

الأنماط المكانية لحركة الباعة في الأسواق الأسبوعية بواحه الأحساء

د : محمد بن طاهر اليوسف*

ملخص الدراسة:

على الرغم من وجود العدد الكبير من الدراسات والأبحاث التي تناولت الأسواق الأسبوعية (أو الدورية)، إلا أن القليل منها من تناول الجوانب المتعلقة بسلوكيات الباعة وحركاتهم المكانية في الأسواق الأسبوعية. إضافة إلى أن هذه الدراسات القليلة لم تحاول أن تربط بين هذه التحركات والعوامل المؤثرة فيها. ومعظم الدراسات التي تناولت حركات الباعة اتخذت من الأسواق الدورية الأفريقية والآسيوية مجالا جغرافيا لتطبيقاتها. فهناك نقصا واضحا لمثل هذه الدراسات في البلاد العربية بصفة عامة، وفي المملكة العربية السعودية على وجه الخصوص.

لذا جاءت هذه الدراسة بغرض التعرف على العوامل المؤثرة في حركة الباعة وسلوكياتهم المكانية في واحة الأحساء وتحليل الأنماط المكانية المترتبة عليها. ولتحقيق هذا الهدف تم وضع إطار نظري وتطوير عدد من المفاهيم المتعلقة بنوعية الأنماط المكانية لحركة الباعة في الأسواق الأسبوعية. ومن خلال هذا الإطار تم صياغة عدد من الفرضيات البحثية. وتم اختبار هذه الفرضيات بتوظيف عدد من الأساليب الإحصائية على بيانات تم الحصول عليها من عينة عشوائية تمثل الباعة في أسواق الأحساء الأسبوعية. ولقد جاءت معظم نتائج الدراسة متفقة والتوقعات النظرية.

فدلت النتائج على أن هناك عددا من العوامل التي ترتبط إحصائيا بعدد الأسواق التي يذهب إليها الباعة كل أسبوع. هذه العوامل هي: أعمار الباعة، ومدة البيع في الأسواق الأسبوعية، والطلب على وقت البائع، ونوعية البضاعة التي يبيعها الباعة في

الأسواق الأسبوعية. وثبت أن غالبية الباعة ليس لديهم إلا النزر اليسير من التعليم. ووضح من تحليل الأنماط المكانية لحركة الباعة في واحة الأحساء أن هذه الأنماط تنتمي إلى ما يعرف برحلة البيع اليومية التي يتجه فيها الباعة من مساكنهم يوميا إلى الأسواق الأسبوعية ثم يعودون بعد انتهاء ساعات السوق إلى مقر سكنهم مرة أخرى. ويتأثر الشكل النهائي لهذه الأنماط بعاملين مهمين هما: عدد الأسواق التي يذهب إليها الباعة أسبوعيا ومقر سكن الباعة بالنسبة لمواقع الأسواق الأسبوعية. وبناء على هذين العاملين أمكن التمييز بين نوعين رئيسيين من الأنماط المكانية هما: النمط الإشعاعي والنمط شبه الإشعاعي. ويتمثل النمط الإشعاعي غالبا في حركة الباعة الذين يسكنون في مراكز عمرانية تقع داخل الواحة - أي تحيط بها الأسواق الأسبوعية من جوانبها المختلفة. أما النمط شبه الإشعاعي فتكونه حركة الباعة الذين يقطنون في مراكز عمرانية تقع على أطراف الواحة. وتشير النتائج إلى تأثير هذين النمطين (الإشعاعي وشبه الإشعاعي) في تفصيلاتهما بنوعية البضاعة التي يبيعها الباعة في الأسواق الأسبوعية.

وانتهت هذه الدراسة بتوصيات لأبحاث مستقبلية عن الأسواق الأسبوعية. ومن هذه التوصيات دراسة سلوكيات التسوق والمتسوقين في هذه الأسواق والتي لم تدرس من قبل في واحة الأحساء. ومن المؤمل أن يكون فيما طوخته هذه الدراسة من مفاهيم، وما توصلت إليه من نتائج ما يثري الجوانب النظرية والتطبيقية لأدبيات الأسواق الأسبوعية.

المقدمة وأهداف الدراسة

أولا- المقدمة:

للأسواق الدورية أهمية اقتصادية ملحوظة في كثير من القرى والمدن الصغيرة في الدول النامية ، فهي عبارة عن تجمعات دورية يجد فيها الفلاحون والرعاة والحرفيون منافذ تجارية لتسويق منتجاتهم الزراعية والرعية والحرفية ويتعاون منها الكثير من احتياجاتهم الشخصية والمنزلية والحقلية ، كما أن لهذه الأسواق أهميتها الاجتماعية والترفيهية والتنمية أيضا ، لذلك

ليس غريباً أن تصبح ظاهرة الأسواق الدورية موضوعاً للعديد من الدراسات والأبحاث التي تنوعت مواضيعها بتنوع أبعاد هذه الظاهرة ووظائفها ، فهناك من حاول التنظير لنشأة الأسواق الدورية واستمرارها ، وهناك من درس توزيعاتها المكانية والزمنية ، ولكن القليل جداً من الدارسين من تناول التحركات المكانية والسلوكية للباعة أو المتسوقين في هذه الأسواق .

وتشكل حركة الباعة أو انتقالهم من سوق إلى آخر أحد أهم العناصر الرئيسة في نظام الأسواق الدورية ، وعليها بنيت العديد من التصورات النظرية ، وعلى الرغم من وجود عدد من المحاولات التنظيرية والدراسات التطبيقية التي تناولت حركة الباعة ، إلا أن الجوانب المكانية والسلوكية لهذه التحركات لا تزال بحاجة إلى المزيد من الأبحاث التي توضح أبعادها المختلفة .

فالدراسات التي حاولت التنظير لنشأة الأسواق الدورية توقفت عند إيضاح الأسباب الداعية للتسوق الدوري^(١١) . فهي - في مجملها - محاولات نظرية للإجابة على سؤال مؤداه : لماذا ينتقل بعض الباعة للبيع في أماكن مختلفة ، بينما يبيع البعض الآخر في أماكن ثابتة؟ ومهما كانت الإجابة على هذا السؤال فهي لا تعدو أن تكون محاولات نظرية لتفسير نشأة (أو بداية) التحركات ؛ وليس اتجاهات هذه التحركات ، أو السلوكيات المكانية للقاطنين بها ، أو الأنماط المكانية المترتبة عليها .

أما الدراسات المتعلقة بالتوزيعات المكانية والزمنية للأسواق الدورية ، فقد اقتصر على وصف هذه التوزيعات كأنماط نهائية لحركة الباعة في الأسواق الدورية ، مفترضة تشابهاً تاماً بين الأسواق الدورية من حيث الأهمية ونوعية البضائع والسلوك المكاني للباعة والمتسوقين ومستندة في تفسيراتها إلى نماذج مثالية كنظرية المكان المركزي ، وفي هذا الإطار النظري تم وضع ما يعرف بفرضية البضائع وفرضية المتسوق لوصف العلاقات المكانية والزمنية لتوزيع الأسواق الدورية^(١٢) ، ولقد حظيت هاتان الفرضيتان بتطبيقات متعددة في أماكن مختلفة من العالم ، إلا أن النتائج في غالبيتها لم تكن مطابقة لما هو متوقع نظرياً ، ولقد أثار هذا التباين بين النظرية والنتائج الميدانية العديد من التساؤلات حول مدى واقعية الافتراضات والمنطلقات النظرية التي تستند إليها هاتان الفرضيتان ، فالشواهد الميدانية تشير إلى اختلاف واضح بين الأسواق الدورية من حيث الأهمية ونوعية البضائع المباعة فيها ، ومن المتوقع أن يؤدي هذا الاختلاف في أهمية الأسواق إلى تباين في السلوك المكاني لمرتاديها من الباعة والمتسوقين ، ولكن نظراً لأن وحدة التحليل الإحصائي لهذه الدراسات هو السوق نفسه ، لم يكن السلوك المكاني للباعة أو

المتسوقين مجالاً للبحث ، فالدراسات السلوكية تتطلب أن يكون الأفراد أنفسهم ، وليس الأسواق ، وحدة التحليل الإحصائي ، إن دراسة سلوكيات الباعة تعد أساساً للتعرف على العمليات المكونة للأنماط المكانية لتوزيع الأسواق الدورية .

وهناك بعض الأبحاث التي اتخذت من البائع أداة للتحليل وقامت بوصف تحركاتهم المكانية ، إلا أن غالبيتها اقتصرت على وصف الأبعاد (أو الاتجاهات) المكانية للحركة دون محاولة الربط بينها وبين عوامل أخرى مؤثرة فيها كصفات الباعة أو نوعية البضاعة . كما أن الجوانب السلوكية المتعلقة بأسباب أو كيفية اختيار أماكن التسوق لا تزال مجهولة إلى حد كبير في هذه الأبحاث ، ولا تزال كثير من الملاحظات التالية التي أبداهـا مكيم (Mckim, 1972: 336)^(١٦) صحيحة رغم الجهود العلمية التي بذلت في هذا الموضوع ، حيث يقول :

«إن الحاجة لا تزال قائمة للبحث في الجوانب المتعددة لسلوكيات حركة الباعة ، فلا يعرف إلا القليل من أعداد الباعة الذين ينتقلون بين الأسواق الدورية ، لماذا ينتقلون من سوق إلى آخر؟ وكيف يختارون الأسواق التي يذهبون إليها؟ فلـكي يتم التوصل إلى نتائج مفيدة في هذه المواضيع ، لابد من القيام بدراسات عن سلوكيات تحركات باعة الأسواق الدورية في مجتمعات حضرية مختلفة» .

ويؤكد سـمـث (Smith, 1980: 505) في مراجعته المستفيضة لأدبيات الأسواق الدورية على هذا النقص بقوله :

«في الواقع ، إن هناك حاجة ملحة إلى دراسات مصممة بعناية تبحث في السلوك المكاني للمتواجدين في الأسواق» الدورية .

فبناء على ما تقدم يمكننا أن نستنتج أن هناك حاجة لدراسة التحركات المكانية والسلوك المكاني للباعة في الأسواق الأسبوعية ، ولا سيما في بيئات جغرافية مختلفة ، لذا تأتي هذه الدراسة كمحاولة للبحث في هذا الموضوع ، متخذة من الأسواق الأسبوعية بواحة الأحساء مجالاً لتطبيقها .

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف هذه الدراسة في تحليل أنماط السلوك المكاني لحركة الباعة في الأسواق الأسبوعية بواحة الأحساء ، وكذلك في تحديد العوامل المؤثرة في هذه التحركات المكانية ، ويمكننا تحديد هذه الأهداف في التساؤلات البحثية التالية :

أ- ما نوع أنماط السلوك المكاني التي يتبعها الباعة في تحركاتهم من الأسواق الأسبوعية وإليها في واحة الأحساء؟ هل يتبع الباعة في تحركاتهم المكانية ما يعرف «برحلة البيع اليومية» ، أم أنهم يتبعون «الدورة الأسبوعية»؟ كيف تتأثر طبيعة الأنماط المكانية لحركة الباعة بعدد الأسواق التي يذهبون إليها وبمواقع أماكن سكنهم بالنسبة إلى هذه الأسواق؟

ب- ما العوامل المؤثرة في عدد الأسواق التي يبيع فيها الباعة أسبوعياً؟ هل لصفات الباعة ، والطلب على أوقاتهم ، ونوعية البضاعة التي يبيعونها علاقة بعدد هذه الأسواق؟

ج- ما العوامل المؤثرة في اختيار الباعة للأسواق التي يبيعون فيها أسبوعياً ، هل يتأثر اختيار الباعة للأسواق الأسبوعية بخصائص هذه الأسواق كأحجامها ، ومواقعها المكانية بالنسبة للمراكز العمرانية التي يسكنها هؤلاء الباعة؟

وللإجابة على هذه التساؤلات ، تم وضع إطار نظري يصف حركة الباعة في الأسواق الأسبوعية والعوامل المؤثرة فيها ، ومن خلال هذا الإطار تم وضع عدد من الفرضيات البحثية ، بعد ذلك تم على التوالي : التحدث عن مصادر البيانات المستخدمة في هذه الدراسة ، واستخلاص النتائج ، والخاتمة والتوصيات .

واختيار واحة الأحساء كمجال تطبيقي لهذه الدراسة يأتي من كون هذه الواحة من البيئات الجغرافية التي اشتهرت منذ القدم بأسواقها الأسبوعية والتي تضاعفت أعدادها خلال السنوات العشر الماضية حتى أصبحت تزيد على خمس وثلاثين سوقاً أسبوعياً ، هذه الأسواق لم تحظ بأي دراسة سابقة تبحث في أنماط التحركات المكانية (أو السلوك المكاني) للباعة في أسواقها الأسبوعية والعوامل المؤثرة فيها ، فالتعرف على طبيعة حركة الباعة في الأسواق الأسبوعية لهذه الواحة أهميته النظرية والعملية ، فمن الناحية النظرية يمكن اعتبار هذه الدراسة اختباراً لما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة من نتائج ومدى تطابقها مع ما هو موجود في واحة

الأحساء ، وفي هذا المنحى تطوير لنظريات الأسواق الدورية ؛ لما يتوافر من معلومات عن الأسواق الأسبوعية في بيئات جغرافية متباينة ، ومن الناحية العملية ، يمكننا الاستدلال ، من دراسة صفات الباعة وسلوكياتهم المكانية في الأسواق الأسبوعية ، على مدى استمرارية مثل هذه الأسواق ومدى التغيرات التي قد تطرأ عليها مستقبلا ، كما يمكن لصناع القرار الاستفادة من هذا النوع من الدراسات في وضع السياسات التنموية المتعلقة بالجوانب الاقتصادية والمكانية للتنمية الريفية ، فإذا ما تم التعرف على السلوك المكاني للباعة والعوامل المؤثرة فيه ؛ أمكن وضع السياسات الملائمة للاستفادة منها في وضع وصياغة الجوانب الاقتصادية من خطط التنمية الريفية والإقليمية وتنفيذها .

وبصفة عامة ، فإنه من المؤمل أن تسهم هذه الدراسة بما فيها من بناء نظري ونتائج تطبيقية في سد بعض القصور الملاحظ في موضوع الدراسات العلمية المتعلقة بالأسواق الأسبوعية وبخاصة في الأبحاث العربية .

الإطار النظري والدراسات السابقة

أولا : أنماط التحركات المكانية للباعة في الأسواق الأسبوعية :

تميز الدراسات السابقة بين نمطين رئيسيين من أنماط السلوك المكاني أو حركة الباعة المكانية في الأسواق (أو الدورية) ، ويمكن أن نسمي النمط الأول «رحلة البيع الأسبوعية» ، والنمط الثاني «رحلة البيع اليومية» ، وفيما يلي نقدم وصفا لهذين النمطين :

أ- الأنماط المكانية لرحلة البيع الأسبوعية في الأسواق الدورية :

في هذه الرحلة ينطلق البائع من مقر سكنه إلى الأسواق الأسبوعية متنقلا من سوق إلى آخر حسب تتابع أيام الأسبوع حتى تكتمل دورة الأسواق التي يزورها ويعود بعد آخر سوق إلى مقر إقامته أو إلى نقطة البداية التي انطلق منها ، وهكذا تتكرر الرحلة (أو الدورة) أسبوعا بعد آخر ، ويمثل الشكل رقم (١ - أ) الدورة الأسبوعية التي تنسجم مع نص فرضية البائع التي مر ذكرها سابقا ، ومنها يستدل على تأثير الباعة في دورية الأسواق من حيث تتابع الأسواق زمنيا ومكانيا بما يقلل المسافة المقطوعة بالنسبة للبائع ، فتدل هذه الفرضية على وجود علاقة إيجابية بين المسافات المكانية والزمنية لانعقاد الأسواق الأسبوعية ، أما الشكل رقم (١ - ب)

فيصف فرضية المتسوق والتي تدل على تأثير توزيع الأسواق الدورية برغبات المتسوقين ، وفي هذه الفرضية تكون العلاقة عكسية بين المسافات المكانية والزمنية للأسواق الأسبوعية ، وتشير الأسهم الموضحة في الشكل المذكور إلى اتجاه حركة الباعة من سوق إلى آخر خلال أيام الأسبوع ، ومن المتوقع أن يكون لعدد الأسواق التي يذهب إليها البائع ومواقعها وأوقات انعقادها دور مهم في تحديد اتجاهات وأشكال التحركات المكانية للباعة ، فكلما تعددت هذه الأسواق وتعدد تكرارها في اليوم الواحد ، كلما تعددت وتداخلت حلقات الأسواق وأنماطها المكانية ، بحيث تكون بعض الأسواق المهمة والكبيرة الحجم نقطة التقاء لأكثر من نمط من أنماط حلقات الأسواق ، ولقد شبه هودير (Hodder, 1961)^(١٣) هذه التداخلات بسلسلة مرنة مكونة من عدد من الحلقات المرتبطة بعضها ببعض الآخر .

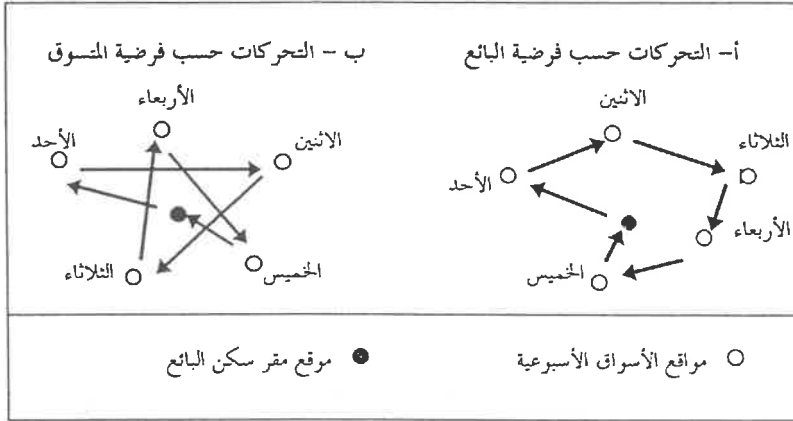
ب - الأنماط المكانية لرحلة البيع اليومية في الأسواق الدورية:

ينتقل البائع في رحلة البيع اليومية من مقر سكنه إلى أحد الأسواق الأسبوعية ويعود إلى مقر سكنه مرة أخرى في نفس اليوم بعد انتهاء وقت السوق ، وفي اليوم التالي يذهب إلى سوق آخر ، وهكذا دواليك تتكرر الرحلة اليومية بعدد الأسواق الأسبوعية التي يقوم البائع بالذهاب إليها أسبوعياً وتكون هذه الرحلات اليومية في مجموعها الشكل النهائي للسلوك المكاني أو التحركات المكانية للبائع أسبوعياً ، ويمثل الشكل رقم (٢) نموذجين من نماذج الأنماط الناجمة عن مجموع رحلات البيع اليومية .

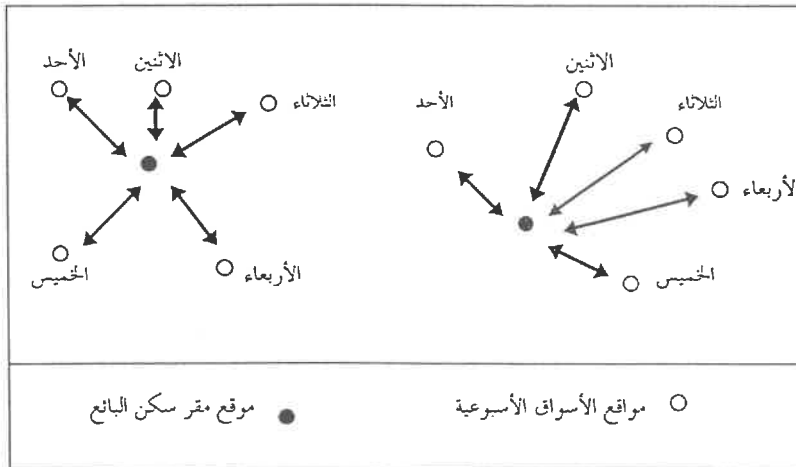
وكما هو ملاحظ من الشكل رقم (٢) ، فإن أنواع هذه الأنماط تختلف باختلاف موقع مقر سكن البائع ومواقع الأسواق التي يبيع فيها خلال أيام الأسبوع ، فإذا كان موقع سكن البائع وسط بين الأسواق الدورية التي يذهب إليها البائع ، اتخذ النمط الشكل الإشعاعي أو الدائري ، أما إذا كان موقع سكن البائع في حافة (أو على أحد أطراف) المنطقة المدروسة ، فإن النمط المكاني لحركة البائع يشبه مجموعة من الزوايا التي تشترك في رأس واحد ، ولكن لا تشكل في مجموعها نصف دائرة كاملة ، ويمكن أن نطلق على هذا النوع من الأنماط النمط شبه الإشعاعي .

