

سلوك التجار تجاه نشأة وتطور المناطق التجارية الحديثة في الفرع البلدي مصراتة المركز

(شارع إقزير أمودجًا)

د. ابتسام علي المجيعي<sup>1</sup>\*

<sup>1</sup>جامعة مصراتة- كلية التربية- ليبيا

i.elmajie@edu.misuratau.edu.ly

د. انتصار حاتم افكيرين<sup>2</sup>

<sup>2</sup>جامعة محمد بن علي السنوسي- كلية التاريخ والحضارة- ليبيا

intesarhallfhc@ius.edu.ly

تاريخ القبول: 2022/03/10

تاريخ الارسال : 2022/03/01

ملخص:

يهدف هذا البحث إلى دراسة سلوك التجار تجاه نشأة وتطور المناطق التجارية من خلال تحليل فكر "ديموغرافية الشركات"، الذي يقوم على أساس دراسة حركة المنشآت الاقتصادية، والتعامل مع المناطق التجارية كأفراد العائلة من حيث الولادة والنمو والتطور والهجرة والموت، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي لتحليل البيانات والمنهج التحليلي لتحليل البيانات، وكذلك المقابلات الشخصية والعمل الميداني الذي تجسد في أسلوب الاستبانة وتم تحليلها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي، ولتحقق الدراسة أهدافها تم اختيار شارع إقزير أمودجًا لدراسة المناطق التجارية الحديثة في مصراتة المركز، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية بلغت (97) من المحال التجارية بنسبة (57%)، وأظهرت الدراسة العديد من النتائج أبرزها أن ارتفاع الكثافة السكانية من أهم العوامل تأثيراً على نجاح المناطق التجارية، يليها وجود منافسة شديدة بين المحال التجارية وارتفاع القوة الشرائية لدى الزبائن.

الكلمات المفتاحية: سلوك التجار، المناطق التجارية، منهج ديموغرافية الشركات

---

\* المؤلف المرسل: ابتسام علي المجيعي، الايميل: i.elmajie@edu.misuratau.edu.ly

## المقدمة

تركزت المحال التجارية قديماً في وسط المدينة حول الجامع العالي، وأخذت المدينة تنمو تدريجياً وازدهرت الحركة التجارية في مصراتة خلال فترة الستينيات حيث وصل عدد المحال حوالي (328) محل تجاري (المجيعي، 2018). أما فترة السبعينيات فتميزت بربور القطاع الخاص الذي كان له دوراً كبيراً في تطور النشاط التجاري، ثم تراجع التوسع التجاري خلال الثمانينيات والتسعينيات بسبب القيود التي فرضت على ليبيا خلال هذه الفترة وكان التوسع التجاري بطيئاً لم يتجاوز الدائري الثاني (المخطط الشامل، 2000) وبعد أن عُلقَت العقوبات المفروضة على ليبيا وسمح لها بمزاولة النشاط التجاري، بدأت المدينة تستعيد نشاطها التجاري وتتوسع تجارياً حتى وصلت للدائري الثالث ورصفت الشوارع، واتجهت المدينة في التوسع في مختلف الاتجاهات وخصوصاً في جهتي الغرب والشمال الغربي، ونتيجة لهذا التوسع المكاني والسكاني توجه السكان إلى الضواحي نتيجة لانخفاض أسعار الأراضي وهذه العوامل أدت إلى نشأت مراكز تجارية حديثة مثل شارع إقزير والساحلي والزروق وطريق المطار، وارتفاع الزيادة السكانية في بلدية مصراتة نتج عنها ارتفاع الطلب على الخدمات التجارية، حيث وصل النشاط التجاري إلى الدائري الرابع، وظهرت العديد من المناطق التجارية الحديثة، بالإضافة إلى انتقال (هجرة) وحركة المحال التجارية من مركز المدينة القديم إلى المناطق الجديدة، ومنهم من افتتح فروعاً في هذه المناطق من أجل توسيع تجارته أو تأسيس محال لأول مرة (المجيعي، 2019)، فقد بلغ عدد المحال التجارية في البلدية خلال سنة 2021 حوالي (8963) محل تجاري (وزارة الاقتصاد والتجارة، 2021).

## مشكلة الدراسة

يُعد النشاط التجاري عصب اقتصاديات المدن، وهو ما تركز عليه المدينة في نموها وحركتها، وقد تُصاحب حركة المنشآت الاقتصادية تغيرات في طبيعة الموقع وانعكاسه على توفير فرص العمل وسلوك التجار، ونتيجة للظروف الاقتصادية والسياسية التي مرت بها البلدية، دعت الحاجة إلى دراسة حركة المنشآت التجارية التي اطلق عليها منهج ديموغرافية الشركات الذي ظهر خلال القرن الماضي، وهذا المنهج ينظر إلى الشركات إما كأفراد في الأسرة أو كأسرة ممتدة في حالة الشركات الكبرى مثل سلسلة مطاعم ماكدونالد والسيفوي، وجاءت هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:-

1- ما هي العوامل التي أدت إلى نشأة المناطق التجارية في موقعها الحالي , وما موقف التجار من نشأة هذه المناطق؟

2- ما خصائص المحال التجارية الجديدة من حيث نمط التوزيع والتخصص وعدد العاملين؟

3- ماهي العوامل التي أدت إلى انتقال التجار للمناطق التجارية الحديثة شارع إقزير؟

#### أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحقيق ما يلي:-

1- التعرف على الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لأصحاب المحال التجارية في احد شوارع مصراتة المركز(شارع إقزير).

2- معرفة الخصائص المميزة للمنشآت التجارية من حيث ( التخصص, عدد العاملين, الفروع وعددها ) في أحد شوارع مصراتة المركز(شارع إقزير).

3- دراسة سلوك التجار وتحليل تقييم التجار للمواقع التجارية الحديثة .

4-تحديد أسباب انتقال التجار إلى المناطق التجارية الحديثة.

