

الأسواق المركزية في مدينة الرياض: دراسة جغرافية في التوزيع والسلوك

د. محمد شوقي بن إبراهيم مكي

الملخص:

تعتبر ظاهرة الأسواق المركزية حديثة النشأة في المملكة العربية السعودية لأنها بدأت في الانتشار منذ عام ١٣٩٠هـ (١٩٧٠م) مع بداية الأخذ بخطى التنمية القومية الخمسية، مقارنة بظهورها مثلاً في الولايات المتحدة الأمريكية منذ عام ١٣٤٨هـ (١٩٣٠م) في ظروف الكساد العالمي. وقد ازداد عدد هذه الأسواق المركزية بشكل ملحوظ في مختلف مدن المملكة. ويبدو أن الظاهرة أصبحت مرغوبة من قبل المستهلكين والجهات الرسمية أيضاً لأنها تسهل عمليات الرقابة للأسعار والمواصفات. وتدعيماً لهذا فقد قررت وزارة الشؤون البلدية والقروية إلغاء المتاجر التي تقع على شوارع يقل عرضها عن خمسة عشر متراً وفقاً للتنظيم الدولي للمدن.

وتهدف هذه الدراسة إلى تحليل نمط التوزيع المكاني للأسواق المركزية كظاهرة تسويقية حديثة في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية. كما تهدف كذلك إلى تحديد سلوك المستهلكين في الشراء من هذه الأسواق المركزية مثل تحديد عادات الشراء ونوعية المشتريين من حيث الجنسية والتركيب العمري ومستوى الدخل. وقد يشير مثل هذا السلوك إلى أن مواقع هذه الأسواق ملائمة، أو أن هناك حاجة لوضع إستراتيجية أخرى في توزيع هذه الأسواق المركزية.

وفي الواقع إن البحث الجغرافي لهذه الظاهرة ينبع من أنها خدمة تقدم للسكان وترتبط بالمكان. ولهذا يسعى الجغرافيون إلى توجيهه بتحديد مواقع هذه الخدمة في الأماكن المناسبة لتحقيق أكبر قدر ممكن من الراحة للمستهلكين وفي نفس الوقت الربح للمستثمر. ويحدد في الغالب مواقع مثل هذه الأسواق عاملان رئيسيان يتعلقان بحجم المتسوقين في المنطقة ومستوى دخلهم، ونوعية المكان من حيث الفضاء المناسب للمرافق المصاحبة لمثل هذه الأسواق من مواقف وأماكن تخزين وتوفير للخدمات الأساسية من ماء وكهرباء ونقل سريع.

ولعل هذا البحث الذي بين أيدينا يضيف لبنة أساسية في الدراسات الموجهة نحو هذا الموضوع الحيوي الذي أصبح له تأثير واضح على سلوك الناس في التسوق وخاصة في المدن الكبرى. ولاشك أن وضوح جميع أبعاد هذه الظاهرة الجغرافية والاقتصادية سيخدم مخططي المدن في تحديد المواقع الأمثل لتوزيع هذه الأسواق المركزية. كما أن هذا الوضوح سيساعد على فهم رغبات الناس مما يدفع إلى تحديد مدى الحاجة إلى التوسع في نشر مثل هذه الخدمة أو العمل على ضبطها وتحديد انتشارها في مناطق معينة وتوجيه هذا الانتشار إلى مناطق أخرى أو إيقاف نموها نهائياً. ولاشك أن مثل هذا الضبط سيخدم رجال الأعمال لتوجيه برامج استثماراتهم إلى المناطق الأفضل التي تحقق لهم الهدف الأساسي وهو الربح الاقتصادي.