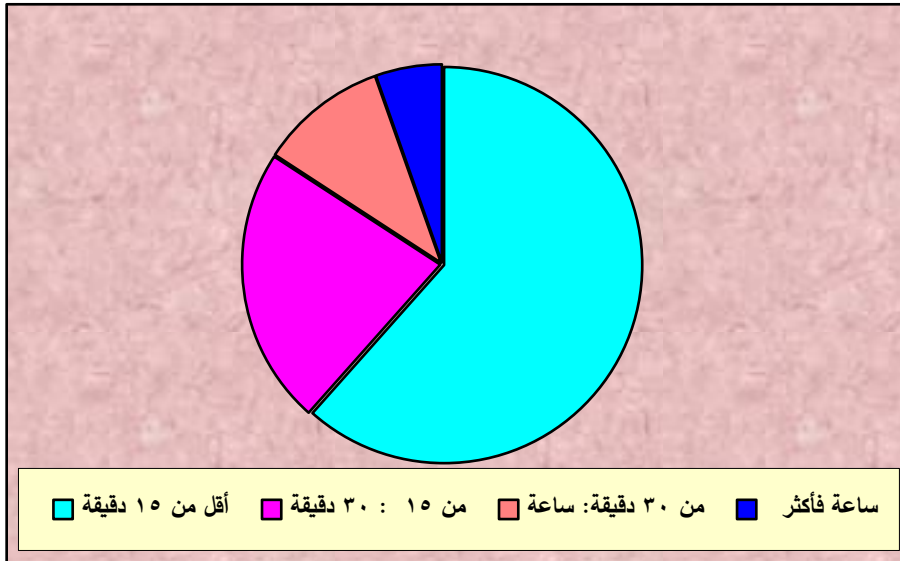
وبالسؤال عن جهة القدوم اتضح من خلال الدراسة الميدانية أن نحو ٩٢٪ من العينة من محافظة الجيزة، وأن النسبة الباقية من محافظتى القاهرة والفيوم.
ج- تصنيف المتسوقين حسب الزمن المستغرق للوصول إلى شارع فيصل:

جدول (٢٠) تصنيف المتسوقين من شارع فيصل

حسب زمن الوصول بالعينة عام ٢٠٢٠

الزمن (دقيقة)	أقل من ١٥	من ١٥ : ٣٠	من ٣٠ : ٦٠	ساعة فأكثر	الإجمالي
العدد	١٣٦	٥٠	٢٣	١٢	٢٢١
%	٦١.٥	٢٢.٦	١٠.٤	٥.٤	% ١٠٠

المصدر: استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث، يوليو، ٢٠٢٠



شكل (٢١) تصنيف المتسوقين من شارع فيصل

حسب زمن الوصول بالعينة عام ٢٠٢٠

يتضح من الجدول (٢٠) والشكل (٢١) أن زمن الوصول المستغرق (أقل

من ١٥ دقيقة) احتل المرتبة الأولى بنسبة ٦١.٥٪ من إجمالي العينة، في حين احتل الزمن المستغرق (من ١٥ : ٣٠ دقيقة) المرتبة الثانية بنسبة ٢٢.٦٪؛ أى أن هاتين الفئتين تستحوذان على ٨٤٪ من إجمالي العينة، ومرد ذلك إلى القرب المكانى للشارع من المتسوقين من ناحية، وموقع الشارع من ناحية أخرى، أما فئة المترددين على الشارع الذين تزيد فترة وصولهم عن (أكثر من ساعة) فقد جاءت فى المرتبة الأخيرة بنسبة ٥.٤٪ فقط من إجمالي العينة.

د- دوافع تردد المتسوقين على شارع فيصل:

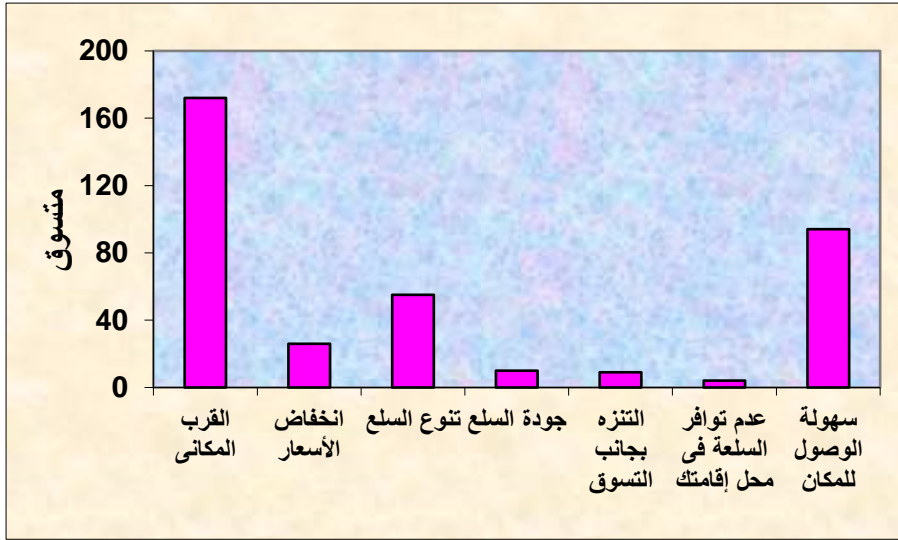
جدول (٢١) دوافع تردد المتسوقين على شارع فيصل بالعينة عام ٢٠٢٠