وتشير نتائج بعض الدراسات السابقة إلى وجود أحد أو كلا النمطين من أنماط السلوك المكاني لحركة الباعة في الأسواق الدورية ، فلقد وجدت بعض الدراسات أن رحلة البيع

الشكل رقم (١) أنماط مكانية لرحلة البيع الأسبوعية في الأسواق الدورية .



الشكل رقم (٢) أنماط مكانية لرحلة البيع اليومية في الأسواق الدورية .



المصدر : من عمل الباحث بناءً على ما كتبه كل من : Adalemo , 1975 ; Park ,1981 ; Hay and Smith ,1980 ;

الأسبوعية هي الرحلة السائدة بين باعة الأسواق الدورية في نيجيريا (١)، والمكسيك (٢٤)، وقواتيما (٩)، وبعض الأسواق الدورية في الهند (٢٣).

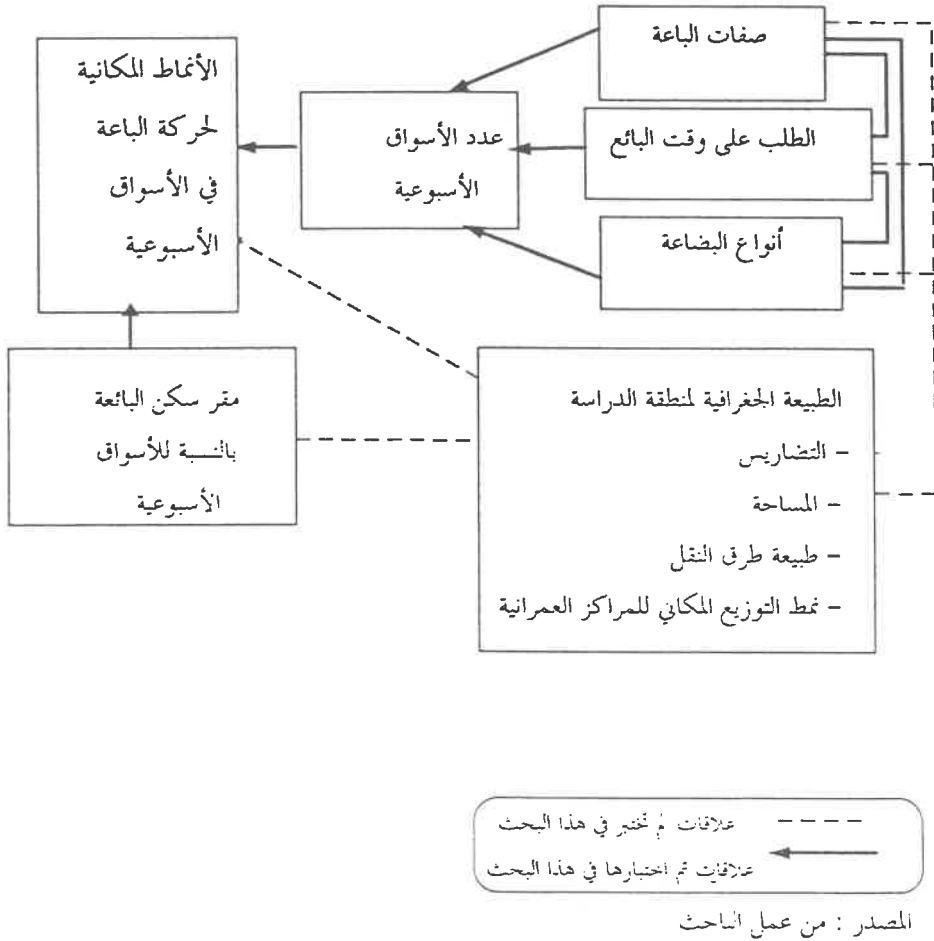
وهناك دراسات أخرى وجدت أن الغالبية العظمى من الباعة يتبعون رحلة البيع اليومية في تحركاتهم للبيع في الأسواق الأسبوعية كما هو الحال في بعض الأسواق الدورية في الهند (٢٥)، شمال شرق غانا (١٦)، وأسواق كوريا (١٧).

وفي المملكة العربية السعودية، قام كل من منصور (١٩٧٧م) (١٥)، والزهراني (١٩٨٨م) (٣) بدراسة حركة الباعة في الأسواق الدورية لبعض أجزاء من المنطقة الجنوبية الغربية للمملكة، فوجد منصور أن هناك من الباعة في أسواق عسير من يتنقلون من سوق إلى آخر بينما البعض الآخر يعود إلى مقر سكنه كل يوم، ودلت دراسة الزهراني على أن الغالبية العظمى من الباعة يتبعون في تحركاتهم نمط رحلة البيع اليومية من وإلى الأسواق الأسبوعية، ولم يحاول أي من هذين الباحثين ربط تحركات الباعة بصفاتهم أو نوعية البضاعة التي يبيعونها، أو الأماكن التي يسكنونها.

والسؤال الذي يمكن طرحه هنا هو لماذا تتكون هذه الأنماط المختلفة؟ أو بمعنى آخر، ما هي العوامل التي يمكن أن تؤدي إلى اتباع بعض الباعة لرحلة البيع الأسبوعية، والبعض الآخر لرحلة البيع اليومية؟ وفيما يلي محاولة لتحديد بعض هذه العوامل التي يمكن وضعها في أربع مجموعات من المتغيرات وهي: صفات الباعة، ونوعية البضاعة، والطلب على وقت البائع، والطبيعة الجغرافية لمنطقة الأسواق المدروسة، ومقر سكن البائع بالنسبة لمواقع الأسواق الأسبوعية، ومن المتوقع نظرياً أن يكون تأثير المجموعات الثلاث الأولى على الأنماط المكانية لحركة الباعة من خلال تأثيرها على عدد الأسواق التي يبيع فيها الباعة أسبوعياً، أما المتغيران الأخيران (طبيعة المنطقة المدروسة، ومكان سكن البائع) فمن المتوقع نظرياً أن يكون لهما تأثير مباشر على النمط المكاني لحركة الباعة، ويمثل الشكل رقم (٣) تصوراً نظرياً للعلاقة بين هذه المجموعات من المتغيرات وعدد الأسواق الأسبوعية وأنماط التحركات المكانية للباعة في هذه الأسواق.

شكل رقم (٣)

تصور نظري للعوامل المؤثرة في الأنماط المكانية لحركة الباعة في الأسواق الأسبوعية



ثانياً: العوامل المؤثرة في التحركات المكانية للباعة:

أ- صفات الباعة :

ينضوي تحت صفات الباعة في الأسواق الأسبوعية ثلاثة متغيرات أساسية هي : عمر البائع ، ومستواه التعليمي ، وخبرته في البيع أو المدة التي قضاها يبيع في الأسواق الأسبوعية ، وتشترك هذه المتغيرات الثلاثة في عامل الزمن ، ولذا فمن المتوقع أن يكون بينها علاقة مشتركة ، فكلما كبر عمر البائع وهو يبيع في الأسواق الأسبوعية طالت مدة خبرته في البيع في هذه الأسواق ، ولقد تناولت بعض الدراسات هذه المتغيرات وغيرها للتمييز بين الباعة ، ولكنها لم توضح طبيعة الارتباط بين هذه المتغيرات وعدد الأسواق التي يذهب إليها الباعة من ناحية ، وبين طبيعة التحركات المكانية للباعة من ناحية أخرى ، فهل تقل عدد الأسواق التي يذهب إليها الباعة مع تقدم البائع في السن ، أو مع طول خبرته في البيع في الأسواق الدورية؟ من المتوقع أن يذهب الباعة حديثو العهد بالبيع في الأسواق الدورية إلى عدد أكبر من الأسواق الدورية مقارنة بمن سبقهم من الباعة ، ويمكن أرجاع ذلك إلى محاولة تغطية رأس المال المنفق في شراء البضائع ولوازم التجارة في الأسواق ، وكذلك للتعرف على طبيعة الأسواق ، ومع مرور الزمن وتجربة البيع في الأسواق الدورية يستقر الأمر بهم في عدد محدود ومختار من الأسواق .

أما بالنسبة للمستوى التعليمي للباعة ، فإن البيع في الأسواق الأسبوعية لا يتطلب أي نوع من التعليم ، لذلك فقد تكون هذه الأسواق مجال عمل لمن لم يتمكن من الحصول على مستويات من التعليم تمكنهم من الحصول على وظائف في القطاعات الحكومية أو القطاعات الخاصة ، ولقد لاحظ مكي (١٨٥ : ١٩٨٥ م ، مكي) في دراسته للأسواق الدورية في إمارة ينبع أن معظم الباعة هم من كبار السن الذين «ربما لا يستطيعون الحصول على عمل مناسب في المدن . . أو لكونهم أميين تنقصهم الخبرة في الأعمال غير الزراعية أو الرعوية» (٢)

وبنفس المعنى وصف العلاوي (Al-Elawy, 1979:319) الباعة في أسواق الأحساء عام ١٩٧٦ بقوله : «إن معظم الذين يذهبون في هذه الأيام إلى الأسواق المحلية (الدورية) في القرى هم من كبار السن الذين ربما لا يستطيعون الحصول على وظائف في القطاعات الاقتصادية الأخرى ، لعدم قدرتهم على القراءة والكتابة أو لعدم وجود الخبرة المطلوبة لديهم» (٢) .

وعلى الرغم من اكتفاء هذين الباحثين (مكي والعلاوي) بذكر صفات الباعة دون ربطها

بتحركاتهم المكانية ، إلا أنه من المتوقع - استنادا إلى نتائجهما - أن لا نجد فرقا بين الباعة المتعلمين وغير المتعلمين في عدد الأسواق التي يذهبون إليها أو الأنماط المكانية التي يتبعونها .

وهناك من الدراسات من تناولت صفات أخرى للباعة كالجنس أو النوع والعرق والديانة والطبقات الاجتماعية (٢٢) ، وتتسم هذه الصفات بكونها محلية ترتبط ببيئات معينة مما يصعب الاستفادة منها في المقارنة بين مجتمع وآخر ، والاتجاه العام لهذه الدراسات هو ربط هذه الصفات بأنواع معينة من البضاعة ، واعتبار الأسواق الدورية مجال عمل للطبقات ذات المستويات الاجتماعية أو الاقتصادية المتدنية والتي قد تعاني من التمييز العنصري أو الطائفي كما هي الحال في أسواق الهند الدورية (١٠) .

وبالنسبة لجنس الباعة ، فلقد أشار العديد من الدراسات إلى تباين في نسبة الباعة من النساء للرجال في الأسواق الدورية ، فبينما تتواجد النساء بشكل ملحوظ في أسواق غرب أفريقيا وأمريكا اللاتينية والهند ، تقل أعدادهم بصفة عامة في الأسواق الدورية التي تعقد في الدول العربية والإسلامية ، أو في الأسواق الدورية التي يقع تحت تأثير الثقافة العربية والإسلامية كما هو الحال في أسواق شمال نيجيريا ، ولعل للجوانب الحضارية والدينية دخلا في هذا التباين ، لاسيما فيما يتعلق باختلاط النساء بالرجال في هذه الأسواق ، وكذلك دور المرأة في النشاط الاقتصادي للعائلة ، وهذه الدراسات لا تبين الاختلافات بين الجنسين في عدد الأسواق التي يذهبون إليها أو الأنماط المكانية لتحركاتهم بين الأسواق الأسبوعية .

ب - الطلب على وقت البائع :

تتفق معظم الدراسات السابقة على تصنيف الباعة في الأسواق الدورية نظريا إلى باعة لكامل الوقت (Full-Time Sellers) ، وباعة لجزء من الوقت (Part-Time Sellers) ، ورغم هذا الاتفاق إلا أن هناك اختلافا في كيفية التمييز بين هذين النوعين إجرائيا ، فبعض الباحثين يعرف البائع لكامل الوقت بأنه بائع محترف ، ليس لديه أي حرفة أو مهنة أخرى سوى البيع في الأسواق الدورية ، أما البائع لجزء من الوقت فهو ذلك البائع الذي يشكل البيع في الأسواق الأسبوعية جزءا مكملًا لمهنته الأساسية كالفلاح الذي يبيع مما ينتجه في بعض الأسواق الدورية ، أو كالحرفي الذي يبيع ما صنعه في الأسواق الدورية ، فالبائع لجزء من الوقت ، بائع

غير متفرغ كلياً للبيع في الأسواق الدورية ، وهذا التعريف يتطلب سؤال البائع عن ما إذا كان لديه مهنة أخرى إلى جانب البيع في الأسواق الدورية (١٦) (٢٠) ، وهناك من الكتاب من اتخذ من عدد الأسواق (أو الأيام) التي يبيع فيها الباعة معياراً للتمييز بين الباعة لكامل الوقت والباعة لجزء من الوقت ، فمثلاً اعتبر بروملي (Bromely, 1974:65) أن البائع لكامل الوقت : «هو الذي يبيع خمسة أيام أو أكثر من أيام الأسبوع» (٧) .

بناء على هذه التعاريف الإجرائية ، فإنه من المتوقع أن يزور البائع المحترف عدداً أكبر من الأسواق مقارنة بالباعة لجزء من الوقت ؛ نظراً لعدم ارتباطه (البائع المحترف) بمهنة أخرى إلى جانب البيع في الأسواق الدورية ، إضافة إلى أن البائع المحترف قد يجد متسعاً من الوقت للانتقال من سوق إلى آخر متبعاً ما أسميناه بالرحلة الأسبوعية ، وعلى العكس من ذلك البائع الذي لديه عمل آخر كالمعمل لجزء من الوقت في الزراعة أو حرف أخرى بحيث يصبح البيع في الأسواق الأسبوعية أمراً ثانوياً أو على أقل تقدير مكملاً لحرفته الأخرى الرئيسية ، فتقسيم وقته بين الإنتاج والتسويق لا يسمح له باتباع رحلة البيع اليومية .

ويمكن أن نضم للباعة لجزء من الوقت أولئك الباعة الذين لديهم أماكن ثابتة للبيع ولكنهم يبيعون أيضاً في بعض الأسواق الدورية ، ومن أمثلة هؤلاء الباعة بعض باعة الأقمشة في الأسواق الدورية بكوريا (٧) ، وبعض الباعة في أسواق الباحة الدورية الذين يملكون محلات (أو بقالات) صغيرة في قراهم (٣) ، ولم توضح هاتان الدراستان ما إذا كان هناك علاقة بين وجود مكان ثابت وعدد الأسواق التي يذهب إليها الباعة أو طبيعة التحركات المكانية أو نوع البضاعة ، ولكننا يمكن أن نتوقع أن جزءاً من وقت البائع سينفق في البيع في مكانه الثابت ، وهذا الجزء سيؤدي إلى أن يزور عدداً أقل من الأسواق الأسبوعية مقارنة بذلك البائع الذي ليس لديه محل ثابت للبيع ، وبالتالي نتوقع أن يكون هناك اختلاف في نمط التحركات بين هذين النوعين من الباعة .

ج - أنواع البضاعة:

تتنوع وتتعدد أنواع البضائع في الأسواق الدورية بتنوع وتعدد خصائص البضاعة نفسها وطبيعة السلوك الاستهلاكي لمجتمعات الأسواق الدورية ، ومن البضائع والأمتعة ما تتعرض بسهولة للتلف ويجب أن تستهلك في فترة وجيزة بعد الشراء كـ بعض الفواكه والخضار ، ومنها ما

يتم إعدادها بوقت قصير قبل جلبها إلى الأسواق الدورية كالأغذية المطبوخة التي تباع في بعض الأسواق الدورية في أفريقيا ، فمن المتوقع أن يعود باعة مثل هذه البضائع إلى مقر سكنهم يوميا ويتحركون حسب الرحلة اليومية ، ومن البضائع ما يسهل تخزينه والانتقال به من سوق إلى آخر دون أن يتعرض للتلف كالملابس والأواني المنزلية . فمن المتوقع أن يتبع أصحاب هذه البضائع الرحلة الأسبوعية إذا توافرت الظروف أو العوامل الأخرى المساعدة على ذلك ، ومن البضائع ما يحتاجه الناس يوميا كالخضار والفواكه واللحوم بأنواعها ، ومنها ما يحتاجه الناس موسميا أو على فترات متباعدة كالملابس والأواني المنزلية ، ومنها ما يباع في الأسواق الكبيرة فقط لارتفاع أثمانه ، واعتمادها على نوع معين من المتسوقين ، لهذا ليس غريبا أن تصنف الأسواق الدورية ليس فقط بحسب أحجامها (عدد الباعة والمتسوقين فيها) ، بل وبحسب نوعية البضاعة المباعة فيها أيضا ، ولقد حفلت الدراسات السابقة للأسواق الدورية بالعديد من هذه التصنيفات التي اتخذت من نوعية البضاعة وأعداد أساسا لها (٦) ، كما أن بعض الكتاب ربط مباشرة بين حركة الباعة وسلوكياتهم المكانية ونوعية البضاعة التي يبيعونها في الأسواق الأسبوعية التي تعقد في الهند (٢٥) .

وهكذا يمكن الاستدلال من هذه الدراسات على وجود علاقة بين نوعية البضاعة وعدد الأسواق التي تباع فيها ، وكذلك بين نوعية البضاعة وطبيعة التحركات المكانية للباعة في الأسواق الأسبوعية .

د - الطبيعة التضاريسية للمنطقة المدروسة:

تتسم المناطق الجبلية الوعرة عادة بصعوبة المسالك والطرق التي تصل بين مراكزها العمرانية ، وإذا صاحب تلك الصعوبة ضعف في وسائل الانتقال أدى ذلك إلى الحاجة لوقت كبير للوصول إلى مواقع الأسواق الدورية التي تعقد في تلك المناطق ، مثل هذه الظروف تشجع عادة البائع على اتباع الرحلة الأسبوعية التي يتتقل فيها من سوق إلى آخر ، كما أنها قد تحد من عدد الأسواق التي يذهب إليها البائع أسبوعيا ، وعلى النقيض من ذلك فإن الأراضي السهلية المستوية تشجع الباعة على اتباع رحلة البيع اليومية ؛ بل قد تسهل الذهاب إلى عدد أكبر من الأسواق الأسبوعية إذا ما توافرت هذه الأسواق .

ومن العوامل ذات الأثر على نمط حركة الباعة في الأسواق الأسبوعية ، مواقع أماكن سكن الباعة بالنسبة للأسواق الأسبوعية ، وتباعداً مواقع الأسواق الدورية ومواقع المستوطنات البشرية عن بعضها . فكلما تباعدت هذه الأسواق والمستوطنات بعضها عن البعض الآخر بمسافات طويلة ، أدى ذلك إلى لجوء الباعة إلى اتباع رحلة البيع الأسبوعية توفيراً لتكاليف النقل كما أن توافر سبل النقل الرخيصة تسهل انتقال الباعة من سوق إلى آخر ، وتشجع على اتباع رحلة البيع اليومية ، ويربط بارك بين تطور طرق النقل البرية في كوريا وبين التحول من رحلة البيع الأسبوعية إلى رحلة البيع اليومية ، يقول بارك (Park, 1981:121) : «إن ظهور المراكز الحضرية وتكامل شبكات النقل أحدثت تغيرات في أنماط زيارات الأسواق ، فلم يعد هناك ضرورة إلى انتقال الباعة بين الأسواق المتجاورة حسب أيام الأسبوع ، بل بإمكانهم زيارة هذه الأسواق يومياً من مقر سكنهم» (١٧) .

ولكي يتم التعرف على الطبيعة الجغرافية للمنطقة المدروسة وعلاقتها بالأنماط المكانية لحركة الباعة في الأسواق الأسبوعية لابد من مقارنتها بعدد من المناطق ذات الطبيعة الجغرافية المتباينة ، أو دراسة نفس المنطقة خلال فترات زمنية متتابعة كما في دراسة بارك المشار إليها .

ثالثاً: العوامل المؤثرة في اختيار الباعة للأسواق الأسبوعية:

إذا كان هناك أكثر من سوق أسبوعي يعقد يومياً في أماكن مختلفة من منطقة معينة فكيف يتم الاختيار بينها؟ أو بمعنى آخر ، ما العوامل التي تؤثر على اختيار الباعة للأسواق التي يذهبون إليها أسبوعياً؟ هل يتم الاختيار بين الأسواق المختلفة بناءً على مؤثرات اقتصادية ، أو مكانية ، أو اجتماعية ، أو شخصية ، أو خليط من هذا وذاك؟

يشير مكيم ((Mckim, 1972:342)(١٦) في دراسته للأسواق الأسبوعية في غانا إلى أن قرار اختيار الباعة للأسواق الأسبوعية «يتوقف عادة على حجم البيع المتوقع عند مستوى معين من سعر البضاعة ، وعلى نفقات النقل ، إضافة إلى الدور الذي تلعبه العوامل الاجتماعية في اتخاذ القرار» .