#### أهمية الدراسة

تتجسد أهمية البحث في اعتماد منهج ديموغرافية الشركات, الذي يتضمن دراسة الشركات المكونة للنظام الاقتصادي كمنهج جزئي يحلل الاقتصاد الوطني بدلا من دراسة الاقتصاد الكلي, وقد ساهم التطور المستمر في عدد سكان البلدية وتوسع المدينة إلى انتقال المحال التجارية ونشأة العديد من المناطق التجارية الجديدة مثل شارع إقزير, وهذه أدت إلى حدوث تغيرات جوهرية في بنية المناطق التجارية والأحياء المجاورة لها.

#### منهجية الدراسة

تنقسم إلى عدة أقسام وهي:-

#### 1-مصادر جمع البيانات

لغرض تحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثتان بالاعتماد على نوعين من مصادر البيانات:-

أ-المصادر الثانوية:- هي تلك البيانات التي تم الحصول عليها من الكتب والبحوث العلمية وذلك بهدف وضع الأسس العام والإطار النظري للدراسة.

ب-المصادر الأولية:-هي تلك البيانات التي تم الحصول عليها من خلال إعداد استمارة الاستبيان, بحيث تغطي جوانب الدراسة , وقد عرضت على مجموعة من المحكمين واحتوت على ثلاثة محاور: المحور الأول معرفة الخصائص الاجتماعية لأصحاب المحال التجارية, والمحور الثاني معرفة خصائص المحال التجارية, والمحور الثالث دراسة سلوك التجار وانعكاساتهم على المناطق التجارية الحديثة.

### 2- مجتمع عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من عينة عشوائية طبقية بلغت(170)محل تجاري في شارع إقزير, وتم تطبيق المعادلة لاستخراج حجم العينة وبلغت (120) محل تجاري, حيث الغي منها(23)استمارة لعدم استيفائها لمتطلبات الدراسة, وبذلك كان عدد الاستمارات التي أخضعت للتحليل الإحصائي(97)استمارة بنسبة (57%) من المحال التجارية, أما بالنسبة لأوقات جمع البيانات فقد تمت عملية توزيع الاستبانة على فترات مختلفة على مدار الأسبوع لمدة شهرين تقريبا.

### 3-مناهج الدراسة

اعتمدت الدراسة في تحقيق أهدافها على المنهج الوصفي التحليلي لتحديد خصائص الظاهرة ووصف وتحليل الأنماط المكانية للمناطق التجارية الحديثة, وكذلك المنهج السلوكي الذي يقوم على دراسة السلوك الاقتصادي لرجال الأعمال من ناحية تطوير مصالحهم التجارية المرافقة لنشوء وتطور المحال التجارية الحديثة في شارع إقزير.

### 4-تحليل البيانات -اساليب التحليل

تضمن التحليل اساليب ووسائل متعددة فالمصادر الثانوية تمت مناقشتها وربطه مع المصادر الأولية, فقد تم إدخال البيانات في برمجية التحليل الاحصائي, وتطبيق الاساليب الإحصائية وهي حساب التكرارات والتكرار النسبي, واستخدام الأكسل في رسم الدوائر النسبية, والقيام بتحليل الجداول المتعلقة بمتغيرات الدراسة.

### الدراسات السابقة

Sectoral Actors in the Jordanian Economy -1 دراسة (برهم, 2000), والتي قدمت تحليلاً لرجال الأعمال الأردنيين من حيث نشاطهم وسلوكهم الاقتصادي, واعتمدت المنهج السلوكي لدراسة سلوك التجار, وتوصلت الدراسة إلى أن رجال الأعمال الأردنيين كانت تجارتهم في عمر متأخر في (نهاية الثلاثينيات).

بعنوان: (Wissen, 1996)-2- الدراسة التي قام بها (

(A Micro-Simulation Model of Firms. Applications of the Demography of the Firm). وهدفت هذه الدراسة إلى دراسة العناصر الديموغرافية مثل (المواليد والهجرة وتراجع النمو والوفاة), وتوصلت الدراسة إلى إمكانية تطبيق هذا المنهج في هولندا لتوفر المعلومات المتعلقة بالشركات.

3- اشارت دراسة المجيعي (2019) المعنونة ب(ديناميكية البنية الموقعية للأنشطة التجارية في بلدية مصراتة- ليبيا, واعتمدت الدراسة على المنهج التطوري لدراسة النشاط التجاري في المدينة, والعمل الميداني, وظهرت الدراسة العديد من النتائج وكان أبرزها تأثير تزايد السكان وتوسع المدينة ووجود المنشآت اللوجستية في المدينة ووجود القروض التجارية, لها دور كبير في تطور النشاط التجاري بالمدينة.

### حدود البحث

تمثلت في الحدود المكانية للفرع البلدي مصراتة المركز, حيث اعتمدت الدراسة على شارع إقزير كنموذج لدراسة سلوك التجار فيها, أما الحدود الزمانية فكانت خلال الفترة الممتدة من شهر 9 سنة 2021 إلى شهر 11 لسنة 2021.

### منهج ديموغرافية الشركات

استحدث مؤخراً منهجاً جديداً في الجغرافية الاقتصادية, سمي بمنهج ديموغرافية الشركات, وقد قام عدد من الباحثين في مختلف التخصصات (علماء السكان, الجغرافيين, اقتصاديين) باستخدامه في تحليل وتفسير عناصر السلوك الديموغرافي للشركات (المجال التجارية) مكانياً أو زمانياً أو اقتصادياً, وهو منهج ينظر إلى الشركات إما كأفراد في الأسرة أو كأسرة ممتدة في حالة الشركات الكبرى أو كأسرة دولية مثل سلسلة

الكارفور العالمية أو سلسلة مطاعم ماكدونالد (خوالده، 2016). وتقوم فكرته على تشبيه الشركات (المحال) بالإنسان من حيث المراحل التي يمر بها منذ ولادته "هو البدء في انشاء المحال التجارية" ثم نموه وهجرته أو انتقاله وحتى مماته "إغلاق المحال التجارية" (برهم، 2018).

