

The role of developing open commercial urban spaces in improving human behavior (Case Study - Development of the Main Open Market in Minia City)

Mohanad Mohamed Al-Agamy ^{a*}, Osama Helmy Mohamed ^a, Abd El-Rahman Mohamed Tony ^a

a: Architecture department, Faculty of Engineering, Minia University, Egypt, 61519

* Corresponding author: Prof. Mohanad Mohamed Al-Agamy, E-mail: elagami5@yahoo.com

Abstract

Urban design and planning processes aim to create an environment that is consistent with the needs and behaviors of its users. Studies have shown that urban spaces that do not meet the requirements of the users; Lead to negative impacts (environmental / behavioral / social / cultural / ...) on these individuals; Which may lead to abandoning these urban spaces or trying to make adjustments to them in line with their needs, or giving them new behaviors that help them adapt to those spaces. The recent research provides an explanation of the urban spaces that are the subject of the research (definition and objectives) and the design determinants, then the research moves to present the human needs within the urban spaces and the mutual influence between the human being and the urban spaces. The research explains the nature of open markets as one of the most important urban spaces that people deal with on a daily basis, its urban characteristics, the foundations of its design and types, with a presentation of some experiences from different countries for market development projects, with the aim of improving and advancing them and the impact of this development on human behavior. The paper deals with the issue of the spread of open markets, which represent part of the urban spaces that affect human behavior. Indeed, the presence of activities in the spaces that are not suitable for them leads to an imbalance in the surrounding urban environment. The research presents a study of the main open market in Minya (Habashi market) and provides solutions to upgrade it by making use of previous experiences. The research ends with a set of general findings and recommendations through which some realistic solutions to the problems of open markets can be extracted to work on improving human behavior.

Keywords: Urban spaces; Open markets; Human behavior; Commercial spaces; Random markets

دور تطوير الفراغات العمرانية التجارية المفتوحة في تحسين السلوك الإنساني
(دراسة حالة - تطوير السوق الرئيسي المفتوح بمدينة المنيا)

أ.د. مهند محمد العجمي¹, د. أسامة حلمي محمد², م. عبد الرحمن محمد توني³

¹ أستاذ بقسم الهندسة المعمارية, كلية الهندسة - جامعة المنيا

E-mail: elagami5@yahoo.com

² مدرس بقسم الهندسة المعمارية, كلية الهندسة - جامعة المنيا

E-mail: usama.m@mu.edu.eg

³ معيد بقسم الهندسة المعمارية , كلية الهندسة - جامعة المنيا

E-mail: eltoneyeg@yahoo.com

ملخص البحث:

تهدف عمليات التصميم والتخطيط العمراني إلى تكوين بيئة تتماشى مع احتياجات وسلوكيات المستخدمين لها، وقد أوضحت الدراسات أن الفراغات العمرانية التي لا تلبى متطلبات المستخدمين؛ تؤدي إلى تأثيرات سلبية (بيئية/ سلوكية/ اجتماعية/ ثقافية/...) على هؤلاء الأفراد؛ مما قد يؤدي إلى هجر تلك الفراغات العمرانية أو محاولة إدخال تعديلات عليها لتتماشى مع احتياجاتهم، أو إكسابهم سلوكيات جديدة تساعدهم للتأقلم مع تلك الفراغات.

تقدم الورقة البحثية شرحاً للفراغات العمرانية موضوع البحث (التعريف والأهداف) ومحددات التصميم، ثم ينتقل البحث لعرض الاحتياجات الإنسانية داخل الفراغات العمرانية والتأثير المتبادل بين الإنسان والفراغات العمرانية. ويشرح البحث طبيعة الأسواق المفتوحة كأحد أهم الفراغات العمرانية التي يتعامل معها الإنسان بشكل يومي، وخصائصها العمرانية وأسس تصميمها وأنواعها مع عرض لبعض التجارب من دول مختلفة لمشروعات تطوير الأسواق، بهدف تحسينها والارتقاء بها ومردود هذا التطوير على السلوك الإنساني.

تعرض الورقة البحثية لقضية انتشار الأسواق المفتوحة والتي تمثل جزءاً من الفراغات العمرانية والتي تؤثر على سلوك الإنسان، فالواقع يؤكد أن وجود الأنشطة في الفراغات غير الملائمة لها يؤدي إلى حدوث خلل في البيئة العمرانية المحيطة. ويقدم البحث دراسة للسوق الرئيسي المفتوح بمدينة المنيا (سوق الحبشي) وتقديم حلول للارتقاء به من خلال الاستفادة من التجارب السابقة.

وينتهي البحث بمجموعة من النتائج العامة والتوصيات التي يمكن من خلالها استخلاص بعض الحلول الواقعية لمشكلات الأسواق المفتوحة للعمل على الارتقاء بالسلوك الإنساني.

الكلمات المفتاحية: الفراغات العمرانية، الأسواق المفتوحة، السلوك الإنساني، الفراغات التجارية، الأسواق العشوائية.

يتمثل الهدف الرئيسي من البحث في محاولة الارتقاء بالسلوك

الإنساني من خلال التنسيق بين وظيفة الفراغ العمراني والاحتياجات الفعلية للمتعاملين فيه ومن خلال التعرف على طبيعة الأسواق المفتوحة كنموذج للفراغ العمراني المفتوح، ومردودها على الإنسان ومن خلال ذلك يمكن تقديم حلولاً واقعية لمخططات الأسواق المفتوحة، بهدف الارتقاء وتطوير وتحسين السلوك الإنساني داخل الفراغات العمرانية.

منهجية البحث:

في الدراسة النظرية يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، وهو المنهج المعني بتجميع الحقائق النظرية والبيانات الأساسية المرتبطة بموضوع الدراسة؛ وذلك بهدف استنباط أسس تصميم الفراغات العمرانية، وعلاقتها بالأسواق المفتوحة.

وللوصول إلى نتائج الدراسة يتبع البحث المنهج الاستقرائي الاستنباطي، من خلال عرض وتحليل بعض النماذج العالمية والمحلية في التعامل مع الأسواق المفتوحة؛ وذلك بهدف استخلاص أهم الدروس المستفادة من أساليب وطرق التعامل مع الأسواق المفتوحة.

ويتبع البحث في الجزء التطبيقي منه المنهج الاستكشافي التحليلي، من خلال جمع المعلومات عن منطقة الدراسة التطبيقية؛ وذلك عن طريق الملاحظة المباشرة والمقابلات وقوائم الاستبيان؛ ثم تحليل المعلومات المتاحة، لاستخلاص النتائج والمؤشرات التي تؤدي إلى استخلاص النتائج واقتراح التوصيات المناسبة والتي تهدف إلى الارتقاء بالسلوك الإنساني من خلال تطوير منطقة الدراسة المعنية في

المقدمة:

إن غالبية مشروعات التخطيط والتصميم العمراني تركز على الجانب المادي مع إغفال غير مقصود للجانب المعنوي الإنساني؛ مما كان له الأثر في تكوين فراغات عمرانية غير متوافقة مع احتياجات المستخدمين، بالإضافة إلى ظهور تأثيرات سلبية على الجوانب السلوكية والاجتماعية والثقافية؛ مما يدعو المتعاملين مع هذه الفراغات خاصة في الأحياء الشعبية إلى توظيفها وإعادة تشكيلها بما يتلائم مع إمكانياتهم واحتياجاتهم دون تخطيط علمي أو مشاركة من الجهات المعنية بهذه الفراغات.

تهدف عمليات تطوير الفراغات العمرانية إلى توفير الراحة للسكان، من خلال توفير بعض الخدمات اللازمة في فراغ عمراني له أسس ومعايير محددة لتوفير بعض الاحتياجات اليومية؛ مع توفير الراحة والأمان للسكان.

المشكلة:

تتلخص المشكلة البحثية في التعارض بين وظيفة الفراغ العمراني المصمم له والأنشطة التي تحدث داخله نتيجة عدم توافقه مع احتياجات المتعاملين مع هذه الفراغات، خاصة الأسواق المفتوحة وتأثيرها السلبي على السلوك الإنساني.

الهدف:

العمراني هو المجال الذي يهتم بجماليات العمران والبيئة المشيدة وما ينطبع في أذهان المستخدمين من خلال تشكيلاته البصرية⁶.

1-2- أهداف عملية التصميم العمراني:

تطرقنا الكثير من الدراسات إلى تفسير أهداف التصميم العمراني والغرض منه باعتبار العمران فراغات تتيح للأفراد البقاء فيها وممارسة الأنشطة المختلفة الخاصة بهم، وكان رابوبورت (Rapoport) من أبرز من تناولوا أهمية العمران حيث أنه اعتبر الفراغ العمراني هو ذلك الحيز الذي يذكر الأفراد بالأنشطة التي تدور فيه، كما أنه يدعم القيم والمعتقدات ويعبر عنها، هذا بالإضافة إلى الخصائص والمكونات المادية للحيز والتي تعمل على تمييز الأماكن والملكيات والاستعمالات ومناطق الأنشطة المادية⁷.

كما أكد ماداني بور (Madani Pour) على أن أهداف التصميم العمراني هي التعامل مع المحددات المادية والاجتماعية للبيئة المبنية وإيجاد التكامل بينهم⁸، وقد أضاف لينش (Lynch) هدفاً جديداً للتصميم العمراني وهو تنمية صورة عمرانية قوية وحادة وهذا يمثل ثغرة ملحوظة في معظم مخططات المدن الحديثة⁹.

ويؤخذ في الاعتبار أن البيئة المبنية قد تمثل عائقاً كما تمثل عاملاً مساعداً في حياة الفرد، لذلك نجد أن هدف المصمم العمراني ليس فقط بناء بيئة عمرانية فحسب، بل خلق بيئة مساندة للإنسان تتوافق مع احتياجاته المتنوعة والمتطورة وتسمح له بالارتقاء والوصول إلى مستوى أفضل لحياته، وهذا ما يغفل عن تحقيقه كثير من المصممين العمرانيين. وبالتالي هناك علاقة متداخلة بين تأثير الاحتياجات المختلفة وتفاعلها مع البيئة العمرانية، فمثلاً الاحتياجات المادية لدرجة إضاءة معينة لها انعكاسات على الراحة النفسية للإنسان وهو جانب غير مادي¹⁰.

