

المحاضرة الثالثة

الوظيفة التجارية

" تلعب التجارة و الخدمات دورا كبيرا في المجال الحضري، وتختلف أهمية التجارة و الخدمات من مدينة لأخرى وفق عوامل مختلفة وراء تباين الدور الذي يلعبه هذا القطاع في اقتصاديات كل منها .

وقد تبلور تفاعل تلك العوامل في بيئة المناطق الحضرية و تم ترجمته في أشكال توطنية مختلفة للأنشطة التجارية و الخدمية داخل المدن ، كما يتم هذا التفاعل من خلال عمليات عمرانية بتلك المناطق الحضرية التي تسودها و المراحل التي وصل إليها في التنظيم الحضري "1 مثلا (اختلاف أسعار الأراضي يؤثر في اختلاف القيمة الايجارية وفي نوعية النشاط الذي يمكن أن يدفع أكثر) (الأحياء التجارية الخارجية في المدن تقع في مناطق التجمع لتغير في وسائل النقل) فإن لم تكن كل المدن أو معظمها ذات طابع تجاري ، لأنه توجد مدن إدارية و صناعية و سياسية فلا توجد مدينة لا تتأثر بالوظيفة التجارية أو المبادلات التي تعد المنشأ و المحرك للنمو الحضري ، فهذه الوظيفة تعتبر الوسيط بين المدينة و إقليمها كما تؤثر مجاليا فتتأثر بشبكة الطرق و هيكلتها ، بالإضافة إلى كونها المحرك الأساسي للمدينة التي تعتبر كوحدة "إنتاج ، تسويق ، تنافس ، استهلاك ، تراكم للثروة "

التركيب التجاري للمدينة

لمعرفة التركيب التجاري للمدينة ،لابد من البحث و توفير العديد من المعطيات المتعلقة :

نسبة اليد العاملة في التجارة من مجموع اليد العاملة الإجمالية ومساحات الاستخدام التجاري (نسبه مقارنة بالاستخدامات الأخرى وكيفية توطينه)

تصنيف الأنشطة التجارية، سواء من ناحية المستوى (تجارة متخصصة) ذات مستوى عالي أو ذات مستوى أدنى كتجارة التجزئة (مواد غذائية)

كما تختلف الأنشطة التجارية في عدد من الخصائص إذ يمكن أن تصنف إلى:

- نشاط غذائي أو غير غذائي : حيث يمكن من خلال هذا التصنيف معرفة درجة الجذب التجاري للمدينة ، وهو حاصل قسمة عدد المحلات ذات النشاط الغير غذائي على عدد المحلات ذات النشاط الغذائي ، فكلما ارتفع الحاصل و ابتعد عن الصفر كلما زادت درجة الجذب للمدينة .
- تصنف وفق البعد الاقتصادي: يسمح هذا التصنيف بمعرفة العلاقة التجارية بين المدن من حيث توفرها على أنواع معينة من الأنشطة حيث يمكن أن نجد في هذا التصنيف:
 - محلات التجارة الصافية (صنف التغذية، صنف الملابس، صنف التجهيز)
 - محلات التجارة الحرفية (حرف إنتاجية ، نجار ، حداد ، حرف خدمية و صيانة ، تصليح السيارات ، تصليح الراديو)
 - التجارة الخدمية (مطاعم ، مقاهي، محامي ...)

دورة التمون التي تقدمها كل خدمة تجارية **Rotation de ravitaillement** : وهي الوقت الزمني الذي تستغرقه لإعادة التسوق أو الاستفادة من الخدمة مرة أخرى ، حيث تكون مختلفة حسب طبيعة الخدمة (يومية ، أسبوعية ، شهرية ، فصلية ، سنوية)

• إن الدراسات التي تهتم بالبنية التجارية للمدن تنقسم إلى عدة أصناف منها ما يتعلق بالبحث في التركيب الداخلي للمؤسسات التجارية و علاقاتها التبادلية المختلفة ومنها ما يختلف بدراسة كيفية توزيع النشاط التجاري و تكتله في المدينة وفق مناطق مختلفة .

في حالة المدن الكبيرة والمتوسطة استطاع الباحث Prood Foot سنة 1937 تميز خمس مناطق تجارية رئيسية :

- المنطقة التجارية المركزية
- المناطق التجارية الثانوية الخارجية
- الطرق التجارية الرئيسية
- شوارع الأحياء التجارية
- تجمعات المخازن المعزولة

جاء بعدها تصنيف آخر لمورفي R.E.Murphy ، حيث أخذ بعين الاعتبار التطورات الحديثة التي طرأت على البنية التجارية للمدن الكبرى ، و يحتوي هذا التصنيف على ثمانية مناطق تجارية وهي :

- منطقة تجارية مركزية
- المراكز التجارية الثانوية
- المراكز التجارية الخارجية المخططة
- الأشرطة التجارية الرئيسية
- الشوارع التجارية المحلية
- تجمعات المخازن المعزولة
- مراكز التسوق الإقليمية المخططة (خارج حدود المدينة)
- مناطق تجارة الجملة (على طول السكك الحديدية ، على طول الطرق الرئيسية)

