

12-1-2016

Random Commercial Spaces Potentials and Problems.

Eman El_sherbiny

Architect- Engineering Studies, Researches and Consultant Center, Faculty of Engineering Mansoura University

Alaa El-Eashy

Department of Architecture Faculty of Engineering – Mansoura University, arabeskal_arch@yahoo.com

Mona Elwazir

Architectural Department , Faculty of Engineering , Mansoura University, monaawad74@gmail.com

Follow this and additional works at: <https://mej.researchcommons.org/home>

Recommended Citation

El_sherbiny, Eman; El-Eashy, Alaa; and Elwazir, Mona (2016) "Random Commercial Spaces Potentials and Problems.," *Mansoura Engineering Journal*: Vol. 41 : Iss. 4 , Article 12.

Available at: <https://doi.org/10.21608/bfemu.2020.103995>

This Original Study is brought to you for free and open access by Mansoura Engineering Journal. It has been accepted for inclusion in Mansoura Engineering Journal by an authorized editor of Mansoura Engineering Journal. For more information, please contact mej@mans.edu.eg.



إمكانيات ومشكلات الفراغات التجارية العشوائية Random commercial spaces potentials and problems

Eman Farouk Ahmed El _sherbiny, Alaa Mohamed Shames El Deen El_ ashyand and Mona Awad El_Wazer

KEYWORDS:

الفراغ التجاري، الأسواق،
الفراغ التجاري العشوائي،
الباعة الجائلين .

Abstract—The problem of random commercial spaces and street vendors is considered one of the most influential problems on the urban environment, The random overstock of vendors in the life areas of the city results from the absence of accurate study of the presence of street vendors in the general planning of the city and urban space designs, it becomes a load over the urban space , while it is possible to be a good economic opportunity by considering it in the general planning of the city and its urban space designs , and it have to be in conjunction with a review of legislation commercial spaces, where we can get a comprehensive methodology to re-evaluate the commercial spaces in the city of Mansoura, for reducing negative aspects of the random presence of street vendors in the urban design of the city (traffic jam - crime - visual pollution.. etc), and also to be able to create a sufficient space for the needs of (the neighborhood - the city - the village - the region), where we can study the relationship of these spaces side by side while having in consideration planning rates of the city, to be able to get markets and commercial spaces can contain the movement of sales and purchase which conform with theories (visually - environmentally – design data), the research problem is the random markets and its consequent which requires studies, research aims to develop a methodology for the study of random markets to get its positives and negatives ,and to study the position of it in the general planning of the city to do a certain service, the research found to do a detailed study on the Conditions of the markets in the city of Mansoura, where we were able to study each market positives and negatives, then we can get a total studies of Mansoura considering to population densities and rates of planning for the city (with a future extension regions), where they are evaluating market conditions and needs of spaces, it can be done according to its position relationships with the surrounding urban space and the identification of each market, then the necessary time plans can be done whether by the total transfer or development (expansion or reduce densities by partial transfer), encouraging vendors to participate in the development of the market, also includes reviewing the governmental process of granting commercial licenses.

الخلاصة: تعد إشكالية الفراغات التجارية العشوائية والباعة الجائلين من أكثر المشاكل تأثيراً على البيئة العمرانية، حيث ينجم عن غياب الدراسة الدقيقة لتواجد الباعة الجائلين في التخطيط العام للمدينة والتصميمات التفصيلية لها تكسد الباعة في المناطق الحيوية بالمدينة بشكل عشوائي، ويصبح تواجدهم عبئاً على الفراغ العمراني، بينما من الممكن أن يكون فرصة اقتصادية جيدة إذا أمكن إحتوائه في المخطط العام للمدينة وتصميمات الفراغ العمراني urban space ، و ذلك بالتزامن مع إعادة النظر في تشريعات

Received: (17 May, 2016) - revised: (13 July, 2016) - accepted: (25 October, 2016)

Eman Farouk Ahmed El _sherbiny, Architect- Engineering Studies, Researches and Consultant Center, Faculty of Engineering Mansoura University

Alaa Mohamed Shames El Deen El_ ashy, Associate prof. of Architecture, Faculty of Engineering, Mansoura

1- مفاهيم وأنواع الفراغات التجارية:

- 1-1 أنواع الفراغات التجارية:
1-1-1 المجمعات التجارية :

هي الأسواق الكبيرة المغلقة التي عادة تكون عبارة عن مبنى كبير مكون من أكثر من دور وتحتوي على عدد كبير ومختلف النشاطات من المحلات التجارية وأماكن الترفيه ومطاعم الوجبات الخفيفة والتي عادة ما يطلق عليها اسم المول

2. (MALL).

1-1-2 المراكز التجارية:

عبارة عن أسواق تجارية مفتوحة تشتمل على عدد من المحلات التجارية مجمعة في موقع واحد وقد تكون ذات نشاط واحد أو متعددة الأنشطة.²

1-1-3 الأسواق:

السوق هو موضع - مكان - البيع والشراء للسلع التجارية ومكون من مجموعة من المحلات التجارية والبسطات.³

1-1-4 الأسواق الأسبوعية:

هي أسواق تقام في يوم محدد من كل أسبوع (الجمعة - الخميس - الثلاثاء .. الخ) ويتم فيه البيع والشراء.³

1-1-5 المعارض التجارية:

عبارة عن حدث تجمعي اقتصادي - منظم تنظيماً خاصاً - يقام في مكان بارز، بهدف محدد لفترة زمنية محددة، تعرض من خلالها منتجات وخدمات وإنجازات، بهدف إثارة إهتمام الجمهور وإقناعه بقدرة تلك المعروضات على إشباع احتياجاته.³

1-2 أنواع التجارة:

تنقسم التجارة إلى ثلاثة أنواع تجارة الجملة وتجارة نصف الجملة وتجارة القطاعي.⁴

تجارة الجملة :

تقام على مستوى المدن التي تقع على خطوط النقل أو التي بها مراكز الإنتاج سواء الصناعي أو الزراعي، وتحتاج إلى مساحات كبيرة من الأرض للتخزين، ولذلك توجد غالباً خارج المدن.⁴