من هنا فالتصميم العمراني يحقق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

الملاءمة (Suitability)؛ والمتانة (Firmness)؛ والجمال (Beauty)؛ في الوقت المناسب وبالتكاليف المناسبة؛ وترتبط تلك الأهداف بالإنسان وطبيعته وأنشطته وإدراكه للبيئة؛ خاصة فيما يتعلق بهدف الملائمة والجمال.

مما سبق يتضح أن عملية التصميم العمراني تهدف إلى الوصول لمنتج نابع من أسلوب الأفراد في ممارسة نشاط معين؛ ويتمثل ذلك المنتج في تحقيق إطار مادي واجتماعي وسلوكي لأنشطة

محاولة للمساهمة في حل المشكلات التي تعاني منها وتتسبب فيها الأسواق المفتوحة بها.

1-1 الفراغات العمرانية:

الفراغ العمراني من أهم عناصر مكونات المدينة، فالمدينة هي نسيج عمراني تمتزج فيه المباني والفراغات وبدون الفراغات العمرانية لا تصبح العمارة أكثر من كتل من الخرسانة بلا روح، فالفراغات العمرانية هي المتنفس ومصدر الروح للمدينة. ويتحكم في تشكيل الفراغات العمرانية عدة عناصر أهمها الاستعمالات والأنشطة والوظائف التي تؤديها، والتي تنعكس على مقياسها وأبعادها ونسبها وعلى تصميمها بوجه عام.

1-1- تعريف الفراغ العمراني:

اختلفت وجهات النظر في تعريف الفراغ العمراني، فمنها ما ارتبط بشكل ونسب الفراغ وأخرى ارتبطت بالاستخدام ونوع النشاط، فيعرف (كريبير Rob Krier) الفراغ العمراني بأنه فراغ تتم ممارسة الأنشطة المتعددة فيه، ومن أبرز جوانب العملية التصميمية للفراغ هو تلبية احتياجات ومتطلبات المستخدمين بما يضمن أحسن كفاءة وظيفية للتشكيل¹.

أما (كيفين لينش Kevin Lynch) فقد تعامل معه كقطعة من المعمار، فالمدينة هي بناء في الفراغ ذات مقياس كبير لا يدرك إلا على مسافات كبيرة من الزمن، فهو فن زمني مرتبط بما حوله من أحداث متتابعة قادت إليه الذاكرة والخبرة الشخصية السابقة. كما عرف الفراغ المفتوح على أنه حيز من الضوء تؤثر شدته وكميته وموقعه على الإحساس بانساع الفراغ وهو بذلك يؤكد البعد الجمالي للفراغ². وقد شاركه في نفس الإتجاه (زوكر Zucker) الذي وصف العلاقة بين الفراغ المفتوح والمباني المحيطة به بأنها يمكنها أن توجد خبرة عاطفية صادقة تضاهي الأثر الناتج من أي عمل فني آخر³.

ووصف (كوران Curran) بصورة فلسفية الفراغ العمراني بالمرح التلقائي الحر حيث اعتبر الفراغ بمثابة خشبة المسرح والسكان بالمؤددين والبعض الآخر بالمتفرجين⁴، وانفق معه في تلك النظرة (جوزلنج Gosling) حيث شبه المصمم العمراني بالكاتب المسرحي، فالتصميم العمراني في نظره هو فن التعامل المباشر مع جمهور المستعملين وبالتالي يجب أن يلبي احتياجات وتطلعات السكان بما يناسب بيئتهم البصرية من خلال التعبير بالفراغ⁵.

أما (سيد التوني) فقد وصف الفراغ العمراني بالحيز الجماهيري ومرآة المجتمع التي تظهره كوحدة متكاملة، حيث أنه يرى أن التصميم

⁶ - سيد التوني، "التصميم العمراني في المفهوم والأهمية"، مجلة قسم الهندسة المعمارية، الكتاب الخامس، القاهرة، 1990.

⁷ - Rapoport, A. "The Meaning Of The Built Environment" - California, Sage Publica- 1982.

⁸ - Pour, M. "Design of Urban Spaces" John Wiley, USA, 1996, P(120).

⁹ - Kevin Lynch, "THE IMAGE OF THE CITY", Previous Reference.

¹⁰ - رشا عبد الرحمن محمد، "تأثير الاعتبارات والمعايير التصميمية للفراغات العمرانية على الاحتياجات الإنسانية"، رسالة ماجستير، كلية الهندسة، جامعة القاهرة، 2010.

¹ - Rob Krier "URBAN SPACE". Academy Edition, Great Britain, 1975.

² - Kevin Lynch, "THE IMAGE OF THE CITY", the MIT press, Cambridge, London, 1960.

³ - Zucker, p. "Town and Square: from the Agora the village Green", 1973.

⁴ - curran, R.J., "Architecture and The Urban Experience". Van Nostrand Reinhold Company, London. 1983. P(24).

⁵ - Gosling, D.a.M.B., "Concepts of Urban Design". 1984: St, Martin's press, New York.

الأخرين⁶، لذلك فقد اهتم حسن فتحي بالتمييز بين متطلبات الأفراد من تفاعلات عديدة وبين ما يقتضي الأمر الموائمة بينها لكي يتحقق التكامل في النهاية.

1-5- التأثير المتبادل بين البيئة العمرانية والسلوك الإنساني:

"إن البيئة العمرانية بالنسبة للإنسان كالتوقعة بالنسبة للحزون فهي تشكل جسمه في داخلها حسب شكلها، وهي هذا الشكل الذي يفرزه الحيوان نفسه بمعنى أن البيئة المادية (العمرانية) يمكن أن تؤثر على الإنسان وتسهم في تغييره كما يشكلها هو وفقاً لاحتياجاته وسلوكه"⁷.

من هنا يتضح أهمية الاعتبارات الوظيفية للأنشطة والأنساق السلوكية داخل المكان وذلك لأهمية سلوك الأفراد والمستخدمين داخل الفراغ. ويتضمن ذلك دراسة وتحليل الفراغات العمرانية والبيئة المادية المحيطة ودراسة إمكانية التغيير بما يتلائم مع متطلبات المستخدمين وذلك في ظل تعدد الأنساق السلوكية للمستخدمين حيث إن الوعي الكامل بطبيعة النشاط يأتي من تحديد المسطح الحاوي لهذا النشاط ووظيفياً.

كذلك يذكر (Lynch, 1960) أن المصممين يشكلون البيئة ليستطيع المستخدم القيام فيها بما يريد فعلاً أو لأعطائه فرصاً أخرى للتصرفات وردود الأفعال كما أن هذه الأفعال يجب أن تحدد الفراغ والتجهيزات، من هنا يمكن القول أن الوظيفة ينبغي أن تكون ملائمة للحيز أو الفراغ الحاوي لها بمعنى أن يتم تحليل وتصميم الفراغات بشكل يحقق التوافق والانسجام والالتزان والمرونة مع الوظيفة المطلوب استحداثها داخل الفراغ، كذلك دراسة الأنماط السلوكية وهو ما يأتي إما بالملاحظة المباشرة أو غير المباشرة أو الاستبيان⁸.

2- الأسواق المفتوحة:

هناك العديد من الأنشطة التي تدور داخل الفراغات العمرانية منها الأسواق المفتوحة، والتي تعتبر ذات أهمية كبيرة في حياة الإنسان اليومية على مدار التاريخ، حيث تعتبر التجارة أحد أهم أسباب نشأة المدن، وفراغات الأسواق المفتوحة لها تأثير فعال على المتعاملين داخلها وبالتالي التأثير على السلوك الإنساني.

1-2- أهمية السوق قديماً:

يعتبر السوق أحد العناصر الأساسية التي شكلت تخطيط المدينة العربية الإسلامية منذ نشأتها، وذلك لما للتجارة من أهمية كبيرة في حياة العرب عامةً وحياة المسلمين خاصةً، حيث يعتبر العرب أن التجارة تمثل تسعة أعشار الرزق. ومن جانب السلوك الإنساني فقد ضرب السوق في المدينة الإسلامية أروع الأمثلة في ارتقاء السلوك بين المشتري والتاجر، فلم يقتصر السوق فقط على تبادل المنافع

وظائف إنسانية. وبالتالي؛ فإن الهدف من عملية التصميم العمراني للفراغات يتضمن تحقيق متطلبات وظيفية لأنشطة الأفراد؛ كما يمتد إلى توجيه السلوك بما يتلاءم مع تلك الوظائف. لذلك؛ فإن الاعتبارات الاجتماعية والثقافية والسلوكية هي الموجه الفعلي للعملية التصميمية للفراغات¹.

1-3- محددات تشكيل الفراغ العمراني:

إن عملية التشكيل العمراني نتاج لتفاعل العديد من العوامل وتعبير عن ثقافة المجتمع، وأن دور عملية العمران توفير الحماية أو تحقيق الاحتياجات النفسية للإنسان².

هناك العديد من النظريات التي حاولت أن تفسر عملية التشكيل العمراني، ولكن بعض هذه النظريات ترجع عملية التشكيل إلى المحددات المادية فقط وتحاول أن تبرز عوامل المناخ والاحتياج إلى المأوى ومواد وتقنيات الإنشاء والعوامل الاقتصادية والأغراض الدفاعية والأمنية كأهم المحددات التي تشكل الفراغ العمراني، ولكن من الواضح أن هذه النظريات تواجه الكثير من أوجه القصور، حيث تناولت هذه النظريات النشاط الإنساني من الجانب المادي فقط على الرغم من الجوانب اللامادية المتعددة للثقافات الإنسانية بمعنى أنه علينا أن نرى العمران لابد وأنه تعبير ونتاج له مدلولاته الثقافية وليس فقط العناصر المادية.

1-4- الاحتياجات الإنسانية داخل الفراغات العمرانية:

يقصد بالاحتياج هو حالة من عدم الشعور بالرضا نتيجة الإحساس بفقدان شيء ضروري وهو أيضاً حالة من التوتر وعدم الاتزان في البيئة والذي يدفع الإنسان بإطلاق السلوك بهدف التخفيف من التوتر أو تحقيق الاتزان³.