فهل تصدق مثل هذه الاعتبارات على اختيار الباعة بين الأسواق في واحة الأحساء؟ من المتوقع أن يكون لأحجام الأسواق الأسبوعية أهميتها الإيجابية في التأثير على اختيار الباعة لها ،

فحجم البيع المتوقع في الأسواق الكبيرة يكون عادة أكبر من مثيله في الأسواق المتوسطة أو صغيرة الحجم ، فإذا ما تباينت أحجام الأسواق وكان هناك أكثر من سوق أسبوعي يعقد في نفس اليوم فإنه من المتوقع أن يتجه العدد الأكبر من الباعة إلى الأسواق كبيرة الحجم ، هذا التباين في الاتجاه لابد أن يترك أثره ليس فقط على عدد الأسواق المختارة أسبوعيا ، بل وعلى شكل النمط النهائي لحركة الباعة في الأسواق الأسبوعية .

أما بالنسبة لعامل المسافة (أو نفقات النقل) فمن المتوقع أن ترتبط أهميته بالتأثير على قرار الباعة في اختيار الأسواق بالطبيعة التضاريسية للمنطقة المدروسة ودرجة تطور سبل النقل المتاحة ، وتوزيع المراكز العمرانية ، فمن المتوقع ألا يكون لعامل المسافة أثر بارز في اختيار الباعة للأسواق الأسبوعية في المناطق السهلة ذات النقل الجيد ، والتقارب المكاني بين المراكز العمرانية كما هو الحال في واحة الأحساء .

إضافة إلى العامل الاقتصادي (حجم السوق) والعامل المكاني (المسافة) ، قد تكون هناك عوامل أخرى تؤثر على قرار الباعة في اختيار الأسواق الأسبوعية التي يبيعون فيها ، مثلا تكرارية البيع في سوق بعينه تجعل البائع يألف السوق ويتعود على المحي إليه حتى وإن لم يكن ذلك السوق من الأسواق كبيرة الحجم ، وقد يكون باعث المحي لسوق بعينه باعثا اقتصاديا في بدايته ، ولكن مع مرور الوقت يصبح لدى البائع روابط اجتماعية - نفسية تربطه مع السوق وزبائنه من المتسوقين ، فالتعود على البيع في سوق بعينه ، ومعرفة الزبائن قد يكون لهما دور مهم في اختيار الأسواق من قبل الباعة .

الإطار التطبيقي للدراسة

إجراءات البحث المنهجية

أولا- فرضيات البحث:

تبين من استعراض الدراسات السابقة أن أنماط حركة الباعة في الأسواق الأسبوعية قد تتأثر بعاملين رئيسيين هما : عدد الأسواق التي يبيع فيها الباعة أسبوعيا ، ومواقع هذه الأسواق بالنسبة لأماكن سكن الباعة ، وأن عدد الأسواق بحد ذاته متغير قد يتأثر بعدد من العوامل المرتبطة بصفات الباعة وخصائص الأسواق الأسبوعية ، ولاختبار هذه العلاقات المحتملة إحصائيا ، تم

وضع الفرضيات البحثية التالية :

الفرضية الأولى : توجد علاقة إحصائية بين صفات الباعة (أعمارهم ، مستوياتهم التعليمية ، خبرتهم في البيع في الأسواق الأسبوعية) وعدد الأسواق الأسبوعية التي يبيعون فيها أسبوعيا .

الفرضية الثانية : توجد علاقة إحصائية بين الطلب على وقت الباعة (وجود مهنة أخرى أو مكان ثابت لديهم) وعدد الأسواق التي يبيعون فيها أسبوعيا .

الفرضية الثالثة : توجد علاقة إحصائية بين نوع البضاعة التي يبيعها الباعة وعدد الأسواق الأسبوعية التي يبيعون فيها أسبوعيا .

الفرضية الرابعة : يتبع باعة الأسواق الأسبوعية في واحة الأحساء في تحركاتهم مكانية النمط المعروف بنمط «رحلة البيع اليومية» .

الفرضية الخامسة : يتأثر اختيار الباعة للأسواق الأسبوعية التي يبيعون فيها بالخصائص المكانية والاقتصادية لهذه الأسواق .

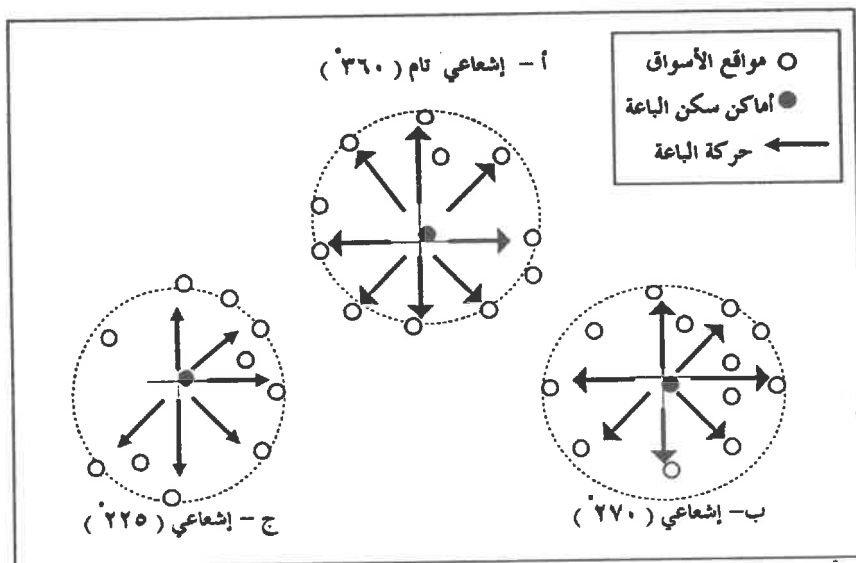
ثانيا - التعاريف الإجرائية للمتغيرات:

تحتوي الفرضيات السابقة على عدد من المتغيرات ، بعض هذه المتغيرات بحاجة إلى تعاريف إجرائية بهدف إخضاعها للتحليلات الإحصائية ، هذه المتغيرات هي :

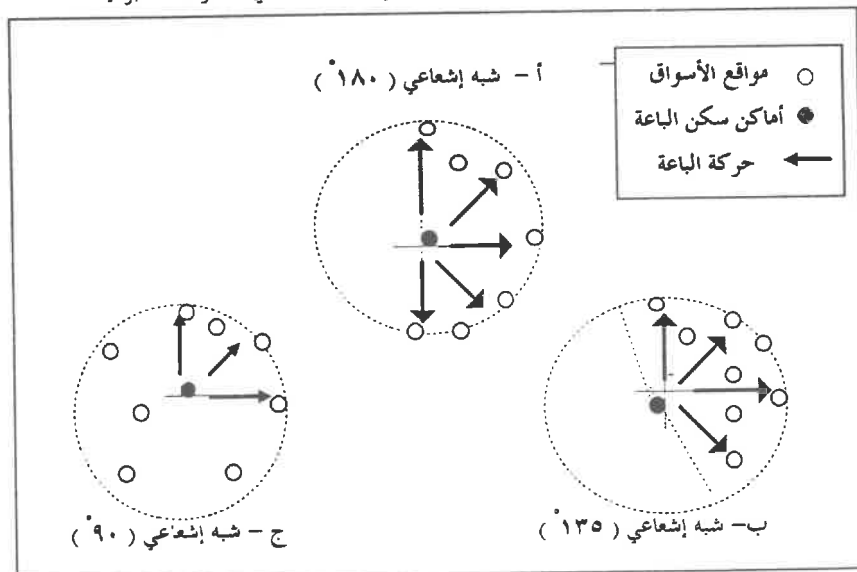
أ- أنواع الأنماط المكانية لحركة الباعة في الأسواق الأسبوعية :

لقد تم التمييز بين نمطين رئيسيين من أنماط حركة الباعة ، هما : نمط «الدورة الأسبوعية» ونمط «الرحلة اليومية» ، وبالنسبة لنمط «الرحلة اليومية» - النمط المتوقع أن يسود في واحة الأحساء - فهو إما أن يكون نمطا إشعاعيا ، أو نمطا شبه إشعاعي ، ويمكن تعريف «النمط الإشعاعي» إجرائيا بأنه النمط الذي تحيط فيه الأسواق الأسبوعية بمقر سكن البائع ، بحيث تشكل مجموع زوايا النمط المشتركة أضلاعه (حركة الباعة) في رأس واحد (هو مقر سكن الباعة) أكثر من (١٨٠) من درجات زوايا الدائرة ، وكلما قربت مجموع زوايا الشكل من مجموع زوايا الدائرة (٣٦٠) كلما اقترب الشكل من النمط الإشعاعي التام (الشكل رقم ٤) .

شكل (٤) أنماط من التحركات المكافية شبه الإشعاعية للباعة في الأسواق الأسبوعية



شكل رقم (٥) : أنماط من التحركات المكافية شبه الإشعاعية للباعة في الأسواق الأسبوعية



كما يمكننا تعريف «النمط شبه الإشعاعي» إجرائياً بأنه ذلك النمط الذي تشكل مجموع زواياه (١٨٠) أو أقل من مجموع زوايا الدائرة ، أو الشكل الذي تنحصر أضلاع زواياه (أو أنصاف أقطار الدائرة) بين امتداد ضلعي جهتين أصليتين (أو فرعيتين) متقابلتين كجهتي الشمال والجنوب ، أو جهتي الشرق والغرب ، أو جهتي الشمال الشرقي والجنوب الغربي ، ودائماً ما يحدث هذا النمط عندما يقع مقر سكن البائع على أطراف منطقة الأسواق الأسبوعية المدروسة (شكل ٥ - أ ، ٥ - ب) ، وقد يحدث هذا النمط - أيضاً - عندما يتوسط مقر سكن البائع منطقة الأسواق الأسبوعية ولكن يتجه الباعة في تحركاتهم إلى أسواق أسبوعية تقع في ناحية معينة من هذه المنطقة (شكل رقم ٥ - ج) .

ويتم قياس مجموع زوايا النمط على اعتباراً أن المركز العمراني الذي يسكنه البائع هو مركز الدائرة (أو رأس الزاوية) في النمط المكاني الذي تشكله حركة البائع من مقر سكنه إلى الأسواق الأسبوعية ، وعلى اعتبار أبعد ضلعين من أضلاع الزوايا المشتركة في رأس واحد (أبعد نصفي قطر ينبعثان من مركز الدائرة إلى محيطها) .

ب - الطلب على وقت البائع : يعني هذا المصطلح مدى احتراف البائع للبيع في الأسواق الأسبوعية . والبائع المحترف هو البائع الذي ليس لديه أي مهنة أخرى بجانب البيع في الأسواق الدورية . كما يعني أيضاً عدم وجود مكان ثابت يبيع فيه البائع في الأوقات التي لا يكون فيها في الأسواق الأسبوعية . وعكس هذا النوع من الباعة ، البائعين غير المحترفين والذين يبيعون لجزء من الوقت (أو لأيام قليلة) في الأسواق الأسبوعية ، لوجود مهنة أخرى لديهم أو مكان ثابت يبيعون منه .

ج - أنواع البضاعة : حيث إن البضائع التي تباع في الأسواق الأسبوعية قد تختلف من منطقة إلى أخرى ؛ لا يمكن تعريف هذا المتغير إجرائياً بناء على ما ورد في الدراسات السابقة ، لذلك تم تحديد أنواع البضائع التي تباع في الأسواق الأسبوعية في واحة الأحساء بناء على الحصر الشامل الذي قام به الباحث في هذه الأسواق والذي سيتم الحديث عنه لاحقاً ، ولقد تم حصر ما يزيد على ثلاثة وعشرين نوعاً رئيساً من أنواع البضائع والأمتعة التي تباع في هذه الأسواق (انظر الملحق رقم ١) ، وكتعريف إجرائي لهذا المتغير ، تم تصنيف هذه الأنواع المختلفة في سبع مجموعات رئيسة حسب الشابه في استخدام هذه البضائع وخصائصها .

د- اختيار البائع للأسواق التي يبيع فيها : تعرف إجرائيا بأخذ رأي البائع مباشرة حول العوامل التي تؤثر على اختياره للأسواق الأسبوعية كحجم السوق ، والمسافة بين مقر سكنه والسوق ، والتعود على البيع في أسواق معينة ، ومدى معرفته بالزبائن (المتسوقين) .

ويحتوي الجدول رقم (١) على عدد من متغيرات الدراسة والطرق المتبعة في قياسها أو تعريفها إجرائيا

جدول رقم (١) التعريف الإجرائي لبعض متغيرات الدراسة

المتغير	التعريف الإجرائي أو طريقة القياس
عمر البائع	عمر البائع بالسنوات*
المستوى التعليمي	١- أمي . ٢٠٠ - الشهادة الابتدائية . ٣٠٠ - المتوسطة فما فوق
خبرة البيع في الاسواق الأسبوعية	عدد سنوات البيع في الأسواق الأسبوعية بواحة الأحساء*
وجود مهنة أخرى لدى البائع	١- توجد مهنة أخرى ٢٠٠ - لا توجد مهنة أخرى
وجود مكان ثابت لدى البائع	١- يوجد مكان ثابت ٢٠٠ - لا يوجد مكان ثابت
عدد الاسواق الأسبوعية	عدد الأسواق التي يبيع فيها البائع أسبوعيا*
إسباب اختيار البائع للأسواق الأسبوعية	١- بسبب حجم السوق ، ٢- لقربه من مقر سكن البائع ، ٣- للتعود على البيع في السوق المختار ، ٤- لمعرفة البائع بالمتسوقين ، ٥- وجود مكان مخصص للبائع في السوق ، ٦- أسباب أخرى .
أنواع البضاعة (أو الامتعة) في الاسواق الأسبوعية بواحة الأحساء	١- خضار وفواكه ، ٢- مواد غذائية ، ٣- ملابس ولوازم للنساء والفتيات ، ٤- ملابس ولوازم للرجال والأولاد ، ٥- أواني منزلية ومفروشات ، ٦- بضائع أخرى .

* قد يتم تصنيف هذه المتغيرات إلى فئات إذا دعت الحاجة إلى ذلك .

ثالثا- مصادر البيانات:

تمثل البيانات الميدانية المصدر الرئيس لتحقيق أهداف هذه الدراسة ، فلقد تم إجراء حصر شامل لكل الباعة وأنواع البضاعة في أسواق الأحساء الأسبوعية وذلك خلال شهر جماد الثاني من عام (١٤١٨ هـ) ، كما تم الحصول على معلومات تفصيلية من عينة ممثلة من الباعة في هذه الأسواق الأسبوعية .

ولقد دلت بيانات الحصر الشامل على وجود ستة وثلاثين سوقا أسبوعيا ، منها عشرون

سوقا تعقد في أول النهار وتعرف بالأسواق الصباحية ، وبقية الأسواق تقام بعد صلاة العصر إلى حلول المغرب وتسمى بالأسواق المسائية ، ونظرا لكثرة أعداد الأسواق الصباحية ، وكبر أحجامها (عدد الباعة فيها) وانتشارها المكاني بين القرى والمدن في واحة الأحساء ، وتنوع بضائعها مقارنة بالأسواق المسائية ، فقد تقرر أخذ عينة هذه الدراسة من هذه الأسواق الصباحية ، يحتوي الجدول رقم (٢) على عدد الأسواق الأسبوعية الصباحية في واحة الأحساء وعدد الباعة الذين يبيعون فيها في كل يوم من أيام الأسبوع ، ويتضح من هذا الجدول أن هناك أربعة آلاف ومائة وثلاثة وأربعين (٤١٤٣) بائعا يبيعون في مختلف الأسواق الأسبوعية الصباحية في الواحة ، ونظرا لأن هذا الرقم يحتوي على باعة تكرر حصرهم في أكثر من سوق ؛ فهو لا يصلح كأساس لأخذ نسبة من الباعة كعينة ، ولذلك تقرر أخذ العينة من أكثر أيام جدول رقم (٢) التوزيع التكراري لأعداد وأحجام الأسواق الأسبوعية الصباحية في واحة الأحساء

أيام الأسبوع	عدد الأسواق	النسبة	عدد الباعة	النسبة
السبت	٢	٪١٠	٢٥٠	٪٦,٠
الأحد	٢	٪١٠	٣٦٨	٨,٨
الاثنين	٤	٪٢٠	٤٦٢	١١,٢٠
الثلاثاء	٥	٪٢٥	٣٨٦	٩,٤
الأربعاء	٣	٪١٥	٨٥٢	٢٠,٦
الخميس	٣	٪١٥	١٣٠٥	٣١,٤
الجمعة	١	٪٥	٥٢٠	١٢,٦
المجموع	٢٠	٪١٠٠	٤١٤٣	٪١٠٠
المتوسط	٢, ٨٦		٥٩١	
الانحراف المعياري	١, ٣٤		٣٦٧	

المصدر : من حساب الباحث بناء على البيانات الميدانية .

الأسبوع باعة في الأسواق الأسبوعية وهو يوم الخميس ، وكما يتضح من الجدول فإن عدد الباعة في هذا اليوم يبلغ ألف وثلاثمائة وخمسة بائعين (١٣٠٥) .

ونظرا السمات التجانس في مجتمع الباعة وتعدد متغيرات الدراسة واختلاف مستويات قياساتها الإجرائية (انظر جدول رقم ١) ، فقد يكون من الصعب تطبيق المعادلات الرياضية المعروفة لتحديد حجم العينة (٤) ، لذلك تقرر أخذ ١٥٪ من عدد الباعة في أسواق يوم الخميس كعينة للباعة في الأسواق الأسبوعية في واحة الأحساء ، وهذه النسبة تمثل عينة حجمها مائة وستة وتسعين (١٩٦) بائعا . ويمكن اعتبار هذا الحجم ملائما لتحقيق أهداف الدراسة .

ولسحب أفراد العينة تم تصنيف الأسواق الأسبوعية إلى ثلاثة مستويات من الأحجام بناء على عدد الباعة في كل سوق من الأسواق ، وبناء على متوسط حجم الأسواق وانحرافها المعياري ، كما يوضحهما الجدول رقم (٣) ، وهذه المستويات الثلاثة هي :

١- أسواق كبيرة الحجم وعددها ثلاثة أسواق ، وهي الأسواق التي تزيد حجم الباعة في كل منها عن المتوسط بانحراف معياري واحد- أي أكثر من ٥٠٩ من الباعة ، وتشمل هذه الأسواق : سوق يوم الخميس في الهفوف ، وسوق الأربعاء في المبرز ، وسوق الجمعة في الطرف .

٢- أسواق متوسطة الحجم وعددها ستة أسواق ، وهي الأسواق التي تنحصر أحجامها ما بين المتوسط وانحراف معياري واحد بالموجب وانحراف معياري آخر بالسالب- أي أقل من ٥٠٩ وأكثر من ١٠٥ من الباعة ، وهذا المستوى يشمل ستة أسواق هي : سوق السبت في الحليلة ، وسوقي الأحد في القارة والشعبة ، وسوق الاثنين في الجفر ، وسوقي الثلاثاء في الحليلة البطالية .

٣- أسواق صغيرة الحجم وعددها إحدى عشرة سوقا ، وهي الأسواق التي تقل أحجامها عن المتوسط الحسابي لأحجام الأسواق بانحراف معياري واحد- أي يبلغ حجمها ١٠٥ بائعين فأقل ، وهذه الأسواق هي : سوق السبت في الجليجلة ، وأسواق الاثنين في الكلابية والشقيق والجرن ، وأسواق الثلاثاء في الجليجلة والجشة والمنصورة ، وسوق الأربعاء في المراح والوزية ، وسوق الخميس في العمران والجيليل .

جدول رقم (٣) أماكن الأسواق الأسبوعية بواحة الأحساء وأحجامها وأيام انعقادها

الرقم	المركز العمراني	حجم السوق (عدد الباعة)	يوم السوق
١	الحليلة*	١٦٠	السبت
٢	الجليجلة*	٩٠	السبت
٣	القارة*	٢٣٥	الأحد
٤	الشعبة	١٣٣	الأحد
٥	الجفر	٣٠٧	الاثنين
٦	الكلاية	٥٥	الاثنين
٧	الثقيق*	٦٧	الاثنين
٨	الجرن	٣٣	الاثنين
٩	لحيلة	١٣٠	الثلاثاء
١٠	الجليجلة*	٥٥	الثلاثاء
١١	البطالية	١٢٦	الثلاثاء
١٢	الحشة	٢٠	الثلاثاء
١٣	المنصورة*	٥٥	الثلاثاء
١٤	الميرز*	٧٩٠	الأربعاء
١٥	المراح	٥٠	الأربعاء
١٦	الوزية	١٢	الأربعاء
١٧	الهفوف	١٢٠٠	الخميس
١٨	العمران	٧٠	الخميس
١٩	الجبيل*	٣٥	الخميس
٢٠	الطرف	٥٢٠	الجمعة
توسط حجم الأسواق		٢٠٧ أسواق	
الانحراف المعياري		٣٠٢ سوق	

المصدر: البيانات الميدانية (١٤١٨ هـ)

* الأسواق التي تم اختيارها عشوائياً لأخذ مفردات العينة (الباعة) منها

وبعد تحديد هذه المستويات الثلاثة ، تم اختيار سبعة أسواق من بينها عشوائيا وبالتناسب مع عدد الأسواق في كل مستوى ، فجاء سوق الأربعاء في المبرز ممثلا للأسواق الكبيرة ، وسوق السبت في الحليلة وسوق الأحد في القارة ممثلين للأسواق المتوسطة الحجم ، وجاءت أسواق السبت في الجليجلة ، والاثنين في الشقيق ، والثلاثاء في المنصورة ، والخميس في الجليل لتمثل الأسواق صغيرة الحجم . ولقد بلغ الحجم الكلي لعدد الباعة في هذه الأسواق السبعة ألفا وأربعمائة واثنين وثلاثين (١٤٣٢) بائعا ، كما يتضح ذلك من الأرقام في الجدول رقم (٤) .