تجارة نصف الجملة :

تقام في مواقع متخصصة بالمدن و في بعض القرى المركزية وتحتاج لمساحات للتخزين، قد تكون قريبة أو بعيدة عن مكان التعامل.⁴

تجارة القطاعي :

تعتمد على المراكز التجارية التي تقدم الخدمات التجارية المباشرة للجمهور سواء أكانت على مستوى الخلية السكنية أو المدينة أو أقليمياً، أو على مستوى القرية وتتفاوت مساحات التعامل والتخزين، وتكون مساحات التخزين على اتصال مباشر بمساحة البيع.⁴

II. الأسس التصميمية والتخطيطية للمناطق التجارية

1-2- نطاق الخدمة :

هي الحدود المكانية التي تقوم خدمة ما بتغطية السكان الواقعين بداخله من حيث الحصول على الخدمة و الشكل النظري لها يكون على هيئة دائرة مركزها الخدمة ونصف قطرها يعبر عن نطاق الخدمة.³

2-2- النطاق العمراني :

هو الحيز المكاني الذي يمكن أن يستوعب النمو السكاني والعمراني المستقبلي المتوقع - أو المخطط له - في فترة زمنية محددة (20 سنة) على سبيل المثال) ويراعى في تجديده أن يستوعب كافة التجمعات السكنية القائمة، وجميع مخططات تقسيم الأراضي المعتمدة، والخدمات التابعة المرتكز عليها، مع الأخذ في الاعتبار ضرورة مراجعة وتحديث هذا النطاق كل خمس سنوات في ضوء اتجاهات التطور العمراني ومستجداته.³

الفراغات التجارية، حيث يمكننا أن نصل إلى منظومة شمولية لإعادة تقييم الفراغات التجارية في مدينة المنصورة، وذلك للحد من السلبيات التي تنتج عن تواجد الباعة الجائلين بصورة عشوائية في التصميم الحضري للمدينة مثل (الإزدحام المروري وانتشار الجريمة و التلوث البصري .. الخ)، وأيضاً للتمكن من إنشاء فراغ كافي للإحتياجات سواء على مستوى (الحي - المدينة - القرية - الإقليم)، حيث يتم دراسة علاقة هذه الفراغات بعضها البعض بالإضافة إلى المعدلات التخطيطية الخاصة بالمدينة، للتمكن من إنشاء أسواق وفراغات تجارية تستوعب حركة البيع والشراء وتخضع لنظريات سليمة (بصرياً - بيئياً - تصميمياً)، وتتمثل مشكلة البحث في نقشي الأسواق العشوائية وما يترتب عليه من سلبيات تستوجب الدراسة، ويهدف البحث إلى وضع منهجية لدراسة الأسواق العشوائية للتوصل إلى الإيجابيات والسلبيات الناجمة عنها، ودراسة العلاقة المكانية لها بصورة شمولية كجزء من المكون التخطيطي للمدينة يوفر نطاق محدد من الخدمات بها، وخلص البحث إلى عمل دراسة تفصيلية عن وضعية الأسواق في مدينة المنصورة، حيث تمكنا تلك الدراسة من الوصول إلى إيجابيات و سلبيات كل سوق على حدة، و من ثم تجميع هذه الدراسة بشكل شمولي على خريطة المنصورة بعد دراسة الكثافات السكانية والمعدلات التخطيطية للمدينة بدقه (مع وضع مناطق الامتداد المستقبلي في الحسبان)، حيث يتم تقييم أوضاع الأسواق واحتياجاتها من فراغات، ويتم ذلك طبقاً للعلاقة المكانية بينها وبين النطاق العمراني المحيط بها وحسب طبيعة السوق، ويتم وضع الخطط الزمنية اللازمة لذلك سواء بالنقل الكلي أو بالتطوير (التوسع أو تقليل الكثافات بالنقل الجزئي)، ويشمل ذلك أيضاً تشجيع البائعين على المشاركة في تطوير الأسواق، كما يشمل مراجعة منهجية المحافظة في منح الرخص التجارية .

I. مقدمة

واكب مشكلة البطالة وعشوائية (التخطيط - التصميم) للنطاق الحضري للمدينة وغياب العنصر الأمني والتنظيمي ازياد في أعداد الباعة الجائلين، حيث تواجدهم العشوائي الغير ممنهج من حيث (توزيع كثافتهم ومدى إستيعاب المكان له من دعمه) الكثير من السلبيات، منها (الأزمات المرورية -التشوه البصري للمكان - غياب الأمان والطمأنينة - غياب النظافة)1، كما أنه لا يدر دخل بالقدر الكافي، في حين أنه يمكن تغيير هذا الوضع من شئ سلبى إلى آخر إيجابى، تكمن القيمة الاقتصادية بأعتماد الكثير من الأسر بشكل كبير على جلب البضائع (الخضروات - الفاكهة .. الخ) من الريف المجاورة لمدينة المنصورة وبيعها بالأسواق، حيث يعتبر مصدر الرزق الوحيد للعديد من الأسر ويعد كافل لهم، ويتم ذلك بدراسة الأسواق وأماكن تواجدها بالمدينة من خلال إطار نظري مرجعي محللاً لعناصرها.

مشكلة البحث :

تتمثل مشكلة البحث في نقشي الأسواق العشوائية وما يترتب عليه من سلبيات تستوجب الدراسة.

الهدف من البحث :

وضع منهجية لدراسة الأسواق العشوائية للتوصل إلى الإيجابيات والسلبيات الناجمة عنها، ودراسة العلاقة المكانية لها بصورة شمولية كجزء من المكون التخطيطي للمدينة يوفر نطاق محدد من الخدمات بها.