وقد اختلفت آراء المفكرين والمهتمين في إيجاد تعريف للاحتياج ومنها:

عرف المفكر الفرنسي (Lamartine) الحاجة على أنها المحرك الأقوى أثراً في الحياة، وأن التقدم يتعين درجته على قدرته على الحركة لسد الحاجة، وأن الإنسان يحتل المقام الأول بين الكائنات الحية بسبب كثرة احتياجاته وقدرته على إعداد ما يفي بها⁴.

كما رأى (Karl Marks) أن الحاجات التي يسعى الفرد للحصول عليها ليست في طبيعتها فردية بل ذات طبيعة جماعية اجتماعية ناتجة من تعاون وتعامل بين مجموعة من البشر⁵.

اعتبر (حسن فتحي) الاحتياج هو تعبير عن الفردية واستند في ذلك أن لكل فرد عادات تظهر لمجتمع ما فسندجه نمطاً من تلك الفرديات بل الأهم في ذلك هو أن كل فردية منها هي من خلق

1- Moore, G.T. "Environment Behavior Studies" New York, Mac Graw-Hill 1979.

2- Rapoport, A. "The Meaning Of The Built Environment" California, Sage Publications- 1982.

3- Forti, "Research & Human Needs", Augusts and Bisogono, Paoloed, 1981, P (11).

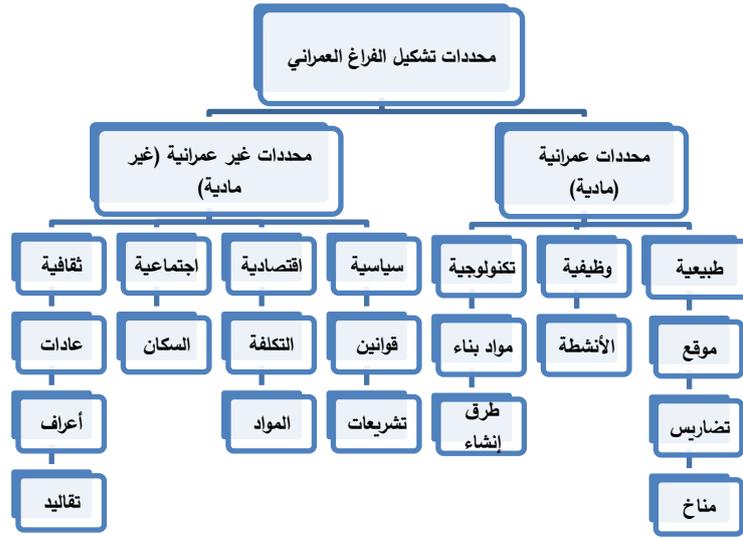
4- عبد الفتاح إبراهيم، "الاجتماع"، دار الطليعة، بيروت، 1971، ص 130.

5- المرجع السابق، ص 176.

6- حسن فتحي، "عمارة الفقراء، تجربة في ريف مصر"، ترجمة مصطفى إبراهيم، مطبوعات كتاب اليوم، العدد 6، 1991، ص 81.

7- حسن فتحي "عمارة الفقراء"، الهيئة المصرية للكتاب، 2001.

8- Kevin Lynch, "THE IMAGE OF THE CITY", Previous Reference.



شكل (1) محدّدات تشكيل الفراغ العمراني.

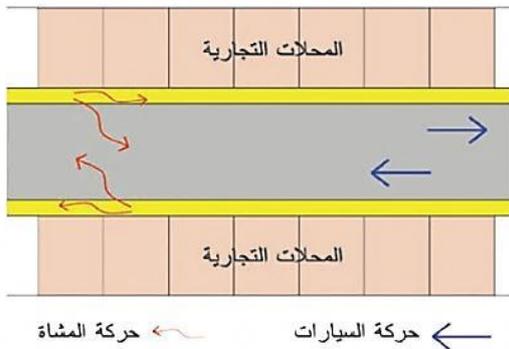
(المصدر: رشا عبد الرحمن، " تأثير الاعتبارات والمعايير التصميمية للفراغات العمرانية على الاحتياجات الإنسانية"، رسالة ماجستير، كلية الهندسة، جامعة القاهرة، (2010)



شكل (2) هرم ماسلو للاحتياجات الإنسانية.

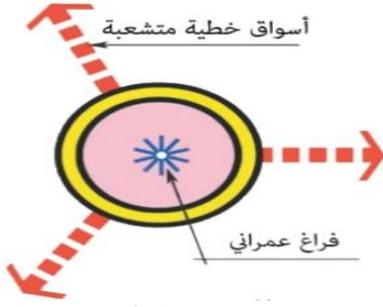
(المصدر: رشا عبد الرحمن، " تأثير الاعتبارات والمعايير التصميمية للفراغات العمرانية على الاحتياجات الإنسانية"، مرجع سابق)

والتعارف بين المسلمين ولكن كان أيضاً لترسيخ تعاليم الدين الإسلامي لتحسين سلوك الإنسان، ومن أمثلة ذلك عندما مرّ رسول الله (صلّى الله عليه وسلم) على أحد التجار ووجده يضع القمح الذي أصابه المطر من أسفل في ضبرة القمح، فعاب عليه ذلك وقال له (من غشنا فليس منا)، دلالةً على تحريم الغش، وأيضاً عندما عرض سعد بن الربيع على عبد الرحمن بن عوف رضي الله عنهما، أن يأخذ نصف ماله رفض ذلك وقال له (بل لئنني على السوق) مما يدل على أهمية التجارة في كسب الرزق ونشر تعاليم الدين الإسلامي.

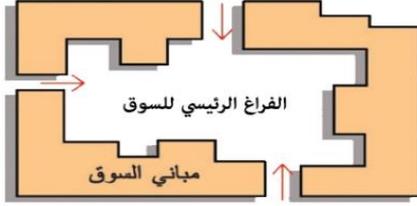


شكل (3) السوق عبارة عن شارع تجاري للسيارات والمشاة.

أ- الأسواق الخطية: وهي الأسواق التي تقع على محاور الحركة الرئيسية، وتأخذ شكل الشارع ومنها ما يسمح بمرور السيارات، ومنها المخصص لحركة المشاة؛ وهو الأفضل من حيث توفير الأمان للمتريدين على السوق.

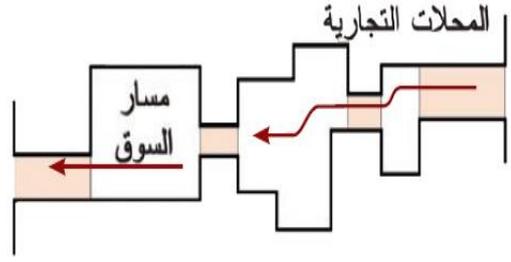


شكل (5) الفكرة التخطيطية للأسواق المتشعبة.



شكل (6) الأسواق المجمع.

(المصدر: "دليل تخطيط الأسواق الشعبية"، مرجع سابق)



شكل (4) السوق عبارة عن شارع تجاري للمشاة فقط.

(المصدر: "دليل تخطيط الأسواق الشعبية"، وزارة الشؤون البلدية والقروية،

الرياض، 2005)

ب- الأسواق المتشعبة:

"وهي عبارة عن أسواق خطية متشعبة من نقطة تجارية معينة، أو من فراغ عمراني يتميز بنشاط معين، مثل فراغ المسجد الذي تنتشعب منه الأسواق الخطية بحيث تكون المسارات الهامة المؤدية لهذه النقطة هي المسارات التجارية المكونة للسوق"¹.

ج- الأسواق المجمع:

هي عبارة عن تجمع للسوق التجاري حول فراغ عمراني تتم فيه عملية البيع والشراء بداخل السوق، مما يوفر حركة آمنة لحركة المشاة بداخل السوق².

2-3- الاعتبارات الأساسية لتخطيط السوق³:

يعتمد تخطيط السوق على مجموعة من الاعتبارات الهامة التي يجب اتباعها عند إعداد مخطط السوق؛ وتتلخص هذه الاعتبارات فيما يلي:-

أ- اعتبارات توزيع الاستعمالات:

أولاً: تقسيم المنطقة التجارية بالسوق (المحلات) إلى مناطق متخصصة حسب نوع السلع لتحقيق سهولة التعامل.

ثانياً: توفير منطقة خدمات السوق (دورات مياه - مسجد - كافيتريات - مناطق جلوس...) وارتباطها بالمنطقة التجارية لخدمة الجمهور المتردد على السوق.

ثالثاً: التأكيد على وجود طابع عمراني ومعماري للسوق يعبر عن انعكاس البيئة المحلية والناجبة من ثقافة وطبيعة المنطقة والمواطنين.

ب- اعتبارات الحركة:

أولاً: الفصل التام بين المدخل المخصص للمتسوقين على السوق (الجمهور) وبين المدخل المخصص لسيارات النقل الخاصة بالبضائع. ثانياً: الدخول إلى السوق من خلال طريق خدمة وليس من الطريق الرئيسي مباشرة.

ثالثاً: توفير مناطق انتظار للسيارات الخاصة بالمتسوقين وتكون مرتبطة ارتباطاً مباشراً بالسوق؛ أي بالقرب من المحلات التجارية، كما يتم توفير أماكن انتظار للسيارات النقل الخاصة بنقل البضائع وتكون مرتبطة بالمخازن.

رابعاً: الفصل بين المسارات المخصصة لحركة المشاة، والمسارات المخصصة لحركة السيارات داخل السوق؛ مع ملاحظة ارتباط مسارات المشاة بأماكن انتظار للسيارات للمتسوقين.

ج- اعتبارات بيئية:

يجب مراعاة الظروف المناخية للمنطقة عند تخطيط السوق واستخدام مواد محلية ملائمة للبيئة في عملية الإنشاء، ويفضل استخدام مسارات المشاة المظللة لتسهيل عملية التسوق على الجمهور.

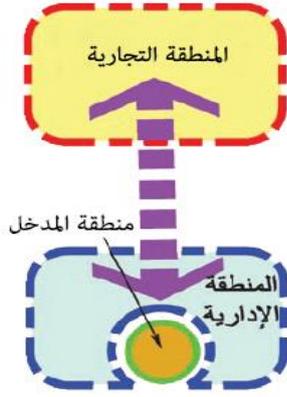
د- اعتبارات إدارية وأمنية:

يجب الالتزام باشتراطات الدفاع المدني لتحقيق السلامة والوقاية من الحريق، ويلزم توفير منطقة إدارية وأمنية وتكون على علاقة قوية بمدخل السوق والمنطقة التجارية.