#### ديناميكية المناطق التجارية

تعرف الديناميكية في هذه الدراسة بالتحويلات ذات البعد المكاني والزمني في قطاع الخدمات، وهي عملية متواصلة تخضع لقواعد وشروط يمكن أن يتم وضعها في عدد من النظريات (الزيود، 2010) ورغم النقص الشديد فيها بسبب حداثة البحث في قطاع الخدمات وذلك لانصراف الباحثين إلى التركيز على القطاعات الكلاسيكية (الزراعة والصناعة)، ويواجه الباحث في ديناميكية المناطق التجارية نوعين من النظريات :-

**الأولى** وتتركز على تفسير نشأة قطاع الخدمات وتحول المجتمعات إلى ما يعرف بمجتمعات ما بعد الصناعة. **الثانية** وتتركز على دراسة حركة المحال التجارية في أحياء المدينة في البعدين الزمني والمكاني. (kulle, 2004).

#### العوامل المحددة في سلوك التجار تجاه نشأة وتطور المناطق التجارية الحديثة :-

يعتبر قرار الموقع من القرارات الاستراتيجية التي تتخذها إدارة المنشأة سواء الصناعية أو الخدمية لما له من تأثير على المدى الطويل، وأن جميع النظريات ركزت على عوامل الموقع، والتكامل الاقتصادي، والمسافات التي تفضل بين شبكات المتعاملين، وتأثيرات اقتصادية أساسية أخرى، تفترض هذه النظريات بأن رجال الأعمال يريدون أن يكسبوا أموالاً أكثر وهم يعرفون جيداً ما الذي يعملونه لكسب (الأموال Dijk, Pellenbarg, 1999)

وتتمثل هذه العوامل التي تدخل في تحديد وتخطيط مواقع المراكز التجارية في الآتي :-

- السكان: يعتبر السكان والقوة الشرائية وسلوك الشراء من العوامل الأساسية لاختيار موقع المنطقة التجارية، فكلما اقترب موقع المحل التجاري من الأماكن ذات الكثافات السكانية كان الموقع مرغوباً، وترتبط أيضاً القوة الشرائية بالدخل، بالإضافة إلى سلوك وذوق المستهلكين له علاقة باختيار موقع المحال التجارية سواء القريبة أو البعيدة للحصول على الخدمات الأفضل.

-يفضل عند اختيار موقع المحال التجارية أن يكون في منطقة حضرية تتمتع بكثافة سكانية عالية وتكون قريبة من الطرق الرئيسية وأن تمتاز بسهولة الوصول إليها من كافة الاتجاهات(الفايز, 2009).

عرض وتحليل لسلوك التجار تجاه نشأة وتطور المناطق التجارية الحديثة في شارع إقزير بمصراتة المركز

أولاً: الخصائص الاجتماعية لأصحاب المحال التجارية

سعى هذا البحث للإجابة على تساؤلات الدراسة , حيث تم القيام بإجراء دراسة ميدانية تضمنت مجموعة من الأسئلة من أجل تقييم عوامل الموقع في المناطق التجارية من قبل التجار في شارع إقزير بمصراتة المركز , وفيما يلي عرض للخصائص الديموغرافية التي تضمنتها الاستبانة كما في الجدول (1) , وشكل (1,2,3).

جدول (1) خصائص التجار الديموغرافية في المناطق التجارية الحديثة(شارع إقزير )

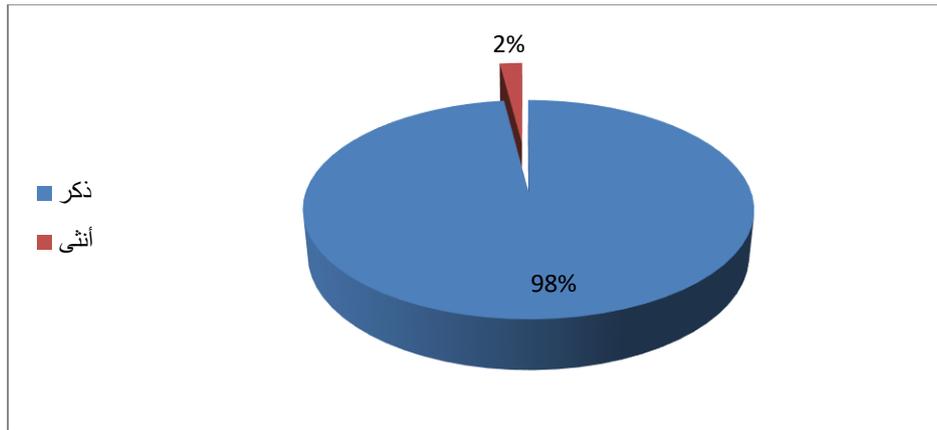
المتغير	الحالة	العدد	التكرار النسبي
الجنس	ذكر	95	98%
	أنثى	2	2%
العمر	15-24	7	7%
	25-34	34	35%
	35-44	40	41%
	45-54	10	10%
	55 سنة فأكثر	6	6%
	أساسي	4	4%
المستوى التعليمي	ثانوية	22	23%
	دبلوم متوسط	20	21%
	بكالوريوس	49	50%
	دراسات عليا	2	2%

المصدر: عمل الباحثان اعتماداً على الدراسة الميدانية 2021 .

### الجنس

أظهرت نتائج الدراسة ارتفاع نسبة التجار الذكور (98%)، بينما كانت نسبة الإناث (2%)، وهذا يفسر عدم مساهمة المرأة في النشاط التجاري بشكل كبير، واقتصارها على فئة الذكور، ويعود ذلك إلى طبيعة العادات والتقاليد السائدة في المجتمع الليبي.