فرضية البحث :

حيث أن الحلول الخاطئة والمتسرعة للمشكلات تؤدي إلى تفاقم تلك المشكلات وأولى ظهور نوعيات أخرى منها لذلك يجب أن تكون هناك فكرة تخطيطية متكاملة تنبع من العوامل البيئية لها ووظيفتها وسط مجتمع المدن كذلك من عاداتها وتقاليدها1، فإن منهجية التحليل المكاني العلمية الدقيقة التي تأخذ أبرز العوامل الإقتصادية والعمرانية والبيئية والاجتماعية في الإعتبار والتعامل معها بشكل شمولي على المستوى الإقليمي تعمل على زيادة امكانية التعرف على سلبيات وإيجابيات المناطق التجارية العشوائية والوصول لحلول ليست وقتية يراعى بها التكامل بين الجهات المختلفة (الجهة التشريعية - العاملین على وضع المخطط العام- الجهاز الإداري للدولة - المواطنين والباعة) (المشاركة الشعبية).

منهجية البحث :

البحث معتمدا على منهج الدراسات النظرية للمفاهيم المتعلقة بالأنشطة التجارية وأنواعها وتصنيفاتها ثم تطور من خلال المنهج التحليلي لدراسة الأسس التصميمية والتخطيطية لها، واعتمد البحث في نهايته على منهج دراسة الحالة باختيار سوق كمثال مبرر عن الأسواق الشعبية بمدينة المنصورة.

وقد تدرج البحث في تناوله للموضوع وفق التتابع التالي:

- 1- مفهوم وأنواع الفراغات التجارية.
- 2- الأسس التصميمية والتخطيطية للمناطق التجارية وكيفية تقييمها.
- 3- مثال تحليلي لأحد أسواق المنصورة (سوق الفردوس)

3-2- تدرج مستويات الخدمة التجارية:

يتمثل النشاط التجاري في المدينة المتوسطة الحجم في ثلاث مستويات رئيسية:⁵

المركز التجاري على مستوى المجاورة.	المدينة المتوسطة الحجم
المركز التجاري على مستوى مجموعة من المجاورات السكنية-الحي السكني.	
المركز التجاري الإداري الرئيسي أو قلب المدينة.	
المركز التجاري الإقليمي الذي يخدم الأقليم الذي تقع فيه المدينة.	المنطقة الحضرية
الإمتداد الشريطي التجاري الذي يقع خارج المدينة وعلى إمتداد الطرق السريعة الرئيسية.	

4-2- المعدلات التخطيطية للخدمات:

هي عبارة عن نصيب الفرد من خدمة ما، يهدف حساب المسطحات اللازمة للخدمات من خلال عدد السكان المقترح.³

جدول يمثل متطلبات المراكز التجارية الثلاث:⁵

نوع المركز	للمجاورة السكنية	لمجموعة مجاورات	للاقليم
المساحة المغطاة م ²	-1000	-10000	-25000
مساحة الأرضيات م ²	4000	40000	100000
مساحة الأرض (فدان)	10-5	40-15	100-50
حجم السكان (الف نسمة)	20-8	250-20	1000-500
عدد المحلات	20-6	40-20	100-50
المسافة (بالسيارة دقيقة)	6	20	60

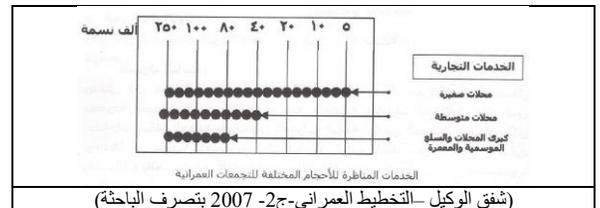
وبشكل عام يمثل المركز التجاري حوالي 15% من مساحة الخدمات بالمجاورة ويحتوي على مجموعة من المحلات التجارية تتراوح من 20-30 محل تشغل مساحة 1300-4500 م² حسب حجم المجاورة.⁶

جدول يمثل المعدلات التخطيطية للخدمات اليومية التجارية بالمجاورة:⁶

نوع المحل التجاري	لكل ألف نسمة	
	العدد	مساحة المحل م ²
الخضار والفاكهة	2	50
البقالة	0.7	50
+الفرن+الصيدلية	1.5	40
الخدمات (مكوي-نجار-سباك... الخ)		

جدول يمثل معايير استرشادية لعدد المحلات المطلوبة للتجمعات السكنية:⁴

محل بقالة واحد لعدد 200-300 ساكن .
محل جزارة واحد لعدد 600-1000 ساكن.
مخبز لعدد 600-1000 ساكن .
محل حلاق لعدد 1000 – 1600 ساكن .
محل عطارة لعدد 3000 – 5000 ساكن .
محل خردوات لعدد 3000 – 5000 ساكن .
صيدلية لعدد 5000 – 10000 ساكن .
كمقياس عام : يجب توفير متجر واحد لكل 120 ساكن .



5-2- مواقع الخدمات التجارية بالمجاورة :

يجب أن تتوفر مواقع الخدمات بالمجاورة في منطقة شبه مركزية بينما يتم توفير نقط تجارية بعيدا عم المركز لتوفير الخدمات اليومية للمناطق البعيدة نسبيا على اعتبارها خدمات تجارية ثانوية.⁶

6-2- العوامل المعمارية المؤثرة في نجاح النشاط التجاري :

هناك عوامل كثيرة تؤثر على نجاح النشاط التجاري، منها ما يتعلق بنوعية البضاعة والخدمات التي توفرها المؤسسة، ومنها ما يتعلق بموقع المحل والبيئة العمرانية التي يوجد فيها المحل، ونذكر من هذه العوامل ما يلي:⁴

الموقع ومدى توفر المواقع

المواقع الإستراتيجية التي تقع على تقاطعات رئيسية تمكن المركز من تقديم خدماته لأكبر عدد من الناس،⁴ أو أن يكون قريبا من الخدمات العامة الأخرى بالمجاورة،⁶ ولا تكتمل ميزة الموقع الجيد إلا بتوفر مواقع تتلاءم في عددها مع عدد الزوار المحتملين للسوق.⁴

العوامل المناخية

إن تقليل المسطح المعرض للشمس والعوامل الحيوية المختلفة بقدر الامكان في المناطق الحارة وعلى العكس في المناطق الباردة يزيد من راحة المارة وذلك مثل ما هو موجود داخل الاسواق المغطاة كسوق الخيامية بالقاهرة و اسواق المدن العربية القديمة⁷، يجب أن يحقق التصميم المعالجة المناخية المطلوبة لتوفير بيئة مريحة للمستخدمين وذلك باستخدام عناصر مثل النباتات والمظلات للتظليل في البيئة الحارة والتوافير .. الخ، مراعاة استخدام مواد وخامات لتلك الفراغات من نوعية تتناسب مع الظروف البيئية والمناخية لمنطقة السوق.⁸