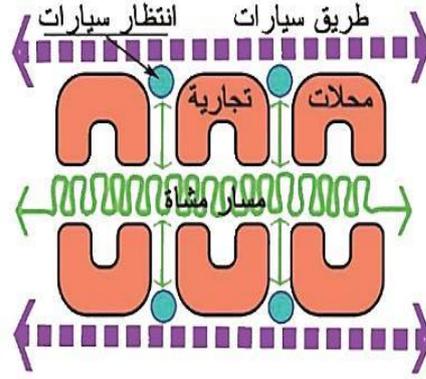
1- "دليل تخطيط الأسواق الشعبية"، وزارة الشؤون البلدية والقروية، الرياض، 2005.

2- زينب فيصل، "واقع الأسواق التقليدية في المدينة المعاصرة"، مرجع سابق.

3- "دليل تخطيط الأسواق الشعبية"، مرجع سابق.



شكل (7) الفصل بين حركة المشاة وحركة السيارات. شكل (8) ارتباط المنطقة الإدارية بالمدخل والمنطقة التجارية بالسوق. (المصدر: دليل تخطيط الأسواق الشعبية، مرجع سابق)



النظر إلى الأسواق العشوائية من منظور عدم الالتزام بالإجراءات القانونية وأغفل باقي العناصر الأخرى. • الأسواق التي تقدم السلع أو الخدمات بشوارع المدينة، والساحات، والحدائق، وحول محاور النقل، وغيرها من الأماكن العامة الحضرية، من خلال هيكل دائم لأعمالهم التجارية.

ومما سبق ومن خلال عرض لمجموعة التعريفات السابقة للأسواق العشوائية تم الوصول إلى تعريف ملخص للسوق العشوائي:

هو نشاط تجاري غير مرخص يومي أو أسبوعي أو بشكل موسمي، لا تحكمه أي قواعد أو اشتراطات قانونية، ولا توجد جهة رسمية تشرف عليه، وينشأ في مناطق مختلفة غير مخططة لهذا النشاط، مستغلاً مساحات مخصصة لاستخدامات أو ملكيات أخرى، فهو غالباً يشغل الشوارع أو الفراغات العامة أو أراضي الفضاء داخل الكتلة العمرانية ويغلب تواجده بالمناطق ذات المستويات الاقتصادية والاجتماعية الأقل، ولا يوجد لوحده شكل ثابت.

2-5- تصنيفات الأسواق العشوائية:

صنفت الدراسة التي أعدها جهاز صندوق تطوير العشوائيات تحت مسمى "الخريطة القومية لحصر الأسواق غير الرسمية على مستوى جمهورية مصر العربية"³، تبعاً للشكل التالي.

3- تجارب تطوير الأسواق في دول العالم:

تم وضع عدة معايير في اختيار هذه التجارب وذلك على النحو التالي:-

- أن يكون السوق من الأسواق القديمة.
- يتسم السوق بأهمية اقتصادية كبيرة في المدينة.
- أن تكون هذه الأسواق خضعت لعمليات التحسين والتطوير من خلال مشروعات إعادة تخطيط.
- أن تكون أسواق يومية.

2-4- مفهوم الأسواق العشوائية:

يعرف جهاز صندوق تطوير العشوائيات الأسواق العشوائية بأنها عبارة عن "نشاط تجاري غير رسمي يعوق استخدام المارة، وليس به نظام لجمع المخلفات، أو نظام لإطفاء الحرائق"¹. يتسم هذا التعريف بعدم الدقة واقتصاره المحدود بتعريف السوق العشوائي على أنه السوق الذي يفتقر إلى الخدمات فقط بغض النظر عن طبيعة ممارسة عمله هل هو (منتظم ومحدد الموقع أو غير ذلك)؟، كما أنه تجاهل مدى ثبات الوحدة التجارية هل هي ثابتة أم متحركة؟، وما عدد البائعين والمساحة المطلوبة لكي يكون السوق عشوائياً؟، والأهم هو موقعه من الجانب التخطيطي للمدينة أو للمنطقة السكنية وعلاقته بالمحيط العمراني.

مفاهيم أخرى:

- التجارة التي تمارس نشاطها في منشأة محددة الموقع مثل (محل، مقهى، مطعم، كشك مرخص من الحي،...)، يؤخذ على هذا التعريف مصطلح كشك مرخص، لأن من صفة الأسواق العشوائية هي عدم وجود ترخيص وعدم التزامها بالإجراءات الحكومية، كما يؤخذ عليها إلزامها ممارسة النشاط من خلال منشأة محددة، يمكن أن يكون سوق غير رسمي باستخدام بناء أو هيكل ثابت ودائم على موقع محدد يومياً².

- مجموعة الأنشطة الاقتصادية التي تمارس نشاطها خارج الإطار القانوني ولا تتطلب تأهيلات وقدرات عالية مقارنة بنظيرتها في القطاع الرسمي، ركز هذا التعريف على

¹ - صندوق تطوير المناطق العشوائية، <http://www.isdf.gov.eg>.

² - عالية المهدي وأميرة مشهور، "القطاع غير الرسمي في منطقة معروف"، المركز القومي للبحوث والدراسات الاجتماعية والجنائية، القاهرة، 1994.

ظل السوق صامداً أمام تغييرات عديدة كالحروب والكوارث من خلال التطوير وتجديد البنية الأساسية للسوق، وأصبح يضخ ملايين الدولارات في الاقتصاد الأمريكي من خلال جذب الزوار من جميع أنحاء العالم.

ب- سوق (Galleria Vittorio Emanuele) - ميلان - إيطاليا:

يعتبر جاليري فيتوريو إيمانويل من أكثر أسواق ميلان تميزاً فهو يعكس عدة قيم:

- القيمة التاريخية: فقد بُني السوق منذ أكثر من 130 عام، ويمثل قيمة تاريخية على المستوى المعماري فهو يعبر عن التغييرات المعمارية والاجتماعية التي صحبت الثورة الصناعية بميلان، من خلال استخدام الحديد والزجاج في العقود التي تغطي الممرات، كما يمثل قيمة تاريخية ذات صبغة سياسية تكمن في تعبير المبنى عن اتحاد إيطاليا بربط أماكن تاريخية ببعضها بمحاور الجاليري الرئيسية، ومن الجدير بالذكر أن سكان ميلان عارضوا في البداية المشروع بشدة لإحساسهم وقتها بأنه سيدمر الجزء التاريخي (منطقة الكاتدرائية ودار أوبرا سكالو) إلا أنهم سرعان ما تقبلوا المشروع بممراته الرائعة وأطلقوا عليه غرفة معيشة ميلان (The living room of Milan) حيث أصبح السوق المكان المفضل بالمدينة الذي يجتمع فيه الناس³.

- القيمة الاقتصادية: يمثل السوق قيمة اقتصادية كبيرة لمدينة ميلان، لاحتوائه على عدد كبير من أعرق وأكبر المحلات والمطاعم والكافتریات الجالبة للسياحة الداخلية والخارجية، مثل (Savini Restaurant / Biffi Cafe / وغيرها)، والجدير بالذكر أن ميلان تعتبر المركز الاقتصادي الأكثر أهمية في إيطاليا حيث أعطها موقعها الجغرافي مميزات لتصبح مركزاً للتسوق، كما أن ميلان بها معظم أسواق الجملة الإيطالية.
- القيمة المعمارية: يمثل السوق قيمة معمارية وجمالية عظيمة لما فيه من جمل معمارية ذات الطراز الكلاسيكي والباروكي بكلاً من الواجهات الداخلية والخارجية.

يوجد السوق بمدينة ميلان بإيطاليا محوره الشمالي الجنوبي بطول 195م تقريباً، يصل بين الساحة الشمالية (Piazza del la scala) والساحة الجنوبية (Piazza del duomo)، ويحده كل من شوارع Via Tommas Marino شمالاً و Via S. Pellico غرباً و Via U. Foscolo شرقاً.

- أن تكون أسواق غير متخصصة (سوق عام).
- هي أسواق تملكها الدولة ولا تتبع القطاع الخاص.
- وجود تشابه إلى حد كبير بينها وبين الأسواق في المدينة العربية عامة والمصرية خاصة.

تم اختيار أربعة أسواق مختلفة من أربعة دول مختلفة لأسواق تجارية خضعت لعمليات التطوير لتحقيق الاستدامة وهي:-

- أ- سوق (French Market) - نيو أورلينز - الولايات المتحدة.
- ب- سوق (Galleria Vittorio Emanuele) - ميلان - إيطاليا.
- ج- سوق (Kapali Çarsi Grand Bazaar) - إسطنبول - تركيا.
- د- سوق (محايل عسير) - محايل - السعودية.

أ- سوق (French Market) - نيو أورلينز - الولايات المتحدة:
يعتبر السوق الفرنسي من أكثر أسواق ولاية لوزيانا بالولايات المتحدة تميزاً فهو يعكس عدة قيم¹:-

- القيمة التاريخية: فقد بُني السوق منذ أكثر من 200 عام، وتأثر بالعديد من الثقافات كالألمانية والفرنسية والإيطالية.
- القيمة الاقتصادية: يلعب السوق الفرنسي دوراً هاماً ورائداً في الاقتصاد المحلي وتوفير عائدات متزايدة باستمرار لحكومة المدينة.
- القيمة التجارية: تُباع بالسوق العديد من أنواع السلع كاللحوم والأسماك والخضروات والفاكهة... وغيرها، بالإضافة لوجود العديد من المطاعم المميزة بالسوق والتي تشتهر بتقديمها لوجباتها مع الموسيقى، وهذا المزج أضفى طابعاً مميزاً للسوق فيما يعرف بـ "Gumbo Style".

