

التحليل المكاني للأنشطة التجارية الترفيهية في بلدية المنصور (حي المتنبي)

أريج بهجت أحمد حسن

جامعة بغداد / كلية التربية ابن رشد للعلوم الإنسانية

areej.bahjah@ircoedu.uobaghdad.edu.iq

النشر : 2024/3/1

القبول : 2024/1/14

التقديم : 2023/12/12

Doi: <https://doi.org/10.36473/e9b58w19>This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

المخلص :

تأتي أهمية الدراسة من الصلة المباشرة بين الأنشطة التجارية الترفيهية وراحة الانسان، إذ تؤدي هذه الأنشطة إلى تخفيف ضغوطات الحياة فضلاً عن توفير الكثير من احتياجات سكان المدن ، لذا فإن دراستها ومعرفة مدى كفاءة أدائها الوظيفي تعد هدفاً مهماً للدراسة، ومن هنا جاءت أهم مشكلات الدراسة، وهي التباين المكاني للأنشطة التجارية الترفيهية وتباين أداءها الوظيفي ومستوى كفاءتها، أما الإجراءات التي تم استخدامها للإجابة على أهم تساؤلات الدراسة؛ فجاءت من خلال الدراسة الميدانية واستخدام استمارة استبيان لعينة مكونة من (١٤٣٩) استمارة، ومن أهم ما توصلت له الدراسة انتشار الأنشطة التجارية الترفيهية وتوسعها في مدينة بغداد وشوارع حي المتنبي التي شهدت تطوراً في تلك الأنشطة وبلغ عددها (٣٤) نشاطاً موزعاً على جانبي شوارعه التجارية يرتادها (١٥٨٢٣٠) شخصاً / اسبوع ومن مختلف مناطق محافظته بغداد وبنسبة قليلة من المحافظات القريبة منها، لما لهذا الحي من أهمية كبيرة اكتسبها من تواجد تلك الأنشطة على جانبي شوارعه التجارية، ولا سيما مع تقديمها لأفضل الخدمات وبأسعار مناسبة نوعاً ما ، ولكن ارتفاع أعداد المرتادين أدى إلى ظهور الكثير من المشكلات التي حاولت الدراسة وضع الكثير من الحلول لها.

الكلمات المفتاحية: الأنشطة التجارية الترفيهية، الخدمات التجارية، تحليل مكاني، الخدمات الترفيهية، التباين المكاني .

Spatial analysis of commercial and recreational activities in the municipality of Al-Mansour (Al-Mutanabbi neighborhood)

Dr. Areej Bahjat Ahmed Hassan

University of Baghdad/ College of Education Ibn Rushd for Human Sciences

areej.bahjah@ircoedu.uobaghdad.edu.iq

Abstract :

The importance of the study comes from the direct link between recreational commercial activities and human comfort, as these activities lead to alleviating life's pressures. Therefore, studying them and knowing the extent of their functional performance is an important goal for the study. The problem of the study is the spatial variation of recreational commercial activities and the variation in their functional performance and level of efficiency. As for procedures The field study was a questionnaire for a sample consisting of (1439) questionnaires, and one of the most important findings of the study was the spread and expansion of commercial recreational activities in the city of Baghdad and the streets of Al-Mutanabbi neighborhood, which witnessed development in these activities, and the number reached (34) activities distributed on both sides of its commercial streets, frequented by (158,230). (people/week) and from various areas of Baghdad Governorate and a small percentage of the governorates close to it, due to this neighborhood's great importance gained from the presence of these activities on both sides of its commercial streets, but the high number of visitors led to the emergence of problems for which the study attempted to develop solutions..

Keywords: commercial entertainment activities, commercial services, spatial analysis, entertainment services ,spatial variation.

١-المقدمة

يحتل الترفيه في المدينة مكانة خاصة عند سكانها ، فالخدمات الترفيهية كانت وما تزال تؤدي دورًا مهمًا في حياتهم للترويح عن النفس بعد يوم أو أسبوع أو شهر كاملًا من العمل المتواصل والمسؤولية الاسرية ، ومع تعدد وتنوع الاستعمالات والخدمات الترفيهية وتطورها وتغيرها بمرور الوقت تغيرت رغبات السكان وأفراد الاسرة وحاجتهم من الخدمات الترفيهية، اذ لوحظ خلال السنوات الأخيرة توجه أغلب الاسر إلى (الخدمات التجارية الترفيهية) واقبالهم عليها لإشباع حاجتهم الترفيهية والنفسية كونها تجمع بين الخدمتين التجارية والترفيهية في الوقت نفسه من دون الحاجة إلى حصولهم على كل واحدة من الخدمات على حده ومن أهم تلك الأنشطة (المراكز التجارية المغلقة (المولات)، ومقاهي الانترنت، والكوفي شوب، الكافيتريات ،والمسارح) وغيرها كثيرًا من الأنشطة التجارية الترفيهية التي تطورت لتلبي تغير رغبات السكان وظروف الحياة ولأسباب أخرى.

١-١ مشكلة الدراسة :-

١. ما أبرز أنواع وأصناف الأنشطة التجارية الترفيهية في مدينة بغداد ومنطقة الدراسة؟

٢. كيف نشأة وتطورت الأنشطة التجارية الترفيهية في مدينة بغداد ومنطقة الدراسة؟
 ٣. ما التوزيع الجغرافي والتباين المكاني للأنشطة التجارية الترفيهية على جانبي الشوارع التجارية الترفيهية لمنطقة الدراسة؟
 ٤. ما الدور الوظيفي الذي تقدمه هذه الأنشطة للسكان المستفيدين من هذه الخدمة ومستوى كفاءتها؟
 ١- ٢ فرضية الدراسة :-

هناك أصناف وأنماط متنوعة من الأنشطة التجارية الترفيهية التي تمتاز مدينة بغداد ومنطقة الدراسة بوجودها، إذ تتوزع على مناطق وشوارع وأماكن مختلفة منها كما تتوزع بشكل متباين على جانبي الشوارع التجارية لمنطقة الدراسة، وانتشار تلك الأنشطة سيعمل على أداء دور وظيفي مهم لسكان منطقة الدراسة وسكان المناطق الأخرى، ولاسيما عند عدم رغبة السكان للذهاب إلى المتنزهات والحدائق العامة إلى جانب أنّ تحليل كفاءة الوصول إلى تلك الخدمة والأنشطة وكفاءة توقيتها المكاني في منطقة الدراسة ضرورة مهمة لتحقيق سهولة الوصول إليها والحصول عليها.
 ١- ٣ أهمية الدراسة:-

تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية الترفيه للإنسان، فالأنشطة الترفيهية ذات صلة مباشرة براحة الانسان وحالته النفسية للابتعاد عن مشاكل الحياة لذلك تعدّ دراستها ومعرفة مستوى كفاءة أدائها الوظيفي لسكان المدينة لتطوير خدماتها هدفا مهما للدراسة، وعليه تم اختيار أحد أحياء مدينة بغداد وهو حي المتنبي (أحد أحياء بلدية المنصور)، ويضم أهم الشوارع التجارية والتي تمتاز بتعدد وتنوع الأنشطة التجارية الترفيهية على جانبيها لتقييم درجة كفاءتها وخدمتها لسكان الحي والمناطق الأخرى للمدينة والقادمين إليها للترفيه والتسوق لإشباع حاجاتهم حتى يصبح بالإمكان تعميم التجربة على باقي أحياء المدينة في إشباع حاجاتهم من الترفيه والتسوق دون الحاجة للذهاب إلى مناطق أخرى للحصول عليها.

١-٤ حدود منطقة الدراسة :-

الحدود المكانية تتمثل بحي المتنبي ضمن بلدية المنصور في مدينة بغداد، أما الحدود الزمانية؛ فتشمل الدراسة الميدانية لواقع الحال لعام ٢٠٢٣ مع الرجوع لتاريخ نشأة الأنشطة والخدمات التجارية الترفيهية وتطورها في مدينة بغداد ومنطقة الدراسة.

١-٥ المفاهيم والمصطلحات:-

أولا : استعمالات الأرض الترفيهية:- صنفت هذه الاستعمالات من قبل الكثير من الباحثين بأنها رئة المدينة التي يتنفس من خلالها سكانها؛ لما توفره لهم من كفاية جمالية وراحة نفسية بعد عناء أيام أو ساعات العمل (ربيع، ٢٠١٩، ص ١٣٤) (Rabie,2019,p134)

ثانيا: الخدمات الترفيهية : هي تلك الفعاليات التي تقدم لسكان المدينة من أجل إشباع رغباتهم كافة، سواء أكانت (نفسية، أم صدرية، أم ذهنية ،) مع مراعاة الفئة العمرية والثقافية التي يتمتع بها (الدليمي، ٢٠٠٩، ص١٩٤) (Al-Dulaimi,2009,p194)

ثالثاً: الخدمات التجارية:- ويقصد بها تجارة الجملة والمفرد بمختلف اشكالها الثابت والمتحرك الدائم والمؤقت وتشمل جميع أنواع المواد الغذائية والسلع والمنتجات الصناعية والزراعية والأدوية وعلى شكل أسواق أو مراكز تجارية او محال أو دكاكين (الطيف ، ٢٠٠٩، ص ٩٢) (Al-taif,2009,p92).

ومما سبق يمكن أنّ نستنتج أنّ الأنشطة التجارية الترفيهية هي الأنشطة التي تجمع ما بين تقديم الخدمات التجارية والترفيهية في آن واحد، أي تقديم الترفيه والمأكولات والمشروبات بضمن، وبذلك فأنها لا تشمل المتنزهات والحدائق العامة ومدن الألعاب.