مظهر السوق

لم يعد السوق الآن مكانا للبيع والشراء فقط، بل استطاعت العديد من المراكز التطوير على نهج الأسلوب الحديث في المركز التجارية، وهو الأسلوب القائم على أساس جعل السوق مكانا للنزهة والترفيه عن النفس، بالإضافة إلى التسوق، وقد استطاعت المراكز التي اهتمت بما يمكن أن نسميه (بالبيئة المفتوحة) من حيث الإضاءة الطبيعية وسعة المكان - تحقيق تفوق منقطع النظير على الأسواق التقليدية التي تقتصر إلى البيئة الجذابة، حيث أن للشكل المعماري والألوان والإثارة أثرا كبيرا في عملية جذب الناس وإبقائهم في السوق فترة طويلة.⁴

التنوع وحجم السوق

من عوامل النجاح التي نلاحظها حاليا : هو حجم ودرجة التنوع في المحال التجارية الموجودة في السوق، وذلك أن أغلب المتسوقين يريدون شراء متطلباتهم من مكان واحد، كما يفضلون الاختيار بين أكبر عدد ممكن من المحلات، مما يعني أن الزائر يفضل المراكز الكبيرة ، حيث يستطيع الانتقال من محل إلى آخر داخل السوق، بحثا عن سلعة أو سعر معين.⁴

التخصص

إن نجاح بعض الأسواق التجارية لا يكمن في التنوع بقدر ما يرتبط باتجاه السوق نحو خدمة قطاع أو تخصص معين من النشاط التجاري . فالمراكز التجارية المتوسطة والصغيرة التي لا تستطيع تقديم التنوع الموجود في المراكز الكبيرة (سوق جدة الدولي) يمكن أن تعمل على تحديد النشاط داخل السوق نحو مجال معين (كالأجهزة الكهربائية، أو الكمبيوتر، أو الأقمشة) مما يزيد أهمية السوق ، ولقد أخذت بعض المراكز الكبيرة بهذا الاتجاه، عن طريق تقسيم السوق إلى أقسام، لكل قسم منها ارتباط بنشاط معين.⁴

علاقة السوق بخطوط كهرباء الضغط العالي:

يجب أن لا يكون الموقع داخل حرم خطوط كهرباء الضغط العالي وأن يبتعد عنها مسافة لا تقل عن 35 م.³

علاقة السوق بإحدار الأرض :

يجب أن تكون الأرض المخصصة للموقع مستوية إلى حد ما يفضل ألا يزيد ميلها عن 5% حتى لا تتكلف كثيرا عند تسويتها.⁵

علاقة السوق بشبكات البنية التحتية :

يجب أن تتوفر بالموقع المقترح كافة شبكات البنية الأساسية التي تساعد على سهولة عمليات التشغيل (سوق) (كهرباء - مياه - صرف صحي - هاتف).³

إمكانية التوسع المستقبلي :

يفضل أن تتوفر بالموقع إمكانية التوسع المستقبلي للسوق طبقا لمخطط المنطقة وبما يتلاءم مع الإستعمالات المحيطة ، وإمكانات الموقع.³

علاقة السوق بالكتلة العمرانية للمدينة أو القرية :

في حالة الأسواق الموسمية (سنوية - شهرية) وأسواق الحراج تكون خارج الكتلة العمرانية للمدينة أو القرية، في حالة الأسواق الدائمة (اليومية) أو الأسواق الأسبوعية يمكن وضعها داخل الكتلة العمرانية ويشترط أن تكون مرتبطة بالطرق الرئيسية.³

يراعى أن يحقق التخطيط الداخلي للسوق الفصل بين حركة المشاة والسيارات والبضائع كلما أمكن ذلك.⁶

علاقة السوق بالمخطط الهيكلي للمدينة أو القرية:

يجب أن يكون الموقع ملائماً للإستعمالات المحيطة الحالية والمستقبلية و هذا يتطلب المعرفة التامة بالمخطط المقترح للمنطقة.³

العلاقة بمناطق تجمع النفايات و الورش الصناعية و محطات معالجة مياه الصرف الصحي:

(لا يقل البعد عن 3 كم بين موقع السوق وبين مناطق تجمع النفايات والورش الصناعية ومحطات معالجة مياه الصرف الصحي.³

إشترطت للحماية البيئية والبصرية:

للحماية البيئية والبصرية يفضل أن يحاط الموقع العام للسوق الشعبي بمنطقة فاصلة يمكن تشجيرها ، لفصل بين الاستعمالات و لا يقل عرضها عن 20م.³

و هناك أيضا ما له علاقة بالخصائص الاجتماعية للسكان والخصائص العمرانية والسياسات القومية والإقليمية ومن أهم العوامل المؤثرة:⁶



(شقق الوكيل -التخطيط العمراني-ج2- 2007 بتصرف الباحثة)

7-2- البرنامج المعماري للأسواق:

يحتوي السوق التجاري على ثلاثة عناصر أساسية:⁴

الوحدات التجارية (المحال) و صالات العرض .

ممرات الحركة .

مواقف السيارات ، مع ربطها بممرات للمشاة - توصل للسوق-مغطاة للحماية من المطر والشمس.

وبالإضافة لهذه العناصر الأساسية ذات الارتباط المباشر بعملية الشراء، نجد خدمات إضافية، مثل المطاعم، والمقاهي، والمصارف، ومكاتب البريد، ووكالات السفر، وصالات السينما، وملاعب الأطفال، ومساحات خضراء ومسجد، وغيرها مما يخدم العملية التجارية، ويشجع المشتري على بقائه أطول فترة ممكنة داخل السوق التجاري في سهولة ويسر، دون أن يشعر بحاجة للخروج من السوق .

