



الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة  
ISLAMIC UNIVERSITY OF MADINAH

# مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم التربوية والاجتماعية

مجلة علمية دورية محكمة

العدد التاسع - الجزء الأول  
شعبان 1443 هـ - مارس 2022 م

## معلومات الإيداع في مكتبة الملك فهد الوطنية

### النسخة الورقية :

رقم الإيداع: 1441/7131

تاريخ الإيداع: 1441/06/18

رقم ردمد : 1658-8509

### النسخة الإلكترونية :

رقم الإيداع: 1441/7129

تاريخ الإيداع: 1441/06/18

رقم ردمد : 1658-8495

### الموقع الإلكتروني للمجلة :

<https://journals.iu.edu.sa/ESS>



### البريد الإلكتروني للمجلة :

ترسل البحوث باسم رئيس تحرير المجلة

[iujournal4@iu.edu.sa](mailto:iujournal4@iu.edu.sa)

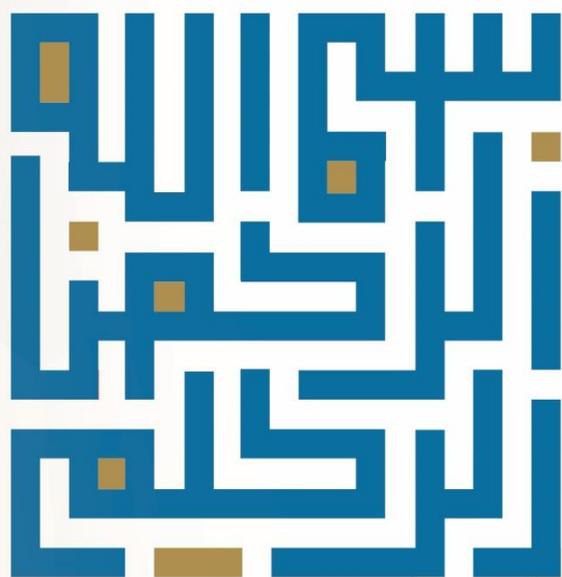




الجامعة الإسلامية بمكة المكرمة  
ISLAMIC UNIVERSITY OF MADINAH

البحوث المنشورة في المجلة  
تعبر عن آراء الباحثين ولا تعبر  
بالضرورة عن رأي المجلة

جميع حقوق الطبع محفوظة  
للجامعة الإسلامية



## قواعد وضوابط النشر في المجلة

أن يتسم البحث بالأمانة والجدية والإبتكار والإضافة المعرفية في التخصص.

لم يسبق للباحث نشر بحثه.

أن لا يكون مستلماً من رسالة علمية (ماجستير/دكتوراة) أو بحوث سبق نشرها للباحث.

أن يلتزم الباحث بالأمانة العلمية.

أن تراعى فيه منهجية البحث العلمي وقواعده.

أن لا تتجاوز نسبة الاقتباس في البحث المقدم (25%).

أن لا يتجاوز مجموع كلمات البحث (12000) كلمة بما في ذلك الملخصين العربي والإنجليزي وقائمة المراجع.

لا يحق للباحث إعادة نشر بحثه المقبول للنشر في المجلة إلا بعد إذن كتابي من رئيس هيئة تحرير المجلة.

أسلوب التوثيق المعتمد في المجلة هو نظام جمعية علم النفس الأمريكية (APA) الإصدار السادس، وفي الدراسات التاريخية نظام شيكاغو.

أن يشتمل البحث على : صفحة عنوان البحث ، ومستخلص باللغتين العربية والإنجليزية، ومقدمة ، وصلب البحث ، وخاتمة تتضمن النتائج والتوصيات ، وثبت المصادر والمراجع ، والملاحق اللازمة مثل: أدوات البحث، والموافقات للتطبيق على العينات وغيرها؛ إن وجدت.

يلتزم الباحث بترجمة المصادر العربية إلى اللغة الإنجليزية.

يرسل الباحث بحثه إلى المجلة إلكترونياً ، بصيغة (WORD) وبصيغة (PDF) ويرفق تعهداً خطياً بأن البحث لم يسبق نشره ، وأنه غير مقدم للنشر، ولن يقدم للنشر في جهة أخرى حتى تنتهي إجراءات تحكيمه في المجلة.

المجلة لا تفرض رسوماً للنشر.



## الهيئة الاستشارية :

**معالي أ.د : محمد بن عبدالله آل ناجي**

مدير جامعة حفر الباطن سابقاً

**معالي أ.د : سعيد بن عمر آل عمر**

مدير جامعة الحدود الشمالية

**معالي د : حسام بن عبدالوهاب زمان**

رئيس هيئة تقويم التعليم والتدريب سابقاً

**أ. د : سليمان بن محمد البلوشي**

عميد كلية التربية بجامعة السلطان قابوس سابقاً

**أ. د : خالد بن حامد الحازمي**

أستاذ التربية الإسلامية بالجامعة الإسلامية سابقاً

**أ. د : سعيد بن فالح المغامسي**

أستاذ الإدارة التربوية بالجامعة الإسلامية سابقاً

**أ. د : عبدالله بن ناصر الوليعي**

أستاذ الجغرافيا بجامعة الملك سعود

**أ.د. محمد بن يوسف عفيفي**

أستاذ أصول التربية بالجامعة الإسلامية



## هيئة التحرير :

رئيس التحرير :

**أ.د. : عبدالرحمن بن علي الجهني**

أستاذ أصول التربية بالجامعة الإسلامية

مدير التحرير :

**أ.د. : محمد بن جزاء بجاد الحربي**

أستاذ أصول التربية بالجامعة الإسلامية

## أعضاء التحرير :

**معالي أ.د. : راتب بن سلامة السعود**

وزير التعليم العالي الأردني سابقا  
وأستاذ السياسات والقيادة التربوية بالجامعة الأردنية

**أ.د. : إبراهيم بن عبدالرافع السمذوني**

وكيل كلية التربية للدراسات العليا بجامعة الأزهر  
وأستاذ أصول التربية بجامعة الأزهر

**أ.د. : بندر بن عبدالله الشريف**

أستاذ علم النفس بالجامعة الإسلامية

**أ.د. : عبدالرحمن بن يوسف شاهين**

أستاذ المناهج وطرق التدريس بالجامعة الإسلامية

**أ.د. : عبدالعزيز بن سليمان السلومي**

أستاذ التاريخ الإسلامي بالجامعة الإسلامية

**أ.د. : عبدالله بن علي التمام**

أستاذ الإدارة التربوية بالجامعة الإسلامية

**أ.د. : محمد بن إبراهيم الدغيري**

أستاذ الجغرافيا الاقتصادية بجامعة القصيم

**أ.د. : علي بن حسن الأحمدي**

أستاذ المناهج وطرق التدريس بالجامعة الإسلامية

**د : رجاء بن عتيق المعيلي الحربي**

أستاذ التاريخ الحديث والمعاصر المشارك بالجامعة الإسلامية

سكرتير التحرير :

**أ. مجتبي الصادق المنا**

الإخراج والتنفيذ الفني :

**م. محمد حسن الشريف**

المنسق العلمي :

**أ. محمد سعد الشال**



الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة  
ISLAMIC UNIVERSITY OF MADINAH



## فهرس المحتويات :

م	عنوان البحث	الصفحة
1	التفكير القائم على الحكمة لدى القادة الأكاديميين بجامعة نجران د. فيصل بن علي يحيى نجمي	1
46	درجة توظيف معلمي ومعلمات اللغة العربية لمهارات وأساليب التهيئة للدرس في المرحلة الثانوية من وجهة نظرهم د. يحيى بن علي عقيل قناعي	2
90	اليقظة العقلية وعلاقتها بالمهارات الاجتماعية وفق بعض المتغيرات الديموغرافية لدى طلبة كلية التربية جامعة الباحة د. عبد الوهاب بن مشرب أنديجاني	3
142	تقييم أساليب التفكير الشائعة لطلبة المرحلة الثانوية بمدينة نجران في ضوء نظرية هاريسون وبرامسون د. محمد بن حسين فهيد اليامي	4
182	واقع برنامج الحملات الصيفية للتوعية ومحو الأمية من وجهة نظر منفذي البرنامج د. موسى بن سليمان الفيقي	5
224	العوامل ذات العلاقة بالتحويلات السلبية لمتابعة مشاهير السناج شات "دراسة ميدانية على طلاب جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس" د. صالح بن عبد العزيز التويجري	6
276	توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تدريب أعضاء هيئة التدريس بالجامعات السعودية من وجهة نظر خبراء التربية - تصور مقترح - د. ماجد بن عبدالله بن محمد الحبيّب	7
318	مستوى وعي طالبات كلية التربية في جامعة طائل بمعايير الجمعية الدولية لتقنية التعليم ISTE والتطبيقات الرقمية في ضوءها بالتعليم عن بعد أثناء جائحة كورونا د. أسماء بنت سعد بن سعيد القحطاني	8
356	معوقات التخطيط الاستراتيجي في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية د. نجلاء بنت عمر بن صالح العُمري	9
408	التحليل المكاني للأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم بالمملكة العربية السعودية أ. أسيل بنت عبد العزيز السليم / أ.د. محمد بن إبراهيم الدغيري	10

\* ترتيب الأبحاث حسب تاريخ ورودها للمجلة مع مراعاة تنوع التخصصات

التحليل المكاني للأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم  
بالمملكة العربية السعودية

Spatial Analysis of the Weekly Markets  
in Al- Qassim Region - Saudi Arabia

إعداد

أ. أسيل عبد العزيز السليم

باحثة دكتوراة بقسم الجغرافيا بجامعة القصيم

أ.د. محمد بن إبراهيم الدغيري

أستاذ الجغرافيا الاقتصادية بجامعة القصيم

**Lecturer. Aseel Abdel Aziz Al-Saleem**

Ph.D. researcher in the Department of Geography at Qassim  
University

**Prof. Mohammed Ibrahim Aldagheiri**

Professor of Economic Geography at Qassim University

## المستخلص

تمثل دراسة الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم أهمية كبيرة، في ظل الأدوار المتعددة لهذه الأسواق، وقد تناول البحث التحليل المكاني للأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم، التي تضم خمسة وعشرين سوقاً تُعقد بشكل دوري طوال أيام الأسبوع، داخل منطقة القصيم، واستهدف البحث إبراز التباين المكاني لها والعوامل المؤثرة في هذا التباين، ودراسة تحليلها المكاني، وبيان خصائص المستفيدين من هذه الأسواق، وتحليل درجات رضا المستفيدين عنها، وتشخيص المشكلات التي تواجه المستفيدين من هذه الأسواق، وصياغة بعض المقترحات التنموية من أجل التغلب على هذه المشكلات، وتحقيق الكفاءة النوعية والكمية في الخدمات التي تقدمها الأسواق الأسبوعية بالمنطقة. واستلزمت الدراسة المزج بين المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الوصفي الاستقرائي.

وانتهت الدراسة إلى بعض النتائج منها تفاوت الأسواق الأسبوعية في درجة ارتباطها وعلاقتها بمتغيرات الدراسة، وتباين الخصائص النوعية والعمرية والتعليمية والوظيفية للمستفيدين من الأسواق الأسبوعية، وتنوع البضائع والمنتجات المعروضة بالأسواق الأسبوعية، كما أظهرت الدراسة أن مشكلة تذبذب أسعار المنتجات المعروضة بالأسواق على قائمة المشكلات التي تواجه المستفيدين، ويلبي ذلك المشكلات الأخرى.

وانتهى البحث إلى بعض التوصيات، منها: ضرورة رفع كفاءة الأسواق الأسبوعية، وإشراك المستفيدين في صياغة أي خطط تنموية لها، وضرورة الربط بين الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والأسواق الأسبوعية بمحافظات المنطقة، وتحقيق العدالة المكانية في توزيع الأسواق، وتوفير كافة الخدمات والاحتياجات بها، مع مراعاة الاختيار الأمثل لمواقعها وتنويع المعروض فيها، ورفع كفاءة الخدمات التي تقدمها الأسواق.

**الكلمات المفتاحية:** الأسواق الأسبوعية- التحليل المكاني - منطقة القصيم - خدمات

الأسواق.

## Summary:

The study of the weekly markets in the Qassim region is of great importance, in light of the multiple roles of these markets. The research dealt with the spatial analysis of the weekly markets in the Qassim region, which includes twenty-five markets held periodically throughout the week, within the Qassim region, and the research aimed to highlight the spatial variation of them and the influencing factors. In this contrast, studying its spatial analysis, clarifying the characteristics of the beneficiaries of these markets, analyzing the degrees of satisfaction of the beneficiaries with them, diagnosing the problems facing the beneficiaries of these markets, formulating some development proposals in order to overcome these problems, and achieving qualitative and quantitative efficiency in the services provided by the markets. The study necessitated a mixture of the descriptive analytical method and the inductive descriptive method.

The study concluded with some results, including the variation of the weekly markets in the degree of their relation to the variables of the study, the variation of qualitative, age, educational and functional characteristics of the beneficiaries of the weekly markets, and the diversity of goods and products offered in the weekly markets. , followed by other problems.

The research concluded with some recommendations, including: the need to raise the efficiency of the weekly markets, the involvement of the beneficiaries in formulating any development plans for them, the necessity of linking the social and economic aspects and the weekly markets in the governorates of the region, achieving spatial justice in the distribution of markets, and providing all services and needs, taking into account the choice. Optimizing their locations, diversifying their supply, and raising the efficiency of services provided by the markets.

**Keywords:** Weekly Markets - Spatial Analysis - Qassim Region - Market Services.

## مقدمة:

تعدُّ التجارة من أهم العلاقات الوظيفية بين المدينة وإقليمها والمناطق المجاورة، فمن مظاهر التفاعل بين المدينة وإقليمها والمناطق المجاورة لها الأنشطة التجارية بمختلف صورها ومستوياتها الخدمية، التي تصنف على أنَّها فرعٌ من فروع الجغرافيا الاقتصادية بما فيها الأسواق الأسبوعية، فالوظيفة التجارية للمدينة لا تعتمد على السكان المقيمين فقط؛ بل تعتمد كذلك على المترددين عليها من المناطق المجاورة، وهؤلاء يمثلون جزءًا من وظيفتها الاقتصادية، ويعرف السوق بأنه اجتماع رسمي لكل من البائعين والمشتريين في مكان معلوم (شليبي، ٢٠٠٦، ص ٢٩٥).

ويقصد بالسوق من وجهة نظر المستهلك مكان الطلب على سلعة ما، وقد يتسع مفهوم السوق ليشمل التنظيمات والإجراءات التي تمكن من عقد صفقات بين المشتريين والبائعين (الديب، ٢٠٠٦، ص ٣٣٣). ويعرف السوق الشعبي أنه مكان يتم فيه بيع وشراء السلع الشعبية بأسعار معتدلة، وقد يكون السوق عامًا أو متخصصًا في سلعة أو أكثر، ويقام السوق إما في يوم أو يومين أسبوعيًا أو على مدار الأسبوع، ويشغل السوق مساحة كبيرة مسقوفة أو مكشوفة، ويمكن للسوق الشعبي أن يخدم المدينة أو القرية أو الإقليم (محمود، ٢٠١٢، ص ٦٧).

ويأتي الاهتمام بدراسة الأسواق باعتبارها ظاهرة جغرافية لها بعدٌ مكاني وخصائص متميزة أسهمت في تحديدها مجموعة من المؤثرات الجغرافية، ويقدر ما لهذه الخصائص من أهمية يتحدد نوع وطبيعة علاقاتها مع عناصر الإقليم أو المكان، ومن ثم دورها في خدمة البيئة الريفية والحضرية (عبد المعطي، ٢٠٠٥، ص ٥٣١).

وتعدُّ الأسواق الدورية الأسبوعية ظاهرة جغرافية مهمة، استرعت الانتباه، ممَّا جعل العديد من المتخصصين في مختلف المجالات يقومون بدراساتها، ومنهم الجغرافيون الذين ركزوا على أسباب ظهورها وتوزيعها الجغرافي والمواد التي تباع فيها، بالإضافة إلى أماكن إقامة المشتريين والباعة التي تحدد مجال نفوذ هذه الأسواق الدورية (الأجواد، ٢٠٠٧، ص ٧١).

وتتضمَّن منطقة القصيم - كغيرها من المناطق الأخرى - عددًا من الأسواق الأسبوعية، وتمتاز هذه الأسواق بحضورها الدائم، رغم الصور العصرية المختلفة التي تتمثل في الأنماط

الحياتية المتطورة والحديثة من بينها انتشار المجمعات والمراكز التجارية الكبيرة، إلا أن هذه الأسواق مازالت تحتفظ بجاذبية كبيرة لكثير من السكان الذين يجدون في أرجائها البساطة والعفوية في عمليات البيع والشراء، وقد جذبت الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم اهتمام الباحثين، في ظل تباين توزيعها وخدماتها، وتفاوت مؤشرات كفاءتها، وتباين درجات رضا المترددين عليها، وحاجتها للمزيد من الدراسة.

