



الجمعية الجغرافية المصرية

**الخصائص المكانية والخدمية للمجمعات التجارية
"دراسة تطبيقية على مدينة جدة"**

الدكتور/ عبدالله براك الحربي

قسم الجغرافيا ونظم المعلومات الجغرافية،

كلية الآداب والعلوم الإنسانية - جامعة الملك عبد العزيز

سلسلة بحوث جغرافية

العدد السادس والأربعون - 2012

فهرس المحتويات

صفحة	الموضوع
1	المستخلص.
2	الإطار العام للدراسة.
2	* المقدمة.
10	* مشكلة الدراسة.
11	* أهمية الدراسة.
11	* أهداف الدراسة.
12	* مصادر الدراسة.
13	* الدراسات السابقة.
16	منطقة الدراسة.
16	* الموقع الجغرافي.
19	* نشأة مدينة جدة.
21	* التطور العمراني بمنطقة الدراسة.
25	* سكان مدينة جدة (1962-2004م).
27	التطور التجاري لمدينة جدة.
31	التوزيع الجغرافي للمراكز التجارية في مدينة جدة.
31	* التوزيع الجغرافي للمراكز التجارية والسكان والمساحة حسب أقسام مدينة جدة.
38	* آراء المتسوقين في المراكز التجارية.
56	الخلاصة.
57	النتائج والتوصيات.
62	الملاحق.
83	قائمة المراجع.

فهرس الخرائط والأشكال

صفحة	عنوان الشكل	م
17	الموقع الفلكي لمدينة جدة بالنسبة للمملكة العربية السعودية.	1.
18	حدود أحياء مدينة جدة.	2.
36	مساحة أقسام مدينة جدة.	3.
36	السكان في أقسام مدينة جدة.	4.
37	توزيع المراكز التجارية في مدينة جدة، عام 1430هـ.	5.
39	تصنيف المتسوقين حسب الفئة العمرية.	6.
39	المتسوقين حسب الجنس.	7.
40	فئات المتسوقين حسب الوظيفة.	8.
42	تصنيف المتسوقين حسب المستوى التعليمي.	9.
42	المتسوقين حسب الحالة الاجتماعية.	10.
43	المتسوقون حسب الدخل الشهري.	11.
45	وجود مركز تجاري في منطقة سكن المتسوق.	12.
45	تفضيل المركز التجاري من حيث القرب والبعد عن منطقة سكن المتسوق.	13.
47	وسيلة النقل المستخدمة في رحلة التسوق في المراكز التجارية.	14.
47	عدد مرات التسوق.	15.
49	الموقع المفضل للمراكز التجارية.	16.
49	من أين تفضل الشراء.	17.
51	سبب اختيار المركز التجاري.	18.
51	كيفية توزيع المراكز.	19.
52	مدى مناسبة موقع المركز التجاري.	20.
53	شروط نجاح المركز التجاري.	21.
54	مشاكل تكثل المراكز التجارية.	22.

فهرس الجداول

صفحة	عنوان الجدول	م
21	مساحات استخدامات الأرض في مدينة جدة في عام 2000 (بالآف الهكتارات).	1.
32	مناطق مدينة جدة والأحياء التابعة لها وخصائصها المكانية والديموغرافية وعدد المراكز التجارية بكل حي.	2.
38	تصنيف المتسوقين حسب الفئة العمرية.	3.
39	المتسوقين حسب الجنس.	4.
40	فئات المتسوقين حسب الوظيفة.	5.
41	تصنيف المتسوقين حسب المستوى التعليمي.	6.
41	المتسوقين حسب الحالة الاجتماعية.	7.
43	المتسوقون حسب الدخل الشهري.	8.
44	وجود مركز تجاري في منطقة سكن المتسوق.	9.
44	تفضيل المركز التجاري من حيث القرب والبعد عن منطقة سكن المتسوق.	10.
46	وسيلة النقل المستخدمة في رحلة التسوق في المراكز التجارية.	11.
47	عدد مرات التسوق.	12.
48	الموقع المفضل للمراكز التجارية.	13.
48	من أين تفضل الشراء.	14.
50	سبب اختيار المركز التجاري.	15.
51	كيفية توزيع المراكز.	16.
52	مدى مناسبة موقع المركز التجاري.	17.
53	شروط نجاح المركز التجاري.	18.
54	مشاكل تكثل المراكز التجارية.	19.
55	الخدمات التي يفضل المتسوقون توفرها في المركز التجاري.	20.

المستخلص

تعتبر المراكز التجارية المغلقة من الظواهر الحضرية حديثة النشوء، فقد ظهرت في منتصف القرن الماضي، نتيجة لتطور التنمية الاقتصادية، وزيادة عدد السكان، وانتشار العمران في المناطق الحضرية، وتعد مرحلة اكتشاف النفط، واجتياح الثورة الصناعية لأوروبا من أهم الأسباب التي أدت إلى بروز هذه الظاهرة إلى حيز الوجود، والتي أفرزت أنواعا عديدة من المنتجات الصناعية أدت إلى تغيير النمط الاستهلاكي للسكان كما وكيفا.

هدفت هذه الدراسة لإلقاء الضوء على التوزيع الجغرافي للمراكز التجارية المغلقة كظاهرة برزت حديثا في مدينة جدة، بالمملكة العربية السعودية، وقد اهتمت الدراسة بدراسة نمط التوزيع الجغرافي للمراكز التجارية، عبر أقسام المدينة الأربعة، كما اهتمت بدراسة سلوك المستهلكين الذين يرتادون هذه المراكز كجزء من خدمات الأنشطة الحضرية المرتبطة بالمكان، كما اهتمت الدراسة أيضا بالكشف عن مدى كفاءة التوزيع الجغرافي لهذه المراكز، وما تأثير هذا التوزيع على مختلف الأنشطة الحضرية الأخرى في المدينة، مثل الاختناقات المرورية، وسهولة انتقال السكان إلى هذه المراكز، كما اهتمت الدراسة بتأثير هذا التوزيع على التطور المستقبلي لأعداد المراكز التجارية في المدينة.

أجريت هذه الدراسة وفقا للمنهج الإحصائي والمنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت بعض الأساليب الكمية كالاستعانة ببرنامج الحزم الإحصائية في العلوم الإنسانية، وبرنامج الجداول الالكترونية لتحليل النتائج التي تم الحصول عليها من المصادر الأولية والوثائق الحكومية.

وقد اختتمت الدراسة بمناقشة النتائج ووضع التوصيات التي كان من أهمها إن مدينة جدة بثقلها السكاني والعمراني، تقوم فيها منظومة من الخدمات الحضرية، والتي إلى حد ما لم يتبع في اختيار مواقعها المعايير العلمية المخصصة، ومن ضمن هذه الخدمات الحضرية : المراكز التجارية، لذا فقد أوصت الدراسة بضرورة مراعاة المعايير العلمية في اختيار مواقع المراكز التجارية في المدينة.

مصطلحات الدراسة :

1. **مركز تجاري Shopping Center** : هو مجموعة من المحلات التجارية المتجاورة والتي توفر سلع متنوعة للمتسوقين.
2. **المراكز التجارية المغلقة Malls** : تحتوي على أعداد كبيرة من المحلات التجارية المتجاورة الحديثة الواسعة وغالباً ما تكون هذه المراكز مغطاة لكي يسهل التكيف بدرجات الحرارة داخلها.
3. **القوة الشرائية Buying Power** : تمثل مدى قدرة السكان الشرائية وتشمل السكان من ذوي الدخل المرتفع.

الإطار العام للدراسة

المقدمة :

إن الإنسان فطر لتطوير نفسه فهو دائماً يحاول أن يتعلم ويستفيد من خبرات من حوله لذا كان ومازال دوماً حريصاً على بناء علاقات جديدة مع غيره من الناس، ومع ذلك فهو دائماً يحاول أن يبحث عن وسائل لترفيه نفسه ومن حوله. ومن هنا ظهرت فكرة إيجاد مناطق متميزة تتجمع فيها الأنشطة المتعددة من الناحية الثقافية والترفيهية والاجتماعية والتجارية ... الخ. والمراكز التجارية هي بحد ذاتها تعبير واضح عن هذه المناطق بالإضافة إلى أنها تعطي صورة حضارية متميزة للمدينة.

نبذة تاريخية عن المراكز التجارية :

عرف الإنسان التجارة والتعاملات التجارية منذ القدم ونتج عن ذلك اختلاف أنماط الأسواق في العصور المختلفة فبدأت بالساحات المكشوفة ثم الأجر الإغريقية والفورم الرومانية الذي يلتف حول المعابد تحت أسقف للحماية من أشعة الشمس أما في العصور الوسطى فقد ارتبط مكان السوق بميدان الكنيسة ثم ارتبط النشاط التجاري في العصور

الإسلامية (الوكالة - الخان - القيسارية - الأسواق) والشوارع التجارية التي كانت من أهم العناصر التخطيطية التي ارتبطت بالسكان في المدينة الإسلامية. فمذ نشأة العمارة في التاريخ ويزوغ فجرها كانت الأسبق لتلبية الحاجة المتماشية مع تطور التاريخ والزمن، ومن مراحل التطور وتسلسله كانت المراكز التجارية التي ظهرت منذ أول أن نظم الإنسان حياته وأصبحت تسيير وفق نظم وقوانين تحدد له مساراته.

فقد ظهرت الأسواق التجارية الضخمة عند الغرب في القرن التاسع عشر واتخذت الأشكال التالية (الشارع التجاري المغطى - السوق المغطى - المحل العام - المتاجر ذات الأقسام):

أ. ابتكر في باريس واتصف بالاتجاه الجديد في استخدام الأسقف الزجاجية مع الحديد.
ب. السوق "الفناء" التجاري : أمكن تغطيتها بأسقف من الزجاج والحديد.
ت. محل العام : كان يحتوي على كل الأنواع المعروضة من المنتجات.
ث. المتاجر ذات الأقسام: كانت تمثل التطور الذي حقق نجاحاً باهراً في القرن التاسع عشر.

ج. وبالنسبة للأسواق في القرن التاسع عشر عند الشرق فقد ظهرت في مصر فكرة إنشاء أسواق مجمعة.

ح. أما الأسواق التجارية في القرن العشرين فقد انقسمت إلى:

- المتاجر ذات الأقسام : حيث تعددت هذه المتاجر.
- السوبر ماركت : وهو عبارة عن متجر يعمل عن طريق الخدمة الذاتية المعتمدة على التكنولوجيا.

خ. تطورت المراكز التجارية بعد الحرب العالمية الثانية فكان هذا التطور على مراحل:

- في الخمسينات : ظهر أول مركز تجاري مغطى تماماً وهو مركز (ساوت دال) في مينا بوطس.
- في الستينيات : تم إتباع النموذج المغطى لمركز التسوق مع تعدد الأدوار المراكز وتغيير في شكل الممر التجاري مثل (مركز يورك دال).

- في السبعينيات : اتجهوا إلى التقليل من طول الممرات باستخدام ممرين بنقاطعات في الساحة الرئيسية وتم الاعتماد على الإضاءة الطبيعية من خلال الأسقف.
- في الثمانينيات : لجأ المصممون إلى دمج الاحتفالات والمناسبات للمركز التجاري باعتبارها أماكن جذب مثل مركز (ويست أومنون) الذي كان يجمع بين الترفيه والتسويق معاً.

تعريف المراكز التجارية :

المراكز التجارية هي مكان تتجمع فيه أنواع مختلفة من صنوف التجارة والخدمات الاجتماعية أيضاً كل هذا في تجمع متماسك وهناك أمثلة حديثة تضع هذه المراكز المتحدة مع أبنية ذات طبيعة أخرى كأبنية المشاهدة - السينما والمسرح أو توضع مع أبنية النقل والأبنية الأخرى، عند ذلك تسمى هذه المراكز بمراكز الخدمات وهناك مميزات عديدة لهذا التجمع يتجلى في سهولة الاستخدام وتحقيق الاقتصاد وإمكانية التجهيز الرفيع، ونرى هذه الأنواع منتشرة خاصة في الدول المتقدمة حيث أن المواطن يكفيه في كل أسبوع مرة واحدة لشراء مختلف أنواع البضائع من مكان واحد، ويتحقق مثل هذا التجمع التجاري لرفع مستوى خدمة المشتريين ويعطي الإمكانية الأكبر لإدخال التقنية العالمية.

بعض الأمثلة المشابهة للمراكز التجارية :

المثال (الأول) المحلي : مركز غرناطة "بالمملكة العربية السعودية"

يعتبر مركز غرناطة من أكبر المراكز التجارية في السعودية حيث تبلغ مساحة الأرض المخصصة (466 ألف) متر مربع وإجمالي مسوق المباني 136 ألف متر مربع ويقع شرق مدينة الرياض على الطريق الدائري الشرقي المؤدي إلي مطار الملك خالد الدولي بالقرب من تقاطع مع الطريق الدائري الشمالي مما يتيح سهولة الوصول للمركز من عدة طرق رئيسية. صمم المراكز على واجهيتين طويلتين بارزتين تشكلان معا علاقة

فارقة تميز المركز، أحدهما منحنية مقابلة للطريق الرئيسي أخذاً في الاعتبار إمكانية مشاهدته من بعد حيث يبلغ طول الجانب المنحني للمركز حوالي 500 م، والأخرى مستقيمة في الجهة الخلفية. وعند وصول الزائر موقع المراكز سيجد مواقف معدة للسيارات وذلك بتوفير عدد كبير من مواقف السيارات على سطح الأرض تتسع لعدد 4500 موقف تتناسب حاجة الأسرة السعودية التي غالباً ما تفضل المواقف على سطح الأرض، وإضافة إلى وجود ممرات مشاة مضللة بالأشجار تنقل من خلالها الحركة من المواقف إلى مداخل المراكز وما يميز الشكل الخارجي لمبنى المركز وجود أربعة أبراج في المنطقة الوسطية الكبيرة ذات الهيكل المعدني والتي أضفت على المراكز تميزاً في الشكل المعماري الخارجي، مصممة بعناية فائقة تسمح للإضاءة الطبيعية بالدخول من خلال الواجهات الزجاجية، مع وجود الأبراج في المنطقة الوسطية ومن خلاله سيجد الزائر وعبر هذا الفناء الداخلي ممراً واحداً للمشاة في الاتجاهين الشمالي والجنوبي بحيث توزع المحلات التجارية داخل المركز لتتلاءم مع تسوق العائلة السعودية والأنشطة المصاحبة له.

- النظام الإنشائي :

روعي في تصميم المبنى تحمل الأوزان الرأسية ومقاومة القوة الأفقية المتمثلة في الرياح بالنسبة لموقع المشروع حيث يتم تحمل وتصميم المشروع وفقاً للنظام الأمريكي ومعايير التصميم الهندسية الإنشائية الحديثة باستخدام عدة أنظمة إنشائية من أجل أن تتلاءم مع الوظيفة والاستخدام لكل حيز في المبنى حيث استخدم نظام البلاطات اللاكمرية وهي بلاطات بدون كمرات محملة على الأعمدة مباشرة تزود سمكها عقد مواقع الأعمدة وقد تتم تطبيق هذا النظام في الجزء الخاص بالترفيه والمطاعم من أجل الحصول على حرية توزيع معدات الألعاب نظراً لوزنها الكبير، كما استخدمت البلاطات والكمرات مسبقة الصب والإجهاد يتركز على كمرات وأعمدة مصبوبة في الموقع ثم تطبيقها في حيز السوق والمحلات التجارية من أجل تغطية البحور المختلفة في هذا الحيز وقد استخدم القباب الهياكل الفراغية لكي تسهل التغطية للبحور الكبيرة الموجودة في السقف

ومن أجل تحقيق المتطلبات المعمارية.

- أنظمة التكييف :

تم الاستفادة من نظام تخزين الطاقة الحرارية في تكييف المركز وذلك للتقليل من طاقة المبردات والأعمال وكذلك تصغير حجم المحولات وتؤدي عملية حفظ الثلج أثناء الليل بواسطة المبردات لاستخدامه في تكييف المبنى أثناء النهار إلي زيادة فاعلية التكييف وكذلك تقليل استهلاك الطاقة الكهربائية المستخدمة والهدف من نظام حفظ الطاقة هو إتباع متطلبات شركة كهرباء المنطقة الوسطى في عملية النقل من استهلاك الطاقة الكهربائية.

توجد في المشروع محطتان معالجة : أحدهما لمعالجة مياه الآبار بطريقة التناضح العكسي (reverse osmosis) والأخرى لتنقية مياه المجاري، وعملت شبكة المياه من شبكتين منفصلتين أحدهما لمياه الشرب والأخرى للمياه الغير صالحة للشرب والتي تستعمل في مياه المراحيض.

والمركز محمي بشبكة رشاشات تعمل أوتوماتيكيا وخراطيم مياه لمكافحة الحرائق عن طريق مضخات حريق منفصلة تعمل أوتوماتيكيا. وتوجد شبكات للري أحدهما من المياه الناتجة عن محطة مياه المجارى لري نخيل والأشجار لمياه الآبار.

المثال (الثاني) العالمي : Alamona Shopping Center Honolulu

بني هذا المشروع في وسط هونولولو بولاية هاواي الأمريكية على أرض منبسطة ويتميز هذا المشروع بموقف كبير للسيارات متعدد الطوابق وهو يعمل كموقع تجاري كبير داخل الولاية.

الحركة وعلاقتها بالمداخل :

طريقة الربط بين المحلات التجارية عن طريق فناء المركز المفتوح ويوجد على جانبيه المحلات التجارية عن طريق ممر مركزي مستقيم تتوزع عليه المحلات التجارية.

شكل الكتلة وارتفاعها :

المبنى يحتوي على فناء داخلي مغطى بالزجاج يسمح بدخول الإضاءة الطبيعية وهو مكون من طابقين. وهي كتلة مصممة وهي بارتفاع أربع طوابق.

مكونات المشروع :

الموقع:

يعتبر مشروع المراكز التجارية من المشاريع العامة وهو عبارة عن خدمات تنتج في اتجاهين - الاتجاه الأول (تجاري) ويتمثل في المحلات التجارية وتكون مختلفة الأحجام وذلك حسب نوع الاستعمال وشكل الحركة. والاتجاه الثاني (ترفيهي) ويتمثل في الكافيتريا والمطاعم وأماكن الجلوس ولعب الأطفال.

• فئات المستعملين للمشروع :

- فئة تزاوّل النشاط التجاري بالمحلات.
- فئة المترددين على المحلات التجارية والمطاعم.

• الأنشطة الخاصة بالمشروع :

غالبا يحوي المشروع نوعان من الأنشطة:

1. نشاط تجاري.
2. نشاط ترفيهي.

النشاط داخل المشروع تجاري محلات تجارية (كبيرة، متوسطة، صغيرة) صالات عرض ترفيهي مطعم ومقهى وفراغات جلوس وصالة عرض.

● المركبات الوظيفية الأساسية التي تشملها المراكز التجارية :

- محلات تجارية : وتكون متفاوتة الحجم ترتبط ببعضها البعض بواسطة قنوات ومحاور حركة جيدة وواضحة وتتصل هذه المحلات ببعضها على مستوى طوابق بواسطة سلالم متحركة لإعطاء الحيوية وسرعة الحركة للسوق وكذلك للتقليل من نقاط الإعاقة كما تعتبر السلالم المتحركة نقاط جذب للمستعملين.
- النشاط الترفيهي : فهذا النشاط مكمل للأنشطة الرئيسية السابقة ويتوفر فيه مطعم ومقهى وفراغات جلوس وراحة لتخلق جو ملائم للمركز يبعث على الراحة النفسية للمشتري والمتريدين بصفة عامة من خلال عناصر تجميل وتحسين الفراغ الداخلي.

● توزيع المساحات الداخلية ونظام الحركة :

- يستعمل في المراكز التجارية نوعان من أنواع توزيع المساحات والعناصر في الوضع الأفقي في طابق واحد. أما الوضع الرأسي فهو يتكون من مستويات عدة ويراعى في كلا الطريقتين عزل المشاة عن السيارات وتنظيم حركة البضائع والجمهور والتوزيع الوظيفي، ولذلك فإنه يتم تقسيم المساحات في المركز التجاري إلى أربع مناطق:
- منطقة مشاة وهي لب المركز التجاري.
- منطقة حركة خدمات وتشمل مساحات مواقف السيارات الخاصة والعامة.
- منطقة احتياطية وهي منطقة تشجير تحمي المبنى من الرياح والضجة والغبار والحرارة بالدرجة الأولى. وفي المراكز التجارية حيث توضع أقسام البيع للحاجيات اليومية في طابق واحد في الدور الأرضي أما البضائع ذات الاستعمال المنزلي التقني "كهربية - صحية - إلكترونية" فتوضع في الطوابق الأخرى من المركز وبشكل عام فإن البضائع الاستهلاكية ذات الاستعمال الأكبر تتوزع في طريق حركة الزوار وأقسام خدمات التصليح فتوضع مثلاً في طرف المبنى وبعيداً عن حركة الجمهور الرئيسية

لتحقيق السلامة في الحركة والحل المعقول لذلك هو وضع مستوى الطابق الأرضي للسيارات والحركة العامة والمنتديات وغيرها.

الحركة والاستعمال :

تكون الحركة في المبنى التجاري اختيارية وتأتي بوضع المدخل وقناة الحركة والتوجيه جيداً. وتعتبر ظاهرة الأسواق المركزية حديثة النشأة في المملكة العربية السعودية لأنها بدأت في الانتشار منذ عام ١٣٩٠ هـ (1970م) مع بداية الأخذ بخطى التنمية القومية الخمسية، مقارنة بظهورها مثلاً في الولايات المتحدة الأمريكية منذ عام ١٣٤٨ هـ (١٩٣٠م). وقد ازداد عدد هذه الأسواق المركزية بشكل ملحوظ في مختلف مدن المملكة. ويبدو أن الظاهرة لاقت رواجاً من قبل المستهلكين وأيضاً من الجهات الرسمية بصفة خاصة لأنها تسهل عمليات الرقابة للأسعار والمواصفات. وتدعيماً لهذا الاتجاه فقد أصدرت وزارة الشؤون البلدية والقروية قراراً بإلغاء المتاجر التي تقع على شوارع يقل عرضها عن خمسة عشر متراً وفقاً للتنظيم الدولي للمدن (مكي، 1407هـ).