8-2- كيفية تحديد عدد الوحدات التجارية :

تتنوع الوحدات التجارية في السوق التجاري، من المحل الصغير إلى المحل الكبير متعدد الأقسام، ويتم تحديد نوع وحجم وعدد الوحدات بالسوق بناء على مجموعة من دراسات الاقتصادية التي تعتمد على خصائص الموقع والسكان الذين سيخدمهم التجمع التجاري.⁴

9-2- تصنيف الأسواق :

تصنف الأسواق من حيث :

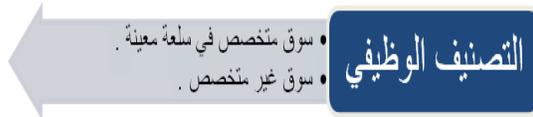
أولاً : التصنيف الزمني :

و يقصد به تصنيف الزمن الذي يعقد فيه السوق . هل هو موسمي يعقد كل فترة معينة (سنة - شهر - أسبوع ... إلخ) أم هو سوق دائم يومي؟³



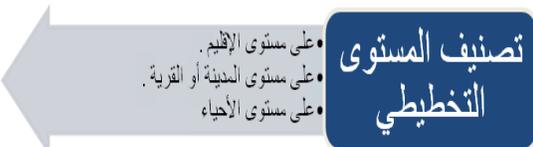
ثانياً : التصنيف الوظيفي :

و يقصد به تصنيف الوظيفة التجارية للسوق ، هل هو سوق مخصص في سلعة معينة ؟ أم هو سوق غير متخصص و متعدد السلع ؟ و ذلك بهدف توفير الاحتياجات اللازمة للسلع (تخزين - إنتظار سيارات - خدمات .. إلخ).³



ثالثاً : التصنيف التخطيطي :

و يقصد به نطاق الخدمة الذي يخدمه السوق (المستوى التخطيطي للسوق) هل يخدم القرية أو المدينة ؟ أم يخدم الإقليم ككل ؟ حتى يمكن تحديد مردود ذلك المستوى التخطيطي على كل من (موقع السوق - مساحة السوق - نوع السلع المتداولة - الخدمات المطلوبة .. إلخ) .³



10-2- كيفية تطوير الأسواق وفريق العمل :

مرحلة التخطيط و تشمل ما يلي :

دراسة شبكة الطرق - دراسة النقل العام-التصميم الحضري للمنطقة - دراسة خطة التنمية الاقتصادية - معرفة أطار السياسات العامة والمعدلات التخطيطية.⁹

عمل فريق من مهامه :

-دراسة أوضاع الباعة بالسوق وأشكاليته ومنها دراسة البنية التحتية (مياه - صرف - كهرباء) -المراحيض العامة - إنارة الشوارع - أماكن انتظار السيارات.

- المشاركة و التشاور لفهم الظروف الخاصة بالباعة جيدا و توعيتهم بالاسس و المفاهيم العامة مثل دور وزارة الصحة و النقابات في توعية الباعة .⁹

- دراسة ديناميكية التجارة من نقل المنتجات و تسليمها و تخزينها و كيفية التعامل معها طبقا لطبيعة كل نوع من أنواع التجارة و تغير استخدام الفراغ في فترات اليوم و طريقة العرض و تبعا لذلك يتم تحديد نوعية المواد المستخدمة في التشطيب و التقسيم المعماري للفراغات .

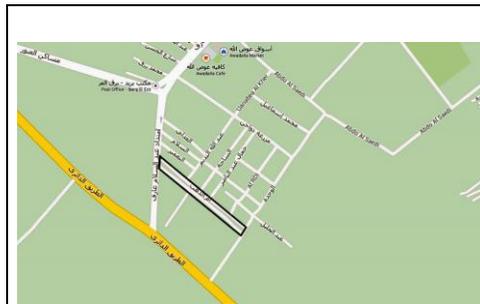
- تحديد المساحات التي يمكن أن يقام عليها السوق و التي سيتم تطويرها .⁹

وضع الخطط الزمنية و عمل المقترحات التصميمية للمحلات و مناطق البيع المغطاه و الفراغات المكشوفة و الخدمات و تتم أيضا مشاركة الباعة في المقترحات التصميمية لتلائم مع احتياجاتهم .⁹