٢- تطور الأنشطة التجارية الترفيهية في مدينة بغداد وحي المتنبّي:

٢-١ نشأت وتطور الأنشطة التجارية الترفيهية في مدينة بغداد:-

ظهرت الأنشطة التجارية الترفيهية منذ نشوء وتطور مدينة بغداد، وبعد تأسيس الدولة العراقية في عشرينيات القرن الماضي تم إنشاء أول حديقة عرفت بحديقة المعرض بطراز حديث في منطقة باب المعظم وأنشأ فيها المسارح مع الأخذ بنظر الاعتبار تشجيرها (جاسم، ٢٠٠٤، ص ٢١) (Jassim,2004,P21)، وقد مثلت ذلك أولى صور الأنشطة والخدمات التجارية الترفيهية في آن واحد كونها تقدم الترفيه للمستهلك وأرباحاً للمنتج، وإن وجدت المقاهي التي كانت منتشرة أصلاً قبل تأسيس الدولة العراقية منذ العهد العثماني، والتي كان يطلق عليها (جاي خانة)، إذ تجمع ما بين النشاط التجاري لصاحب المقهى والترفيهي لسكان المدينة من الرجال، ولاسيما كبار السن لقضاء أوقات فراغهم وترفيههم هناك (بغداد، ٢٠٠٠، ص ٢١٩) (Bagdadi,2000,P219).

وبعد ذلك ومنذ منتصف القرن الماضي في الخمسينيات والستينيات منه بدأت تظهر أنواع وأشكال أخرى لهذه الأنشطة تمثلت بظهور دور السينما والكافيتريات والكاзиноهات ومن هنا بدأ يتحدد أكثر مفهوم الأنشطة التجارية الترفيهية بالأنشطة التي تلزم المستفيدين من الخدمة بالترفيه والتسوق معاً، أو تناول الأطعمة والمشروبات من الأماكن والمراكز التي تقدم الخدمة الترفيهية، وعلى الرغم من تواجد المسارح منذ بداية القرن الماضي لاحظ زيادة الأنشطة التجارية الترفيهية أعلاه في أعدادها وأشكالها، ومنذ ثمانينات القرن الماضي تطورت تلك الأنشطة أكثر فاكتر فظهرت أنواع أخرى، منها المراكز التجارية التي غلب فيها النشاط التجاري على النشاط الترفيهي سميت بالأسواق المركزية والتي تحتوي على مختلف أنواع السلع والخدمات اليومية الضرورية والشهيرة والمعمرة مع وجود وتخصيص أماكن للجلوس وتناول المشروبات في نطاق ضيق وانتشرت في الكثير من مناطق وأحياء مدينة بغداد، ومنها أحياء بلدية المنصور، وأهمها سوق العدل المركزي، وسوق العامل المركزي، وسوق المنصور المركزي (كاظم، ٢٠١٩، ص ٣٣) (KAZEM,2019,P33) وجميع هذه الأسواق والمراكز قريبة من منطقة الدراسة (حي المتنبّي)، ومن ثم استفادة سكان الحي من الخدمات التي تقدمها تلك الأسواق المركزية.

ومع اطلاق الاستعمال التجاري على الكثير من شوارع مدينة بغداد، ومنها شوارع منطقة الدراسة عام ١٩٨٣ (امانة بغداد، قرار مجلس الأمانة الفقرة ٢٧، ١٩٨٣) (Baghdad Municipality, Secretariat, Council Decisions, Paragraph 27, 1983). بدأت الأنشطة التجارية الترفيهية بالزيادة في أعدادها وأنواعها وأنشطتها، فاتخذت من الشوارع التجارية الرئيسية والثانوية موقعا لها، غير أنه بعد عام ٢٠٠٣ أخذت الأنشطة الحضرية بصورة عامة والأنشطة التجارية الترفيهية في المدينة بصورة خاصة بالتزايد بشكل كبير وملحوظ نتيجة التغيرات التي شهدتها البلاد بعد هذا العام والانفتاح على العالم الخارجي، إذ ظهرت أنماط من الأنشطة التجارية الترفيهية تمثلت (بمقاهي الانترنت، الكوفي شوب، المولات) تنظر صورة (١، ٢) وهي أنماط متطورة من الأنشطة التجارية الترفيهية، وكل واحدة من هذه الأنشطة تظم في بنائها مجموعة أنشطة تجارية ترفيهية، فالمولات تظم (الكافيتريات، والكوفي شوبات، وصلات الالعاب ودور العرض السينمائي) أما الكوفي شوب؛ فتجمع ما بين نشاط المقاهي سابقا والكافيتريات التي تقدم جميع أنواع المشروبات الساخنة والباردة وبصورة أخرى تعد الصورة الحديثة والمتطورة للمقاهي التقليدية القديمة، وتختلف عنها بأنها تمثل أماكن للترفيه للكبار والشباب، وأحيانا للنساء، إلى جانب ذلك توجد مقاهي الانترنت التي تقدم خدمة الانترنت والمشروبات معا، وصلات كمال الاجسام اللياقة البدنية والرشاقة (الجم) ومراكز الاستجمام والساونا والتي تمثل الصورة المتطورة والحديثة للحمامات العامة الشعبية التي كانت وما تزال منتشرة في الكثير من محلات بغداد التقليدية، كل هذه الأنشطة اسهمت في تطور مستوى الخدمات المقدمة من هذا النوع في جميع مناطق واحياء مدينة بغداد، وهذا أدى إلى ظهور مشكلات تخطيطية؛ بسبب الضغط

المتولد على استعمالات الأرض الأخرى في منطقة الدراسة (صبر، ٢٠٢٣، ص٢٠٣) (SABR,2023,P203).

صورة (١) مطاعم وكافيهات مول المنصور



صورة (٢) صالات الألعاب في مول المنصور



٢- نشأت وتطور الأنشطة التجارية الترفيهية في حي المتنبي:-

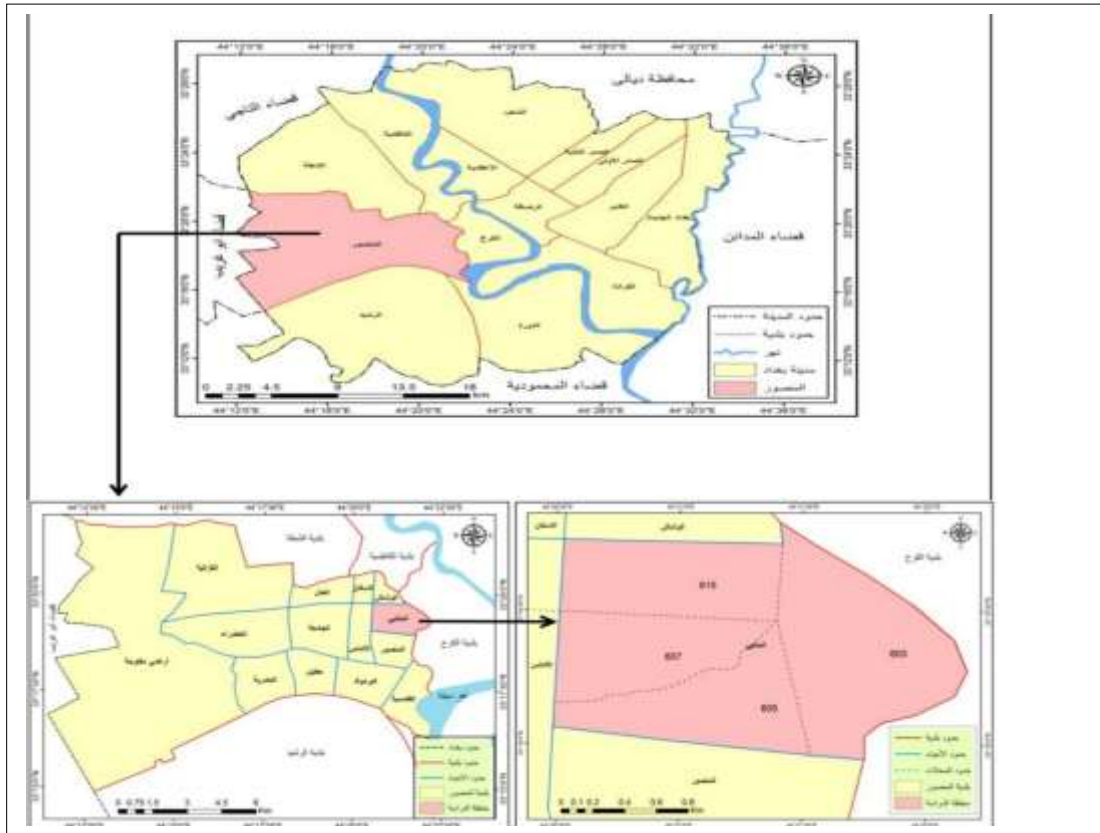
تعد بلدية المنصور أحد بلديات مدينة بغداد والتي اضيفت لها عام ١٩٤٦ ، وكانت تضم حي الوشاش وحي المنصور وبعد توزيع الأراضي على المواطنين عام ١٩٦٢، توسعت بلدية المنصور وظهرت فيها احياء جديدة، إذ انقسم حي المنصور على حيين؛ بسبب زيادة عدد سكانه ومساحته، وعرف الحي الآخر بحي المتنبي (بلدية المنصور، قسم التخطيط، ٢٠٢٣)، وكان يضم ثلاث محلات هي (٦٠٧، ٦٠٥، ٦١٥) ثم اضيف لها محلة (٦٠٣)، وكما موضح في الخريطة (١)، ومنذ نشأت حي المتنبي كان يضم بعض الخدمات التجارية الترفيهية منها سينما الفانوس السحري التي يرتادها طلاب المدارس، مع انتشار بعض المقاهي إلى

جانب حديقة عامة عرفت بحديقة ابو جعفر المنصور قرب ساحة ابو جعفر المنصور(سعيد، ٢٠١٢، ص ١١١) (SAEED,2012,111).