الدافع	القرب المكانى	انخفاض الأسعار	تنوع السلع	جودة السلع	التنزه بجانب التسوق	عدم توافر السلعة فى محل إقامتك	سهولة الوصول للمكان	الإجمالي
العدد	١٧٢	٢٦	٥٥	١٠	٩	٤	٩٤	٣٧٠
%	٤٦.٥	٧.٠	١٤.٩	٢.٧	٢.٤	١.١	٢٥.٤	٪١٠٠

المصدر: استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث، يوليو، ٢٠٢٠

يتضح من الجدول (٢١) والشكل (٢٢) تباين الدوافع المشجعة للتردد على التسوق من شارع فيصل حيث تمثل السبب الرئيس لتردد المتسوقين على الشارع فى عامل القرب المكانى بنسبة ٤٦.٥٪ من إجمالي العينة؛ مما يعطى مؤشراً مهماً على تأثير النفوذ الإقليمى القريب من الشارع، يليه عامل سهولة الوصول إلى المكان بنسبة ٢٥.٤٪؛ وذلك بسبب الموقع الجغرافى الحيوى للشارع، وكونه نقطة عقدية داخل مدينة الجيزة تربطها بغيرها من المدن الأخرى سواء داخل محافظة الجيزة أو خارجها، علاوةً على توفر وسائل النقل على مدار اليوم بالشارع، أما السبب الثالث فتمثل فى تنوع السلع ما بين الغذائية والإلكترونية وخدمات الموبايل... إلخ بنسبة ١٤.٩٪؛ أى أن الأسباب الثلاثة السابقة بلغت

نسبتها ٨٦.٨٪، في حين كانت النسبة الباقية من نصيب انخفاض الأسعار وجودة السلع والتتزه بجوار السوق.



شكل (٢٢) دوافع تردد المتسوقين على شارع فيصل بالعينة عام ٢٠٢٠

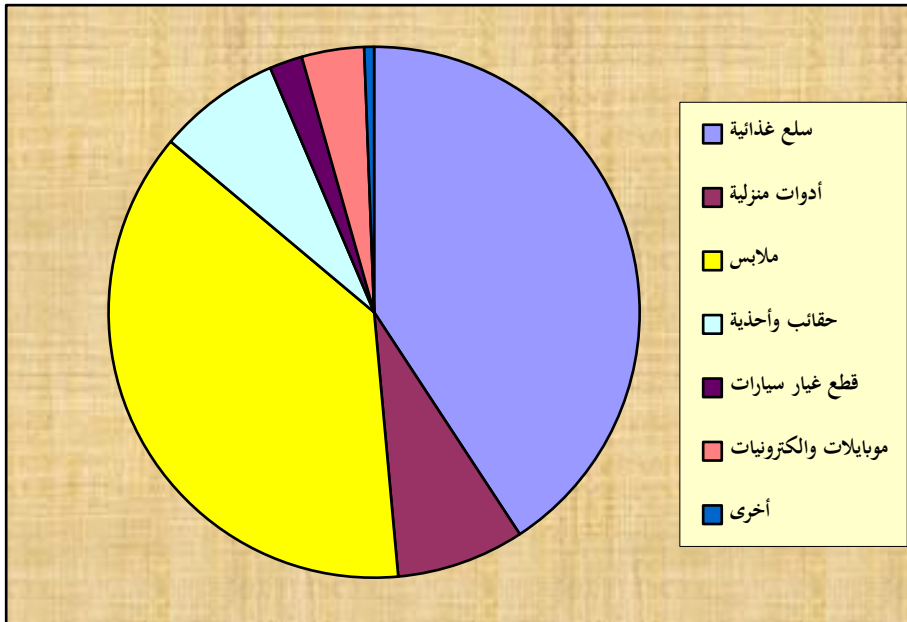
هـ- تصنيف المتسوقين حسب أنواع السلع المشتراة من شارع فيصل:

جدول (٢٢) تصنيف المتسوقين حسب أنواع السلع

المشتراة من شارع فيصل بالعينة عام ٢٠٢٠

نوع السلعة	سلع غذائية	أدوات منزلية	ملابس	حقائب وأحذية	قطع غيار سيارات	موبايلات وإلكترونيات	أخرى	الإجمالي
العدد	١٤١	٢٧	١٣٠	٢٦	٧	١٣	٢	٣٤٦
%	٤٠.٨	٧.٨	٣٧.٦	٧.٥	٢.٠	٣.٨	٠.٦	١٠٠