شكل (1) الجنس (ذكور، إناث) في المناطق التجارية الحديثة (شارع إفرير)

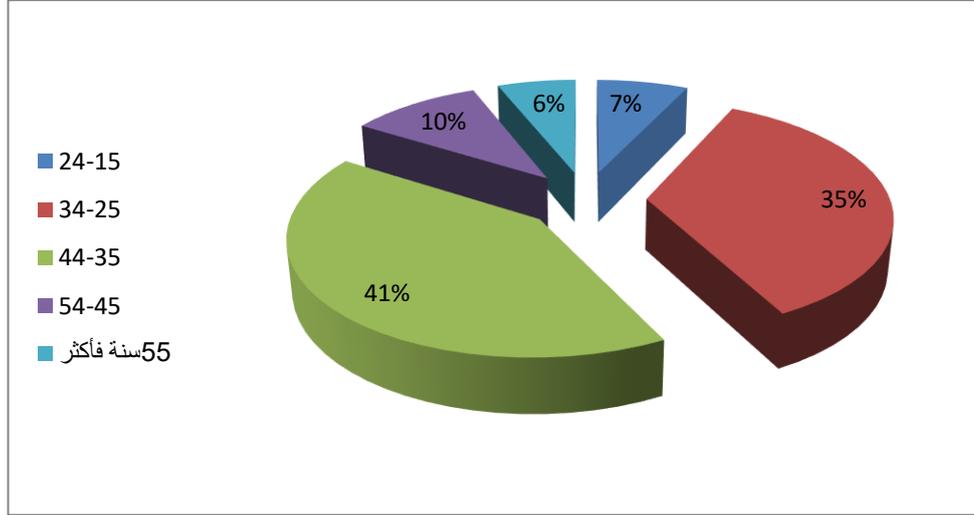


المصدر: عمل الباحثان اعتماداً على بيانات الجدول (1).

### العمر

بدأ التجار حياتهم العملية والانخراط في العمل في سن معينة، حيث بلغت نسبة التجار من فئة الشباب الذين أعمارهم من (25-34) سنة وبلغت نسبتهم (35%) من حجم العينة، ومن خلال المقابلات الشخصية تبين أن أغلبهم أبناء لرجال أعمال قاموا بفتح فروع لتجارهم، أما الفئة العمرية التي تراوحت أعمارهم بين (35-44) سنة بلغت نسبتهم (41%)، فقد اعتمدوا على تأسيس أنفسهم وتطوير محالهم التجارية والبعض منهم من خلال الاعتماد على الاعتمادات المصرفية، أما الفئة العمرية (45-55) سنة فقد انخفضت نسبتهم (6%) فيرجع ذلك إلى تسليم بعض الآباء من التجار إدارة المحال التجارية لأبنائهم.

شكل (2) الفئات العمرية لتجار المناطق التجارية الحديثة (شارع إقزير)

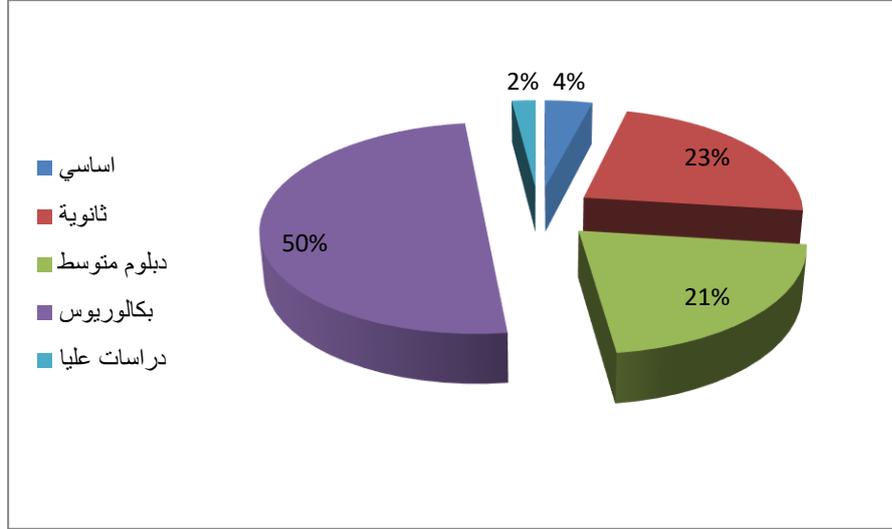


المصدر: عمل الباحثان اعتمادا على بيانات الجدول (1).

#### المستوى التعليمي

بلغت نسبة تجار الحاصلين على الثانوية العامة (23%)، وأما نسبة التجار من حملة الدبلوم المتوسط (21%) وكانت غالبية هذه الفئة من التجار القدماء في السوق (الثانوية- الدبلوم) ، وكما ارتفعت نسبة التجار من حملة البكالوريوس وبلغت (50%)، في حين انخفضت نسبة التجار الحاصلين على دراسات عليا بنسبة (2%) ، وهذا يفسر عدم ميول أصحاب الشهادات العليا للعمل في المجال التجاري.

شكل (3) المستوى التعليمي للتجار في المناطق التجارية الحديثة (شارع إقزير)



المصدر: عمل الباحثان اعتمادا على بيانات الجدول (1).

#### ثانيا : خصائص المحال التجارية

تميزت المحال التجارية في شارع إقزير بانتشار محال الملابس والأحذية حيث احتلت النسبة العالية ثم محال المواد المنزلية والكهربائية والسجاد والأثاث ومحال العطور والإكسسوار ثم الأجهزة الإلكترونية وجاءت المحال الغذائية والألعاب في المرتبة الأخيرة.