### منطقة الدراسة:

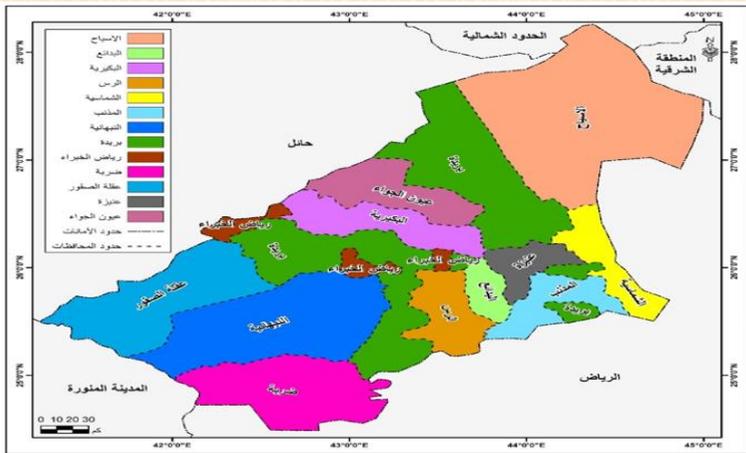
تشغل منطقة القصيم جزءًا من وسط المملكة تبلغ مساحتها (٧٣ ألف كم ٢) تمثل ٣,٧% من إجمالي المساحة الإجمالية للمملكة، ويوضح شكل (١) الموقع الفلكي لمنطقة القصيم التي تقع منطقة القصيم في الوسط الشمالي من المملكة ويحدها من الشرق المنطقة الشرقية ومن الشرق والجنوب منطقة الرياض، ومن الشمال منطقة حائل والحدود الشمالية، ومن الغرب منطقتنا المدينة المنورة وحائل، وتتميز المنطقة بموقعها الجغرافي حيث تتوسط المملكة العربية السعودية؛ مما جعل معظم الطرق البرية التي تربط شبه الجزيرة العربية تمر عبرها، وتتبع لها إداريا ١٣ محافظة، وتمثل بريدة العاصمة الإدارية للمنطقة، وبها ٥ محافظات فئة (أ) تشمل عنيزة، والرس، والمذنب، والبكيرية، والبدائع، و٧ محافظات فئة (ب) تضم الأسياح، والنبهانية، وعيون الجواء، ورياض الخبراء، والشماسية، وعقلة الصقور، وضرية (غرفة القصيم، ٢٠٢٠، ص ٢٤)، شكل (٢). وتتميز معظم أراضي القصيم بالاستواء التي تضم في مجملها الأراضي الزراعية ومناطق الصحاري الرملية وبعض الأودية كوادي الرمة وروافده، حيث يتراوح ارتفاعها بين ٦٠٠-٧٥٠ مترًا فوق مستوى سطح البحر، وينحدر تدريجيًا من الغرب إلى الشرق متناغمًا مع البنية التضاريسية للمملكة (هيئة المساحة الجيولوجية، ٢٠٠٨)،

شكل (١) الموقع الجغرافي لمنطقة القصيم بين مناطق المملكة العربية السعودية ٢٠١٦ م



المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على هيئة المساحة الجيولوجية، ٢٠١٦ م.

شكل (٢) التقسيم الإداري لمنطقة القصيم عام ٢٠٢١ م



المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على أمانة القصيم، ٢٠٢٠ م، وهيئة المساحة الجيولوجية السعودية، ٢٠١٨ م.

وقد قدر عدد سكان منطقة القصيم عام ١٤٣٩ هـ / ٢٠١٨ م بنحو ١,٥ مليون نسمة بنسبة ٤,٤% من إجمالي سكان المملكة، وتحتل بما المرتبة السابعة بين مناطق المملكة، وقد شهد سكانها زيادة ملحوظة من ١,٢ نسمة عام ٢٠١٠ إلى ١,٥ نسمة عام ٢٠١٨ (الهيئة العامة للإحصاء، ٢٠١٨م). بمعدل نمو سنوي قدره ١,٨% خلال هذه المدّة، ومعدل نمو سنوي قدره ١,٨% سنويًا (معدل النمو من حساب الباحثين)

ولا يختلف مناخ القصيم عن مناخ وسط الجزيرة العربية، إذ تقع ضمن النطاق الجاف الذي يتميز بشدّة الجفاف وقلة الأمطار، كما تتميز بارتفاع الحرارة صيفًا، وانخفاضها شتاءً، حيث يبلغ متوسط درجة الحرارة في الصيف حوالي ٣٦ درجة مئوية، وفي الشتاء ٢٠ درجة مئوية، ويسود في المنطقة الرياح الشمالية الشرقية والشمالية الغربية التي تهب في فصل الشتاء، بالإضافة إلى الرياح الجنوبية الغربية والجنوبية الشرقية صيفًا (غرفة القصيم، ٢٠٢٠م).

### أهمية الدراسة:

تمثل أهمية الدراسة في أنها الدراسة الجغرافية الأولى التي تناولت دراسة الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم، وأهمية الدراسة في تقديم بعض الحلول للمسؤولين وصنّاع القرار حول الأسواق الأسبوعية من أجل تنميتها.

### مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تعدّ الأسواق الأسبوعية التي تقام على مساحات مفتوحة إحدى مظاهر النشاط التجاري في منطقة القصيم، وتسهم في خلق فرص عمل لعدد من السكان، وفي الوقت نفسه تسهم في سد حاجات روادها من سكان المنطقة وتلبي متطلباتهم، ورغم ذلك لم تلق من الاهتمام الكافي لدراستها من المنظور الجغرافي، وهذا يقودنا إلى عدد من التساؤلات هي:

- هل تتباين خصائص التوزيع الجغرافي للأسواق الأسبوعية بالمنطقة؟
- هل تتباين مؤشرات درجة رضا المستفيدين عن هذه الأسواق؟

- هل التي تواجه الأسواق الأسبوعية في منطقة القصيم بعض المشكلات ، وكيفية وضع حلول تطبيقية لها؟

### أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة إلى:
- دراسة التوزيع الجغرافي للأسواق والعوامل المؤثرة فيه.
- تحليل مؤشرات رضا المستفيدين من هذه الأسواق.
- دراسة المشكلات التي تواجه الأسواق الأسبوعية ووضع حلول لها.

### الإطار النظري للدراسة:

#### أولاً: النظريات:

##### ١. نظرية توطن الأنشطة التجارية:

تعدُّ الأسواق الدورية والأسبوعية ظاهرةً جغرافيةً استترعت الانتباه، وجعلت كثيراً من المتخصصين في مجالات مختلفة يقومون بدراستها، ويركز الجغرافيون على أسباب ظهورها وتوزيعها الجغرافي والمواد التي تباع فيها، بالإضافة إلى أماكن إقامة المشتريين والباعة.

فقد توجه ممفورد (Mumford) في عام ١٩٣٨م إلى عدم المبالغة في النظر إلى المدينة على أنّها مركز تجاريّ لتجميع الأنشطة التجارية؛ بل هي قاعدة لمؤسسات تخدم إقليمًا بأكمله، إلى جانب وظائفها الأخرى كالثقافية والفنية والسياسية، وهو الأرجح نظريًا خاصة في العصور الحديثة، التي ساد فيها الاتصال عن بعد، ممّا وسع مجال التجارة المكاني ليمتد عبر المدن والأقاليم والدول والقارات.

ونظريًا تتوزع الأسواق المركزية في مراكز الأعمال الإقليمية بالأحياء الهامشية في مرحلتها الأولى بعد نزوحها من منطقة الأعمال المركزية القديمة، أما حركة النزوح الحديثة فهي تتجه نحو الضواحي، أو المحاور المهمة داخل النسيج العمراني للمدن الكبرى؛ ليسهل تقديم وظائفها

التسويقية والمهنية والفنية والترويجية، وقد شكلت المحاور النقلية السريعة وتقاطعاتها، والأحياء المجاورة للمنطقة المركزية، والأحياء الداخلية المخططة عمرانياً، أبرز نقاط الجذب للأسواق المركزية (مصيلحي، ٢٠٠١م، ص ٨١). في حين أنّ الدراسة التطبيقية لإقليم ما قد تكشف عن صورة مغايرة للجانب النظري؛ لذلك فقد تناولت العديد من الدراسات موضوع الأسواق في أقاليم ومساحات مختلفة الظروف والعوامل بحسب القالب المكاني لها.

ومن الضروري التنويه إلى أنّ المدن التجارية تمر بثلاث مراحل: مدن الأسواق المحلية، ومدن الأسواق الإقليمية، ومدن التجارة العالمية، فالأولى وجدت في كل اقتصاد مهماً كان بدائياً، ومولداً كانت حركات الرحل الدورية نحو الاستقرار الحضري، وهذه النقاط تجذب السلع والخدمات التابعة للحركة التجارية، ثم جاءت ثورة التطور النقلي فدخلت مدن الأسواق المحلية مرحلة الاضمحلال، واتسع إشعاع المدن التجارية نحو الإقليم المحيط لتدخل إلى مرحلة الأسواق الإقليمية في مرحلتها الثانية، الأمر الذي ازداد عمقاً بزيادة تطور النقل والاتصالات، لتتبلور نتيجة لذلك فكرة وحدة العالم، التي امتازت بمراكزها التجارية العالمية الكبرى لتصل للمرحلة الثالثة، وهذه المراحل الثلاث للمدينة التجارية هي انعكاس لديناميكية فائض وحاجة نقل، فتطور الفائض أتي نتيجة ارتفاع مستوى الإنتاج ارتفاعاً مضطرباً تداعياً مع ارتفاع تكنولوجيا الإنتاج، أما تطور الحاجة فقد كان نتيجة ارتفاع مستوى المعيشة، وتعقد حاجات الفرد والمجتمع، وتطور تكنولوجيا النقل والصيانة والحفظ (حمدان، ١٩٧٧م، ص ٥٦٤).

ويلاحظ أنّ هناك علاقةً قوية بين نظرية ممفورد والدراسة الحالية من حيث تتبع مراحل وأسباب نشأة الأسواق الأسبوعية في منطقة القصيم وتطورها.

## ٢. نظرية المحلات المركزية وتوطن أنشطة الخدمات وتوزيعها الجغرافي:

- يرى كريستالر (Christaller) أنّ هناك نظاماً لتوزيع الخدمات تحكمه عدّة قوانين كما يلي:
- من المفترض أن يلجأ السكان إلى أقرب موقع للخدمة بالنسبة لهم (المسافة الاقتصادية).
  - كلما كانت رتبة الخدمة مرتفعة كان انتشارها أقل، بينما يكثر عددها بانخفاض رتبته.

- تتحدد رتبة المواقع المركزية تبعًا لعدد الخدمات التي يقدمها الموقع المركزي.
- عند تجمع نطاق تأثير عدّة أنواع من الخدمات في الرتبة نفسها وتخدم السكان أنفسهم؛ يمكن تجميع هذه الخدمات في مكان مركزي واحد، وهذا يجعل من السهل وضع تدرج هرمي لمراكز الخدمات في التجمع العمراني، مما يقلّل الجهد المبذول للحصول على الخدمات، ويقلّل الرحلات التي تهدف إلى الحصول على الخدمة، أمّا إذا اختلفت نطاقات تأثير الخدمات وتبعثرت في التجمع العمراني فيمكن عمل تدرج للخدمات من كل نوعية على حده، وفي هذه الحالة تتداخل نطاقات الخدمات المختلفة وتتقاطع.
- لكل خدمة متطلبات خارجية تتمثل في إمكانية الوصول للموقع، والأنشطة العمرانية المحيطة، وإمكانية الإمداد بالمرافق والعوامل البيئية، ومتطلبات داخلية تتمثل في طبوغرافية وجيولوجية الموقع، وشكل الموقع ومساحته، وإمكانية توفير مداخل للموقع (الديب، ٢٠٠٦م، ص ٨٩٥).

وتعد نظرية الأماكن المركزية لكريستالر نموذجًا واضحًا لدراسة نمط تجارة السلع الاستهلاكية والخدمات وعلاقتها بالمواقع وما جاورها، ويمكن من خلالها الحصول على أقصر الطرق من موقع الخدمة إلى جميع المواقع داخل نطاق الخدمة (Raumordnung, 2004)، فهي ترى أن المكان المتوسط يتسم بأكبر قدر من سهولة الانتقال بالنسبة لسكان المناطق المحيطة، وتتنافس تلك المراكز لأداء دورها الوظيفي، مما يحدث نمطًا منظمًا، حسب هذه النظرية، وتختلف نقطة البداية للحدّ الأدنى من المتسوقين لكلّ مركز، الذي يمكن الأسواق من القيام والبقاء في تقديم الخدمة، فنقطة البداية للسوق المركزي بالمدينة الكبيرة تبدأ من ١٥ ألف نسمة، بينما نقطة البداية لإقامة المحل الصغير ٢٠٠٠ نسمة فقط (الوليبي، ١٤٢٤هـ، ص ٢٢٤).

ومن النظريات الأخرى نظرية الأسواق الدورية في المناطق الزراعية الفقيرة، ففي بعض المناطق الأقل دخلاً يوجد طلب قليل على السلع الغذائية والخدمات، وبسبب الطلب الضعيف يجد التجار والباعة أنه من الصعب تأسيس أعمال دائمة في أي مكان، لأنّه لا توجد قوة شرائية محلية تكفي، ولكي يحافظوا على أعمالهم تعمل أسواق دورية، تتوزع أسواقها على الأيام كما هو

الحال مع الأمكنة، ومن ثمَّ فإنَّ نظم الأسواق الدورية تمثل حلًّا وسطًا بين الحاجة إلى تعظيم الطلب إلى أقصى حدِّ، والرغبة في تقليل المسافة إلى أدنى حدِّ (غضبان، ٢٠١٣، ص ٦١).

أي أنَّ الأسواق الدورية ظاهرة اجتماعية - اقتصادية - ثقافية مركبة تولدت نتيجة مجموعة من العوامل، منها قلة عدد السكان، ومحدودية عددهم على تغطية التكلفة الدنيا لممارسة الخدمة المتوسطة والعليا، وبالتالي اتجاه مقدمي السلع والخدمات للتحوّل لتغطية التكاليف الحدية وتحقيق هامش ربح، والوفورات الناجمة عن تجمع أكبر عدد من مقدمي السلع والخدمات في السوق، واجتذاب هذه الأسواق لأكبر تجمع من المستفيدين من أجل التسوق والترويج، ومن ثمَّ زيادة حجم التسويق للسلع والخدمات، ويتضح من هذه النظرية أن الطرق تعدّ إحدى المتغيرات المؤثرة في توزيع الأسواق؛ وذلك نظرًا لما يقتضيه من سهولة الوصول لمرتاديها، أضف إلى ذلك أن الأسواق لها نطاق خدمة، وهذا النطاق يحكم التباعد فيما بينهم .

وخلاصة ما سبق أن النظريات المختلفة التي تناولت توزيع الخدمات التجارية بالمدن؛ ركّزت على مواقع هذه الخدمات، والمنافسة بين المراكز المختلفة لتقديم الخدمات، وأثر ذلك على المستهلك، كما أوضحت ما يمكن تسميته بنطاق تأثير الخدمة، أو نفوذ الخدمة، التي لها أهميتها في تحديد المناطق المخدومة، والمناطق المحرومة من الحصول على الخدمة وهذه النقاط سيتم الاستفادة منها في الدراسة الحالية.

## ثانياً: دراسات سابقة:

### دراسات عربية منشورة:

□ دراسة (مكي، ١٩٨٦) عن الأسواق المركزية في مدينة الرياض - دراسة جغرافية في التوزيع والسلوك، التي تناولت تحليل نمط التوزيع المكاني للأسواق المركزية كظاهرة تسويقية حديثة بالمملكة، وتحديد سلوك المستهلكين والخصائص الاقتصادية والاجتماعية، ومدى ملائمة الأسواق لهم من خلال دراسة ميدانية مكثفة.

□ دراسة (حبيب، ١٩٩٨) عن دور الأسواق الدورية في التنمية الإقليمية، دراسة تطبيقية على منطقة جازان، وعرضت العلاقة بين الأسواق والتنمية في المناطق المحيطة بها، والارتباط بين

الأسواق وشبكة الطرق، كما أكدت على دور الأسواق في التنمية العمرانية وانتشار الخدمات في المناطق المحيطة بها.

□ دراسة (اليوسف، ٢٠٠٠) التي تناولت الأنماط المكانية لحركة الباعة في الأسواق الأسبوعية بواحة الإحساء، وركزت على تناول سلوكيات الباعة وحركاتهم المكانية بالأسواق الأسبوعية، والعوامل المؤثرة فيها، وتحليل الأنماط المكانية المترتبة عليها، وأبرزت الأهمية الاقتصادية والاجتماعية والتنموية للأسواق الأسبوعية.

□ دراسة (الأجواد، ٢٠٠٧) عن السوق الدوري في مدينة براك (سوق الخميس الأسبوعي)، تناولت هذه الدراسة ظاهرة الأسواق الدورية وأسباب نشأتها، كنتيجة طبيعية للمستهلك من جهة، والمسافة المرغوب قطعها من قبل البائع من جهة أخرى، وهي ترتبط ارتباطاً كبيراً بقلّة عدد السكان وتبعثرهم، ممّا يلزم انتقال الباعة في أوقات محدّدة إلى أماكن بعينها تكون في الغالب في مواقع متوسطة؛ حتى يسهل على المشترين الوصول إليها.

□ دراسة (أبو المعاطي، ٢٠١٠) عن الأسواق التقليدية في شعبية مرزوق - دراسة في الأنثروبولوجيا الاقتصادية، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود مجموعة من القواعد والمبادئ الأساسية التي تنظم أنماط التفاعل والعلاقات الاجتماعية لحفظ التوازن داخل الأسواق، ويتسم رواد هذه الأسواق بالتنوع الثقافي والاجتماعي، وتشكل هذه الأسواق التقليدية جزءاً من الاقتصاد غير الرسمي، وتتميز بالتوجه نحو احتياجات الإعاشة داخل الأسرة والمجتمع المحلي.

□ دراسة (العجيلي وآخرين، ٢٠٢٠) عن الأسواق الشعبية في منطقة ترهونة، وركزت هذه الدراسة على نشأة وتطور هذا النمط من الأسواق، والتغيرات التي طرأت عليها ومدى قدرتها على الاستمرارية، وتأثيرها على الدور الوظيفي للأسواق، وأوصت هذه الدراسة بضرورة تفعيل الدور الحكومي من خلال زيادة الاهتمام ببقية الأسواق الشعبية كظاهرة تاريخية وتراثية، وذلك بتخطيطها وتجهيزها بالخدمات.

□ دراسة (التير وآخرين، ٢٠٢٠) عن التحليل المكاني للأسواق الدورية الأسبوعية ببلدية زليتن، قدمت هذه الدراسة تباين النشاط التجاري داخل هذه الأسواق حسب موقعها الجغرافي،

ويمكن الاستفادة من هذه الدراسة في معرفة مواقع الأسواق، وتأثير المواقع الجغرافي على النشاط التجاري وكثافة المتسوقين، وأنواع السلع والمنتجات التي تباع في هذه الأسواق،

### دراسات غير عربية منشورة:

• قدمت دراسة (Robert) عام ١٩٨٠ (Periodic market-places and periodic marketing) مواقع الأسواق الدورية والتسويق الدوري من خلال الاستعانة ببعض النماذج الدولية، من أجل التعرف على المواقع المثلى لتوقيع الأسواق الدورية، اعتمادًا على بعض المعايير منها: كثافة السكان، وإمكانية الوصول إلى الأسواق، ومتوسط دخل السكان، وقدرتهم الشرائية.

