

دليل المعايير التخطيطية للخدمات التجارية في المدن

الطبعة الأولى

١٤٢٦هـ

© - وزارة الشؤون البلدية والقروية، ١٤٢٦ هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

وزارة الشؤون البلدية والقروية

دليل المعايير التخطيطية للخدمات التجارية في المدن. / وزارة الشؤون البلدية والقروية - الرياض، ١٤٢٦ هـ

٢٠ ص؛ ٢٢,٥ × ٢٢ سم

ردمك: ٨-٨٥-٧١٠-٩٩٦٠

١ - البلديات - السعودية - أدلة أ. العنوان

١٤٢٦/٨٨٦

ديوي ٣٥٢,٠٥٣١

رقم الإيداع: ١٤٢٦/٨٨٦

ردمك: ٨-٨٥-٧١٠-٩٩٦٠

أعد هذا الدليل ضمن مجموعة من الدلائل التخطيطية - الموضح
أسمائها في نهاية الدليل - لمساعدة القائمين على أعمال التخطيط
و التنمية بهدف توفير بيئة عمرانية مناسبة و المساهمة في رفع
مستوى أداء الكوادر الفنية في الأمانات و البلديات.

المحتويات

٦	٦ - أسس تخطيط وتصميم المراكز التجارية	١	تقديم
٦	٦-١ مكونات المركز التجاري للمجاورة السكنية	٢	١ - أنواع الخدمات التجارية
٩	٦-٢ المركز التجاري في مركز الحي السكني	٢	١-١ السلع الغذائية والمواد المنزلية
٦-٣ الأشكال التصميمية للمركز التجاري للحي	٢	٢-١ السلع المعمرة	
١٢	أو المجاورة	٢	٣-١ الخدمات الحرفية
٦-٤ أشكال تخطيط موقع المركز التجاري بالنسبة	٢	٢	٤-١ الخدمات الصناعية البسيطة
١٣	لمواقف سيارات الزبائن	٢	٥-١ المخازن والمستودعات
١٧	٦-٥ مكونات وموقع المركز التجاري الرئيسي للمدينة	٢	٢ - تصنيف الخدمات التجارية
٧- الدراسات الاقتصادية لتخطيط المراكز	٢	٢	١-٢ حسب تردد الاحتياج
التجارية	٢	٢	٢-٢ حسب نمط التداول
١٨	٧-١ المنطقة التجارية	٢	٣-٢ حسب مستوى الخدمة التجارية وموقعها
١٨	٧-٢ القوة الشرائية	٢	٣ - مستويات الخدمات التجارية
١٩	٧-٣ المنافسة التجارية	٢	١-٣ مستوى المجاورة السكنية
١٩	٧-٤ حجم وقيمة المبيعات	٢	٢-٣ مستوى الحي السكني
٢٠	المراجع	٢	٣-٣ مستوى المدينة
		٣	٤-٣ مستوى إقليم المدينة
		٣	٤ - نطاق خدمة المراكز التجارية
		٣	٤-١ اعتبارات أساسية
		٤	٥ - المعايير التخطيطية للخدمات التجارية
		٤	٥-١ اعتبارات أساسية في المعايير التخطيطية للخدمات
		٤	التجارية
		٥	٥-٢ المعايير التخطيطية للخدمات التجارية

تقديم

نظراً لطبيعة التنمية العمرانية وما تتطلبه من منهجية تخطيطية سليمة تأخذ في اعتبارها الأبعاد العلمية والعملية والاستفادة من التجارب المختلفة للمجتمعات الإنسانية ، وانطلاقاً من دور وزارة الشؤون البلدية والقروية في توجيه وضبط التنمية العمرانية وضمان توفر الخدمات والمرافق لتحقيق بيئة عمرانية ملائمة تحقق التفاعل بين الإنسان وبيئته ، وبناء على توجيه صاحب السمو الملكي الأمير / متعب بن عبد العزيز وزير الشؤون البلدية والقروية قامت وكالة الوزارة لتخطيط المدن بإعداد مجموعة من دلائل الأعمال التخطيطية تهدف إلى نشر الوعي المعرفي بأعمال التخطيط وتساعد على تطوير الفكر التخطيطي وتحقيق البناء المؤسسي له.

و دليل المعايير التخطيطية للخدمات التجارية موجه بصفة أساسية إلى العاملين بالأمانات والبلديات وأيضاً لكل المهتمين بالعملية التخطيطية بالمملكة والمعنيين بها ، لمعاونتهم في تخطيط المراكز التجارية في المدن من خلال الشرح التفصيلي المبسط. والهدف من هذا الدليل إيضاح الخصائص والمعايير والأسس التخطيطية للمراكز التجارية ومستوياتها ومكوناتها، في إطار المستويات المختلفة للتجمعات السكنية والأحياء المختلفة في المدن.

ويناقش الدليل معايير الخدمات التجارية من خلال وضع حد أدنى و حد أقصى لتوفير الخدمة، ولقد وضع في الاعتبار أن الحد الأقصى والأدنى هي قياسات نسبية ومتغيرات وليست ثابتة على طول الزمان، فما يمكن قبوله كمقياس يمكن أن تختلف درجة قبوله في ضوء العديد من المؤثرات التي قد تحدث مستقبلاً. فقد يصبح المقياس عرضة للزيادة أو النقصان تبعاً للمتغيرات التي تؤثر في تحديده.