#### 1- عدد العاملين في المحال التجارية

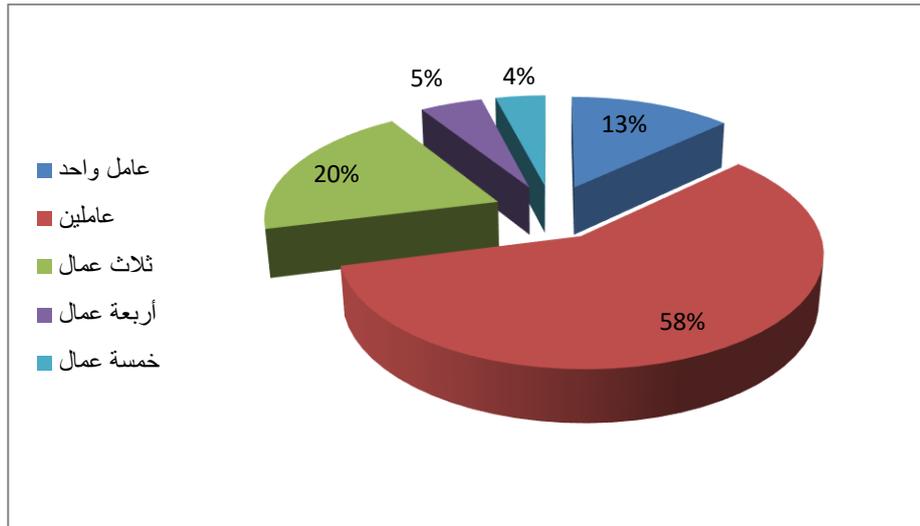
يتراوح عدد العاملين في المحال التجارية بمنطقة الدراسة ما بين 1 عامل إلى 5 عمال في المحل الواحد حسب نوعية التجارة, فبعض الأنشطة لا تحتاج لعدد كبير من العمال , فقد تراوح عدد العاملين في بعض المحال التجارية بمنطقة الدراسة ما بين 1-2 عامل وخصوصاً المحال الغذائية "السوبرماركت" ومحال الملابس الصغيرة والأحذية والعطور والمجوهرات, أما المحال الأخرى مثل المواد المنزلية والأثاث والسجاد والمواد الصحية فتراوحت أعدادهم من 3-5 عمال كما هو في الجدول (2) وشكل (4).

جدول (2) عدد العاملون في المحال التجارية الحديثة (شارع إقزير)

العاملون	العدد	التكرار النسبي
1	13	13%
2	56	58%
3	19	20%
4	5	5%
5	4	4%
المجموع	97	100%

المصدر: عمل الباحثان اعتمادا على الدراسة الميدانية 2021.

شكل (4) عدد العاملون في المحال التجارية الحديثة (شارع إقزير)



المصدر: عمل الباحثان اعتمادا على بيانات الجدول (2).

## 2- طبيعة المحال التجارية في المناطق التجارية الحديثة (شارع إقزير)

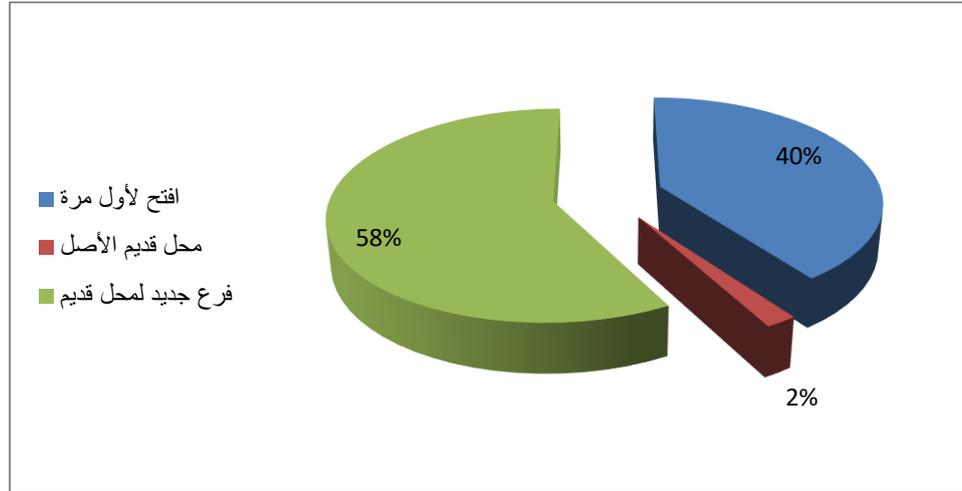
تراوحت نسبة المحال التجارية التي افتتحت لأول مرة في شارع إقزير بالفرع البلدي مصراتة المركز (40%) من حجم العينة, كما هو في الجدول (3) وشكل (5), وهذا يدل على أن شارع إقزير يعد مكاناً تجارياً جذاباً للأنشطة التجارية, وأما المحال المتفرعة من محل قديم فبلغت نسبتها (58%) من حجم العينة.

### جدول (3) طبيعة المحال التجارية في المناطق التجارية الحديثة (شارع إقزير)

طبيعة المحال التجارية	العدد	التكرار النسبي
افتح لأول مرة	39	40%
محل قديم الاصل	2	2%
فرع جديد لمحل قديم	56	58%
المجموع	97	100

المصدر: عمل الباحثان اعتمادا على الدراسة الميدانية 2021.

### شكل (5) طبيعة المحال التجارية في المناطق التجارية الحديثة (شارع إقزير)



المصدر: عمل الباحثان اعتمادا على بيانات الجدول (3).