لذلك ظهرت أهمية عمل دراسة تختص بتحليل نمط التوزيع المكاني للأسواق المركزية كظاهرة تسويقية حديثة في مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية، تهدف إلى تحديد سلوك المستهلكين في الشراء من هذه الأسواق المركزية مثل تحديد عادات الشراء ونوعية المشترين من حيث الجنسية والتركيب العمري ومستوى الدخل.

والتناول الجغرافي لهذه الظاهرة ينبع في أن هذه الدراسة تتناول الخدمات التي تقدم للسكان وارتباط ذلك بالمكان. ولهذا يسعى الجغرافيون إلى توجيه تحديد مواقع هذه الخدمة في الأماكن المناسبة لتحقيق أكبر قدر ممكن من الراحة للمستهلكين وفي نفس الوقت الربح للمستثمر.

مشكلة الدراسة :

استشعر الباحث وجود المشكلة من خلال النظر إلى خريطة مدينة جدة موزع

عليها أماكن المراكز التجارية، فوجد تفاوتاً كبيراً في التوزيع بين شمال المدينة وجنوبها، وعدم تناسب هذا التوزيع مع الكثافة السكانية بالمدينة. وهناك أمر آخر دعت إليه الصحف والمجلات ومسئولي المرور وهو ضرورة التخطيط الجيد للمدن قبل إنشائها وضرورة اختيار المكان المناسب للمراكز التجارية حتى لا يتسبب تكديسها في مكان واحد في إعاقة حركة المرور بالمدينة أو الازدحام الشديد في الطرق، مما يؤدي إلى كثرة الحوادث وتعطل الحركة العامة للناس.

وفي هذا السياق أوصى الجغرافيون العرب في الملتقى الثالث، المنعقد بالجمعية الجغرافية السعودية - جامعة الملك سعود بالرياض في الفترة من 24-26/8/1424هـ على:

- 1- العمل على وحدة التفكير والتصوير العام الذي يؤدي إلى الإعداد لمشروع محدد الهوية وواضح المعالم للمدينة مركزاً على النظر في إطارها الإقليمي الذي يحقق النمو المتوازن للمراكز الحضرية والمناطق المحيطة بها.
 - 2- العناية بالاحتياجات الحالية والمستقبلية لجميع فئات السكان عند القيام بتخطيط المدينة العربية وتوزيع الاستخدامات فيها خاصة الأماكن الدينية والمراكز التجارية الترفيهية.
 - 3- تطوير المراكز التجارية في المناطق السكانية من خلال خطة تنمية شاملة لتأخذ دوراً فعالاً في تحقيق ارتياد عدد كبير من السكان لمركز المدينة.
 - 4- تحليل ثنائية المراكز التجارية وإيجاد الحلول الكفيلة بعد فقدان أي جزء من المراكز لدوره على حساب الجزء الآخر.
 - 5- وضع الخطط اللازمة لإعادة تطوير الأسواق القديمة وتأهيلها لتمكين من الاحتفاظ بعامل الجد والنشاط الاقتصادي.
- هذه الأسباب سألها الذكر استشر الباحث منها المشكلة التي تواجه بناء وتوزيع المراكز التجارية في مدينة جدة، والتي يمكن صياغتها في عبارة محددة وهي :
- عدم ملائمة التوزيع الجغرافي للمراكز التجارية بمدينة جدة للتوزيع السكاني مما

يؤثر على حركة المرور بالمدينة وكذلك مستوى نجاح المراكز التجارية ذاتها.

أهمية الدراسة :

لعل هذا البحث يضيف لبنة أساسية في الدراسات الموجهة نحو هذا الموضوع الحيوي الذي أصبح له تأثير واضح على سلوك الناس في التسوق وخاصة في المدن الكبرى، وذلك لأن وضوح جميع أبعاد هذه الظاهرة الجغرافية والاقتصادية سيخدم مخططي المدن في تحديد المواقع الأمثل لإقامة وتوزيع هذه الأسواق المركزية. كما أن توضيح هذه الجوانب 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. أن تطبيق مثل هذا الضبط سيخدم شريحة رجال الأعمال لتوجيه برامج استثماراتهم إلى المناطق الأفضل التي تحقق لهم الهدف الأساسي وهو الربح الاقتصادي.

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة الحالية إلى:

- 1- تحليل نمط التوزيع المكاني للمراكز التجارية كظاهرة تسويقية حديثة في مدينة جدة ومدى كفاءة هذا التوزيع.
- 2- أثر التوزيع الجغرافي الحالي للمراكز التجارية في مدينة جدة وتأثيره على حركة النقل.
- 3- التعرف على المشاكل الناتجة عن تركيز المراكز التجارية في أجزاء معينة من المدينة دون غيرها.
- 4- المساهمة في وضع أساسيات مستقبلية لأمانة بلدية جدة في تحديد التوزيع الأمثل للمراكز التجارية.

منهج الدراسة :

استخدم المنهج الإحصائي والمنهج الوصفي التحليلي خلال هذه الدراسة.

أسلوب الدراسة :

تم استخدام بعض الاختبارات الإحصائية لمعرفة مدى قوة بعض الارتباطات بين متغيرات الدراسة. وتمت الاستعانة ببرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences (Spss)، في عمليات التحليل الإحصائي.

مصادر الدراسة :

أولاً : المصادر الأولية (الميدانية) :

شملت البيانات التي قام بجمعها الباحث خلال الدراسة الميدانية، إضافة إلى المقابلات الشخصية والملاحظات التي قام الباحث بتسجيلها وتدوينها لمنطقة الدراسة مثل الموقع الجغرافي والتخطيط العمراني للمراكز التجارية والخدمات المتوفرة فيها، والطرق الرئيسية القريبة منها، والبيئة السكنية التي تتواجد فيها تلك المراكز التجارية "المولات".

ثانياً : المصادر الثانوية (الوثائقية) :

تشمل البيانات الوثائقية التي قام بجمعها الباحث من جهات مختلفة، سواء من قطاعات حكومية أو من القطاعات الخاصة والتي لها علاقة بموضوع الدراسة والتي اشتملت على الكتب والدوريات والمقالات العلمية والتقارير والإحصائيات السنوية والخرائط والبيانات والأبحاث العلمية ذات العلاقة.

الدراسات السابقة :

- دراسة (Beyard & O'Mara, 1999) التي تعتبر أن للمراكز التجارية المغلقة وتجارة التجزئة الاستخدام الأكثر نجاحاً والأمثل للأراضي في القرن العشرين. ففي دولة

الولايات المتحدة الأمريكية ودولة كندا سيطرت المراكز التجارية المغلقة على مناطق تجارة التجزئة على مدى 40 سنة من الخمسينيات إلى الثمانينيات، خلال هذه الفترة فاق عدد المراكز التجارية عدد دور السينما وعدد المدن في كلا الدولتين.

- دراسة (Kowinski, 1985) التي اعتبرت أن المراكز التجارية مهمة لأنها تخدم مناطق شاسعة، المراكز الكبيرة منها لا تقتصر خدماتها على كونها محطات تسوق فقط ولكنها تقدم وسائل ترفيه أخرى مثل الملاهي والمطاعم بل وحتى المكتبات. هذا الازدهار والتطور في المراكز التجارية في الوقت نفسه شجع على الإنشاء والتطوير والاستثمار في مجال المراكز التجارية، وتعد هذه التجارة هي المسؤولة عن تطوير وإدارة معظم مراكز التسوق الكبيرة.

- وقد ذكرت دراسة (الأسدي، 1990) بأن المنطقة الوسطى في المدن تحولت في معظم دول العالم من منطقة تجارية مؤلفة من عدة محلات تجارية أو أسواق متشعبة إلى منطقة أعمال مركزية، حيث نجد أن هذه الأسواق قد جذبت إليها أعمالاً أخرى تتطلب المركزية في الموقع كالدوائر الحكومية (الشرطة، البلدية، البريد ... الخ). مما سبب الازدحام الشديد في وسط المدينة لكونها مركز النقل التجاري، وبتوسع المدينة أصبحت هناك أحياء كبيرة تتوزع بها المراكز التجارية لتخفيف النقل على وسط المدينة، وفي غضون السنوات القليلة الماضية أصبح المركز التجاري جزء مهم من كل حي.

- ركزت دراسة فينش (Finch, 1990) على دراسة توزيع الوحدات التجارية بمدينة (لانسنج) في الولايات المتحدة الأمريكية والتي أظهرت وجود علاقة بين مواقع المتاجر الغذائية وأنماط كثافة السكان في المدينة وقد ذكر الباحث أن هناك أربعة أسباب رئيسة لنمو المراكز التجارية:

- 1- زيادة القوة الشرائية Buying Power.
- 2- هجرة السكان من وسط المدينة إلى أطراف المدينة وضواحيها.
- 3- التغيرات التي حدثت على طرق بيع التجزئة. والتي أثرت بشكل كبير على

نمو المراكز التجارية خلال العشر سنوات الماضية، حيث، أصبح المستثمرين والتجار يبحثون عن مناطق تتوفر بها مواقف سيارات حتى يسهل للمتسوقين قضاء حاجاتهم.

4- ازدياد أعداد السيارات في الطرق وتحديدًا الطرق السريعة، بالإضافة للازدحام الشديد مما أدى إلى وجود مراكز تجاريه في مواقع عديدة بعيدة عن قلب المدينة المزدحم. ويرى الباحث ضرورة توزيع المراكز التجارية على الأحياء بحيث يكون لكل أسرة مركز تجاري يبعد عنها في الأكثر مسافة ميل لقضاء مستلزماتهم اليومية.

5- كما حاولت دراسة لي (Li, 2004) تحديد مواقع الأسواق المركزية بناء على نموذج رياضي يحدد حجم المشتريين المتوقعين ومستوى دخلهم، كما يحدد ظروف المنطقة من حيث توفر وسائل النقل والمواصلات والخدمات الأساسية في الموقع. وعلى العكس من ذلك أظهرت دراسة (لي) وجود علاقة ضعيفة بين كثافة السكان وكثافة المتاجر في دينفر. أصبحت المراكز التجارية تساهم في التطور العمراني للمدينة والدولة، وقد تشكل معلماً مهماً من معالم المدينة يقصده السياح والأجانب. على سبيل المثال في الصين لم يكن هناك مراكز تجارية مغلقة حتى منتصف التسعينيات، ولكن منذ بداية إنشاء المراكز التجارية والتطور فيها مستمر، لدرجة أن كبرى المدن الصينية مثل: بكين، شانغهاي، غوانزو، سنزن، أصبحت تتنافس على بناء أكبر المراكز التجارية في الدولة بل وحتى أكبر مركز تجاري في قارة آسيا.

- دراسة المسلم والقرشي (1986م) توزيع المراكز العمرانية الريفية والمدنية والتي تركزت حول المراكز العمرانية الريفية.
- دراسة السرياني (1984م)، عن توزيع الخدمات الهاتفية في منطقة مكة المكرمة.

- دراسة الحرة (1990م)، عن توزيع الصناعات الغذائية في مدينة الرياض.
- دراسة الشريف (1991م) عن توزيع محطات الوقود مدينة الرياض.
- دراسة الصالح (1991م)، عن توزيع المدارس الابتدائية للبنين والبنات في مدينة مكة المكرمة. وتشترك جميع الدراسات السابقة بتركيزها على خدمة واحد فقط في مدينة معينة
- دراسة القحطاني، (1992م)، عن توزيع الخدمات التتموية في وادي تندحه بمنطقة عسير.
- دراسة القحطاني، (1993م)، عن توزيع الخدمات العامة بقرى الشعف بإقليم عسير.
- دراسة بيرش، والقحطاني، والريدي (1998م)، لدراسة التباين الإقليمي في توفير الخدمات التعليمية والصحية في المملكة.

بعض الصعوبات التي واجهت الدراسة :

- أولاً: عدم وجود مكاتب استعلامات في بعض المراكز التجارية المغلقة للتنسيق معها ولتزويدنا بالمعلومات الأساسية والضرورية عن المركز.
- ثانياً: صعوبة الحصول على البيانات التفصيلية عن بعض المراكز التجارية المغلقة "المولات" لربطها بنشأة و تطور المراحل التي مرت بالتطور العمراني لهذه المراكز.
- ثالثاً: عدم تجاوب بعض المتسوقين أثناء توزيع استمارات الاستبيان.
- رابعاً: ندرة الدراسات التطبيقية عن المراكز التجارية المغلقة في المدن.

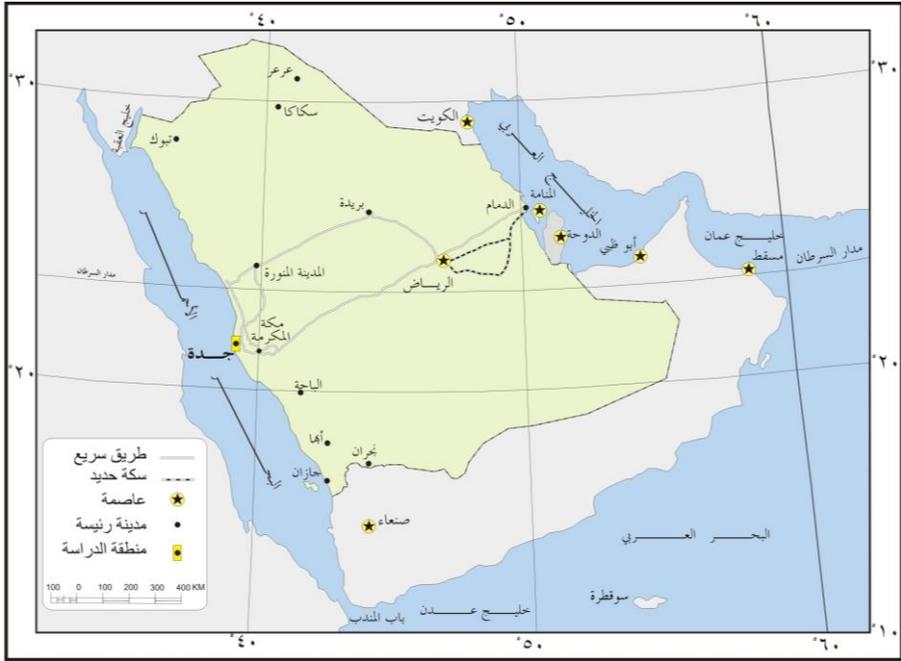
منطقة الدراسة

مقدمة :

في الخمسينات من القرن العشرين كان يعيش في المدن حوالي 17% فقط من سكان العالم، وفي نهايته أصبحوا 50%. وتشير تقديرات أخرى في العقد الأخير من القرن الماضي إلى أن المدن تستضيف ما يعادل 80% من سكان أغلب البلدان النامية، ويقابلهم 90% من سكان الدول المتقدمة الذين يعيشون في المدن، والذين كانوا قبل نصف قرن لا يشكلون سوى 41% من السكان. فأغلب المدن الكبرى في العالم اليوم وفي المستقبل توجد في الدول النامية، والخطير في الأمر أنها آخذة في النمو إلى أحجام غير متوقعة أو لم يتصورها أحد ولم يشهد لها مثيل من قبل. إن التقديرات السكانية تشير إلى أنه بحلول عام 2000 أصبح في العالم عشرين مدينة عظيمة تتعدى كل منها من 11 إلى 26 مليون نسمة منها 17 مدينة في البلدان النامية (اليوسف، عبد الرزاق أحمد، 2008م)، ولاشك أن مدينة جدة معنية بما ذكر في الفقرة أعلاه، حتى وإن لم تكن ضمن المدن الـ 17 في الدول النامية لعدم وصول عدد سكانها لهذه الأرقام.

الموقع الجغرافي :

يعتبر الموقع الجغرافي لمدينة جدة ذا أهمية كبيرة كونها تقع على ساحل البحر الأحمر في منتصف المسافة تقريبا بين خليج العقبة في الشمال ومضيق باب المندب جنوباً. ولعل أهم ما يميز موقعها هو ارتباطها المكاني القريب من مكة المكرمة، والتي لا تبعد عنها أكثر من 75 كم إلى الشرق. كما أن موقع جدة جعلها تتوسط إقليم الحجاز (شكل 1)، ولقد ساهم موقع جدة المتميز عبر تاريخها الطويل في أن يكون لها دور سياسي مميز فقد كانت عاصمة مملكة الحجاز قبل تكوين المملكة العربية السعودية، وعند توحيد نجد والحجاز كانت مدينة جدة عاصمة لهذا الكيان قبل انتقال العاصمة إلى الرياض عام 1955م.

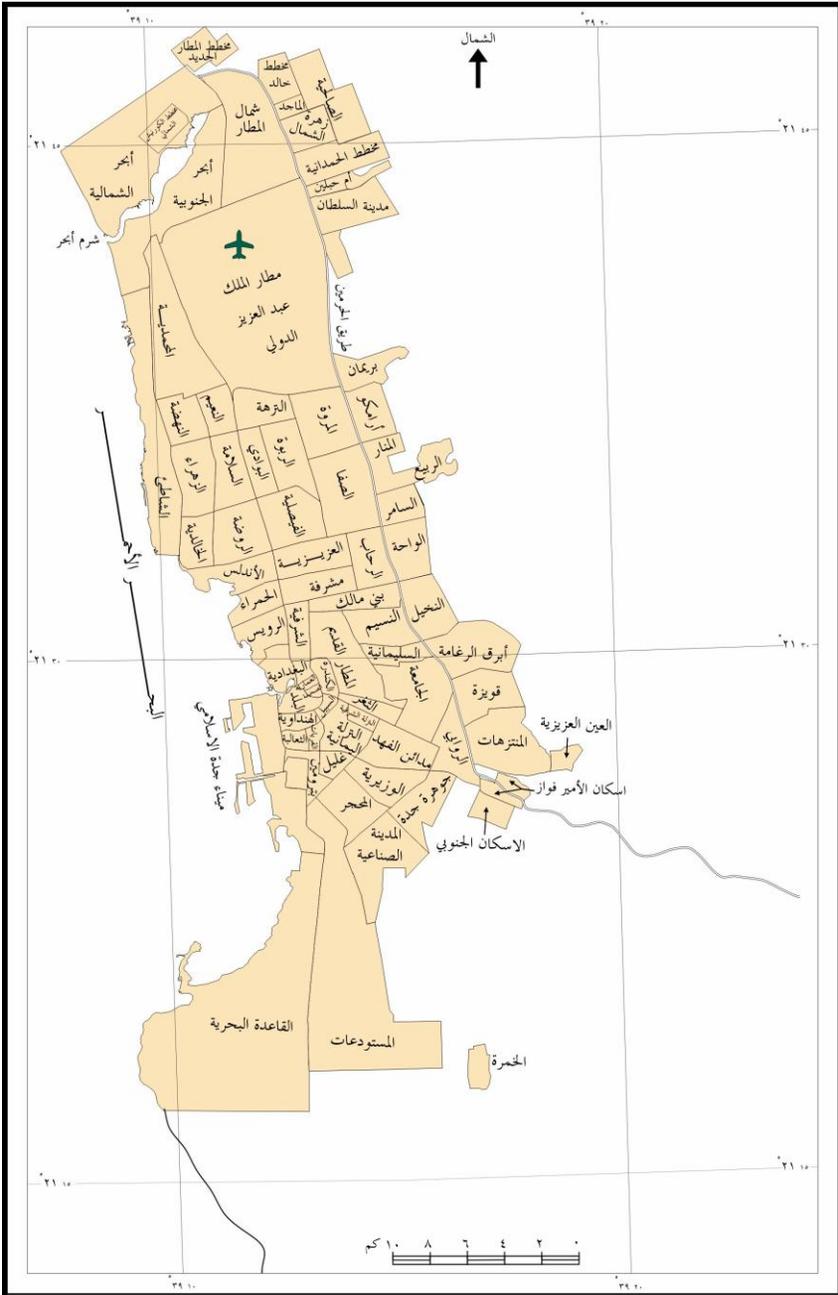


المصدر: 1- خريطة المملكة اعتماداً على الإدارة العامة للمساحة العسكرية، 1419هـ.

www.lib.utexas.edu/middle_east_and_asia/middle_east_pol_2009 -2

شكل (1) : الموقع الفلكي لمدينة جدة بالنسبة للمملكة العربية السعودية.

ونظراً لوجود أكبر الموانئ التجارية في المملكة في جدة (ميناء جدة الإسلامي)، فهذا الميناء يتعامل مع أحجام ضخمة من البضائع الواردة من مختلف أنحاء العالم. تقع مدينة جدة على الساحل الغربي من المملكة العربية السعودية عند التقاء دائرة العرض $00^{\circ} 30' 21^{\circ}$ شمالاً مع خط طول $45^{\circ} 22' 39^{\circ}$ شرقاً (الجمعية الجغرافية السعودية، 2001م)، عند منتصف الشاطئ الشرقي للبحر الأحمر جنوب مدار السرطان. ويحدها من الغرب البحر الأحمر، ومن الشرق مجموعة من التلال الصغيرة تليها سلاسل غير متصلة من الجبال الموازية لسلسلة جبال الحجاز العالية. وتمتد المدينة ما بين الرأس الأسود عند الخمرة جنوباً وشرم أبحر شمالاً (الحمدان، 1990). أنظر الخريطة رقم (2).



المصدر: مركز المعلومات الجغرافية بأمانة محافظة جدة، وزارة الشؤون البلدية والقروية 1425هـ.

شكل (2) : حدود أحياء مدينة جدة.

ومن الملامح التي تميز مدينة جدة توسطها إقليم الحجاز، الذي يمثل مركز النقل السكاني في المملكة، مما أعطى موقعها بعداً إضافياً، فأقليم الحجاز اكتسب جاذبية خاصة للسكان ليس من الأقاليم المجاورة فحسب بل ومن مختلف أنحاء العالم الإسلامي لكونه يضم البقاع المقدسة "مكة المكرمة والمدينة المنورة" وعلى بعد 180 كم من جدة تقع مدينة الطائف المقر الصيفي لحكومة المملكة (الحميدان، 1990).

ولعل ابرز العوامل التي أكسبت مدينة جدة أهمية وشهرة كونها البوابة الرئيسية إلى أقدس الأماكن في العالم، كما أن موقعها الاستراتيجي المتميز على ساحل البحر الأحمر أكسبها أهمية كبيرة بالنسبة لحركة التجارة الدولية للمملكة مع الأسواق الخارجية. وتعد مركزاً تجارياً رئيسياً يتسم بالحركة الدائمة، حيث تطورت تطوراً كبيراً في جميع المجالات التجارية والخدمية، وتوجد بها نهضة صناعية كبرى، الأمر الذي جعلها في الوقت الحاضر من أكثر المدن في العالم استقطاباً للأعمال، وبالتالي أصبحت مركزاً هاماً للأعمال.