تصنيف المستوى التخطيطي

التصنيف الوظيفي

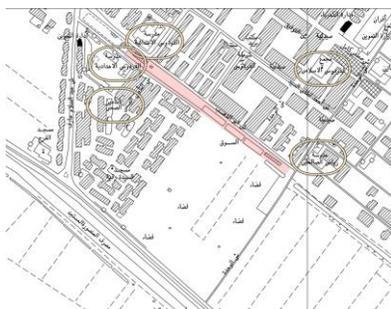
التصنيف الزمني



خريطة من Google maps توضح منطقة السوق و الطرق المؤدية للسوق بتاريخ 2014/8/24

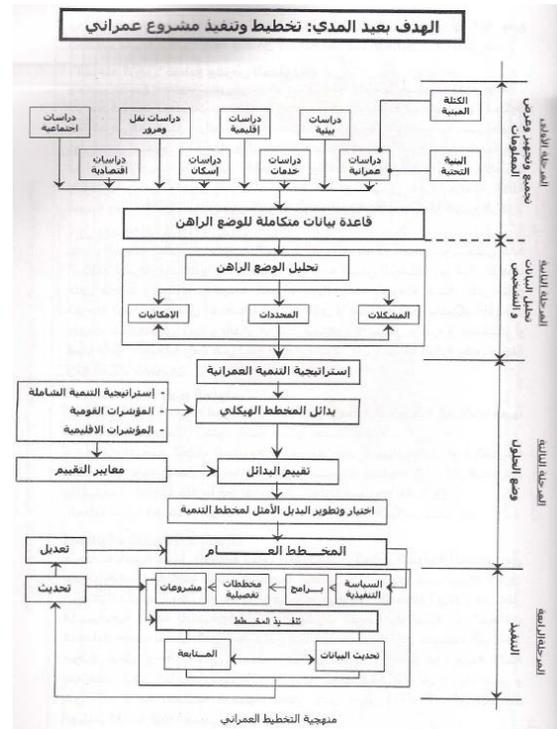


خريطة من Google earth توضح مكان السوق بتاريخ 2014/8/24



خريطة رفع جوي عام 2013 توضح منطقة السوق و المحيط العمراني له

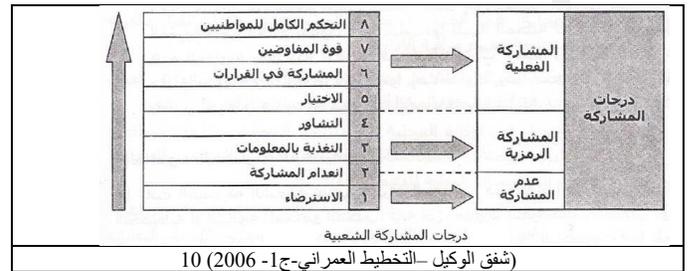
دراسة الموقع و العلاقات المكانيّة



منهجية التخطيط العمراني (شفق الوكيل - التخطيط العمراني-ج1- 2006) 10

المشاركة الشعبية:

تتخذ شكل المشاركة الشعبية في مصر ثلاث نماذج:
 الأول: أسلوب النظام الحكومي وهو اتخاذ السلطة القرار وتوفير الإحتياجات.
 الثاني: أسلوب غير رسمي، حيث يقوم الأهالي بإتخاذ القرارو توفير الإحتياجات بمعرفتهم.
 الثالث: أسلوب يتخذ فيه السكان القرار وتشارك الدولة بتقديم بعض المساعدات. 11



درجات المشاركة الشعبية (شفق الوكيل - التخطيط العمراني-ج1- 2006) 10

III. مثال تحليلي لأحد أسواق المنصورة (سوق الفردوس)

يقع سوق الفردوس في منطقة المجزر الألي حيث مدخله من شارع عيد السلام عارف وبه تفرعات على منطقة المجزر الألي. 14*13*12*15*16

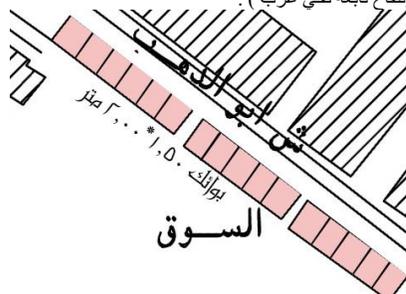
الموقع:	المجزر الألي - حي غرب - المنصورة - النقهلية
---------	---

نوع السوق

سوق عشوائي و جاري تطويره

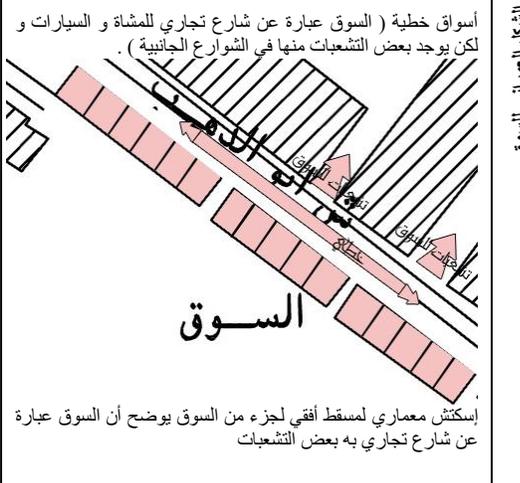
وصف و نوع السوق

السوق عبارة عن:
 1- سوق قائم و تم إضافة جزء له عبارة عن بوانك من المباني بأبعاد 1.50*2.00 متر2 بدون شبانيك و أبواب فقط فتحات في البناء مغطاه بالصاج (تسلم للمستأجر بسعر 100 جنيه شهريا بدل حق انتفاع تابعة لحي غرب) .

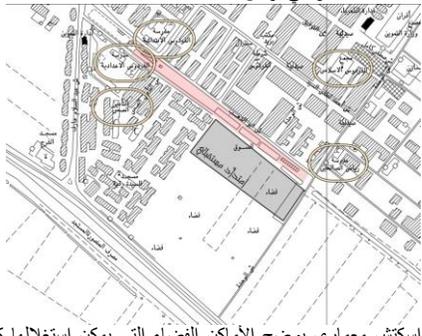


إسكتش معماري لمسقط أفقي لجزء من السوق يوضح البوانك بالأبعاد



<p>الشكل العمراني للسوق</p>  <p>أسواق خطية (السوق عبارة عن شارع تجاري للمشاة و السيارات و لكن يوجد بعض التشعبات منها في الشوارع الجانبية) .</p> <p>إسكتش معماري لمسقط أفقي لجزء من السوق يوضح أن السوق عبارة عن شارع تجاري به بعض التشعبات</p>	
 <p>صورة توضح شارع جانبي متشعب من الشارع الرئيسي للسوق في هيئة بسطات للبااعة الجائلين (تصوير الباحثة)</p>	
المساحات ومكونات السوق	الإجمالية 2م المساحة 1500 متر 2
	مساحة العرض المكشوف 2م 200 متر 2
	مساحة العرض المغطى 2م 105 باكية الباكية بأبعاد 1.50*2.00 م مساحة 315متر 2 و يقترح إضافة 45 باكية إضافية للبااعة الجائلين المراد نقلهم من السكة الجديدة .
	أماكن انتظار السيارات لا يوجد .
	عدد المحلات المؤجرة في السوق 105 باكية تابعة لحي غرب.