### 3- امتلاك الفروع التجارية وعددها

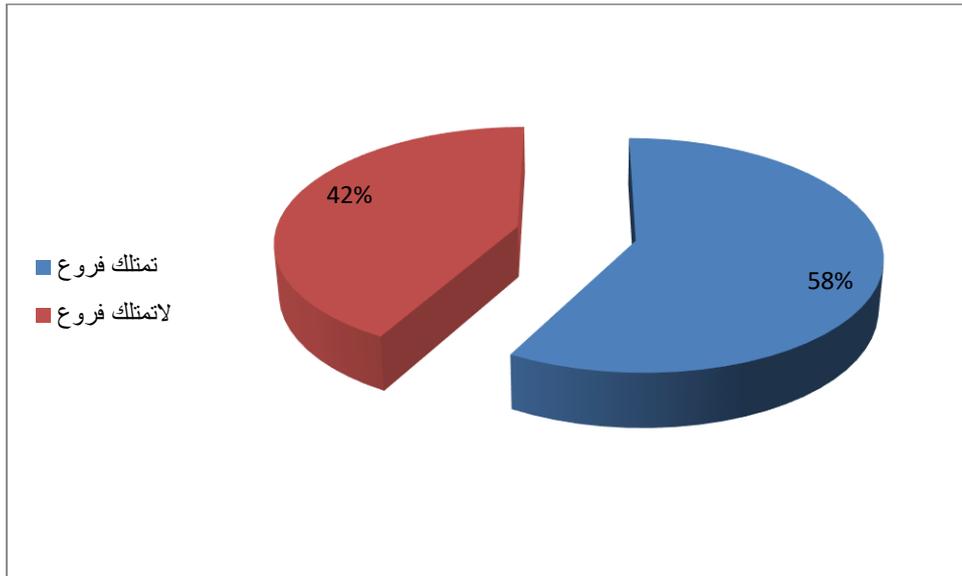
بلغت نسبة التجار الذين يملكون فروعاً تجارية (58%) كما هو في الجدول (4) وشكل (6)، حيث تم تأسيس محلاتهم الأقدم والفروع في المناطق التجارية التي تتمتع بالعديد من المزايا الاقتصادية الجاذبة للتجار والمستهلكين وامتدت هذه المناطق وتوسعت إلى الشوارع المجاورة والمناطق التجارية الحديثة مثل شارع إقزير، أما نسبة التجار الذين لا يملكون فروعاً تجارية بلغت نسبتهم (42%).

جدول (4) الفروع التجارية في المناطق التجارية الحديثة (شارع إقزير)

الفروع	العدد	التكرار النسبي
تمتلك فروع	56	58%
لا تمتلك فروع	41	42%
المجموع	97	100

المصدر: عمل الباحثان اعتماداً على الدراسة الميدانية 2021.

شكل (6) الفروع التجارية في المناطق التجارية الحديثة (شارع إقزير)



المصدر: عمل الباحثان اعتماداً على بيانات الجدول (4).

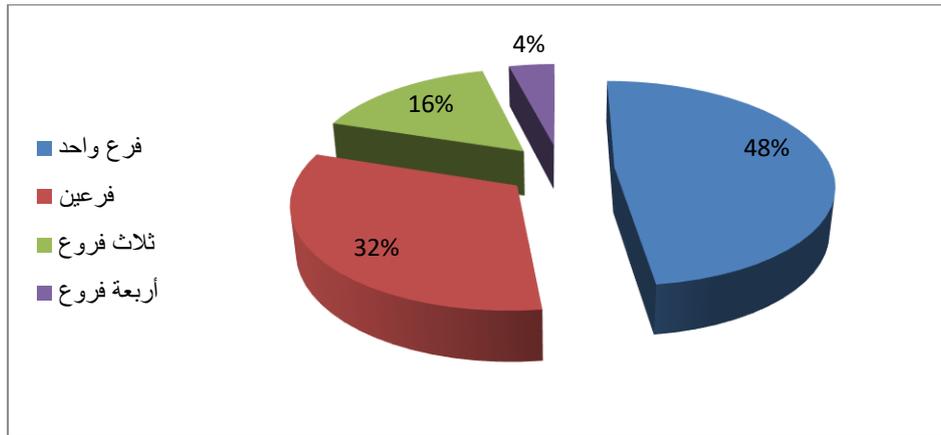
أما عدد الفروع التجارية فتبين من خلال الدراسة الميدانية ارتفاع نسبة التجار الذين يملكون فرعاً واحداً (48%) أو فرعين بنسبة (32%) كما هو في الجدول (5) وشكل (7)، وتمثلت في محال الملابس والمنزلية والكهربائية والعلطور والتجميل والسجاد ، وهذا يدل على أن نوع التجارة ورأس المال لهما دوراً كبيراً في تحديد حركة المحال التجارية في المناطق التجارية الحديثة.

جدول ( 5 ) عدد ونسبة الفروع التجارية لأصحاب المحال التجارية (شارع إقزير )

عدد الفروع	العدد	التكرار النسبي %
فرع واحد	27	48%
فرعين	18	32%
ثلاثة فروع	9	16%
أربعة فروع	2	4%
المجموع	56	100%

المصدر: عمل الباحثان اعتماداً على الدراسة الميدانية 2021.

شكل (7) عدد ونسبة الفروع التجارية لأصحاب المحال التجارية ( شارع إقزير)



المصدر: عمل الباحثان اعتماداً على بيانات الجدول (5).

#### 4-مواقع انتشار الفروع التجارية

من الواضح أن حداثة المنطقة والكثافة السكانية كانتا من أكثر العوامل الجاذبة للمحال التجارية وفروعها, وكان توجه التجار لإقامة منشآتهم في بلدية مصراتة في المناطق الحديثة مثل شارع إقزير وشارع الإذاعة وشارع طرابلس والساحلي وشارع المقاصبة والزروق شارع أولاد بعيو.

#### 5-النشاط السلعي في المحال المتفرعة

بلغت نسبة المحال التجارية المتفرعة التي تمارس نفس النشاط التجاري 100%, وهذا يؤكد حرص التاجر على عرض السلع التي يبيعها في المنشأة الأم في جميع فروعها, وذلك لخبرته وتخصصه في هذا المحال أو للسعي للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الزبائن في المناطق التجارية الحديثة.