• قدم ملامين بدراسته (٢٠١٢، Mulimani) Periodic Markets and rural development: A Case study of Haveri (الأسواق الدورية ودورها في التنمية الريفية دراسة حالة منطقة هافيري بالهند) من خلال بيان توزيع الأسواق والأدوار الاجتماعية والاقتصادية لها في تنمية هذه المنطقة، ودورية انعقادها وعدد القرى التي يخدمها كل سوق، والمناطق المخدمومة وغير المخدمومة بهذه الأسواق.

### ثالثاً: منهج الدراسة:

استلزمت هذه الدراسة المزج بين منهجين هما:

المنهج الوصفي التحليلي: وهو دراسة الظاهرة كما هي على الواقع، ووصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها كيفاً بتوضيح خصائصها، وتم تطبيق هذا المنهج في الدراسة من خلال التركيز على الأسواق الأسبوعية في المنطقة وتوزيعها، ودراسة خصائصها الجغرافية (عتلم، ٢٠١٨م، ص ٦٠).  
المنهج الوصفي الاستقرائي: "والاستقراء يعني استقراء الأشياء، وتعبير اخر "دع الحقائق تتكلم" (خير، ٢٠٠٠م، ١٢٤) والمعتمد على استبانة وعمل ميداني.

### رابعاً: أساليب وأدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة بصورة رئيسة على بيانات أولية وثانوية وتعتبر الدراسة الميدانية، أهم مصدر للبيانات في البحث حيث تم تصميم استبانة وتوزيعها على عينة عشوائية من المتعاملين مع أسواق المنطقة، وبلغ عدد الاستبانات الصحيحة ٥٢٨ استبانة وُزعت في شهر مارس ٢٠٢١

على محافظات المنطقة بطريقة عشوائية روعي فيها التوزيع النسبي للأسواق، كما استخدم أسلوب المقابلة مع بعض التجار بالأسواق؛ للتعرف على بعض الجوانب المتعلقة بالأسواق المنطقة. كما استُعيّنَ بالأسلوب الكمي والإحصائي من خلال إدخال البيانات وتحليلها؛ للتوصل إلى مجموعة من العلاقات الارتباطية باستخدام برنامج Excel ، و SPSS والأسلوب البياني من خلال رسم مجموعة من الأشكال البيانية التي تضيف للدراسة، بالإضافة إلى الأسلوب الكارتوجرافي من خلال الاستعانة بنظم المعلومات الجغرافية GIS في إنتاج مجموعة من الخرائط التي لها علاقة بموضوع الدراسة والتحليل المكاني للأسواق الأسبوعية بالمنطقة.

### خامساً: مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من المتعاملين مع الأسواق الأسبوعية في منطقة القصيم، وهم الذين يرتادون هذه الأسواق ويعملون فيها، حيث بلغ عدد الأسواق (خمسة وعشرين سوقاً شعبياً) عام ٢٠٢١م، موزعة كما في جدول (١).

جدول (١) توزيع الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم عام ٢٠٢١م

الرقم	اسم السوق	يوم انعقاده	الحافظة و(مركزها)
١	سوق المقاصيص	الجمعة	بريدة
٢	سوق السبت	السبت	بريدة
٣	سوق الأحد	الأحد	بريدة (الشقة)
٤	سوق الأربعاء	الأربعاء	بريدة (المليدا)
٥	سوق الجمعة	الجمعة	عنيزة
٦	سوق السبت	السبت	الرس
٧	سوق الثلاثاء	الثلاثاء	الرس
٨	سوق السبت	السبت	المذنب
٩	سوق الجمعة	الجمعة	البكيرية
١٠	سوق الأربعاء	الأربعاء	البكيرية
١١	سوق الأحد	الأحد	البكيرية (الشيحية)
١٢	سوق الاثنين	الاثنين	البكيرية (الفولق)
١٣	سوق الخميس	الخميس	البكيرية (الفولق)
١٤	سوق الجمعة	الجمعة	رياض الخبراء

١٥	سوق الثلاثاء	الثلاثاء	رياض الخبراء
١٦	سوق الثلاثاء	الثلاثاء	عقلة الصقور
١٧	سوق الخميس	الخميس	البدائع
١٨	سوق الاثنين	الاثنين	عيون الجوه
١٩	سوق الثلاثاء	الثلاثاء	عيون الجوه (الصلبية)
٢٠	سوق الاثنين	الاثنين	عيون الجوه (القوارة)
٢١	سوق الجمعة	الجمعة	ضرية
٢٢	سوق الجمعة	الجمعة	النبهانية
٢٣	سوق الثلاثاء	الثلاثاء	الأسياح (التنومة)
٢٤	سوق الخميس	الخميس	الأسياح (ضيدة)
٢٥	سوق الأربعاء	الأربعاء	الأسياح (قبة)

المصدر: إعداد الباحثان اعتماداً على أمانة القصيم، ٢٠٢١.

## التحليل والمناقشة:

أولاً: التوزيع الجغرافي للأسواق الأسبوعية والمتغيرات المرتبطة بمنطقة الدراسة:

تضمّ منطقة القصيم بمحافظاتها المختلفة ٢٥ سوقاً، تتباين في توزيعها الجغرافي، وأيام انعقادها، وأبرز المتغيرات المؤثرة فيها، كما تباينت محافظات المنطقة في نصيب السكان من الأسواق، وفي معدل تباعد الأسواق، وبعض المتغيرات الأخرى، كما يوضح جدول (٢).

جدول (٢) أبرز المتغيرات المرتبطة بالأسواق الأسبوعية محافظات القصيم عام ٢٠٢١ م

نصيب السكان من الطرق والشوارع / نسمة / كم	المساحة التي يخدمها السوق / كم <sup>٢</sup>	كثافة الطرق / كم <sup>٢</sup>	معدل تباعد الأسواق / كم / سوق	نصيب السكان من الأسواق / نسمة / سوق	نسبة المساحة الكلية	كثافة السكان / نسمة / كم <sup>٢</sup>	نسبة عدد الأسواق الأسبوعية	نسبة السكان	المحافظة
١,٩٢١	٣٨٦٩,٩	١٩,٩	٣٣,٤	١٤٧٥٧٨	٢١,٩	٣٨,١	١٦,٠	٤٨,٦	بريدة
١١,٢٣٠	١٦٩٥,٣	٨,٦	٤٤,٢	١٦٣٧٢٩	٢,٤	٩٦,٦	٤,٠	١٣,٥	عنيزة
٤,٣٣١	١٣٨٣,٨	٩,١	٥٦,٥	٥٤٧٧٦	٣,٩	٣٩,٦	٨,٠	٩,٠	الرس
١,٢٨٨	٢٣٩٨,٤	١٤,٣	٥٢,٦	٤٤٠٤٣	٣,٤	١٨,٤	٤,٠	٣,٦	المنذوب
١,١٧٧	٦٩٧,٢	١٤,٠	١٥,٩	١١٥٢٤	٤,٩	١٦,٥	٢٠,٠	٤,٧	البكيرية

رياض الخبراء	٢,١	٨,٠	١٧,٧	٢,٠	١٢٤٨٨	٢,٠٢	١١,٦	٧٠٤,٥	١,٥٢٨
عقلة الصقور	١,٧	٤,٠	٣,١	٩,٦	٢٠٦٧٥	٨٨,٤	١٠,٨	٦٧٦٤,٣	٠,٢٨٣
البدائع	٤,٧	٤,٠	٤٨,٠	١,٧	٥٧١٦٤	٣٧,١	١١,٠	١١٩٠,٤	٤,٣٦٦
عيون الجواء	٢,٢	١٢,٠	٧,٩	٤,٧	٨٨٤٨	٦٢,٢	٧,٢	١١١٧,٣	١,١٠٠
ضرية	٢,٠	٤,٠	٤,٠	٨,٨	٢٤٤٤٧	٨٤,٥	٨,٢	٦١٨٨,٩	٠,٤٨٢
النهائية	٣,٨	٤,٠	٥,١	١٢,٩	٤٦٤٢٩	١٠٢,٦	٧,٣	٩١١٩,٧	٠,٦٩٧
الشماسية	٠,٩	٠,٠	٤,٤	٣,٤	لا توجد أسواق	٠,٠	٦,٢	لا توجد أسواق	٠,٧٠٦
الأسياح	٣,٣	١٢,٠	٢,٨	٢٠,٣	١٣٢٥٤	٦٤,٣	١١,٥	٤٧٧٦,٩	٠,٢٤٢
الجملة	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٧,٢	١٠٠,٠	٤٨٦٣٤	١٤,٣	١٢,١	٢٨٢٤,٢	١,٤٢٥

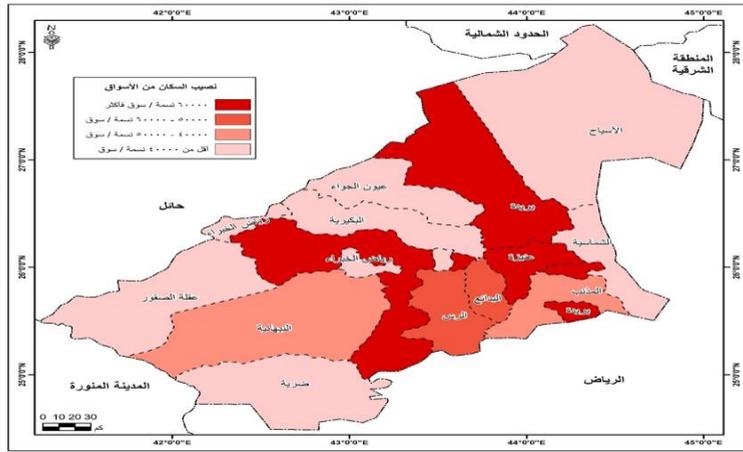
المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على بيانات المرصد الحضري للقصيم عام ٢٠٢٠م

ويتضح من الجدول السابق تباين التوزيع الجغرافي للسكان بالمنطقة، حيث تستأثر بريدة بمفردها على نحو نصف سكان منطقة القصيم تليها عنيزة والرس، مقابل نسب ضئيلة لسكان بعض المحافظات، حيث تعد الشماسية أقلها بنسبة ٠,٩% فقط من سكان المنطقة عام ٢٠١٩، واستمر الحال في المساحة، حيث ضمت بريدة والأسياح نحو ٤٠% من مساحة المنطقة. وتباين الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم وفق دورية انعقادها، كما يوضح شكل (٣)، حيث يكون لكل محافظة سوقٌ يعقد في أحد أيام الأسبوع، وفي بعض الأحيان يعقد السوق في يومين من أيام الأسبوع.

وقد بلغ إجمالي عدد الأسواق الأسبوعية في منطقة القصيم ٢٥ سوقًا أسبوعيًا موزعة على محافظات منطقة القصيم، نالت محافظة البكيرية من بين المحافظات المركز الأول في عدد الأسواق الأسبوعية بواقع خمسة أسواق أي ما يمثل نسبته ٢٠% من جملة عدد الأسواق في المنطقة، تليها بريدة حيث بلغت نسبة عدد الأسواق ١٦% من جملة عدد الأسواق، يلي ذلك محافظتنا عيون الجواء والأسياح بنسبة ١٢%، و٨% في محافظتي رياض الخبراء والرس، بينما نالت باقي



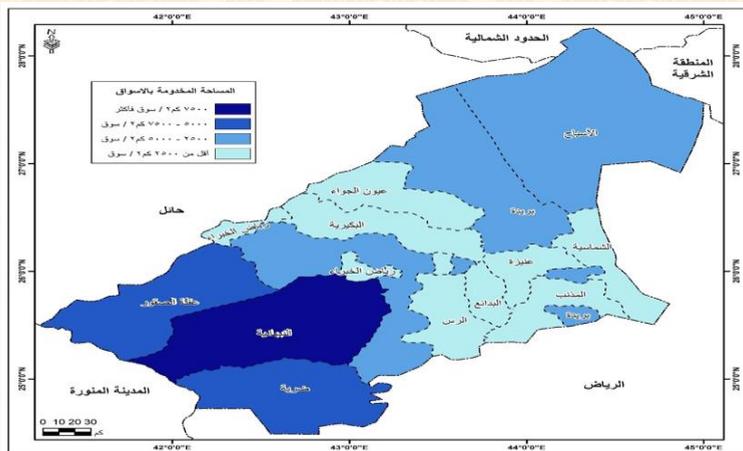
شكل (٤) التوزيع الجغرافي لنصيب السكان من الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم ٢٠٢١م



المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على جدول رقم (٢).

وتتباين محافظات منطقة القصيم في المساحة التي تخدمها الأسواق، حيث ترتفع في المحافظات الجنوبية والشمالية، مقابل انخفاضها بصورة واضحة في المحافظات الوسطى، ويعود ذلك إلى تباين العلاقة بين عدد الأسواق ومساحة المحافظات بمنطقة القصيم، شكل (٥).

شكل (٥) التوزيع الجغرافي للمساحة التي تخدمها الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم ٢٠٢١ م

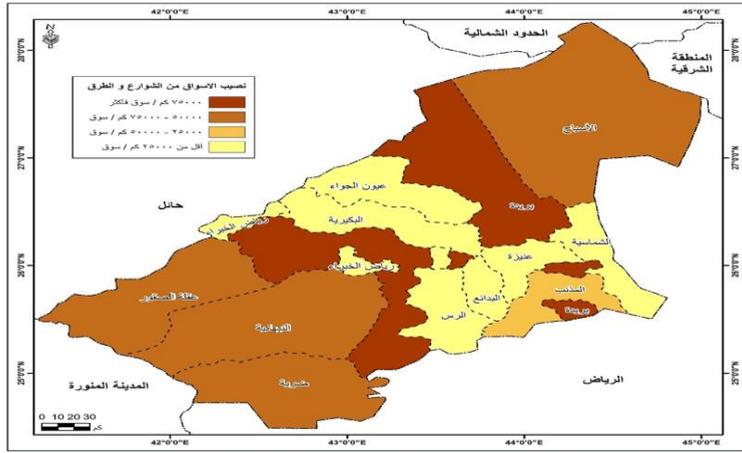


المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على جدول رقم (٢).

وتتباين محافظات منطقة القصيم في نصيب الأسواق من الطرق والشوارع، حيث يرتفع في بريدة والأسياح، مقابل انخفاضها بصورة واضحة في الشماسية وعنيزة والبدائع والبكيرية ورياض الخبراء، وأنت باقي المحافظات في مراتب متوسطة بين هاتين الفئتين، ويعود ذلك إلى مساحة منطقة بريدة والأسياح، والتباين الواضح بين أطوال الطرق والشوارع وعدد الأسواق بالمحافظات المختلفة، مما كان له انعكاسه على تباين نصيب الأسواق من الطرق والشوارع بالمحافظات، شكل (٦).

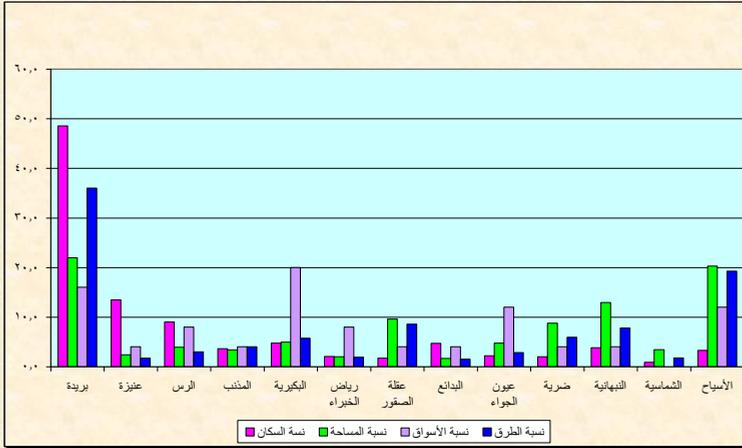
ويبرز شكل (٧) التباين الواضح بين نسبة السكان ونسبة المساحة ونسبة الأسواق ونسبة الطرق في محافظات القصيم، وما له من انعكاس على الكثير من المتغيرات المرتبطة بالأسواق الأسبوعية بمنطقة الدراسة، حيث سجلت علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين عدد السكان وعدد الأسواق بمحافظات القصيم بلغت درجتها ٠,٢٦، وهذا يعكس تباين نصيب الأسواق من السكان في ظل تباين العلاقة بينهما، مما يؤدي إلى وجود ضغط كبير على بعض الأسواق مقابل انخفاض نصيب بعض الأسواق حيث يدل على ضعف الاقبال على تلك الأسواق، كما سجلت علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين مساحة المحافظات وعدد الأسواق بلغت درجتها ٠,٣٢، في ظل تباين العلاقة بين مساحة المحافظات وعدد الأسواق بها، وارتفعت درجة العلاقة بين الأسواق وأطوال الطرق لتبلغ ٠,٤٤، وهذا يوضح ارتباط غالبية الأسواق بالمنطقة بشبكة الطرق، فالطرق تمثل شريان الحركة للأسواق.

شكل (٦) التوزيع الجغرافي لنصيب الأسواق من الطرق والشوارع بمنطقة الدراسة عام ٢٠٢١م



المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على جدول رقم (٢).

شكل (٧) التوزيع النسبي للسكان والمساحة والأسواق والطرق بمحافظة القصيم عام ٢٠٢١م



المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على جدول رقم (٢).