ومع اطلاق الاستعمال التجاري على شوارع مدينة بغداد في ثمانينات القرن الماضي، ومنها شوارع حي المتنبي كشارع ١٤ رمضان الذي يحيط بالحي وشارع أحمد عرابي المعروف بـ (شارع الرواد) وشارع الفرات المعروف بـ (شارع الزهور)، ومع تأسيس أولى الأسواق المركزية ضمن محلة (٦٠٥) وهو سوق المنصور المركزي والذي مثل نوع من أنواع المراكز التجارية الترفيهية المشابهة تقريباً للمولات الحديثة في الوقت الحالي، ثم ازدادت أهمية هذا الحي وأصبح من الأحياء التجارية في بلدية المنصور بشكل خاص ومدينة بغداد بشكل عام، ومن الشوارع والأحياء الترفيهية أيضاً، وازدادت أهميته بإنشاء الجامعات الأهلية كجامعه التراث والمأمون والنخبة، مما اسهم في زيادة الأنشطة التجارية الترفيهية وانتشارها في شوارع الحي التجارية لتلبية متطلبات فئات المجتمع المختلفة وبضمنهم طلاب الجامعات ولجميع مرتادي الحي من سكانه أو سكان أحياء مدينة بغداد الأخرى (دراسة ميدانية ، ٢٠٢٣) (A field study, 2023).

فأصبح هذا الحي بمحلاته وشوارعه مركزاً لجذب الكثير من الأنشطة الاقتصادية الحضرية والخدمات، ومنها الأنشطة والخدمات التجارية الترفيهية ما اسهم برفع أسعار العقارات ومعدلات الأيجار فيه باعتباره أحد الأحياء السكنية التجارية في مدينه بغداد.

الخريطة (١) أحياء بلدية المنصور وموقع حي المتنبي ومحلاته من البلدية



المصدر : بلدية المنصور ، شعبة نظم المعلومات الجغرافية ، ٢٠٢٣.

٣-التوزيع الجغرافي للأنشطة التجارية الترفيهية ومستوى كفاءتها الوظيفية في حي المتنبى / بلدية المنصور:

١-٣ التوزيع الجغرافي للأنشطة التجارية الترفيهية في حي المتنبى :-

صنف الباحثون والمتخصصون بجغرافية المدن الأنشطة التجارية الترفيهية إلى أنواع، بنحو تضم فيه جميع الأنشطة والأصناف التي تمارس النشاط التجاري بخدمة ترفيهية للسكان مقابل ثمن (عبد الله، ٢٠١٧، ص٨) (ABDULLAH,2017,P8) وقد صنفت بأنها النشاط الذي يقدم خدمة ترفيهية للمجتمع، كالموسيقى، والغناء، والرياضة، والمسارح، والمطاعم، ودور العرض، وساحات الألعاب، والمقاهي، والسهرات، ورحلات التنزه، وكلها مقابل ثمن يدفعه المترقب إلى صاحب تلك الأنشطة (الطيب، ٢٠٠٩، ص ١٣٨) (Al-taif,2009,p92). وصنفها سهام صديق خروفي أيضاً إلى كونها تضم كافة الأنشطة والخدمات التي تشمل المسارح والسينمات والمتاحف والقاعات الفنية (عروض فنية) وقاعات المناسبات والقاعات الرياضية والألعاب الالكترونية والمقاهي والكازينوهات والتسجيلات الصوتية والمرئيات (خروفي، ١٩٩٨، ص ٣٧) (SHERIFA,1998,P37) وبالاعتماد على الأصناف والأنماط السابقة، فإن أهم الأصناف التي تمارس الأنشطة التجارية الترفيهية على جانبي الشوارع التجارية في حي المتنبى، وهو ما يوضحه جدول(١):-

جدول(١) أعداد الأنشطة التجارية الترفيهية وأصنافها على جانبي الشوارع التجارية في حي المتنبى لعام ٢٠٢٣

ت	الشوارع التجارية	عدد الأنشطة*	%	صنف النشاط التجاري الترفيهي
١	شارع احمد عرابي (الرواد)	١٦	٤٧	مولات،كوفي شوبات ،مطاعم ترفيهية، صالات العاب،كافتريات
٢	شارع المنصور	٤	١٢	مولات، كوفي شوب ، صالات العاب
٣	شارع ١٤ رمضان	٣	٩	كوفي شوب ، صالات العاب،مرطبات وكافتريات
٤	شارع السبعواوي (أبو جعفر المنصور)	٩	٢٦	كوفي شوب ،حلويات ومرطبات ،بليارد، مطاعم ترفيهية
٥	شارع حي دراغ (العناب)	٢	٦	كوفي شوب ،صالات العاب، مطاعم ترفيهية
٦	شارع الفرات (الزهور)	/	/	/
	المجموع	٣٤	١٠٠%	/

المصدر: المسح الميداني للأنشطة التجارية الترفيهية في حي المتنبى للمدة من ١-٧/٧/٢٠٢٣.

* لمعرفة أهم الأنشطة التجارية الترفيهية واسماؤها في حي المتنبى ينظر ملحق (١).

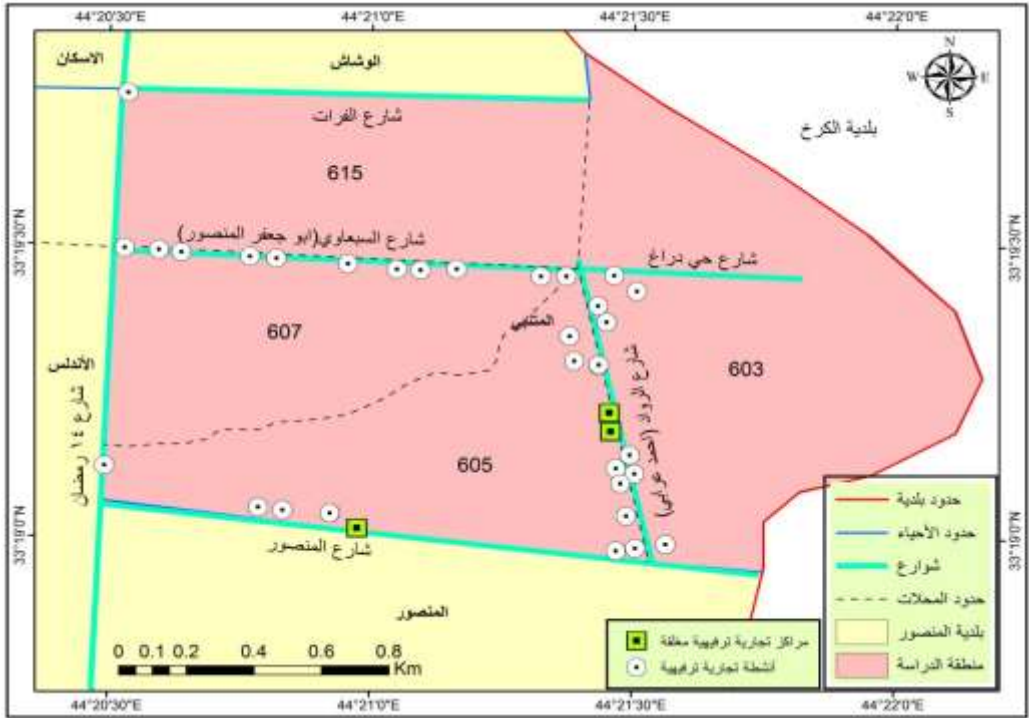
** هذه الأعداد تشمل فقط الأنشطة التجارية الترفيهية، وبذلك تم استثناء الأنشطة التي تمارس الخدمات التجارية فقط، كبيع الملابس والتجهيزات المنزلية الغذائية وغير الغذائية المنزلية والمكاتب والشركات الاستثمارية والمكتبات والكماليات ومراكز التجميل والموبايلات كما استثنينا منه الخدمات التي تمارس النشاط الترفيهي فقط كالمتنزهات والحدائق العامة مدن الألعاب.

ويتضح من الجدول (١) أن مجموع الأنشطة التجارية الترفيهية المنتشرة على جانبي الشوارع التجارية في حي المتنبى بلغ (٣٤) نشاطاً موزعه على تلك الشوارع احتل فيها شارع أحمد عرابي المرتبة الأولى في

تركزها بنسبه (٤٧ %) من مجموع الأنشطة التجارية الترفيهية، تلاه شارع السبعوي (ابو جعفر المنصور) في درجة تركيز تلك الأنشطة وبنسبه (٢٦ %) في حين انعدم تواجد هذه الأنشطة ضمن شارع الزهور التجاري وتوضح الخريطة (٢) التوزيع الجغرافي للأنشطة التجارية الترفيهية على الشوارع التجارية في حي المتنبى ضمن بلدية المنصور.