ثالثا: السلوك الاقتصادي للتجار وانعكاساته على المناطق التجارية الحديثة(شارع إقزير)

#### 1-عوامل اختيار التجار للمناطق التجارية الحديثة(شارع إقزير)

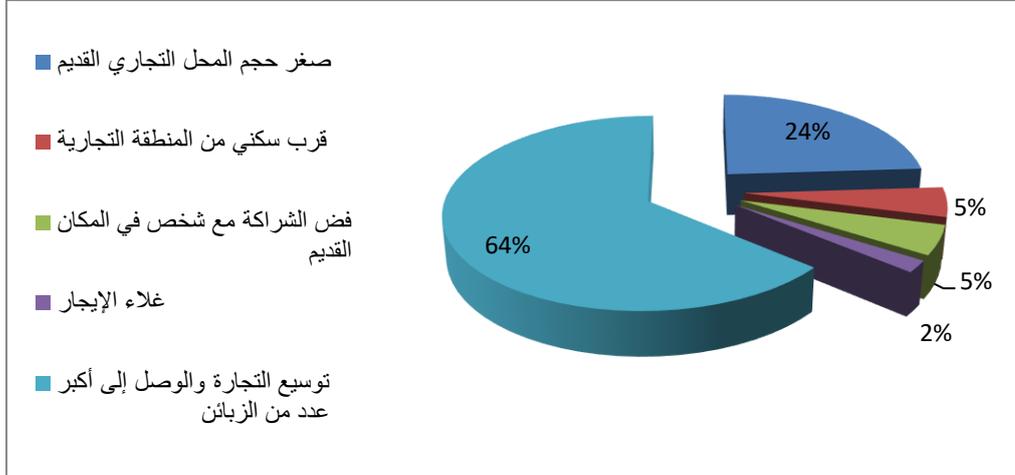
تبين من خلال نتائج الدراسة بأن العامل الأكثر تأثيرا في انتقال التجار إلى شارع اقزير هو بغرض توسيع التجارة والوصول إلى أكبر عدد من الزبائن بنسبة بلغت(64%), أما العامل الأقل تأثيرا كان غلاء الإيجار وفض الشراكة وقرب السكن من المنطقة التجارية الحديثة كما هو في الجدول( 6 ) وشكل(8).

جدول ( 6 ) عوامل انتقال التجار إلى المناطق التجارية الحديثة (شارع إقزير)

التكرار النسبي	العدد	عوامل انتقال المحال التجارية
24%	23	صغر حجم المحل التجاري القديم
5%	5	قرب سكني من المنطقة التجارية
5%	5	فض الشراكة مع شخص في المكان القديم
2%	2	غلاء الإيجار
64%	62	توسيع التجارة والوصول إلى أكبر عدد من الزبائن
100%	97	المجموع

المصدر: عمل الباحثان اعتمادا على الدراسة الميدانية 2021.

شكل ( 8 ) عوامل انتقال التجار إلى المناطق التجارية الحديثة (شارع إقزير)



المصدر: عمل الباحثان اعتمادا على بيانات الجدول (6).

## 2-مزايا المناطق التجارية الحديثة من وجهة نظر التجار

يعتبر عامل الكثافة السكانية من أهم الأسس والمعايير التي تؤخذ بعين الاعتبار عند اختيار موقع المشروع التجاري، فهي تعطي صورة واقعية عن حجم الطلب المتوقع وحجم الأرباح العائدة قبل قيامه بتأسيس منشآته التجارية وهذا يضمن له استمرار نشاطه التجاري ( بنى يونس، 2016 ) ، فبلغت نسبة التجار الذين قيموا عامل الكثافة السكانية بشكل إيجابي ( موافق بشدة، و موافق 98%)، واحتل العامل الثاني وجود محال مشاهمة ومنافسة تزيد من عدد الزبائن والقوة الشرائية العالية بنسبة بلغت (90%)، واحتل العامل الثالث والرابع كل من نظافة المكان والسمعة العالية وسهولة الوصول بنسبة بلغت (80%-75%) من التجار الذين قيموا هذا العامل وذلك لكون هذه المراكز مربوطة بشبكة طرق جيدة وفعالة، أما العوامل الأخرى رخص الإيجارات ومدى توفر مواقف السيارات ومناسبة أجور وأسعار المحال التجارية ، فكان تقييم التجار عليها بشكل سلبي ، فأغلب الذين قيموا رخص الإيجارات بشكل إيجابي كانوا من الذين استأجروا محلاتهم في بداية نشأة هذه المناطق عندما كانت أجورها منخفضة بعض الشيء، وكذلك تميزت أسعار البضائع بالاعتدال في شارع إقزير.

جدول (7) مزايا المناطق التجارية الحديثة ( شارع إقزير)

سمات الموقع الجديد	موافق	موافق بشدة	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	التكرار النسبي
وجود منافسة	%20	%70	%10			%100
الكثافة السكانية	%45	%53	%2	-	-	%100
مدى توفر مواقف السيارات	-	-	%10	%70	%20	%100
رخص الإيجار	-	-	%70	%30	-	%100
القوة الشرائية العالية	%45	%45	-	-	-	%100
توفر الخدمات ونظافة المكان والسمعة العالية	%40	%40	%20	-	-	%100
سهولة الوصول	%40	%35	%25	-	-	%100
مناسبة أسعار المحال التجارية	%10		%80	%10		%100

المصدر: عمل الباحثان اعتمادا على الدراسة الميدانية 2021.

### النتائج

- 1- عدم مساهمة المرأة بالنشاط التجاري بشكل كبير, ويرجع السبب في ذلك العادات والتقاليد وانتشار ثقافة العيب التي تفرض قيود على المرأة وتقلل من نسبة مشاركتها إلا عن طريق الإنترنت أو المعارض التي تقام بالبلدية في بعض أوقات السنة.
- 2- العامل الأكثر تأثيراً في انتقال التجار إلى المناطق التجارية الحديثة هو توسيع التجارة والوصول إلى أكبر عدد من الزبائن حيث شكلت نسبتها (64%) من عينة الدراسة وكذلك صغر حجم المحل القديم (المنشأة الأم) بنسبة (24%) من عينة الدراسة.
- 3- من أبرز المزايا الاقتصادية التي تساهم في اختيار الموقع والسلوك التجاري ارتفاع الكثافة السكانية في المنطقة التجارية التي تشكل قاعدة استهلاكية كبيرة , من خلال زيادة عدد الزبائن ثم يليها وجود محال منافسة وسهولة الوصول إلى المراكز التجارية.
- 4- عدم وجود مواقف سيارات خاصة بالمراكز التجارية, واقتصرت مواقف السيارات أمام المحال التجارية فقط.