المصدر: استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث، يوليو، ٢٠٢٠



شكل (٢٣) تصنيف المتسوقين حسب أنواع السلع المشتراة من شارع فيصل بالعينة عام ٢٠٢٠

يتضح من الجدول (٢٢) والشكل (٢٣) أن السلع الغذائية جاءت في المرتبة الأولى من حيث أفضلية أنواع السلع المشتراة بعدد ١٤١ فردًا بنسبة ٤٠.٨% من إجمالي العينة، في حين جاء قطاع الملابس في المرتبة الثانية بنسبة ٣٧.٦%، وهو الأمر الذي يتوافق مع عدد المنشآت التجارية، حيث احتل هذان القطاعان المرتبة الأولى من حيث إجمالي عدد المنشآت التجارية بشارع فيصل، في حين اقتربت نسبة قطاع الأدوات المنزلية من نسبة قطاع الحقائب والأحذية بنسبة ٧.٨% و ٧.٥% على الترتيب؛ أي أن القطاعات الأربعة السابقة تستحوذ على ٩٣.٧% من إجمالي العينة من حيث أفضلية السلع المشتراة، أما النسبة الباقية فكانت من نصيب قطع غيار السيارات والموبايلات والإلكترونيات وغيرها.

خامساً: المشكلات التي تواجه المتسوقين من شارع فيصل:

تمثل المشكلات التي تواجه المتسوقين من شارع فيصل هدفاً رئيسياً من أهداف الدراسة، وتظهر طبيعة وأسباب تلك المشكلات من خلال الجدول الآتي:

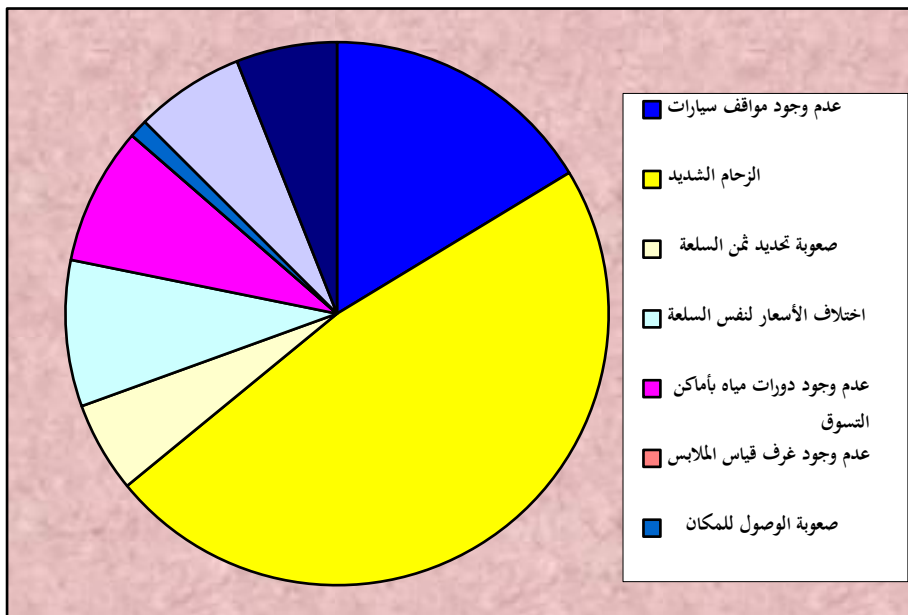
جدول (٢٣) أهم المشكلات التي تواجه المتسوقين من شارع الملك فيصل

بالعينة عام ٢٠٢٠

مجموع التكرارات	أخرى	عدم وجود أماكن انتظار للسيارات	صعوبة الوصول للمكان	عدم وجود غرف قياس الملابس	عدم وجود دورات مياه بأماكن التسوق	اختلاف الأسعار لنفس السلعة	صعوبة تحديد ثمن السلعة	عدم وجود مواقف سيارات	عدم وجود مواقف سيارات	نوع المشكلة
٣٦٧	٢٢	٢٤	٤	٠	٣٠	٣٢	٢٠	١٧٥	٦٠	التكرار
١٠٠	٦.٠	٦.٥	١.١	٠.٠	٨.٢	٨.٧	٥.٤	٤٧.٧	١٦.٣	%

المصدر: استمارة الاستبيان والدراسة الميدانية للباحث، يوليو، ٢٠٢٠

يتضح من الجدول (٢٣) والشكل (٢٤) أن مشكلة الزحام الشديد جاءت في المرتبة الأولى من بين المشكلات العالقة بذهن المتسوقين بنسبة تقترب من نصف عدد العينة ٤٧.٥% من إجمالي التكرارات، ويرجع ذلك إلى الاختناق المروري بالشارع في كثير من الأوقات وتكدس كم هائل من السيارات، ولاحظ الباحث من خلال الدراسة الميدانية أن هذه المشكلة تظهر بوضوح في النطاقين الثاني والثالث، ولعل أيضاً من أسباب هذه المشكلة انتشار التكاتك بأعداد كبيرة جداً خصوصاً عند أول الطالبة والطابق، في حين كان النطاق الخامس (من المربوطية إلي آخر فيصل) أقل النطاقات تأثراً بمشكلة الزحام الشديد بسبب اتساع الشارع في هذا النطاق علاوة على وجود أكثر من جراج.