نشأة مدينة جدة :

إن نشأة مدينة جدة جاء متزامناً مع ازدهار التجارة في مدينة مكة المكرمة قبل الإسلام، فقد كانت مركزاً لقوافل التجارة بين الجنوب والشمال، ويزدهار التجارة في مكة المكرمة فقد كانت ثمة ضرورة لوجود مرفأ لها على ساحل البحر الأحمر الذي لا يبعد عنها أكثر من 70 كم (الصميت، 1407هـ). وموقع جدة كبوابة للحرم الشريف والممر الذي يؤدي إلى البيت العتيق جعلها محطاً للرحالة، ومكاناً لراحة القوافل والحجاج والتجار في الذهاب والإياب، وكذلك رحلات الصعود والهبوط عبر جبال السروات لتتواصل بين المناطق التهاميه - الساحلية - والمناطق الجبلية عبر الطائف لتكون بذلك بوابة تربط المناطق الساحلية بالشرق والجنوب. وهكذا فموقع جدة "الوسطى" على طول الساحل التهامي جعلها واسطة العقد بين محطات القوافل (قاضي، 1414هـ). كما جعلها مقراً للاستيطان

والاستقرار منذ القدم منذ عهد الطوفان الذي يقدر المؤرخون انه وقع منذ 4000 سنة تقريباً (الjasر، 1402هـ). ويعتقد المؤرخون أن أول من استقر في جدة كانت طائفة من الحواتين العرب المجاورين لهذه المنطقة الذين اتخذوا العرائش مساكن متواضعة لياؤوا إليها بعد رحلات الصيد في عرض البحر، ثم جاءت قبيلة قضاة، وأقاموا بها وعرفوها وعرفتهم، ويقال أن احد أبنائهم سمي باسمها، (قاضي، 1414هـ). وفي بداية القرن العاشر الهجري قام السلطان الغوري باعاده تعمير أسوار المدينة وتقويتها بالقلاع، وقد أجمع الرحالة في ذلك الوقت على أن مدينة جدة كانت مستقرة داخل السور تزدهم بالحجيج في موسم الحج، وقد استمر التشكيل العمراني داخل السور ثابتا لمدة طويلة في شكل يكاد يكون دائرياً تتكاثر داخله الأنشطة المختلفة، وبتزايد نمو السكان دون تغيير في إطار السور الذي يصل نصف قطرة حوالي 500 متر بينما ينمو خارج السور عدة مستعمرات متباعدة تنتظم في شكل دائري خارج السور تتمثل في:

- النزلة اليمانية: وكانت منازل قوافل الجنوب خارج السور.
- نزلة بني مالك: وفيها منازل قوافل الشرق القادمه من القصيم.
- الرويس: كانت بها الأعشاش الأولى للصيادين.
- الكندرة: كانت بها أحواش للماشيه والأغنام وبعض النخيل والأشجار.
- السبيل: وهي مجموعه من البيوت الصغيرة التي نشأت حول مركز توزيع المياه القديم.

وفي عام 1367هـ تم هدم السور واستخدام الجزء الأكبر من الحجارة والأتربة الناتجة عنه لإنشاء ميناء (مسيئشل) والسقالة هي أول ميناء لجدة وموقعه الآن مركز خفر السواحل بالرويس. كما استخدم أيضا ناتج هدم السور في ردم البحر أمام فندق البحر الأحمر، وأيضا استخدمت بقايا السور في ردم الخندق المحيط بالسور، وبذلك نشأ أول طريق دائري حول مدينة جدة القديمة مكان السور الذي كان يحيط بها،

(المخطط العام لمدينة جدة، 1422هـ).

التطور العمراني بمنطقة الدراسة :

- البنية الأساسية :

يتضح من الجدول أدناه أن المساحات السكنية والتجارية هي الأكبر، (15 ألف هكتار) منها مستخدمة، و (8.8 ألف هكتار) مخططة، و (40.05 ألف هكتار) غير مخططة.

جدول (1) : مساحات استخدامات الأرض في مدينة جدة في عام 2000 (بالآلاف الهكتارات).

النوع	سكنية وتجارية	صناعية	زراعية	منتزهات	أخرى	إجمالي
مستعملة	15.0	1.800	2.700	900	700	21.100
مخططة	8.8	3.000	500	300	-	12.600
غير مخططة	40.05	400	515	100	-	41.06

المصدر: مركز المعلومات - الغرفة التجارية الصناعية بجدة

أحياء مدينة جدة :

- أحياء شمال جدة (من أقصى الشمال إلى الجنوب) :

- حي خالد النمونجي (حي الرحيلي) بالقرب من نقطة تقنيش المدينة المنورة.
- حي البساتين - من أرقى أحياء جدة يوجد بها قصر أمير منطقة مكة الأمير خالد الفيصل حفظه الله.
- حي المحمدية.
- حي أبحر (الشمالي والجنوبي).

- حي المرجان - وبه قصر الملك عبد الله بن عبد العزيز وعدد من قصور الأمراء.
- حي النهضة.
- حي الزهرة.
- حي النعيم.
- حي السلامة.
- حي الشاطئ - وتحتوي على كثير من المشاريع الواعدة المطلة على الواجهة البحرية من أبراج تجارية ومدن ترفيهية وحدائق عامة.
- حي الخالدية - ويوجد بها الكثير من مقار الشركات السعودية والعالمية.
- حي الروضة.
- حي البوادي.
- حي النزهة.
- حي الربوة.
- حي الفيصلية.
- حي المروة.
- حي الصفا.

- أحياء وسط جدة :

- حي الورود.
- حي الروابي.
- حي الجامعة (هو من أكبر الأحياء في جدة وسمي بهذا الاسم لوجود جامعة الملك عبد العزيز فيه وهو من أوائل الأحياء التي أنشئت بسبب التمدد العمراني في مدينة جدة حيث انه يقع بالقرب من المطار القديم لمدينة جدة ويعتبر نقطة التقاء ونهاية لكل الطرق الممتدة من كل أحياء المدينة بسبب موقعه المميز على طريق الحرمين ويعتبر نقطة الالتقاء للعديد من المحاور

المرورية في المدينة لتسهيل وصول المواطنين للجامعة التي كانت تعتبر من أوائل الجامعات في المملكة وهي مقصد لكل أبناء المناطق المجاورة وللعديد من أبناء المملكة بسبب وجود أول كلية طب في المملكة فيها بالإضافة لكلية الهندسة ويعتبر الحي من أحياء وسط جدة وجنوبها وذلك لامتداده الواسع والكبير على مستوى المساحة).

- حي الثغر.
- حي السليمانية.
- حي النسيم (جزء من المطار القديم).
- حي الفيحاء (جزء من المطار القديم).
- حي بني مالك.
- حي الرحاب - يوجد به (نادي الأهلي).
- حي الصحيفة.
- حي العمارة.
- حي البلد - يوجد بها كثير من المناطق التاريخية والسياحية وتعتبر المنطقة الأكثر نشاط تجاري في المدينة.
- حي البغدادية (الشرقية).
- حي البغدادية (الغربية).
- حي الشرفية.
- حي الرويس (وهو الحي الذي يشمله مشروع التطوير والمسمى باسم مشروع تطوير الرويس).
- حي مشرفة - يوجد بها أقدم نادي في المملكة والخليج العربي (نادي الإتحاد).
- حي العزيزية.
- حي الحمراء - يوجد به قصر السلام مقر الحكومة السعودية بمدينة جدة.
- حي الأندلس - يوجد بها العديد من القنصليات الأجنبية.
- حي النخيل (أبرق الرغامة).

- أحياء جنوب جدة :

- حي الأمير فواز (الشمالي والجنوبي).
- حي الأمير عبد المجيد النموذجي (الإسكان الجنوبي).
- حي العدل.
- حي المحجر.
- حي الكندرة.
- حي بترومين (الكرنتينة).
- حي الثعالبية.
- حي الهنداوية.
- حي غليل.
- حي القريات.
- حي السبيل.
- حي النزلة اليمانية.
- حي النزلة الشرقية.
- حي مدائن الفهد.
- حي الوزيرية - ويوجد بها إستاذ الأمير عبد الله الفيصل.
- حي الجوهرة.
- حي الحرازات.
- حي المنتزهات.
- حي الأجاويد.
- حي السنابل.
- حي الروابي.
- حي كيلو 14.
- حي قويزة.
- حي كيلو 11.

- أحياء شرق جدة :

وهي مجموعة جديدة من الأحياء وتقع تقريباً في الشمال الشرقي لمدينة جدة

وهي :

- حي الواحة.
- حي التوفيق.
- حي السامر.
- حي الأجواد.
- حي المنار.
- بريمان.
- الحرمين 1 و 2.

كما يوجد مخططات جديدة في أقصى شمال جدة تحت طور الإنشاء منها:
الشاطئ الذهبي والعليا والصالة الشمالية والرحيلي.

سكان مدينة جدة (1962-2004م) :

بلغ عدد السكان حسب الإحصاء السكاني لعام 1962م قد بلغ 147.900 نسمة إلا أن هذا الإحصاء في مرحلة لاحقة تم إلغاؤه رسمياً نظراً لأن الحكومة وجدت أن بياناته غير صحيحة ولا تتماشى والواقع السكاني، وبعد حوالي عشرة سنوات من الإحصاء الملغى، تم عمل المسح الاجتماعي الاقتصادي The Socio-Economic Survey، الذي قامت به روبرت ماثيو جونسون مارشال وشركاه في عام 1971-1972م وذلك بفترة وجيزة قبل الطفرة البترولية الاقتصادية عام 1973م، والتي أكدت نتائجها أن عدد السكان لهذا المسح قد بلغ 381.000 نسمة، مقارنة بـ 147.900 نسمة لعام 1962م، بمعنى أنه وخلال عشرة سنوات زاد عدد السكان حوالي 233.000 نسمة، أي بمعدل نمو سنوي بلغ 11% والذي يعتبر في الدراسات السكانية معدلاً ضخماً. ويعتبر عام 1974م البداية الحقيقية لبيانات سكانية موثقة ومعتمدة حيث صدر

أول تعداد سكاني رسمي، والذي أظهر أن عدد السكان بمدينة جدة قد بلغ 569.204 نسمة مقارنة بـ 381.000 نسمة لمسح عام 1972م مما يعني أن الزيادة السكانية بلغت 177.528 نسمة بمعدل سنوي بلغ 13.5%. وفي منتصف عام 1978م قامت شركة سيرت جاكسون الدولية، سعودي كونسلت (C.S.I.R) بمسح اجتماعي اقتصادي ثاني أظهر أن عدد السكان في ذلك العام 1978م قد ارتفع إلى 862.362 نسمة، وبمقارنة هذا المسح بتعداد عام 1974م يظهر أن هناك زيادة كبيرة حدثت خلال أربعة أعوام بلغت هذه الزيادة 303.834 نسمة أي بمعدل نمو سنوي بلغ 11.4%، ومما يؤكد أن هناك زيادة كبيرة في النمو السكاني على الرغم من عدم دقة البيانات، ولعل ما يدعم ذلك شواهد ثلاثة منها: أن مدينة جدة شهدت خلال القرن الماضي توسعا عمرانيا كبيرا إذ أن مساحة المنطقة المبنية Built-up Area شهدت طفرات ضخمة في نموها وخاصةً في الفترات ما بين أعوام 1391-1401هـ، 1423 - 1425هـ. وثاني هذه العوامل هو الارتفاع الكبير في ميزانية المملكة حيث ارتفعت من 10 بليون دولار في عام 1970م إلى 90 بليون دولار عام 1988م. أما العامل الثالث فيتمثل في ارتفاع مستوى المعيشة بالمملكة Rising Standard of Living، وتحسن الخدمات الصحية التي ساهمت في خفض نسب الوفيات وبالذات لدى الأطفال الرضع Infant Mortality حيث انخفضت هذه النسبة من 64% عام 1981م إلى 16.9% عام 1990م مع استمرار ارتفاع نسب المواليد. وفي عام 1414هـ - 1992م تم إجراء التعداد السكاني الثاني والذي بلغ فيه عدد سكان مدينة جدة 2.046.251 نسمة، أي أنه وفي خلال ثمانية عشر عاما نجد أن الزيادة السكانية بلغت حوالي 1.477.047 نسمة أي بنسبة زيادة سنوية بلغت 4.8% واستمرت حالة النمو السكاني واضحة وبشكل مستمر حيث بلغ عدد السكان حسب التعداد السكاني الثالث لعام 2004م (1425هـ) 2.803.600 نسمة، وبذلك زاد عدد سكان مدينة جدة خلال 12 عاما 757.349 نسمة وبمعدل نمو سنوي بلغ 3.7%.

التطور التجاري لمدينة جدة

المقدمة :

ازدادت أهمية جدة مع مرور الزمن حتى أصبحت واحدة من أكبر المدن وأهمها كما أنها اليوم الأكثر تميزاً في المملكة العربية السعودية من ناحية النشاط الاقتصادي والصناعي والسياحي حيث نمت جدة بشكل سريع وأقيمت فيها خلال العقود الماضية الكثير من المشاريع الاقتصادية كما أقيمت فيها قاعدة عريضة من المنشآت، الأمر الذي أكسبها أهمية كبيرة بالنسبة لحركة التجارة الدولية للمملكة مع الأسواق العالمية. وتعتبر جدة مركزاً تجارياً رئيسياً يتسم بالحركة الدائمة حيث تطورت تطوراً كبيراً في جميع المجالات التجارية والخدمية وبها نهضة صناعية كبرى فأصبحت مركزاً هاماً للمال والأعمال.

وبما أن مدينة جدة تعتبر واحدة من أكبر المناطق التجارية في الشرق الأوسط فهي تمتلك أيضاً عدداً كبيراً من الأسواق والمراكز التجارية وقد برزت أهميتها الاقتصادية فيما يلي:

1- بلغت النسب لرخص التشييد حسب نوع المبنى وعدد الرخص بمدينة جدة بالنسبة للمملكة لعام 1420هـ حسب البيانات الصادرة من أمانة محافظة جدة، الشؤون البلدية والقروية ما يلي:

- سكني وتجاري: 8% .

- صناعي وتجاري: 11.5% .

- أبنية تعليمية وصحية ومساجد: 4% .

2- تعتبر جدة المدينة الثانية (بعد مدينة الرياض العاصمة) من حيث عدد المجمعات التجارية التي شهدت طفرة في الثلاث سنوات الأخيرة، ويعود ذلك بفضل أن المدينة تعتبر بوابة الحرمين الشريفين، بالإضافة إلى أنها محطة راحة للحجاج والمعتمرين القادمين لتأدية مناسك الحج والعمرة، فضلاً على أن جدة تعتبر المدينة الأولى على مستوى استقطاب السياحة في السعودية، والتي تجذب أعداداً كبيرة من سكان المنطقة الوسطى خاصة في فترة الصيف وذلك بفضل موقعها الجغرافي الواقع على البحر، وقربها من مكة المكرمة والمدينة المنورة، بالإضافة

إلى حاجتها الفعلية الداخلية للمجمعات التجارية لتخدم سكانها، وبالتالي فإن جدوى الاستثمار في المجمعات التجارية فيها تبدو مرتفعة.

3- تتطلع الجهات المختصة بالمدينة إلى إنشاء عدد كبير من المجمعات التجارية، بالإضافة إلى المجمعات الحالية في شارع الأمير محمد بن عبد العزيز (التحلية سابقاً) الذي يحتوي على خمسة مجمعات تجارية منها جدة مول، وسلطان مول، ولو مول، مركز بن حمران، سوق تجار جدة، الأمر الذي أدى إلى ارتفاع أسعار المتر المربع في الأراضي الموجودة على الشارع والتي وصلت إلى 13 ألف ريال (3466 دولار)، وطريق المدينة الذي يحتوي على مجمع العزيرية، وسوق المحمل في وسط البلد، وأسواق الكورنيش الجنوبي التابع لمجموعة السعدان العقارية والتي وصلت تكلفته إلى 500 مليون ريال (133 مليون دولار) والذي يضم 2600 محل تجاري على مساحة 350 ألف متر مربع، بالإضافة إلى مجمعات مختلفة موزعة على أنحاء جدة (مركز المعلومات : الغرفة التجارية الصناعية بجدة، 2001).

4- تشهد كل الشوارع الرئيسية في جدة هذه الأيام، نشاطاً ملحوظاً وأعمال بناء مستمر لمرافق تجارية حديثة، وعادت حركة البناء إلى المدينة بعد توقف دام سنوات بسبب تراجع الطلب على المواقع الجديدة. وتتركز المشاريع حالياً على عدة شوارع وطرق رئيسية تتمتع بانسيابية في الحركة المرورية وتوافر المرافق المناسبة، مع تخصيص بعض الشوارع لأنشطة معينة دون غيرها كنوع من التنظيم غير المكتوب. سببه إقبال المشترين ورغبة العملاء في البحث عن غاياتهم في مكان وتجمع واحد. أول الشوارع والطرق التي تشهد إقبالاً دون غيرها: طريق الأمير محمد بن عبد العزيز «التحلية سابقاً» وشارع الأندلس بالقرب من الغرفة التجارية الصناعية، منطقة وسط المدينة، حراء، الأمير فهد «الستين سابقاً»، كل هذه الأماكن تعيش حركة عمل مستمر متوقع إنجاز الجزء الأكبر منه قبل الصيف أو بعد الإجازة كحد أقصى. وتستند هذه الفورة على بيانات ودراسات اقتصادية تثبت كل يوم أن جدة مدينة شراء وبيع وتبادل تجاري مهمة، حيث يبلغ عدد المراكز والأسواق التجارية نحو 320 مركزاً وسوقاً وهو رقم كبير مقارنة ببعض الدول، ويمثل هذا الرقم نحو 21 في المائة من إجمالي أعداد المراكز

على مستوى المملكة. ويعزز ذلك وجود أعداد سكانية تصل إلى 2.5 مليون نسمة موزعين على مساحة جدة البالغة 1200 كيلو متراً مربعاً، منها 400 كيلو متر مربع مساحة عمرانية. ومتوسط الدخول لسكانها 25 ألف ريال سنوياً (6.5 ألف دولار). وتستحوذ البضائع المصدرة عبر ميناء جدة 5.3 في المائة، من إجمالي البضائع غير النفطية المصدرة عبر الموانئ السعودية، ويوجد في جدة أيضاً أكثر من 38 في المائة من إجمالي أكبر 100 شركة على مستوى البلاد، حيث توجد 15 شركة مساهمة رئيسية تمثل 18 في المائة من إجمالي عدد الشركات المساهمة في البلاد المقدر رأس مالها 11 مليار ريال، وعدد الأسواق القديمة 12 سوقاً، وفروع البنوك 174 فرعاً. أما صناعياً، بلغ عدد المصانع في مدينة جدة 750 مصنعاً، تمثل 23 في المائة من إجمالي الصناعات القائمة المقدر عددها بأكثر من 3.2 ألف مصنع، ومساحة المدينة الصناعية 12.8 ألف متر مربع تمثل 19 في المائة من مساحات المدن الصناعية السعودية البالغة 65.4 ألف متر مربع (مركز المعلومات: الغرفة التجارية الصناعية بجدة، 2001).

5- تتمتع المدينة بمقومات سياحية متعددة نذكر منها:

- * منطقة أبحر الشمالية والجنوبية، وتنتشر بها الكثير من الشاليهات والقرى السياحية والمنتزهات على البحر مباشرة.
- * الكورنيش الشمالي، وتنتشر عليه الأماكن الترفيهية والمنتزهات والمطاعم الراقية ومطاعم الوجبات السريعة والفنادق والأجنحة المفروشة.
- * نافورة جدة الشهيرة، وتعتبر أعلى نافورة في العالم وسجلت في كتاب موسوعة جينس للأرقام القياسية.
- * المجسمات الجمالية، وتنتشر في ميادين وشوارع جدة تم تصميم بعضها من قبل فنانيين عالميين ومن أشهر الميادين بمدينة جدة (ميدان الفلك، ميدان الدراجة، ميدان الكرة الأرضية، ميدان التاريخ، ميدان الهندسة، ميدان الطائر، ميدان طارق بن زياد، ميدان النورس، ميدان البيعة، ميدان الصواري، ميدان القبضة).
- * ابرق الرغامة، المكان الذي خيم فيه الملك عبد العزيز طيب الله ثراه عند

دخوله جدة وهو عبارة عن نصب تذكاري تخليداً لذكرى ذلك الملك المقدم.

* جدة القديمة، منطقة تاريخية وأثرية يوجد بها المباني القديمة وبعض الأماكن الأثرية مثل (بيت آل نصيف، مسجد الأمام الشافعي، مسجد الأمام الحنفي، صهاريج جدة) ومن أحياء جدة القديمة (حارة الشام، حارة المظلوم، حارة البحر، منطقة باب مكة).

* منطقة وسط البلد والأسواق الشعبية مثل (سوق الخراج، سوق الندى، سوق الخاسكية، سوق الذهب، سوق البدو، سوق العلوي، سوق قابل).

6- بلغت المساحة التقريبية داخل سور مدينة جدة 1.5 كيلو متر مربع وهي مازالت تحتوي على لمسات من الحياة التقليدية القديمة ذات الطابع الاجتماعي والاقتصادي القديم التي تتركز غالباً حول أسواق المنطقة حيث تنتشر محلات الحرف التقليدية الشعبية القديمة ومن أشهر أسواق المنطقة التاريخية القديمة بجدة سوق العلوي وسوق البدو وسوق قابل وسوق الندى.

7- تتوع الخدمات في جدة وفيما يلي بيان بعضها:

- * المتاحف 14.
- * صالات الفنون 10.
- * المواقع الأثرية 9.
- * المدن الترفيهية 23.
- * حدائق الحيوانات 2.
- * شركات الطيران العالمية 72.
- * وكالات السفر والسياحة 115.
- * شركات تأجير السيارات 70.
- * مطاعم 377.
- * عدد أجهزة الصرف الآلي 467 (مؤسسة النقد العربي السعودي، 2001).