### التوصيات

- 1- تنظيم مناطق اقتصادية جديدة جاذبة تساهم في عمليات التنمية وخصوصاً المناطق التي تعاني من نقص في الأنشطة الاقتصادية حتى يصبح إقليمياً متوازناً تنموياً.
- 2- ادخال نظم المعلومات الجغرافية إلى الدوائر الحكومية لتوفير الوقت والجهد وقدرتها على التحليل المكاني والمساعدة في اتخاذ القرار.
- 3- تطبيق منهج ديموغرافية الشركات من خلال عمل قاعدة بيانات تخص المحال التجارية منذ تأسيسها وحتى انتقالها وإغلاقها من خلال عمل منظومة تحوي جميع البيانات من أجل دراسة تغيرات الحركة المكانية للمحال التجارية.
- 4- عمل المزيد من الدراسات التي تفسر سلوكيات التجار والاستفادة منها في اتخاذ القرارات المتعلقة بالتخطيط التجاري.

## Results

- 1 - Women do not participate in commercial activity in a large way, and the reason for this is customs and traditions and the spread of a culture of shame that imposes restrictions on women and reduces the percentage of their participation, except through the Internet or exhibitions that are held in the municipality at some times of the year.
- 2- The most influential factor in the movement of merchants to modern commercial areas is the expansion of trade and access to the largest number of customers, which is (64%) of the study sample, as well as the small size of the old shop (the mother Institution) by (24%) of the study sample.
- 3- One of the most prominent economic advantages that contribute to choosing the location and commercial behavior is the high population density in the commercial area, which constitutes a large consumer base, by increasing the number of customers, followed by the presence of competitive shops and easy access to commercial centers.
- 4- The lack of private car parks in the commercial centers, and the car parks were limited in front of the shops only.

## المراجع

- 1- الزبيد، ريم (2010)، ديناميكية تطور المناطق التجارية في عمان الكبرى في الفترة 1950-2009 باستخدام نظم المعلومات الجغرافية، أطروحة دكتوراه، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
- 2- الدراسة الميدانية لشارع إقزير بالفرع البلدي مصراتة المركز، 2021.
- 3- الفايز، عبدالله (2009)، اختيار المراكز التجارية وتوزيعها داخل المدن، مقال منشور، مجلة الأسواق العربية.
- 4- المجيعي، ابتسام وأخرون (2018)، التطور التجاري في مدينة مصراتة - ليبيا - والعوامل المؤثرة فيه، مجلة جامعة فلسطين للدراسات والأبحاث، المجلد الثامن، العدد الرابع.
- 5- المجيعي، ابتسام (2019)، ديناميكية البنية الموقعية للأنشطة التجارية في بلدية مصراتة-ليبيا، أطروحة دكتوراه غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
- 6- برهم، نسيم (2018) محاضرة لطلاب قسم الجغرافيا في ملتقى اليوم العام للجغرافيا في الجامعة الأردنية.

7- بني يونس, ولاء(2016),ديناميكية نمو المناطق التجارية في مدينة اربد خلال الفترة(1970-2015) باستخدام نظم المعلومات الجغرافية, رسالة ماجستير غير منشورة, جامعة اليرموك, الأردن.

**References:**

- 1- Al-Zayoud, Reem (2010), the dynamics of the development of commercial areas in Greater Amman in the period 1950-2009 using geographic information systems, PhD thesis, University of Jordan, Amman, Jordan.
- 2- A field study of Igzir Street in the municipal branch of Misurata Center, 2021.
- 3- Al-Fayez, Abdullah (2009), the selection of commercial centers and their distribution within cities, published article, Arab Markets magazine.
- 4- Al-Mujai, Ibtisam and others (2018), the commercial development in the city of Misurata - Libya - and the factors affecting it, Palestine University Journal for Studies and Research, Volume VIII, Issue IV.
- 5- Al-Mujai, Ibtisam (2019), The dynamics of the locational structure of commercial activities in the municipality of Misurata - Libya, an unpublished PhD thesis, University of Jordan, Amman, Jordan.
- 6- Barham, Naseem (2018) a lecture to students of the Department of Geography at the General Day of Geography Forum at the University of Jordan.
- 7- Bani Younis, Walaa (2016), the dynamics of the growth of commercial areas in the city of Irbid during the period (1970-2015) using geographic information systems, unpublished master's thesis, Yarmouk University, Jordan.
- 8- Khawaldeh, Hamza (2016), a lecture for postgraduate students entitled spatial organization within the course of spatial organization of economic activities, University of Jordan, Monday, March 3.
- 9- Ministry of Economy and Trade, data on the number of shops in the municipality of Misurata, unpublished data, 2021.
- 10- Misurata Comprehensive Plan (2000), PulService Company, Final Report, Secretariat of the General People's Committee of Utilities, Warsaw - Poland.

**The behavior of merchants towards the emergence and development of modern commercial areas in the municipal branch of Misurata center (Agzir Street as a model)**

Ibtisam A. Elmajie <sup>1</sup>

<sup>1</sup>Misurata University-Libya

i.elmajie@edu.misuratau.edu.ly

Intesar H.Efkirin <sup>2</sup>

<sup>2</sup>Mohammed Bin Ali Sonnoussi, AL-Bayda – Libya

intesarhallfhc@ius.edu.ly

**Abstract:**

This research aims to study the behavior of merchants towards the emergence and development of commercial areas by analyzing the "demographic of companies" thought, which is based on studying the movement of economic establishments and dealing with commercial areas as family members in terms of birth, growth, development, migration and death. In this study, the researcher used descriptive and analytical approaches for data analysis, as well as personal interviews and fieldwork, which was embodied in the method of the questionnaire and was analyzed using the statistical analysis program (Spss). In order to achieve the study's objectives, Iqzir Street was chosen as a model for studying the modern commercial areas in the Misurata center, and a stratified random sample was chosen that amounted to (97 ) of the shops by (57%). The study showed many results, most notably that the high population density is one of the most important factors affecting the success of the commercial areas, followed by the presence of intense competition between the shops and the high purchasing power of those customers.

**Keywords:** behavior of merchants, commercial areas, "demographic of companies" approach.