٢-٣ تحليل كفاءة التوزيع المكاني للأنشطة التجارية الترفيهية :

لمعرفة كفاءة التوزيع المكاني للأنشطة التجارية الترفيهية يجب علينا استخدام بعض برمجيات نظم المعلومات (GIS) من خلال برنامج (Arc GIS Desktop10.8)، وبسبب ما تمتلكه هذه البرمجيات من أدوات متعددة لذا أصبحت قادرة على إجراء الكثير من التحليلات الجغرافية، وفي عدة ثواني فقط، والذي يعد صندوق العدة لغرض التحليل، وسوف يتم من خلالها استخراج المسافة المعيارية واتجاه التوزيع وقرينة الجار الأقرب وتحليل نطاق التأثير لمنطقة الدراسة وهي على النحو الآتي:-



خريطة (٢) التوزيع الجغرافي للأنشطة التجارية الترفيهية في حي المتنبى/ بلدية المنصور لعام ٢٠٢٣

المصدر : جدول (١) .

١- تحليل المسافة المعيارية واتجاه التوزيع للأنشطة التجارية الترفيهية:-

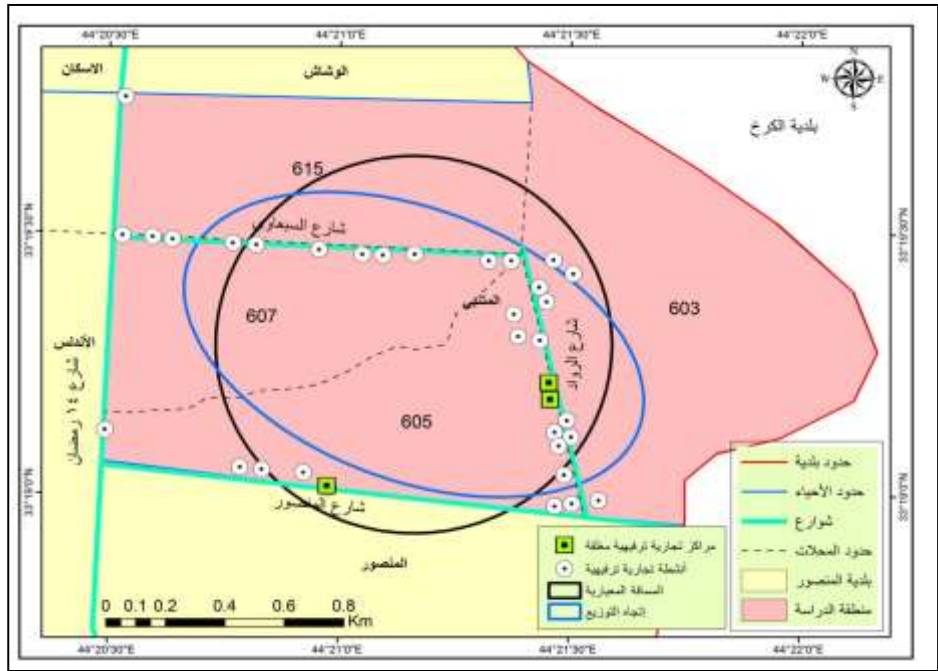
تعد المسافة المعيارية من أهم مقاييس التشتت المكاني والتوزيعات المكانية، وتستخدم لقياس انتشار الظاهرة وأنماط التوزيع، أي مدى انتشار الظاهرة عن مركزها، ويتضح من الخريطة (٣) أنّ عدد الأنشطة التجارية الترفيهية داخل دائرة المسافة المعيارية بلغ (٢٢)، أما التي تقع خارجها؛ فبلغت (١٢) نشاطاً، أي إنّ (٦٤,٧%) من الأنشطة تتوزع على مساحة (١,٤ كم)، وهذه النسبة قريبة من التوزيع الطبيعي والبالغة (٦٨%)، مما يدل على وجود توزيع طبيعي يميل نحو التشتت للأنشطة التجارية الترفيهية في حي المتنبى .

أما اتجاه التوزيع، فيشير إلى التوزيع باتجاه الشمال الغربي والجنوب الشرقي لكون الأنشطة التجارية الترفيهية تتواجد وتتركز في أقدم المحلات، والتي هي (٦٠٥، ٦٠٧) من حي المتنبى، والتي تعدّ من المناطق الراقية في بلدية المنصور، وتتواجد بها أقدم الشوارع التجارية المعروفة في مدينة بغداد وأهمها، وهو شارع الرواد وشارع أبو جعفر المنصور.

٢- تحليل الجار الأقرب ونمط التوزيع للأنشطة التجارية الترفيهية:-

تقنية تحليل المجاورة من تقنيات تحليل الأنماط المكانية، وتعني أيضاً بالنقط المفردة وتحسب المسافة بين النقاط المتجاورة (كاظم، ٢٠١٩، ص ٢٢٠) ويتبين من الشكل (١) الذي يتعلق بقريئة الجار الأقرب أنّ نمط التوزيع للأنشطة التجارية الترفيهية في منطقة الدراسة هو النمط المتجمع العشوائي، إذ بلغت قيمة الجار الأقرب (٠,٧٩) وهذا التوزيع يتصف بالسلبية، إذ إنّ جميع الأنشطة جاءت بنحو متقارب، ممّا يؤدي إلى حصول اختناقات في أوقات الذروة.

خريطة (٣) المسافة المعيارية واتجاه التوزيع للأنشطة التجارية الترفيهية في حي المتنبى لعام ٢٠٢٣

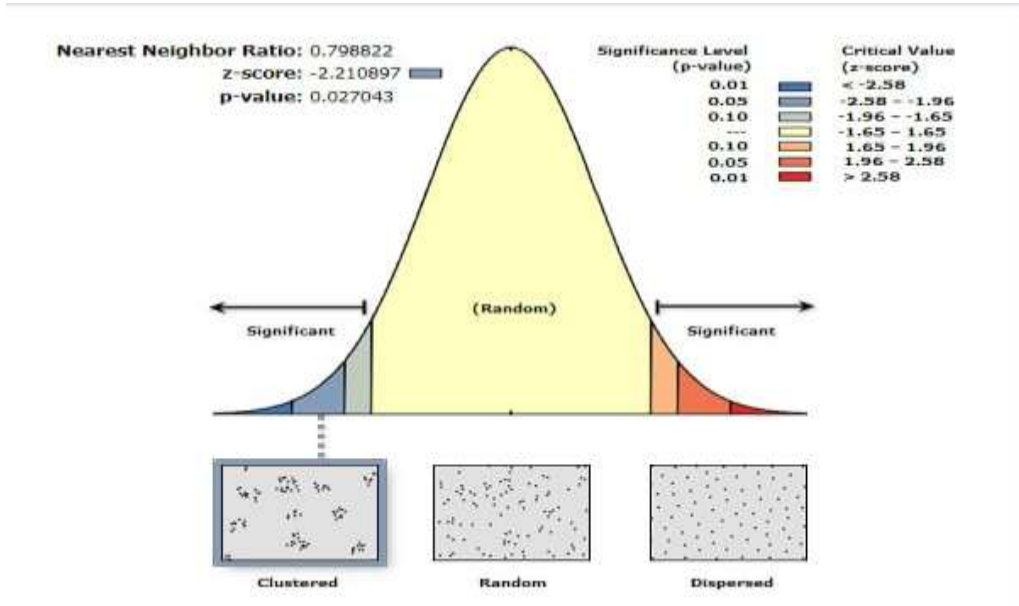


المصدر : بالاعتماد على خريطة (٢) وبرنامج (Arc GIS Desktop10.8).

٣- تحليل نطاق التأثير للأنشطة التجارية الترفيهية:-

يتضح من الخريطين (٤) (٥) كثافة توزيع الأنشطة التجارية الترفيهية في حي المتنبى ولغرض تمييز الأنشطة التجارية الترفيهية عن بعضها، تم فصل المراكز التجارية الكبيرة المغلقة (المولات) عن باقي الأنشطة التجارية الترفيهية وكما موضح في الخريطين أعلاه، إذ يتبين منهما أنّ هناك أحياء لا يصل إليها إطار الخدمة بشكل جيد، وهي (حطين، القادسية، العدل، الجامعة) بالنسبة لنشاط المراكز التجارية المغلقة المولات، في حين يصل تأثير الخدمة إلى حي (العدل، والجامعة)، بالنسبة لباقي الخدمات التجارية الترفيهية وحسب ما موضح في الخريطة (٤)، في حين نجد أنّ هناك أحياء لا تظهر فيها الخدمة أصلاً، وهي حي (الغزالية، الخضراء، العامرية)، ومن جانب آخر نجد الأحياء القريبة من حي المتنبى وهو حي المنصور