هناك العديد من العوامل التي ساهمت في تغيير التركيب التجاري للمدن بشكل يجعل تصنيفات العديد من الباحثين تبقى عمومية بعيدة الدقة والتأكد ، من بين هذه العوامل :

- النمو المفرط للمراكز الحضرية
- تناقص الكثافة السكانية في المنطقة التجارية المركزية
- تغيير العادات الاستهلاكية ووسائل التنقل و التسوق
- ميل المؤسسات التجارية نحو التخصص الوظيفي
- الإزدحام المروري في مراكز المدن ساهم خصوصا في المدن الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية في تخطيط مراكز للتسوق خارج المناطق المركزية ، حيث يمكن للمتسوقين أن يحصلوا على العديد من السلع و الخدمات بسهولة خصوصا مع وجود مناطق واسعة لمواقف السيارات .

فظهر السيارات وما يرتبط بها من متطلبات تخطيطية كاتساع الشوارع و مواقف السيارات ساهم في تغيير مواقع العديد من الأنشطة الخدمائية كالفنادق مثلا التي كانت سابقا تقع في المنطقة التجارية المركزية و غيرت مواقعها نحو الأحياء التجارية الخارجية و عند أطراف المدن و نهاية الشوارع الرئيسية .

المنطقة التجارية المركزية

- تتميز المنطقة التجارية المركزية بجاذبية كبيرة نتيجة تركيز المحلات التجارية من المستويات المختلفة بها بالإضافة إلى كونها منطقة تتميز بحركة كبيرة وموقع مركزي يجمع بين نقاط تقاطع شبكات الطرق و المواصلات .
- ارتفاع سعر العقار بها نتيجة للتنافس الذي تفرضه الاستخدامات التجارية المختلفة ، وهو ما ساهم في التوسع العمودي و ظهور العمارات المتعددة الطوابق من أجل الرفع من استغلال للعقار
- من ناحية التركيب الوظيفي للمنطقة التجارية المركزية Central business district CBD فرغم خواصها إلا أنها غير متجانسة فهي تنقسم إلى مناطق ثانوية :
- منطقة القلب التجاري (البؤرة التجارية) : منطقة تركيز المؤسسات التجارية الرئيسية تتميز بأعلى كثافة للاستغلال التجاري ذات المستوى العالي و المتخصص ، وبأعلى قيمة للعقار وبكثافة شديدة للمشاة .
- مناطق الأركان : تشكل هذه المناطق من تقاطع الشوارع الثانوية مع الرئيسية و هي عبارة عن نقاط الدخول إلى القلب التجاري
- في بعض الحالات قد تشكل المنطقة التجارية الرئيسية من شارع رئيسي يشكل محور تجاري رئيسي ، حيث يشكل هذا المحور الهيكل العام للنشاط التجاري المركزي .

"يري راتكليف أن من التصورات الشائعة ، رغم خطئها ، أن معظم تجارة التجزئة تحدث في المنطقة التجارية المركزية، فقد أجريت دراسات على كل من مدينة بالتمور (في عام 1923) و فيلادلفيا (في عام 1935) تبين الأهمية النسبية للمنطقة التجارية المركزية " في ما يخص تجارة التجزئة .

- بالتمور 6.1 % من متاجر التجزئة في المنطقة التجارية المركزية تساهم ب 28.1 %
- فيلادلفيا 9.2 % تساهم 37.4 % من جملة تجارة التجزئة .

العوامل المؤثرة في مورفولوجية المنطقة التجارية المركزية

تتداخل العديد من العوامل في تحديد شكل امتداد المنطقة التجارية المركزية و المساحة التي يسيطر عليها الاستخدام التجاري من بين هذه العوامل :

- المورفولوجية و البنية الحضرية للمدينة : حيث يمكن اتساع و نمو المدينة في اتجاه دون آخر أو اتساع غير متساوي في جميع الاتجاهات مما يؤثر على اتجاه و توسع م ت م .
- صراع أو تعايش الوظائف الحضرية (حيث أنه لكل وظيفة إرادة في استهلاك مجالي أوسع)
- إن اصطدام المجال الحضري التجاري بوظيفة حضرية مسيطرة (مثلا عمارات سكنية) قد يمنع توسع هذا المجال التجاري في ذلك الاتجاه .
- توفر الشبكات القاعدية (شبكة الطرق) من العوامل المشجعة على توسع المنطقة التجارية المركزية في اتجاه دون آخر.
- الطبيعة الطبوغرافية و القانونية للعقار .