التوزيع الجغرافي للمراكز التجارية في مدينة جدة

أولاً: التوزيع الجغرافي للمراكز التجارية والسكان والمساحة حسب أقسام مدينة جدة.

لاستعراض التوزيع الجغرافي للمراكز التجارية، لابد من معرفة مساحة مناطق المدينة الأربع التي وردت في الجدول رقم (2) كما يجب أن يتم هذا الاستعراض في ضوء توزيع السكان بهذه المناطق، ليتسنى بعد ذلك النظر في توزيع المراكز التجارية لمعرفة مدى اتساقه أو تقاطعه مع هذه المعطيات.

بلغت مساحة المنطقة الشمالية من المدينة 37340.5 هكتار، وتمثل ما نسبته 52% من المساحة الإجمالية للمدينة، وبلغ عدد السكان 913886 نسمة بنسبة بلغت 26.7% من إجمالي عدد السكان في المدينة، أما عدد المراكز التجارية في هذه المنطقة فقد بلغ 16 مركزاً تجارياً، ونجد أن هذه المنطقة استحوذت على المرتبة الأولى من حيث المساحة. في حين أن مساحة المنطقة الوسطى من المدينة بلغت 1654.7 هكتار، وبنسبة بلغت 15.9% من المساحة الكلية للمدينة، ويسكنها 1439266 نسمة بنسبة بلغت 42.9% من إجمالي عدد السكان في المدينة، وتتصدر هذه المنطقة المرتبة الأولى من حيث عدد السكان على باقي مناطق المدينة. بلغت مساحة المنطقة الجنوبية من المدينة 4766.5 هكتار فقط، وتمثل ما نسبته 6.4% من المساحة الإجمالية للمدينة، وبلغ عدد السكان 255511 نسمة بنسبة بلغت 7.7% من إجمالي عدد السكان في المدينة، وتضم مركز تجاري واحد فقط. بلغت مساحة المنطقة الشرقية من المدينة 19887.6 هكتار، وتمثل ما نسبته 25.6% من المساحة الإجمالية للمدينة، وبلغ عدد السكان فيها 749569 نسمة، بنسبة بلغت 22.3% من إجمالي عدد السكان في المدينة، ولا يوجد بها أي مركز تجاري للتسوق (انظر الأشكال 3، 4).

جدول (٢) : مناطق مدينة جدة والأحياء التابعة لها وخصائصها المكانية والديموغرافية وعدد المراكز التجارية بكل حي.

عدد المراكز التجارية	المساحة بالنسبة لجده	من سكان جدة	عدد السكان	المساحة (هكتار)	الحي	م	المنطقة
	% ١٦,١١	% ٠,٢١	٦٩٩٢	١٢,٥٢,٨	أبخر الشمالية	١	جدة
	% ٣,٧٨	% ٠,٤٨	١٥٩٦٢	٢٨٢٧	أبخر الجنوبية	٢	
١	% ١,٥٩	% ٠,٢٨	٢٧٤٧٨	١١٩,٧	المحمدية	٣	
٣	% ٢,١٧	% ٠,٨٧	٢٩,٠٧٧	١٦٢,٣	الشاطئ	٤	
٢	% ٠,٧٤	% ٠,٩٣	٣١١٠٠	٥٥٤,٣	النهضة	٥	
١	% ١,٠٧	% ١,٥٨	٥٢٩٦٨	٧٩٨,٧	الزهراء	٦	
١	% ٠,٥٨	% ٠,٩٦	٣٢٢٨٦	٤٣٠,٤	التعيم	٧	
	% ٠,٧٥	% ٢,١٥	٧٢١٨٤	٥٦١,٩	الزهره	٨	
	% ١,٤١	% ١,١٢	٣٧٧٢٤	١٠٥١,٥	المروة	٩	
	% ١,٠٣	% ٣,٤٦	١١٦٢٩٤	٧٧١,٥	الربوة	١٠	
٢	% ١,٨٧	% ٤,٧٥	١٥٩٤٨٤	١٤٠٠,٣	الصفاء	١١	
٣	% ٠,٦١	% ٢,٨٣	٩٥١٦٤	٤٥٧	البوادي	١٢	
	% ٠,٩٣	% ٢,٦٨	٩٠٠٩٩	٦٩٣,٤	السلامة	١٣	
١	% ٠,٦٦	% ٠,٢٤	٨١٢١	٤٩٦,٢	الخالدية	١٤	
١	% ١,١٢	% ٠,٢٣	٧٦٦٠	٨٣٦,٥	الروضة	١٥	
	١٣,٥٧	% ٠,٦٣	٢١,٠٦٨	١,١٥٠,٧	مطار الملك عبدالعزيز الدولي	١٦	
	% ٠,٧٤	% ٠,٠٩	٣٠٠٤	٥٥٦	جوهرة المحمدية	١٧	
١	% ١,١٩	% ٣,١٩	١٠,٧٢,١	٨٩١,٣	القيصلية	١٨	

تابع جدول (٢) : مناطق مدينة جدة والأحياء التابعة لها وخصائصها المكانية والديموغرافية وعدد المراكز التجارية بكل حي.

المنطقة	م	الحي	المساحة (هكتار)	عدد السكان	% من سكان جدة	المساحة بالنسبة لجده	عدد المراكز التجارية
و ج د	١٩	الأندلس	٥٩٦	١٤٤٣٢	%٠,٤٣	%٠,٨٠	٢
	٢٠	العزيرية	٦٨٩,٨	٢١٨٨٥٥	%٢,٥٢	%٠,٩٢	
	٢١	الحمراء	٤٨٦,٢	٣١٤٥١	%٠,٩٤	%٠,٦٥	٢
	٢٢	مشرقة	٥٦١,٧	١٢١٤٧٩	%٣,٢٢	%٠,٧٥	٢
	٢٣	الرحاب	٦٢٥,٥	٤٣٦٩٥	%١,٣٠	%٠,٨٤	
	٢٤	بني ممالك	٥٩٩,٥	٦٢٥٨٥	%١,٨٦	%٠,٨٠	
	٢٥	الشرفية	٣٧١,٧	٨٣٥٠٧	%٢,٤٩	%٠,٥٠	
	٢٦	الروس	٣٧٨,٧	٦٣٣٤٠	%١,٨٩	%٠,٥١	
	٢٧	البعداية الشرقية	١٥٢,٥	٣٦٢٢١	%١,٠٨	%٠,٢٠	
	٢٨	الكلدة	١٤٨	٥٣٠٦٧	%١,٥٨	%٠,٢٠	
	٢٩	المطار القديم	١٠٩٢,٥	٢٣٧٢٠	%٥,٧١	%١,٤٦	٢
	٣٠	الثغر	٢٦٦,٩	٤٦٤٣١	%١,٣٨	%٠,٣٦	
	٣١	النسيم	٦٧٧,١	١٣٦٤٤	%٠,٤١	%٠,٩١	
	٣٢	السليمانية	١٠٥٩,١	٢٦٢٩٨	%٠,٧٨	%١,٤٢	١
	٣٣	الجامعة	٥١٣,٥	١٢٤٦٢٢	%٣,٧١	%٠,٦٩	٣
	٣٤	الروابي	٦٩٣,٧	٨٣٤٧٣	%٢,٤٩	%٠,٩٣	
	٣٥	البعداية الغربية	٣٠٧,٢	١٨٨٦٩	%٠,٥٦	%٠,٤١	
	٣٦	البلد	٢٣٦,٩	٧٢١٢١	%٢,١٥	%٠,٣٢	٢

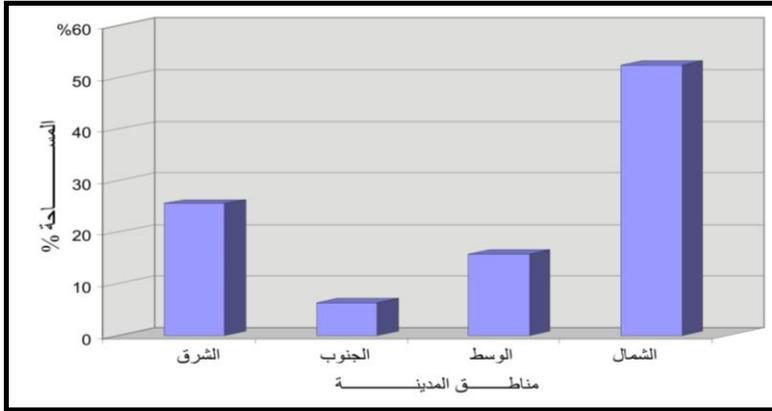
تابع جدول (٢) : مناطق مدينة جدة والأحياء التابعة لها وخصائصها المكانية والديموغرافية وعدد المراكز التجارية بكل حي.

عدد المراكز التجارية	المساحة بالنسبة لجدده	من سكان جدة %	عدد السكان	المساحة (هكتار)	الحي	م	المنطقة
١	%١,٠٠	%٢,٠١	٦٧٣٨٧	٧٥١,١	مدائن الفهد	٣٧	الحي الشمالي
	%٠,٠٦	%٠,٧٤	٢٤٧٢٥	٤٣,٨	الصحيفة	٣٨	
	%٠,١٢	%٠,٧١	٢٣٦٧٨	٨٨,٣	السبيل	٣٩	
	%٠,٥٢	%١,٥٠	٥٠٣٦٣	١٨٤,٣	الهداوية	٤٠	
	%٠,٢١	%٠,٦٨	٢٢٩٨٩	١٥٤,٤	الثغالية	٤١	
	%٠,١٣	%٠,٣٧	١٢٣١٧	٩٥	القريات	٤٢	
	%٠,٢٤	%٠,٧٣	٢٤٣٤٨	١٧٩,١	النزلة الشرقية	٤٣	
	%٠,٢٥	%٠,٠٠	١١٢	١٨٧	الفلح	٤٤	
	%٠,٦٢	%١,٧٥	٥٨٧١٠	٤٦١,١	النزلة اليمانية	٤٥	
	%٠,٠٧	%٠,٥٠	١٦٨٢٦	٥٤,١	العصارية	٤٦	
	%٠,٥٢	%٠,١٤	٤٧٣٥	٣٩١,٧	جوهرة جدة	٤٧	الحي الجنوبي
١	%٠,٢٧	%١,٧٦	٥٩٠٢٦	٢٠١,٦	غابيل	٤٨	
	%٠,٨٣	%١,٤٤	٤٨٢٠٠	٦٢٣,١	الوزيرية	٤٩	
	%٠,٢٥	%٠,٨٥	٢٨٦٥٠	١٨٣,٥	بثرومين	٥٠	
	%٠,٩١	%٠,١٤	١١٧٨	٦٧٩,٦	المحجر	٥١	
	%١,٣٨	%٠,١٣	٤٣٠٠	١٠٣٣,٥	المدينة الصناعية	٥٢	
	%١,٤٧	%٠,٠٩	٣١١١	١٠٩٩	المستودعات	٥٣	
	%٠,٣٧	%١,٢١	٤٠٧٥٦	٢٧٨,٤	الامكان الجنوبي	٥٤	
	%٠,٣٧	%١,٩٥	٦٥٥٥٥	٢٧٦,١	إسكان الأمير فواز	٥٥	

تابع جدول (٢) : مناطق مدينة جدة والأحياء التابعة لها وخصائصها المكانية والديموغرافية وعدد المراكز التجارية بكل حي.

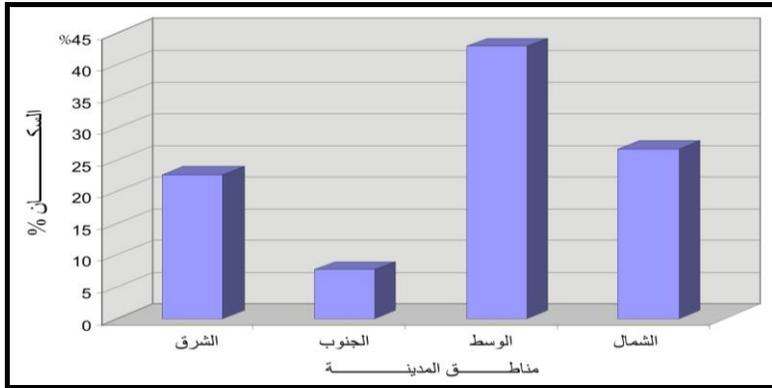
المنطقة	م	الحي	المساحة (هكتار)	عدد السكان	% من سكان جدة	المساحة بالنسبة لجده	عدد المراكز التجارية
مركز جدة	٥٦	المنتزهات	٩٧١,٧	٤٨١١٣٠	%٤,٣٣	%١,٣٠	
	٥٧	قوية	٢٩٨٣,١	٦٣١٦٤	%١,٨٨	%٣,٩٩	
	٥٨	بريخان	٩٩٦,٨	٢٥١٧٤	%٠,٧٥	%١,٣٣	
	٥٩	السامر	١٧٢	٢٨٣٠٠	%٠,٨٤	%٠,٢٣	
	٦٠	مخطط العزيزية	١١٩٦	١٠٢	%٠,٠٠	%١,٦٠	
	٦١	الثفا	٢١١٠	٦٥٠	%٠,٠٢	%٢,٨٢	
	٦٢	الصالحية	٤٧٣	١٤٠	%٠,٠٠	%٠,٦٣	
	٦٣	الهدى	٢٥٣	٢٨٠	%٠,٠١	%٠,٣٤	
	٦٤	الماجد	٤١٦	٢٤٠	%٠,٠١	%٠,٥٦	
	٦٥	الصحائية	٢٥٤	٤٥٠	%٠,٠١	%٠,٣٤	
	٦٦	غيا	١٦٥٧	١٠١	%٠,٠٠	%٢,٢٢	
	٦٧	مدينة السلطان	١٩٢١	٧٨٠	%٠,٠٢	%١,٥٧	
	٦٨	الأطلال	٧٧٥	٢٠٥٠٠	%٠,٦١	%١,٠٤	
٦٩	التوفيق	٧٢٦	١٩٩٧٨	%٠,٥٩	%٠,٩٧		
٧٠	الربيع	٢٣٨	٢٣٧٠٠	%٠,٧١	%٠,٣٢		
٧١	السالمية	٣٢٧٨	٤٠٦٥٠	%١,٢١	%٤,٣٨		
٧٢	أبرق الرغلة	١٠١٢	١٨٣٥٠	%٠,٥٥	%١,٣٥		
	٧٣	الأجواد	٤٥٥	٢٥٧٨٠	%٠,٧٧	%٠,٦١	

المصدر: وزارة الشؤون القروية أمينة محافظة جدة ١٤٢٥هـ - نسبة السكان والمساحة وأعداد المراكز التجارية من إحصاء الباحث.



المصدر: من عمل الباحث اعتماداً على الجدول رقم (2).

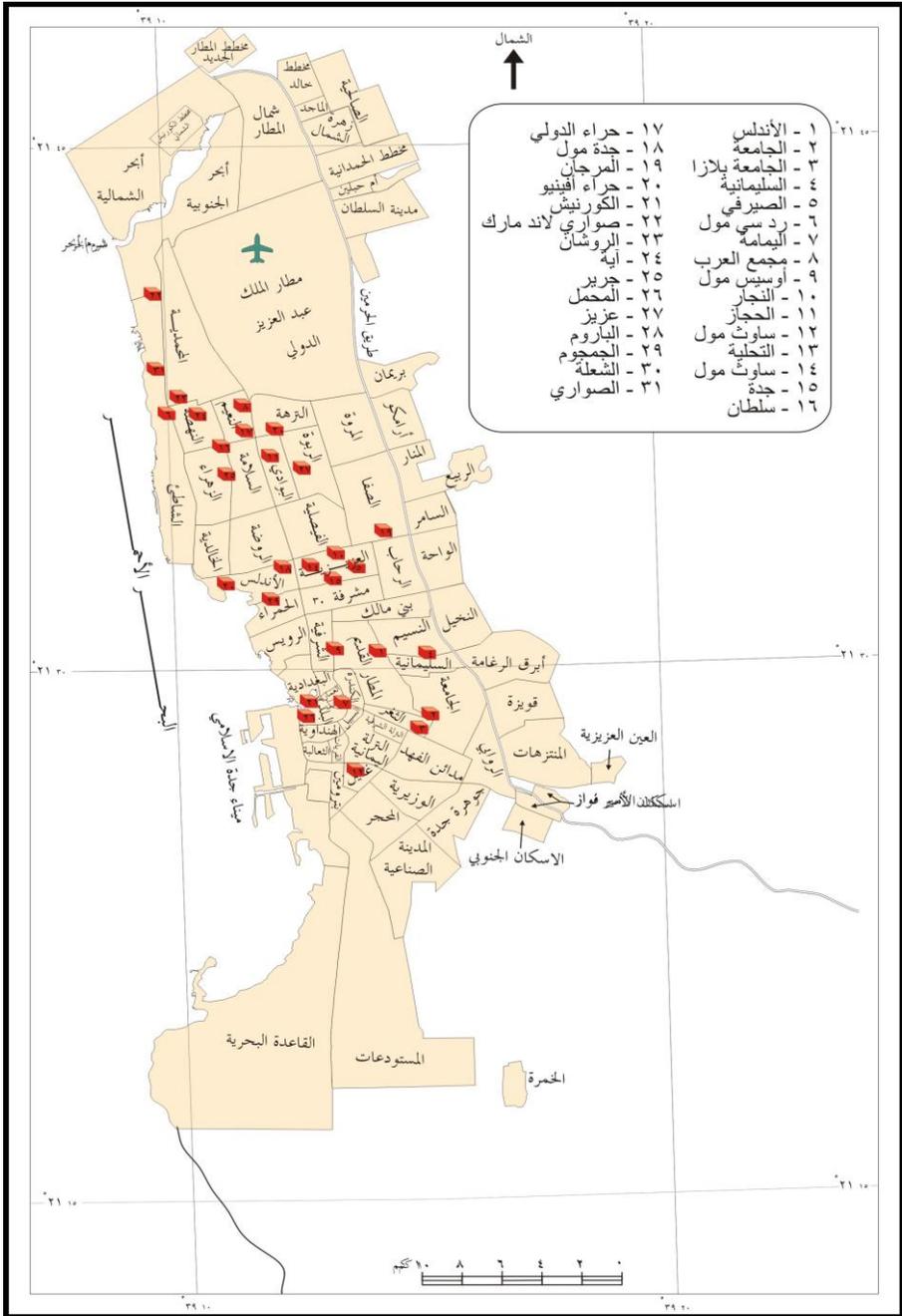
شكل (3) : مساحة أقسام مدينة جدة.



المصدر: من عمل الباحث اعتماداً على الجدول رقم (2).

شكل (4) : السكان في أقسام مدينة جدة.

يتضح من الجدول رقم (2) والشكل رقم (5) التوزيع التالي للمراكز التجارية: وعموماً فإن التوزيع الجغرافي للمجمعات التجارية بجدة يتجه من الجنوب إلى الشمال ناحية خط الساحل، بينما تفتقر الأحياء الشرقية لوجودها. كما أن كثافة التمركز للمجمعات التجارية جاءت وسط المدينة (بلدية العزيزية)، وتحديداً على شارع التحلية (الشيخ، 2009) وأن نمط التوزيع الجغرافي لهذه المولات هو التوزيع المنكسر أو المنكسر وسط المدينة.



المصدر: من عمل الباحث اعتماداً على خريطة أمانة محافظة جدة، عام 1425هـ.
شكل (5) : توزيع المراكز التجارية في مدينة جدة، عام 1430هـ.

ثانياً : آراء المتسوقين في المراكز التجارية.

كما سبقت الإشارة في الإطار العام للدراسة فإن الباحث قد قام بتوزيع مائتين وثمانين استمارة استبيان على مرتادي المراكز التجارية، وقد تمكن من جمع مائة وتسعون استمارة، ونظراً لأن الإطار الزمني للدراسة لا يتسع لجمع المزيد من استمارات الاستبيان، فقد اكتفى الباحث بالاستمارة المعدة للمتسوقين، وتم تجاوز الاستقصاء الثاني، والمعد لاستبيان آراء الإداريين بالمراكز التجارية، كما تمت الإشارة لذلك ضمن الصعوبات التي واجهت الدراسة. وسوف يكون هذا الجزء مخصصاً لاستعراض نتائج آراء المتسوقين ثم تقييمها، واستصحابها مع معطيات الدراسة الأخرى التي وردت في البند أولاً من هذا الفصل، وقد كانت النتائج كالتالي:

في محاولة للكشف عن الفئات العمرية للمتسوقين التي تم تحديدها في الاستبيان (كما هو واضح في الجدول رقم (3))، يتضح أن أعداد المتسوقين حسب الفئات المحددة كانت متقاربة جداً مع ارتفاع طفيف للفئة الأولى (15-24 عام) ويمكن عزو ذلك لأنها ضمت الأطفال المرافقين للمتسوقين في الفئات الأخرى، بالرغم من أن هذه الفئة لا تمتلك قوة شرائية ومعظمها من طلاب المدارس والجامعات الذين يعتمدون مادياً على غيرهم (شكل 6).

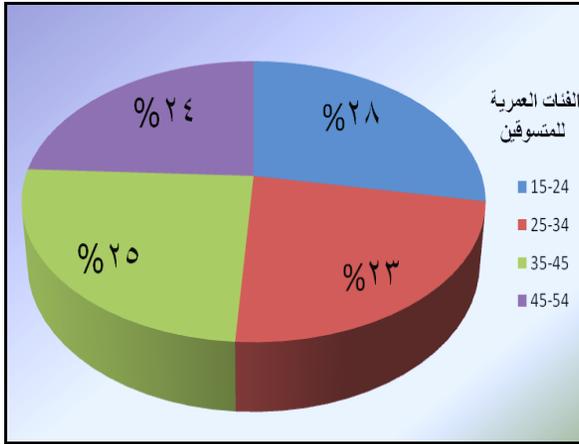
وعند محاولة حصر المتسوقين حسب الجنس (جدول 4) فقد زادت نسبة الإناث من المتسوقات على عدد الذكور (62% مقابل 38% للذكور)، ويمكن إرجاع السبب في ذلك لوجود أنماط حياتية في المدينة، تمكن العائلات من الخروج للتسوق بدون صحبة الأب، ويمكن لسائق العائلة اصطحابهم للتسوق إذا لم يكن للأسرة ابناً يستطيع قيادة السيارة (شكل 7).

جدول (3) : تصنيف المتسوقين حسب الفئة العمرية.