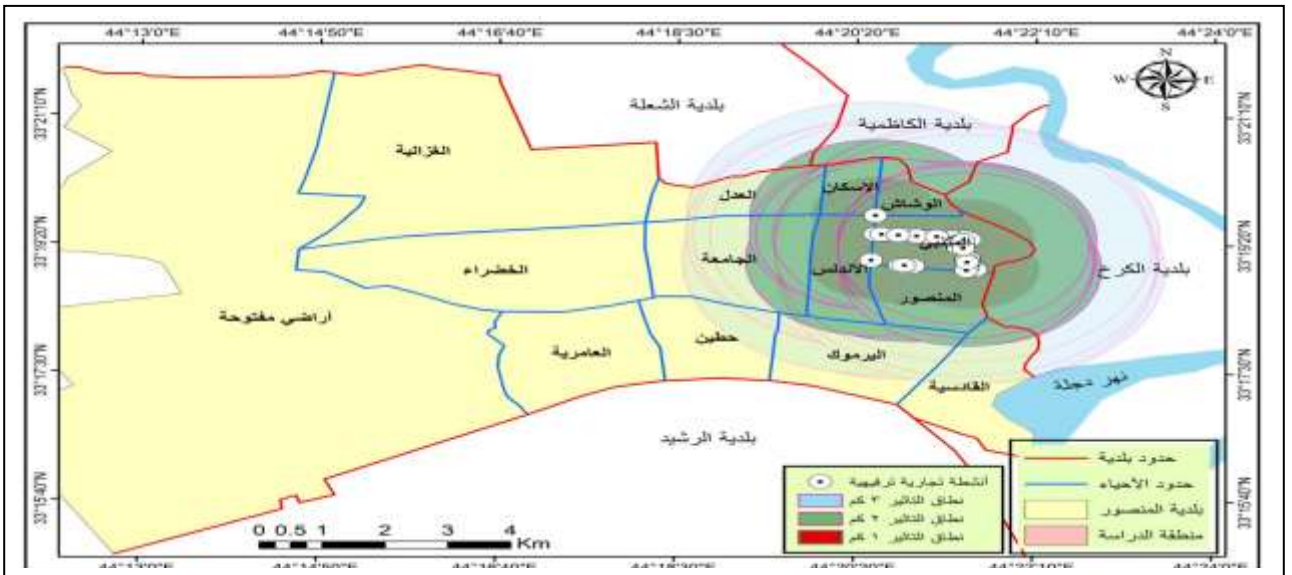
وحي الاندلس تقع ضمن نطاق تأثير الخدمة بشكل كبير، مما يعني تمتع سكان هذه الأحياء بجميع الخدمات التجارية الترفيهية الموجودة بحي المتنبى القريب منها.



الشكل (١) تحليل صلة الجار الأقرب ونمط التوزيع للأنشطة التجارية الترفيهية

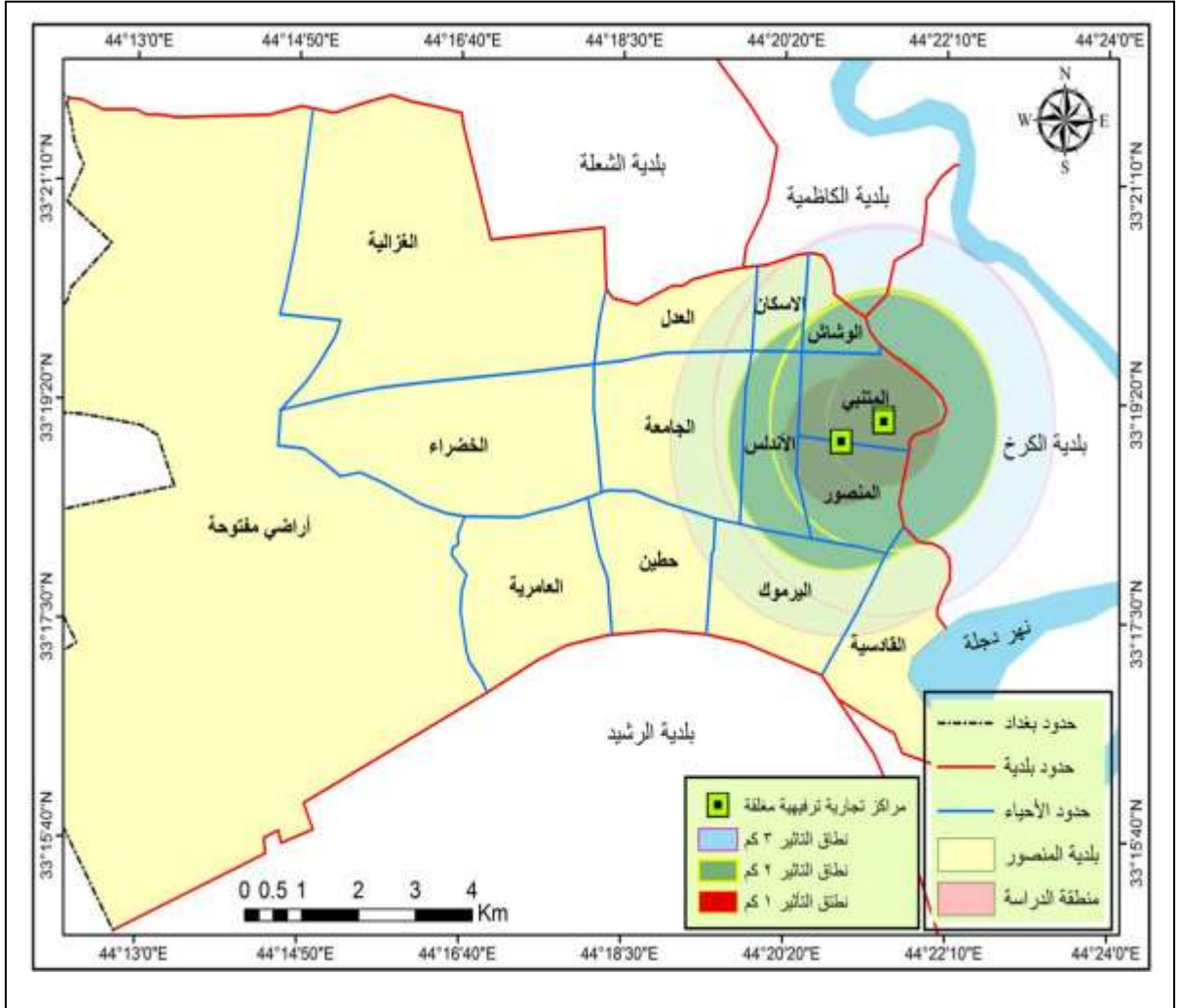
المصدر : بالاعتماد على خريطة (٢) وبرنامج (Arc GIS Desktop10.8).

خريطة (٤) تحليل نطاق التأثير للأنشطة التجارية الترفيهية



المصدر : بالاعتماد على خريطة (٢) وبرنامج (Arc GIS Desktop10.8).

خريطة (٥) تحليل نطاق التأثير للمراكز التجارية المغلقة (المولات)



المصدر : بالاعتماد على خريطة (٢) وبرنامج (Arc GIS Desktop10.8).

٣-٣ تحليل مستوى الأداء الوظيفي للأنشطة التجارية الترفيهية في حي المتنبي (نتائج الاستبيان) :-

إنَّ تقييم مستوى الأداء الوظيفي لأي نشاط أو خدمة مقدمة لسكان المدينة، يعد أحد أهم المعايير لقياس درجة كفاءتها الوظيفية، ويتحقق ذلك من خلال تحديد عينة من مجتمع الدراسة المتكون من الأشخاص القادمين والمرتادين للمراكز والمؤسسات والمحلات التجارية التي تمارس الأنشطة التجارية الترفيهية في حي المتنبي، إذ يوضح جدول (٢) حجم ومعدل الأشخاص المستفيدين من تلك الأنشطة خلال أسبوع، إذ يشير الجدول إلى أنَّ مجموع الأشخاص القادمين لتلك المراكز والبالغ عددها (٣٤) مركزاً ومحلاً تجارياً وحسب بيانات الجدول (٢)، قد بلغ خلال اسبوع (١٨٥٢٣٠) شخص /اسبوع وبمعدل يومي وصل (٢٢٦٠٤) شخص/ يوماً وباعتماد المعدل أعلاه تم أخذ عينة منهم للوقوف على مستوى كفاءة الأداء الوظيفي لتلك الأنشطة الحضرية المهمة، وبلغ حجم العينة (١٤٣٩) شخصاً.

جدول (٢) حجم ومعدل المستفيدين من الأنشطة التجارية الترفيهية في حي المتنبى في أوقات الذروة لعام ٢٠٢٣.

ت	أيام الأسبوع	أوقات الذروة / اليوم	عدد المستفيدين * زبون / ساعة	المجموع
١	السبت	١٢ ظهرا- ١٢ ليلا	٣٥٠٠٠	٣٥٠٠٠
٢	الأحد	١٠ صباحا- ٢ ظهرا ٤ ظهرا- ١١ ليلا	٥٥ ١٤٠٠٠	١٤٠٥٥
٣	الاثنين	١٠ صباحا- ٢ ظهرا ٤ ظهرا- ١١ ليلا	٦٠ ١٢٠٠٠	١٢٠٦٠
٤	الثلاثاء	١٠ صباحا- ٢ ظهرا ٤ ظهرا- ١١ ليلا	٥٥ ١٨٠٠٠	١٨٠٥٥
٥	الأربعاء	١٠ صباحا- ٢ ظهرا ٤ ظهرا- ١١ ليلا	٦٠ ١٩٠٠٠	١٩٠٦٠
٦	الخميس	١٠ صباحا- ٢ ظهرا ٤ ظهرا- ١١ ليلا	٧٠ ١٩٩٣٠	٢٠٠٠٠
٧	الجمعة	١٢ ظهرا- ١٢ ليلا	٤٠٠٠٠	٤٠٠٠٠
	المجموع			١٥٨٢٣٠
	المعدل			٢٢٦٠٤
	العينة			١٤٣٩

المصدر : مسح استعمالات الارض والانشطة التجارية الترفيهية للمدة ١-٧/٧/٢٠٢٣.

* تصل اعداد المستفيدين والقادمين إلى منطقة الدراسة خلال أيام الأعياد وراس السنة إلى أكثر من ٦٠٠٠٠ شخص وأكثر من ذلك في بعض الأحيان، المصدر: مقابلة مع أصحاب المراكز التجارية الترفيهية .