ولقد تم سحب أفراد العينة من كل سوق بالطريقة العشوائية المنتظمة ، وسهل اختيار أفراد العينة بهذه الطريقة وجود أماكن مخصصة لكل نوع من أنواع البضاعة داخل السوق ، بل إن لكل بائع مكانه المخصص من السوق ، فإذا حدث وتخلف أحد الباعة عن السوق في ذلك اليوم المعين فإن مكانه - في الغالب - يبقى خاليا ، وبسؤال عدد الباعة عن هذا الترتيب المكاني ، اتضح

جدول رقم (٤) : الأسواق وعدد أفراد العينة المختارة عشوائيا من كل سوق

الرقم	المركز العمراني	يوم السوق	حجم السوق (عدد الباعة)	عدد أفراد العينة*
١	المبرز	الأربعاء	٧٩٠	١٠٨
٢	القارة	الأحد	٢٣٥	٣٢
٣	الحليلة	السبت	١٦٠	٢٢
٤	الجليجلة	السبت	٩٠	١٢
٥	الشقيق	الاثنين	٦٧	٩
٦	المنصورة	الثلاثاء	٥٥	٨
٧	الجليل	الخميس	٣٥	٥
المجموع			١٤٣٢	١٩٦

المصدر : البيانات الميدانية (١٤١٨هـ)

* تم استخراج الأعداد في حقول هذا العمود بتطبيق المعادلة التالية :

عدد أفراد العينة = (حجم الباعة في السوق الأسبوعي / الحجم الكلي لعدد الباعة في الأسواق السبعة) X حجم العينة

أنه نتيجة لإشراف بلدية الأحساء المباشر على هذه الأسواق وتحديد أماكن معينة لكل نوع من أنواع البضاعة لا سيما في الأسواق الكبيرة كسوق المبرز .

تحليل البيانات ونتائج الدراسة

أولاً- العوامل المؤثرة في عدد الأسواق التي يذهب إليها الباعة أسبوعياً

يتوقف النمط المكاني لحركة الباعة في الأسواق الأسبوعية على عاملين رئيسيين هما : عدد الأسواق التي يبيع فيها البائع أسبوعياً ، وموقع المركز العمراني (القرية أو المدينة) التي يسكن فيها البائع بالنسبة لموقع الأسواق الأسبوعية ، وعدد الأسواق بحد ذاته متغير يعتمد في تباينه على عدد من المتغيرات المستقلة ، وفيما يلي تحليل إحصائي للعلاقة بين هذه المتغيرات ، ومن خلال هذا التحليل سيتضح مدى قبول أو رفض فرضيات الدراسة .

يحتوي الجدول رقم (٥) على التوزيع التكراري العددي والنسبي للأسواق الأسبوعية التي يبيع فيها الباعة ، ويتضح من هذا الجدول أن المتوسط الحسابي لعدد الأسواق التي يذهب إليها الباعة أسبوعياً يقترب من سبعة أسواق أسبوعياً ، بانحراف معياري قدره سوقين تقريباً . كما أن معظم الباعة يذهبون إلى سبعة أسواق أيضاً ، وتدل قيم التكرار المتجمع الصاعد للنسب المئوية على أن ما يقرب من ٨٠٪ من الباعة (أو ١٥٦ بائعاً) يبيعون فيما بين ثلاثة وسبعة أسواق أسبوعياً ، أما بقية الباعة ونسبتهم حوالي ٢٠٪ فيذهبون إلى أكثر من سبعة أسواق أسبوعياً ، وتدل هذه الأرقام بصفة عامة على نشاط تجاري متميز وتحركات مكانية مكثفة لباعة الأسواق الأسبوعية بواحة الأحساء ، كما تدل أيضاً على وجود تباين واضح بين الباعة في عدد الأسواق التي يبيعون فيها أسبوعياً .

أ- العلاقة بين صفات الباعة وعدد الأسواق الأسبوعية.

كما اتضح من مراجعة الدراسات السابقة فإن صفات الباعة في الأسواق الدورية تعكس بصفة عامة صفات المجتمع الذي تعقد فيه هذه الأسواق ؛ فقد يكون من الصعب التعميم من مجتمع إلى آخر في هذه الناحية ، ومع ذلك فإن التعرف على أعمار الباعة ومستوياتهم التعليمية ، وعدد سنوات بيعهم في الأسواق الأسبوعية ، وجنسهم ، وجنسياتهم مفيدة في حد ذاتها ، ومهمة كمتغيرات يمكن الركون إليها في تفسير سلوكيات الباعة وتحركاتهم المكانية

جدول رقم (٥) : عدد الأسواق الأسبوعية التي تباع فيها عينة الباعة .

عدد الأسواق	عدد الباعة	النسبة المئوية	التكرار المتجمع الصاعد للنسب المئوية
٣	٦	٣,١	٣,١
٤	١٣	٦,٦	٩,٧
٥	٣١	١٥,٨	٢٥,٥
٦	٤٩	٢٥,٠	٥٠,٥
٧	٥٧	٢٩,١	٧٩,٦
٨	١٢	٦,١	٨٥,٧
٩	١٢	٦,١	٩١,٨
١٠	٨	٤,١	٩٥,٩
١١	٢	١,٠	٩٧,٩
١٢	٤	١,٠	٩٨,٠
١٣	٤	٢,٠	١٠٠
المجموع	١٩٦	١٠٠٪	
المتوسط	٦,٦		
الانحراف المعياري	١,٩		

المصدر : البيانات الميدانية (١٤١٨ هـ)

١ - العلاقة بين أعمار الباعة وعدد الأسواق الأسبوعية :

يتضح من الجدول رقم (٦) أن أعمار الباعة في الأسواق الأسبوعية بواحة الأحساء تتراوح ما بين السبعة عشر عاما والسبعين عاما ، ويبلغ المتوسط الحسابي لهذه الأعمار حوالي (٣٧ سنة) تقريبا ، بانحراف معيار يصل إلى اثنتي عشرة سنة تقريبا ، وأكثر الأعمار تكرارا بين الباعة هو سن الخامسة والأربعين ويشير الجدول - أيضا - إلى أن النسبة المئوية للباعة الذين تقل أعمارهم

جدول رقم (٦) : أعمار الباعة في الأسواق الأسبوعية بواحة الأحساء .

النسبة المئوية	العدد	فئات الأعمار
٢٣,٠	٤٥	أقل من ٢٦ سنة
٢٧,٠	٥٣	٣٥ - ٦٦
٣٠,٦	٦٠	٤٥ - ٣٦
١٢,٨	٢٥	٥٥ - ٤٦
٦,٦	١٣	٥٦ سنة فأكثر
١٠٠	١٩٦	المجموع
	٣٧,٣	المتوسط الحسابي*
	١١,٨	الانحراف المعياري
	٤٥	المنوال*
	١٧	أصغر عمر*
	٧٠	أكبر عمر*

المصدر : البيانات الميدانية (١٤١٨هـ)

* تم حسابها على أساس البيانات الخام (قبل وضعها في فئات عمرية)

عن ٢٦ سنة بلغت حوالي ٢٣٪ من جملة الباعة في الأسواق الأسبوعية في الواحدة ، أما الذين تزيد أعمارهم على الخامسة والخمسين سنة (أي كبار السن من الباعة) فإن نسبتهم أقل من (٧٪) ، وعليه يمكن القول إن معظم الباعة في أسواق الأحساء الأسبوعية هم من فئة الشباب متوسطي العمر الذين تتراوح أعمارهم ما بين ١٧ - ٤٥ عاما ، فهل لعمر الباعة علاقة بعدد الأسواق الأسبوعية التي يذهبون إليها؟

من المتوقع - حسب نص فرضية البحث - أن تكون هناك علاقة بين عمر البائع وعدد الأسواق التي يبيع فيها أسبوعيا ، ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل ارتباط تاو لكنندال

(Kendall's tau) وتدل النتيجة على وجود علاقة سلبية وضعيفة نسبياً (-٠,١٤) ، ولكنها معنوية ذات دلالة اجتماعية عند مستوى (٠,٠١) ، وعلى هذا يمكن القول بقبول الفرضية البحثية وبأنه كلما كبر سن البائع قل عدد الأسواق التي يبيع فيها .

٢ - العلاقة بين مستويات تعليم الباعة وعدد الأسواق الأسبوعية

يتضح من الجدول رقم (٧) أن الغالبية العظمى من الباعة (٦, ٧٨٪) هم من الأميين الذين ليس لديهم أي شهادة دراسية ، وبقية الباعة يحملون الشهادة الابتدائية (٨, ١٣٪) ، والشهادة المتوسطة (٦٪) ، والشهادة الثانوية (٥, ١) ، وهناك بائع واحد فقط يحمل شهادة الكلية المتوسطة ، وتمثل نسبة الباعة الذين يحملون الشهادة المتوسطة فما فوق حوالي (٨٪) من إجمالي الباعة في الأسواق الأسبوعية بواحة الأحساء ، فهل لمستوى التعليم علاقة بعدد الأسواق التي يبيع فيها الباعة أسبوعياً .

وتدل قيمة معامل ارتباط تاو لكندال البالغة (٠,١) غير الدالة احصائياً ، على عدم

جدول رقم (٧) المستوى التعليمي للباعة في الأسواق الأسبوعية بواحة الأحساء

المستوى التعليمي	عدد الباعة	النسبة المئوية
أمي (لا يحمل أي شهادة دراسية)	١٥٤	٦, ٧٨٪
الشهادة الابتدائية	٢٧	٨, ١٣٪
الشهادة المتوسطة	١١	٦, ٥٪
الشهادة الثانوية أو ما يعادلها	٣	٥, ١٪
شهادة الكلية المتوسطة	١	٥, ٠٪
المجموع	١٩٦	١٠٠٪

المصدر : البيانات الميدانية (١٤١٨ هـ) .

قبول فرضية البحث بأن هناك علاقة احصائية بين مستوى تعليم الباعة وعدد الاسواق التي يبيعون فيها اسبوعياً .

٣- العلاقة بين خبرة البيع في الاسواق الاسبوعية وعدد الاسواق الاسبوعية .

يشير الجدول رقم (٨) الى تفاوت خبرة (أو سنوات) البيع في الاسواق الاسبوعية ، فتتراوح ما بين سنة واحدة وأربعين سنة وبلغ المتوسط الحسابي لهذا المتغير حوالي عشرة سنوات ، وبانحراف معياري قدره ثمان سنوات تقريباً ، وكما يتضح هذا الجدول فإن ما يقرب من (٦٨٪) من الباعة لا تزيد مدة بيعهم في الأسواق الاسبوعية على خمسة عشر سنة فتمثل نسبتهم حوالي (١٧٪) وتدل هذه الأرقام علي وجود تباين كبير نسبياً لسنوات البيع في الأسواق الاسبوعية ، فهل لهذا التباين علاقة بعدد الأسواق التي يبيع فيها الباعة أسبوعياً ؟.

جدول رقم (٨) فئات سنوات البيع في الاسواق الاسبوعية بوحدة

النسبة المئوية	عدد الباعة	فئات سنوات البيع في الأسواق
٣٦,٧	٧٢	أقل من ٦ سنوات
٣١,١	٦١	٦ - ١٠
١٥,٣	٣٠	١١ - ١٥
٨,٢	١٦	١٦ - ٢٠
٤,٦	٩	١٢ - ٢٥
٤,١	٨	أكثر من ٢٥ سنة
١٠٠,٠	١٩٦ ٩,٧ ٧,٨	المجموع المتوسط* الانحراف المعياري*

المصدر : البيانات الميدانية (١٤١٨ هـ) *

* تم حسابه علي أساس البيانات الخام (أي قبل تصنيفها في فئات)

تدل نتيجة معامل ارتباط تاو لكندال البالغ قيمتها (-٠,١٨) على وجود علاقة سلبية وضعيفة نسبيا ولكنها ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١)، وتكفي هذه الدلالة الإحصائية لقبول فرضية البحث التي تنص على وجود علاقة بين عدد الأسواق الأسبوعية التي يبيع فيها الباعة سنوات البيع فيها، فكلما طالت مدة بيع البائع في الأسواق الأسبوعية كلما قل عدد الأسواق التي يذهب إليها .

ومن المتوقع - كما ذكر سابقا - أن يكون هناك ارتباط متبادل بين المتغيرات المستقلة الثلاثة التي مر ذكرها (العمر، ومستوى التعليم، وعدد سنوات البيع في الأسواق الأسبوعية)؛ فعامل الزمن يجمع بين هذه المتغيرات الثلاثة، فمن المتوقع أن تكون العلاقة إيجابية بين عمر البائع وسنوات بيعه في الأسواق الأسبوعية، ومن المتوقع - أيضا - أن يرتبط كل من العمر وسنوات البيع بعلاقة سلبية بمستوى تعليم البائع، وهذا ما تؤكده فعلا النتائج المثبتة في الجدول رقم (٩). فكل العلاقات التي تربط بين هذه المتغيرات الثلاثة علاقات متوسطة القوة وذات دلالة إحصائية، كما أنها تسير في الاتجاه المتوقع، ويحتوي نفس الجدول - أيضا - على نتائج علاقة الارتباط بين هذه المتغيرات الثلاثة المستقلة والمتغير التابع وهو عدد الأسواق الأسبوعية التي يبيع فيها الباعة أسبوعيا .

جدول رقم (٩): العلاقة بين متغيرات صفات الباعة وعدد الأسواق الأسبوعية التي يبيعون فيها

المتغيرات	عدد الأسواق	عمر البائع	المستوى التعليمي	سنوات البيع
عدد الأسواق	١,٠٠			
عمر البائع	-٠,١٤ *	١,٠٠		
المستوى التعليمي	٠,١٠	-٠,٥٠ ***	١,٠٠	
سنوات البيع	-٠,١٨ *	٠,٤٦ ***	-٠,٣٠ ***	١,٠٠
عدد الحالات = ١٩٦ * دالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ ** دالة إحصائية عند مستوى ٠,٠١ أو أقل				

المصدر: نتائج معامل ارتباط تاو لكندال استنادا على البيانات الميدانية (١٤١٨هـ).

ب- العلاقة بين الطلب على وقت البائع وعدد الأسواق الأسبوعية :

يمكن تعريف الطلب على وقت البائع تبعا لانشغاله بأعمال أخرى إلى جانب بيعه في الأسواق الأسبوعية ، كأن يكون موظفا في القطاع العام أو القطاع الخاص ، أو أن يكون مزارعا يقضي جزءا من الأسبوع في حقله ، أو حرفيا يقوم بإعداد ما يبيعه في الأسواق الأسبوعية ، كما يمكن -أيضا- قياسه بكون البائع يملك مكانا ثابتا يبيع فيه أحيانا ولكن قد يذهب إلى الأسواق الأسبوعية في أيام معينة من الأسبوع .

ويتضح الجدول رقم (١٠) أن هناك عددا قليلا جدا من أفراد العينة ممن لديهم أعمال أخرى إلى جانب البيع في الأسواق الأسبوعية ، إذ يبلغ عدد هؤلاء الباعة أحد عشر بائعا يمثلون ما نسبته (٦, ٥٪) من إجمالي عدد الباعة في الأسواق الأسبوعية في الواحة ، أما بقية الباعة فليس لديهم أي مهنة (أو وظيفة) أخرى إلى جانب البيع في الأسواق الأسبوعية .

جدول رقم (١٠) : نتائج مربع كاي لقياس العلاقة بين مدي وجود مهنة أخرى
لدي البائع وعدد الأسواق التي يبيع فيها أسبوعيا .

مدى وجود مهنة أخرى لدى البائع		توجد مهنة أخرى		لا توجد مهنة أخرى		فئات الأسواق
العدد	نسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	المجموع (%)		
٧	٦٣,٦	٩٢	٤٩,٧	٩٩ (٥٠,٥)	أقل من ٧ أسواق	
١	٩,١	٥٦	٣٠,٣	٥٧ (٢٩,١)	٧ أسواق	
٣	٢٧,٣	٣٧	٢٠,٠	٤٠ (٢٠,٤)	أكثر من ٧ أسواق	
١١	(٥,٦)	١٨٥	(٩٤,٤)	١٩٦ (١٠٠)	المجموع	

المصدر : من إعداد وحساب الباحث اعتمادا على البيانات الميدانية (١٤١٨هـ) .
مربع كاي = ٢,٢٧ درجة الحرية = ٢ مستوى الدلالة = ٠,٣٢

ويبدل الجدول رقم (١١) على أن (٤, ٢٢٪) من الباعة في الأسواق الأسبوعية بواحة الأحساء يملكون أماكن ثابتة (أي محلات تجارية) للبيع منها إلى جانب البيع في الأسواق الأسبوعية ، أما بقية الباعة - وهم الأغلبية - فليس لديهم مثل هذه الأماكن ؛ بل يتم كل تعاملهم التجاري من خلال الأسواق الأسبوعية التي يذهبون إليها أسبوعياً ، فهل للطلب على وقت البائع علاقة بعدد الأسواق التي يذهب إليها للبيع خلال أيام الأسبوع؟

للإجابة عن هذا السؤال واختبار الفرضية الثانية لهذه الدراسة تم استخدام مربع كاي لقياس العلاقة بين الطلب على وقت البائع وعدد الأسواق التي يذهب إليها أسبوعياً ، ويتضح من الجدول رقم (١٠) أن قيمة مربع كاي (٢٧, ٢) ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠, ٠٥) أو أقل ، وتدلل هذه النتيجة على عدم قبول فرضية البحث التي تنص على وجود علاقة بين عدد الأسواق الأسبوعية التي يذهب إليها البائع ووجود مهنة أخرى لديه بجانب البيع في الأسواق الأسبوعية ، وقد نجد تفسيراً لهذه النتيجة في إمكانية عدم تعارض وقت مزاوله المهنة الأخرى مع أوقات انعقاد الأسواق الأسبوعية ، فلقد أفاد ستة من الباعة

جدول رقم (١١) : نتائج مربع كاي لقياس العلاقة بين مدى وجود مكان ثابت لدي البائع وعدد الأسواق التي يبيع فيها أسبوعياً .

	مدى وجود مكان ثابت				
	لا يوجد مكان ثابت		يوجد مكان ثابت		
المجموع (%)	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	فئات الأسواق
٩٩ (٥٠, ٥)	٧٢	٤, ٧٧	٢٧	٦١, ٤	أقل من ٧ أسواق
٥٧ (٢٩, ١)	٤١	٢٧, ٠	١٦	٣٦, ٤	٧ أسواق
٤٠ (٢٠, ٤)	٣٩	٢٥, ٠	١	٢, ٣	أكثر من ٧ أسواق
١٩٦ (١٠٠)	١٥٢	(٦٧, ٦)	٤٤	(٢٢, ٦)	المجموع %

المصدر : من إعداد وحساب الباحث اعتماداً على البيانات الميدانية (١٤١٨هـ)
مربع كاي = ١١, ٥ درجة الحرية = ٢ مستوى الدلالة = ٠, ٠٠٣

أنهم يعملون ليلا في بعض المستشفيات والمؤسسات الحكومية والخاصة ؛ مما يمكنهم من البيع في عدد من الأسواق الأسبوعية الصباحية ، أما الخمسة المتبقون فإن ثلاثة منهم مزارعون ، واثنين يعملان في الصناعات اليدوية المصنوعة من سعف النخيل وهي أعمال لا تتطلب العمل فيها وقتا معينا

ويتضح من بيانات الجدول رقم (١١) أن هناك علاقة إحصائية بين وجود مكان ثابت لدى البائع وعدد الأسواق التي يبيع فيها أسبوعيا ، فالباعة الذين لديهم أماكن ثابتة يذهبون نسبيا إلى عدد أقل من الأسواق الأسبوعية ، فنسبة الباعة الذين يملكون أماكن ثابتة ويذهبون إلى سبعة أسواق أسبوعية ؛ فأقل تصل إلى ما يقرب من (٩٨٪) أما الذين ليس لديهم أماكن ثابتة ويذهبون إلى مثل هذا العدد من الأسواق لا تتجاوز نسبتهم (٧٥٪) فهناك بائع واحد فقط (أو ما يمثل ٣, ٢٪) لديه مكان ثابت ويذهب إلى أكثر من سبع أسواق أسبوعيا وذلك في مقابل ٣٩ بائعا (أو ما يمثل ٧, ٢٥) ممن لا يملكون أماكن ثابتة وفي نفس الوقت يبيعون في أكثر من سبع أسواق أسبوعيا .