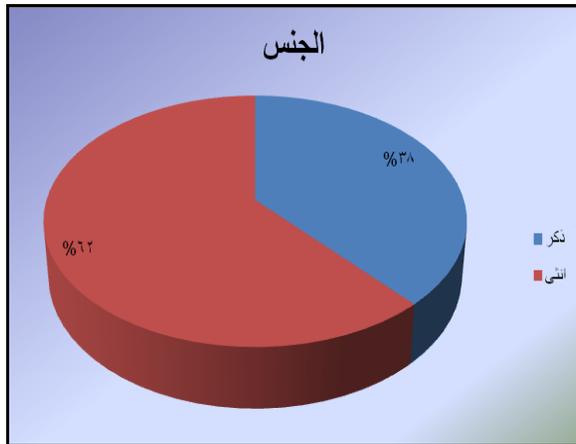
الفئة العمرية	15 إلى 24	25 إلى 34	35 إلى 44	45 إلى 55
العدد	53	44	47	46
النسبة	27.89%	23.16%	24.74%	24.21%

جدول (4) : المتسوقين حسب الجنس.

الجنس	ذكر	أنثى
العدد	37	117
النسبة	%38.42	%61.58



شكل (6) : تصنيف المتسوقين حسب الفئة العمرية.

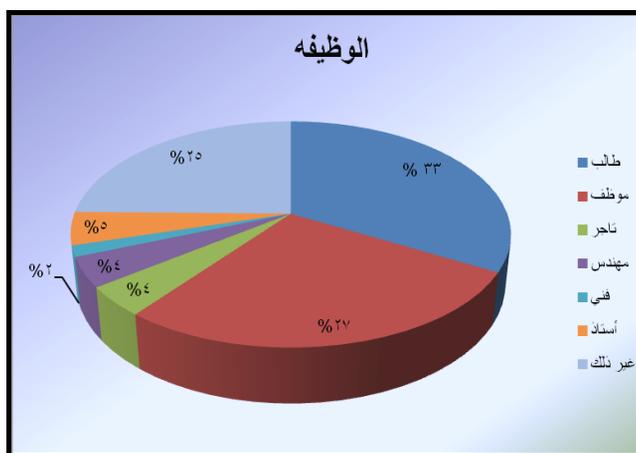


شكل (7) : المتسوقين حسب الجنس.

ومن خلال سؤال العينة (جدول 5) عن وظيفة كل متسوق وُجد أن أكثر الوظائف ترددا على المولات والمراكز التجارية هي فئة الطلاب وأقلها هي فئة الفنيين، وقد يرجع السبب في ذلك إلى أن الأسر تستغل أبنائها من الطلاب لجلب احتياجاتهم من المراكز التجارية، أو ربما هذه الفئة هي الأقدر على الخروج إلى المراكز التجارية سواءً كان ذلك بغرض التسوق أو الترويح (شكل 8).

جدول (5) : فئات المتسوقين حسب الوظيفة.

الوظيفة	العدد	النسبة
طالب	63	33,16%
موظف	52	27.37%
تاجر	8	4.21%
مهندس	8	4.21%
فني	3	1.58%
أستاذ	9	4.74%
غير ذلك	47	24.74%



شكل (8) : فئات المتسوقين حسب الوظيفة.

وفي إجابة سؤال المستوى التعليمي (جدول 6)، فقد كانت أكبر الفئات من المتسوقين من نصيب الجامعيين حيث بلغت نسبتهم (43%)، تلتها فئة الطلاب (35%)، أي أن أكثر من ثلاثة أرباع المتسوقين ينتمون لهاتين الفئتين، وهذا يدل على أن المراكز التجارية في المدينة يرتادها النخبة. أو أن هذه المراكز بما تتمتع به من بُنى تحتية وتجهيزات استطاعت ان تجتذب هذه الفئات المستبيرة من المجتمع (شكل 9).

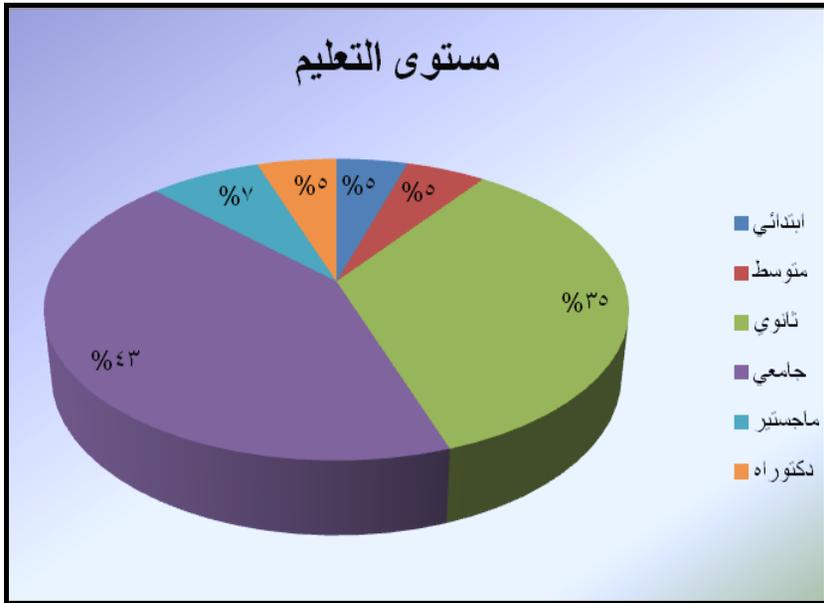
جدول (6) : تصنيف المتسوقين حسب المستوى التعليمي.

مستوى التعليم							العدد
غير ذلك	دكتوراه	ماجستير	جامعي	ثانوي	متوسط	ابتدائي	
0	10	14	81	66	10	9	
%0.00	%5.26	%7.37	%42.63	%34.74	%5.26	%4.74	النسبة

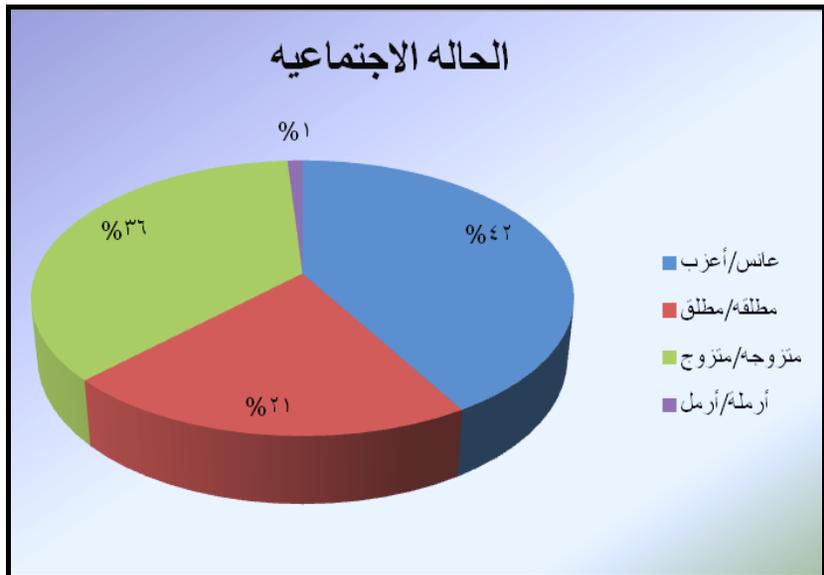
وعند طرح سؤال الحالة الاجتماعية للمتسوقين (جدول 7)، وجد أن نسبة العزاب (من الجنسين) قد تصدرت الفئات الأخرى بنسبة قاربت 43% من إجمالي المتسوقين، فهذه الفئة تشمل في داخلها فئة الطلاب من الجنسين، وقد نوهنا، سابقا عن استعداد هذه الفئة على الخروج، لاسيما وان الاستبيان تم خلال العطلة الموحدة لمؤسسات التعليم بالمملكة. ولكن اللافت أن الفئة التي تلت هذه الفئة هي فئة المطلقين من الجنسين، مما يستوجب الوقوف عند هذه الظاهرة ودراستها (شكل 10).

جدول (7) : المتسوقين حسب الحالة الاجتماعية.

الحالة الاجتماعية				العدد
أرمل/أرملة	متزوج/متزوجة	مطلق/مطلقة	أعزب/عزباء	
2	69	40	79	
%1.05	%36.32	%21.05	%41.58	النسبة



شكل (9) : تصنيف المتسوقين حسب المستوى التعليمي.

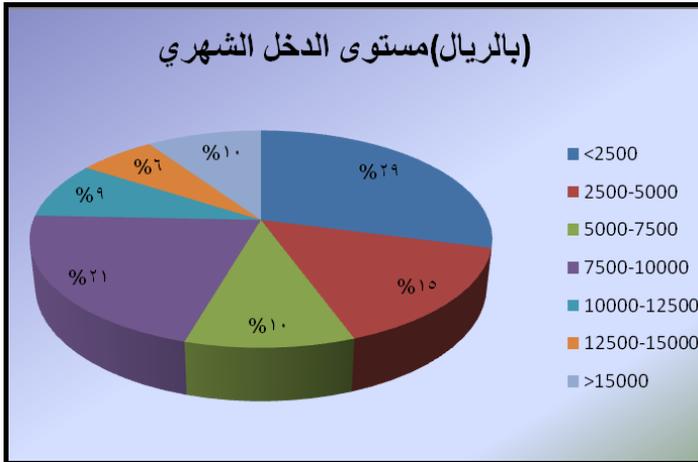


شكل (10) : المتسوقين حسب الحالة الاجتماعية.

وفي إجابة سؤال الدخل الشهري للمتسوقين (جدول 8)، فإن أعلى نسبة من المتسوقين شكلها أصحاب الدخل المنخفض الذين لا تتجاوز دخولهم 2500 ريال، ولتعليق ذلك يمكن القول بان هذه الفئة تقصد هذه المراكز للترفيه والترويح، وربما كانت وجهتها للمطاعم المتعددة الموجودة داخل المراكز التجارية (شكل 11).

جدول (8) : المتسوقون حسب الدخل الشهري.

مستوى الدخل الشهري (بالريال)							
>15000	15000 - 12500	12500-10000	10000-7500	7500 - 5000	5000-2500	<2500	
18	12	16	40	19	29	55	العدد
9.52%	%6.35	8.46%	21.16 %	%10.05	%15.34	%29.1	النسبة



شكل (11) : المتسوقون حسب الدخل الشهري.

في إجابة السؤال فيما إذا كانت المنطقة التي ينتمي لها المتسوق من المدينة بها مركز تجاري (جدول 9)، أجاب ما يزيد عن 27% بلا، ونجد هذه النسبة تتماثل مع نسبة السكان في المنطقة الشرقية، والتي تخلو تمام من المراكز التجارية كما ذكرنا سابقاً، مما يدل على الخلل في التوزيع الجغرافي لهذه المراكز. هذا إن تجاوزنا أن المنطقة الجنوبية بكاملها يوجد بها مركز تجاري واحد (شكل 12).

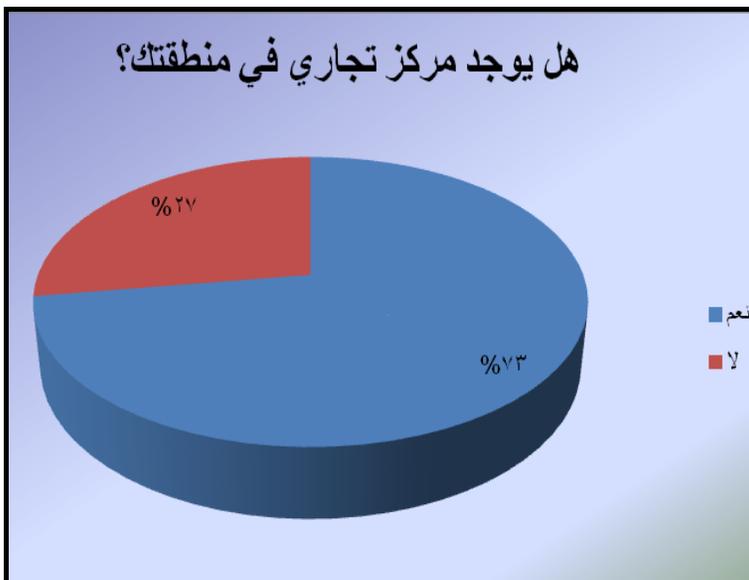
جدول (9) : وجود مركز تجاري في منطقة سكن المتسوق.

هل يوجد مركز تجاري في منطقتك؟		
لا	نعم	
52	138	العدد
27.37%	72.63%	النسبة

وعند إجابة السؤال عن تفضيل المتسوق للتسوق من المراكز القريبة لمنطقة السكن (جدول 10)، أجاب ما يقرب من ثلثي المستطلعين بأنهم يفضلون التسوق في المراكز البعيدة، التي تقع في أطراف المدينة، وربما يرجع السبب إلى أن الهدف من هذه الرحلة ليس التسوق وحده بل الترويح والتنزه، عن طريق الخروج من المدينة وصخبها، والاستمتاع بالجلسات العائلية في المطاعم في بيئة بعيدة عن ما تعودوه في داخل المدينة المكتظة بالسكان (شكل 13).

جدول (10) : تفضيل المركز التجاري من حيث القرب والبعد عن منطقة سكن المتسوق.

تفضل المركز القريب أو البعيد؟		
البعيد	القريب	
117	71	العدد
62.23%	37.77%	النسبة



شكل (12) : وجود مركز تجاري في منطقة سكن المتسوق.



شكل (13) : تفضيل المركز التجاري من حيث القرب والبعيد عن منطقة سكن المتسوق.

وفي إجابة المستطلعين عن وسيلة التنقل التي استغلوها للوصول للمراكز التجارية (جدول 11)، نجد أن 83% منهم كانت وسيلتهم للوصول السيارة الخاصة، وهذا يدل على أن معظم المتسوقين يمتلكون سيارات خاصة، كما يحمل ذلك في طياته لتأصل عادة الخصوصية التي يفضلها مجتمع المدينة، وتلي هذه الفئة فئة المرتحلين إلى المراكز التجارية عن طريق سيارات الأجرة (الليموزين)، وهي أيضا توفر نوع من الخصوصية، وإن كانت محدودة، غير أننا لو نظرنا للفئة الثالثة التي تستخدم النقل الجماعي نجد أن مجمل المستخدمين لها لا يتجاوز 3% من عينة مجتمع الدراسة، وهذا الأمر على العكس ما نجده في الدول المتقدمة، حيث يرغب المتسوقون استغلال بصات النقل الجماعي، رغبة في الراحة من القيادة، وعدم الانشغال بتدبير مواقف مناسبة لسياراتهم، مما يدل على ان المتسوقين في المراكز التجارية في المدينة يتسبون في اختناقات مرورية، وربما كان عرضة لحوادث السير بصورة أكبر (شكل 14).

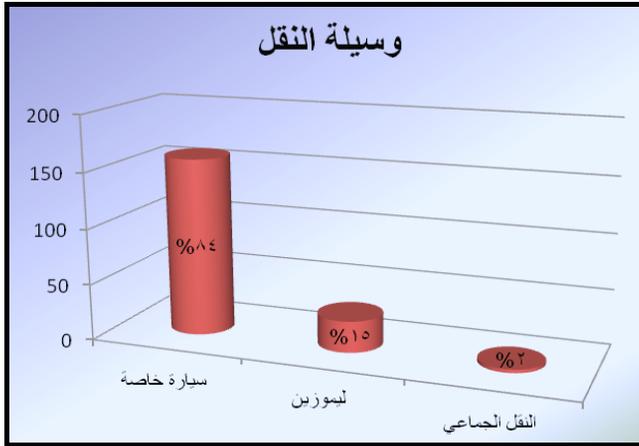
جدول (11) : وسيلة النقل المستخدمة في رحلة التسوق في المراكز التجارية.

المجموع	وسيلة النقل			العدد
	النقل الجماعي	ليموزين	سيارة خاصة	
190	3	28	159	
%100.00	%1.58	%14.74	%83.68	النسبة

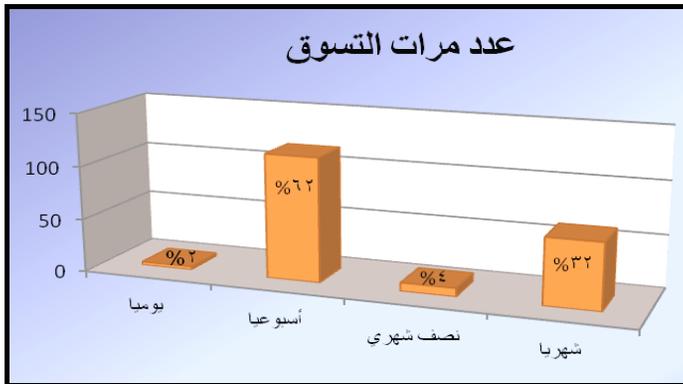
عند إجابة السؤال عن عدد مرات التسوق (جدول 12)، نجد أن ما يقرب من 62% يتسوقون بشكل أسبوعي، وان 33% يتسوقون كل شهر، وان نسبتهم مجتمعين تقارب 95% من إجمالي عدد المستطلعين من عينة مجتمع البحث وهذا الأمر ذو دلالة خاصة في أن نوعية معظم المتسوقين هم من العاملين الذين يتقاضون رواتبهم شهريا أو أسبوعيا (شكل 15).

جدول (12) : عدد مرات التسوق.

المجموع	عدد مرات التسوق				العدد
	شهريا	نصف شهري	أسبوعيا	يومية	
190	62	8	117	3	
%100.00	%32.63	%4.21	%61.58	%1.58	النسبة



شكل (14) : وسيلة النقل المستخدمة في رحلة التسوق في المراكز التجارية.



شكل (15) : عدد مرات التسوق.

وفي سؤال تفضيل المراكز التجارية التي تقع داخل المدينة أم على أطرافها

(جدول 13)، نجد أن من أجابوا من المستطلعين بتفضيل التسوق في المراكز التجارية الواقعة على أطراف المدينة قد تجاوزت نسبتهم 43%، وهذا إن دل إنما يدل على إدراك المتسوقين أن الهدف من الارتحال لتلك المراكز يكون للتنزه والتسوق معا (شكل 16).

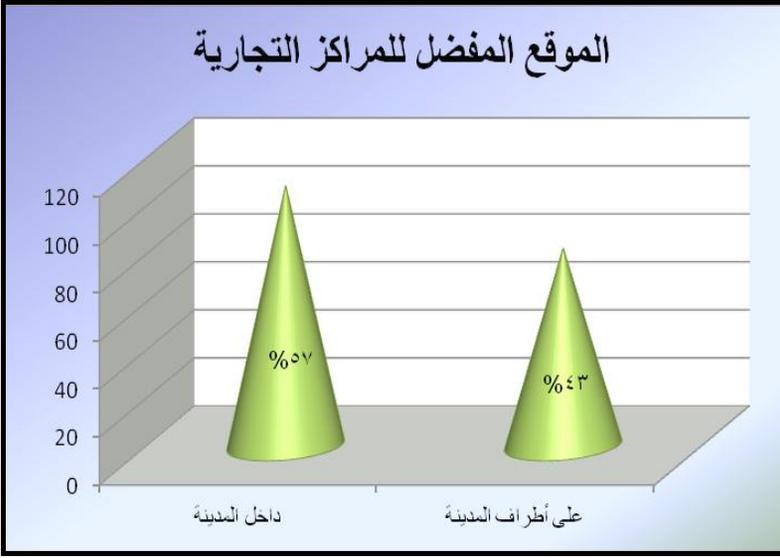
جدول (13) : الموقع المفضل للمراكز التجارية.

المجموع	الموقع المفضل للمراكز التجارية		
	على أطراف المدينة	داخل المدينة	
190	82	108	العدد
%100.00	%43.16	%56.84	النسبة

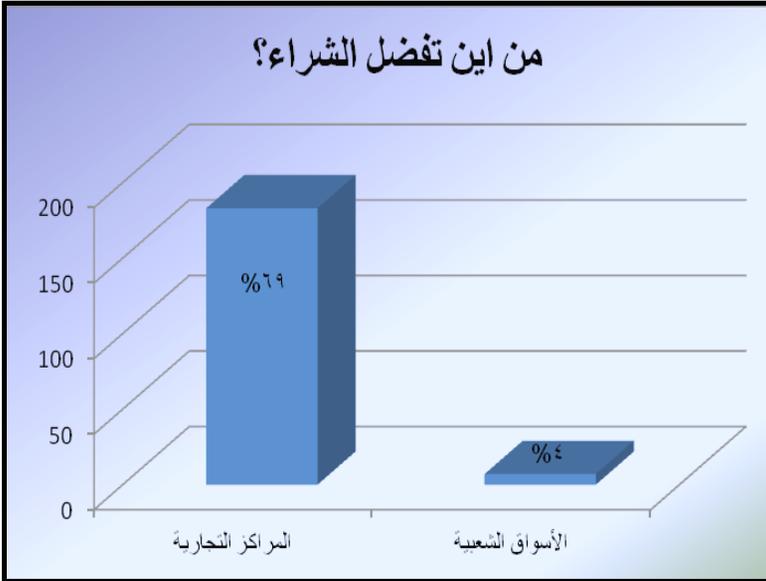
وتظهر إجابة السؤال عن تفضيل شراء الاحتياجات والأغراض من المراكز التجارية أم من الأسواق الشعبية (جدول 14)، فإن إجابة المستطلعين قد أجمعت تقريبا على تفضيل الشراء من المراكز التجارية، وهذا يعكس تفوق المراكز التجارية في الوصول للمستهلكين بشتى طرق الدعاية والإعلان لبضائعهم، وبطرق عرض البضائع بالصورة التي تجتذب المتسوق (شكل 17).

جدول (14) : من أين تفضل الشراء.

المجموع	من أين تفضل الشراء؟		
	الأسواق الشعبية	المراكز التجارية	
190	7	183	العدد
%100.00	%3.68	%96.32	النسبة



شكل (16) : الموقع المفضل للمراكز التجارية.



شكل (17) : من أين تفضل الشراء.