وباعتماد معادلة العينة (الطائي، ٢٠٢١، ص ١١٥) (LALAI,2021,P115) ينظر ملحق (٢)، ومن خلال الأسئلة التي وجهت إلى عينة مجتمع الدراسة عن طريق استمارة الاستبيان تم الوصول إلى الحقائق الآتية:-

١- يوضح الجدول (٣) محل سكن الزبائن والمرتادين للمراكز التجارية الترفيهية في حي المتنبى ضمن بلدية المنصور، إذ اتضح أنّ القادمين إلى تلك المراكز هم من مختلف مناطق مدينة بغداد وأحيائها وضواحيها ومن سكان المحافظات القريبة من محافظة بغداد ولكن بأعداد قليلة، ويعد ذلك مؤشراً مهماً على أهمية منطقة الدراسة بشكل عام وشوارعها والمراكز التجارية الترفيهية المتواجدة فيه بشكل خاص، إذ يقصدها العديد من سكان المدينة وضواحيها والمحافظات القريبة منها بهدف التسوق والترفيه في آن واحد تنظر صورة (٣) ، ما يرفع من القيمة المكانية والاجتماعية والاقتصادية والحضرية والترفيهية لهذا الحي ومحلاته وشوارعه، إذ يعدّ من أحياء مدينة بغداد التجارية التي ترتفع فيها قيم الأراضي والعقارات ومعدلات الأيجار.

جدول (٣) محل سكن الزبائن والمرتادين للمراكز التجارية الترفيهية في حي المتنبى / بلدية المنصور

لعام ٢٠٢٣

محل السكن*	عدد الاجابات	%
داخل منطقة الدراسة	٣٠٠	٢١
احياء جانب الكرخ	٩٩٢	٦٩
احياء جانب الرصافة	٩٩	٧
ضواحي مدينة بغداد	٣٢	٢
المحافظات	١٦	١
المجموع	١٤٣٩	١٠٠

المصدر : تحليل استمارة الاستبيان .

*لمعرفة محل سكن الزبائن والقادمين إلى المراكز التجارية الترفيهية ينظر ملحق (٣).

صورة (٣) ارتفاع اعداد المرتادين للمراكز التجارية الترفيهية في حي المتنبى
(تقاطع الرواد)



٢- دلت نتائج العينة على أنّ الزيارات الشهرية للمراكز التجارية الترفيهية احتلت أعلى نسبة من الإجابات تلتها الزيارات الأسبوعية، وعليه فان ذلك يعني أنّ أغلب رحلات التسوق الترفيهية هي شهرية بحسب أوقات الفراغ والإجازات التي تحصل عليها الأسرة، كما تشير نتائج جدول(٤) من إجابات العينة أنّ أغلب الرحلات اليومية لهذه المراكز تكون غالبا من سكان منطقة الدراسة والاحياء القريبة منها.

جدول(٤) عدد مرات الزيارة والتردد على المراكز التجارية الترفيهية في حي المتنبى (بلديه المنصور) لعام ٢٠٢٣

أوقات الزيارة	يوميًا	اسبوعيا	شهريا	سنويا	اكثر ذلك	من	المجموع
عدد الإجابات	١٥٠	٢٠٠	٨٠٠	٢٠٩	٨٠		١٤٣٩
%	١٠	١٤	٥٦	١٥	٥		/

المصدر: نتائج تحليل استمارة الاستبيان.

واشار زبائن تلك المراكز والمرتادين لها إلى أنّ أهم أسباب اختيارهم لتلك المراكز لزيارتها ضمن هذا الحي هو اعتبار شوارع الحي ومناطقه، وبالتالي مراكزه التجارية والترفيهية بشكل عام والتجارية الترفيهية بشكل خاص من أفضل مواقع التسوق والترفيه في مدينه بغداد المعروفة بمنطقة المنصور الشهيرة، إذ يتواجد داخل تلك المراكز كل ما تحتاجه الأسرة من السلع والمنتجات التجارية والمصنعة بكل أنواعها وأصنافها إلى جانب الخدمات الترفيهية والألعاب التي تقدم داخل تلك المراكز.

٣- و اشار أغلب أفراد العينة أيضًا إلى أنّ هناك أماكن معينة من تلك المراكز يرتادوها، أي تكون رحلتهم مقصودة إلى مراكز تجارية ترفيهية معينة في حي المتنبّي فوصلت نسبة تلك الإجابات (٩٣%) من العينة بعدد (١٣٣٩) إجابة مقابل (١٠٠) إجابة اشارت إلى عدم وجود مراكز تجارية ترفيهية محددة يقومون بزيارتها ومن ثم تكون رحلتهم إلى المراكز التجارية الترفيهية الموجودة في الحي بنسبه (٧%) من العينة.

٤- و اكدت إجابات العينة أنّ أسعار الخدمات المقدمة لهم داخل تلك المراكز تكون جيدة نوعًا ما، إذ يكون معدل الاسعار متوسط ، وينطبق الحال كذلك على أسعار السلع والبضائع وبحسب بيانات جدول(٥)

جدول(٥) اسعار الخدمات المقدمة داخل المراكز التجارية الترفيهية واسعار السلع والمنتجات فيها في حي المتنبّي لعام ٢٠٢٣

الدرجة	أسعار خدمات الترفيه		أسعار السلع والبضائع	
	عدد الاجابات	%	عدد الاجابات	%
منخفضة	٣١	٢	٤٤	٣
متوسطة	٨٢٦	٥٧	٧٦٢	٥٢
مرتفعة	٥٨٢	٤١	٦٣٣	٤٥
المجموع	١٤٣٩	١٠٠	١٤٣٩	١٠٠

المصدر: نتائج تحليل استمارة الاستبيان.

٥- اوضحت أغلب إجابات العينة أنّ الوقت المستغرق للوصول إلى المراكز التجارية الترفيهية يتراوح ما بين (نصف ساعه - ساعه)، ويقطع أغلبهم مسافة تصل إلى ٤ كم وأكثر، وكما موضح في جدول (٦).

جدول(٦) الوقت المستغرق والمسافة المقطوعة للوصول إلى المراكز التجارية الترفيهية في حي المتنبّي لعام ٢٠٢٣

زمن الرحلة	الاجابات	%	مسافة الوصول	الاجابات	%
نصف ساعة	٥٢٧	٣٧	١كم	٣٥٠	٢٤
ساعة	٤٨٩	٣٤	٢كم	٢٧٧	١٩
ساعتان	٢٨٥	٢٠	٣كم	٣٠٠	٢١
ثلاث ساعات للوصول	١٣٨	٩	٤كم واكثر	٥١٢	٣٦
المجموع	١٤٣٩	١٠٠	المجموع	١٤٣٩	١٠٠

المصدر: نتائج تحليل استمارة الاستبيان.

٦- ويصل أغلب القادمين إلى تلك المراكز في حي المتنبى بواسطة مركباتهم الخاصة، وبحسب ما يشير إليه جدول (٧) وأقل منها كانت من حصة القادمين للمراكز التجارية الترفيهية سيراً على الأقدام، والذين يكونون بالتأكيد من سكان منطقة الدراسة (حي المتنبى) أو الاحياء القريبة منه، وأشار أغلب أفراد العينة من الذين يصلون إلى تلك المراكز بمركباتهم الخاصة والبالغ عددهم (١١٥٥) بحسب بيانات جدول (٧) بوجود مرآب لوقوف المركبات بعدد اجابات وصل إلى (١١٠٩) إجابة بنسبة (٩٦%) من العينة مقابل (٤٦) إجابة بنسبة (٤%)، إذ اشاروا أيضاً إلى أنّ أغلب هذه المواقف هي تابعة للمراكز التجارية الترفيهية، وليست حكومية إلى جانب وجود بعض الساحات غير الرسمية لوقوف المركبات مقابل أجر يدفعه أفراد العينة لوقوف مركباتهم فيها.

جدول (٧) واسطة النقل المستخدمة للوصول إلى المراكز التجارية الترفيهية في حي المتنبى لعام ٢٠٢٣

نوع الواسطة	عدد الإجابات	%
سيارة على الأقدام	٥٠	٤
مركبة اجرة	٢٣٤	١٦
مركبة خاصة	١١٥٥	٨٠
المجموع	١٤٣٩	١٠٠

المصدر: نتائج تحليل استمارة الاستبيان.