ويمكننا أن نجد تفسيراً لهذه النتيجة في طبيعه حركة التسوق في المدن السعودية التي تزداد بشكل ملحوظ من بعد صلاة العصر إلى الساعة العاشرة ليلا تقريبا ، فالغالبية العظمى من المتسوقين لا يجدون متسعا من الوقت للتسوق في الفترة الصباحية ، فبعض هؤلاء المتسوقين هم من العاملين في القطاع الحكومي أو القطاع الخاص الذين تمتد ساعات عملهم عادة من الساعة الثامنة صباحا إلى الساعة الثانية أو الرابعة من بعد الظهر ، كما أن عادات المجتمع السعودي لا تسمح للمرأة بالذهاب إلى الأسواق بمفردها حتى وإن كان لديها متسع من الوقت خلال ساعات النهار الأولى ، إضافة إلى أن الغالبية العظمى من المحلات التجارية لا تفتح أبوابها قبل الساعة التاسعة أو العاشرة صباحا ولتعود مرة أخرى إلى إغلاقها عند صلاة الظهر (فهي بهذا لا تفتح أكثر من ساعتين أو ثلاث ساعات صباحية) ، وتبقى هذه المحلات مغلقة إلى ما بعد صلاة العصر حيث تنشط التحركات التجارية ، إذا يمكننا القول إن الفترة الصباحية لبعض المحلات التجارية فترة لا يستفاد منها كثيرا من الناحية التجارية ، وقد يكون من الأجدي اقتصاديا إغلاق هذه المحلات صباحا والذهاب للبيع في الأسواق الأسبوعية ؛ حيث تجمع الكثير من الزبائن ، لا سيما في المناطق الريفية .

ولعل مما يدعم هذا التفسير أن ما يقرب من (٨٥٪) من الباعة الذين يملكون أماكن ثابتة يذهبون إلى الأسواق الأسبوعية الصباحية فقط ، أما بقية الباعة (وعددهم سبعة) فيذهبون إلى سوق أسبوعي واحد أو سوقين أسبوعيين مسائين إلى جانب الأسواق الأسبوعية الصباحية ، وغالبية هؤلاء الباعة هم ممن يملكون محلات صغيرة في قراهم ، وهذه المحلات قد تظل مغلقة أو قد تدار أثناء تواجدهم في الأسواق الأسبوعية بواسطة أحد الأقارب ، وهذه ظاهرة لاحظها الزهراني (٣) - أيضا - في دراسته لأسواق الباحة الدورية .

جـ - العلاقة بين أنواع البضاعة وعدد الأسواق الأسبوعية:

لنوعية البضاعة في الأسواق الدورية أهمية خاصة ؛ لما تحمله من مؤشرات اقتصادية واجتماعية تتعلق بالمجتمعات التي تقام فيها هذه الأسواق ، فكثيرا ما تختلف أنواع البضاعة باختلاف البيئات التي توجد فيها الأسواق الدورية ؛ بل قد تختلف في نفس البيئة الواحدة من زمان إلى آخر ، ويمكن رد هذا الاختلاف إلى تباين مكاني وزمني في المنتجات المحلية التي تباع في الأسواق الدورية وإلى اختلاف في أذواق المتسوقين ، وطبيعة الاستهلاك المحلي ، والقدرات الشرائية لدى السكان ، ومدى توفر المستورد من الأدوات والأمتعة .

فعلى سبيل المثال هناك بعض البضائع والأنواع التي كانت تتوافر بكثرة في أسواق الأحساء الأسبوعية قبل ما يزيد على عشرين سنة - كما دونها العلاوي (٢) - ولكنها اختفت أو تكاد تختفي تماما من هذه الأسواق في الوقت الحاضر فمن الأنواع التي اختفت تماما في الوقت الحاضر بيع الماشية (الأغنام ، والأبقار ، والحمير) ومنتجاتها كالصوف والجلود ، فهناك أسواق خاصة تفتح يوميا لبيع الأبقار والأغنام والماعز ، ولم تعد هناك حاجة للحمير التي حلت محلها السيارات ، ومن البضائع الشائعة سابقا وتكاد تختفي تماما في الوقت الحاضر أواني الشرب وبرادات المياه المصنوعة من الخزف والتي حلت محلها برادات المياه الكهربائية ، كما أن التمر الذي كان يباع بكثرة في الأسواق الأسبوعية (لا سيما في موسم جنه) أصبح له أسواقه اليومية الخاصة التي عينتها البلدية في مدينتي الهفوف والمبرز .

أما بالنسبة لأسواق الأحساء الأسبوعية في الوقت الحاضر فيتضح من الجداول رقم (١٢) والملحق رقم (١) أن أكثر السلع التي تباع في هذه الأسواق هي المستلزمات النسائية (كالملابس ، والأقمشة ، والكماليات وأدوات الزينة والأحذية) إذ تمثل مجتمعة ما نسبته

جدول رقم (١٢) : مجموعات أنواع البضائع وعدد البائعين ونسبتهم في الأسواق
بواحة الأحساء .

رقم المجموعة	مجموعات أنواع البضاعة*	عدد الباعة	النسبة المئوية
١	خضار وفواكه متنوعة	١٨	٩, ٢
٢	مواد غذائية جافة ومعلبات	٣٦	١٨, ٤
٣	لوازم وملابس للنساء	٧٩	٤٠, ٣
٤	لوازم وملابس للرجال	١٧	٨, ٧
٥	أوان منزلية ومفارش	٢٢	١١, ٢
٦	أنواع أخرى	٢٤	١٢, ٢
	المجموع	١٩٦	٪١٠٠

المصدر : البيانات الميدانية (١٤١٨هـ)

* لتفصيل أكثر لأنواع البضاعة قبل وضعها في المجموعات الست المذكورة في جدول انظر الملحق رقم (١) .

(٣, ٤٠ ٪) من إجمالي عدد الباعة في العينة ، وتأتي المواد الغذائية (كالرز ، والسكر ، والحبوب ، والمعلبات ، والمكسرات ، والبهارات ، والبسكويت) في المرتبة الثانية ، حيث تمثل ما نسبته (٤, ١٨ ٪) ، وتأتي بعد ذلك بقية الأصناف بنسبها متفاوتة .

فهل لأنواع البضاعة علاقة بعدد الأسواق التي يذهب إليها الباعة أسبوعياً؟ يتضح من الجدول رقم (١٣) أن هناك علاقة إحصائية بين أنواع البضاعة وعدد الأسواق الأسبوعية التي يذهب إليها الباعة ، فكما هو واضح من الجدول المذكور فإن قيمة مربع كاي البالغة (٢٣, ٢٤) ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠, ٠٠٩) . وبهذه النتيجة يمكننا قبول فرضية البحث الثالثة التي تنص على وجود علاقة بين نوعية البضاعة وعدد الأسواق التي يبيع فيها البائع أسبوعياً .

ويتبين من الجدول رقم (١٣) أن ما يقرب من (٥٠٪) من مجموع الباعة يبيعون في أقل من سبعة أسواق اسبوعياً إن هناك ما يقرب من (٢٠٪) من الباعة يذهبون للبيع في أكثر من سبع أسواق اسبوعياً ، كما نلاحظ أن باعة ملابس ولوازم النساء يأتون في المركز الأول من حيث عدد الأسواق التي يذهب إليها الباعة ، فهم يمثلون أكثر من (٥٠٪) من الباعة الذين يذهبون إلى أكثر من سبعة أسواق أسبوعياً ، والذين يذهبون إلى أكثر من سبع أسواق لا بد أن يكون من ضمن هذه الأسواق أسواق مسائية (الأسواق التي تعقد مابين صلاة العصر وصلاة المغرب يومياً) ونجد أن هناك علاقة قوية بين نوعية البضاعة ونوعية الأسواق

الجدول رقم (١٣) : العلاقة بين أنواع البضاعة وعدد الأسواق التي يذهب إليها الباعة في واحة الأحساء .

فئات الأسواق					
أقل من ٧		٧ أسواق		أكثر من ٧	
العدد %		العدد %		العدد %	
٤	٩,١	١٢	٥,٢	٢	٣,٧
٢٣	١٨,٢	٨	١٠,٥	٥	٧,٣
٣٦	٣٩,٩	٢٠	٢٣,٠	٢٣	١٦,١
١١	٨,٦	٣	٤,٩	٣	٣,٥
١٠	١١,١	٩	٦,٤	٣	٤,٥
١٥	١٢,١	٥	٧,٠	٤	٤,٩
٩٩	٥٠,٥	٥٧	٢٩,١	٤٠	٢٠,٤

المصدر : من إعداد وحساب الباحث اعتماداً على البيانات الميدانية (١٤١٨هـ)
مربع كاي = ٢٣,٢٤ درجة الحرية = ١٠ مستوى الدلالة = ٠,٠٠٩

التي يبيع فيها الباعة تبعاً لأوقات انعقاده يومياً ، كما يتضح ذلك من الجدول رقم (١٤) وكما يتضح من نفس الجدول - أيضاً - فإن باعة الملابس النسائية يشكلون جل الباعة في الأسواق المسائية ، ولعل لسهولة تخزين ونقل وعرض الملابس والأدوات النسائية وكونها غير قابلة للتلف بسهولة ، دورا هاما في انتشار بيعها في الأسواق الصباحية والمسائية مقارنة بالأنواع الأخرى من البضائع كالخضر والفواكه والمواد الغذائية ، كما يمكن إرجاع كثرة تواجد الملابس واللوازم النسائية في الأسواق المسائية إلى ملائمة مثل هذا الوقت لتسوق العائلات كما تمت الإشارة لذلك من قبل .

الجدول رقم (١٤) : العلاقة بين أنواع البضاعة وأنواع الأسواق الأسبوعية حسب أوقات انعقادها وذهاب الباعة للبيع فيها .

أنواع الأسواق التي يذهب إليها الباعة .				
أسواق صباحية فقط		أسواق صباحية ومسائية		
عدد الباعة	%	عدد الباعة	%	أنواع البضاعة
١٦	٨٨,٩	٢	١١,١	خضار وفواكه متنوعة
٢٦	٧٢,٢	١٠	٢٧,٨	مواد غذائية جافة ومعلبات
٣٨	٤٨,١	٤١	٥١,٩	لوازم وملابس للنساء
١١	٦٤,٧	٦	٣٥,٣	لوازم وملابس للرجال
١٦	٧٢,٧	٦	٢٧,٣	أوان منزلية ومفارش
١٧	٧٠,٨	٧	٢٩,٢	أنواع أخرى
١٢٤	٦٣,٣	٧٢	٣٦,٧	المجموع

المصدر : من إعداد وحساب الباحث اعتمادا على البيانات الميدانية (٤١٨ هـ)
مربع كاي = ١٥,٦ درجة الحرية = ٥ مستوى الدلالة = ٠,٠٠٨

ثانياً: التحليل المكاني لنمط حركة باعة الأسواق الأسبوعية في واحة الأحساء.

تنتمي حركة الباعة في واحة الأحساء لنمط رحلة البيع اليومية التي سبقت الإشارة إليها في الإطار النظري لهذه الدراسة ، وهذا يعني أن الباعة يقومون برحلة يومية من مقر سكنهم إلى الأسواق الأسبوعية ويعودون بعد نهاية السوق إلى مقر سكنهم مرة أخرى ، وهكذا تتكرر هذه الرحلة يومياً بعدد الأسواق الذي يذهب إليها كل بائع ، ولقد تم التوصل إلى هذه النتيجة من خلال الملاحظة الميدانية وسؤال أفراد العينة الذين أجابوا جميعاً باتباعهم لرحلة البيع اليومية ، وهذه النتيجة متوقعة وتتفق مع منطوق الفرضية الرابعة ، فالتقرب المكاني بين المراكز العمرانية في الواحة لا يستدعي القيام برحلة البيع الأسبوعية حيث ينتقل الباعة من سوق إلي آخر خلال أيام الأسبوع قبل العودة إلى مقر سكنهم بعد نهاية الدورة الأسبوعية .

وتوقف أنماط حركة الباعة على متغيرين أساسيين هما : عدد الأسواق التي يذهب إليها الباعة أسبوعياً ، ومواقع المراكز العمرانية (القرى والمدن) التي يسكنها هؤلاء الباعة بالنسبة لمواقع الأسواق الأسبوعية ، وعدد الأسواق الأسبوعية متغير يعتمد على عدد من المتغيرات المستقلة الأخرى ، والتي من أهمها نوعية البضاعة التي يبيعها الباعة ، ويدل عدد الأسواق على درجة الانتشار المكاني للنمط ، كما يدل مقر سكن البائع على اتجاه التحركات وبالتالي الأشكال النهائية للنمط .

وفيما يلي تحليل لأنماط التحركات المكانية للباعة موزعة حسب أنواع البضاعة التي يبيعونها ، ونبدأ ذلك بالحديث عن مقر سكن الباعة في واحة الأحساء .

أ- أماكن سكن باعة الأسواق الأسبوعية بواحة الأحساء.

تقع واحة الأحساء في الجزء الشمالي من محافظة الأحساء ، أحد محافظات المنطقة الشرقية من المملكة العربية السعودية ، وتعد هذه الواحة من أكبر الواحات في المملكة العربية السعودية وأكثرها سكاناً ، حيث تبلغ مساحة واحدة الأحساء الإجمالية حوالي ٢٤٥ كم^٢ ، وبلغ عدد سكانها حوالي ٦٩٩٩٧٥ نسمة * حسب التعداد السكاني للمملكة لعام ١٤١٣هـ (١) ، ويمكن تقدير عدد سكان الواحة في الوقت الحاضر (١٤١٩هـ) بحوالي

* هذا التقدير السكاني مبني على افتراض زيادة سكانية قدرها (٤٪) سنوياً ، وهي نسبة محافظة ؛ إذ قد تصل الزيادة السنوية في أكبر مدينتين في الأحساء (المبرز والهفوف) إلى حوالي (٦٪) سنوياً ، ولقد تم استخراج معدل الزيادة السنوية باستخدام ما يعرف بمعادلة معدل النمو السكاني الأسية (انظر : ١٩٧٦) 443 Shryock, Siegel and Associates (اعتماداً على تعداد السكان في المملكة لعامي ١٣٩٤هـ ، و١٤١٣هـ .)

٣٠٤٣٨٩ نسمة* ومن المتوقع أن يتعدى سكان الواحة المليون نسمة في عام ١٤٢٤ هـ.

يتنشر سكان الواحة فيما يزيد على أكثر من ستة وأربعين مركزاً عمرانياً، تختلف هذه المراكز في أحجامها كما تختلف في مواقعها بالنسبة للأسواق الأسبوعية، وبين الملحق رقم (٢) أسماء وأحجام المراكز العمرانية التي يزيد عدد سكانها على ألف نسمة حسب التعداد السكاني للمملكة العربية السعودية لعام ١٤١٣ هـ.

ويحتوي الجدول رقم (١٥) على أسماء المراكز العمرانية التي يسكنها عينة باعة الأسواق الأسبوعية في واحة الأحساء، ويتضح من هذا الجدول أن ما يقرب من (٤٤٪) من أفراد العينة (أو ٨٥ بائعاً) يتخذون من مدينتي الهفوف والمبرز سكناً لهم، أما بقية أفراد العينة وعددهم (١١١ بائعاً) فيسكنون بنسب مختلفة في اثنتين وعشرين قرية ومدينة صغيرة، وتشكل هذه المراكز العمرانية ما نسبته (٦٠٪) من مجموع المدن والقرى في الواحة.

وبين الشكل رقم (٦) المواقع الجغرافية للمراكز العمرانية التي يسكنها أفراد العينة، ويتضح من هذا الشكل مدى الانتشار المكاني الكبير لهذه المراكز، وهذا الانتشار يدل بدوره على انتشار مهنة البيع في الأسواق الأسبوعية بين سكان واحة الأحساء، كما يتضح من الشكل أيضاً مواقع المدن والقرى بالنسبة لمواقع الأسواق الأسبوعية، فهناك من المراكز العمرانية ما يقع في وسط الواحة بحيث تحيط بها الأسواق الأسبوعية من جهاتها الأصلية والفرعية، وبالتالي فمن المتوقع أن تشكل حركة الباعة من هذه المراكز العمرانية المتوسطة إلى الأسواق الأسبوعية أنماطاً إشعاعية، وهناك من المراكز العمرانية ما يقع على حدود الواحة بحيث تشكل حركة الباعة إلى هذه الأسواق أنماطاً شبه إشعاعية.

ب- أنواع الأنماط المكانية لحركة الباعة:

يتوقف نوع النمط المكاني لحركة الباعة على مواقع أماكن سكنهم (المراكز العمرانية التي يسكنها الباعة) بالنسبة لمواقع الأسواق الأسبوعية، فبعض المراكز العمرانية تقع موقعا وسطا بين الأسواق فتشكل التحركات المكانية للباعة من هذه المراكز أنماطاً إشعاعية، كما تقع بعض المراكز الأخرى على أطراف المنطقة المدروسة بحيث تمثل التحركات المكانية منها أنماطاً شبه إشعاعية.

جدول رقم (١٥) : أسماء المراكز العمرانية التي يسكنها أفراد مينة بامعة الأسواق الأسبوعية بولاية الأحساء

المركز العمراني	عدد الباعة	النسبة المئوية لعدد الباعة
الهفوف	٤٣	٢١,٩
المبرز	٤٢	٢١,٤
الحليلة	١٣	٦,٦
العمران الشمالية	١٢	٦,١
المطيرفي	١٠	٥,١
البطالية	١٠	٥,١
الجبل	٩	٤,٦
الرميلة	٧	٣,٦
مسيلة العميون	٦	٣,١
الكلابية	٦	٣,١
التويثير	٥	٢,٦
الجرن	٤	٢,٠
الجليجلة	٤	٢,٠
القلعة	٤	٢,٠
الشعبة	٣	١,٥
القرين	٣	١,٥
العمران الجنوبية	٣	١,٥
المنزلة	٣	١,٥
الجفر	٣	١,٥
الطريقيل	٢	١,٠
الفضول	٢	١,٠
أبو الحصى	١	٠,٥
المتصورة	١	٠,٥
الطرف	١	٠,٥
المجموع	١٩٦	%١٠٠,٠

المصدر : البيانات الميدانية (٤١٨ هـ)

وبالإضافة إلى مواقع أماكن سكن الباعة وتأثيرها على نوعية النمط المكاني لتحركاتهم ، هناك عدد الأسواق التي يذهب إليها الباعة أسبوعيا ، وكما دلت النتائج السابقة ، فإن هناك عدة عوامل ثبتت علاقتها بعدد الأسواق الأسبوعية التي يذهب إليها البائع ، ومن هذه العوامل عمر البائع ، وعدد سنوات البيع التي قضاها في الأسواق الأسبوعية ، وما إذا كان يملك محلا تجاريا يبيع فيه بجانب بيعه في الأسواق الأسبوعية ، ونوعية البضاعة التي يبيعها .

ومع أنه بالإمكان إجراء تحليل مكاني لأنماط حركة الباعة تبعا لكل متغير من المتغيرات المذكورة أعلاه ؛ إلا أن التحليل سوف يقتصر على حركة الباعة حسب أنواع البضاعة ، ويعتبر هذا المتغير أهم المتغيرات التي وجد أن لها علاقة بعدد الأسواق التي يذهب إليها الباعة أسبوعيا ، كما أن نوعية البضاعة تمثل أساسا لوصف حركة الباعة في عدد من الدراسات التي تناولت الأسواق الأسبوعية في مناطق مختلفة من العالم (٢٤) (٢٣) ؛ مما يتيح فرصة مقارنة نتائج هذه الدراسة بنتائج الدراسات الأخرى .

كما أن التحليل سيقصر على تمثيل حركة الباعة من مقر سكنهم إلى الأسواق الأسبوعية الصباحية فقط ، وذلك لكثرة أعداد هذه الأسواق ، ولانتشارها المكاني بين القرى والمدن في واحة الأحساء ولكثرة الباعة فيها ، ولتنوع بضائعها مقارنة بالأسواق المسائية ، فهناك عشرون سوقا أسبوعيا صباحيا تعقد في ثمانية عشر مركزا عمرانيا ، أما الأسواق المسائية والبالغ عددها ستة عشر سوقا فإن اثني عشر منها تعقد في مدينتي الهفوف والمبرز ، أما الأربعة الباقية فتعقد في العيون ، والجفر ، والعمران الشمالية ، والمراح ، وكما أن معظم بضائع الأسواق المسائية هي من الملابس النسائية الجاهزة وملابس الأطفال : وأدوات الزينة والكماليات الخاصة بالنساء ، وبالمقارنة فإن الأسواق الصباحية تحتوي على أنواع متعددة ومختلفة من الأمتعة والبضائع ، وتعدد أنواع البضاعة مطلب لاختبار فرضية تشابه نمط حركة الباعة .