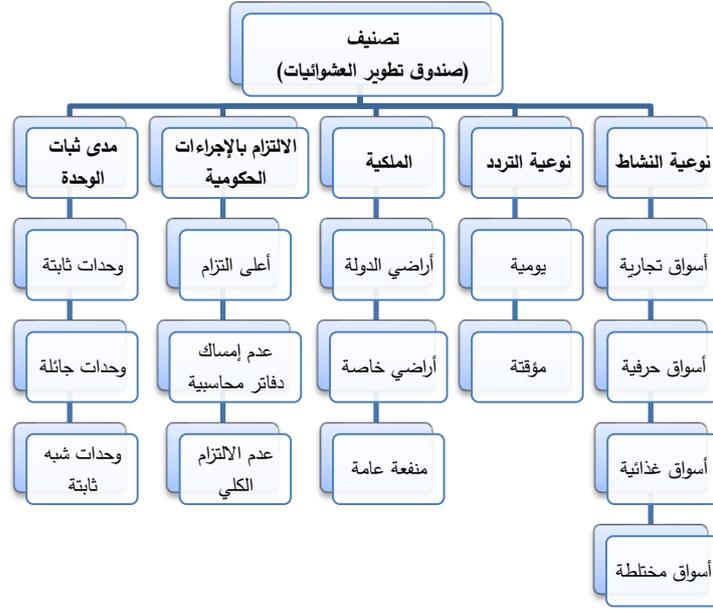
يقع السوق بمدينة نيو أورلينز بولاية لوزيانا بالولايات المتحدة الأمريكية، يحده من الشمال شارع North Peters st. ومن الجنوب Ursuline st. ومن الشرق Barracks st. ومن الغرب French market pl. ويحاط السوق من جميع الجهات بالمباني السكنية والتجارية عدا الجهة الجنوبية حيث يوجد خط سكة حديدية مطلة على نهر المسيسيبي.

لأكثر من 200 عام، كان السوق الفرنسي رمزاً دائماً للفخر والتقدم لشعب نيو أورلينز، وعلى الرغم من وجود السوق في نفس الموقع منذ عام 1791، إلا أن كل عقد جديد وولاية حاكمة أحدثت تغييرات جذرية في السوق. مع التقدم التكنولوجي في أواخر عام 1870، تم بناء هيكل يعرف باسم سوق البازار فكانت المهمة الأساسية التي تواجه الحكومات هي إعادة تأهيل السوق وتحديثه، وفي عام 1971 أصبح الترفية والسياحة هما الجانب الأساسية لحياة السوق وشهد السوق تطوراً كبيراً مثل إضافة الأعمدة والتماثيل التاريخية².

¹-www.frenchmarket.org/history.

²- John Magill, "French Market Celebrates 200th Anniversary", PIP article, the magazine of the preservation center, 1991.

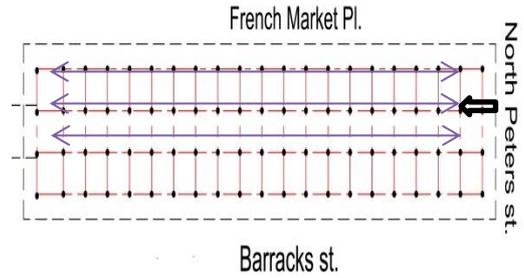
³-<http://aviewoncities.com>



شكل (9) تصنيف الأسواق العشوائية
(المصدر: صندوق تطوير المناطق العشوائية)



شكل (11) سوق French Market



شكل (10) المسقط الأفقي لسوق French Market

(المصدر: <http://billespartners.com>)

- القيمة التاريخية: فقد بُني السوق منذ أكثر من 550 عاماً بالإضافة لموقعه التاريخي أيضاً، ويعد هذا السوق انعكاساً حميمياً لتاريخ إسطنبول والشعب التركي وتحولهم من الإمبراطورية العثمانية إلى الجمهورية التركية، ويشبه السوق لحد كبير المتحف.

- القيمة الاقتصادية: يمثل السوق قيمة اقتصادية كبيرة جداً فهو من أكبر وأعرق أسواق مدينة إسطنبول، فهو عبارة عن مجمع مزدهر يعمل به حوالي 26 ألف شخص ويضرب ما بين 250 ألف إلى 400 ألف زائر يومياً²، بالإضافة لما يحققه من

وضع حجر الأساس للسوق بواسطة الملك إيمانويل الثاني في مارس عام 1865، بحضور العديد من السلطات وفي عام 1869 قامت الشركة المنفذة بالإفلاس، الأمر الذي أجبر مجلس المدينة على تولي بقية العمل، ولحق بالسوق أضرار جسيمة بسبب التفجيرات التي وقعت في أغسطس عام 1943 ودمرت الغطاء الزجاجي والجزء العلوي من الغطاء المعدني، وتم الانتهاء من ترميم السوق عام 1955 باستخدام الزجاج الملون المصبوب والحجارة بدلاً من الجبس الملون¹.

ج- سوق (Kapali Çarsi Grand Bazaar) - إسطنبول -

تركيا:

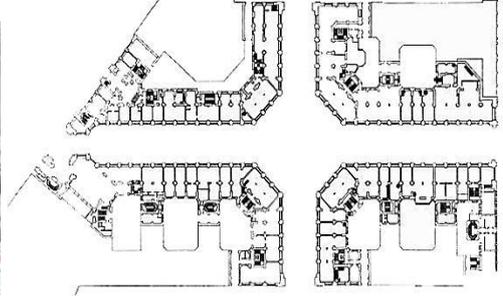
يعكس سوق Kapali Çarsi عدة قيم كانت سبباً جوهرياً في اختياره:

²- Celik, "Story of the Grand Bazaar", Istanbul, 1980.

¹- Progetto, "La Galleria Vittorio Emanuele di Milano", Ornella Selvafolta, DS Comunicazione, 2016.

اتسع السوق التركي يوماً بعد يوم وتمت فيه الترميمات والإصلاحات بعد الزلازل والحرائق التي حدثت من زمن إلى زمن حتى وصل إلى يومنا هذا، حيث مر بالسوق 12 زلزال و9 حرائق وبالنسبة للترميمات فأولها كان في عام 1984 بعد الزلزال الذي حدث ذلك العام، والثاني في عام 1994 بعد حدوث حريق كبير.

عائدات اقتصادية كبيرة كما أن وجود الكثير من التحف والبضائع الأثرية يضفي قيمة اقتصادية كبيرة للسوق أيضاً. يوجد السوق بمدينة إسطنبول بحي الفاتح ويمتد من جامع بيازيد غرباً إلى جامع نورعثمانياً شرقاً وله 18 مدخل.



شكل (13) سوق Galleria Vittorio Emanuele

شكل (12) المسقط الأفقي لسوق Galleria Vittorio Emanuele

(المصدر: <http://greatbuildings.com>)



شكل (15) سوق Kapali Çarsi Grand Bazaar

شكل (14) المسقط الأفقي لسوق Kapali Çarsi Grand Bazaar

(المصدر: <http://greatbuildings.com>)

الحجارة، وقد قامت البلدية بإنشاء مظلات لعدد من المحال والبسطات التي تحوي أنشطة مختلفة¹. اعتمدت فكرة تطوير السوق على إعادة تصميم مبنى السوق، وضم أرض الحديقة إلى مساحة السوق، وكذلك معالجة حركة المشاة والمركبات وتوفير مواقف للسيارات على جانبي السوق، وتم اقتراح نزع ملكية السوقين اللذين يقعان على جانبي السوق، وإعادة تصميمهما ضمن منظومة تطوير السوق، كما شملت الفكرة تخصيص مساحات يتم تغطيتها بمظلات لتقادي حرارة الصيف، ويلاحظ في التصميم المقترح الحفاظ على الطابع التراثي المحلي لمنطقة عسير، بما يعكس الهوية العمرانية المحلية للمنطقة، ويلاحظ أيضاً انسيابية الحركة للزوار ومرونة خط سير السيارات ونسبة المسطحات الخضراء المحيطة بالسوق.

د- سوق (محايل عسير) - محايل - السعودية:

يعد سوق محايل عسير من أهم الأسواق الشعبية في منطقة عسير، فهو يذخر بموروث شعبي هائل ومتنوع أكسبه شهرة واسعة وإقبالاً كبيراً؛ فبعد أن كان يقام يوم السبت من كل أسبوع أصبح يعج بالحركة التجارية النشطة طوال أيام الأسبوع، ويضم معروضات متنوعة منها (الصناعات اليدوية، الأواني الفخارية، الخضروات والفاكهة، الأغنام، المأكولات الشعبية، الذرة والحبوب،...) والتي يقبل عليها المتسوقون والسياح من كل أنحاء المملكة. من خلال المسح الميداني الذي أجرته الهيئة العامة للسياحة والآثار لمواقع التراث العمراني، لاحظت أن السوق بوضعه الحالي يعاني من عدد من القضايا التي قد تؤثر فيه وتقوده أهميته التي اكتسبها طيلة العقود الماضية؛ فهو بحاجة إلى التوسعة وإيجاد مواقف كافية وخدمات مساندة لمواكبة الإزدحام والإقبال الذي يشهده السوق، ولقد تغيرت صورة السوق كثيراً عما كانت عليه سابقاً، إذ كان يقتصر على عدد من البسطات المنتشرة والمصنوعة من سعف النخيل وبعض

¹ "برنامج تطوير وإعادة تأهيل الأسواق الشعبية في المملكة العربية السعودية"، الهيئة العامة للسياحة والآثار، الرياض، 2016.



شكل (16) سوق محاليل عسير قبل وبعد التطوير.

(المصدر: " برنامج تطوير وإعادة تأهيل الأسواق الشعبية في المملكة العربية السعودية "، مرجع سابق)

6- اختيار سوق عشوائي موقعه أسفل كوبري، حيث أنه هناك علاقة قوية بين تواجد الأسواق العشوائية والباعة الجائلين وبين الكباري، وذلك على مستوى محافظات الجمهورية مثل سوق كوبري التونسي وسوق كوبري السيدة عائشة بالقاهرة.