شكل (٢٤) أهم المشكلات التي تواجه المتسوقين من شارع الملك فيصل
بالعينة عام ٢٠٢٠

ولحد من مشكلة الازدحام الشديد تم عمل التالي:

تم توسعة شارع المطبعة الذي يربط بين فيصل والهرم.

تم توسعة شارع الطالبة الذي يربط بين فيصل والهرم.

جارٍ العمل على توسعة شارع العريش والحد من خروج المحلات بأرصفة في منتصف الشارع.

جارٍ رصف وتوسعة شارع ضياء بين الهرم وفيصل

- ارتبطت بمشكلة الازدحام الشديد عدم وجود مواقف للسيارات بنسبة ١٦.٣٪، الأمر الذي يدفع البعض إلى الانتظار في صف ثانٍ، ويترتب على ذلك ازدحام الشارع بالسيارات؛ أي أن هاتين المشكلتين تمثلان ما يقرب من ثلثي المشكلات التي تواجه المتسوقين من شارع الملك فيصل ٦٤٪ من إجمالي التكرارات.

- جاءت مشكلة اختلاف الأسعار لنفس السلع فى المرتبة الثالثة بنسبة ٨.٧٪، الأمر الذى من شأنه إضاعة وقت وجهد المتسوق، حيث إنه يكون مضطراً للتجول داخل المحلات من أجل الحصول على سعر مناسب، وتقترب نسبة هذه المشكلة من مشكلة عدم وجود دورات مياه بأماكن التسوق ٨.٢٪ من إجمالي التكرارات.

- جاءت مشكلة عدم وجود أماكن انتظار للسيارات فى المرتبة الخامسة بنسبة ٦.٥٪ من إجمالي التكرارات، وإن وُجدت فمعظمها فى شوارع جانبية بعيدة نوعاً ما عن الشارع الرئيسى، الأمر الذى من شأنه إرهاق المتسوق، كما لاحظ الباحث من خلال الدراسة الميدانية أن هذه المشكلة تظهر بوضوح فى النطاقين الثانى والثالث وأقلها كان فى النطاق الخامس، ولحل هذه المشكلة قامت محافظة الجيزة بتخصيص قطعة أرض بجوار المساحة الجوية مباشرة بين الطالبية هرم والطلابية فيصل كجراج للمبيت اليومي والشهري والسنوي.

- جاءت مشكلة صعوبة الوصول للمكان فى المرتبة الأخيرة بنسبة ١.١٪ من إجمالي التكرارات، وهو ما يتفق مع دوافع وأسباب التسوق من الشارع.

الخاتمة

جاءت هذه الدراسة لتتناول تحليل الارتباط المكاني لتوزيع الأنشطة التجارية على جانبي شارع الملك فيصل، وذلك من خلال المركب العدي للمنشآت التجارية بالشارع، والمركب النوعي والمساحي لهذه المنشآت، كما هدفت الدراسة إلى معرفة الدليل الوظيفي للشارع من حيث التنوع والتخصص، كما عمدت الدراسة إلى الوقوف على العنصر البشرى التفاعلي مع الشارع، أعني المستهلكين وخصائصهم الديموغرافية والاقتصادية ودوافع الشراء، كما رصدت الدراسة أهم المشكلات التي تواجه المستهلكين.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج على النحو التالي:

- استفادت المنشآت التجارية من الموقع المتميز لشارع الملك فيصل، وتوافر وسائل المواصلات به في مختلف الأوقات وعلى كافة المستويات، سواء النقل الجماعي أو التاكسي أو غيرها من وسائل المواصلات.

- بلغ عدد المنشآت التجارية بالشارع ١٨٠٦ منشأة، وذلك وفقاً لرفع الشارع ميدانياً من قبل الباحث، وأوضحت الدراسة التباين في عدد المحلات بين الطابق الأرضي والطوابق العليا، حيث استأثر الطابق الأرضي بنحو ١٣٧٠ منشأة بنسبة ٧٥.٨٪، في حين كانت النسبة الباقية من نصيب الأدوار العليا.

- التنوع في المنشآت التجارية لشارع فيصل ما بين قطاع الملابس والأحذية، وقطاع السلع الغذائية والمشروبات والتبغ، وقطاع الخدمات الطبية، وقطاع الأدوات المنزلية، وقطاع الاتصالات والموبايلات والإلكترونيات والخدمات، وقطاع السيارات، وقطاع خدمات البناء والمعمار، وقطاع البنوك والصرافة.