وعن أسباب اختيار مركز تجاري بعينه (جدول 15)، أجاب المستطلعين، وبنسبة

تزيد عن 35% أن ذلك مرده إلى جودة البضائع، فيما قال 23% منهم أن السبب في اختيار المركز هو توفر الخدمات بداخله، بنوك، مطاعم، ملاهي... الخ، وقد عزا 20% من المستطلعين أن سبب اختيارهم للمركز يرجع للأسعار المناسبة التي يعرض بها المركز بضائعه، وفي الحالات الثلاث التي أشرنا إليها والتي بلغت نسبتها مجتمعة 78% (من جملة عينة مجتمع الدراسة)، يتضح ارتفاع وعي ونضج المتسوقين من خلال تفضيلهم لمركز معين بناءً على بعض المعايير التي تتناسب وضعهم المادي والاجتماعي (شكل 18).

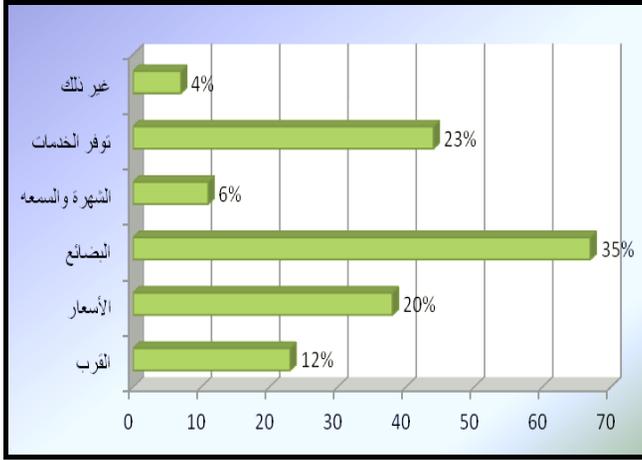
جدول (15) : سبب اختيار المركز التجاري.

النسبة	العدد	سبب اختيار المركز
12.11%	23	القرب
20.00%	38	الأسعار
35.26%	67	البضائع
5.79%	11	الشهرة والسمعة
23.16%	44	توفر الخدمات
3.68%	7	غير ذلك
	190	المجموع

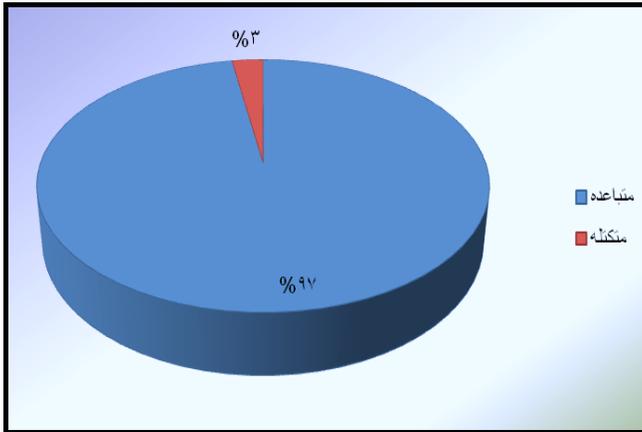
وعند سؤال المستطلعين عن الصورة التي يفضلون أن تكون عليها المراكز التجارية من حيث التقارب أو التباعد (جدول 16)، أفاد 97% منهم بأنهم يفضلون أن تكون متباعدة، وهذه الإجابة لا تتأتى إلا لمن اكتوى بوضع قائم وهو نمط التوزيع الحالي للمراكز بالمدينة، الذي يتسبب في أزمات المرور والاختناقات، وربما حوادث السير التي تلازم هذه الاختناقات في اغلب الأحيان (شكل 19).

جدول (16) : كيفية توزيع المراكز.

المجموع	كيف تفضل توزيع المراكز		
	متكئة	متباعدة	
189	5	184	العدد
% 100	%2.65	%97.35	النسبة



شكل (18) : سبب اختيار المركز التجاري.



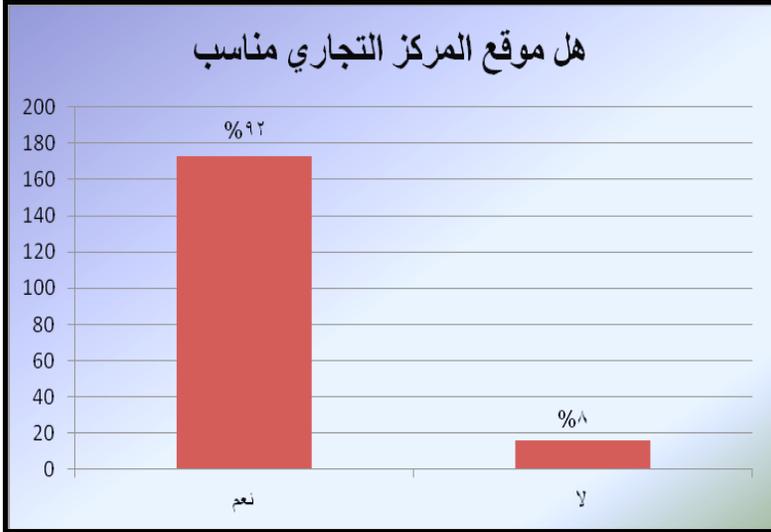
شكل (19) : كيفية توزيع المراكز.

عند سؤال المستطلعين في الدراسة عن مدى مناسبة موقع المركز الحالي (جدول

(17)، أجاب 34% منهم بنعم، بينما أجاب 8.47% بلاء صريحة، فإذا ما نظرنا في إجابة الفئة الثالثة التي قالت مناسب أو غير مناسب إلى حد ما، فإن ذلك بلا شك سوف يكون نسبة مقدره إلى أصحاب الإجابة بلاء، مما يؤيد القول بان هناك قصور في كفاءة التوزيع الحالي للمراكز التجارية بالمدينة (شكل 20).

جدول (17) : مدى مناسبة موقع المركز التجاري.

المجموع	هل موقع المركز التجاري مناسب			
	لا	إلى حد ما	نعم	
189	16	1.8	65	العدد
%100.00	%8.47	%57.14	%34.39	النسبة



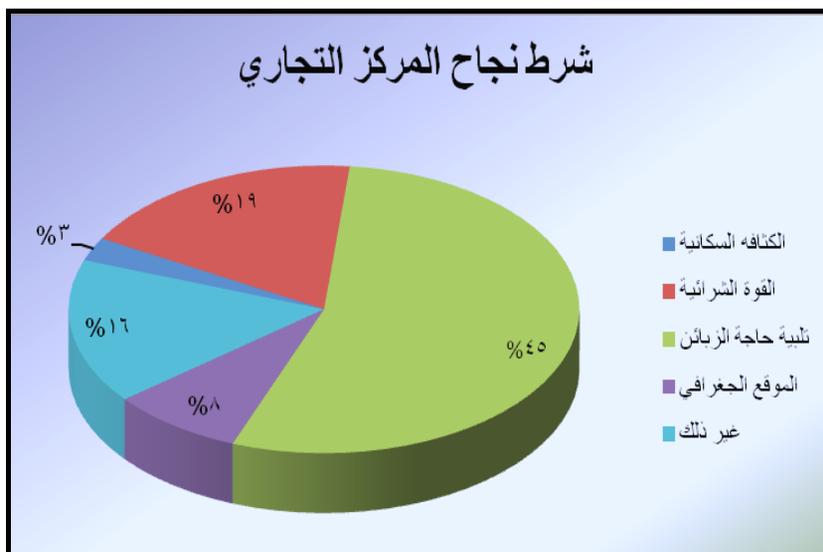
شكل (20) : مدى مناسبة موقع المركز التجاري.

عندما طرح سؤال عن شروط نجاح المراكز التجارية (جدول 18)، كانت أعلى

نسبة من المستطلعين (54.21%) أفادت بان تلبية حاجات الزبائن هي الشرط الأهم لنجاح المركز، فهذه الإجابة، والتي يعتبرها الباحث برغماتية واقعية، إلا أن حصيلة ما تبقي من الإجابات، تمثل عسبا في نجاح المركز التجاري، إذا تم النظر إليها على مستوى مستقبل المركز القريب والبعيد (شكل 21).

جدول (18) : شروط نجاح المركز التجاري.

المجموع	شروط نجاح المركز التجاري					العدد
	غير ذلك	الموقع الجغرافي	تلبية حاجة الزبائن	القوة الشرائية	الكثافة السكانية	
190	31	16	103	35	5	
%100	%16.32	%8.42	%54.21	%18.42	%2.63	النسبة



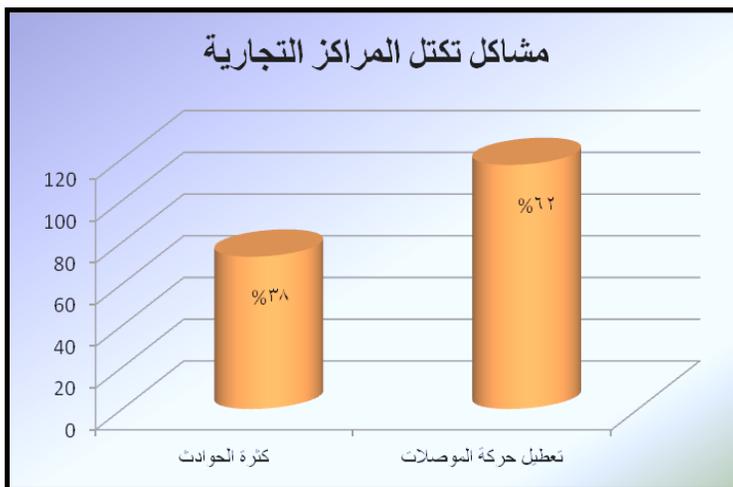
شكل (21) : شروط نجاح المركز التجاري.

وفي إجابة السؤال عن مدى تأثير تكتل المراكز التجارية في مواقع متقاربة

(جدول 19)، أفاد ما نسبتهم 61.58% بأن ذلك يؤثر سلباً على حركة المرور، بينما أجابت بقية العينة المستطلعة بأن ذلك يتسبب في كثير من الحوادث المرورية، ويؤيد ذلك اضطرار سلطات المرور للوقوف أمام المراكز التجارية لتنظيم حركة السيارات، بالرغم من وجود عدد كاف من الإشارات المرورية واللوحات الإرشادية المضيئة، وأنظمة المرور الإلكترونية التي تردع المخالفين، وتسجل مخالفاتهم المرورية إلكترونياً (كنظام ساهر) (شكل 22).

جدول (19) : مشاكل تكتل المراكز التجارية.

المجموع	مشاكل تكتل المراكز التجارية			العدد
	كثرة الحوادث	تعطيل حركة المواصلات	غير ذلك	
190	73	117	0	
%100.00	%38.42	%61.58	%0.00	



شكل (22) : مشاكل تكتل المراكز التجارية.

وعند السؤال عن ما يجتذب المتسوق للمركز التجاري، مثل وجود مواقف

السيارات، ووجود المطاعم المتعددة، توفر السلع الاستهلاكية، والسلع الكمالية، توفر خدمات النظافة، وجود مراكز الترفيه في المركز، وتوفر مكاتب الاستعلام، ومكائن الصرف الآلي وفروع البنوك، ومكاتب السياحة، أجاب معظم المستطلعين وبنسبة فاقت 95%، بان توفر كل هذه الخدمات تشكل السبب في وصول المتسوقين للمركز التجاري (جدول 20).

جدول (20) : الخدمات التي يفضل المتسوقون توفرها في المركز التجاري.

النسبة	العدد	
0.53%	1	مواقف السيارات
0.00%	0	المطاعم المتعددة
0.00%	0	السلع الاستهلاكية
0.00%	0	السلع الكمالية
1.05%	2	خدمات النظافة
1.58%	3	مراكز ترفيه الأطفال
1.05%	2	مركز استعلامات
0.00%	0	مكاتب السياحة
0.53%	1	بنوك ومصارف
95.26%	181	جميع ما ذكر
100.00%	190	المجموع

الخلاصة :

يتضح من الشكلين (3،4) أن هناك تخلخلا سكانيا واضحا بين أقسام المدينة الأربعة، ففي حين بلغ نصيب القسم الجنوبي من السكان ما نسبته فقط 7.61%، نجد أن القسم الأوسط بلغ نصيبه من السكان 42.86%، أما على مستوى فئات عمر المتسوقين الأربعة المختارة فإنها لم تظهر أي اختلاف لافت برغم تصدر فئة صغار السن (15-24) بنسبة 28% (انظر الشكل 4). وما يسترعي الانتباه حقا أن جنس المتسوقين يميل بصورة كبيرة لصالح الإناث حيث بلغت نسبتهن حوالي ثلثي المتسوقين (61.58%) (انظر الشكل 5).

ونجد أن فئات المتسوقين من حيث المستوى التعليمي قد تصدرتها فئة الجامعيين بنسبة 42.63% وطلاب الثانوية وبلغت نسبتهم 34.74% ونجد هاتين الفئتين تشكلان أكثر من ثلاثة أرباع إجمالي الفئة التي تم استبيانها. وعند تصنيف المتسوقين حسب الفئات الاجتماعية، نجد أن أقل الفئات الاجتماعية المتسوقة هي فئة الأرامل (1%) أما الفئة التي جاءت في الصدارة، فهي فئة العزاب (42%).

كما يلاحظ أن أكثر الفئات ارتيادا للمراكز التجارية حسب الدخل هي الفئة الأولى (<25000)، أما عن وسيلة المواصلات التي استغلها المتسوقون للحضور إلى المركز فإن 83.68% منهم يأتون على متن سياراتهم الخاصة، وعن عدد مرات التسوق فإن 62% من الذين تم استبيانهم يحضرون أسبوعيا للمركز، كما أفاد المستطلعون أن 56.33% تفضل المراكز التجارية داخل المدينة، أما إجاباتهم عن تفضيلهم الشراء من المراكز التجارية على الأسواق الشعبية فكانت نسبة 96.31% منهم تفضل المراكز التجارية. أما إجاباتهم حول سبب اختيار المركز فقد كانت بسبب جودة البضائع.

النتائج والتوصيات :

أ) النتائج :

يتضح من واقع الجدول رقم (2) أن مدينة جدة تنمو عمرانيا بصورة مضطردة على المحورين الشمالي والشرقي، حيث أن القسم الشمالي من المدينة استحوذ على أكثر من نصف مساحة المدينة (52%)، ويقطنه ما يربو على ربع سكان المدينة ويوجد به 15 مركزا تجاريا، ومن ناحية أخرى نجد أن نصيب القسم الشرقي من المدينة من المساحة بلغ ربع المساحة الكلية للمدينة، ويقطنه 22% من السكان، أي أن الكثافة السكانية تساوي ضعف ما هي عليه في القسم الشمالي، على الرغم من وجود بعض محددات النمو العمراني في هذا القسم التي تتمثل في متاخمته لسفوح جبال الحجاز من الناحية الشرقية، وتخلو هذه المنطقة من المراكز التجارية تماما. وترتفع كثافة السكان في القسم الأوسط من المدينة إلى ثلاثة أمثال ما هي عليه في القسم الشمالي، بالرغم من أن هذه المنطقة لا تستحوذ من المساحة إلا على 16% فقط من مساحة المدينة، لذا تعد هذه المنطقة الأكثر اكتظاظا بالسكان، كما يوجد في المنطقة 16 مركزا تجاريا، أما القسم الجنوبي من المدينة، فنصيبه 6% فقط من مساحة كامل المدينة، ويستحوذ على 7.7% من مجمل سكان المدينة، وهو بذلك ترتفع كثافة السكان فيه قليلا عن تلك الموجودة في القسم الشرقي، أما نصيبه من المراكز التجارية فهو مركز تجاري واحد فقط.

وعليه وبناء على هذا السياق، فإن توزيع المراكز التجارية في المدينة الحالي لا يتماشى مع هذه المعطيات فنجد أن المراكز التجارية البالغ عددها 32 مركزاً تجارياً، وأن أنصبة المناطق هي: 15 مركزاً تجارياً في المنطقة الشمالية و 16 في المنطقة الوسطى ومركز تجاري واحد فقط في المنطقة الجنوبية وتخلو المنطقة الشرقية من المراكز التجارية تماماً. وإذا أعدنا توزيع المراكز التجارية بناءً على هذه المعطيات، فإن التوزيع بناء على مساحات أقسام المدينة الأربعة يكون كالتالي: 16 مركزاً تجارياً للشمال وثمان مراكز للشرق و 6 مراكز في للوسط ومركزين في الجنوب، وأما إن أعدنا توزيع المراكز التجارية بناءً على الكثافة السكانية تكون أنصبة المناطق الأربعة

كالتالي: 8 مراكز للشمال و 13 مركزاً للوسط ومركزين للجنوب و 9 مراكز للشرق.

وقد كشفت نتائج العمل الميداني ما يلي:

- أن فئة صغار السن (15-24) تمثل أكبر الفئات العمرية ارتياداً للمراكز التجارية.
- إن ما يقارب ثلثي المتسوقين في المراكز التجارية من الإناث.
- إن ما يزيد عن 60% من المتسوقين هم من الطلاب والموظفين.
- أكثر من ثلاث أرباع المتسوقين هم من الجامعيين وطلاب المدارس الثانوية.
- العزاب من المتسوقين يشكلون 40% من المتسوقين.
- ما يقارب 30% من المتسوقين هم الفئة المنخفضة الدخل (2500 ريال فأقل).
- 27% من سكان المدينة لا يوجد مراكز تجارية في مناطقهم السكنية.
- 84% من سكان المدينة يملكون وسيلة نقل خاصة (سيارة) تقلهم إلى الأسواق التجارية.
- 62% من السكان يتسوقون في عطلة نهاية الأسبوع.
- 43% من السكان يفضلون التسوق في المراكز التجارية الواقعة على أطراف المدينة.
- 96% من سكان المدينة يفضلون الشراء من المراكز التجارية.
- 35% من المتسوقين يفضلون التسوق في المراكز التجارية التي تجلب البضائع ذات الجودة.
- 97% من سكان المدينة يفضلون أن تكون المراكز التجارية متباعدة عن بعضها البعض.
- 34% من السكان فقط قالوا إن موقع المركز التجاري غير مناسب.
- 45% من سكان المدينة يعتقدون أن نجاح المركز التجاري مشروط بتلبيته حاجة الزبائن.

- 61% من سكان المدينة يعتقدون أن مواقع المراكز التجارية القريبة من بعضها وتكتلها يتسبب في تعطيل حركة المواصلات.
- وجود الخدمات المتكاملة في مراكز التسوق تجتذب المتسوقين.
- المراكز التجارية حققت نجاحاً كبيراً تمثل في زيادة المتسوقين وتفضيلها من قبلهم على الأسواق الشعبية.

(ب) التوصيات :

- إشراك المتخصصين في تخطيط المدن وبيوتات الخبرة وسلطات التخطيط والسلطات البلدية لتقديم آراء علمية وعملية حتى يتسنى للجهات اتخاذ القرار في المدينة لاختيار مواقع مراكز التسوق بناء على المعايير العلمية، وكذلك الأمر بالنسبة لاختيار مواقع المرافق الخدمية الحضرية الأخرى بالمدينة، ومراعاة أن يتم ذلك بناء على النمو العمراني المستقبلي لمدينة جدة على المحورين الشمالي والشرقي.
- تأجيل أي موافقة في الوقت الحالي لقيام أي مركز تجاري في منطقة وسط المدينة، والموافقة على إنشائها في مناطق المدينة الأخرى وخاصة المنطقة الشرقية من المدينة لخلوها منها، مع التأكيد على استيفاء كافة الشروط والمواصفات العمرانية، فضلا عن النظرة المستقبلية للمواقع المختارة.
- مراعاة وجود ملاهي وأماكن ترفيه في مخططات المراكز التجارية نظراً لارتداد فئة صغار السن لهذه المراكز بصورة أكبر من الفئات الأخرى.
- التأكيد على قرار مجلس الوزراء الذي صدر مؤخراً بتأنيث بعض المحال التجارية التي تعرض سلعا نسائية وذلك بغرض خلق بيئة من الخصوصية للنساء حيث أوضحت الدراسة الميدانية أن نسبة الإناث بلغت الثلثين من إجمالي المتسوقين في المراكز التجارية.

- إعداد المراكز التجارية لاستقبال المتسوقين خلال عطلة نهاية الأسبوع والفترات المسائية بصفة خاصة، نظراً لأن 60% من روادها من أصحاب الارتباط نهائياً بالعمل (الدوام) أو الدراسة.
- تخصيص لجان لضبط أسعار البضائع ومنع تفلتها لأن 40% من المتسوقين من فئة منخفضي الدخل (أقل من 2500 ريال سعودي).
- اشتراط السلطات المختصة على المراكز التجارية بتخصيص مواقف للسيارات بصورة كافية.
- تكثيف الرقابة على جودة السلع التي تعرضها المراكز التجارية.

شكر وتقدير

يتوجه الباحث الرئيس بالشكر الجزيل لجامعة الملك عبد العزيز ممثلة في عمادة البحث العلمي على توفيرها الدعم في سبيل إنجاز مشروع البحث رقم (428/482) في صورته النهائية، وأخص بالشكر سعادة الأستاذ الدكتور/ عميد البحث العلمي وسعادة الأستاذ الدكتور/ وكيل العمادة للبحث العلمي للبحوث - على ما قدماه من دعم ومساندة لتذليل كل الصعاب لإنجاز هذا البحث بصورته النهائية.

الباحث الرئيس

د. عبد الله براك مبارك الحربي

بحث رقم (428/482)

الملاحق

المعايير والمقاييس الإنشائية حسب الاستعمال ونوع الفاعلية

معايير الحركة : المعايير الخاصة بالمداخل والمخارج:

- في الأبنية التي تزيد عن 1500 م² من المساحة المستخدمة تجهز كافة الساحات الضرورية التي يتم بلوغها للسيارات بمداخل بعيدة عن بعضها البعض وتكون هذه المداخل أو الممرات عرض أكبر من أو يساوي 3.5 م.
 - إذا كانت مخارج الزبائن تقود إلى الفناء يجب إحداث رصيف أكبر من أو يساوي 80 سم من العرض.
 - تأخذ الأدراج والمخارج الرئيسية من أجل المشتريين بعرض أكبر أو يساوي 2م² في الطابق الأرضي ويوجد على الأقل مخرجين على الشارع أو الفناء.
 - ولا تعد المخارج على الفناء إلا عندما يكون لها مداخل أو ممرات على الأقل 4 مداخل، وكل واحد منها بعرض 3.5متر، مع مقبض بارتفاع 85 سم لها عن سطح الأرض من أجل الفتح من الداخل، ولا توجد أبواب جراحة، ويجب فتح الأبواب على كامل عرضها.
 - يجب أن تكون المداخل والمخارج الرئيسية للمبني مظلة ومتصلة اتصالاً مباشراً بطريق عامة أو ممرات وفق الأسس التالية:
1. المباني التي تستوعب عدد أشخاص من 50 - 200 شخص يجب أن لا يقل عرض الطريق عن 3 م.
 2. المباني التي تستوعب عدد أشخاص من 200 - 400 يجب أن لا يقل عرض الطريق عن 12 م.
 3. المباني التي تستوعب أكثر من 2000 شخص يجب أن لا يقل عرض الطريق عن 24م.