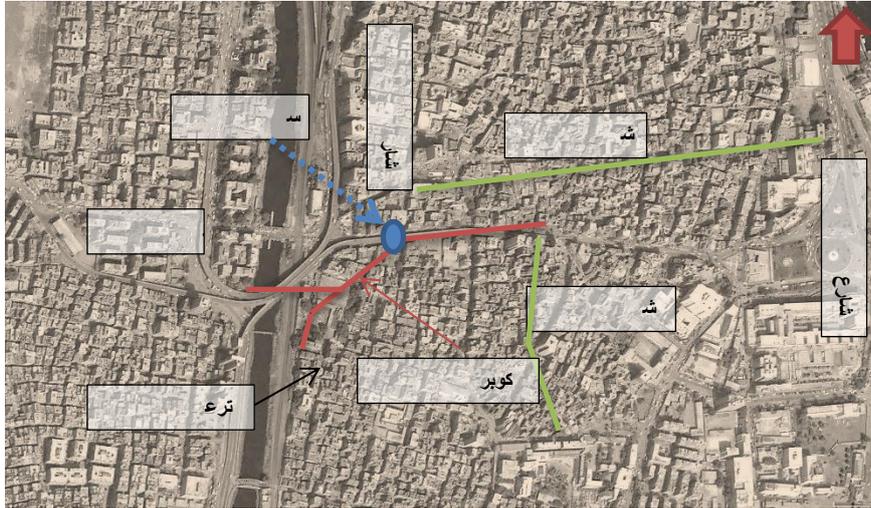
4-1- الدراسة التخطيطية:

يعتبر سوق منطقة الحبشي بوسط مدينة المنيا، من أشهر وأقدم الأسواق المفتوحة حيث يرجع عمره لأكثر من 60 عاماً، ويلجأ إليه أصحاب الطبقة الفقيرة والمتوسطة من سكان مدينة المنيا والقرى المجاورة، وأطلق عليه البعض "سوق الغلابة". يقع سوق الحبشي بداية من القنطرة في الجهة الغربية ويمتد لنحو 2 كيلومتر، وينتهي بالقرب من نهاية كوبري محمد بدوي من الجهة الشرقية المطلة على شارع كورنيش النيل.

4- دراسة الحالة: دراسة ميدانية لسوق الحبشي بمدينة المنيا:

تم تحديد بعض المعايير الرئيسية والتي تم على أساسها اختيار سوق جنوب شارع سعد زغلول والمدمج مع سوق القنطرة (سوق الحبشي) للدراسة التطبيقية وهي كالتالي:

- 1- توافر عناصر الدراسة البحثية في المنطقة محل الدراسة، وهي السوق العشوائي والفراغات العمرانية أسفل كوبري محمد بدوي.
- 2- كبر حجم سوق الحبشي وتشعب وحداته أسفل كوبري محمد بدوي وبالفراغات العمرانية المحيطة.
- 3- وجود نشاط دائم أو دوري في منطقة السوق، حيث تحول من سوق إسبوعي إلى سوق يومي.
- 4- تنوع تواجد الأنشطة بالمنطقة ما بين رسمي وعشوائي وغذائي وتجاري.
- 5- اعتماد سكان المنطقة بشكل كبير على النشاط الحادث في السوق، أو أن يكون مؤثراً في حياتهم المعيشية.



شكل (17) الموقع العام لكوبري محمد بدوي وسوق الحبشي محل الدراسة.

(المصدر: www.Google map.com)

يسمى بمحاوٍ انتشار السوق، مثل شارع الحسيني القبلي وكنيسة العذراء جنوباً، وشارع محمود عبد الرزاق ومسجد الحبشي شمالاً.

يعتمد سوق الحبشي على النشاط الغذائي، حيث يحتوي على نسبة حوالي 85% من الخضروات والفاكهة، ونسبة 10% من منتجات الألبان و5% من مواد العطارة، وبالرغم من عدم تصميم السوق مسبقاً من قبل مختصين، إلا أن انتشار الباعة الجائلين واختيار

لوحظ من خلال الزيارات الميدانية التشعب والانتشار الواضح لمنطقة السوق، حيث يزداد عدد الباعة بشكل كبير في يوم الأثنين من كل أسبوع، ويتراصون متلاصقين شاغلين معظم مسطحات الفراغات المتاحة تحت وحول الكوبري؛ مما يؤدي إلى تعطيل حركة المرور الآلي، ومع زيادة عدد الباعة الوافدين كل أسبوع لا يجدوا أماكن غير التراص في الشوارع المؤدية إلى المناطق المجاورة، وهو ما

من اتخذ مكاناً دائماً في السوق، ومن خلال رصد الكثافات البشرية لوحظ وجود ازدحام في ثلاث مناطق رئيسية أسفل كوبري محمد بدوي (بداية شارع محمود عبد الرازق/ جنوب شارع سعد زغلول/ القنطرة)، خاصةً يومي الأثنين والثلاثاء.

الباعة الدائمين لأماكن بيعهم حسب نشاط كلٍ منهم، جاء بشكل منظم، إذا ما قورن بتوزيع الاستعمالات في نظريات أسس تصميم الأسواق التجارية المفتوحة.

تتعدد أشكال تواجد البائعين في السوق، فمنهم من يأتي بشكل دوري يوم الأثنين فقط، ومنهم من يأتي يومي الأثنين والثلاثاء، ومنهم



شكل (18) محاور الانتشار لامتداد السوق في أوقات الازدحام.

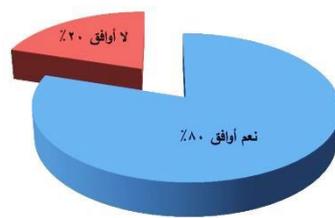
لسوق الحبشي، والفوائد التي تعود عليهم وعلى المجتمع من وجود السوق.

تحليل الأسئلة ذات النهايات المغلقة والمفتوحة:

أولاً: تحليل إجابات سكان المنطقة:

- تم تحليل إجابات أفراد العينة لسكان المنطقة على السؤال التالي: "هل تعاني المنطقة من أي مشكلات؟"، كسؤال ذو نهاية مغلقة فكانت أغلب النتيجة بعد تنظيم الإجابات وتصنيفها كما بالشكل (19).

- تحليل إجابات السؤال: "هل توافق على نقل السوق؟"، فكانت أغلب الإجابات من عينة سكان المنطقة نعم وذلك بسبب المشكلات العديدة للسوق ومن أهمها الضوضاء والمشاجرات والازدحام الشديد؛ شكل (19).

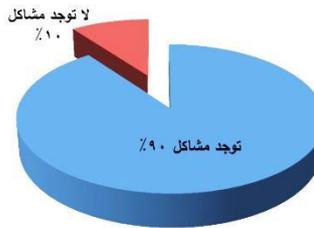


شكل (19) النسب الإحصائية للمشكلات ونقل السوق من وجهة نظر السكان.

- تحليل إجابات عينة الباعة على سؤال آخر وهو: "هل توافق على نقل السوق؟" فكانت أغلب الإجابات بعد تنظيمها أنهم لا يريدون الانتقال من السوق لأسباب منها وجود حركة تجارية في موقع السوق الحالي؛ شكل (20).

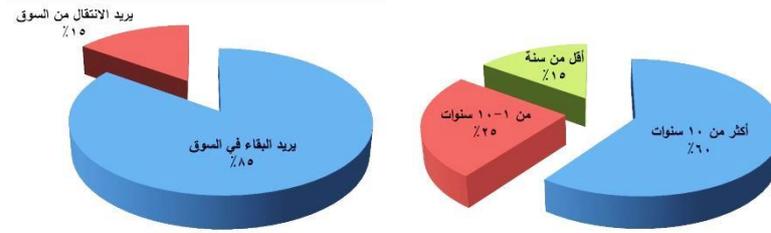
4-2- الدراسة الاستطلاعية:

تم توزيع الاستبيانات على عينة قدرها 60 شخص اشتملت على كافة أنماط الباعة والمشتريين وسكان المنطقة وبعض المسؤولين بالحى، ويتكون هيكل الاستبيان من ثلاثة أجزاء ويعتبر الجزء الأول خلفية عامة عن أفراد العينة، ويساعد هذا الجزء في تجميع معلومات ديموغرافية عن العينة، بينما الجزء الثاني فهو عبارة عن أسئلة ذات نهايات مغلقة فهي مباشرة وذلك للتوجيه وتقادي الغموض لفهم أنماط البائعين ومعرفة احتياجاتهم، وقد تم تحليل البيانات والمعلومات التي تم الحصول عليها من أفراد العينة، أما الجزء الثالث والأخير هو عبارة عن أسئلة ذات نهايات مفتوحة وصممت هذه الأسئلة بحيث تكون عامة بهدف ترك الأفراد يعبروا عن مشكلاتهم والسبب وراء حضورهم



ثانياً: تحليل إجابات الباعة:

- تم تحليل إجابات أفراد العينة للباعة على السؤال: "متى أتيت للعمل كبائع في هذا السوق؟" كسؤال ذو نهاية مغلقة، فكانت النتيجة بعد تنظيم الإجابات وحصرها أن الفئة الغالبة في السوق تعمل به منذ أكثر من 10 سنوات؛ مما يعني ارتباط الباعة بمكان السوق؛ شكل (20).

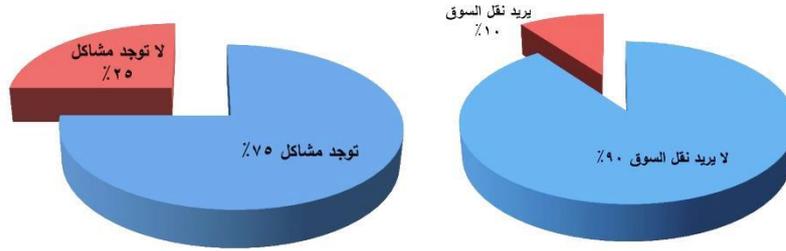


شكل (20) النسب الإحصائية لمدة وجود الباعة في السوق وآرائهم في نقل السوق.

- تحليل إجابات سؤال: "هل تعاني المنطقة من أي مشكلات؟" كانت أغلب الإجابات بنعم، ومن هذه المشكلات من وجهة نظر المتسوقين غياب الرقابة عن السوق؛ مما يجعل بعض الباعة يرفع الأسعار وأيضاً سوء الأخلاق وتدني السلوك لدى بعض الباعة؛ شكل (21).

ثالثاً: تحليل إجابات المتسوقين:

- تحليل إجابات سؤال: "ما رأيك في مكان السوق في وضعه الحالي؟" كانت أغلب الإجابات تريد بقاء السوق في وضعه الحالي، وذلك لأسباب منها وقوع السوق في وسط المدينة بالقرب من مواقف المراكز ومحطات المواصلات العامة؛ شكل (21).