### ثانيًا: خصائص المستفيدين من الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم:

تكتسب دراسة خصائص المستفيدين من الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم أهمية كبيرة، فدراسة بعض الخصائص مثل: السن، والنوع، والحالة التعليمية، والوظيفة، وعدد أفراد الأسرة، ومتوسط الدخل الشهري، ذات أهمية بالغة، ويمكن تناول هذه الخصائص على النحو التالي:

#### (١) الخصائص الديموغرافية لعينة المستفيدين من الأسواق الأسبوعية.

تعدُّ دراسة الخصائص العمرية للمستفيدين من الأسواق الأسبوعية بالمنطقة على جانب كبير من الأهمية؛ لأنها تحدّد الفئات العمرية الأكثر استخدامًا للأسواق، أو الفئات الأكثر استهدافًا لها، حيث تتباين الخصائص العمرية للمستفيدين بمحافظة المنطقة. ويمثل دراسة التركيب النوعي أهمية كبيرة في دراسة التردّد على الأسواق الأسبوعية بالمنطقة، حيث تبين من نتائج الدراسة الميدانية أنّ نسبة الإناث المستفيدات من الأسواق ترتفع عن الذكور، وإنّ تباين ذلك بين المحافظات، حيث ترتفع نسبة الذكور عن الإناث في بريدة والمذنب والنبهانية، وتتقارب النسبة في بعض المحافظات، بينما ترتفع نسبة الإناث عن الذكور في غالبية المحافظات، كما يوضح جدول (٣).

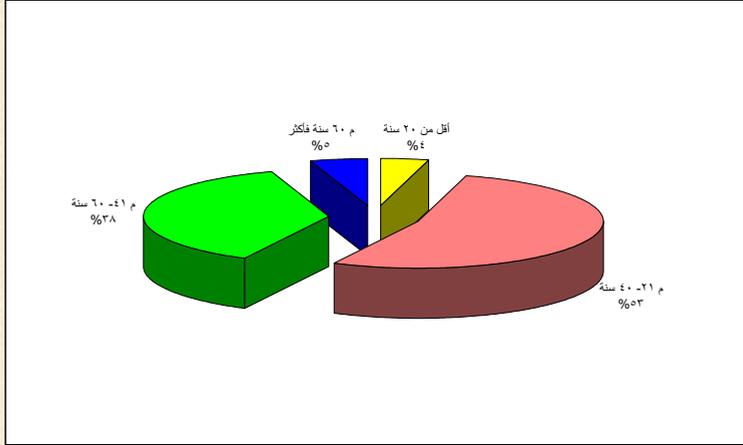
وكما تتباين نسبة النوع بين المستفيدين من الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم، فقد تبين التركيب العمري بين العينة، حيث تجاوزت الفئة ٢١ - ٤٠ سنة أكثر من نصف العينة (٥٣,٢%) تليها الفئة ٤١ - ٦٠ سنة بنسبة ٣٧,٧%، في ظل ارتباط الذهاب إلى الأسواق بالفئات العمرية المتوسطة الشابة؛ حتى تستطيع إتمام عملية الشراء واختيار الأصناف التي تحتاجها الأسر، وقد تباينت الفئات العمرية المستفيدة من الأسواق الأسبوعية بمحافظة القصيم، كما يوضح شكل (٨).

جدول (٣) التركيب النوعي والعمرى للمستفيدين من الأسواق الأسبوعية وفق عينة الدراسة عام ٢٠٢١م

المحافظة	النوع	أقل من ٢٠ سنة	٢١ - ٤٠ سنة	٤١ - ٦٠ سنة	٦٠ سنة فأكثر	الإجمالي
بريدة	ذكر	٠	٣٢	٢٧	٢	٦١
	أنثى	٠	٢٣	١١	٠	٣٤
عنيزة	ذكر	٢	٢١	١٤	٠	٣٧
	أنثى	١	٦٥	٥٣	٦	١٢٥
الرس	ذكر	٠	٦	٥	١	١٢
	أنثى	٠	١٣	٦	١	٢٠
المنذوب	ذكر	٠	١١	١٢	٥	٢٨
	أنثى	٠	١	٠	٠	١
البكيرية	ذكر	٠	٤	٠	٠	٤
	أنثى	٢	١٨	٣	٠	٢٣
رياض الخبراء	ذكر	٠	٠	٢	٢	٤
	أنثى	٠	٤	١	٠	٥
عقلة الصقور	ذكر	٠	١٧	٦	١	٢٤
	أنثى	٨	٢٧	٧	١	٤٣
البدائع	ذكر	١	٨	٣	٠	١٢
	أنثى	٠	١٤	١٥	٢	٣١
عيون الجواء	ذكر	٣	٦	٨	٠	١٧
	أنثى	٤	٥	٦	١	١٦
ضرية	ذكر	٠	٠	٣	١	٤
	أنثى	٠	١	١	٠	٢
النهائية	ذكر	٠	٢	٩	٠	١١
	أنثى	٠	٠	٠	٠	٠
الشماسية	ذكر	٠	٣	٤	٣	١٠
	أنثى	١	٠	٠	٠	١
الأسياح	ذكر	٠	٠	١	٠	١
	أنثى	٠	٠	٢	٠	٢
الإجمالي		٢٢	٢٨١	١٩٩	٢٦	٥٢٨

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على الدراسة الميدانية. ٢٠٢١م

## شكل (٨) التركيب العمري لعينة المستفيدين من الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم عام ٢٠٢١



المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على الجدول (٣)

(٢) الخصائص التعليمية لعينة المستفيدين من الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم. تمثل دراسة الحالة التعليمية أهمية في دراسة الأسواق الأسبوعية بمنطقة الدراسة؛ لأنها توضح طبيعة المستفيدين من الأسواق ومستواهم التعليمي، وانعكاس ذلك على قرارات الشراء وأفضلية المنتجات التي يطلبونها، وقد تبين من نتائج الدراسة الميدانية ارتفاع نسبة الجامعيين بين عينة المستفيدين من الأسواق الأسبوعية بنسبة ٦٤,٤%، في ظل استجابتهم لتعبئة الاستبانة بدرجة كبيرة تفوق الفئات الأخرى، تليهم المؤهل الثانوي بنسبة ٢٠,٣% ثم الدراسات العليا بنسبة ١١,٦%، يلي ذلك الفئات التعليمية الأخرى، وقد تباينت الحالة التعليمية للمستفيدين من الأسواق بمحافظة المنطقة، كما يوضح شكل (٩).



## (٤) عدد مرات التردد الأسبوعي للمستفيدين من الأسواق بمنطقة القصيم.

تعكس مرات التردد على الأسواق الأسبوعية بمنطقة الدراسة دورية انعقادها، حيث يتوجه نحو ٧٠,٥% من المستفيدين منها مرة واحدة أسبوعياً، ويعود ذلك لطبيعة انعقاد هذه الأسواق التي يغلب عليها اتخاذ أحد الأيام الأسبوعية لانعقاد السوق فيه، وفي بعض الأحيان ينعقد السوق في يوم آخر، كما تعود ارتفاع نسبة التردد لمرة واحدة إلى أن الكثير من المستفيدين من هذه الأسواق يلبّون كل احتياجهم مرة واحدة أسبوعياً، بينما يذهب البعض (١٨,٨%) إلى الأسواق بين ٢-٣ مرّات أسبوعياً، حيث يرتبط التردد لأكثر من مرّة من أجل الحصول على الخضروات والفواكه الطازجة وبعض منتجات اللحوم، كما يتردد ١٠,٨% من العينة على الأسواق أكثر من ٣ مرات؛ حتى يمكنهم الاستفادة من المزايا التي تقدّمها الأسواق في أيام انعقادها المختلفة، ويتباين عدد مرّات ذهاب المستفيدين إلى الأسواق الأسبوعية بمحافظة القصيم، كما يوضح ذلك جدول (٤).

جدول (٤) التوزيع النسبي لعينة المستفيدين وفق عدد مرات الذهاب للأسواق الأسبوعية بمنطقة الدراسة ٢٠٢١ م

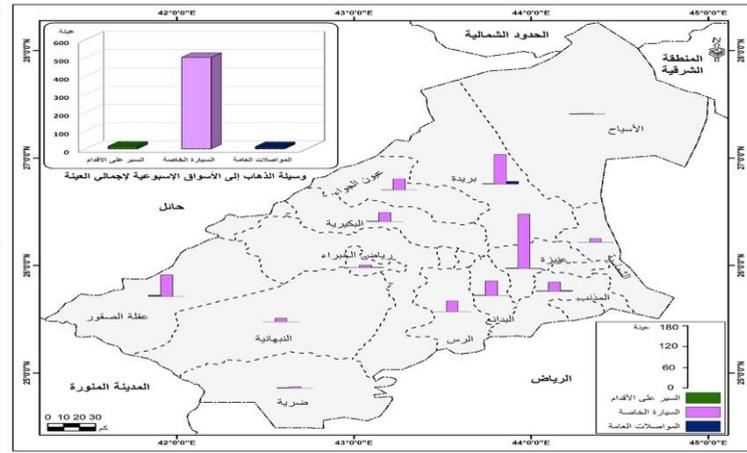
المحافظة	مرة واحدة %	٢-٣ مرات %	أكثر من ٣ مرات %
بريدة	١٦,٩	١٩,٢	٢٢,٨
عنيزة	٣٤,٤	٢٥,٣	١٥,٨
الرس	٤,٨	١٠,١	٧,٠
المذنب	٤,٦	٨,١	٧,٠
البكيرية	٥,٩	٠	٨,٨
رياض الخبراء	١,٦	٣,٠	٠
عقلة الصقور	١٢,٦	١٣,١	١٢,٣
البدائع	٨,٣	٦,١	١٠,٥
عيون الجواء	٦,٥	٥,١	٧,٠
ضرية	٠,٣	٣,٠	٣,٥
النهائية	١,٦	٤,٠	١,٨
الشماسية	١,٩	٢,٠	٣,٥
الأسياح	٠,٥	١,٠	٠
الإجمالي	١٠٠	١٠٠	١٠٠

المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على الدراسة الميدانية ٢٠٢١ م

(٥) الوسيلة المستخدمة للذهاب إلى الأسواق بمنطقة القصيم.

انعكست المسافة التي يقطعها المستفيدون إلى الأسواق الأسبوعية بمنطقة الدراسة على الوسيلة المستخدمة، حيث يستخدم نحو ٩٥,١% من المستفيدين السيارات الخاصة حتى يمكنهم إتمام عملية التسوق، بينما لم يمثل السير على الأقدام واستخدام وسائل أخرى سوى ٥% من عينة الدراسة، وتتباين الوسيلة المستخدمة للذهاب إلى الأسواق الأسبوعية بمحافظة المنطقة، كما يوضح شكل (١١).

شكل (١١) التوزيع الجغرافي لوسيلة الذهاب إلى الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم ٢٠٢١ م

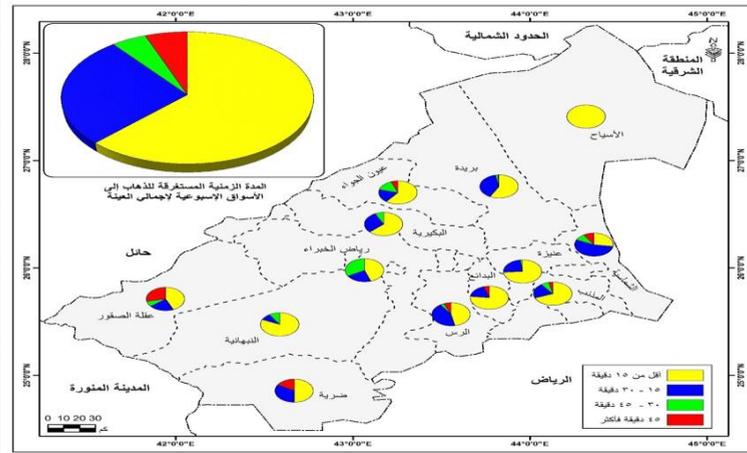


المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على جدول رقم (٤)

(٦) المدة الزمنية لذهاب المستفيدين إلى الأسواق بمنطقة القصيم.

ترتبط المدة الزمنية التي يستغرقها المستفيدون من أجل الوصول إلى الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم بالمسافة بين محل إقامتهم والأسواق، ونوع الوسيلة المستخدمة، ونوعية الطرق وكفاءتها، وكثافة الحركة على الطرق، حيث يصل نحو ٦٢,٥% من المستفيدين إلى الأسواق في مدة أقل من ١٥ دقيقة، ويصل ٢٧,١% في مدة تتراوح بين ١٥ - ٣٠ دقيقة، بينما تصل نسبة منخفضة لا تتجاوز ١١% للأسواق في مدة تتجاوز نصف الساعة، وتتباين المدة الزمنية التي يقطعها المستفيدون للذهاب إلى الأسواق الأسبوعية بمحافظة المنطقة، كما يوضح شكل (١٢).

## شكل (١٢) التوزيع الجغرافي للمدة الزمنية المستغرقة في الذهاب إلى الأسواق الأسبوعية



المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على الدراسة الميدانية. ٢٠٢١م

## (٧) أسباب الذهاب إلى الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم.

يمثل الذهاب إلى الأسواق الأسبوعية إحدى القرارات التي يتخذها المستفيدون، وتحكمه عوامل اجتماعية واقتصادية وغيرها، حيث يعدّ القرب من السكن أكثر أسباب التردد على سوق معين دون غيره، ويوفّر القرب من السكن في تكلفة الذهاب إلى الأسواق، حيث يقلل من المشقة التي يتحملها المستفيد في رحلة الذهاب إلى الأسواق، خصوصاً في المناطق التي تجاور الأسواق التي يفضل سكانها الذهاب إلى الأسواق سيراً على الأقدام، كما يعدّ تنوع المنتجات المعروضة بالأسواق السبب الثاني لذهاب المستفيدين إلى سوق معين من الأسواق الأسبوعية، حيث يمنح المشتري الفرصة للانتقاء بين المنتجات، واختيار الأنسب والأجود وفي بعض الأحيان الأرخص، فكلما كانت المنتجات المعروضة بالأسواق متنوعة ومتعددة؛ أعطت الفرصة لجذب العدد الأكبر من المستفيدين، حتى لو تباعدت المسافة بين المسكن والسوق.

وتباينت أسباب الذهاب إلى الأسواق الأسبوعية بمنطقة الدراسة، جدول (٥).

جدول (٥) أسباب الذهاب إلى الأسواق الأسبوعية بمنطقة الدراسة ٢٠٢١ م

النسبة %	الأسباب
٢٦,١	قربه من السكن
٢٢,٧	تنوع المنتجات المعروضة فيه
١٦,٩	سهولة الوصول إليه
١٦,٨	انخفاض أسعار المنتجات فيه
٦,٧	انخفاض تكلفة الوصول إليه
٤,١	أكثر أماناً وخصوصية
٤,٢	أخرى
٢,٦	قربه من العمل
١٠٠	الإجمالي

المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على الدراسة الميدانية ٢٠٢١ م

ويتبين من الجدول السابق أن قرب الأسواق من السكن يأتي في المرتبة الأولى بين أسباب الذهاب إلى الأسواق الأسبوعية، ومثل تنوع المعروض بالأسواق السبب الثاني، حيث يزداد الإقبال على السوق بتنوع المعروض فيه، لجذبه شرائح متعددة من السكان.

ومتثلت سهولة الوصول إلى الأسواق السبب الثالث في ذهاب المستفيدين إليها، لذا تحرص الجهات الحكومية أن تكون الأسواق على طرق رئيسية، وأن تكون هناك مناطق مخصصة لانتظار السيارات، وأن تكون هناك آلية متابعة من قبل الشرطة لمنع تكديس السيارات، ومن ثم التأثير على إمكانية الوصول إلى الأسواق.

كما يعدّ انخفاض أسعار المنتجات المعروضة بالأسواق أحد أسباب جذب المستفيدين منها، وهذا يحدث في بعض المواسم التي يتم فيها عرض بعض المنتجات المحلية، مثل: الخضروات والفاكهة في ظل الطابع الزراعي للمنطقة بأسعار منخفضة، مما يجذب نسبة كبيرة من المستفيدين للاستفادة من انخفاض الأسعار.

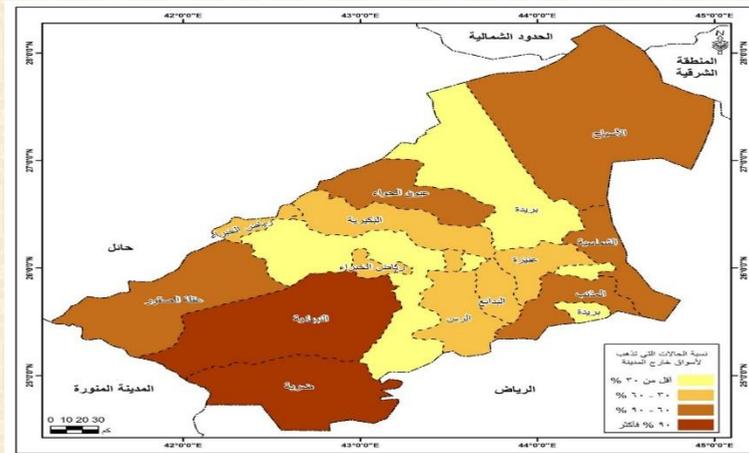
كما تعدّ تكلفة الوصول من العوامل المؤثرة في الخدمات التي تقدمها الأسواق الأسبوعية بالمنطقة، حيث إنها تؤثر في مدى الإقبال أو الإحجام عن الخدمة، فكلما زادت تكلفة الوصول

كان ذلك عائقاً أمام المستفيدين، وإذا انخفضت التكلفة دلّ ذلك على سهولة الوصول إلى الأسواق وجودة مواقعها، ومن ثمّ الإقبال على الخدمات المختلفة التي تقدّمها للسكان. وأوضحت نتائج الدراسة الميدانية أسباباً أخرى غير الأسباب السابقة للذهاب إلى سوق معيّن دون غيره، ويأتي على رأسها الرغبة في التمتع بالأسواق الشعبية، وتوافر الراحة وحسن التعامل، وجودة المنتجات المعروضة والمصدّقة، وإمكانية تبديل بعض المنتجات، وتوافر الأمان، والتعرف على المنتجات التراثية لكل محافظة من محافظات القصيم.