ويجوز أن تكون المداخل والمخارج مفتوحة على الفناء فيما يجب أن يكون الفناء مستوفياً للشروط المنصوص عليها في المواصفات التصميمية والبيئية، ومتصلاً اتصالاً مباشراً بطريق عام أو ممر وفقاً للأسس المذكورة.

ولابد أن تكون مداخل المركز التجاري واسعة ومؤكدة والمطلوب أن توحى بالعظمة والفخامة لأنها منطقة انتقالية من الخارج إلى الداخل، ويستحب استخدام مواد ذات جودة عالية إضافة إلى أن عناصر التشجير والمزروعات بالمداخل تعزز أهمية المركز التجاري.

الشروط الخاصة بالسلام والمساعد في المبنى:

- السلام تعتبر أهم عناصر الحركة الرأسية والرئيسية في المبنى التجاري وحيث تمثل الجزء الأكبر في موقعها، لذلك تمثل نقطة الجذب البصري داخل المركز فلا بد من الاهتمام بهذا العنصر ومراعاة اختيار مكان السلام.
- بالإضافة إلى السلام العادية لابد من وجود السلام المتحركة لتقليل التعب عن الشخص الزائر في حمل الأغراض.
- كذلك ضرورة توفير سلام ثانوية للطوارئ.
- تتعلق عدد وعرض الأدراج في تعليمات تخطيط المدن بالمداخل والمخارج.

عرض الأبواب:

- * حتى 500 شخص = 1متر من أجل 120 شخص.
 - * حتى 1000 شخص = 1متر من أجل 150 شخص.
 - * فوق 1000 شخص = 1متر من أجل 200 شخص.
 - الأدراج الآلية تكون ضرورية عندما يحسب ثقل حوالي 2000 شخص/ساعة.
- عرض الدرجات:

- * 4000 شاغل في الساحة = 1.25م عرض درج.
- * 6000 شاغل في الساحة = 1.45م عرض الدرج.
- * 8000 شاغل في الساحة = 2.00م عرض الدرج.

المصاعد تصنف حسب استعمالها إلى:
أغراض عامة وتجارية . سكنية . مخازن .

(1) مصاعد داخلية:

- تمتاز بسرعتها التي قد تصل إلى 6م/ث ويجب أن تتوفر فيها الآتي:
1. تكييف مناسب نظراً لطول المسافة في الأبنية ذات الارتفاع العالي.
 2. تتحمل الأوزان الثقيلة وتتنوع 10 أشخاص.
 3. تكون عازلة للحريق.

(2) المصاعد الخارجية:

- تتم إحاطتها بأذرع من (steel) لتوفير الحماية لراكبها.
- استخدام نوع من الزجاج السميك لتوفير العزل الحراري.
- تكون سعتها أقل وسرعتها أقل لتوفر للزوار حق المشاهدة للمدينة أثناء الصعود.

أبعاد الممرات التجارية:

أولاً: عروض الممرات التجارية:

يتم تحديد عرض الممرات التجارية بحيث يكون مناسباً لرؤية المستخدمين لواجهات العرض، كما توجد فضاءات انتظار للمتسوقين وحركتهم.

ثانياً: أطوال الممرات التجارية:

يجب ألا يتعدى الممر التجاري عن 25م وإلا سوف يشعر المتسوق بالملل من طول الممر التجاري.

أشكال الممرات التجارية:

تأخذ الممرات التجارية أشكالاً كثيرة فقد تكون خطية مستقيمة كما في مركز فيليزي بباريس أو خطية منكسرة على شكل حرف (L) أو على هيئة حرف (T).

الاعتبارات التصميمية للمحلات التجارية:

(1) محلات بيع الملابس:

- عادة ما توجد محلات الملابس في الأدوار العليا في داخل المحلات التجارية المجمعّة وهي عبارة عن محلات لملايس النساء والرجال والأطفال وقد تكون مجمعّة في محل واحد كبير وفي هذه الحالة يحب أن يوجد جزء مستقل لمحل بيع ملايس الأطفال.
- يجب أن يحتوي المحل على غرف للقياس تحتوي على مرايا.
- يستحسن أن تكون الإضاءة الطبيعية متوفرة للتمييز بين الألوان ودائماً تكون الإضاءة الصناعية بداخل المخازن والتي تكون بنسبة 20% من إجمالي مساحة المحل.
- يكون ارتفاع الرفوف ≥ 2.2 م وأفضل ارتفاع هو الأكثر ملائمة محورة بين 50-150 سم.
- ارتفاع طاولات العرض (كونتر) 85-95 سم، وفي حالة الزبون جالس 55-75 سم، ويكون عرضها 70-85 سم.
- غرف القياس في متاجر الملابس الجاهزة بمقياس 1.1×1.15 م وفي الصالات تكون الغرف 1.5×1.8 م.

(2) محلات بيع الأحذية :

الأحذية سريعة التأثير بالأترية لذلك يجب أن تكون الواجهات مغلقة من الخارج ويجب وجود مخزن علوي يسهل تناول الأصناف المخزونة وبيع بالإضافة إلى ذلك

مواد صيانة الأحذية في الأماكن التي فيها القياس، ووجود سجاد على الأرضية والمرأة.

- يحتوي الصالونات الصغيرة عامة على 500-800 زوج من الأحذية.
- والمتاجر المتوسطة من 800-1000 زوج يباع بالإضافة إلى ذلك مواد صيانة الأحذية.
- من أجل مقعدين للقياس يلحظ إيجاد خشبة توضع عليها القدم للقياس.

(3) محلات بيع المجوهرات:

بيع المجوهرات من الأعمال المرتفعة الأثمان ولذلك فإنها تتطلب عرض خاص ولأماكن تصليح المجوهرات تكون خلف المحل ومكشوفة للعميل. وجميع المعروضات تجمع وتحفظ في خزائن عند إغلاق المحل لحماية المعروضات من السرقة وأيضاً الإضاءة مهمة جداً للعرض واستخدام مرايا للرقابة.

(4) محلات بيع الهدايا :

من الصعوبات التي تواجه تنظيم محلات الهدايا هي كثرة أنواع المعروضات وعادة لا تتم عملية الشراء بدون رؤية الشيء أو أخذ الفكرة عن استعماله ويجب المحافظة على المعروضات القابلة للكسر.

(5) محلات بيع الأثاث :

قسم الأثاث يحتوي على أماكن عرض الحجرات كاملة وأجزاء من الحجرات ويجب تنسيق الأثاث بحيث يجذب الجمهور وطريقة البيع بقسم الأثاث مختلفة عن الأقسام الأخرى حيث أن المشتري بأخذ إيصال بالشراء بعد دفع الثمن.

6) سوق المواد الغذائية :

يجب أن يتواجد قريبا بقدر المستطاع من حركة الدور الأرضي فيكون إما بالأرضي أو بالدور تحت الأرضي بحيث تكون المساحة 60-80 متر مربع لكل 8 مستخدمين وتعرض بقدر الإمكان كافة البضائع وتكون مرئية بشكل واضح والرفوف على الجدران ويجب أن تكون لها ارتفاع يسمح بتناولها باليد والوصول إلى كل المنتجات ويحتوي المواد الغذائية على كافة ما يحتاجه المواطن.

7) متاجر الأقمشة:

هذه المتاجر غالباً ما تكون ملحقة بمحلات الألبسة الجاهزة ومخزن بياضات وأقسام الخياطة وصناعة الملابس المنسوجة وتجارة الأقمشة... إلخ.

العناصر المكونة والمعايير الخاصة:

[المطبخ . المقهى + المطعم]

أولاً : المطبخ.

يكون في الأدوار السفلى وله مدخل تخديم خاص به من الخارج ومن الداخل بحيث لا تتقاطع حركة الزبون مع حركة التقديم ويضم المطبخ مخزن ملحق وثلاجات تحفظ الأغذية الباردة وقسم آخر لحفظ الأغذية الجافة ويبلغ مساحة المطبخ 15-25%.

وتجهز المساحة الإجمالية للمطبخ كما يلي:

1. خدمة.
2. طهو.
3. لحوم.
4. حلويات.
5. غسل الأطباق.

ثانياً : المقهى والمطعم.

أماكن الشرب والمقاهي والمطاعم تحتوي في أغلب الأحيان على مقاعد وطاولات ثابتة للمجموعات ومن الأفضل أن يتم تسليم الطلبات للخدم في وسط المكان والأكثر قرباً من غرفة الخدمة.
إن الطاولات والمقاعد المنخفضة شائعة وهي بسيطة واقتصادية، المسافة بين الطاولات ≤ 1.3 م وليس المقعد أكثر من 43 سم ويوجد على بعد ≤ 10 سم من الطاولة.

معايير الأثاث في الجزء الخاص بالمطعم

- 1- الإضاءة
- 2- التهوية
- 3- التكييف والتدفئة
- 4- العزل الصوتي والحراري

الخدمات الهندسية:

أولاً : الإضاءة.

الإضاءة وخاصة في المباني الإدارية عامل مهم وعليه يجب الاهتمام بدراسته بشكل جيد والعمل على ضرورة الاستفادة بقدر الإمكان من الإضاءة الطبيعية لأن لها العديد من المزايا عن الإضاءة الصناعية ومنها:

- 1- الاستفادة منها دون مقابل.
- 2- لها التأثير النفسي والصحي الجيد.
- 3- لا تتعرض للانقطاع المفاجئ.
- 4- لا تحتاج لصيانة.

كما وانه يمكن الاستفادة من الإضاءة الطبيعية وخاصة مصدر الشمس المباشر في أعمال التدفئة وتستخدم المياه في ذلك، وحتى في حالات العمل على الاستفادة القصوى من الإضاءة الطبيعية فإنه لا بد من وضع البديل وهو الإضاءة الصناعية. والإضاءة الطبيعية تختلف من مكان إلى آخر وذلك حسب الموقع فالمناطق ذات السماء المغطاة بالسحب يكون مصدر الإضاءة فيها انعكاس الأشعة بينما في المناطق الحارة ذات السماء الصافية يكون مصدرها أشعة الشمس وتتأثر بالبيئة المحيطة فنجد أن المباني الواقعة في المناطق الكثيفة بالأشجار تكون الإضاءة كافية في المبنى حتى لا يتم اللجوء إلى استعمال الإضاءة الصناعية إلا على أضيق نطاق ويجب أن تكون المساحة المضيئة عشر مساحة الفراغ حيث إضافة إلى ما تقدم فإن الإضاءة الطبيعية لها تأثير إيجابي على راحة أعصاب الموظف.

الإضاءة الصناعية :

من المعلوم أن الطاقة الكهربائية مكلفة الصيانة وينتج عن استعمالها الكثير من المخاطر ولذلك لا بد أن يراعى التقليل من الاعتماد عليها كمصدر وحيد للإضاءة والتدفئة رغم أنها تشكل مصدر ضوئي يمكن التحكم فيه ويكفي استعماله وفق الحاجة. وفي حالة استعمالها والتي يجب أن تكون عند الضرورة وفي حالة عدم إمكانية الاستفادة من الإضاءة الطبيعية يجب أن تصمم لأجل الحصول على رؤية مرتفعة الضوء ويجب أن يكون دائما والنوعية معيارية متقنة ذات تصاميم جذابة وسهلة التنظيف والصيانة.

فالإضاءة يجب أن تكون في المكان المناسب ووسط ملائم لجذب انتباه الزبائن وذلك من خلال الإضاءة والنظام المستخدم والمتبع لها ويكون مريحا باستخدام تصاميم ضوئية وأشكال معمارية تجذب نظر الزبائن.

يمكن ترك فتحات في السقف لإدخال ضوء الشمس وأشعة الشمس إلى داخل الفراغ ونكون قد تمكنا بالسماح للإضاءة الطبيعية.

ثانياً : التهوية.

التهوية في المباني بشكل عام هي من المواد اللازمة والضرورية ولذلك لابد من مراعاة إمكانية توفير التصميم الجيد الذي يعمل على وجود التهوية اللازمة وتجديد الهواء للفراغات الداخلية والتحكم في فترات التجديد وذلك بالتحكم في أماكن ومساحات الفتحات.

أما في المحلات التجارية يجب أن يكون التكييف عن طريق الأجهزة صيفاً وشتاءً وذلك لراحة الزبائن وتقديم خدمات في جو مريح وفي هذه الحالة يمكن الاستغناء عن الفتحات إلا في أماكن مهمة إذا استدعى الأمر، وهناك بعض الأفكار في عمل فناء داخلي لتجديد الهواء.

التهوية ميكانيكياً :

توجد عدة أنظمة للتهوية الميكانيكية منها :

- 1- الانتزاع البسيط : يستعمل هذا النظام مروحة لسحب الهواء حيث توضع هذه المروحة على الحائط الخارجي أو بسقف الحجرة لسحب هواء الحجرة وإخراجه من خلاله إلى الخارج.
- 2- التهوية المركزية : يوجد لهذا النظام حجرة خاصة مركزية بالمبنى حيث توضع المروحة المركزية التي يخرج منها أنفثة هوائية توزع على كل حجرة يراد تهويتها في المبنى.

ثالثاً : التدفئة.

1- التدفئة بالهواء :

- أ- مباشر (بالهواء الساخن): في المواقف ذات الهواء المسخن ينقل كوسيط ناقل للحرارة إلى الغرف بواسطة مجاري ومن ثم يبرد ويعود إلى الموقد الكهربائي.

ب- غير مباشر : تستخدم كوسيط ناقل للحرارة أما بالماء الساخن أو البخار بحيث أن جريان الهواء يتم تحت تأثير فرق الضغط أو تحت تأثير مروحة تؤمن تبادل أسره بأصغر الأبعاد.

2- التدفئة بالبخار.

3- التدفئة بالماء الساخن.

4- التدفئة بالماء المضغوط.

5- التدفئة بالإشعاع.

رابعاً : العزل الحرارى والصوتي.

العزل الحرارى :

1- الحبيبات أو الألياف السائبة : تصب الحبيبات داخل الفراغات بين القوائم في الحوائط الخشبية أو بين كمرات السقف.

كما يمكن ذلك بدعم البلوكات الخرسانية بهذه الحبيبات كمثل ملئها بمادة الفيرميكرولمت ويتم صب هذه المادة أثناء بناء الحوائط بالبلوكات الخرسانية كما يمكن خلطها مع البياض للحصول على بياض عازل للحرارة.

2- البطانة : توضع في الفراغات بين الحوائط والأسقف أو الأسطح المراد عزلها من الحرارة على ألا تكون هذه العناصر عرضة للهبوط الغير منتظم كما أنها تثبت بواسطة مسامير خاصة.

الألواح :

هي ألواح صلبة تستعمل كحوائط غشيمية على الواجهة الخارجية للقوائم الخشبية كما يمكن وضعها على الواجهة الخارجية للتشطيب النهائي كما يمكن وضعها فوق السقف المعلق مباشرة أو وضعها على معلقات الحوائط في المبنى.

يؤدي استخدامها لنقص ملموس بمقدار الحرارة الضائعة وهذا يؤدي إلى توفير ملحوظ، والمواد العازلة لها أشكال مختلفة:

- 1- مواد موصلة على شكل ألواح أو صفائح من الفلين.
- 2- مواد مرنة على شكل صفائح أو لفافات مثل الليونيوم.
- 3- مواد تعبئة متماسكة تستعمل لإملاء الفراغات بين الجدران.
- 4- مواد عاكسة على شكل رقائق معدنية.
- 5- استعمال مواد بناء ذات مقاومة حرارية وسماكة زائدة.

العزل الصوتي :

كيفية التخلص من الضوضاء :

يتم التخلص من الضوضاء بطريقتين :

أ- تصميمية : وتتم بالطرق التالية :

1- استخدام العوازل الصوتية في الجدران والأسقف للتقليل من كمية الصوت الداخلة.

2- استخدام الجدران والأسطح المستوية والأسطح التي تعكس الأصوات بشكل مناسب وغير مشتت.

3- التقليل من الفتحات في الواجهة المقابلة لمصدر الصوت قدر الإمكان.

ب- تخطيطية : وتتم بالطرق التالية :

1- سحب كتلة المبنى عن الطريق أو الاتجاه الذي بها ضوضاء عالية.

2- استخدام التشجير المكثف واستخدام العوازل الطبيعية.

3- اختيار المواقع بعيدة عن مصادر الضوضاء.

4- التقليل من الفتحات والأبواب بقدر الإمكان عن مصادر الضوضاء.

5- استخدام المساحات الخضراء لأكثر قدر ممكن لأنها تمتص كمية كبيرة من الصوت.

- 1- النظام الإنشائي.
- 2- تصنيف الهياكل الإنشائية والأنظمة الإنشائية.

1- النظام الإنشائي :

- أنواع الأنظمة الإنشائية :
- النظام الخرساني الموقعي.
 - نظام الكمرات والأعمدة.
 - النظام الحديدي.

أنظمة الإنشاءات الخرسانية العالية :

- إطار.
- حائط أفقي.
- أنبوبة إطارية.
- أنبوبة قياسية.

إن الأنظمة الإنشائية تتأثر بالعديد من الاعتبارات أهمها :
ارتفاع المبنى - أبعاد المبنى - الثبات وقدرة التحمل المطلوبة.

الاعتبارات الواجب تنفيذها في طريقة الإنشاء :

- إتباع مديول معين في التصميم.
- إتباع مديول معين في حجم الأبواب والنوافذ وأبعاد معدات التخديم.
- إتباع مديول معين لتصميم كافة الفراغات.

تصنيف الهياكل الإنشائية (الأنظمة الإنشائية) :

1- النظام الجداري (الحوائط الحاملة) :

يعتمد هذا النظام على الجدران التي تلقي جميع الحمولات الشاقولية المتقلة إليها من السقوف وكذلك الحمولات الأفقية (رياح وزلازل) لتقوم بنقلها الأساسات الحاملة وظيفتين الأولى تحمل جميع الحمولات المؤثرة على البناء والثانية تشكل الفراغات المطلوبة لتأمين الوظائف المعمارية للمبنى.

2- النظام الهيكلي :

يعتمد النظام الهيكلي على العمود والكمرات ويمكن بواسطة استخدام هذا النظام عمل التحويلات والقواطع الداخلية وتقسيم المبنى إلى فضاءات معمارية دون المساس بأساسيات المبنى من أعمدة وكمرات وحسب الإمكانية الاقتصادية لمستعملي المبنى ويعتبر أسرع تنفيذاً من النظام الجداري يمكننا بشكل متوازي الاستمرار في بناء الهيكل في الطوابق العليا والعمل في بناء الجدران والتمديدات الصحية في الطوابق السفلية.

3- النظام الخليط (جداري وهيكل) :

حيث يتم استخدام الجدران الحاملة والأعمدة في نفس الوقت فيثبت المعابد والقصور القديمة على شكل جداري محيطي حامل بالإضافة إلى أعمدة في الوسط تسمح بعمل مساحات كبيرة للاستخدامات المختلفة وفي الوقت الحاضر وبشكل مشابه تماماً تبنى الكثير من الأبنية متعددة الطوابق ذات النظام الخليط لتكون فيها الجدران الخارجية التي تحمل على عاتقها وظيفة العزل الحراري للبناء وتكون سميكة.

4- النظام الإنشائي القشري (القشريات) :

وهي عبارة عن إنشاءات خرسانية بشكل أساس وتتألف من عنصر واحد فقط وتسمى أحادية الهيكل وهذا العنصر عبارة عن بلاطة خرسانية قليلة السمك بالنسبة لمساحتها، وغير مستوية يأخذ سطحها أشكالاً هندسية مختلفة تتبع قوانين رياضية معينة ويتميز هذا النوع من الأنظمة الإنشائية بخفة وزنها ورشاقتها وجمال تنوع منظرها.

ويمكن بواسطتها تغطية مساحات كبيرة تتجاوز أبعادها عشرات الأمتار ولكنها لا تتحمل القوة المركزية.

5- السقوف المعلقة :

يعتمد النظام الإنشائي لمثل هذه السقوف على حبال مصنوعة من خيوط من المعدن عالي المقاومة، مجدولة على شكل ضفائر بأقطار مختلفة.

السقوف الشبكية :

تعتمد هذه السقوف على عنصر أساسي هو نظام الهياكل الإنشائية الخطية والفراغية [الجائز الشبكي أو الجمالون] ويعتمد مبدأ عملها على إمكانية زيادة ارتفاعها لزيادة قوة تحملها دون زيادة كبيرة في كمية المادة المستعملة لتنفيذها.

الجدران :

تعتبر الجدران من عناصر البناء التي تحدد مع السقوف والأرضيات فراغات مغلقة تخدم الهدف المعماري المنشود من تصميم المبنى وكذلك تشكل في كاملها مع السقوف (إضافة إلى أشكال العناصر الإنشائية الأخرى في المبنى) تلك العلاقة الإنشائية في متانتها واستقراريتها.

وظيفة الجدران :

تتلخص في دورها لشكل الفراغات الداخلية وتحديد الشكل المعماري الداخلي للمبنى وعزل الحرارة أو الصوت أو الرطوبة أو كلاهما. وكذلك وظيفتها في دورها الإنشائي في نقل الحمولات الخارجية إلى الأساسية.

وهناك نوعان:

- الجدران الخارجية التي تحدد البناء من الخارج.
- الجدران الداخلية التي تقسم الفراغات المعمارية الداخلية.

ومنها :

- 1- الجدران الحاملة.
- 2- الجدران غير الحاملة.

والجدران المستعملة مع الهيكل الإنشائي لمباني المشروع هي جدران غير حاملة ومادة بنائها هي الطوب المفرغ وتقتصر وظيفتها من الناحية المعمارية في تشكيل الفراغات وتقسيمها حسب الوظيفة المعمارية بالإضافة إلى العزل الحراري وعزل الرطوبة والصوت.