إضافة إلى أن الباعة في الأسواق الصباحية أكثر من أولئك الذين يبيعون في الأسواق المسائية فقط أو الذين يجمعون بين البيع في الأسواق الصباحية والمسائية يوميا ، فكما يتضح من محتوى الجدول رقم (١٦) ، فإن الغالبية العظمى من الباعة يختارون الذهاب إلى الأسواق الصباحية ، فلقد بلغ المتوسط الحسابي اليومي لعدد الباعة الذين يذهبون إلى الأسواق الصباحية فقط (١٤٠) بائعا ، أو ما يمثل (٥٠ ٪) من المتوسط الأسبوعي للباعة في الأسواق

جدول رقم (١٦) : عدد الباعة حسب أيام الراحة وحسب ساعات انعقاد الأسواق الأسبوعية بواحة

أيام الراحة		اسواق صباحية		اسواق مسائية		صباحية ومسائية	
العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
٣٧	١٨,٩	١١٨	٦٠,١	١٨	٩,٢	٢٣	١١,٧
٢٧	١٣,٨	١٢٤	٦٣,٣	١٨	٩,٢	٢٧	١٣,٨
١٦	٨,٢	١٦٣	٨٣,٢	٢	١,٠	١٥	٧,٧
٢٣	١١,٧	١٥٥	٧٩,١	٤	٢,٠	١٤	٧,١
١٧	٨,٧	١٤٥	٧٣,٠	١٠	٥,١	٢٤	١٢,٢
٢٣	١١,٧	١٥١	٧٧,٠	١١	٥,٦	١١	٥,٦
٥٢	٢٦,٥	١٢٥	٦٣,٨	١٥	٧,٧	٤	٢,٠
١٩٥	١٤,٢	٩٨١	٧١,٥	٧٨	٥,٧	١١٨	٨,٦
٢٨	١٤,٢	١٤٠	٧١,٥	١١	٥,٧	١٧	٨,٦

المصدر : البيانات الميدانية (١٤١٨هـ).

الأسبوعية .

وكما ذكر سابقا فإن مقر سكن البائع يؤثر على الشكل النهائي (أو النمط) الذي تشكله التحركات الأسبوعية لحركة الباعة من وإلى الأسواق الأسبوعية ، وكما لاحظنا من واقع الشكل رقم (٦) ، فإنه بالإمكان تصنيف أماكن سكن الباعة إلى قرى أو مدن تقع على أطراف الواحة ، وأخرى تقع داخلها ، ونظرا لوجود عدد كبير نسبيا من القرى والمدن التي يسكنها الباعة والتي يقع بعضها في داخل الواحة والبعض الآخر على أطرافها ، فإننا سنكتفي بأخذ عينة من هذه المراكز العمرانية لغرض التمثيل البياني لحركة الباعة من الأسواق الأسبوعية وإليها ، ولقد تم اختيار مدينة المبرز لتمثيل المراكز العمرانية الواقعة على أطراف الواحة ، كما تم اختيار قرية البطالية لتمثيل المراكز العمرانية الواقعة داخل الواحة ، ولقد

روعي في هذا الاختيار توافر عدد الباعة الذي يسكنون في المراكز العمرانية ؛ لكي يكون هناك عدد كاف من الباعة لوصف تحركاتهم المكانية ، ولتتمكن من اختبار الفرضية المتعلقة بنوعية البضاعة وعلاقتها بتحركات الباعة .

ويحتوي الجدول رقم (١٧) على المراكز العمرانية التي تسكنها عينة الباعة ، وعدد الأسواق الأسبوعية التي يذهب إليها هؤلاء الباعة ، مصنفة حسب أحجام هذه الأسواق ، كما يحتوي الجدول أيضا على أنواع الأنماط المكانية لحركة الباعة ككل من كل مركز عمراني إلى الأسواق الأسبوعية ، ولقد تم تصنيف هذه الأنماط إلى أنماط إشعاعية وأخرى شبه إشعاعية ، حسب التعريف الإجرائي لهذه الأنماط .

١ - النمط الإشعاعي لحركة الباعة في الأسواق الأسبوعية:

يتحقق النمط الإشعاعي - كما تم توضيحه - بتوافر شرطين أساسيين : سكن الباعة في مركز عمراني (قرية أو مدينة) تحيط به الأسواق الأسبوعية من جهاته المختلفة ، وذهاب الباعة إلى هذه الأسواق بحيث يكون مجموع زوايا أضلاع تحركاتهم أكثر من ١٨٠° ، وتتباين الأنماط الإشعاعية بتباين عدد الباعة ، وعدد الأسواق التي يذهب إليها الباعة ، ومواقعها بالنسبة لمقر سكن الباعة ، فإلى أي مدى تشكل أنماط حركة الباعة من قرية البطالية إلى الأسواق الأسبوعية أنماطا إشعاعية؟ وهل تختلف هذه الأنماط باختلاف البضاعة التي يبيعونها؟

تقع قرية البطالية إلى الشرق من مدينة المبرز ، ويعقد في هذه القرية سوق الثلاثاء وهو من أكبر الأسواق الأسبوعية التي تعقد في هذا اليوم ، ولقد ضمت العينة عشرة من الباعة في هذه القرية ، ويبلغ متوسط عدد الأسواق التي يذهب إليها هؤلاء الباعة حوالي ستة أسواق أسبوعيا ، بانحراف معياري قدره ثلاثة أسواق تقريبا ، ولكن هذه الأرقام تختلف باختلاف نوعية البضاعة ، فنجد أن بعض باعة الملابس واللوازم النسائية يذهبون إلى الأسواق أكثر من باعة الأنواع الأخرى ، وكما يتضح من الجدول رقم (١٨) فإن سبعة من الباعة يذهبون إلى الأسواق الصباحية فقط أما الثلاثة الباقون فهم من باعة الملابس واللوازم النسائية فيذهبون إلى أكثر من سبعة أسواق أسبوعية - أي أنهم يجمعون بين الذهاب إلى الأسواق الصباحية

جدول رقم (١٧): النمط الأسبوعي لحركة الباعة من المراكز العمرانية إلى الأسواق الأسبوعية في واحة الأحساء.

المركز العمراني (عدد الباعة)	عدد الأسواق	النمط المكتفي لحركة كل الباعة
الهفوف (٤٣)	١٨	شبه إشعاعي
البرز (٤٣)	٢٠	شبه إشعاعي
الحليلة (١٣)	١٧	شبه إشعاعي
الممران الشمالي (١٢)	١٣	شبه إشعاعي
الطويحي (١٠)	١٦	شبه إشعاعي
الجبالية (١٠)	١٥	إشعاعي
الجبيل (٩)	١٥	إشعاعي
الرميلة (٨)	١٢	إشعاعي
العيون (٦)	٤	شبه إشعاعي
الكلابية (٦)	١٣	شبه إشعاعي
التنوير (٥)	١٤	إشعاعي
الجرن (٤)	١١	إشعاعي
الجليلة (٤)	١٤	إشعاعي
القارة (٤)	١٤	إشعاعي
الشعبة (٣)	١١	إشعاعي
القرين (٣)	٩	إشعاعي
الممران الجنوبية (٣)	١١	شبه إشعاعي
المنزلة (٣)	١٤	إشعاعي
الجفر (٣)	٧	إشعاعي
الطويهي (٢)	٩	إشعاعي
القفصول (٢)	٧	إشعاعي
أبو الحصى (١)	٦	إشعاعي
المصورة (١)	٦	إشعاعي
الطرف (١)	٢	شبه إشعاعي

المصدر: البيانات الميدانية (١٤١٨هـ).

جدول رقم (١٨) : عدد الباعة من قرية البطالية حسب نوعية البضاعة التي يبيعونها

نوع البضاعة	عدد الباعة
خضار وفواكه	١
مواد غذائية	١
ملابس ولوازم نسائية	٦
بضائع أخرى (صناعات يدوية وأشجار وبذور زراعية)	٢
المجموع	١٠

المصدر : البيانات الميدانية (١٤١٨ هـ) .

والمسائية .

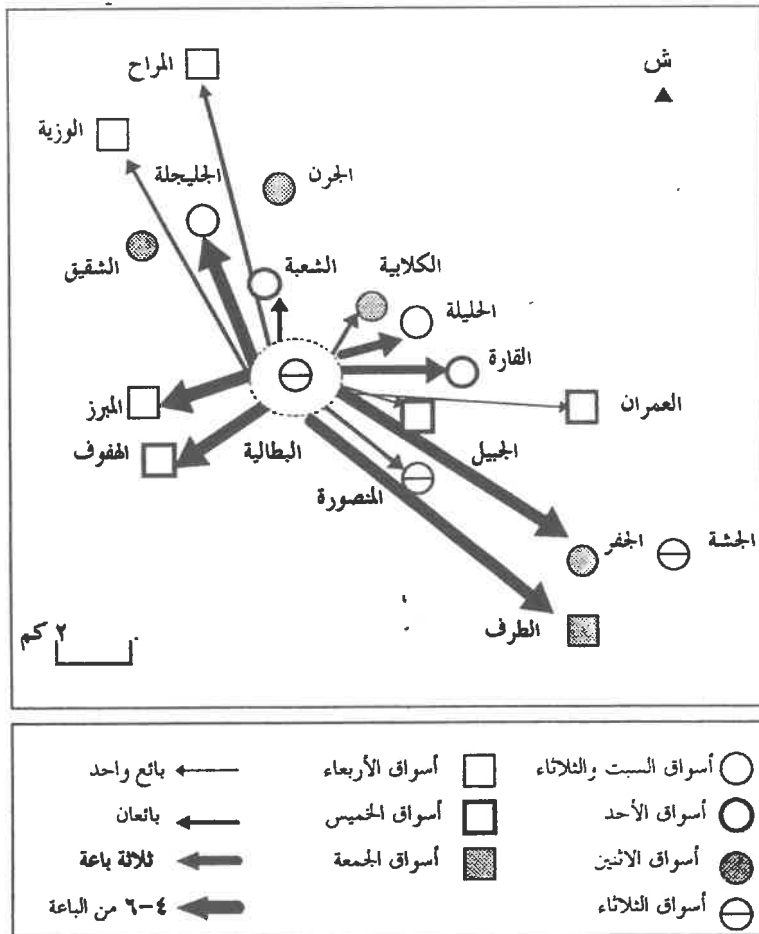
وتمثل سلسلة لأشكال (٨- أ إلى ٨- هـ) حركة هؤلاء الباعة العشرة من قرية البطالية إلى الأسواق الأسبوعية المختلفة تبعا لأنواع البضاعة التي يبيعونها ، ويمثل الشكل رقم (٨- أ : حركة كل الباعة) ، والشكل رقم (٨- ب : حركة باعة ملابس ولوازم النساء) نمطين إشعاعيين ، فالباعة في هذين الشكلين يتحركون من مركز عمراني تحيط به الأسواق الأسبوعية ، ويذهب الباعة للبيع في هذه الأسواق الأسبوعية جميعها تقريبا .

أما باعة المواد الغذائية (شكل ٨- ج) ، وباعة البضائع الأخرى (الصناعات اليدوية ، والشتلات الزراعية) (شكل ٨- د) ، وباعة الخضار (شكل ٨- هـ) فتمثل أنماطا شبيهة إشعاعية ، فعلى الرغم من حركة هذه الأنواع الثلاثة من البضائع من قرية البطالية ذات الموقع المتوسط بين الأسواق إلا أنهم يتجهون لأسواق تعقد في ناحية واحدة ؛ بحيث لا تشكل مجموع زوايا أضلاع نمط التحركات المكانية أكثر (١٨٠) ، فتقتصر حركة باعة الخضار (وعدددهم بائعان) على أسواق يوم السبت في الحليلة ، ويوم الأحد في القاره ويوم الاثنين في الجفر ، ويوم الثلاثاء في الحليلة ، ويوم الأربعاء في المبرز ، ويوم الخميس في الهفوف ، ويوم

الجمعة في الطرف ، وكذلك الحال بالنسبة لباعة البضائع الأخرى (الصناعات اليدوية والشتلات والبذور الزراعية) الذين يذهبون إلى نفس الأسواق السبتة تقريبا ، أما باعة المواد الغذائية فتقتصر تحركاتهم المكانية شبه الإشعاعية على سوق يوم السبت في الجليجلة ، وسوق يوم الثلاثاء في المنصورة وسوقي الأربعاء والخميس في المبرز والهفوف على التوالي .

ويتضح من هذه الأشكال أهمية حجم الأسواق في اجتذاب الباعة ، ففي الأيام التي يعقد فيها أكثر من سوق نجد أن معظم الباعة تتجه إلى السوق الأكبر في ذلك اليوم ، فسوق الأربعاء في المبرز (وهو من الأسواق الكبيرة) يجتذب عددا أكبر من الباعة مقارنة بالباعة الذين يذهبون إلى سوقي الأربعاء في قرיתי المراح والوزية ، وهما من الأسواق الأسبوعية صغيرة الحجم . وهكذا الحال مع بقية الأيام .

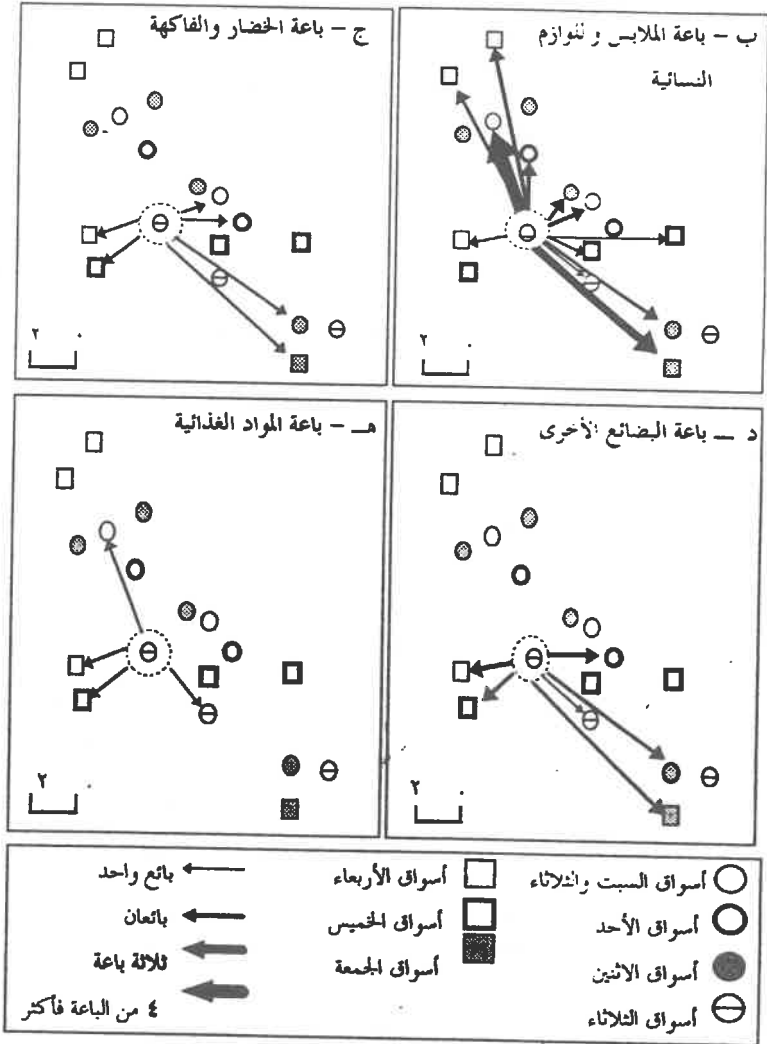
شكل رقم (١٧-١): النمط المكاني لحركة الباعة من قرية البطالية إلى الأسواق الأسبوعية «كل البضائع»



المصدر من عمل الباحث بناء على البيانات الميدانية (١٤١٨ هـ)

تابع شكل رقم (٧)

الأنماط المكانية لحركة باعة الأسواق الأسبوعية الساكنين في قرية البطالية إلى الأسواق الأسبوعية



المصدر : من عمل الباحث بناء على البيانات الميدانية (١٤١٨هـ)
x للتعرف على أسماء المراكز العمرانية انظر الشكل رقم (٧-أ)

٢- النمط شبه الإشعاعي لحركة الباعة في الأسواق الأسبوعية:

تشكل حركة الباعة من المراكز العمرانية التي تقع على أطراف الواحة إلى الأسواق الأسبوعية أنماطاً شبه إشعاعية ، وهي الأنماط التي تصل مجموع زواياها إلى ١٨٠ فأقل (أو مجموع نصف زوايا الدائرة فأقل) ، وسوف نتخذ من نمط حركة باعة الأسواق الأسبوعية الذين يسكنون في مدينة المبرز شمالاً على الأنماط شع الإشعاعية .

تقع مدينة المبرز على الطرف الجنوبي الغربي لواحة الأحساء ، وهي ثاني مدينة في الواحة من حيث العدد السكاني (انظر الملحق رقم ١) ، ويعتبر سوق يوم الأربعاء من أقدم الأسواق الأسبوعية في الواحة وأكبرها حجماً ، ويحتوي الجدول رقم (١٩) على عدد الباعة الذين يسكنون مدينة المبرز والأسواق التي يبيعون فيها خلال أيام الأسبوع حسب نوعية البضاعة ،

جدول رقم (١٩)

عدد الباعة حسب وقت السوق
عدد الباعة من مدينة المبرز حسب وقت انعقاد الأسواق الأسبوعية التي يذهبون إليها ونوعية البضاعة التي يبيعونها

نوع البضاعة	أسواق صباحية	أسواق صباحية ومساءية
خضار وفواكه	٣	٠
مواد غذائية	٣	١
ملابس ولوازم نسائية	١١	٦
ملابس ولوازم رجالية	٥	٠
أوان منزلية ومفروشات	٧	٣
أخرى (ألعاب ، صناعات يدوية)	٣	٠
المجموع	٣٢	١٠

المصدر : البيانات الميدانية (١٤١٨ هـ) ٢٨.

ولقد ضمت عينة الباعة (٤٢) بائعا من هذه المدينة ، ويبلغ متوسط عدد الأسواق التي يذهب إليها هؤلاء الباعة حوالي ستة أسواق أسبوعيا ، بانحراف معياري قدره سوقان تقريبا ، ولكن هذه الأرقام تختلف باختلاف نوعية البضاعة ، فنجد أن بعض باعة الملابس واللوازم النسائية يذهبون إلى أسواق أكثر من باعة الأنواع الأخرى ، وكما يتضح من الجدول رقم (١٩) فإن اثنين وثلاثين بائعا يذهبون إلى الأسواق الصباحية فقط أما العشرة الباقية فيذهبون إلى أكثر من سبعة أسواق أسبوعية - أي أنهم يجمعون بين الذهاب إلى الأسواق الصباحية والمسائية ، ومعظم هؤلاء من باعة الملابس النسائية والمفارش ، وهي من البضائع سهلة النقل والعرض .

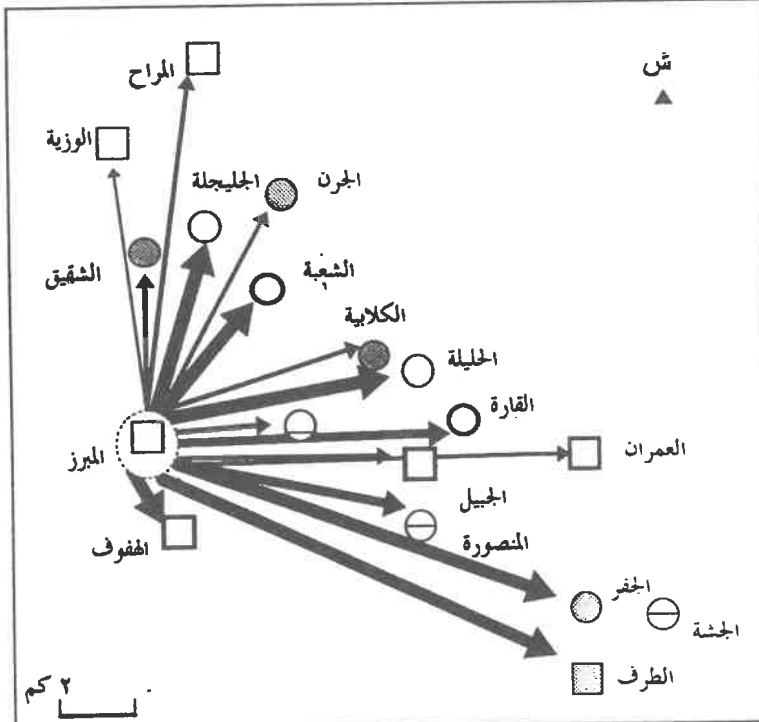
وتمثل سلسلة أشكال رقم (٩) حركة الباعة من مدينة المبرز إلى الأسواق الأسبوعية في واحة الأحساء ، وكما يتضح من هذه الأشكال فإن هذه التحركات تتخذ غط شبه إشعاعي ، يختلف باختلاف نوعية البضاعة وعدد الباعة وعدد الأسواق الأسبوعية التي يذهبون إليها ، ويمتاز باعة الملابس النسائية وباعة الأواني المنزلية والمفروشات عن بقية باعة الأنواع البضائع الأخرى في ذهابهم إلى كل الأسواق الأسبوعية ، ويليه من حيث الانتشار المكاني باعة الملابس الرجال وباعة المواد الغذائية ، ثم يأتي بعد ذلك باعة الخضار والفاكهة وباعة الأنواع الأخرى من البضائع كالألعاب الأطفال والبذور والأشجار الزراعية ، وفي كل الحالات يتضح تأثير الأسواق الكبيرة على اجتذاب الباعة إليها .