- جاءت الغلبة في عدد المنشآت لقطاعات الملابس والأحذية، وقطاع السلع الغذائية والمشروبات والتبغ، وقطاع الخدمات الطبية بعدد ١٠١٢ منشأة بنسبة ٥٦٪ من إجمالي عدد المنشآت بالشارع، في حين جاء أقل عدد للمنشآت من نصيب قطاعات السيارات، وقطاع خدمات البناء والمعمار، وقطاع البنوك

والصرافة بعدد ١٨٨ منشأة بنسبة ١٠.٤٪ من إجمالي عدد المنشآت بالشارع.

- بناء على تقسيم الباحث الشارع إلى خمسة نطاقات تبين عدم وجود تباين واضح في تخصص كل نطاق بسلعة معينة، حيث تتشابه النطاقات الخمسة في أعداد المركب النوعى للمنشآت التجارية وهى على الترتيب: قطاع الملابس والأحذية - قطاع السلع الغذائية والمشروبات والتبغ - قطاع الخدمات الطبية - قطاعات متنوعة - قطاع الأدوات المنزلية - قطاع الاتصالات والموبايلات والإلكترونيات والخدمات - قطاع السيارات - قطاع خدمات البناء والمعمار - قطاع البنوك والصرافة.

- أظهرت الدراسة من حيث الخصائص الديموجرافية والاقتصادية للمتسوقين من الشارع أن غالبية المتسوقين من فئة الذكور بنحو ٦٩.٢٪، فى حين كان نصيب الإناث نحو ٣٠.٨٪، وأن الفئات العمرية التى تقوم بعملية التسوق بالشارع داخل العينة تميل نحو اتخاذ شكل الناقوس، حيث جاءت الفئة العمرية (١٥ - ٤٥ عامًا) فى قمة الناقوس بنسبة ٨٧.٣٪ من إجمالي عدد المتسوقين فى الشارع، كما أظهرت الدراسة أن حوالي ٥٣.٤٪ من فئة غير المتزوجين، وبالنسبة للحالة التعليمية فقد توصلت الدراسة إلى أن حوالي ٥٠.٧٪ يحملون مؤهلاً جامعياً، الأمر الذى يؤكد أهمية التعليم كمؤشر ودافع لعملية التسوق، وقد تبين متوسط الدخل لأسر المتسوقين داخل العينة، حيث جاءت النسبة الأكبر لفئات الدخل الشهرى (أكبر من ٣٠٠٠ جنيه) بنسبة ٢٩.٩٪، كما أوضحت الدراسة أن حوالي ٤٥.٧٪ يعملون فى القطاع الخاص.

- لاحظ الباحث أثناء الدراسة الميدانية للشارع عدم وجود نقاط إطفاء الحريق، وإن وجدت فهى على مسافات بعيدة، الأمر الذى يوحى بتعرض المنشآت التجارية فى الشارع لآثار سلبية إبان حدوث حريق، وما يزيد الأمر سوءاً هو ازدحام الطريق مع ضيق الشوارع الجانبية المتفرعة من الشارع، مما يؤثر بدوره فى بطء حركة سيارات الإطفاء.

وعلى الرغم من أهمية الوظيفة التجارية لشارع الملك فيصل، فإنه يتعرض لعدة مشكلات تم رصدها أثناء الدراسة الميدانية ومنها:

- عدم وجود تخطيط للمنشآت التجارية بالشارع والافتقار إلى التنظيم، بدليل وجود محلات خاصة بالسلع الغذائية يجاورها مباشرة محطة وقود.

- الزحام الشديد في الشارع في معظم أوقاته، خصوصًا في وقت الذروة، الأمر الذي يتسبب في الشلل التام في الحركة المرورية للشارع، علاوةً على مشكلات بيئية كالضوضاء والتلوث. (صورة ٤)

- قلة وجود موقف للسيارات؛ مما يدفع السائقون إلى الانتظار في أى مكان بالشارع.

- وقوف السيارات على الجانب الأيمن من الطريق وكذا الانتظار في صف ثانٍ.

التوصيات:

بناء على ما سبق، وفي إطار البعد المستقبلي للمنشآت التجارية بشارع الملك فيصل، خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تسهم في رسم صورة مستقبلية للشارع بما يحقق العائد التخطيطي للشارع، وذلك على النحو التالي:

- عمل تكويد للمنشآت التجارية حتى تسهل متابعة الجهات الرقابية للشارع من خلال تجديد الرخصة والتأمينات والضرائب... إلخ.
- أن تُلزم الجهات الرقابية المولات الكبيرة والمحلات متعددة الطوابق بتوفير المساحة الكافية من مواقف السيارات لمواجهة الازدحام الشديد وقلة عدد المواقف، ولا بد أن تدخل هذه الجزئية في الاعتبار عند محاولة تجديد الرخصة.
- إعادة تخطيط بعض المنشآت التجارية حتى لا يتعارض نشاط تجارى مع نشاط تجارى آخر.
- أهمية متابعة التزام كافة المنشآت التجارية بوجود وسائل الوقاية والأمان من الحريق مثل توفير نقاط إطفاء حريق فى الشارع على مسافات متقاربة تحسباً لحدوث أى حريق فى المنشآت التجارية خصوصاً المنشآت التى تعمل فى تجارة المواد سريعة الاشتعال مثل محلات البويات وكاوتشات السيارات وكذلك محطات تموين السيارات.
- توفير العديد من المرافق العامة، مثل: دورات المياه، وحدة إسعاف، سينما، ساحات ترفيهية مزودة بالألعاب المناسبة للأطفال، مع ضرورة توفير مقاعد للاستراحة وأماكن للجلوس، وتوفير عدد مناسب من صناديق جمع القمامة.

ملحق (١) التوزيع المساحي للمنشآت التجارية موزعا على مستوى النطاقات ونوع التصنيف (م ٢)

نوع التصنيف/ القطاع	الأول	(أ)	(ب)	الثاني	(أ)	(ب)	الثالث	(أ)	(ب)
الملابس والأحذية	٤٢٣٩	١٤,٦	١٢,٤	٩١٦٠	٢٠,٣	٢٦,٨	٨٤٦٢	٨,٤	٢٤,٧
الإغذية والمشروبات	٥٠٨٣	١٧,٥	٩,٣	٦٠٢٢	١٣,٣	١١,٠	٢٤٠١٦	٢٤,٠	٤٤,٠
الاتصالات والإلكترونيات	٥٥٠	١,٩	٣,٧	١٩٨٠	٤,٤	١٣,٤	٥٩٤٧	٥,٩	٤٠,٣
الأدوات المنزلية	٩٧٨	٣,٤	٥,٤	١٣٩٥	٣,١	٧,٧	٧٢٨٤	٧,٣	٤٠,٤
قطاعات متنوعة	١٣٦٥٥	٤٧,٠	١٥,٢	٢٢٦٩٤	٥٠,٣	٢٥,٣	٤١٦٩٢	٤١,٦	٤٦,٥
السيارات ومستلزماتها	١٨٤٢	٦,٣	١٣,٩	١٠٢٥	٢,٣	٧,٧	٤٢٩٩	٤,٣	٣٢,٤
خدمات البناء والمعمار	٦٢٧	٢,٢	٦,٠	١٣٧٦	٣,٠	١٣,١	٥٣٥٠	٥,٣	٥٠,٨
خدمات طبية	٢٠٥٨	٧,١	٣٣,٣	٤٤١	١,٠	٧,١	١٩٤٩	١,٩	٣١,٦
خدمات بنكية	٠	٠,٠	٠,٠	١٠٤٣	٢,٣	١٤,٢	١١٨٤	١,٢	١٦,١
إجمالي القطاع	٢٩٠٣٢	١٠٠	١١,٧	٤٥١٣٦	١٠٠	١٨,٢	١٠٠١٨٣	١٠٠	٤٠,٣
نوع التصنيف/ القطاع	الرابع	(أ)	(ب)	الخامس	(أ)	(ب)	إجمالي التصنيف	%	
الملابس والأحذية	٦٥٦٧	١٨,٢	١٩,٢	٥٧٩٧	١٥,٢	١٦,٩	٣٤٢٢٥	١٣,٨	
الإغذية والمشروبات	٨٩٥٧	٢٤,٨	١٦,٤	١٠٤٩٠	٢٧,٥	١٩,٢	٥٤٥٦٨	٢١,٩	
الاتصالات والإلكترونيات	٣٦٣٢	١٠,٠	٢٤,٦	٢٦٥٧	٧,٠	١٨,٠	١٤٧٦٦	٥,٩	
الأدوات المنزلية	٥٣٤١	١٤,٨	٢٩,٦	٣٠٣٤	٨,٠	١٦,٨	١٨٠٣٢	٧,٣	
قطاعات متنوعة	٥٤٦٧	١٥,١	٦,١	٦٢٤٨	١٦,٤	٧,٠	٨٩٧٥٦	٣٦,١	
السيارات ومستلزماتها	٢٣١٥	٦,٤	١٧,٤	٣٧٩٦	١٠,٠	٢٨,٦	١٣٢٧٧	٥,٣	
خدمات البناء والمعمار	١٤٧١	٤,١	١٤,٠	١٧٠٤	٤,٥	١٦,٢	١٠٥٢٨	٤,٢	
خدمات طبية	١٢٢٤	٣,٤	١٩,٨	١٦٥٢	٤,٣	٢٦,٨	٦١٧٣	٢,٥	
خدمات بنكية	١٢٠٢	٣,٣	١٦,٤	٢٧٤٤	٧,٢	٣٧,٤	٧٣٣٤	٢,٩	
إجمالي القطاع	٣٦١٧٦	١٠٠,٠	١٤,٥	٣٨١٢٢	١٠٠	١٥,٣	٢٤٨٦٤٩	١٠٠	