والطوب المستخدم في الجدران بعدة مقاسات (10×20×40) سم، (15×20×40) سم، (20×20×40) سم، (25×20×40) سم.

الدهانات :

تستعمل في أعمال الزخرفة والتجميل إلى جانب كونها أساساً لحماية الأسطح المدهونة من المؤثرات الطبيعية المحيطة بها أو للتحكم في الشكل واللون الملائم للأذواق الشخصية والوظيفية للقضاء على العوامل الجوية السائدة على المنطقة الموجودة بها المبنى ويتم تحضير السطح للدهان صنفرة السطح ثم معجنته ثم صنفرتة مرة أخرى لتنعيمه وسد مسامه وتنظيفه وتخفيفه كي تتوالى طبقات الدهان

فوق بعضها والاختيار المناسب في طبقات البوية يعتمد أساساً على استعمالها إما داخل المباني وخارجها وعموماً فلا يجب دهان أي طبقة من طبقات الدهان الثلاثة المذكورة ويتكون الدهان من ثلاث طبقات: وجه تحضيري - وجه بطانة - وجه نهائي وتوجد عدة طرق للدهان منها:

- دهان بوية بلاستيك على سطح جيد.
- دهان بوية بلاستيك على سطح سبق دهانه.

بعد الانتهاء من أعمال الدهانات يتم استكمال تركيب الأجهزة الصحية من غلايات ومرايا وغيرها وكذلك استكمال الأعمال الكهربائية من تركيب المفاتيح والبرائز وغيرها من الأجهزة الكهربائية. كما يتم تركيب وترتيب قطع الأثاث بالفضاءات كل حسب استخدامه الوظيفي.

الأساسات :

توجد عدة أنواع من الأساسات يستعمل كل نوع حسب تربة الموقع ومساحات ونوع المنشآت:

- 1- الأساسات السطحية :
 - الأساسات المنفصلة.
 - الأساسات المستمرة أو الشريطية.
 - أساسات الحصيرة.
- 2- الأساسات العميقة :
 - أساسات الاسكندرية.
 - الأساسات الخرسانية العميقة المحفورة آلياً والمصبوبة في المكان.
 - الأوتاد الخوابير مسبقة الصنع.

وسوف ندرس (الأساسات المنفصلة) التي وجدت أنها مناسبة وملائمة بعد معرفة نوع التربة للموقع ومساحة الفضاءات المطلوبة ونوع الوظيفية المعمارية لهذه الفضاءات وعدد الطوابق المكونة لكل المشروع بعد استشارة مختصين بذلك:

الأساسات المنفصلة لكونها أكثر ملائمة للوظيفة :

يكون شكل المسقط الأفقي للأساس مستطيلاً أو مربعاً بالعلاقة مع شكل مقطع العمود المثبت عليه إذ يكون مساحة الأساس = (القوة المطبقة على الأساس مطبقة على المقاومة أو تحميل التربة) ونلاحظ أنه عند الحسابات التقريبية لمساحة الأساس يمكن إهمال الوزن الذاتي للأساس أو فرصة بشكل تقريبي. أما الأساس المستطيل يكون طول ضلعه الكبير أكبر بحوالي 5-1% من جذر مساحته.

أما سمك الأساس المنفصل فتكون عند طرفه عادة من (20-25) سم اما تحت رقية العمود فيزداد السمك بازدياد اشتراك العمودين بأساس واحد وتظهر إلى تصميم الأساسات على شكل ما يسمى (رجل البطة) وهو عبارة عن أساس لعمود طرفي مقطوع من الجهة الخارجية للبناء على مستوى الجدار الخارجي أو وجود فاصل تمتد او فاصل هبوط ولا يجذب عمل مثل هذا الأساس إلا في الحالات الضرورية بسبب اللامركزية الكبيرة في تطبيق حمولة العمود على قدم الأساس.

الأعمدة :

العمود هو العنصر الشاقولي الحامل ذو المقطع العرضي الصغير نسبياً وغالباً ما تعمل الأعمدة على الضغط المركزي أو الضغط اللامركزي مما يعرضها للتحنيب تحت تأثير الحمولات والقوى المطبقة عليها.

ويجب ألا يقل طول أصغر ضلع في مقطع العمود عن (20) سم وألا يقل مساحة المقطع عن 600 سم² أما العمود ذو المقطع الدائري المضغوط مركزياً

- فيعتبر غير خاضع للتحنيب إذا كانت نسبة طول التحنيب للعمود إلى قطر مقطعه العرضي أقل من (10) وان لا يقل قطر العمود عن 25سم وقد تكون هذه الأعمدة:
- 1- أعمدة فردية : تتألف من عنصر وحيد ذات مقطع عرضي مصمت أو مفرغ إذ تتفد من الحجر الطبيعي أو من الخرسانة المسلحة أو الفولاذ.
 - 2- أعمدة مركبة : تتركب هذه الأعمدة من قطعتين أو أكثر ومن الممكن أن تكون مقاطع هذه الأعمدة مصممة أو مفرغة وتتفد عادة من المعدن أو الخشب.

• برنامج المساحات.

• مواقف السيارات.

حساب المساحة الكلية لمركز تجاري وسط المدينة

رقم عنصر المشروع العدد المعياري للشخص الواحد م2 مساحة الفضاء الواحد م2 المساحات الكلية

عدد الفضاءات * المساحة م2 المتطلبات المادية المتطلبات الإنسانية

الجزء التجاري

- 1- ملابس نساء 3 0.62 130 390 واجهات عرض، دواليب تكييف وتدفئة + إضاءة.
- 2- ملابس رجال 3 0.62 124 372 واجهات عرض، دواليب تكييف وتدفئة + إضاءة.
- 3- أحذية نساء 3 0.62 124 372 واجهات عرض، دواليب تكييف وتدفئة + إضاءة.
- 4- أحذية رجال 3 0.62 124 372 واجهات عرض، دواليب تكييف وتدفئة + إضاءة.
- 5- سوق حقائب 3 0.62 130 390 واجهات عرض، دواليب تكييف وتدفئة + إضاءة.
- 6- الأدوات الرياضية 2 0.13 26 52 واجهات عرض، دواليب تكييف وتدفئة + إضاءة.
- 7- محل حياكة الملابس 2 0.13 26 52 واجهات عرض، دواليب تكييف وتدفئة + إضاءة.
- 8- محلات النظارة 1 0.62 50 50 واجهات عرض، دواليب تكييف وتدفئة + إضاءة.
- 9- صيدلية 1 0.13 40 40 واجهات عرض، دواليب تكييف و تدفئة + إضاءة.

- 10- محلات أقمشة 3 0.62 120 360 واجهات عرض، دواليب تكييف وتدفئة + إضاءة.
 11- محل خزائن 2 0.62 50 100 واجهات عرض، دواليب تكييف وتدفئة + إضاءة.

رقم عنصر المشروع العدد المعياري للشخص الواحد م2 مساحة الفضاء الواحد م2
 المساحات الكلية
 عدد الفضاءات * المساحة م2 المتطلبات المادية المتطلبات الإنسانية

الجزء الترفيهي

- 1- تخزين 2 0.83 60 60
 2- أماكن لعب الأطفال 1 1.20 120 120 أدوات لعب، إضاءة طبيعية+ تدفئة+ تكييف.

جزء الخدمات الهندسية

- 1- غرفة المهندس 1 0.62 15 15 طاولات وكراسي، إضاءة + تدفئة+ تكييف
 2- غرفة ميكانيكا 1 0.62 100 100 إضاءة
 3- الورش 3 0.62 50 150 أدوات تصليح، إضاءة
 4- غرفة التحكم بالكهرباء 1 0.62 10 10 إضاءة

الخدمات العامة

- 1- المخازن 4 0.62 50 200 إضاءة
 2- فراغ تنزيل البضائع 1 0.62 60 60
 3- صالة المدخل 1 0.62 40 40 طاولات وكراسي، إضاءة طبيعية.
 المعايير المرتبطة بالمناطق الخضراء في المدن :

بالنسبة للتجربة التخطيطية العالمية تعتمد المعايير المتعارف عليه للمناطق الخضراء علي مؤشر "2م1" للشخص الواحد وان هذا المؤشر هو الأكثر دقة من نسبة مساحة المنطقة الخضراء بالنسبة لمساحة المدينة لأن هذا المؤشر يؤخذ بعين الاعتبار الارتفاع المباني وهذا سيؤدي إلي زيادة المناطق الخضراء ومساحتها في المناطق المركزية والمناطق ذات البناء المرتفع وتخفيفها في المناطق ذات البناء المنخفض.

مواقف السيارات :

يجب أن يتصل الموقف بالطريق العام بممر للسيارات للتمييز عن الممر المستخدم للشاغلين الآخرين في المبنى.

إذا كان الممر الذي سيصل الموقف بالطريق العام مستخدماً أيضاً من القاطنين الآخرين في المبنى فيجب أن يوجد رصيف مرتفع نسبياً بعرض 88 سم كحد أدنى ويخصص للمشاة وذلك في كافة أجزاء الممر حيث العرض الكلي لا يتجاوز 4 متر ويمتد أيضاً إلى كل درج يخدم الأماكن المشغولة.

إذا كان الموقف ضمن البناء فيجب أن يكون مسوراً من كل جهاته وعلى كامل ارتفاعه بجدار مقاوم للحريق.

إذا كان فوق الموقف أي بناء تجاري فيجب أن يكون الفصل بأرضيات غير قابلة للاحتراق يمكنها أن تقاوم الحريق لمدة معقولة.

يجب أن تؤمن التهوية بمناور غير قابلة للحريق.

إن حركة العربات أجبرت المصممين على فصل المتحرك فيها عن الساكن وتصميم المواقف يركز على تقدير الاحتياطات الموضعية حسب مختلف الطرق.

1. عد السكان : فعدد الأماكن الضرورية في وسط المدينة 0.5 - 1 % من عدد مجموع السكان.
2. نسبة التجهيزات المتحركة : يلحظ مكان واحد للوقوف في وسط المدينة من أجل 12.5 - 20 % من عدد العربات المقررة في المدينة.
3. حركة الوافدين إلى المدينة : مكان واحد للوقوف من أجل 7-9 % من العربات الوافدة يومياً إلى وسط المدينة.
4. الموقف على جانب الطريق : يجب أن لا تمنع العربات أثناء الوقوف الرؤيا عند المنعطفات لهذا يجب أن تكون هذه المسافة في زوايا الشارع على الأقل <= إلى 6 متر من الاستقامة ويؤخذ 10 متر كشكل أفضل.
5. المساحة اللازمة لوقوف السيارات (25-35) متر مربع/سيارة.

بالنسبة للمتاجر : (50-60) متر مربع مساحة مسقوفة يخصص لها موقف سيارة واحد بالنسبة للمطاعم : لكل 2 مقعد يخصص موقف سيارة.

www.wikipedia.org/wiki/D'Architecture Forum

قائمة المراجع

أولاً : المراجع العربية :

- بابقي، أحمد سعيد وآخرون - المراكز التجارية بجده (دراسة تحليلية ميدانية)، جده : الغرفة التجارية الصناعية 1408 هـ.
- علوي، حسين، محمد المصري - الخصائص السعودية لمشتري السعودي من متاجر الخدمة بالنفس (دراسة ميدانية) الرياض : مركز البحوث كلية العلوم الإدارية جامعة الملك سعود 1403 هـ.
- المعبدي، مبارك محمد - بعض ملامح أسواق جده التجارية في القرن الثالث عشر الهجري، جده، شركة دار العلوم للطباعة والنشر 1401 هـ.
- مكي، محمد شوقي إبراهيم - الأسواق المركزية في مدينة الرياض (دراسة جغرافية في التوزيع والسلوك)، 1407 هـ.
- المملكة العربية السعودية، وزارة الشؤون البلدية والقروية، وكالة الوزارة لتخطيط المدن، الإستراتيجية العمرانية الوطنية، 2001.
- فتحي محمد مصيلحي، مدن المملكة العربية السعودية، دراسة في إمكانيات الموقع، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، يناير 1985 م.
- الأسدي، فوزي عبدالمجيد، جغرافية المدن والمراكز الحضرية، دار القلعة، الإمارات العربية المتحدة، دبي، الطبعة الأولى 1411 هـ..
- إسماعيل، أحمد علي، دراسات في جغرافيا المدن، جامعة القاهرة، مصر.
- باطرفي، خالد محمد- مركز المحمل مجلة أهلاً و سهلاً 1992 م.
- رأفت علي - جده مدينة الأسواق: مجلة أهلاً و سهلاً 1989 م.
- المراكز التجارية مالها وما عليها (لقاء مع وكيل مع وزارة التجارة) مجلة التجارة، 1982 م.
- أمانة مدينة جده - جده عروس البحر الأحمر (تقدم و حضارة)، القاهرة الدار العربية للموسوعات.

- الفارسي، محمد سعيد- تطور النسيج العمراني لمدينة جدة القديمة (بحث مقدم إلى ندوة المدن السعودية 1403 هـ).
- بيرش، براين، ومحمد القحطاني ومحمد الريدي، 1998م، "التباين الإقليمي في توفير الخدمات التعليمية والصحية واستخدامهما" بحث منشور في كتاب التنمية العمرانية في المملكة العربية السعودية _ الفرص والتحديات تحرير صالح الهذلول ونارايانان ايدادان، دار السهن، الرياض.
- الحرة، عبد العزيز، 1990م، "الصناعات الغذائية في مدينة الرياض خصائصها الجغرافية ومستقبلها"، أبحاث الجمعية الجغرافية السعودية (6) جامعة الملك سعود، الرياض.
- السرياني، محمد، 1994م، "الخدمات الهاتفية في إمارة منطقة مكة المكرمة" دراسة في جغرافية الخدمات، سلسلة الدراسات والبحوث الاجتماعية (3) مركز البحوث التربوية والنفسية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة.
- الشريف، عبد الرحمن، 1991م، "تمط توزيع محطات وقود السيارات في مدينة الرياض 1409هـ/1998م" سلسلة أبحاث الجمعية الجغرافية السعودية (8) جامعة الملك سعود، الرياض.
- القحطاني، محمد مفرح، وحسين ريمائي، 1992م، "التحليل المكاني للخدمات التنموية في وادي تندحة - منطقة عسير" سلسلة أبحاث الجمعية الجغرافية السعودية (11) جامعة الملك سعود، الرياض.
- القحطاني، محمد مفرح، 1993م، "أنماط التوزيع المكاني للقرى والخدمات العامة في منطقة الشعف بإقليم عسير المملكة العربية السعودية"، مجلة البحوث والدراسات العربية، العدد 21.
- المسلم، حمود، وعبد الرحمن القرشي، 1986م، "الاستيطان والقواعد التي تحكم نمو وتكوين الهجر" الكتاب العلمي للمؤتمر الثاني للبلديات والمجمعات القروية، مطابع الحرس الوطني، الرياض، ص ص 457-484.

ثانياً : المراجع الأجنبية :

- Alexander. John W. (The Basic - Non basic Concept of Urban Economic Function) in Ralph W. (The Techniques of Urban Economic Analysis) Candler Davis, New York.
- Berry, Brian J.L. (Urban population structure and change) Geo-graphical Review.
- Bourne, Larry S. (Internal Structure of the City - Reading on space and environment) Oxford University Press Inc - New York, USA.
- Goodman, William I. and Erucc Freund (Principles and Practice of Urban Planning) Washington, D.C., USA.
- Chapin, F.S. Urban Land Uses, Cambridge: Harvard University Press.
- Gulick, J, Tripoli: A modern Arab City, Cambridge: Harvard University Press.
- Gittus, E (The Structure of Urban Areas, A New Approach), Town Planning Review.
- Alonso, W. (A Theory of the Urban Land Market) Papers and pock. of the Rag. Science Assoc.
- Bayard M., & O'Mara W. (1999). Shopping centre development handbook (3rd ed.). Washington DC: Urban Land Institute.
- Hughes, J. & Seneca J. (1997, February 3). Two business revolutions at work. Business News-New Jersey, p. 9.
- Kowinski, W.S. (1985). The malling of America: An inside look at the great consumer paradise. New York: William Morrow and Company, Inc.
- Li, 7. (2004, July 14). Shopping mall: the new retail giant in China ("Mo-er": shangye juwuba xinxian chulu). People' Daily (Renmin Ribao), p. 2.
- William A. Finch, Jr., University of Oklahoma, Norman (1990). "distribution of shopping centers in a planned city"
http://digital.library.okstate.edu/OAS/oas_pdf/v34/p217_220.pdf

ثالثاً : مواقع الكترونية:

- www.wikipedia.org \\ Forum D'Architecture

* * *

الإصدارات السابقة لسلسلة البحوث الجغرافية

1. Dental Conditions of the Population of Maadi Culture as Affected by the Environment. (In English) by "F. Hassan et al." (1996).
2. هضبة الأهرام: أشكالها الأرضية ومشكلاتها، أ.د. سمير سامى، 1997.
3. القرى المدمرة فى فلسطين حتى عام 1952، أ.د. يوسف أبو مائلة وآخرون، 1998.
4. جيومورفولوجية منطقة توشكى وإمكانات التنمية، أ.د. جودة فتحى التركمانى، 1999.
5. موارد الثروة المعدنية وإمكانات التنمية فى مصر، د. أحمد عاطف دردير، 2001.
6. صورة الأرض فى الريف، د. محمد أبو العلا محمد، 2001.
7. القاهرة: الأرض والإنسان، أ.د. سمير سامى محمود، 2003.
8. الماء والأفلاج والمجتمعات العمانية، د. طه عبد العليم، 2004.
9. المناطق الخضراء فى القاهرة الكبرى، د. أحمد السيد الزامل، 2005.
10. التنمية السياحية بمدينة الغردقة وأثرها السلبى على البيئة، د. ماجدة محمد أحمد، 2005.
11. بين الخرائط التقليدية وخرائط الاستشعار عن بعد، د. هناء نظير على، 2006.
12. الواقع الجغرافى لمدينة سيوة، د. عمر محمد على، 2006.
13. صادرات الموالح المصرية إلى السوق العربية الخليجية، أ.د. إبراهيم على غانم، 2006.
14. الجغرافيا الاقتصادية فى ضوء المتغيرات العالمية المعاصرة، أ.د. محمد محمود إبراهيم الديب، 2006.
15. الأبعاد الجغرافية للسياحة العلاجية فى مصر، د. فاطمة محمد أحمد، 2006.
16. تحليل جغرافى لحركة النقل على مداخل مدينة المحلة الكبرى، د. عبد المعطى شاهين، 2007.
17. المقومات الجغرافية للتنمية السياحية فى محافظة الوادى الجديد، د. المتولى السعيد، 2007.
18. الهجرة العربية الدائمة إلى الولايات المتحدة الأمريكية من 1980 إلى 2004، د. أشرف على عبده، 2007.
19. مياه الشرب فى مدينة الجيزة، د. فاطمة محمد أحمد عبد الصمد، 2007.
20. الجيوب الريفية المحتواة فى التجمعات الحضرية المخططة بمدينة الجيزة، د. أشرف على عبده، 2007.
21. الأبعاد الجيومورفوجرافية لانتخابات مجلس الشعب المصرى عام 2005، د. سامح عبد الوهاب، 2008.
22. الأوقاف الخيرية فى مصر، أ.د. صلاح عبد الجابر عيسى، 2009.
23. صناعة السيارات فى مصر، أ.د. محمد محمود إبراهيم الديب، 2009.
24. المناخ والملابس فى مدينة الرياض، د. هدى بنت عبد الله عيسى العباد، 2009.
25. قضايا الطاقة فى مصر، أ.د. محمد محمود إبراهيم الديب، 2009.
26. الثروة المعدنية فى محافظة المنيا، د. أحمد موسى محمود خليل، 2009.

27. التباينات اليومية لدرجة الحرارة بمدينة مكة المكرمة. د. مسعد سلامة مسعد مندور، 2009.
28. التحليل الجغرافي لدلالة أسماء المحلات العمرانية بمنطقتي عسير وجيزان، د. إسماعيل يوسف إسماعيل، 2009.
29. تحليل جغرافي لمنطقتين عشوائيتين في مدينة جدة، د. أسامة بن رشاد جستبية و أ. مشاعل بنت سعد المالكي، 2009.
30. الفقر في غرب إفريقيا، د. ماجدة إبراهيم عامر، 2010.
31. بعض ملامح التنمية العمرانية في محافظة المجمعة (السعودية)، د. علاء الدين عبد الخالق علوان، 2010.
32. تنمية السياحة البيئية والأثرية بمنطقة حائل، د. عواطف بنت الشريف شجاع علي الحارث، 2010.
33. سكان سلطنة عُمان، د. جمال محمد السيد هندواوى، 2010.
34. التجديد العمراني للنواة القديمة بالمنصورة، د. مجدى شفيق السيد صقر، 2011.
35. تغير المعطيات المكانية وأثرها في التنمية السياحية بقرية البهنسا في محافظة المنيا، د. ماجدة محمد أحمد جمعة، 2011.
36. الاتجاهات الحديثة في جغرافية الصناعة، أ.د. إبراهيم على غانم، 2011.
37. المعايير التخطيطية للخدمات بالملكة العربية السعودية، د. نزهة يقظان الجابري، 2011.
38. تداخل المياه البحرية والجوفية بشمال الدلتا بين فرعي دمياط ورشيد، د. أحمد إبراهيم محمد صابر، 2011.
39. أحجار الزينة في المملكة العربية السعودية، د. شريفة معيض دليم القحطاني، 2011.
40. التنوع الحيوي بإقليم الجبل الأخضر بالجمهورية العربية الليبية، د. عادل معتمد عبد الحميد، 2011.
41. التحليل المكاني للتغيرات العمرانية واتجاهاتها الحالية والمستقبلية في المدينة المنورة للفترة من (1369-1450هـ) الموافق (1950-2028م)، د. عمر محمد على محمد، 2011.
42. المراوح الفيضية وأثرها على طريق قفط - القصير، د. محمد عبد الحليم حلمي عبد الفتاح، 2012.
43. أطالس فرنسية : عرض وتحليل، د. عاطف حافظ سلامة، 2012.
44. التنوع المكاني لأنماط النمو الريفي في المنطقة الغربية للمملكة العربية السعودية، د. محمد عبد الحميد مشخص، 2012.
45. الحافة الحضرية لمدينة المحلة الكبرى : رؤية جغرافية، د. أحمد محمد أبو زيد، 2012.

* * *