ومن الجدير بالذكر هنا ما تم ملاحظته من أن هناك العديد من الذين يسكنون في نفس المدينة أو القرية ويبيعون نفس البضاعة لا يذهبون إلى نفس الأسواق الأسبوعية التي تعقد في نفس اليوم ، بل ينتشرون في عدة أسواق ، فمثلا باعة الملابس واللوازم النسائية الذين يسكنون في مدينة المبرز وعددهم سبعة عشر بائعا لا يذهبون جميعا إلى نفس الأسواق التي تعقد في نفس اليوم ، وفي هذه النتيجة تأييد عملي لما توقعه ميكيم (Mckim, 1972) في دراسته لنظام الأسواق في شمال شرق غانة ، ولكنه لم يقدم دليلا فعليا عليه .

لقد وصف ميكيم (Mckim. 1972; 342) تعدد الأنماط المكانية لحركة الباعة في تلك الأسواق بقوله :

«مع أن هناك بعض الأنماط المعينة من المسالك التي يسلكها عادة عدد كبير من الباعة للذهاب إلى الأسواق الأسبوعية ؛ إلا أنه من غير المألوف التشابه التام بين الباعة في حركتهم

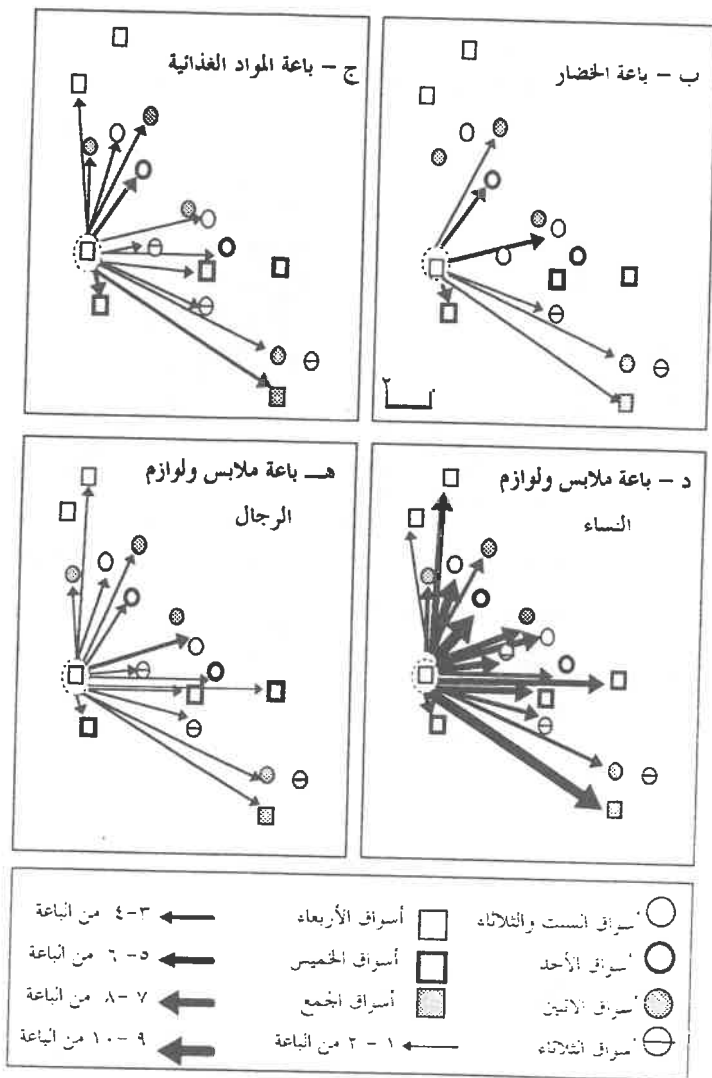
شكل رقم (٨-أ): النمط المكاني لحركة باعة الأسواق الأسبوعية الساكنين في مدينة المبرز «كل البضائع»



← أقل من ٦ باعة	□ أسواق الأربعاء	○ أسواق انستت والثلاثاء
← ٦ - ١٠ باع	□ أسواق الخميس	○ أسواق الأحد
← ١١ - ١٥ باع	■ أسواق الجمعة	● أسواق الاثنين
← أكثر من ١٥ باع		⊖ أسواق الثلاثاء

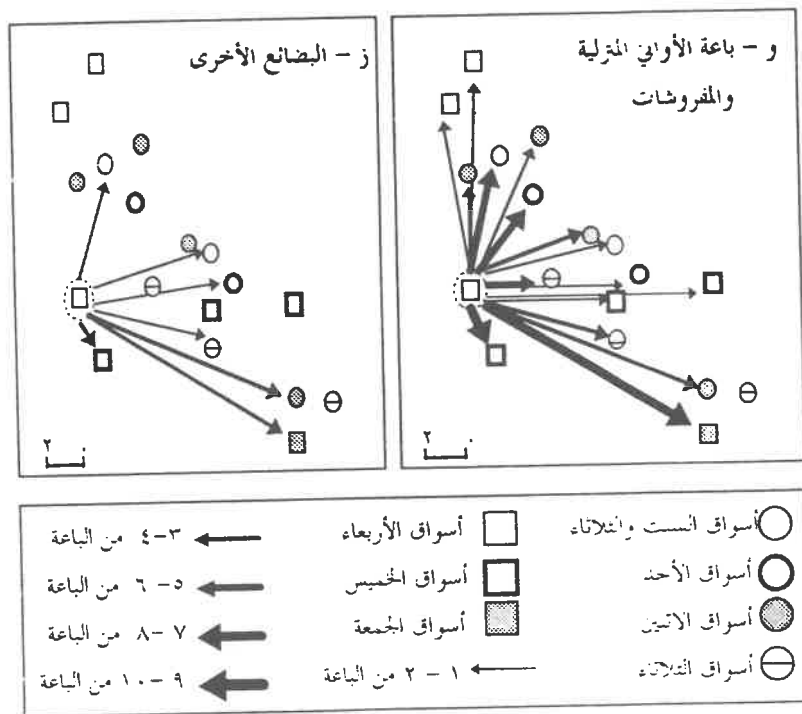
المصدر: من عمل الباحث بناء على البيانات الميدانية (١٤١٨هـ)

تابع شكل رقم (٨): الأنماط المكانية لحركة باعة الأسواق الأسبوعية الساكنين في مدينة المبرز إلى الأسواق الأسبوعية*



المصدر: من عمل الباحث بناء على البيانات الميدانية (١٤١٨هـ).
 x للتعرف على أسماء المراكز العمرانية انظر الشكل رقم (٨-أ)

تابع شكل رقم (٨) : الأنماط المكانية لحركة باعة الأسواق الأسبوعية الساكنين في مدينة المبرز إلى الأسواق الأسبوعية



المكانية ، ففي أي يوم من أيام الأسبوع يمكن أن يكون هناك ثلاثة إلى أربعة أسواق أسبوعية تعقد ضمن محيط دائرة لا يتجاوز قطرها خمسين ميلا ، وهي مسافة يسهل قطعها بواسطة السيارات التي تنقل الباعة وبضائعهم إلى الأسواق ، وحتى الباعة الذين يسكنون في نفس المركز العمراني (أي في نفس القرية أو المدينة) ويبيعون نفس البضائع ربما لا يذهبون كلهم إلى البيع في نفس الأسواق» (١٧) .

ثالثا - العوامل المؤثرة في اختيار الباعة للأسواق الأسبوعية:

بما أن هناك أكثر من سوق أسبوعي يعقد في كل يوم من أيام الأسبوع فإنه من المتوقع أن تكون هناك عوامل (أو أسباب) تؤثر على اختيار الباعة لأسواق بعينها ، فقد يختار السوق لكبر حجمه مقارنة بالأسواق التي تعقد في نفس اليوم ، أو لقرب موقعه من مقر سكن البائع ، أو لأسباب اجتماعية كمعرفة البائع بالمتسوقين ، وللتعرف على هذه العوامل تم سؤال الباعة عن أهم الأسباب التي تجعلهم يختارون سوقا بعينه (أو أسواقا بعينها) للبيع فيه فجاءت الإجابات متباينة ، فبعض الباعة ركز على سبب واحد والبعض الآخر ذكر عدة أسباب مجتمعة تؤثر في اختيارهم للأسواق الأسبوعية التي يبيعون فيها .

ويحتوي الجدول رقم (٢٠) على إجابات أفراد العينة مرتبة حسب أهميتها في اختيار السوق ، وكما يتضح من الجدول فإن تعود البائع على الذهاب إلى سوق بعينه تلعب دورا رئيسيا في اختيار ذلك السوق ، فهناك ما يقرب من ٧٥٪ من الباعة ذكروا هذا العامل في اختيارهم للسوق

جدول رقم (٢٠) : العوامل المؤثرة في اختيار الباعة للأسواق الأسبوعية

رأي البائع				
نعم	%	لا	%	العوامل المؤثرة في اختيار الأسواق
١٤٧	٧٥,٠	٤٩	٢٥,٠	تعود البائع على المحي للسوق
٨٤	٤٢,٩	١١٢	٥٧,١	حجم السوق
٦٧	٣٤,٢	١٢٩	٦٥,٨	معرفة المتسوقين
٤٩	٢٥,٠	١٤٧	٧٥,٠	وجود مكان مخصص للبائع
٣٢	١٦,٣	١٦٤	٨٣,٧	قرب السوق من مكان سكن البائع

المصدر : البيانات الميدانية (١٤١٨هـ -)

قيمة مربع كاي = ١٠٣,٥٧ درجة الحرارة = ٤ مستوى الدلالة ٠,٠٠٠

جدول رقم (٢١) : تفصيل للعوامل المؤثرة في اختيار الباعة للأسواق الأسبوعية

العامل أو العوامل المؤثرة في اختيار السوق	التوزيع التكراري للإجابات
التعود وحجم السوق	٣٦
التعود فقط	٢٧
التعود وحجم السوق ومعرفة المتسوقين	٢٤
التعود ومعرفة الزبائن	١٣
التعود ووجود مكان مخصص للبائع في السوق	١٣
وجود مكان مخصص للبائع في السوق	١٢
التعود ومعرفة المتسوقين ووجود مكان مخصص للبائع	٨
معرفة المتسوقين فقط	٧
المسافة بين مقر سكن البائع والسوق فقط	٥
حجم السوق فقط	٥

المصدر : البيانات الميدانية (١٤١٨ هـ).

x تم الاكتفاء بالإجابات التي يزيد تكرارها على أربع إجابات .
قيمة مربع كاي = ٦٦,٣٩ درجة الحرية = ٩ مستوى الدلالة = ٠,٠٠٠

ويلي عامل التعود من حيث الأهمية كل من : حجم السوق ، ووجود زبائن معينين للبائع ، ووجود مكان مخصص للبائع على التوالي ، أما المسافة بين سكن البائع والأسواق المختارة فنسبة من قالوا بأنها سبب من أسباب اختيارهم للأسواق الأسبوعية تعد قليلة نسبياً (٣, ١٦٪) مقارنة بأولئك الذين لم يروا أن المسافة كافية لاختيار السوق (٧, ٨٣٪) ، ولعل تفسير ذلك يعود إلى قصر المسافات التي تفصل بين المراكز العمرانية في الواحة ، وسهولة الطرق التي تصل بين هذه المراكز ، وتوافر وسائل النقل لدى الغالبية العظمى من الباعة .

ويحتوي الجدول رقم (٢١) على تفصيل أكثر لهذه العوامل ، إذ يمثل تكرارية الإجابة على كل عامل بمفرده أو بالاشتراك مع عوامل أخرى ، ونلاحظ من هذا اشتراك أكثر من عامل في

اختيار الباعة للأسواق الأسبوعية ، ولا سيما التعود على المحيى إلى السوق ، فهو عامل مشترك مع أكثر من عامل من العوامل المؤثرة الأخرى ، ومهما تكن الخلفية التي أدت إلى هذا التعود (سواء اقتصادية ، أو مكانية ، أو اجتماعية) فإنه مؤشر على ثبات أنماط حركة البيع في الأسواق الأسبوعية .

وتدل نتائج مربع كاي الأحادي أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية في تكرارية (أو أهمية) العوامل المؤثرة في اختيار الأسواق الأسبوعية سواء كانت هذه التكرارية لكل عامل على حدة كما يتبين ذلك من الجدول رقم (٢٠) ، أو بالاشتراك مع العوامل الأخرى كما يتضح ذلك من بيانات الجدول رقم (٢١) ، وبهذا يمكننا رفض الفرضية البحثية السادسة والقول بأن هناك فروق إحصائية بين العوامل المؤثرة على اختيار الباعة للأسواق الأسبوعية

الخلاصة والتوصيات

أ- الخلاصة:

على الرغم من العدد الكبير من الدراسات والأبحاث التي تناولت الأسواق الأسبوعية ؛ إلا أن هناك بعض الموضوعات التي لم تعط ما تستحقه من الدراسة ، ومن هذه الموضوعات سلوكيات الباعة وحركاتهم المكانية في الأسواق الأسبوعية ، إضافة إلى أن الدراسات التي بحثت في حركات الباعة في هذه الأسواق لم تحاول أن تربط بني هذه التحركات والعوامل المؤثرة فيها ؛ لذا جاءت في معظمها مجرد وصف لهذه الحركات ، ومعظم الدراسات التي تناولت حركات الباعة اتخذت من الأسواق الدورية الأفريقية والآسيوية مجالا جغرافيا لتطبيقاتها ، فالمتبع لأدبيات الأسواق الدورية يلحظ نقصا واضحا في الدراسات التي تناولت ظاهرة حركة الباعة وسلوكياتهم في الأسواق الأسبوعية التي تعقد في البلاد العربية بصفة عامة ، والمملكة العربية السعودية على وجه الخصوص .

لذا جاءت هذه الدراسة بغرض التعرف على العوامل المؤثرة في حركة الباعة وسلوكياتهم المكانية في واحة الأحساء وتحليل الأنماط المكانية المترتبة عليها ، ولتحقيق هذا الهدف تم وضع إطار نظري وتطوير عدد من المفاهيم المتعلقة بنوعية الأنماط المكانية لحركة الباعة في الأسواق الأسبوعية ، ومن خلال هذا الإطار تم صياغة عدد من الفرضيات البحثية ، ولقد تم اختبار هذه الفرضيات بتوظيف عدد من الأساليب الإحصائية على بيانات تم الحصول عليها من عينة عشوائية تمثل الباعة في أسواق الأحساء الأسبوعية .

ولقد جاءت معظم نتائج الدراسة متفقة والتوقعات النظرية ، فقد اتضح من خلال البحث أن هناك ما يقرب من ستة وثلاثين سوقا أسبوعيا تعقد في أماكن مختلفة من واحة الأحساء ، وأن أكبر هذه الأسواق حجما وأكثرها عددا (عشرون سوقا) وانتشارا مكانيا تعقد في الساعات الأولى من النهار (أي ما بين الساعة السابعة صباحا والثانية عشرة ظهرا تقريبا) ، ويبلغ متوسط عدد الأسواق الأسبوعية التي يبيع فيها أفراد العينة سبعة أسواق ، بانحراف معياري قدره سوقان تقريبا ، مما يشير إلى وجود تباين بين الباعة في عدد الأسواق التي يبيعون

فيها أسبوعيا .

كما دلت النتائج على أن هناك عددا من العوامل التي ترتبط إحصائيا بعدد الأسواق التي يذهب إليها الباعة كل أسبوع ، هذه العوامل هي : أعمال الباعة ، ومدة البيع في الأسواق الأسبوعية ، والطلب على وقت البائع ، ونوعية البضاعة التي يبيعها الباعة في الأسواق الأسبوعية ، فكلما كبر عمر البائع أو طالت مدة بيعه في الأسواق الأسبوعية كلما قل عدد الأسواق الأسبوعية التي يزورها للبيع فيها أسبوعيا ، وكما هو متوقع فإن الباعة الذين يملكون محلات (أو متاجر) ثابتة للبيع يبيعون في أسواق أسبوعية أقل من الباعة الذين ليس لديهم مثل هذه المحلات أو مهن أخرى إلى جانب البيع في الأسواق الأسبوعية ، ولنوعية البضاعة التي يبيعها الباعة علاقة إحصائية قوية بعدد الأسواق الأسبوعية التي يذهب إليها الباعة . ويتميز باعة الملابس واللوازم النسائية - على وجه الخصوص - بكونهم أكثر الباعة ترددا للأسواق الأسبوعية التي يذهبون إليها ، لهذا ليس غريبا أن تدل النتائج على أن الصفة الغالبة على الأسواق الأسبوعية المسائية (التي تعقد بعد صلاة العصر إلى وقت غروب الشمس) هي أنها أسواق لبيع المستلزمات النسائية .

كما أشارت النتائج بوضوح إلى الانتشار المكاني الكبير لمهنة البيع في الأسواق الأسبوعية بين سكان واحة الأحساء . ولا يقتصر سكن الباعة على المدينتين الرئيسيتين في الواحة (الهفوف والمبرز) ؛ بل إنهم ينتشرون مكانيا في العديد من المراكز العمرانية الأخرى التي تتباين في مواقعها وأحجامها السكانية .

ولقد اتضح من تحليل الأنماط المكانية لحركة الباعة في واحة الأحساء أن هذه الأنماط تنتمي إلى ما يعرف برحلة البيع اليومية التي يتجه فيها الباعة من مساكنهم يوميا إلى الأسواق الأسبوعية ثم يعودون بعد انتهاء ساعات السوق إلى مقر سكنهم مرة أخرى ، وهكذا تتكرر الرحلة من يوم إلى آخر من أيام الأسبوع ، ويتأثر الشكل النهائي لهذه الأنماط بعاملين مهمين هما : عدد الأسواق التي يذهب إليها الباعة أسبوعيا ومقر سكن الباعة بالنسبة لمواقع الأسواق الأسبوعية .

وبناء على هذين العاملين أمكننا التمييز بين نوعين رئيسيين من الأنماط المكانية هما : النمط الإشعاعي والنمط شبه الإشعاعي ، ويتمثل النمط الإشعاعي غالبا في حركة الباعة

الذين يسكنون في مراكز عمرانية تقع داخل الواحة (أي تحيط بها الأسواق الأسبوعية من جوانبها المختلفة) كقرية البطالية ، أما النمط شبه الإشعاعي فتكونه حركة الباعة الذين يقطنون في مراكز عمرانية تقع على أطراف الراحة كمدينة المبرز .

وتشير النتائج إلى تأثير هذين النمطين (الإشعاعي وشبه الإشعاعي) في تفصيلاتهما بنوعية البضاعة التي يبيعها الباعة في الأسواق الأسبوعية ، فعلى سبيل المثال ، باعة الملابس واللوازم النسائية في أي مركز عمراني يذهبون للبيع في أكثر الأسواق الأسبوعية مقارنة بباعة البضائع الأخرى ؛ لذا تأتي أنماط تحركاتهم المكانية أكثر كثافة من غيرهم ، وكما أشرنا سابقا فإن لنوعية البضاعة علاقة إحصائية قوية بعدد الأسواق التي يبيع فيها الباعة أسبوعيا .

ومن النتائج الجديرة بالذكر هنا هو ما تم التوصل إليه في أن الباعة الذين يسكنون نفس المركز العمراني لا يتشابهون كثيرا في تحركاتهم المكانية الأسبوعية ، حتى وإن كانوا يبيعون نفس البضاعة ، ولقد تم تحليل هذه النتيجة بتعدد الأسواق الأسبوعية التي تعقد يوميا في واحة الأحساء ، وتنوع البضائع التي تباع فيها ، وبتعدد الخيارات المتاحة أمام الباعة يوميا ، فالتحركات مرتبطة بسلوكيات الباعة ، وهذه النتيجة تتفق وما توقعه نظريا ماكيم (Mack-im, 1972) في دراسته لأسواق شمال شرق غانا ؛ إلا أنه لا يورد شواهد ميدانية عليه .