كيفية تحديد المنطقة التجارية المركزية :

إن تعقد الوظائف الحضرية و تركزها و تداخل الفاعلين في المجال الحضري و الديناميكية المستمرة لهذا المجال كلها عوامل تساهم في صعوبة التحديد المطلق للمنطقة التجارية المركزية كونها تتميز أيضا بحركية و تغيرات مستمرة ، إلا أن هناك العديد من الأعمال و التحاليل التي قام بها كل من Murphy ، Jimse Vince جيمس فينس حيث :

" لقي تحديد القلب التجاري أو منطقة التجارة المركزية كثيرا من الاهتمام لدى الجغرافيين نظرا لأهمية هذا القلب في حياة سكان المدينة اليومية ، وخاصة من حيث الحركة والنشاط ، ولأثر هذا القلب على بقية صور استخدام الأراضي و أسعارها في مختلف أجزاء المدينة ، و لما يتطلبه أي تعديل في تخطيط القلب من أجل تسهيل الحركة في المنطقة المركزية للمدينة من معرفة شاملة و دقيقة بتركيبه ، وفي عام 1954 ظهرت دراسة لكل من مورفي و جيمس فانس الصغير و اعتمد في تحليل القلب و التوصل إلى نتائج هامة على دراسة تمت في تسع مدن أمريكية " ²

استعمل الباحثين طريقة رياضية لتحديد مجال المنطقة التجارية المركزية إلا أن هذه الطريقة من الناحية العملية تقوم العمل الميداني وفق خطوات مختلفة تتمثل في:

- 1- المعاينة والعمل الميداني : انطلاقا من خريطة عمرانية للمدينة التي تبين أساسا الشوارع ، المحاور ، أسماؤها ، خصائصها .
- 2- تصنيف البناءات والمؤسسات ذات الاستخدام التجاري و غير الاستخدام التجاري
- 3- محاولة رسم حدود المنطقة التجارية المركزية انطلاقا من المعطيات الأولية و الملاحظة البسيطة (تمثيل يكون مساحي) (تحديد منطقة) .
- 4- رسم خرائط للاستعمال التجاري و توزيعه وفي حالة البناءات المتعددة الطوابق نقوم برسم خرائط متعددة حسب كل طابق أي عملية تفكيكية لتوزيع النشاط التجاري و علاقته بارتفاع المباني . (تمثيل يكون نقطي) (تحديد موقع النشاط فقط)
- 5- التمييز بين المساحات ذات الاستخدام التجاري و غير هذا الاستخدام في البناية و العمارة الواحدة و حساب مؤشري الارتفاع و الكثافة لكل بناية لتحديد منطقة انتمائها حيث نجد :

$$\text{مؤشر الكثافة} : \frac{\text{مساحة الاستخدام التجاري في جميع الطوابق}}{\text{المساحة الاجمالية لجميع الطوابق}} \times 100$$

$$\text{مؤشر الارتفاع} : \frac{\text{مساحة الاستخدام التجاري في جميع الطوابق عدا الطابق الأرضي}}{\text{مساحة الاستخدام التجاري في الطابق الأرضي}}$$

للقلب التجاري	مؤشر الارتفاع < 1	المنطقة التجارية المركزية / أما إذا كان	مؤشر الارتفاع < 1
	مؤشر الكثافة < 80 %		مؤشر الكثافة < 50 %

من الطرق الأخرى في تحديد المنطقة التجارية المركزية :

- طريقة تحديد توزيع الكثافات السكانية في المدينة حيث تكون باستعمال تمثيل الجزينات حيث تمثل هذه الخريطة المنطقة التجارية المركزية كمنطقة ضعيفة الكثافة السكانية.
- يمكن أن يضاف على هذه الطرق دراسة التدفقات اليومية و إحصاء كثافة مرور الآليات و الراجلين في المحاور الرئيسية و المركزية .
- يمكن أن تحدد أيضا بسعر العقار و الإيجار و تقسيم المناطق التي يرتفع فيها سعر العقار إلى أن يبلغ أعلى قيمة في القلب التجاري .

إن التحديد الفعلي للمنطقة التجارية المركزية يجب أن لا يقتصر على طريقة دون الأخرى حيث يستلزم هذا التحديد تحليل النسيج العمراني للمدينة وإيجاد الطرق الملائمة لتحديد م ت م حيث يمكن العمل بخرائط تركيبية لمختلف المتغيرات (كثافة سكانية، سعر العقار ، توزيع الأنشطة التجارية) .

في حالة المدينة الجزائرية الأمر لا يرتبط فقط بالطرق المعتمدة في تحديد المناطق التجارية المركزية بل يرتبط أيضا بطبيعة النشاط التجاري الفوضوي و كيفية ضبطه خصوصا مع الأثر المجالي الواضح ، هذا النشاط في مراكز المدن من خلال استيلاءه على ممرات الراجلين و بعض محاور الطرق و عرقلة حركة المرور و تشويه البيئة الحضرية و عدم خضوعه للنظام الاقتصادي الرسمي للمدينة (ضرائب) مما يؤدي إلى استنزاف الإمكانيات و التمويل المحلي للمدينة خصوصا و أن برامج التنمية تبقى قطاعية معتمدة على ريع البترول و الضرائب المختلفة.