<p>صورة الباكيات المنشأة بواسطة حي غرب المنصورة و تم تشطيبها بواسطة الباعين بشكل عشوائي و غير موحد (تصوير الباحثة)</p> <p>2- بعض البسطات المظلمة بشماسي (تابعة للبااعة الجائلين يتم دفع عنها أرضيه بصفة غير شرعية في الجهة المجاورة للمنازل من السوق) .</p>  <p>صورة للبسطات أمام الباكيات المنشأة بواسطة حي غرب المنصورة (تصوير الباحثة)</p>	
المحيط العمراني	<p>يقع السوق في منطقة المجزر و هي منطقة شعبية متوسطة المستوى الاقتصادي يجاوره مقلب للقمامة و بالقرب منه مدرسة يبدأ من شارع عبد السلام عارف شارع رئيسي ذو عرض كبير ويصل إلى شارع الوحدة منطقة قليلة المباني لكن مبانيها ذات مستوى اقتصادي أعلى من المنطقة المجاورة له (أبراج حديثة) ويطل على السوق من هذه الجهة أكاديمية مصر للعلوم والتكنولوجيا .</p>  <p>صورة توضح مدخل السوق من شارع عبد السلام عارف (تصوير الباحثة)</p>
المحيط العمراني	 <p>صورة توضح المباني العامة القريبة من السوق مدرسة الفردوس الابتدائية و مدرسة الفردوس الإعدادية تصوير الباحثة</p>  <p>مباني سكنية شعبية مباني سكنية فوق متوسطة صورة توضح حالة المباني السكنية القريبة من السوق تصوير الباحثة</p>

<p>يوجد إمكانية في الإمتداد المستقبلي حيث يحيط به منطقة مستخدمة كمقلب للقمامة و هي أرض فضاء .</p>  <p>إسكتش معماري يوضح الأماكن الفضاء التي يمكن إستغلالها كإمتداد مستقبلي للسوق</p>	<p>إمكانية الإمتداد المستقبلي</p>
---	-----------------------------------

 <p>صورة توضح الفراغ الخلفي لنهاية السوق و المستخدم كمقلب للقمامة (تصوير الباحثة)</p>	
--	--

<p>أولا : الإيجابيات</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- يرتبط السوق بشبكة مواصلات جيدة . 2- يوجد السوق بين محيط سكني خدمي حيث يوجد مجمع وجامع الفردوس و مسجد السيدة رقية و التأمين الصحي . 3- توافر فرصة العمل لكثير من أفراد المجتمع من الذكور والإناث . 4- يغطي السوق إحتياج منطقة كبيرة من الخضار و الفاكهة . 5- وضوح حدود السوق . 6- ملكيات السوق تعود إلى صالح حي غرب . 7- توافر بعض الأماكن المخصصة للبيع ولكنها غير شرعية . 8- تواجد فراغات إمتداد مستقبلي للسوق يمكن إستغلالها للتوسعة . 9- التناسب بين طبيعة المستوى الاقتصادي للسوق وطبيعة إحتياجات المجتمع المحيطة  <p>صورة توضح إستخدام الشارع الخلفي لنقل البضائع بالعربات الكرو (تصوير الباحثة)</p>  <p>صورة توضح مرور عربات الميكروباص و التوكتوك داخل السوق (تصوير الباحثة)</p>	
--	--

<p>ثانيا : السلبيات</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- عدم تنظيم السوق الداخلي من خلال الرصف و اعمال الأسفلت و توزيع الفراغات . 2- تراكم القمامة دون الأخذ في الإعتبار عمل وحدات تجميع لها . 3- عدم توافر لوحات ارشادية داله على السوق . 4- عدم توافر إنارة . 5- عدم توافر موقف للسيارات . 6- نقص الخدمات الرئيسية مثل دورات المياه . 	
---	--

<p>الخدمات</p> <p>لا يوجد .</p>	
<p>القيمة المعنوية</p> <p>ليس للسوق قيمة تاريخية لكن السوق له قيمة جغرافية من موقعه المتميز حيث أنه متفرع من شارع عبد السلام عارف و هو شارع رئيسي كما أنه قريب من عدة مباني حيوية مثل (التأمين الصحي- مجمع الفردوس) ، و يخدم منطقة حي غرب و خاصة سكان منطقة المجزر ما يقرب من 600000 نسمة .</p>	<p>الأهمية النسبية</p>
<p>القيمة الاقتصادية</p> <p>يوجد بالسوق 105 محل و ما يقرب من 50 بسطة متوسط دخل المحل اليومي من 150-200 جنيه و متوسط البسطه من 50-100 جنيه كل منهم يعول في المتوسط من 7-12 فرد بمعني أن السوق يعول ما يقرب من 1400 فرد و يدر دخل يومي بما يعادل 20000 يوميا و 60000 شهريا كما أنه يخدم قطاع كبير من سكان المنطقة.</p>	
<p>القيمة البشرية (عدد العمال)</p> <p>حوالي 300 فرد .</p>	
<p>الخصائص الزمنية</p> <p>سوق دائم (يومي) .</p>	<p>تصنيف السوق (الوصف العملي)</p>
<p>الطابع</p> <p>عشوائي غير منظم و ليس له طابع مميز .</p> 	
<p>التصنيف الوظيفي (نوع التجارة)</p> <p>متعدد السلع حيث يشمل على بيع الخضار و الفاكهة و اللحوم و الأسماك و يوجد باكيات لنشاطات أخرى لكنها مخالفة لتخصيص نشاط السوق مثل بيع المنتجات البلاستيكية و تصليح العجل .</p>  <p>صورة توضح وجود نشاطات مختلفه داخل السوق (تصوير الباحثة)</p>	
<p>نوع التجارة</p> <p>تجارة التجزئة</p>	
<p>المستوى التخطيطي</p> <p>على مستوى الحي</p>	

الاستنتاجات النظرية

- يرتبط نجاح السوق بوجود شبكة مواصلات جيدة .
- من إشكاليات الأسواق قلة الخدمات من مساجد و دورات عامة ومواقف للسيارات و ضعف البنية التحتية وقلة أو انعدام أعمدة الإنارة مما يقلل من الأمن داخل السوق .
- معظم الأسواق العشوائية تفتقد للطابع المعماري ، أو تحتوي على طابع تم تشويبه بمرور الزمن .
- الأسواق توفر الكثير من فرص العمل لأفراد المجتمع فلا بد من الاهتمام بها كمصدر رزق لفئة كبيرة من المجتمع .
- الاهتمام بالتوسع المستقبلي من المميزات التي تتميز بها بعض الأسواق عن غيرها حيث يمكن توسعة السوق و تطويره بمرور أكبر .
- منح التراخيص لمناطق تجارية دون دراسة يساهم في خلق المزيد من الأسواق العشوائية .
- تقنين أوضاع الباعة الجائلين يساهم في استقرار شكل الفراغات داخل الأسواق و خلق بيئة يمكن تطويرها بمزيد من المرونة .
- من أهم المشاكل بأسواق مدينة المنصورة مشكلة القمامة التي تخلق بيئة من الأمراض والتلوث البصري .
- يلاحظ في معظم الأسواق بمدينة المنصورة عدم الاهتمام بمواد الرصف المناسبة للفراغ كفراغ تجاري و المظهر الجمالي المتناسق للمكان .
- الشكل التخطيطي لمعظم أسواق المنصورة غير محدد فالإنتشار العشوائي له غير من الصورة المبدئية المنشأ عليها .
- لم تراعى المعالجات البيئية في أسواق مدينة المنصورة بصفة عامة.