ولقد دلت النتائج على وجود عدد من العوامل التي تؤثر في اختيار الباعة للأسواق الأسبوعية ، وتأتي في مقدمة هذه العوامل من حيث الأهمية تعود الباعة على الذهاب لأسواق معينة ، وتتنوع أهمية هذا العامل باشتراكه مع عوامل أخرى تؤثر على اختيار الأسواق كحجم السوق ، ومعرفة المتسوقين ، ووجود مكان مخصص للبائع في السوق ، ونظرا لقرب المسافة بين المراكز العمرانية في واحة الأحساء ؛ جاء عامل المسافة كأقل العوامل تأثيرا في اختيار الأسواق الأسبوعية .

ب - التوصيات:

هناك عدد من التوصيات البحثية والعملية التي يمكن أن تثرى أدبيات الأسواق الدورية في واحة الأحساء وغيرها ، ومن هذه التوصيات إجراء بحوث مماثلة على سلوكيات الباعة وتحركاتهم المكانية في مناطق أخرى تقام فيها أسواق دورية للتأكد من مدى انطباق ما

توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج ، فاختبار نتائج الدراسات في بيئات متشابهة أو متباينة وسيلة من الوسائل المتبعة علميا في الوصول إلى التعميم وبالتالي بناء النظريات العلمية .

تناولت هذه الدراسة جانب العرض من الأسواق الأسبوعية في واحة الأحساء ؛ وذلك بتركيزها على الباعة وسلوكياتهم المكانية ، ولكي تكتمل الصورة لابد من البحث في جوانب الطلب ، ويتم ذلك بإفراد بحث يدرس طبيعة التسوق في الأسواق الأسبوعية ، وخصائص المتسوقين الاقتصادية والاجتماعية والسلوكية والمكانية في هذه الأسواق .

ومن الجدير بالدراسة ما لاحظته الباحثة من إجابات عينة الباعة على ثلاثة أسئلة في الاستبيان (انظر الملحق رقم ٣) والتي لم تناقش في هذه الدراسة ؛ لعدم علاقتها بأهداف البحث ، هذه الأسئلة تتعلق بآراء الباعة حول مدى استمرارهم في البيع في الأسواق الأسبوعية ، وحول تعليلهم لكثرة الأسواق والباعة فيها ، وحول وجود مهنة سابقة لهم قبل البيع في الأسواق الأسبوعية ، فهناك ما يقرب من ٥٤٪ من الباعة في الأسواق الأسبوعية كانت لديهم حرف أخرى قبل البيع في الأسواق الأسبوعية ، فبعضهم كان يعمل في الفلاحة (حوالي ١٦٪ من الباعة) ، والبعض الآخر (حوالي ٣٦٪) كان يعمل في مهن حرفية كالخياطة ، والنجارة ، والحداة ، والأعمال الكهربائية ، والسباكة ، وأعمال البناء ، والمقاولات ، وهناك ما يقرب من (٤٠٪) من الباعة يرون أن البيع في الأسواق الأسبوعية مهنة مؤقتة بالنسبة لهم (أي ريشما يحصلون على مهن أو وظائف أخرى) ، ويرى غالبية الباعة (٦٠٪) أن تزايد عدد الأسواق والباعة فيها خلال السنوات القليلة الماضية ناجم عن عدم وجود خيارات وظيفية أخرى .

ومن المؤكد أن هذه الإجابات لا تكفي لتكوين رأي علمي حول مدى استمرارية الأسواق الأسبوعية وتأثيرها في واحة الأحساء ؛ لكنها تثير عددا من التساؤلات التي تستدعي دراسة (أو دراسات) مستفيضة ليس فقط حول وظيفة الأسواق الأسبوعية كمجال عمل لمن ليس لديهم القدرة أو الوسيلة للحصول على أعمال أخرى ؛ بل حول الفرص الوظيفية بشكل عام ، فهل تحول بعض الباعة للبيع في الأسواق الأسبوعية من حرف (أو مهن) أخرى تحول اختياري مدفوع بفرص اقتصادية يوفرها لهم البيع في الأسواق الأسبوعية مقارنة بحرفهم السابقة؟ أو أن التحول تحول إجباري ناجم عن عدم القدرة على الاستمرار في حرفهم

السابقة لسبب أو لآخر؟ لماذا يرى بعض الباعة أن مهنة البيع في الأسواق الأسبوعية مهمة مؤقتة؟ ما الذي يدعو غالبية الباعة إلى القول إن كثرة الباعة في الأسواق ناجم عن عدم وجود فرص عمل أو مهن أفضل اقتصاديا؟ هل لتزايد العمالة الأجنبية الملحوظة في واحة الأحساء دور في تقليص فرص العمل أمام السعوديين في الواحة بمنافستهم مهنيا واقتصاديا؟

قال أحد باعة الملابس النسائية في قرية البطالية : «كنت أعمل نجارا في قطاع البناء مع أحد شركات القطاع الخاص وبراتب جيد ، ثم جاءت الشركة بالعمالة الآسيوية الرخيصة ففقدت العمل ، لم أتمكن من الحصول على وظيفة في القطاع الحكومي ؛ فليس لدي شهادة علمية ، والانتظار للحصول على أعمال لا تتطلب شهادات علمية طويل جدا ، البيع في الأسواق الأسبوعية مصدر رزقي الوحيد ، وكما ترى فالباعة كثيرون والزبائن قليلون والمكسب لا يكاد يفي بالتزاماتي العائلية الأساسية ، الأعمال المربحة تحتاج رؤوس أموال كثيرة ، وأنا والكثير من أمثالي لا يملكون ذلك » ، بقي أن نقول إن هذا البائع في الخامسة

المراجع

المراجع العربية:

- ١- اليوسف ، محمد طاهر (١٤١٩ هـ) العلاقات المكانية والزمنية للأسواق الأسبوعية وخصائصها الجغرافية في واحة الأحساء بالمملكة العربية السعودية ، بحوث جغرافية ، الجمعية الجغرافية السعودية ، رقم ٣١ .
- ٢- مصلحة الإحصاءات العامة (بدون تاريخ) النتائج الأولية للتعداد العام للسكان والمساكن لعام ١٤١٣ هـ ، وزارة المالية والاقتصاد الوطني ، الرياض .
- ٣- مكّي ، محمد شوقي بن إبراهيم (١٩٨٥ هـ) ، «الأسواق الدورية في إمارة ينبع في غرب المملكة العربية السعودية : دراسة جغرافية تطبيقية في السوق» ، دراسات ، ١١ : ١٦١-٢٠٥ .

المراجع الأجنبية:

- 1- Adalemo, I. A. (1975) Traders, Travel Patterns, Marketing Rings and patterns of Market Shift Nigerian Geographical Journal, 18, pp. 17-26.
- 2- Al-Elawy, I. (1976) The Influence of Oil Upon Settlements in Al-Hasa Oasis, Saudi Arabia, Unpublished Ph.D. Thesis, University of Durham, England.
- 3- Al-Zahrani A.S. (1989) Periodic Markets and the Trade system in Al-Baha Province, Saudi Arabia, Unpublished Ph.D. Thesis, Southampton University, England.

4 - Blalock, H.M. (1960) Social Statistics, New York: McGraw-Hill.

5 - Bohle, H.G. (1981) Diversity of Commodity Flows in a South Indian Weekly Market System: Spatio-Temporal Patterns and Functional Implications The Deccan Geographer, XIX, No. 1:2-18.

6 - Bromely, R.J. (1971) Markets in the Developing Countries: A Review, Geography, 56:124-132.

7- Bromely, R.J. (1974) The Organization of Quito's Urban Markets: Towards A Reinterpretation of Periodic Central Places, Transactions of the Institute of British Geographers, 62:54-70.

8 - Bromely, R.J. (1976) Contemporary Market Periodicity in the Highlands of Ecuador, in C.A. Smith (ed.) Regional Analysis, vol. I, Economic System, Academic Press, New York, pp. 91-122.

9 - Chruch, P.E. (1970) Traditional Agriculture Markets in Guatemala: Unpublished ph.D. Thesis, University of Oregon, Eugene.

10 - Harris, B. (1975) Poverty Cast and the Rurality of Transactions: a Speculative Explanation for Periodic Marketing in North Tamil Nadu, India, paper presented to Indo-British Geographical Seminar, Cambridge. U.K.

11- Hay, A.M. (1977) Some Alternatives in the Economic Analysis of Periodic Marketing, Geographical Analysis,

9:72-79.

12 - Hill, P. and R.H.T. Smith (1972) The Spatial and Temporal Synchronization of Periodic Markets: Evidence from Four Emirates in North Nigera. *Economic Geography*, 48: 345-355.

13- Hodder, B.W. (1957) Distribution of Markets in Yoruba Land, *Scouish Geographical Magaine*, 81: 48-58.

14 - Hodder, B.W. (1961) Rural Periodic Day Markets in Part of Yoruba Land, *Transaction of the Institute of British Geographers*, 29:149-151.

15 - Mansory, M.A. (1977) Periodic Markets in the Southwest Region of Saudi Arabia: A stuidy in Human Geography, Unpublished M.A Thesis, Michigan State University.

16 - Mckim, W. (1972) The periodic Market System in Northern Ghana, *Economic Geography*, 48:333-349.

17- Park, S. (1981) Rural Development in Korea: the Role of Periodic Markets, *Economic Geography*, 57: 113-126.

18 - Shryock, H.S., J.S. Siegel and Associates (1976) *The Methods and Materials of Demography* (abridged ed.) New York: Acadimic press.

19 - Shinner, G.W. (1964) Marketing and Social Structure in Rural China, Part 1, *Journal of Asian Studies*, XXIV, No. 1:3-43.

- 20 - Smith, R.H.T. (1978) Market-Place Trade: Periodic Markets, Hawkers, and Traders in Africa, Asia, and Latin America, Center for Transportation studies, University of British Columbia, Vancouver, Canada.
- 21 - Smith, R.H.T. (1979) Periodic Market-Places and Periodic Marketing: Review and prospect - I, Progress in Human Geography, 4:1-31.
- 22 - Smith, R.H.T. (1980) Periodic Market Place and Periodic Marketing: Review and Prospect, II, Progress in Human Geography, 3:471-505.
- 23 - Tamaskar, B.G. (1966) The weekly markets of Sagar-Damoh plateau, National Geographical Journal of India, Vol. 12, pp. 38-50.
- 24 - Wanmali, Sudhir (1981) Periodic Markets and Rural Development In India, B.R. publishing Corporation, Delhi. india .
- 25 - Waterbury, R.G. (1986) The traditional market in a provincial urban setting: Oaxaca, Mexico: unpublished Ph.D. disrtation, University of California, Los Angeles

الملحق رقم (١)

البضائع والأمتعة التي تباع في أسواق الأحساء الأسبوعية

المجموعات	%	عدد الباعة	نوع البضاعة
١	٩, ٢	١٨	خضار وفواكه متنوعة
٢	٩, ٢	١٨	مواد غذائية ومعلبات (كالأرز، والسكر، وعلب الطماطم)
٢	٤, ١	٨	بسكويت وحلويات شرقية (كالزلاية والكعك والكيك)
٢	٣, ١	٦	حب ومكسرات (كفستق، والكازو، والبندق وغيرها)
٢	٠, ٥	١	بهارات متنوعة
٢	١, ٥	٣	أسماك جافة
٣	١٠, ٢	٢٠	ملابس جاهزة للنساء والفتيات
٣	١٦, ٣	٣٢	كماليات نسائية ومواد زينة
٣	٨, ٧	١٧	أقمشة نسائية
٣	٤, ١	٨	أحذية
٣	١, ٠	٢	عباءات نسائية
٤	٥, ٦	١١	ملابس جاهزة للرجال والأولاد
٤	٣, ١	٦	ساعات وعطور وعود وبخور
٥	٢, ٦	٥	معارض (بطانيات، مخاد، أسرّة . . .)
٥	٨, ٧	١٧	أوان منزلية (أدوات الطبخ وإعداد السفرة)
٦	٤, ١	٨	صناعات يدوية وأدوات زينة (أوان فخارية، سلال، . .)
٦	٢, ٠	٤	العباب أطفال
٦	١, ٠	٢	كتب وأدوات مدرسية
٦	١, ٥	٣	لوازم سيارات ونجارة وكهرباء وحدادة
٦	١, ٥	٣	أشجار وبذور زراعية
٦	٢, ٠	٤	حمام ودواجن
	٪١٠٠	١٩٦	المجموع

المصدر: البحث الميداني (١٤١٨هـ).

* المجموعات التي تم تصنيف البضائع على أساسها في متن البحث

الملحق رقم (٢)

المراكز العمرانية بواحة الاحساء التي يزيد عدد سكانها على ١٠٠٠ نسمة لعام ١٤١٣ هـ .
وتقديراتها السكانية لعام ١٤١٩ هـ

المسلسل	المركز العمراني	السكان عام ١٤١٣ هـ	السكان لعام ١٤١٩ هـ
١	الهفوف	٢٢٥٨٤٧	٢٩٥٨٤٢
٢	المبرز	٢١٩١٢٣	٢٨٧٠٤٣
٣	العيون	٢١٧٩٥	٢٦٨٨٨
٤	الطرف	١٨٠٠٦	٢٢٢١٤
٥	الحليّة	١٣٩٨٣	١٧٢٥٠
٦	البطالية	١٣٣٦٢	١٦٤٨٤
٧	الشعبة	١٣٢٧١	١٦٣٧٢
٨	العمران	١٣١٠٤	١٦١٦٦
٩	الميوّلة	١١٢٥٧	١٣٨٨٨
١٠	القرين	١٠٦٧٧	١٣١٧٢
١١	الجثّة	٩١٣٧	١١٢٧٢
١٢	القارة	٨٥٥٣	١٠٥٥١
١٣	الجفر	٨٢٠٦	١٠١٢٤
١٤	الكلابية	٧٦٢٧	٩٤٠٩
١٥	الجيل	٦٦١٨	٨١٦٤
١٦	المنصورة	٦٤٨٤	٧٩٩٩
١٧	الزميلة	٥٩٩٥	٧٣٩٦
١٨	التويثير	٥٩٣٣	٧٣١٩
١٩	الفضول	٥٧٢٤	٧٠٦٢

المصدر : * التعداد العام لسكان المملكة العربية السعودية لعام ١٤١٣ هـ .

* تقدير عدد السكان لعام ١٤١٩ هـ على افتراض معدل زيادة سنوية - ٥ ٪، لمدينتي الهفوف والمبرز و ٥ ٪، ٣ ٪ لبقية المراكز العمرانية .

تابع الملحق رقم (٢)

المراكز العمرانية بواحة الاحساء التي يزيد عدد سكانها على ١٠٠٠ نسمة لعام ١٤١٣ هـ .
وتقديراتها السكانية لعام ١٤١٩ هـ

المسلسل	المركز العمراني	السكان عام ١٤١٣ هـ	السكان لعام ١٤١٩ هـ
٢٠	المركز	٥٧٠٨	٧٠٤٢
٢١	المطيرفي	٥٦١٢	٦٩٢٣
٢٢	الحوطة	٥٤٩٧	٦٧٨٢
٢٣	الجليحة	٥٣٦١	٦٦١٤
٢٤	المراح	٥٠٧٥	٦٢٦١
٢٥	الجرن	٤٨٢٠	٥٩٤٦
٢٦	بني معن	٤٥٤١	٥٦٠٢
٢٧	الشقيق	٤٢٥٦	٥٢٥٠
٢٨	الدالوه	٣٠٩٧	٣٨٢١
٢٩	الشهارين	٢٩٩١	٣٦٩٠
٣٠	السباط	٢٨٢١	٣٤٨٠
٣١	المقدام	٢٠٦٥	٢٥٤٨
٣٢	أبونور	١٨٣٥	٢٢٦٤
٣٣	العرامية	١٤٨٩	١٨٣٧
٣٤	الوزيه	١٤٨٩	١٨٣٧
٣٥	الطربيل	١٣٠٦	١٦١١
٣٦	التهيمية	١١٨٦	١٤٦٣
٣٧	المزاوي	١٠١٢	١٢٤٨

المصدر : * التعداد العام لسكان المملكة العربية السعودية لعام ١٤١٣ هـ .

* تقدير عدد السكان لعام ١٤١٩ هـ على افتراض معدل زيادة سنوية - ٥ ، ٤٪ لمدينتي الهفوف والمبرز و ٣ ، ٥٪ لبقية المراكز العمرانية .

الملحق رقم (٣) : الاستبيان

- يوم السوق : وقت انعقاد السوق () الصباح () المساء
- مكان انعقاد السوق :
- الأسواق الأسبوعية التي يبيع فيها البائع خلال أيام الأسبوع : O دائرة على رقم السوق

اليوم	لأسواق الصباحية	الأسواق المسائية
السبت	١- سوق خيلة ٢- سوق الجليجلة	٢١- سوق العيون ٢٢- سوق حي المنقور (المبرز)
الأحد	٣- سوق قارة ٤- سوق الشعبة	٢٣- سوق حي محاسن- منطقة ٣ (المبرز) ٢٤- سوق المراح ٢٥- سوق الجفر
الاثنين	٥- سوق خفر ٦- سوق الكلاية ٧- سوق الشقيق ٨- سوق الجرن	٢٦- سوق العمران ٢٧- سوق حي محاسن- منطقة ٢ (المبرز)
الثلاثاء	٩- سوق خيلة ١٠- سوق الجليجلة ١١- سوق البطالية ١٢- سوق الجشة ١٣- سوق المصورة	٢٨- سوق حي الراشدية (المبرز) ٢٩- سوق الخرس (المبرز)
الأربعاء	١٤- سوق المبرز ١٥- سوق المراح ١٦- سوق الوزية	٣٠- سوق العيون ٣١- سوق حي محاسن- منطقة ٣ (المبرز)
الخميس	١٧- سوق الهفوف ١٨- سوق العمران ١٩- سوق الجليل	٣٢- سوق حي الخرس (المبرز)
الجمعة	٢٠- سوق الطرف	٣٣- سوق حي الراشدية (المبرز) ٣٤- سوق حي المنقور (المبرز) ٣٥- سوق حي المحدود (الهفوف)

● لماذا تباع في هذا السوق بالذات؟ هل لأنه : (ضع إشارة / أمام إجابة البائع)

- ١- قريب من مكان سكنك .
 - ٢- كبير الحجم (كثرة الباعة والمتسوقين) .
 - ٣- لديك زبائن في هذا السوق .
 - ٤- وجود مكان مخصص لك في هذا السوق
 - ٥- تعودك على المحيئ لهذا السوق
 - ٦- سبب آخر وهو
- كم صار لك (أو مضى عليك) وأنت تزال البيع في أسواق الأحساء الأسبوعية (أو الشعبية)؟
- حوالي : سنة (أو سنوات) .
- هل تعتبر مزاولتك البيع في الأسواق الأسبوعية مهنة دائمة بالنسبة لك أو مؤقتة (أي حتى تحصل على عمل آخر)؟
- ١- أعتبر هذا مهنة دائمة
 - ٢- أعتبرها مهنة مؤقتة (ريثما أحصل على عمل آخر) .
- هل كنت تزال عملاً آخر (أو لديك مهنة أو حرفة أخرى) قبل مزاولتك البيع في الأسواق الأسبوعية؟

- ١- نعم كان لدي عمل آخر وهو
 - ٢- لم يكن لدي عمل آخر قبل مزاولتي البيع في الأسواق الأسبوعية :
- هل تزال عملاً آخر في الوقت الحاضر إلى جانب البيع في الأسواق الأسبوعية؟
- ١- نعم لدي عمل آخر وهو
 - ٢- لا يوجد لدي أي عمل آخر سوى البيع في الأسواق الأسبوعية .

● هل لديك مكان ثابت (محل أو متجر) تباع فيه بعض الأحيان إلى جانب البيع في الأسواق الأسبوعية؟

١- نعم لدي مكان ثابت لبيع ويقع في قرية/ مدينة

٢- لا يوجد لدي مكان ثابت للبيع .

● في رأيك ما هي أهم الأسباب التي أدت إلى كثرة الأسواق الأسبوعية وكثرة الباعة فيها في الوقت الحاضر؟
الأسباب هي -

١-

٢-

٣-

● ما هو مستواك التعليمي؟

١- أبني (لا يقرأ ولا يكتب) .

٢- يقرأ ويكتب دون شهادة .

٣- لديه الشهادة

● كم عمرك؟ حوالي سنة .

● أين مكان سكنك الدائم؟ (أي القرية أو المدينة التي تسكن فيها) :

١- يسكن في قرية :

٢- يسكن في مدينة :