شكل (21) النسب الإحصائية لنقل السوق والمشكلات من وجهة نظر المتسوقين.

إلى المكان الجديد ثم يعودوا بعد فترة قصيرة إلى مكانهم القديم، فهناك علاقة قوية بين الباعة والمكان منذ عشرات السنين.

يمكن تمويل مشروع تطوير السوق من خلال صندوق تطوير المناطق العشوائية التابع لمحافظة المنيا، وتأجير الوحدات للباعة بأجر يتناسب مع امكانياتهم، وذلك نظير إمداد الوحدات بالكهرباء والمياه. ويجب تكليف لجنة من قبل المحافظة بالإشراف على السوق لمتابعة وضبط المخالفين وتوقيع العقوبات القانونية، وأيضاً عقد ندوات تثقيفية لتوجيه الباعة وزيادة الوعي لديهم وكيفية التعامل مع المشترين والسكان بسلوك متحضر.

تعتمد فكرة تطوير السوق المفتوح الرئيسي (سوق الحبشي) المقترحة على تطبيق القواعد الأساسية لتخطيط السوق، من فصل حركة المشاة عن السيارات وتوفير أماكن لانتظار السيارات، وتوفير مداخل واضحة ومجموعة من الخدمات مثل (نقطة شرطة/ مطافئ/ استراحة/ دورات مياه/ مساحة للأطفال)، مع توفير أماكن خاصة للمخازن وتوفير مسارات واضحة ووضع المحلات بشكل يوفر التهوية والإضاءة الطبيعية الجيدة.

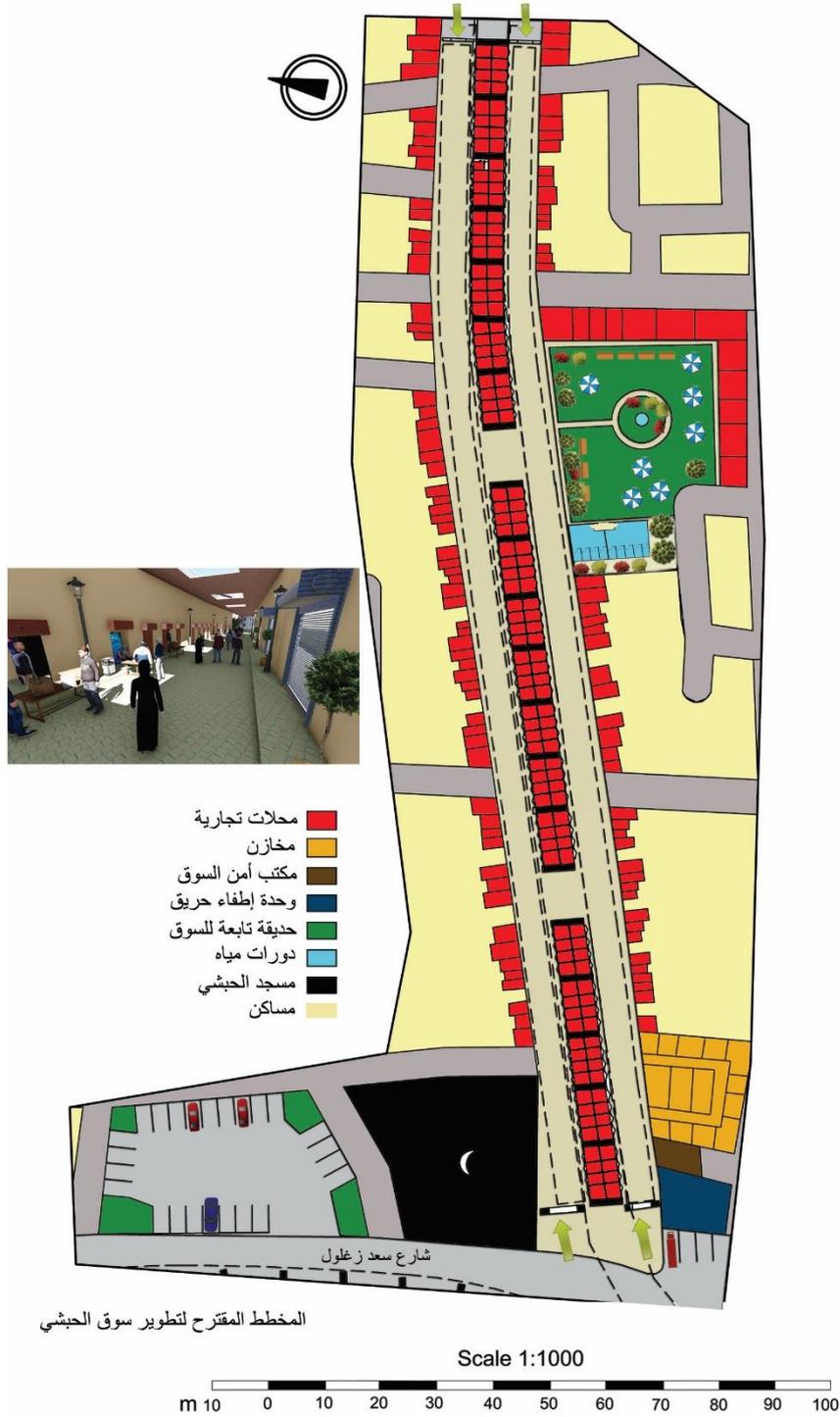
4-3- مشكلات سوق الحبشي:

الأسواق المفتوحة لها مميزات ولا يمكن الاستغناء عنها ولكن تحتاج إلى تنظيم ووضع أسس معينة لها، فهناك العديد من المشكلات يتسبب بها السوق العشوائي منها:

1. التلوث البيئي.
2. التلوث السمعي.
3. عرقلة حركة المشاة والاختناق المروري.
4. غياب الخصوصية وغلط المداخل.
5. الانتشار والتشعب.
6. مكاناً خصباً لاندلاع الحرائق.

5- مقترح تطوير سوق الحبشي:

توصي الدراسة البحثية لسوق الحبشي بمدينة المنيا بعد عمل الدراسة الميدانية واستطلاع الآراء، بعدم نقل السوق إلى مكان آخر لأن هذا لا يعتبر حلاً للمشكلة، بسبب فشل هذه التجربة مع العديد من الأسواق العشوائية بمحافظات الجمهورية، حيث يقوم الباعة بالانتقال



شكل (22) مقترح تطوير سوق الحبشي.

2- الهدف من عملية التصميم العمراني للفراغات يتضمن تحقيق متطلبات وظيفية لأنشطة الأفراد؛ كما يمتد إلى توجيه السلوك بما يتلائم مع تلك الوظائف.

3- احتياجات الإنسان الأساسية من المؤثرات الأساسية على السلوك الإنساني، كما أنها تشكل أساس سلوكياته في البيئة المحيطة به وهي الفراغات العمرانية.

6- النتائج العامة:

من خلال ما تم عرضه وتحليله بالورقة البحثية يمكن استخلاص أهم النتائج على النحو التالي:-

أ- نتائج مستخلصة من الدراسة النظرية:-

1- أكدت الدراسة على أهمية تصميم الفراغات العمرانية الخارجية، حيث أنها تقترن اقتراناً مباشراً بالإنسان واحتياجاته؛ لأنه هو المستخدم الأول لهذه الفراغات.

- 2- هناك ارتباط وثيق ودائم بين السوق العشوائي ومناطق الإسكان العشوائي ذات الدخول المنخفضة والمتوسطة.
- 3- انتشار وتشعب الباعة في الشوارع المحيطة بالسوق، مما يعني زيادة نطاق تخديم السوق على المدى البعيد.
- 4- وجود مشاركة مجتمعية بين الباعة والسكان بالمنطقة، مما يعني أن هناك نسبة من السكان لا تتضرر من وجود السوق.

7- التوصيات:

من خلال ما تم عرضه من تحليل وخلصات توصل البحث إلى مجموعة من التوصيات من خلال أربعة محاور وذلك على النحو التالي:-

- أ- القوانين والتشريعات. ج- التخطيط.
- ب- التوعية وتعلم ثقافة البيع. د- خطط الدولة ودور الجمعيات غير الحكومية.

أ- القوانين والتشريعات:

تتمثل أهم التوصيات في تفعيل القانون لتنظيم العمل بالأسواق ومواجهة ظاهرة الباعة الجائلين والأسواق العشوائية في إتخاذ من خلال ما يلي:-

- 1- إعطاء الباعة وضعا قانونياً بضمان التراخيص لهم وتحقيق الحماية الاجتماعية، وتوفير التأمين الاجتماعي والصحي لهم.
- 2- صدور قانون لتنظيم العمل داخل الأسواق لوضع قواعد البيع للأماكن المصرح لها بالبيع والشراء وفرض الغرامات على الباعة المخالفين لبنود القانون.
- 3- تكثيف ومداومة الحملات التفتيشية على مواقع الأسواق العشوائية من قوات (المرافق/ التموين/ المرور/ النقل والمواصلات) بالتنسيق مع المحافظات والأحياء ووزارة النقل، وإزالة الإشغالات وإرجاع الأمور إلى أصلها.
- 4- الاستعانة بالتقنيات الحديثة ككاميرات المراقبة لمعاونة رجال الأمن للحفاظ على الحالة الأمنية والنظام.
- 5- إنشاء مواقع بديلة لتسكين الباعة الجائلين في أماكن محددة يعرضون فيها بضائعهم، وذلك في حالة عدم سماح منطقة السوق بإنشاء باكيات أو أكشاك رسمية، ويخضعون في ذلك لرقابة وإشراف الأجهزة المختصة.

ب- التوعية وتعلم ثقافة البيع:

- 1- ضرورة تبني خطة إعلامية أمنية لتعريف المواطنين بحق المواطن في تواجد أسواق آمنة، وتحت إشراف الدولة والفرق بينها وبين الأسواق العشوائية وضررها على المواطن.
- 2- التعريف بدور الشرطة وأجهزتها المختلفة والتي تعمل في مجال مواجهة ظاهرة الباعة الجائلين والأسواق العشوائية، وأهمية دورها في تحقيق الأمن وانضباط الشارع المصري عن طريق ضبط المخالفين وتيسير الحركة المرورية، وحماية أرواح المواطنين والحفاظ على الصحة العامة لهم.