(أ) % من مساحة القطاع (ب) % من مساحة التصنيف

المصدر: الرفع الميداني للشارع من واقع الدراسة الميدانية، ثم Arc Map و Google Earth عن طريق برنامجي

ملحق (٢) استمارة استبيان للمتسوقين من شارع فيصل:

هذه الاستمارة لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط

- ١- البيانات الشخصية للمتعدد على الشارع:
 - محل الميلاد: شارع..... (قسم/ مركز)..... (محافظة).....
 - محل الإقامة: محافظة () مدينة/ قرية ()
 - النوع: ذكر () / أنثى () - الجنسية:
 - السن: < ١٥ سنة () ١٥ - ٤٥ سنة () ٤٥ - ٦٠ سنة () ٦٠ سنة فأكثر ()
 - جهة العمل: حكومة () خاص () أعمال حرة () بدون عمل ()
 - الحالة الاجتماعية: أعزب () متزوج () مطلق () أرمل ()
 - الحالة التعليمية: أمى () يقرأ ويكتب () مؤهل متوسط () مؤهل جامعى () مؤهل فوق جامعى ()
 - متوسط الدخل الشهري (جنيه): أقل من ١٠٠٠ () من ١٠٠٠ إلى ٢٠٠٠ () من ٢٠٠٠ إلى ٣٠٠٠ () من ٣٠٠٠ إلى ٤٠٠٠ () أكثر من ٤٠٠٠ ()
 - متوسط الإنفاق بالشارع خلال الزيارة الواحدة: أقل من ٥٠٠ ج () من ٥٠٠ : ١٠٠٠ ج () ١٠٠٠ فأكثر ()
- ٢- ما جهة قدومك؟
- ٣- ما وسيلة الوصول إلى الشارع؟ سيراً على الأقدام () دراجة بخارية () سيارة خاصة () أتوبيس () سيرفيس () تاكسى أجرة () وسيلة أخرى
- ٤- ما الزمن الذى تقطعه للوصول إلى الشارع؟ أقل من ١٥ دقيقة () من

١٥ دقيقة: ٣٠ دقيقة () من ٣٠ دقيقة: ساعة () ساعة فأكثر ()

٥- ما نوع السلع التي تفضل شراءها من الشارع؟

سلع غذائية () أدوات منزلية () ملابس () حقائب وأحذية () قطع
غيار سيارات () موبايلات وإلكترونيات () سلع أخرى ()

٦- ما مميزات التسوق هذا الشارع؟ القرب المكانى () انخفاض الأسعار ()

() تنوع السلع () جودة السلع () التنزه بجانب التسوق () عدم توافر
السلعة فى محل إقامتك () سهولة الوصول للمكان ()

٧- ما مدى توافر الخدمات بالشارع؟ الأمن () أماكن انتظار السيارات ()

() دورات مياه عمومية () النظافة العامة () الإسعاف والمطافئ () البريد
والاتصالات ()

٨- ما أهم المشكلات التي تواجهك أثناء التسوق من الشارع؟

عدم وجود مواقف سيارات () الزحام الشديد () صعوبة تحديد ثمن السلعة

() اختلاف الأسعار لنفس السلعة () عدم وجود دورات مياه بأماكن

التسوق () عدم وجود غرف قياس الملابس () صعوبة الوصول للمكان ()

() عدم وجود أماكن انتظار للسيارات بجوار الشارع ()

مشكلات أخرى انكرها

ملاحظات أخرى:.....

ملحق (٣) الصور الفوتوغرافية(*)