#### (٨) الذهاب إلى الأسواق الأسبوعية خارج المحافظة:

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن ٤٥,٨% من عيّنة الدراسة لا يذهبون إلى الأسواق الأسبوعية خارج مدينتهم، مقابل ٥٤,٢% يذهبون إلى بعض الأسواق الأخرى خارج مدينتهم، وقد تباينت عيّنة الدراسة وفق ذهابهم إلى بعض الأسواق الأسبوعية خارج المدينة المقيمين بها على النحو الذي يوضحه شكل (١٣).

شكل (١٣) التوزيع الجغرافي لنسبة من يذهبون إلى بعض الأسواق الأسبوعية خارج المدينة ٢٠٢١ م.



المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على الدراسة الميدانية. ٢٠٢١ م

وقد تعددت أسباب ذهاب المستفيدين إلى الأسواق الأسبوعية خارج المدينة التي يقيمون بها، كما يوضح شكل (١٤)، حيث تبين ما يلي:

□ جاء وجود بعض المنتجات المتميزة بهذه الأسواق في المرتبة الأولى لذهاب بعض المستفيدين إليها؛ لأنّ بعض المحافظات بالقصيم لها خصوصية في وجود بعض المنتجات المحلية بها، تجعل بعض المستفيدين من المحافظات الأخرى يتجهون إليها، مثل: سوق الحرف في بريدة، وسوق المجلس التراثي بالمذنب.

□ مثل انخفاض الأسعار السبب الثاني في اتجاه بعض المستفيدين للأسواق خارج محافظتهم، لأنّ انخفاض الأسعار يعوّض التكلفة التي يتحملها المستفيدون من أجل قطع مسافة أكبر للذهاب إلى أسواق خارج مدينتهم.

□ جاء التعرف على محتويات الأسواق الأخرى خارج المدينة في المرتبة الثالثة، ففي بعض الأحيان يمثّل حبّ الاستطلاع، والتعرف على خصوصية بعض الأسواق، أحد أسباب ذهاب المستفيدين إليها.

□ مثل القرب الجغرافي لبعض الأسواق من المدينة التي يقيم بها المستفيد أحد أسباب توجهه لزيارتها والتسوّق منها، حتى لا يتحمل تكلفة كبيرة عندما يقطع مسافات أكبر بالذهاب إلى أسواق أبعد.

شكل (١٤) الوزن النسبي لأسباب الذهاب إلى الأسواق الأسبوعية خارج المدينة التي يقيمون بها.



المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على جدول (٥)

(٩) الأصناف التي يحصل عليها المستفيدون من الأسواق الأسبوعية بالمنطقة. يحصل نحو ٤٩,٣% من المستفيدين على ٣ - ٤ أصناف من الأصناف المعروضة بأسواق المنطقة، كما يحصل ٣١,٨% على ٥ أصناف فأكثر، مقابل ١٨,٩% فقط يحصلون على أقل من ٣ أصناف، ويأتي رغبة المستفيدين من الأسواق في زيادة عدد الأصناف التي يحصلون عليها من أجل الوفاء بحاجة بعض الأسر الكبيرة لها، وتقليل التكلفة التي يتحملها المتردد، وانخفاض أسعار بعض الأصناف بها، وتباين التوزيع الجغرافي لعدد الأصناف بين محافظات المنطقة. وتتباين أنواع الأصناف التي يشتريها المستفيدون من الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم، كما يوضح شكل (١٥)، حيث تعدّ الفواكه والخضروات أكثر الأصناف طلبًا من قبل المستهلكين، في ظلّ وجودها طازجة بالأسواق وبأسعار مناسبة بالمقارنة بأسعارها في المجمعات التجارية وبمحلات التجزئة، تليها الملابس والمنظفات ومنتجات اللحوم، ويلاحظ أن معظم الأصناف السابقة أصناف استهلاكية تحتاجها الأسر باستمرار وبكميات كبيرة، مما يجعل الأسواق الأسبوعية الوجهة الرئيسة للسكان من أجل الحصول عليها، يلي ذلك بعض الأصناف الأقل طلبًا عليها بالأسواق الأسبوعية من قبل المستهلكين.

شكل (١٥) التوزيع النسبي لأنواع الأصناف التي يشتريها المستفيدون من الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم ٢٠٢١م



المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على الدراسة الميدانية ٢٠٢١م

وأوضحت نتائج الدراسة الميدانية وجود بعض الأصناف الأخرى التي يحصل عليها المستفيدون من الأسواق الأسبوعية بمنطقة الدراسة، منها المخبوزات والمعلبات والملابس والمنتجات الشعبية والتراثية والعمود وألعاب الأطفال وأشجار ونباتات الزينة وبعض أدوات المطبخ والمواد الغذائية.

### ثالثاً: التحليل المكاني للأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم.

يهتم الجغرافيون بالتنظيم والتوزيع الداخلي للأسواق، ولا يخفى أن الجغرافي يحاول معرفة ما إذا كان التوزيع يشكل نمطاً منظماً أم عشوائياً، فإذا كان التوزيع يشكل نمطاً منتظماً، فإن ذلك يعني وجود قوى وعوامل وراء هذا النمط، أما إذا كان نمطاً عشوائياً، فإن ذلك يشير إلى عامل الحظ أو المصادفة (خير، ٢٠٠١، ص ٢٨٨)، ويهدف هذا المبحث استخدام مجموعة من أساليب التحليل المكاني التي توفرها برمجيات نظم المعلومات الجغرافية، والتحديد نمط التوزيع الجغرافي، ممثلة بتحديد معامل ارتباط بيرسون والمركز الوسط، والظاهرة الأكثر توسطاً، والمسافة المعيارية التي تقيس مدى تجمع الأسواق أو تشتتها حول مركزها، واتجاه توزيع الأسواق، وأخيراً تحليل صلة الجوار.

(١) تحليل المركز المتوسط: يعدّ المركز المتوسط هو تحليل يهدف إلى تحديد مركز متوسط بالنسبة لجميع مواقع الظاهرات، ويمثل مركز الجذب لتلك الظاهرات، وهي نتاج لعملية حساب معدل الإحداثيات المكانية (X, Y) لعناصر الظاهرة لتكوّن نقطة جديدة تمثل متوسط الإحداثيات المكانية لهذه الظاهرة في منطقة الدراسة (صالح، ٢٠١٦، ص ٥٦):

$$X' = \frac{\sum_{j=1}^n X_j}{n}, \quad Y' = \frac{\sum_{j=1}^n Y_j}{n}$$

حيث إن:

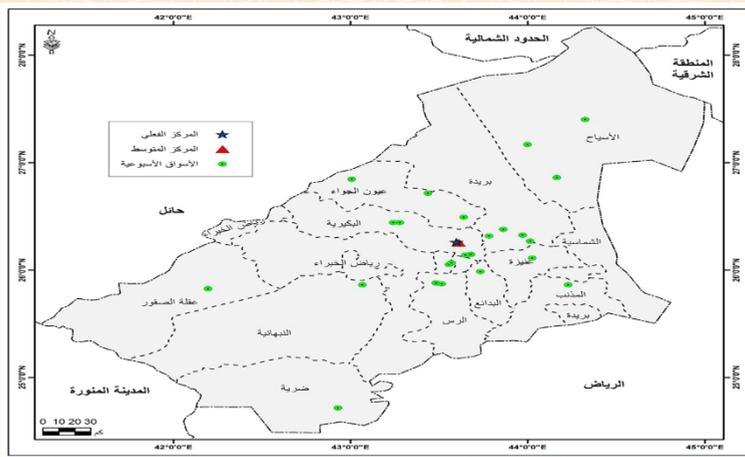
$$Y'X' = \text{إحداثيات المركز المتوسط.}$$

$$X_i Y_i = \text{المفردات (معالم الظاهرة).}$$

$$n = \text{مجموع مفردات الظاهرة.}$$

وعند إجراء تحليل المركز المتوسط (المركز الفعلي)، ظهر الموقع المتوسط للأسواق بالجنوب الغربي من محافظة البكيرية الذي يوجد به ثلاثة أسواق بالفعل، وإحداثيات المركز المتوسط كانت ٢٦ درجة و ١٥ دقيقة و ٣٣,١ ثانية شمالاً و ٤٣ درجة و ٣٥ دقيقة و ٥٠,٣ ثانية شرقاً، وهذا ما أظهر أهميته شدة الإقبال على السوق؛ لأنه وقع في المنتصف، انظر: شكل (١٦).

### شكل (١٦) المركز الفعلي والمركز المتوسط للأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم ٢٠٢١ م



المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على الدراسة الميدانية ٢٠٢١ م

(٢) تحليل المعلم المتوسط: يعدّ المعلم المتوسط هو تحليلٌ يهدف إلى تحديد ظاهرة من ضمن الظواهر قيد الدراسة التي تقع في مكان يتوسط باقي الظواهر الأخرى - وهي الأسواق في هذه الدراسة - ويعد مركز قلب التوزيع المكاني للظواهر كافة، ويعدّ المعلم المتوسط هو الموقع الذي تكون فيه المسافة التي تفصل بينه وبين المواقع الأخرى أقل من المسافة التي تفصل بين المواقع وأي مكان آخر (الزبيدي، الكبيسي، ٢٠١٥، ص ٥٧).

وجاءت نتيجة تحليل المعلم المتوسط لتحديد سوق الأحد بالشيحية بمحافظة البكيرية، وبلغت المسافة التي تفصلها عن المركز المتوسط ١,٤ كم، ويشير ذلك لتوسط موقع سوق الأحد بمحافظة البكيرية، وتميزها بموقع متميز عن باقي الأسواق الأسبوعية، انظر: شكل (١٦).

(٣) تحليل المسافة المعيارية: تعدّ المسافة المعيارية من أهمّ مقاييس التشتت المكاني التي تشبه في مفهومها الانحراف المعياري، ويعدّ هذا الأسلوب من أبرز مقاييس التوزيعات المكانية، وتستخدم لقياس مدى انتشار الظاهرة عن مركزها المعدل، وتمثّل بدائرة يكون مركزها موقع المركز المتوسط للتوزيع، وكلما صغرت الدائرة المرسومة دلّ ذلك على تركز التوزيع المكاني للظاهرة، أما إذا كانت كبيرةً فالتوزيع المكاني يكون مشتتًا ( النقار، ٢٠١٧، ص ٢٢):

$$SD = \text{المسافة المعيارية.}$$

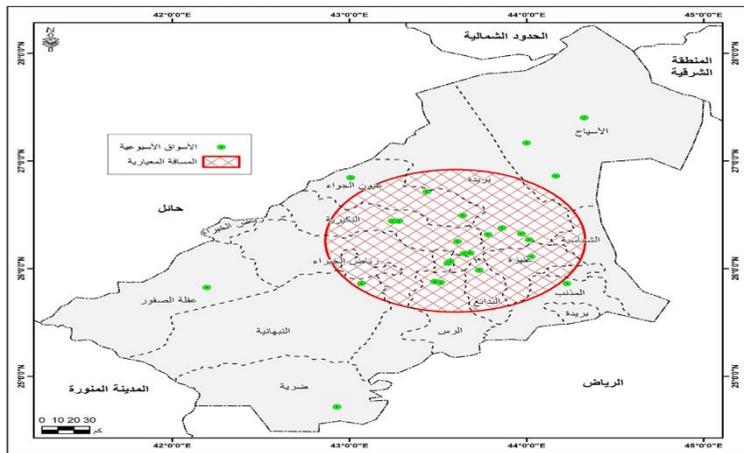
$$Y' X' = \text{إحداثيات المركز المتوسط.}$$

$$xi yi = \text{إحداثيات عناصر الظاهرة.}$$

$$n = \text{عدد عناصر الظاهرة.}$$

وعند حساب المسافة المعيارية لمواقع الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم نجدها قد بلغت (٧٣) كم، وبدل ذلك على مدى عشوائية انتشار الأسواق الأسبوعية حول المركز المتوسط لها، حيث بلغت نسبة الأسواق داخل الدائرة (٧٢%)، انظر: الشكل رقم (١٧)، حيث تتسم الأسواق الواقعة داخل الدائرة أنّها ذات بعد أصغر عن المركز من المسافة المعيارية، أما الأسواق الواقعة خارجها فتبعد عن المركز من المسافة المعيارية.

شكل (١٧) المسافة المعيارية للأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم ٢٠٢١ م



المصدر: من إعداد الباحثان.



## (٥) تحليل صلة الجوار:

يستعمل تحليل صلة الجوار في الدراسات الجغرافية لتحديد نمط توزيع مواقع النقاط حول بعضها ونمط انتشارها في التوزيعات المكانية، إذ يمكن أن تكون عشوائية أو منتظمة أو مركزة، وتُعدّ من الأساليب الإحصائية الشائعة لدى الجغرافيين، ولا يخرج نتيجة التحليل عن واحدة من هذه الحالات (الفاروق، البيقطان، ٢٠٠٩ ص ٥).

$$R = 2 * AR \sqrt{\frac{N}{A}}$$

حيث إن: R = صله الجوار.

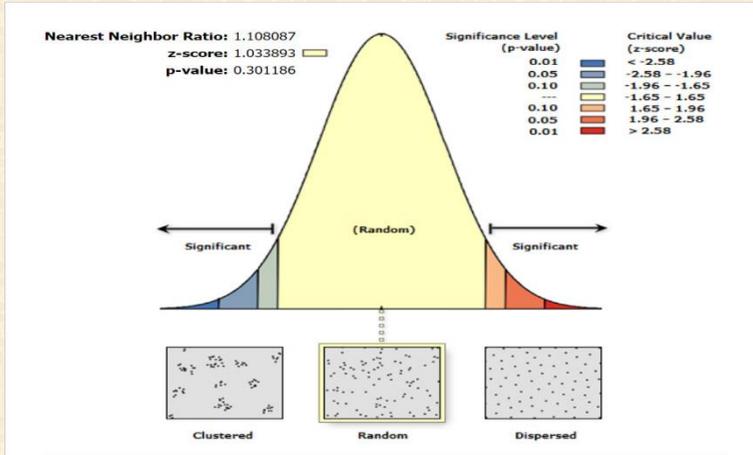
AR = متوسط المسافة الفاصلة بين الظاهرات.

N = عدد المفردات (المعالم).

A = مساحة منطقة الدراسة.

وبلاحظ من شكل (١٩) أن قيمة معدل الجار الأقرب لتوزيع الأسواق الأسبوعية بلغت ١,٠٣، ويشير ذلك إلى أنّ النمط الذي يميز توزيع الأسواق الأسبوعية توزيعاً عشوائياً، وهو نمطٌ ليس له إيقاع محدد؛ فهو يجمع بين خصائص التوزيع المنتظم والتوزيع المتجمع، بمعنى آخر نجد فيه نزعة مجموعة من النقاط نحو التشتت والانتشار بينما نجد البقية تميل نحو الانتظام، وذلك تأكيداً على نتيجة تحليل المسافة المعيارية التي أكدت مدى عشوائية انتشار الأسواق الأسبوعية حول المركز المتوسط، حيث تتركز أغلبها بمدينة البكيرية وبالقرب منها، وتقلّ الأسواق أو تكاد تخلو في باقي المناطق؛ وذلك يعود إلى التركز السكاني العالي الذي بدوره ينعكس على سعة الأسواق، فضلاً على سرعة الوصول إليها وإلى نشاط القطاع التجاري فيها.

شكل (١٩) قيمة مؤشر الجار الأقرب لتوزيع الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم عام ٢٠٢٠م



المصدر: من إعداد الباحثان.

## ثالثًا: درجات رضا المستفيدين عن الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم:

يمثل التعرف على درجات رضا المستفيدين عن الأسواق الأسبوعية مطلبًا تخطيطيًا مهمًا، لأنَّ انخفاض درجات الرضا في بعض المؤشرات يتطلب تدخل تخطيطي يتناسب مع درجة الانخفاض؛ لأنَّه إذا كانت الأسواق الأسبوعية بمنطقة الدراسة تقدم خدماتها للسكان فإنَّ درجات رضاهم عن خدماتها يمثِّل أهمية، وتتباين درجات رضا المستفيدين من الأسواق بالمنطقة في بعض المؤشرات التي يوضحها هذا الجزء من البحث على النحو التالي:

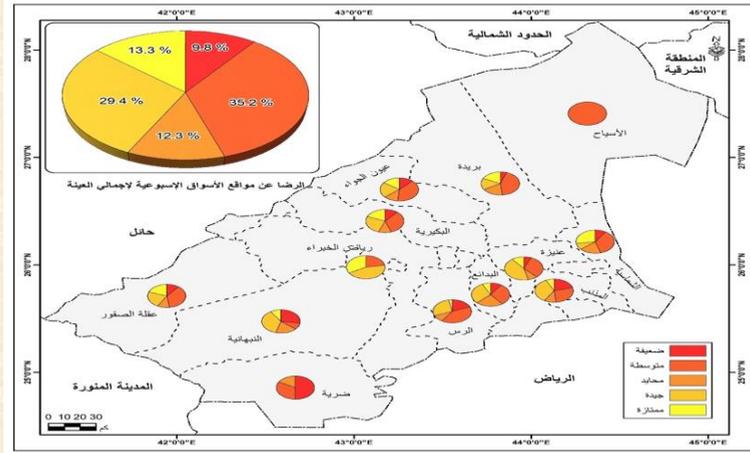
(١) درجات رضا المستفيدين عن مواقع الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم:

تمثل مواقع الأسواق الأسبوعية إحدى مؤشرات قياس كفاءتها ونفوذها وأدوارها الاجتماعية والاقتصادية، فالمواقع المتميزة للأسواق تتيح لها كثافة تردد مرتفعة بعكس المواقع المتطرفة أو المنعزلة التي لا تشجع المستفيدين على الذهاب إليها، وبالتالي انخفاض عوائد هذه الأسواق بالمقارنة بالأسواق ذات المواقع المتميزة (عبد المعطي، ٢٠٠٥، ص ٥٣٣).

وأوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن ٩,٥% أبدوا درجات رضا ضعيفة، وأن ٣٥,٣% أبدوا درجات رضا متوسطة، وأبدى ١٢,١% درجات رضا محايدة، مقابل نحو ٤٤% أبدوا

درجات رضا جيدة وممتازة، وهذا يتطلب أن تكون الأسواق في مواقع أكثر أهمية، من خلال التدقيق في وضع المواقع المثلى للأسواق في المستقبل، أو نقل بعض الأسواق الحالية التي حققت درجات رضا منخفضة من مواقعها إلى مواقع أكثر أهمية؛ حتى تحقق درجات رضا مرتفعة، وتبين درجات الرضا عن مواقع الأسواق بمحافظة المنطقة، كما يوضح شكل (٢٠).

شكل (٢٠) التوزيع الجغرافي لدرجات رضا المستفيدين عن مواقع الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم ٢٠٢١ م



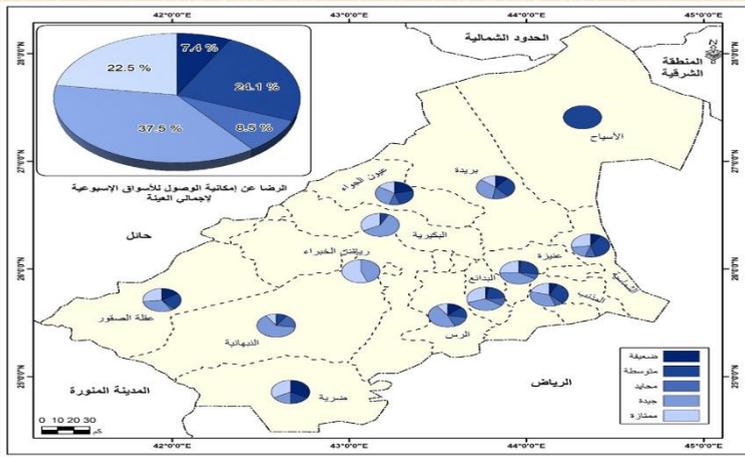
المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على الدراسة الميدانية ٢٠٢١ م

(٢) درجات رضا المستفيدين عن إمكانية الوصول إلى الأسواق الأسبوعية بالقصيم. من المفترض أن يحقق توزيع الأسواق الأسبوعية بمنطقة الدراسة درجة عالية من الشمولية، كما ينبغي التوسط في توزيع الخدمة، بحيث تكون في موقع متوسط بالنسبة لمناطق التركز السكاني، كما يراعى فيها سهولة الوصول للخدمة والعدالة في توزيعها، حيث يقلل الاختيار الأمثل لمواقع الأسواق الأسبوعية من تأثير المسافة على انخفاض أعداد العملاء، ويزيد من كثافة التردد التي تنعكس على زيادة العوائد الاقتصادية للأسواق (Brunsdon et al، ٢٠٠٩، p.47).

وتعد إمكانية الوصول إلى الأسواق من المؤشرات التي يمكن الاعتماد عليها في التعرف على الأسواق التي يسهل الوصول إليها، وبالتالي وصول الخدمة إلى المستفيدين بسهولة ويسر، كما تعد إمكانية الوصول إلى الخدمات العامة من محددات كفاءتها، ولا تقتصر إمكانية الوصول على

المسافة المكانية، فلا بد أن يؤخذ في الحساب المسافة الزمنية؛ لتأثيرها على كفاءة الوصول إلى الخدمات (Langford, G, p. 593 Higge, ٢٠١٥، M) وقد تباينت درجات رضا المستفيدين من الأسواق عن إمكانية الوصول إليها، حيث يراها ٧,٤% ضعيفة، ويراها ٤,١% متوسطة، بينما يراها نحو ٦١% جيدة وممتازة، وتباين درجات الرضا على مستوى المحافظات، كما يوضح شكل (٢١).

شكل (٢١) التوزيع الجغرافي لدرجات رضا المستفيدين عن إمكانية الوصول إلى الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم عام ٢٠٢١م

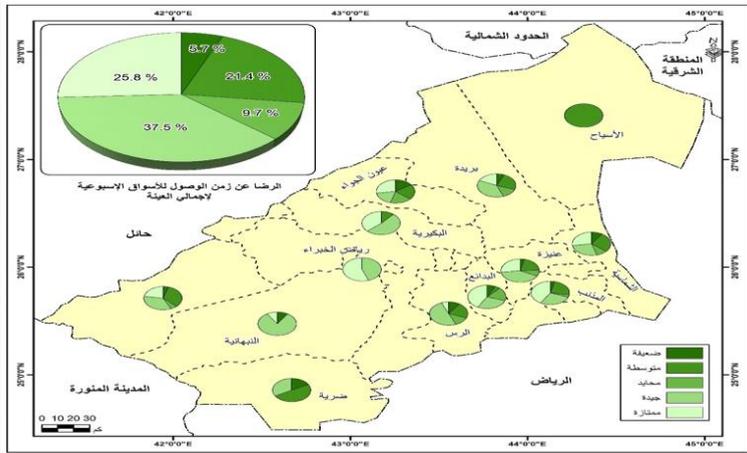


المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على الدراسة الميدانية ٢٠٢١م

(٣) درجات رضا المستفيدين عن زمن الوصول إلى الأسواق الأسبوعية بالقصيم. يعد زمن الوصول إلى الأسواق الأسبوعية من المؤشرات المهمة التي تعطي دلالة واضحة وتصورًا كبيرًا عن كفاءة الخدمة، حيث يرتبط بالمسافة المقطوعة ووسيلة الانتقال المستخدمة، كما ينعكس بدوره على زمن الحصول على الخدمة الذي يمثل إحدى مؤشرات قياس كفاءتها، ويرتبط زمن الحصول على الخدمة بإمكانية الوصول، وزمن الوصول إليها، وحسن تقسيم الأسواق للوصول إلى المنتجات المطلوبة بأسرع وقت ممكن، ووجود عدد مناسب من القائمين على عملية البيع وبعض مجموعة من العوامل الأخرى.

وضّمت درجات الرضا الضعيفة ٥,٧%، بينما ضّمت درجات الرضا المتوسطة ٢١,٤%، وضّمت درجات الرضا الجيدة والممتازة نحو ٦٣%، الأمر الذي يعكس تحقيق زمن الوصول إلى الأسواق الأسبوعية بالمنطقة درجات رضا مرتفعة إلى حد ما، بدرجة تعكس جودة شبكة الطرق وكثافتها وجودة وسائل الانتقال التي أدت إلى وصول المستفيدين إلى الأسواق في زمن مناسب بالنسبة لغالبيتهم، وتتباين درجات رضا المستفيدين عن زمن الوصول إلى الأسواق الأسبوعية بمحافظة منطقة القصيم، كما يوضح شكل (٢٢).

شكل (٢٢) التوزيع الجغرافي لدرجات رضا المستفيدين عن زمن الوصول إلى الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم ٢٠٢١م



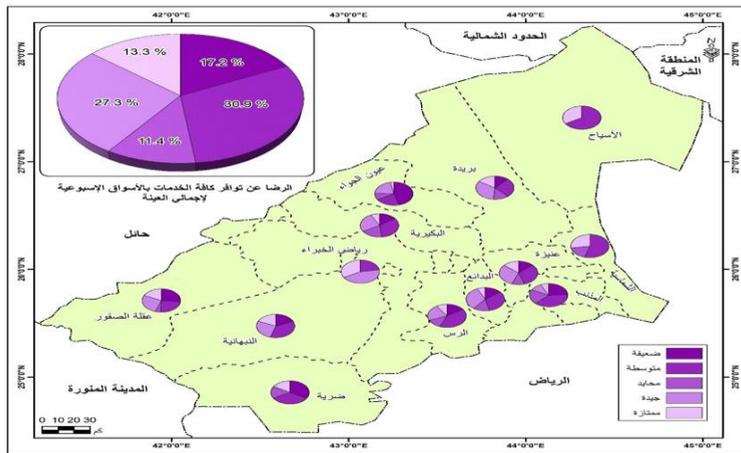
المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على الدراسة الميدانية. ٢٠٢١م

(٤) درجات رضا المستفيدين عن توافر الخدمات كافة بالأسواق الأسبوعية بالقصيم. لا يرتبط مستوى تقديم الخدمات بالأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم بعدد الأسواق الموجودة بالمنطقة فحسب؛ بل إن هناك مؤشراتٍ أخرى تؤثر في مستوى الأداء، منها توافر الخدمات كافة بالأسواق أو المناطق القريبة منها، مثل: ماكينات الصراف الآلي، ونقطة الإسعاف، والدفاع المدني، ووسائل الأمن والأمان، وأماكن لوقوف السيارات، وتجهيزات لتجميع مخلفات الأسواق، وقد تكون معظم هذه الخدمات كافية من حيث العدد، لكنها ليست ذات كفاءة عالية، أو توجد

مشكلات في الوصول إليها أو استخدامها، أو أنها تقع في أماكن غير مناسبة بالنسبة لغالبية المستفيدين منها.

وأوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن ١٧,٣% أبدوا درجات رضا ضعيفة و ٣٠,٩% أبدوا درجات رضا متوسطة، مقابل نحو ٤٠% أبدوا درجات رضا جيدة وممتازة عن توافر الخدمات كافة بالأسواق الأسبوعية بالمنطقة، الأمر الذي يتطلب دعم وتوفير المزيد من الخدمات بالأسواق والمناطق المجاورة لها؛ حتى تحقق درجات رضا مرتفعة من المستفيدين، وتباين درجات رضا المستفيدين من الأسواق الأسبوعية بمحافظة القصيم، كما يوضح شكل (٢٣).

شكل (٢٣) التوزيع الجغرافي لدرجات رضا المستفيدين عن توافر الخدمات كافة بالأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم ٢٠٢١م



المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على الدراسة الميدانية ٢٠٢١م

(٥) درجات رضا المستفيدين عن توافر الاحتياجات والأصناف كافة بالأسواق الأسبوعية.

يمثل توافر الاحتياجات كافة التي يطلبها المستفيدون من الأسواق بمنطقة الدراسة أهمية لديهم، حتى يستطيعوا شراء كل احتياجاتهم من مكان واحد، حيث تتميز الأسواق الأسبوعية بتعدد أقسامها والأصناف المعروضة فيها، لذا كلما حققت هذه الأسواق التنوع في معروضها، انعكس ذلك على كثافة التردد عليها، وقد تباينت درجات الرضا عن توافر الاحتياجات كافة بهذه

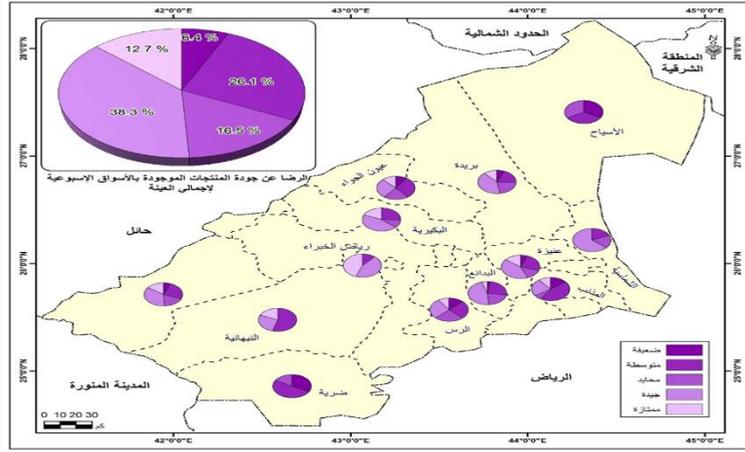




جودتها من ناحية، والحفاظ على صحة المواطنين من ناحية أخرى، ويتباين درجات الرضا عن جودة المنتجات بمحافظة منطقة القصيم، كما يوضح شكل (٢٦).

شكل (٢٦) التوزيع الجغرافي لدرجات رضا المستفيدين عن جودة المنتجات الموجودة بالأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم

٢٠٢١م



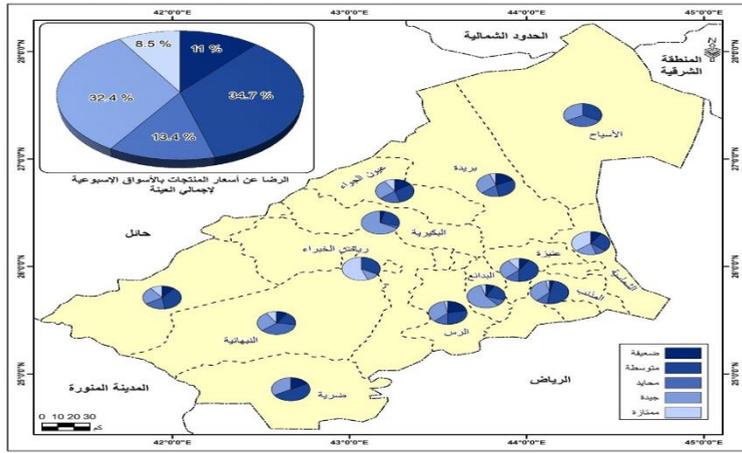
المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على الدراسة الميدانية. ٢٠٢١م

(٨) درجات رضا المستفيدين عن أسعار المنتجات الموجودة بالأسواق الأسبوعية

بالقصيم.

تمثل أسعار المنتجات المعروضة بالأسواق الأسبوعية بمنطقة الدراسة إحدى مؤشرات إقبال السكان على الأسواق أو العكس، حيث يشجع انخفاض أسعار المنتجات بالأسواق بالمقارنة بمنافذ البيع خارجها على تزايد الإقبال على الأسواق؛ وما لذلك من انعكاسات اقتصادية على البائع والمشتري على حدٍ سواء، وتبين من نتائج الدراسة الميدانية أن ١١% أبدوا درجات رضا ضعيفة، و٣٤,٧% أبدوا درجات رضا متوسطة، مقابل نحو ٤١% أبدوا درجات رضا جيدة وممتازة، وهذا يتطلب الرقابة على الأسعار بالأسواق الأسبوعية بصورة أكبر حتى تنعكس على رفع درجات الرضا عنها، وقد تباينت درجات رضا المستفيدين عن الأسعار بمحافظة منطقة القصيم، كما يوضح شكل (٢٧).

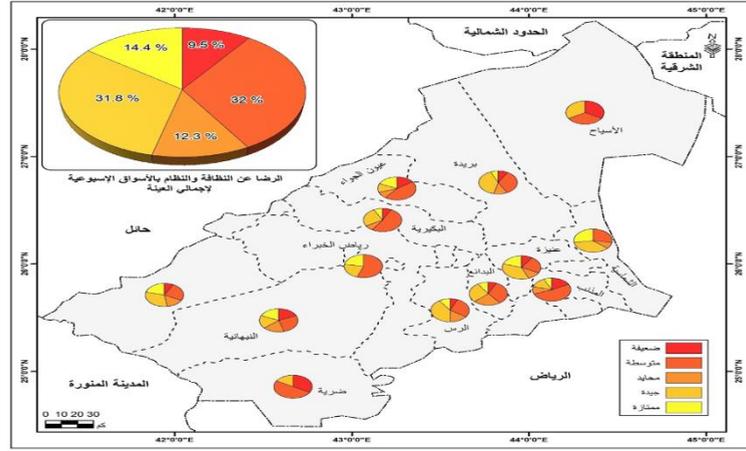
شكل (٢٧) التوزيع الجغرافي لدرجات رضا المستفيدين عن أسعار المنتجات بالأسواق الأسبوعية بالقصيم ٢٠٢١ م



المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على الدراسة الميدانية. ٢٠٢١ م

(٩) درجات رضا المستفيدين عن توافر النظافة والنظام بالأسواق الأسبوعية بالقصيم. يعدّ توافر النظافة والنظام من مقومات الأسواق؛ لأن غيابهما ينعكس على حركة المستفيدين من الأسواق، وتبين من نتائج الدراسة الميدانية أن ٩,٥% أبدوا درجات رضا ضعيفة، و ٣٢,١% أبدوا درجات رضا متوسطة، مقابل نحو ٤٦% أبدوا درجات رضا جيدة وممتازة، وهذا يتطلب المزيد من الجهد من قبل الجهات والهيئات الحكومية والجهات المسؤولة عن الأسواق الأسبوعية من أجل توفير المزيد من النظافة والنظام بصورة أكبر؛ حتى تنعكس على رفع درجات الرضا عنها، وقد تباينت درجات رضا المستفيدين عن توافر النظافة والنظام بمحافظة منطقة القصيم، كما يوضح شكل(٢٨).

شكل (٢٨) التوزيع الجغرافي لدرجات رضا المستفيدين عن توافر النظافة والنظام بالأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم ٢٠٢١م

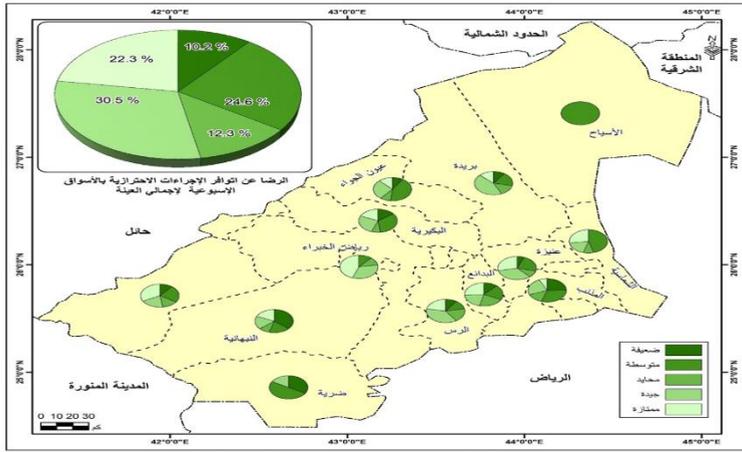


المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على الدراسة الميدانية. ٢٠٢١م

(١٠) درجات رضا المستفيدين عن توافر الإجراءات الاحترازية بالأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم.