- 4- الدراسة تؤكد وجود علاقة مزدوجة بين مجال علم النفس البيئي ومجال التصميم العمراني، فبينما تركز الأبحاث الخاصة بعلم النفس البيئي على قياس إدراك وسلوك ومتطلبات الأفراد في علاقتهم بخصائص البيئة المبنية، فإن المصمم العمراني يحتاج إلى نتائج هذه الأبحاث والدراسات¹.

ب- نتائج مستخلصة من الدراسات التطبيقية:-

- 1- الأسواق في دول العالم المتقدم تساهم بشكل كبير في اقتصاد الدولة، ليس فقط لوجود حركة تجارية بها ولكن لكونها أيضاً ذات قيمة سياحية وتاريخية كبيرة.
- 2- تتيح الأسواق في تلك الدول للزوار أو المشترين تجربة فريدة وممتعة، من خلال توفير أنشطة ترفيهية وفرغات مفتوحة كالحدائق العامة التابعة للسوق، وأيضاً الاستمتاع بالجمال المعماري لمبنى السوق.
- 3- تتوفر في الأسواق جميع الخدمات اللازمة للبائعين والمشتريين كدورات المياه ومكاتب الأمن والإدارة ومواقف انتظار السيارات.
- 4- الفصل التام بين حركة المشاة وحركة الآليات وجعل الباعة جزء من سياسات أوسع تستهدف تحسين مستويات معيشتهم.

ج- نتائج مستخلصة من الدراسة التطبيقية المحلية:-

- 1- يوجد نماذج عريقة للأسواق في مصر ذات قيمة سياحية واقتصادية كبيرة ولكن أصبح بعضها يعاني من الإهمال وغياب أعمال الترميم والتطوير.
- 2- زيادة انتشار المسطحات التجارية أسفل المباني في الشوارع الرئيسية والفرعية أيضاً، بصورة عشوائية تؤدي إلى استغلال أرصفة المشاة وتعطيل حركة المرور.
- 3- انتشار وزيادة أعداد الباعة بشكل كبير وسريع في الأسواق العشوائية، بسبب سهولة الدخول في هذه التجارة، ولأسباب كثيرة منها البطالة والفقر.
- 4- تعاني الدولة إلى وقتنا هذا من مشكلة الأسواق العشوائية في جميع المحافظات ولا يوجد حل واضح لها مستقبلاً، ونلاحظ فشل تجربة نقل السوق إلى مكان آخر في أكثر من مرة بسبب الارتباط القوي بين الباعة والمكان.

د- نتائج مستخلصة من الدراسة الميدانية:-

- 1- الفراغات العمرانية أسفل الكباري في مصر تعتبر مكوناً هاماً من مكونات البيئة العمرانية (على المستوى البصري والحركي وكذلك الفراغي)، وتختلف الأنشطة الحادثة في الفراغ أسفل الكباري وتتنوع طبقاً لتنوع ممارسي النشاط من حيث مستوى التعليم أو الدخل ولكن يتطلب ذلك دراسة محاور الحركة وطرق المشاة المتاحة وعلاقة هذه الأماكن بما حولها من مباني سكنية وعمامة.

¹- Lang, J "Fundamental Processes of Environmental Behavior "- In John Lang,et al.(Eds), Designing for human behavior: Architecture and the behavioral sciences Stoudsbury: Dowden, Hutchinson & Ross,Inc- 1974 .

References: –

- 1- “Program for the Development and Rehabilitation of Popular Markets in the Kingdom of Saudi Arabia”, General Authority for Tourism and Antiquities, Riyadh, 2016.
- 2- Hassan Fathy, “The Architecture of the Poor, An Experience in the Countryside of Egypt”, translated by Mustafa Ibrahim, The Publications of Today’s Book, Issue 6, 1991, p.81.
- 3- Hassan Fathy “The Architecture of the Poor”, Egyptian Book Authority, 2001.
- 4- “The Public Market Planning Guide”, Ministry of Municipal and Rural Affairs, Riyadh, 2005.
- 5- Rasha Abdel-Rahman Mohamed, “The Impact of Design Considerations and Standards for Urban Spaces on Human Needs,” Master Thesis, Faculty of Engineering, Cairo University, 2010.
- 6- Suheir Essam Ibrahim, “Strategies for Sustaining Traditional Commercial Streets: A Case Study of Khan Al-Trajan in Nablus,” Master Thesis, College of Graduate Studies, An-Najah National University, Palestine, 2008.
- 7- Sayed Al-Touni, “Urban Design in Concept and Importance”, Journal of the Department of Architecture, Book Five, Cairo, 1990.
- 8- The Informal Settlements Development Fund, <http://www.isdf.gov.eg>.
- 9- Abd al-Fattah Ibrahim, “The Meeting”, Dar Al-Tali’a, Beirut, 1971, p. 130.
- 10- Alia Al Mahdi and Amira Mashhour, “The Informal Sector in the Maarouf Region,” The National Center for Research and Social and Criminal Studies, Cairo, 1994.
- 11- Zainab Faisal, “The Reality of Traditional Markets in the Contemporary City”, The Fifth International Conference at the Faculty of Engineering, Cairo University, 2009.
- 12- Celik, "Story of the Grand Bazaar", Istanbul, 1980.

3- إنشاء مشروع لتعليم مهارات البيع وكيفية عرض المواد وعمل مبادرات لتدريب الباعة وإعطائهم دروس في أسس التعامل مع الزبائن.
4- تفعيل دور مؤسسات المجتمع المدني والإعلام في التوعية بخطورة هذه الظاهرة، ووضع السبل والبرامج المناسبة لمنعها، فلا بد من تبني حملة إعلامية لإبراز مساوئ انتشار الأسواق العشوائية على المواطنين، بهدف تكوين رأي عام مؤيد لجهود أجهزة الدولة في مواجهة هذه الظاهرة.

5- إعادة النظر نحو تخصيص أماكن لأسواق حضارية بديلة أو إنشاء باكيات أو أكشاك صغيرة بجوار بعضها البعض ذات شكل جمالي.

ج- التخطيط:

1- وضع كود لمخططات الأسواق وعدم التصريح بتجديد تراخيص العمل بالأسواق إلا من خلال تطبيق هذا الكود، والذي لا بد أن يشمل شروط للدفاع المدني وتوفير الأمان والمساحات المناسبة في جميع العناصر الهامة للسوق.

2- الاهتمام بتطبيق الأسس والمعايير التصميمية للأسواق المفتوحة ومنها توفير سهولة الحركة والانتقال داخل السوق، والالتزام باشتراطات الدفاع المدني لتحقيق الملائمة والوقاية من الحريق.

د- دور الدولة والجمعيات غير الحكومية:

تتطلب مواجهة ظاهرة الباعة الجائلين والأسواق العشوائية ضرورة تكاتف كافة جهود الأجهزة الحكومية والجمعيات غير الحكومية، وعلى الدولة أن تعمل جاهدة على مساعدة هؤلاء الباعة الذين يسعون بالفعل من أجل الحصول على مورد رزق، من خلال ما يلي:-

1- تكثيف الرقابة على الأسواق العشوائية من قبل أجهزة الدولة المختصة وبصفة خاصة وزارات (التموين والتجارة الداخلية/ الصحة والسكان/ الصناعة/ إلى غير ذلك من الوزارات المختصة)، بالإضافة إلى ممثلي الأحياء بالمحافظات المختلفة.

2- سرعة الانتهاء من إنشاء رابطة أو نقابة للبااعة للعمل على مساعدتهم والإهتمام بمطالبهم.

3- إجراء الدراسات والبحوث اللازمة بالتنسيق مع الجهات البحثية والعلمية بالدولة ومنها المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية لدراسة ظاهرة الباعة الجائلين والأسواق العشوائية والعمل على الإطلاع على تجارب الدول المتشابهة معنا اقتصادياً واجتماعياً.

4- تسهيل إجراءات استخراج تراخيص مزاولة النشاط خصوصاً لأصحاب الأنشطة الجائلة، مما يسمح للبااعة الجائلين بممارسة نشاطهم بأسلوب رسمي مستقر، ولا يكونوا في حالة خوف مستمر من مطاردة الأجهزة الرسمية لهم.

5- تفعيل آلية المشاركة بين المنظمات غير الحكومية ومنشآت القطاع غير الرسمي.

6- سرعة الانتهاء من إجراء حصر للبااعة من قبل المحافظات للبدء في إتخاذ الخطوات اللازمة للتعامل مع هذه الظاهرة وتنظيم عملهم وتقنينه بعمل أسواق مخططة لهم.

- 13- Curran, R.J., "Architecture and The Urban Experience". Van Nostrand Reinhold Company, London. 1983. P(24).
- 14- Forti, "Research & Human Needs", Augusts and Bisogono, Paoloed, 1981,P (11).
- 15- Gosling, D.a.M.B., "Concepts of Urban Design". 1984: St, Martin;s press, New York.
- 16- John Magill, "French Market Celebrates 200th Anniversary", PIP article, the magazine of the preservation center, 1991.
- 17- Kevin Lynch," THE IMAGE OF THE CITY",the MIT press, Cambridge, London, 1960.
- 18- Lang, J "Fundamental Processes of Environmental Behavior "- In John Lang,et al.(Eds), Designing for human behavior: Architecture and the behavioral sciences Stoudsbury: Dowden, Hutchinson & Ross,Inc- 1974.
- 19- Moore,G.T-"Environment Behavior Studies" .New York.Mac Graw-Hill 1979.
- 20- Progetto, "La Galleria Vittorio Emanuele di Milano", Ornella Selvafolta, DS Comunicazione, 2016.
- 21- Pour,M,"Design of Urban Spaces"John Wiley,USA, 1996,P(120).
- 22- Rapoport,A-"The Meaning Of The Built Environment"- California,Sage Publications- 1982.
- 23- Rob Krier "URBAN SPACE" ,Academy Edition, Great Britain,1975.
- 24- Zucker,p, "Town and Square: from the Agora the village Green", 1973.
- 25- www.frenchmarket.org/history.
- 26- <http://aviewoncities.com>
- 27- <http://greatbuildings.co>