٧- وتم الوقوف على أبرز المشكلات والمعوقات التي يواجهها القادمون إلى المراكز التجارية الترفيهية في حي المتنبى، وفي مقدمتها ارتفاع نسبة الأسعار لبعض السلع والخدمات المقدمة لهم داخل تلك المراكز، إلى جانب ازدحام تلك المراكز بالزبائن والمتسوقين وازدحام الشوارع المؤدية إليها في أيام العطل والمناسبات والأعياد وكما موضح في جدول (٨). تنظر صورة (٤)

وأشارت أيضاً بوجود مشكلات أخرى يواجهونها في أثناء زيارتهم إلى تلك المراكز تتعلق بغلق أجزاء من الشوارع المؤدية إلى تلك المراكز من مسافات معينة أيام العطل والمناسبات ما يجبرهم على النزول من المركبات والوصول سيراً على الأقدام إلى تلك المراكز، ينظر صورة (٥)، وأيضاً مشكلات أخرى متعلقة بالشباب من خلال منعهم من الوصول لتلك المراكز في بعض أوقات الزحامات وفي بعض المناسبات و تخصيصها للعوائل فقط، ومن المشكلات الأخرى أيضاً تتمثل في أعمال الصيانة والترميم للمراكز والمحال التجارية وبعض الشركات المقابلة لتلك المراكز أو المجاورة لها إلى جانب استغلال الأرصفة المجاورة للمراكز في عرض بعض السلع والخدمات وبيعها، كل هذا يزيد من حدة الاختناقات المرورية للمشاة خاصة أوقات المناسبات، مما يضطرهم إلى النزول للشارع للسير فيه، وعليه يصبحون أكثر عرضة للحوادث المرورية، وأكد الكثير من أفراد العينة انعدام وجود أماكن الجلوس والاستراحة على الأرصفة المجاورة لتلك المراكز إلى جانب انعدامها في أغلب محال التسوق داخل تلك المراكز، وأخيراً تمت الإشارة إلى عدم وجود صيانه للكثير من الألعاب الترفيهية داخل المراكز التجارية الترفيهية ما يجعلها عرضة للعطلات الدائمة، وتم استعراض هذه المشكلات؛ لأنّ المخطط الحالي يهتم عند التصميم للخدمات بالمعايير التخطيطية إلى جانب زيادة الاهتمام بما يحقق راحة المرتادين من سهولة الوصول والتسوق الهادئ والمريح والأمن. (الجنابي، ٢٠١٧، ص ٣٤١)

(AL-JANABI,2017,P341).

جدول (٨) المعوقات والمشكلات التي يواجهها زبائن المراكز التجارية الترفيهية اثناء الزيارة في حي المتنبى لعام ٢٠٢٣

المشكلات والمعوقات	الإجابات	%
ارتفاع بعض أسعار السلع والخدمات	٦٦٣	٤٦
سوء معاملة أصحاب المراكز التجارية	/	/
ازدحام المراكز التجارية الترفيهية	٤٠٠	٢٨
انعدام خدمات البنى التحتية	/	/
مشكلات أخرى	٣٧٦	٢٦
المجموع	١٤٣٩	١٠٠

المصدر: نتائج تحليل استمارة الاستبيان .

صورة (٥) الاختناقات المرورية في شوارع حي المتنبي
(شارع ١٤ رمضان)



صورة (٤) ارتفاع اعداد المرتادين لحي المتنبي (شارع
الرواد) أيام الأعياد



الاستنتاجات:

١- يمثل حي المتنبي أحد أهم أحياء مدينة بغداد التجارية وشوارعه التجارية، إذ نشأت الخدمات الترفيهية والتجارية فيه منذ نشأته وحتى الوقت الحاضر.

- ٢- اشارت نتائج الدراسة إلى تعدد وتنوع الخدمات التجارية الترفيهية فيه إلى (٣٤) نوعاً، إذ ما اقتصرنا فقط على الخدمات التجارية الترفيهية .
- ٣- اشارت نتائج توزيع الأنشطة التجارية إلى أن (٦٤,٧) منها تقع ضمن المسافة المعيارية، وأن اتجاه توزيعها شمال غربي / جنوب شرقي بحسب تركيز أقدم المحلات السكنية، وأن نمط توزيعها هو النمط المجتمع العشوائي وبشكل متقارب، وهذا يعمل على حصول اختناقات في أوقات الذروة، ويشير نطاق توزيع الظاهرة إلى أن هناك أحياء تصل إليها الخدمة بشكل محدود، وهي حي القادسية وحطين والعدل، وهناك أحياء لا يصل إليها نطاق الخدمة أصلاً، مثل حي الغزالية والخضراء والعامرية ما يضطر سكان هذه الأحياء إلى قطع مسافات أطول للحصول على الخدمة .
- ٤- ارتفاع معدل المرتادين إلى تلك المراكز بمعدل (٢٢٦٠٤) شخصاً / يوماً من مختلف أحياء مدينة بغداد وأقضيّتها والمحافظات القريبة منها؛ لما تتمتع به هذه المراكز في هذا الحي من خدمات ترفيهية وتجارية ممتازة، على الرغم من بعض المشكلات التي تواجههم في أثناء رحلتهم الترفيهية والتسويقية على حدٍ سواء.

التوصيات :

- ١- إن من أهم توصيات الدراسة لتطوير هذا النوع من الخدمات هو إيجاد المزيد من وسائل الترفيه وطرقه والخدمات التجارية لتلبي حاجة السكان المترددين إلى هذا الحي باعتباره من أهم أحياء مدينة بغداد التجارية إلى جانب تطوير بعض خدمات البنى التحتية التي تحتاجها تلك المراكز لخدمة زبائنها وأهمها توافر المزيد من مرائب وقوف المركبات، وأماكن الجلوس على الشوارع القريبة والمقابلة لتلك المراكز.
- ٢- محاولة توزيع الأنشطة التجارية الترفيهية على باقي أحياء بلدية المنصور، ومنع أي نشاط تجاري ترفيهي يضاف إلى هذا الحي؛ لضمان عدالة التوزيع، وتخفيف الضغط الحاصل على الحي والذي عمل على حدوث اختناقات مرورية؛ بسبب كثافة مرور المشاة والمركبات في آن واحد.
- ٣- تقترح الدراسة تعميم تجربة انتشار الخدمات التجارية الترفيهية على جميع أحياء مدينة بغداد لضمان حصول سكان المدينة على تلك الخدمات داخل أحياءهم، وعدم اضطرارهم للذهاب إلى حي المتنبي للحصول عليها ، وهذا ما تمّ ملاحظته في بعض أحياء مدينة بغداد التي تركزت بها المولات والمراكز التجارية كمول زيونة والقاهرة ودريم ستي وغيرها.

المصادر:

- ١- ربيع، محمد صالح، (٢٠١٩)، جغرافيا المدن، ط ٢، دار الآداب للطباعة والنشر، بغداد.
- ٢- الدليمي، خلف حسين علي، (٢٠٠٩)، تخطيط الخدمات المجتمعية والبنى التحتية اسس ومعايير وتقنيات، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع.
- ٣- الطيف، بشير ابراهيم وآخرون، (٢٠٠٩)، خدمات المدن دراسة في الجغرافية التنموية، ط١، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس لبنان.
- ٤- جاسم، صبري نصيف، (٢٠٠٤)، واقع حال منتزه الزوراء وبعض الحلول اقتراحات، اطروحة الدكتوراه (غير منشوره)، جامعه بغداد، كلية الزراعة.
- ٥- بغدادي، عباس، (٢٠٠٠)، بغداد في العشرينيات، دار الشؤون العامة للطباعة والنشر، بغداد.
- ٦- كاظم، راند محمد، (٢٠١٩)، التحليل المكاني للمراكز التجارية (المولات) في مدينه بغداد باستخدام نظم المعلومات الجغرافية GIS، رساله ماجستير غير منشوره، بغداد، كلية التربية ابن رشد .

- ٧- كاظم ،رائد محمد ، مكي غازي عبد اللطيف، (٢٠١٩) ، التحليل المكاني المتقدم لواقع التوزيع الجغرافي المكاني للمراكز التجارية المغلقة (المولات) في مدينة بغداد ٢٠١٩ ، مجلة الآداب ، العدد ١٣١، ملحق ٢.
- ٨- الجنابي، هاشم خضير و محسن عبد علي،(٢٠١٠) ، التوزيع المكاني لاستعمالات الأرض التجارية المركزية في مدينة بغداد محاولة لتحديد موقعها وسهولة الوصول اليها، جامعة بغداد، مجلة الآداب ، العدد ٩٣.
- ٩- عبد الله ، سينا عدنان ، (٢٠١٧)، سوق الحي السكني دراسة تطبيقية للكفاءة الوظيفية لسوق الحي السكني في باب المعظم ، جامعة بغداد، مجلة الاستاذ ، العدد ٢٢٠، المجلد الثاني.
- ١٠- صبر ، محمد صبيح ،(٢٠٢٣)، مدينة الرمادي وتطور وظيفتها التجارية ، جامعة بغداد ، مجلة الأستاذ ، العدد ٣، المجلد ٦٢.
- ١١- سعيد ،ميادة فاروق ، (٢٠١٢)، استعمالات الأرض الحضرية في وحدة بلدية المنصور، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، جامعة بغداد، كلية التربية للبنات.
- ١٢- خروفه ،سهام صديق ،(١٩٩٨) ، لاستعمالات الارض في المناطق الخضراء، اطروحة دكتوراه (غير منشوره)، معهد التخطيط الحضري والاقليمي، جامعه بغداد .
- ١٣ - لطائي ،اياد عاشور ، سامي عزيز عباس، (٢٠٢١) ، الاحصاء والنمذجة الجغرافية، مطبعه اكرم للطباعة ،بغداد ، مطبعة اكرم .
- ١٤ - امانه بغداد، قرارات مجلس الأمانة، الفقرة ٢٧، ١٩٨٣.
- ١٥ - بلدية المنصور ، قسم التخطيط ، ٢٠٢٣.
- ١٦ - دراسة ميدانية من ١-٧/٧/٢٠٢٣

REFERENCES:

- 1- Rabie, Muhammad Saleh, (2019), Geography of Cities, 2nd edition, Dar Al-Adab for Printing and Publishing, Baghdad.
- 2- Al-Dulaimi, Khalaf Hussein Ali, (2009), Planning Community Services and Infrastructure, Foundations, Standards and Techniques, Dar Safaa for Printing, Publishing and Distribution.
- 3- Al-Taif, Bashir Ibrahim and others, (2009), City Services: A Study in Developmental Geography, 1st edition, Modern Book Foundation, Tripoli, Lebanon.
- 4- Jassim, Sabri Nassif, (2004), The reality of the situation in Al-Zawraa Park and some suggested solutions, doctoral thesis (unpublished), University of Baghdad, College of Agriculture.
- 5- Baghdadi, Abbas, (2,000), Baghdad in the 1920s, Public Affairs House for Printing and Publishing, Baghdad.