IV. التوصيات

- 1- يوصي البحث لجهات المختصة بعمل دراسة تفصيلية عن وضعية الأسواق في مدينة المنصورة للوصول إلى سليات وإيجابيات كل سوق على حدة ثم تجميع هذه الدراسة بشكل شمولي على خريطة المنصورة بعد دراسة الكثافات السكانية و المعدلات التخطيطية للمدينة بدقة و وضع مناطق الامتداد المستقبلي في الحسبان ليتم تقنين أوضاع الأسواق و احتياجتها من فراغات و ذلك طبقاً للعلاقة المكانية بينها و النطاق العمراني المحيط بها و طبيعة السوق و وضع الخطط الزمنية اللازمة لذلك سواء بالنقل الكلي أو التوسع أو تقليل الكثافات بالنقل الجزئي .
- 2- كما يوصي البحث بتشجيع الجهات البحثية و الممارسين على عمل نماذج تطويرية لهذه الأسواق بالجهود الذاتية و بتشجيع الباعة على المساهمة بها .
- 3- دراسة علاقة التشريعات بأماكن التجمعات التجارية خاصة الغير مرغوب بها في المناطق المرورية الحيوية حيث تخلق بشكل عشوائي نتيجة منح رخص المحال التجارية دون تقنين أسفل المنازل و دون دراسة لطبيعة الأماكن أو ما يمكن أن تكون عليه مستقبلياً .
- 4- عمل فريق بحثي لدراسة نوعية الأنشطة المتواجدة في كل سوق و عمل التصميمات المعمارية المناسبة لتلك الأنشطة مع مشاركة فعليه للباعة المتواجدين في الأسواق في عمل تلك المقترحات .
- 5- دراسة مقترحات تصميمية لتطوير المناطق التجارية و جعلها صديقة للبيئة .

REFERENCES

- [1] رامي متولي القاضي(2014)، ظاهرة الباعة الجائلين والأسواق العشوائية في الشارع المصري (الأسباب-التداعيات)، بحث علمي منشور،مجلة أكاديمية الشرطة عدد فبراير 2014.
- [2] الاشرطاط البلدية و الفنية للمجمعات و المراكز التجارية وزارة الشؤون البلدية و القروية - السعودية. <https://www.holymakkah.go> أغسطس/2016
- [3] أحمد فريد مصطفى(2005)، دليل تخطيط الأسواق الشعبية، وزارة الشؤون البلدية و القروية المملكة العربية السعودية، الطبعة الأولى.
- [4] محمد ماجد خلوصي- أحمد أمين خلوصي(2003)، موسوعة المسابقات المعمارية (المنشآت التجارية والأسواق) - الجزء الأول.
- [5] أحمد خالد علام(1998)، تخطيط المدن، مكتبة الأنجلو المصرية القاهرة.
- [6] شفق العوضي الوكيل(2007)، التخطيط العمراني مبادئ-أسس-تطبيقات (الجزء الثاني)، إيكوبا-القاهرة.

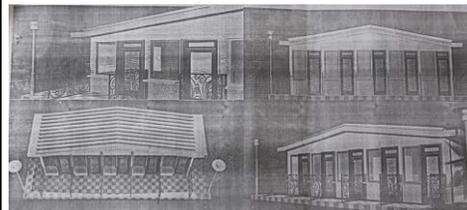
- 7- عدم توفر مظلات للباعة الجائلين محددة من الحي.
- 8- عدم الاهتمام بالشكل المناسب لعرض المنتجات .
- 9- عدم وجود مساحة لإقامة البسطات المفتوحة محددة من الحي .
- 10- ضعف الناحية الأمنية في السوق .
- 11- عدم وجود موقف للسيارات نقل البضائع دون أن تعوق الحركة فيه .
- 12- توجد مدرستان ابتدائي و إعدادي في مدخل السوق (مدرسة الفردوس الابتدائية و مدرسة الفردوس الإعدادية).



صورة توضح عشوائية بسطات الباعة الجائلين داخل السوق (تصوير الباحثة)



صورة توضح عدم انتظام الشكل المعماري داخل السوق و تراكم القمامة (تصوير الباحثة)



المقترح المقدم من الإسكان لحي غرب المنصورة قبل تنفيذ الأكشاك و لكن لم يتم تنفيذه نظرا للعبء في تقليل التكلفة و بأبعاد 2م3*2م2 للوحدة
حي غرب المنصورة

- [11] يحيى عثمان شديد-أحمد خالد علام-ماجد محمد المهدي(1997)، تجديد الأحياء، مكتبة الأنجلو المصرية القاهرة.
- [12] الزيارة الميدانية لسوق الفردوس الموثقة بالصور .
- [13] حي غرب المنصورة .
- [14] google maps
- [15] google earth
- [16] خريطة رفع جوي عام 2013
- [7] Rubenst,M.Harvey_PedestrianMalls.Streetscapes&Urban Spaces,1992.
- [8] School of Development Studies,University of KwaZulu-Natal,Howard College Campus,Working in warwick including street traders in urban plans.Published in 2009
- [9] Whyte.William- The social Life of smail Urban Spaces, 1980.
- [10] شفق العوضي الوكيل(2006)، التخطيط العمراني مبادئ-أسس-تطبيقات (الجزء الأول)، إيكونيا-القاهرة.