صورة (١) تنوع الأنشطة التجارية بشارع فيصل



صورة (٢) استخدام الطوابق العليا في العيادات والمعامل

(*) تم التقاط الصور يوم الخميس ١٤ يناير ٢٠٢١ في أوقات مختلفة من اليوم



صورة (٣) تباين اتساع واجهات الأنشطة التجارية بشوارع فيصل



صورة (٤) الازدحام المرورى فى شارع فيصل فى الاتجاه من المربوطية إلى
الجيزة

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

- ١- إبراهيم، عيسى على، الأساليب الإحصائية والجغرافيا، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ١٩٩٩.
- ٢- إبراهيم، وفيق محمد جمال الدين، بعض مظاهر جغرافية تجارة التجزئة بمدينة بنها، مجلة كلية الآداب، جامعة حلوان، العدد الأول، ١٩٩٥-١٩٩٦.
- ٣- ابن غضبان، فؤاد، تحليل الارتباط المكاني لتوزيع الأنشطة التجارية بالمدن الجزائرية الكبرى: دراسة تطبيقية على مدينة عنابة، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد ٩، العدد الثاني، ٢٠١٦.
- ٤- أبو العينين، هالة محمد، الأسواق الرئيسية في مدينة المنصورة دراسة في الجغرافيا الاقتصادية، رسالة دكتوراة، غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الجغرافيا، ٢٠١٠.
- ٥- الديب، محمد محمود، الجغرافيا الاقتصادية، الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٧٨.
- ٦- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، التعداد العام للسكان والمنشآت، محافظة الجيزة، ١٩٨٦.
- ٧- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، الخريطة الإدارية لمدينة الجيزة، ٢٠٢٠.
- ٨- الأمم المتحدة، إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، التصنيف الدولي الموحد لجميع الأنشطة (التفصيل ٤)، شعبة الإحصاءات، وراقات إحصائية، ٢٠٠٩.
- ٩- النحاس، أحمد مصطفى، الاستخدامات التجارية بمدينة خميس مشيط في المملكة العربية السعودية، دراسة في جغرافية استخدام الأرض الحضري، مجلة رسائل جغرافية، الجمعية الجغرافية الكويتية، العدد ٢٢١، أكتوبر، ١٩٩٨.

- ١٠- الهادى، عليوان، بلقاسم، سنان، تحليل الأنماط العامة للأنشطة التجارية بمدينة مسلاتة، مجلة القلعة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة المرقب، ليبيا، العدد ٧، يونيو، ٢٠١٧.
- ١١- زيادى، إبراهيم عبد العزيز، الأنشطة التجارية والخدمية على جانبي شارع بن الوليد "دراسة جغرافية"، ١٩٩٩.
- ١٢- سمرة، عفاف سمرة، تجارة التجزئة بحى شمال القاهرة (دراسة جغرافية)، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية البنات، جامعة عين شمس، ١٩٩٢.
- ١٣- عبد الحميد، محمد صبرى، الأبعاد المكانية لرحلة التسوق بالمجمعات التجارية الكبرى (المولات)، دراسة تطبيقية على مول العابد بمدينة طوخ بمحافظة القليوبية باستخدام تقنية الاستشعار من بعد ونظم المعلومات الجغرافية، مجلة كلية الآداب، جامعة بنها، العدد ٤٨، أكتوبر، ٢٠١٧.
- ١٤- عبد الوهاب، سامح إبراهيم، أسس البحث الجغرافى، دار الثقافة العربية، القاهرة، ٢٠١٢.
- ١٥- عبده، أشرف على، الشوارع التجارية الرئيسية فى المدينة المنورة، الجمعية الجغرافية المصرية، سلسلة بحوث جغرافية، العدد ٩٥، ٢٠١٧.
- ١٦- غراب، فايز حسن، جغرافية التسويق بين المنهج والتخطيط والتطبيق، دار الوثائق، ٢٠١٥.
- ١٧- فهمى، هاجر صبحى، الأسواق الرئيسية فى مدينة الجيزة: دراسة فى الجغرافيا التطبيقية باستخدام نظم المعلومات الجغرافية، ماجستير، كلية الآداب، جامعة حلوان، ٢٠٢٠.
- ١٨- مديرية الطرق والنقل بمدينة الجيزة، إدارة المكتب الفنى، بيانات غير منشورة، ٢٠١٩.
- ١٩- محيي الدين، أشواق بنت حمزة، الأسواق فى مدينة المكرمة دراسة فى النشأة والتطور والتوزيع، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى، كلية العلوم الاجتماعية، قسم الجغرافيا، ٢٠٠٩م.

ثانيًا : المراجع بغير اللغة العربية

1. Alam, S. M., (1963): Commercial Structure of the Cities of Hyderabad and Secunderabad, Journal of the Osmania University, Arts, Commerce, Law and Education, Vol., 1.
2. Brian, J, L, Berry (1958): Shopping Centers and the Geography of Urban Area- A theoretical Empirical Study of the Spatial Structure of Interurban Retail and Service Business, PH.D., University of Washington, U.S.A
3. Brian, J, L, Berry (1963): Commercial structure and commercial blight,: Retail patterns and processes in the city of Chicago, University of Chicago, Department of Geography, Research paper, No., 85, Chicago University Press, U.S.A
4. Brian J.L, Berry, 1976, Geography Of Market Center and Retail Distribution, prentice-Hall,. Englewood Cliffs., N.J., U.S.A
5. Carol, H., (1960) The Hierarchy of Central Functions Within the City, Annals of the Association of American Geographers(A.A.A.G) , Vol., 50, Issue III, Dec
6. Getis, A., (1964) : Temporal Land –Use Patterns Analysis With Use of Nearest Neighbor and Quadrante Methods, , Annals of the Association of American Geographers (A.A.A.G) , Vol., 54, Issue III, Sep
7. Mark Cohen (1983): San Francisco's Neighborhood Commercial Special Use District Ordinance: An Innovative Approach to Commercial Gentrification, Golden Gate University Law Review, Vol. 13, Issue. II, Art. 2
8. White, L.,& Ellis, J., (1971) : A System Construct of Evaluation Retail market Location, Journal of Marketing Research, Vol., 8