- 6- Kazem, Raed Muhammad, (2019), Spatial analysis of commercial centers (malls) in the city of Baghdad using geographic information systems (GIS), unpublished master's thesis, Baghdad, Ibn Rushd College of Education.
- 7- Kazem, Raed Muhammad, Makki Ghazi Abdul Latif, (2019), Advanced Spatial Analysis of the Reality of the Geospatial Distribution of Closed Commercial Centers (Malls) in the City of Baghdad 2019, Al-Adab Magazine, Issue 131, Supplement 2.
- 8- Al-Janabi, Hashim Khudair and Mohsen Abd Ali, (2010), Spatial distribution of central commercial land uses in the city of Baghdad, an attempt to determine its location and ease of access, University of Baghdad, Journal of Arts, Issue 93.
- 9- Abdullah, Sinai Adnan, (2017), The residential neighborhood market, an applied study of the functional efficiency of the residential neighborhood market in Bab al-Muadham, University of Baghdad, Al-Ustath Magazine, Issue 220, Volume Two.
- 10- Sabr, Muhammad Sobeih, (2023), the city of Ramadi and the development of its commercial function, University of Baghdad, Al-Ustad Magazine, Issue 3, Volume 62.
- 11 - Saeed, Mayada Farouk, (2012), Urban Land Uses in the Mansour Municipal Unit, Master's Thesis (unpublished), University of Baghdad, College of Education for Girls.
- 12 Sherifa, Siham Siddiq, (1998), Land Use in Green Areas, doctoral thesis (unpublished), Institute of Urban and Regional Planning, University of Baghdad.
- 13 - Latai, Iyad Ashour, Sami Aziz Abbas, (2021), Statistics and Geographic Modeling, Akram Printing Press, Baghdad, Akram Press.
- 14- Baghdad Municipality, Secretariat Council Decisions, Paragraph 27, 1983.
- 15- Al-Mansour Municipality, Planning Department, 2023.
- 16- Field study from 1-7/7/2023

ملحق (١)

أنواع الأنشطة التجارية الترفيهية واسمانها ومواقعها في حي المنتبي

أسماء الشوارع						ت	أنواع الأنشطة التجارية الترفيهية واسمانها
شارع الفرات (الزهور)	شارع حي دراغ (المعروف بالعناب)	شارع السبعوي (معروف ابو جعفر المنصور)	شارع ١٤ رمضان	شارع المنصور	شارع احمد عربي (معروف بشارع الرواد)		
لا توجد فيه أي مؤسسات	كوفي ومطعم وي	كوفي بلياردو	كوفي كيتار	مول بابليون	مول المنصور	١	
	كوفي ومطعم سفرة	كوفي بوليفارد صالات العاب كبيرة	كافتريا ومرطبات نكهات	مطعم وكوفي جل هاوس	مول تاون سنتر	٢	
		كافتريا كمرطبات وحلويات الخاصكي فرع ٣ صالات العاب كبيرة	كافتريا ومرطبات الساقى	كافتريا مرطبات وحلويات الخاصكي فرع ٢	كوفي ومطعم عروس دمشق مع صالات العاب كبيرة	٣	
		كافتريا حلويات الحلواني		مطعم وكوفي مزايا	مرطبات وكافتريا الرواد فرع ١	٤	
		كافتريا حلويات سعيد اسطة			مرطبات وكافتريا الرواد فرع ٢	٥	
		كافتريا حلويات جكلت بار			كافتريا ومرطبات سلاش كافتريا	٦	
		كوفي و مطعم حجي مجد			كافتريا مرطبات جيلاتو	٧	
		كوفي و مطعم زرزور			كافتريا مرطبات وعصائر مشمشة	٨	
		كوفي و مطعم حجي حسين			عصائر جبار أبو الشربيت	٩	
					كوفي على السطح	١٠	
					كوفي تويتي	١١	
					كوفي حكايني	١٢	
					كوفي ركن المشوار	١٣	
					كوفي و مطعم صمد	١٤	
					كوفي و مطعم شيل وامشي	١٥	
					كوفي و مطعم ملتقى المنصور	١٦	

*تشمل المولات على صالات الالعاب وسينمات ودور عرض ومطاعم سوبر ماركات للتسوق والكماليات والألبسة والتجهيزات المنزلية الغذائية وغير الغذائية

*جميع المطاعم المذكورة تحتوي على صالات صغيرة العاب لتسلية الأطفال وتوجد لديها مرطبات ونراكيل ومشروبات باردة وحارة وحلويات ويجلس فيها الناس للتسلية وليس لتناول الطعام والشراب فقط.

*شارع العناب هو شارع سكني حاليا بدأت المساكن فيه تتحول إلى مطاعم وكوفيات والسبب اكثر المساكن أصحابها خارج العراق فضلا عن مساحتها الكبيرة وذات حدائق كبيرة تصل إلى ١٥٠ متر لان المسكن تصل مساحتها إلى اكثر من ٦٠٠ م وارتفاع المستوى المعاشي لسكان الحي ورواد هذه المنطقة.

ملحق (٢)

المعادلة المستخدمة في استخراج عينة الدراسة

$$\begin{aligned} &\text{المتوسط الحسابي } \bar{x} = \frac{\sum x}{n} \text{ حيث أن } \sum x \text{ مجموع القيم و } n = \text{عددها.} \\ &\text{والانحرافات المعيارية باستخدام المعادلة التالية} \\ &s = \sqrt{\frac{\sum x^2}{n} - (\bar{x})^2} \\ &\text{حيث أن } \sum x^2 \text{ مجموع مربع القيم ، } n = \text{عددها ، } (\bar{x})^2 = \text{مربع المتوسط الحسابي.} \end{aligned}$$

ملحق (٣)

محل سكن زبائن المراكز التجارية الترفيهية في حي المتنبى / بلدية المنصور

الاعداد	المكان	الاعداد	محل السكن
٢	كربلاء	٣٠٠	المنصور
٦	ديالى	١٥٠	الغزالية
٢	موصل	١٥٠	حي الجامعة
٢	بابل	١٠٠	حي العدل
٤٠	الحارثية	١٥٠	الخضراء
٤	مدينة الصدر	٣٠	اليرموك
٢٠	حي العامل	٢٥	الدورة
٥	الحسينية	١٥	السيدية
٣٠	البياع	٢٥	حي الجهاد
٣٠	القادسية	٣٢	الوشاش
١٤٣٩	مجموع	٤٠	الاعضية
		٥٠	الإسكان
		٢٥	العلاوي
		١٠	باب المعظم
		١٥	الشعب
		١٠	شارع فلسطين

٤	زيونه
٢	الكرادة
٣	الجادرية
٢٠	الشعلة
٥٠	الحرية
١٠	المحمودية
٣	حي اور
٦	الحسينية
٣٠	العطيفية
٢٠	علي الصالح
٣	بغداد الجديدة
١٦	أبو غريب
٤	الفلوجة

ملحق (٤)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

م / أستبانة

أخي المواطن الكريم

أختي المواطنة الكريمة....

هذه الاستمارة هي لتحليل خدمة نشاط المراكز التجارية الترفيهية في حي المتنبى (المنصور) وهي لأغراض البحث العلمي, شاكرين تعاونكم معنا خدمة للعلم.

الباحثة

١- محل الإقامة (السكن) ؟

مسافة الوصول

٢- زمن

٣- عدد مرات الزيارة للمركز؟ يوميا

سنويا

٤- هل هناك مراكز (تجارية ترفيهيه) معينه تترادها في المنطقة ؟

نعم

لا

٥- اذا كان الجواب نعم& يذكر اسم المركز والسبب

٦- اسباب اختيار المراكز التجارية الترفيهية في حي المتنبى (المنصور) للزيارة ؟

٧- هل تعتبر أسعار الخدمات المقدمة من قبل المراكز التجارية الترفيهية مناسبة ؟

مرتفعة

متوسطة

منخفضة

٨- هل اسعار التسوق للسلع والبضائع مناسبة؟

مرتفعة

متوسطة

منخفضة

٩_ واسطة النقل المستخدمة؟

مركبة خاصة

مركبة

مشيا على الاقدام من سكان

١٠- اذا كانت واسطة النقل المستخدمة مركبة خاصة فهل هناك مواقف للسيارات(مرآب)؟

نعم , لا

١١- اذا كان الجواب نعم فهل (المرآب) الخاصة بالمركز التجاري الترفيهي مرآب حكومية

مرآب أهلية

١٢- ما أهم المعوقات التي تواجهها اثناء زيارتك للمركز التجاري الترفيهي .

ارتفاع اسعار السلع والخدمات المقدمة

سوء معاملة أصحاب المراكز والمحال التجارية فيه

ازدحام المركز التجاري الترفيهية

انعدام خدمات البنى التحتية(انقطاع الكهرباء, صرف صحي, قلة وجود مواقف مركبات)

مشكلات اخرى

١٤- في رأيك ما اهم المقترحات لتطوير نشاط المراكز التجارية الترفيهية؟