يعدّ توافر الإجراءات الاحترازية بالأسواق من المتطلبات المهمة في ظل جائحة كورونا؛ لأنّ غيابها ينعكس بشكل سلبي على المستفيدين، فغياب الإجراءات الاحترازية في التعامل مع كورونا مع كثافة التردد على الأسواق يمكنه أن يؤدي إلى انتشار الإصابة بفيروس كورونا بين نسبة كبيرة من المستفيدين، وتبيّن من نتائج الدراسة الميدانية أنّ ٢,١٠% أبدوا درجات رضا ضعيفة، و٢٤,٧% أبدوا درجات رضا متوسطة، مقابل نحو ٤٣% أبدوا درجات رضا جيدة وممتازة، وهذا يتطلب بذل المزيد من الجهد وتشديد الإجراءات من قبل الجهات والهيئات الحكومية والجهات المسؤولة عن الأسواق الأسبوعية من أجل تطبيق الإجراءات الاحترازية على المرتبطين بالأسواق كافة من بائعين ومشترين ووسطاء وغيرهم؛ حتى تنعكس على رفع درجات الرضا عنها، وقد تباينت درجات الرضا عن توافر الإجراءات الاحترازية بمحافظات المنطقة، كما يوضح شكل (٢٩).

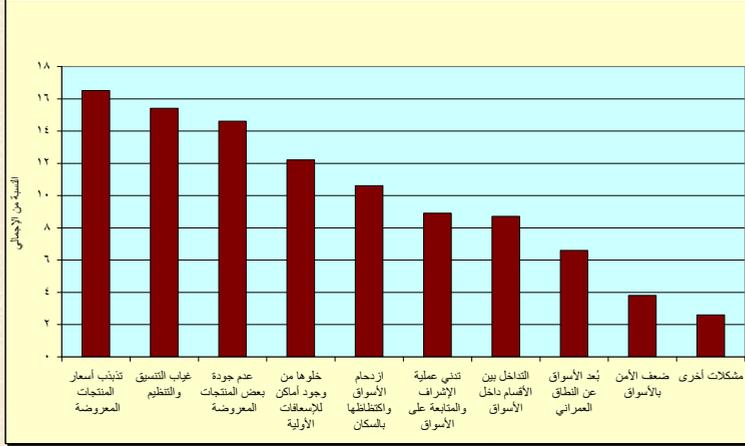
شكل (٢٩) التوزيع الجغرافي لدرجات رضا المستفيدين عن الإجراءات الاحترازية بالأسواق الأسبوعية بالقصيم ٢٠٢١ م



المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على الدراسة الميدانية ٢٠٢١ م

رابعاً: المشكلات التي تواجه المستفيدين من الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم. أثبتت الدراسة الميدانية أن المستفيدين من الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم تواجههم عديداً من المشكلات التي تقف عائقاً في سبيل تقديم خدمة تسويقية جيدة ومتطورة وسهلة وبسعر مناسب، وتغطي أكبر عدد ممكن من السُّكَّان؛ ويرى البعض أن المشكلات تُعدّ من أهمّ الجوانب الرئيسة المؤثرة في الحكم على جودة الخدمة، حيث يقدر رضا العملاء وفقاً لقدرة المؤسسة على حل المُشكلات (الصحن، ٢٠٠٢، ص٣٧)، ويتباين الوزن النسبي لتلك المشكلات وفق نتائج الدراسة الميدانية، كما يوضح شكل (٣٠).

شكل (٣٠) الوزن النسبي للمشكلات التي تواجه المستفيدين من الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم. ٢٠٢١م



المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على الدراسة الميدانية ٢٠٢١م

ويتبين من الشكل السابق ما يلي:

- يأتي تذبذب أسعار المنتجات المعروضة بالأسواق على قائمة المشكلات التي تواجه المستفيدين من الأسواق، ويعزى ذلك إلى تذبذب العلاقة بين العرض والطلب لبعض المنتجات، وزيادة المعروض من بعضها في بعض الأوقات مقابل تناقص المعروض بصورة واضحة في بعض الأحيان، كما هو الحال في المحاصيل الزراعية التي يتذبذب المعروض منها بالأسواق لعوامل طبيعية أو اقتصادية.
- يأتي غياب التنسيق والتنظيم بهذه الأسواق في المرتبة الثانية، حيث تشهد بعض هذه الأسواق اختلاط الاستخدامات وغياب التنسيق داخلها، الأمر الذي يصعب في حصول بعض المستفيدين على احتياجاتهم كافة في أقل وقت وبأقل مجهود.
- يمثل عدم جودة بعض المنتجات المعروضة بالأسواق المرتبة الثالثة، فبعض البائعين في ظل زيادة الطلب على هذه الأسواق قد يعرض منتجات غير جيدة بأسعار منخفضة، وهذا يتطلب الحرص عند شراء المستفيدين لبعض المنتجات ألا يكون اهتمامهم في انخفاض أسعار

المنتجات التي يقومون بشرائها من هذه الأسواق؛ بل يكون التركيز الأكبر على جودتها وصلاحتها للاستخدام.

- يمثل غياب وجود أماكن للإسعافات الأولية في بعض الأسواق المرتبة الرابعة، الأمر الذي يتطلب ضرورة وجود أماكن أو جزء مخصص للإسعافات الأولية بكل سوق، على أن تكون إمكانية الوصول إليه سهلة وواضحة لكل المستفيدين في حالة وجود أي إصابة.

- يأتي ازدحام الأسواق واكتظاظها بالمستفيدين في المرتبة الخامسة بين مشكلات الأسواق الأسبوعية، في ظل انعقادها ليوم واحد في الغالب أو يومين في بعض المحافظات، وحرص بعض الفئات السكانية على الذهاب إليها للاستفادة مما تقدمه، ويمكن أن يوفر تنظيم هذه الأسواق وتنسيق مداخلها ومخارجها وأقسامها حلاً مناسباً لمنع التكدس والازدحام.

- يأتي تدني عملية الإشراف والمتابعة على الأسواق في المرتبة السادسة؛ لأنّ عملية الإشراف تتطلب اشتراك أكثر من جهة، منها: وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان ممثلة في البلديات وأمانة المنطقة، ووزارة الداخلية ممثلة في المرور والشرطة والدفاع المدني، ووزارة التجارة ووزارة غيرها، وهذا يتطلب التنسيق الكامل بين كلّ هذه الجهات.

- يعدّ غياب التنسيق بين الأقسام داخل الأسواق إحدى هذه المشكلات؛ لأنّ التنسيق الجيد بين الأقسام من شأنه تحقيق الانسيابية في حركة المستفيدين، وتقليل زمن حصولهم على ما يريدون، وتقليل التكدس خصوصاً في ظل جائحة كورونا التي تتطلب التباعد.

- يمثل بُعد بعض الأسواق الأسبوعية عن المناطق العمرانية إحدى مشكلاتها، حيث يؤدي إلى طول الرحلة المقطوعة من أجل الوصول إليها؛ لكن البلديات تفضل ذلك حتى لا يحدث ازدحاماً داخل بعض المدن وتعطيل حركة السير، كما أن هذه الأسواق تحتاج إلى مساحات واسعة يصعب توفيرها داخل الكتلة المبنية بالمدن.

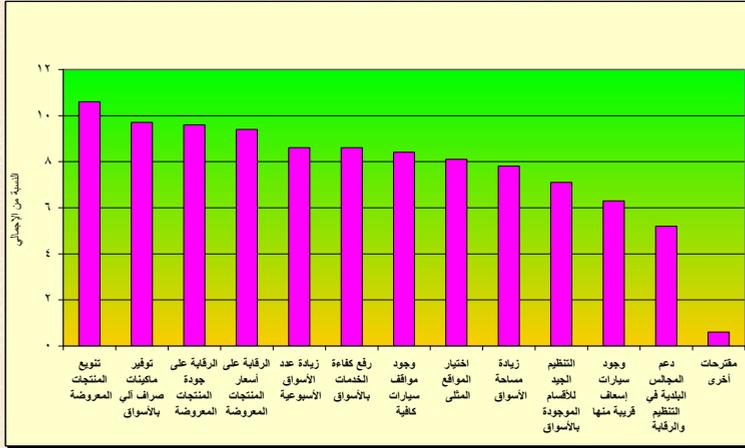
- توجد بعض المشكلات الأخرى التي أمكن التوصل إليها من نتائج الدراسة الميدانية، منها عدم الالتزام بالإجراءات الاحترازية من بعض المستفيدين في ظل جائحة كورونا التي تتطلب الحرص على النفس والغير، ووجود بعض صور الغش التجاري، وتغير مواقع بعض الأسواق، وقلة

المواقف الخاصة بالسيارات، وعدم وجود مناطق مخصصة لكبار السن، وقلة الأنواع المعروضة ببعض الأسواق، والافتقار للسعودة ببعض الأسواق، وعدم وجود مظلات كافية للوقاية من العوامل الجوية.

#### خامساً: مقترحات حل المشكلات التي تواجه الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم:

لا يقتصر الجغرافي في دراسته للخدمات المختلفة ومنها الأسواق الأسبوعية على تشخيص المشكلات التي تواجهها؛ بل يهتم بإبراز وجهة نظر المستخدمين ومقترحاتهم من أجل حلّ هذه المشكلات والتغلب عليها، حيث تباين الوزن النسبي لمقترحات حلّ مشكلات الأسواق الأسبوعية وتميمتها بمنطقة القصيم، شكل (٣١).

شكل (٣١) مقترحات حل المشكلات التي تواجه المستخدمين من الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم.



المصدر من إعداد الباحثان اعتماداً على الدراسة الميدانية ٢٠٢١م ويتبين من الشكل السابق تعدد مقترحات حلّ مشكلات الأسواق الأسبوعية فيما يلي:

□ يأتي تنوع المنتجات المعروضة على رأس مقترحات المستخدمين من الأسواق، حتى يتحقق الهدف الأمثل من خدمات هذه الأسواق في تحقيق الإشباع للمستخدمين من خلال توفير كل احتياجاتهم.

- يأتي توفير ماكينات الصراف الآلي بالأسواق الأسبوعية، أو مجاورة لها، أو توفير ماكينات الدفع الإلكتروني في المرتبة الثانية، وتسهيل عملية البيع والشراء.
- يمثل الرقابة على جودة المنتجات المعروضة أهمية كبيرة لدى المستخدمين من الأسواق، حيث يأتي في المرتبة الثالثة، وهذا يتطلب التنسيق بين الجهات المسؤولة عن الرقابة على الأسواق حتى تحقق هذه الرقابة فاعليتها.
- يأتي زيادة عدد الأسواق الأسبوعية في المرتبة الرابعة بين المقترحات، في ظل تكديس المستخدمين من الأسواق الحالية، وزيادة معدلات التباعد بينها، مما يجعل بعض المستخدمين يقطعون مسافات كبيرة من أجل الوصول إليها.
- يأتي رفع كفاءة الخدمات الموجودة بالأسواق في المرتبة الخامسة؛ لأنّ عدم كفاية بعض هذه الخدمات كان محل شكوى الكثير من المستخدمين، ومن الخدمات المطلوبة خدمات النظافة والنظام، وخدمات تأمين الأسواق من السرقة، ومن بعض أشكال الغش التجاري، وتوافر بعض الخدمات المالية وغيرها.
- جاء ضرورة توفير مواقف سيارات كافية في المرتبة السادسة بين مقترحات المستخدمين من الأسواق؛ لأنّ السيارات الخاصة هي وسيلة الانتقال الرئيسة لهذه الأسواق التي تبعد في الغالب عن المناطق العمرانية، وهذا يحدث تكديس بجوار هذه الأسواق، وهذا التكديس يمكن تخفيفه عن طريق مواقف سيارات منظمة وكافية.
- يمثل اختيار المواقع المثلى للأسواق الأسبوعية أهمية لدى نسبة كبيرة من المستخدمين؛ لأنّ درجات رضا بعض المستخدمين من مواقع الأسواق كانت منخفضة، ومن ثمّ فإنّ مواقع الأسواق الجديدة المزعم إنشاؤها في حاجة إلى تخطيط جيد قبل تحديدها بحيث تراعي المناطق المحرومة من الأسواق، وإمكانية وزمن الوصول إليها.
- اقترح بعض المستخدمين ضرورة زيادة مساحة الأسواق للمساعدة في استيعاب كثافة التردد عليها من ناحية، وتخفيف الضغوط عليها والمساعدة في تنظيم الأقسام الداخلية بالأسواق من ناحية أخرى.

□ يأتي التنظيم الجيد للأقسام والأصناف داخل الأسواق ضمن مقترحات حل مشكلات الأسواق الأسبوعية، وهذا يتطلب التنسيق بين البائعين والجهات التنفيذية حتى يتم ذلك بشكل مخطط ومدروس.

□ يعد توفير سيارة إسعاف ومكان مخصص لتلقي الإسعافات الأولية بالأسواق من مقترحات تنميتها، لوجود بعض مظاهر النقص في إسعاف بعض الحالات التي تحدث ببعض الأسواق.

□ توجد بعض المقترحات الأخرى لحل مشكلات الأسواق الأسبوعية، منها زيادة الاهتمام بتوفير الأمن بالأسواق، وتخصيص أسواق أو أقسام للنساء، وتوفير الخدمات كافة بالأسواق، وتأهيل بعض الباعة على التعامل الجيد مع المستفيدين، ومشاركة المجتمع المدني في تنظيم الأسواق، ورفع نسبة مشاركة السعوديين في الأسواق الأسبوعية.

وإذا كانت الأسواق الأسبوعية بمنطقة الدراسة تستهدف خدمة السكان والوفاء باحتياجاتهم المختلفة؛ فمن الطبيعي أن تعكس صورة توزيع الأسواق صورة توزيع السكان، كما يجب أن يؤخذ ذلك في الاعتبار بشكل رئيس عند التخطيط لتنمية هذه الخدمة أو توقيع أسواق جديدة، وبمعنى آخر فإن حجم السكان هو المحدد الأول لمقدار الطلب على إنشاء المزيد من الأسواق، وقد تتداخل عوامل أخرى لا يغفل دورها الفاعل وتأثيرها في هذه العملية، مثل: الخطط الحكومية، والتوجهات البلدية والقروية، وتوافر أماكن لإنشاء المزيد من الأسواق، وطبيعة دخل السكان ومستواهم الاقتصادي والاجتماعي وبعض العوامل الأخرى.

## نتائج وتوصيات الدراسة:

### أسفرت الدراسة عن نتائج عديدة منها:

- بلغ إجمالي عدد الأسواق الأسبوعية في منطقة القصيم ٢٥ سوقاً أسبوعياً موزعة على محافظات منطقة القصيم، نالت محافظة البكيرية من بين المحافظات المركز الأول في عدد الأسواق الأسبوعية بواقع خمسة أسواق أي ما يمثل نسبته ٢٠% من جملة عدد الأسواق في المنطقة، تليها بريدة حيث بلغت نسبة عدد الأسواق ١٦% من جملة عدد الأسواق، يلي ذلك محافظتا عيون الجواء والأسياح بنسبة ١٢%، و ٨% في محافظتي رياض الخبراء والرس، بينما نالت باقي المحافظات ما نسبته ٤% من جملة عدد الأسواق الأسبوعية في منطقة القصيم، باستثناء محافظة الشمامسة التي تخلوا من الأسواق.

- تتفاوت الأسواق الأسبوعية في درجة ارتباطها وعلاقتها في متغيرات الدراسة، حيث سجلت علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين عدد السكان وعدد الأسواق بمحافظة القصيم بلغت درجتها ٠,٢٦، مما يؤدي إلى وجود ضغط كبير على بعض الأسواق مقابل انخفاض نصيب بعض الأسواق، كما سجلت علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين مساحة المحافظات وعدد الأسواق بلغت درجتها ٠,٣٢، وارتفعت درجة العلاقة بين الأسواق وأطوال الطرق لتبلغ ٠,٤٤ وهذا يوضح ارتباط غالبية الأسواق بالمنطقة بشبكة الطرق.

- يشير التحليل المكاني للأسواق الأسبوعية إلى التقارب بين المركز المتوسط والمركز الفعلي المتمثل في "سوق الأحد بالشيحية بمحافظة البكيرية" بمسافة بلغت ١,٤ كم، كما بلغت المسافة المعيارية (٧٣) كم وضمت الدائرة بداخلها (٧٢%)، مما يدل على عشوائية توزيع الأسواق الأسبوعية داخل منطقة القصيم، وبينما جاء الاتجاه العام لتوزيع الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم نحو شمال شرق - جنوب غرب، وبلغت نسبة طول المحور (٥٩,٥%) ويعود السبب في ذلك إلى

الكثافة السكانية، وأيضًا إلى شبكة الطرق الممتدة التي ساعدت على هذا الامتداد، كما أخذ نمط توزيع الأسواق الأسبوعية تبعًا لمعدل الجار الأقرب في محافظة القصيم النمط المشتت (المتباعد) بمؤشر صلة جوار ١،٠٣؛ مما يؤكد على عشوائية انتشار الأسواق الأسبوعية حول المركز المتوسط لها.

• تباين الخصائص النوعية والعمرية والتعليمية والوظيفية للمستفيدين من الأسواق الأسبوعية، حيث بلغت نسبة الإناث ٥٧% وبلغت نسبة الذكور ٤٣%، كما تعد الفئة العمرية ٢١- ٤٠ سنة أعلى نسبة بين المستفيدين من الأسواق، حيث بلغت نسبتها (٥٣,٢%)، جاءت نسبة الجامعيين بين عينة المستفيدين من الأسواق الأسبوعية بنسبة ٦٤,٤%، كما استأثر الموظفون الحكوميون بنحو نصف نسبة المستفيدين من الأسواق الأسبوعية بالقصيم.

• تنوع البضائع والمنتجات المعروضة بالأسواق الأسبوعية، وتعدّ الفواكه والخضروات أكثر الأصناف طلبًا من قبل المستفيدين بنسبة بلغت ٣١,٦%، تليها الملابس بنسبة ١٧,٦% والمنظفات بنسبة ١٥,٤%، ثم الأصناف الأخرى.

• يتردد نحو ٧٠,٥% من المستفيدين على الأسواق الأسبوعية مرة واحدة أسبوعيًا، كما أن نسبة ٥٤,٢% يذهبون إلى بعض الأسواق الأخرى خارج مدينتهم، وتعد السيارة الخاصة هي الوسيلة الأكثر استخدامًا بنسبة ٩٥% في رحلة التسوق للمستفيدين من الأسواق الأسبوعية.

• أظهرت الدراسة أن مشكلة تذبذب أسعار المنتجات المعروضة بالأسواق على قائمة المشكلات التي تواجه المستفيدين بنسبة ١٦,٣%، يليها غياب التنسيق والتنظيم بالأسواق بنسبة ١٥,٤%، ثم قلة جودة بعض المنتجات المعروضة بالأسواق بنسبة ١٤,٦% من الإجمالي، يلي ذلك المشكلات الأخرى.

## وانتهى البحث لبعض التوصيات منها:

- ضرورة التخطيط الجيد للمواقع الجديدة للأسواق الأسبوعية؛ بحيث تراعي المناطق المحرومة من الأسواق، وكثافة السكان في المناطق المختلفة، وإمكانية وزمن الوصول إليها، وربطها بشبكة جيدة من الطرق.
- توفير المزيد من الخدمات بالأسواق والمناطق المجاورة لها؛ حتى تحقق درجات رضا مرتفعة من قبل المستفيدين؛ وذلك بالاهتمام ببعض الجوانب، مثل: حل مشكلة مناطق انتظار السيارات (المواقف)، وتوفير أماكن للوهج والمرح للأطفال خاصة بهم؛ لأنّ هذا من شأنه إطالة فترة التسوق، وزيادة حجم المبيعات والمشتريات، ممّا يزيد من درجة الحراك الاقتصادي، ودرجة الترابط الاجتماعي بصورة غير مباشرة.
- رفع كفاءة الخدمات الموجودة بالأسواق؛ لأنّ عدم كفاية بعض هذه الخدمات كان محلّ شكوى الكثير من المستفيدين، ومن أبرز الخدمات المطلوبة خدمات النظافة والنظام، وتوفير ماكينات الصراف الآلي بالأسواق الأسبوعية أو مجاورة لها، وتوفير ماكينات الدفع الإلكتروني؛ وذلك لتسهيل عملية البيع والشراء.
- ضرورة الاهتمام بالمظهر الجمالي للأسواق الدورية الأسبوعية في منطقة القصيم، من حيث التسوية الأرضية وترصيفها وتنظيم مسارات عرض السلع التجارية داخلها، وضرورة تخصيص مركز مصغر لتقديم الخدمات الطبية والاسعافات الأولية الضرورية؛ إذ يتعرض بعض المترددين لحوادث طارئة ومفاجئة، هذا إلى جانب ما يتعرض له بعض كبار السن الذين يصرون على التسوق لارتباطهم التاريخي بهذه الأسواق.
- حاجة الأسواق إلى جهة إشرافية وتنظيمية لتعزيز دورها الاقتصادي وتنميتها وضمان استمرارها وتحقيق الكفاءة من قيامها، علمًا بأنّها لا تتبع في تنظيم نشاطها أي جهة حكومية.
- حاجة الأسواق الأسبوعية للمزيد من الدراسات الجغرافية لتعدد زوايا دراستها، وأهميتها من الناحية الاقتصادية والاجتماعية، مع تقديم نتائج الدراسة الحالية للجهات المسؤولة عن تنمية الأسواق الأسبوعية بمنطقة القصيم، في إطار تفعيل دور الجامعة في خدمة المجتمع.

## مصادر ومراجع البحث

### أولاً: المصادر:

جمهورية مصر العربية، (٢٠١٧م) الهيئة العامة للتخطيط العمراني، دليل المعايير التخطيطية للخدمات التجارية.

غرفة القصيم، ٢٠٢٠، التقرير السنوي، المملكة العربية السعودية.

المركز الحضري لمدن منطقة القصيم، ٢٠١٩، المملكة العربية السعودية.

الهيئة العامة للإحصاء، ٢٠١٨، المملكة العربية السعودية.

هيئة المساحة الجيولوجية، ٢٠٠٨، المملكة العربية السعودية.

وزارة الشؤون البلدية والقروية، ٢٠١٩، التقرير السنوي، المملكة العربية السعودية.

### ثانياً: المراجع العربية:

إبراهيم، سليمان عبد الله، (٢٠٠٨م)، معوقات تسويق المنتجات الزراعية في المملكة العربية السعودية- دراسة تطبيقية على الخضر والفاكهة بمنطقة القصيم، المجلة العلمية للإدارة بجامعة الملك سعود، العدد ٢.

الأجواد، فضل إبراهيم، (٢٠٠٧م) السوق الدوري في مدينة براك: سوق الخميس الأسبوعي، مجلة جامعة سبها للعلوم الإنسانية، العدد ٦.

التير وآخرون، (٢٠٢٠م) التحليل المكاني للأسواق الدورية الأسبوعية ببلدية زيتن، مجلة كلية الآداب جامعة مصراته، العدد ١٥ .

جريدة الوطن السعودية، (٢٠٢٠م) الأسواق الأسبوعية حراك اقتصادي وفرص مهدرة، ٢٩ نوفمبر

<https://www.alwatan.com.sa/article/1062555> .

حبيب، محمد بن عبد الكريم، (١٤١٩هـ) دور الأسواق الدورية في التنمية الإقليمية، دراسة تطبيقية على منطقة جازان، الندوة السادسة لأقسام الجغرافيا بالمملكة العربية السعودية.

حمدان، جمال، (١٩٧٧م) جغرافية المدن، عالم الكتب، القاهرة.

خير، صفوح، (٢٠٠١م) الجغرافية موضوعها ومناهجها وأهدافها، دار الفكر للطباعة والتوزيع والنشر، سوريا.

داوود، جمعة محمد، (٢٠٢١م) أسس التحليل المكاني في إطار نظم المعلومات الجغرافية، المملكة العربية السعودية.

الديب، محمد محمود، (٢٠٠٦م) الجغرافيا الاقتصادية، منظور معاصر، الأنجلو المصرية، القاهرة.

الزهراني، عبد الرزاق بن حمد، (٢٠٠١م) الوظائف الاجتماعية للأسواق الأسبوعية في منطقة الباحة، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، العدد ٢.

الزوكة، محمد خميس، (١٩٨٨) التخطيط الاقليمي وأبعاده الجغرافية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.

الزبيدي، وآخرون، (٢٠١٥م) الجيوماتكس والتنظيم المكاني، العراق، متاح على الرابط:  
<https://www.file-upload.com/xx3asa9upj12>

شليبي، فتحي إبراهيم، (٢٠٠٦م) سوق بنها الأسبوعية - دراسة في الجغرافيا الاقتصادية، المجلة الجغرافية العربية، الجمعية الجغرافية المصرية، العدد ٤٧ .

صالح، وسام يوسف، (٢٠١٦م) التحليل المكاني للخدمات التعليمية في مدينة زاخو باستخدام نظم المعلومات الجغرافية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة دهوك.

الصحن، محمد فريد، (٢٠٠٣م) قراءات في إدارة التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية.

عبد المعطي، عبد المعطي شاهين، (٢٠٠٥م) سوق المشاية بالمحلة الكبرى - دراسة جغرافية، المجلة الجغرافية العربية، الجمعية الجغرافية المصرية، العدد ٤٥.

- عتلم، موسى فتحي موسى، (٢٠١٨م) الجغرافيا الاقتصادية، مطابع جامعة المنوفية .
- العجيلي وآخرون، عبد السلام مفتاح، (٢٠٢٠م) الأسواق الشعبية في منطقة ترهونة - دراسة في الجغرافيا الاقتصادية، مجلة العلوم الإنسانية والتطبيقية، العدد ٩٤.
- العيسوي، فايز محمد، (٢٠٠٠م) خرائط التوزيعات البشرية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية .
- غراب، فايز حسن، (٢٠١٥م) دراسات في الجغرافيا الاقتصادية، مطابع الولاء الحديثة .
- غضبان، فؤاد، (٢٠١٣م) جغرافية الخدمات، دار البازوري للنشر، الأردن.
- غنيم، محمد أحمد، (١٩٩٨م) الأسواق التقليدية في محافظة الدقهلية - دراسة في الأنتروبولوجيا الاقتصادية، مجلة كلية الآداب جامعة المنصورة، عدد ١ .
- الفاروق، عبد الحليم، وآخرون، (٢٠٠٩م) تحليل صلة الجوار في الدراسات الجغرافية بالتطبيق على المستوطنات البشرية بمنطقة مكة المكرمة، مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية، العدد الأول.
- محمود، عصام محمد صلاح الدين، (٢٠١٢م) نحو منهج لتطوير تخطيط وتصميم المراكز التجارية في ضوء تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الهندسة جامعة القاهرة .
- مصيلحي، فتحي محمد، (٢٠٠١م) جغرافية الخدمات، مطابع جامعة المنوفية.
- مكي، محمد شوقي بن إبراهيم، (١٩٨٤) الأسواق الدورية في إمارة ينبع في غرب المملكة العربية السعودية: دراسة جغرافية تطبيقية على سوق السوق، الجامعة الأردنية - عمادة البحث العلمي.
- مكي، محمد شوقي بن إبراهيم، (١٩٨٦م)، الأسواق المركزية في مدينة الرياض - دراسة جغرافية في التوزيع والسلوك، سلسلة رسائل جغرافية، جامعة الكويت، العدد ٩٤.

- مليباري، أشواق بنت حمزة، (١٤٣٠هـ)، الأسواق في مدينة مكة المكرمة، بحث تكميلي لدرجة الماجستير في الجغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى .
- النقار، كهرمان، (٢٠١٧م) التحليل المكاني لتوزيع مدارس التعليم الاساسي في مدينة طرطوس باستخدام نظم المعلومات الجغرافية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العملية، سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية، مجلد ٣٩، عدد ٣ .
- هاشم، سعيد، (٢٠٠٦م) الأسواق الشعبية التراثية في دول مجلس التعاون والجزيرة العربية وأهميتها الاقتصادية والاجتماعية، حوليات كلية الآداب جامعة عين شمس، المجلد ٣٤ .
- الوليحي، عبد الله بن ناصر، (١٤٢٤هـ) المدخل إلى الجغرافيا الطبيعية والبشرية، الطبعة الثانية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض .
- اليوسف، محمد بن طاهر، (٢٠٠٠م) الأنماط المكانية لحركة الباعة في الأسواق الأسبوعية بواحة الإحساء، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، جامعة الكويت، العدد ٩٩ .

### ثالثاً: المراجع غير العربية:

- Brunsdon.C,et al (2009) Using a GIS- based network analysis and optimization routines to evaluate service provision: A Case study of the UK post office ,Applications in spatial analysis,Vol.64.
- Burnaz ,A (2006) A Multiple-Criteria Decision-making Approach for the Evaluation of Journal of multi-criteria decision analysis ,Vol.14.
- Ertekin ,O ,et al (2008) Spatial Distribution of Shopping Malls and Analysis of their Trade Areas in Istanbul ,European Planning Studies Vol. 16 ,No. 1 ,January.
- Higgs,G,Langford,M (2015) Accessibility and public services provision: Evaluating the impacts of the post office network change programme in the UK ,Institute of British geography.
- Mayer ,et al ,Economic Geography ,Princeton University Press ,New jersey.٢٠٠٨ ،
- Mulimani ,A (2012) Periodic Markets and rural development: A Case study of Haveri District ,Golden Research Thoughts ,Vol.1 .
- Raumordnung, Hannover(2004), Zentrale Orte: theorie, Empirie und planung .
- Robert ,H (1980) Periodic market-places and periodic marketing: review and prospect ، Progress in Human Geography ,Vol. 4 ,Issue 1 .
- Ting ,Z ,et al(2009) ،Market Structure and Competition in the Retail Discount Industry ، Journal of Marketing Research ،Vol. 46 ،No. 4 ،Aug .

## رومنة المراجع العربية Research Sources and References

### First, The Sources:

The Arab Republic of Egypt, (2017) General Authority for Urban Planning, Guide to Planning Standards for Commercial Services.

Qassim Chamber, 2020, Annual Report, Kingdom of Saudi Arabia.

Urban Observatory for the Cities of Qassim Region, 2019, Saudi Arabia.

General Authority for Statistics, 2018, Kingdom of Saudi Arabia.

Geological Survey, 2008, Kingdom of Saudi Arabia.

Ministry of Municipal and Rural Affairs, 2019, Annual Report, Kingdom of Saudi Arabia.

### Second: Arabic References:

Ibrahim, Suleiman Abdullah, (2008 AD), Obstacles to Marketing Agricultural Products in the Kingdom of Saudi Arabia - An Applied Study on Fruits and Vegetables in Al-Qassim Region, Scientific Journal of Management at King Saud University, No. 2.

Al-Ajwad, Fadi Ibrahim, (2007 AD) The periodic market in the city of Brak: the weekly Thursday market, Sebha University Journal for Human Sciences, No. 6.

Altair et al., (2020 AD) Spatial Analysis of the Weekly Periodic Markets in the Municipality of Zliten, Journal of the Faculty of Arts, Misurata University, Issue 15.

Al-Watan Saudi Newspaper, (2020AD) Weekly Markets, Economic Mobility and Wasted Opportunities, November 29

.<https://www.alwatan.com.sa/article/1062555>

Habib, Muhammad bin Abdul Karim, (1419 AH) the role of periodic markets in regional development, an applied study on the Jazan region, the sixth symposium of the departments of geography in the Kingdom of Saudi Arabia.

Hamdan, Gamal, (1977 AD) Geography of Cities, World of Books, Cairo.

Khair, Sufouh, (2001 AD) Geography: Its Subject, Methods, and Objectives, Dar Al-Fikr for Printing, Distribution and Publishing, Syria.

Daoud, Jumaa Muhammad, (2021 AD) Foundations of Spatial Analysis in the Framework of Geographic Information Systems, Kingdom of Saudi Arabia.

Al-Deeb, Mohamed Mahmoud, (2006 AD) Economic Geography, a Contemporary Perspective, Anglo-Egyptian, Cairo.

Al-Zahrani, Abdul-Raziq bin Hamad, (2001 AD) Social functions of the weekly markets in the Al-Baha region, Journal of Social Sciences, Kuwait University, No. 2.

Al-Zawka, Muhammad Khamis, (1988) Regional Planning and its Geographical Dimensions, University Knowledge House, Alexandria.

Al-Zaidi, and others, (2015 AD) Geomatics and spatial organization, Iraq, available at the link: <https://www.file-upload.com/xx3asa9upj12>

Shalaby, Fathi Ibrahim, (2006 AD) Benha Weekly Market - Study in Economic Geography, Arab Geographical Journal, Egyptian Geographical Society, No. 47.

Saleh, Wissam Youssef, (2016 AD) Spatial analysis of educational services in the city of Zakho using GIS, Master's thesis (unpublished), College of Arts and Humanities, University of Dohuk.

Al-Sahn, Muhammad Farid, (2003) Readings in Marketing Department, University House, Alexandria.

Abdul Muti, Abdul Muti Shaheen, (2005 AD) The cattle market in Mahalla al-Kubra - a geographical study, the Arab Geographical Journal, the Egyptian Geographical Society, No. 45.

Atlam, Musa Fathi Musa, (2018 AD) Economic Geography, Menoufia University Press.

- Al-Ajili and others, Abd al-Salam Muftah, (2020 AD) popular markets in the Tarhuna region - a study in economic geography, Journal of Humanities and Applied Sciences, Issue 9.
- Al-Esawy, Fayez Muhammad, (2000 AD) Maps of Human Distributions, University Knowledge House, Alexandria.
- Ghorab, Fayez Hassan, (2015 AD) Studies in Economic Geography, Al-Walaa' Modern Printing Press.
- Ghadban, Fouad, (2013 AD) Geography of Services, Al-Yazuri Publishing House, Jordan.
- Ghoneim, Mohamed Ahmed, (1998 AD) Traditional Markets in Dakahlia Governorate - A Study in Economic Anthropology, Journal of the Faculty of Arts, Mansoura University, No. 1.
- Al-Farouq, Abdel Halim, and others, (2009 AD) Analysis of the Neighborhood Relationship in Geographical Studies by Application to Human Settlements in the Makkah Al-Mukarramah Region, Umm Al-Qura University Journal for Social Sciences, first issue.
- Mahmoud, Essam Mohamed Salah El-Din, (1012 AD) towards an approach to developing the planning and design of commercial centers in the light of the impact of information and communication technology, unpublished Ph.D. thesis, Faculty of Engineering, Cairo University.
- Moselhi, Fathi Muhammad, (2001 AD) Geography of Services, Menoufia University Press.
- Makki, Muhammad Shawqi bin Ibrahim, (1984) Periodic Markets in the Emirate of Yanbu in the Western Kingdom of Saudi Arabia: An Applied Geographical Study on the Suwaiq Market, University of Jordan - Deanship of Scientific Research.
- Makki, Muhammad Shawqi bin Ibrahim, (1986 AD), Central Markets in Riyadh - A Geographical Study in Distribution and Behavior, Geographical Letters Series, Kuwait University, No. 94.
- Malibari, Ashwaq bint Hamza, (1430 AH), markets in the city of Makkah, supplementary research for a master's degree in geography, College of Social Sciences, Umm Al-Qura University.
- Al-Naqqar, Kahraman, (2017 AD) Spatial analysis of the distribution of basic education schools in the city of Tartous using geographic information systems, Tishreen University

Journal for Research and Practical Studies, Arts and Humanities Series, Volume 39, No. 3.

Hashem, Saeed, (2006 AD) Traditional folk markets in the countries of the Cooperation Council and the Arabian Peninsula and their economic and social importance, Annals of the Faculty of Arts, Ain Shams University, Volume 34.

Al-Wali'i, Abdullah bin Nasser, (1424 AH) Introduction to Natural and Human Geography, second edition, King Fahd National Library, Riyadh.

Al-Yousef, Muhammad bin Taher, (2000 AD) Spatial patterns of the movement of sellers in the weekly markets in the Al-Ahsa Oasis, Journal of Gulf and Arabian Peninsula Studies, Kuwait University, No. 99.





الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة  
ISLAMIC UNIVERSITY OF MADINAH





الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة  
ISLAMIC UNIVERSITY OF MADINAH

# Journal of Islamic University

for Educational and Social Sciences

Refereed Periodic Scientific Journal