١ - أنواع السلع و الخدمات التجارية

١-١ السلع الغذائية والمواد المنزلية والسلع الاستهلاكية

وتشمل المواد الاستهلاكية المنزلية اللازمة للحياة اليومية للسكان، فالمواد الغذائية: كاللحوم والأسماك والطيور الطازجة أو المجمدة أو المحفوظة، والألبان ومنتجاتها، والخضر والفواكه، والسكر والحلويات، والزيت والدهون، و الحبوب والبقول والدقيق، و المرطبات. أما المواد الاستهلاكية المنزلية: كمواد الوقود والاضاءة، و مواد النظافة الشخصية، و مواد النظافة المنزلية، والأقمشة والملابس.

٢-١ السلع المعمرة:

كالمفروشات والأثاث المنزلي والمكتبي، والآلات والأجهزة...

٣-١ الخدمات الحرفية التجارية:

كالحلاقة، وكي الملابس، والحياسة... إلخ

٤-١ الخدمات الصناعية البسيطة

وهي الأنشطة التي لا ينتج عنها تلوث للبيئة في صورة ضوضاء أو غازات أو أبخرة أو مخلفات صلبة أو سائلة، ولا تستعمل أدوات أو آلات تسبب ضوضاء، ولا تسبب تلوثاً للبيئة، كالمخبز، وكهربائي سيارات، ولحام إطارات وشحن بطاريات، وإصلاح أدوات كهربائية، وأجهزة التكييف والأدوات الصحية المنزلية... إلخ

٥-١ المخازن والمستودعات

وتشمل المخازن والمستودعات اللازمة لتجارة المفرق فقط. أما مستودعات تجارة الجملة فتعتبر جزءاً من منطقة المستودعات العامة بالمدينة، والتي ترتبط أساساً بمنطقة الصناعات الخفيفة.

٢ - تصنيف الخدمات التجارية

١-٢ حسب تردد الاحتياج:

(يومي - أسبوعي - شهري - فترات غير محددة)

٢-٢ حسب نمط التداول

(تجارة جملة - نصف جملة - مفرق/أو التجزئة)

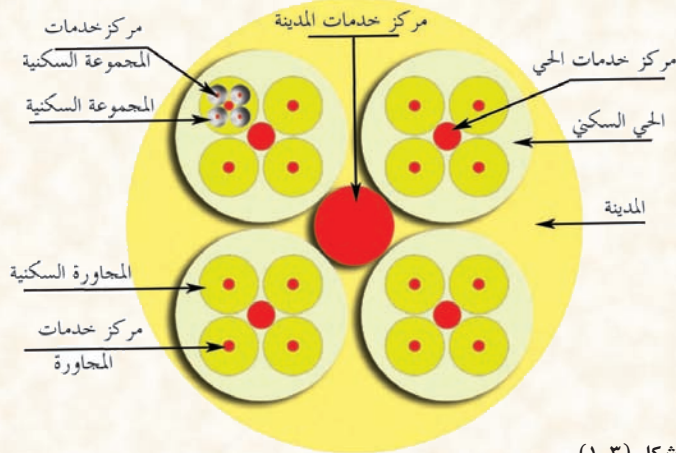
٣-٢ حسب مستوى الخدمة التجارية وموقعها

(المجاورة السكنية - الحي - المدينة - الاقليم)

٣ - مستويات الخدمات التجارية

١-٣ مستوى المجاورة السكنية

تتضمن الخدمات التجارية في المجاورة السكنية توفير الخدمات والاحتياجات الأساسية اليومية لسكان المجاورة، ويعمل المركز التجاري للمجاورة في تجارة المفرق، للسلع الاستهلاكية اليومية، ويوجد به بعض الأنشطة الحرفية. الشكل (١-٣)،



شكل (١-٣)

مستويات الخدمات التجارية للمدينة

٢-٣ مستوى الحي السكني

يتم تأمين مركز تجاري على مستوى الحي الذي تتواجد فيه الأنشطة التجارية بالمجاورة، إضافة للأنشطة التجارية المتعلقة بمحلات بيع المفرق ونصف الجملة والملابس والأحذية والأجهزة و السلع الاستهلاكية والمعمرة، ويضم أنشطة تجارية حرفية وخدمات صناعية بسيطة.

٣-٣ مستوى المدينة

تمثل المنطقة المركزية التجارية للمدينة المركز الاقتصادي لها، إذ تشمل على أنشطة تجارية مختلفة (مالية - اقتصادية - تسويقية) تخدم المدينة

٤ - نطاق خدمة المراكز التجارية

١-٤ اعتبارات أساسية

- إن حركة السكان نحو المراكز التجارية تتوقف على عدة عوامل، منها عامل المنافسة التجارية بين المراكز الكبيرة، وعامل سهولة الوصول حيث تستقطب المراكز التجارية السكان من مسافات بعيدة، متى توفر طريق رئيسي سريع يجعلهم يقطعون المسافة بالسيارة في مدة ٢٠ دقيقة مثلاً. ولهذا نجد نطاق خدمة المركز التجاري يمتد كثيراً في اتجاه دون الآخر، ويؤثر على سهولة الوصول وحركة المرور وكثرة التقاطعات وإشارات المرور وطبيعة المنطقة في تحديد مدة الوصول بالسيارة، وبالتالي طول المسافة المقطوعة بين المسكن والمركز التجاري. ولذلك فإن نطاق خدمة المراكز التجارية لا يكون ثابتاً، وتدخل متغيرات كثيرة في تحديد نطاق الخدمة.

- إذا زاد نطاق خدمة المركز التجاري المخصص للمدينة عن الحد الأقصى المقترح له، فإن ذلك سيؤدي إلى نمو مركز تجاري جديد فرعي في إحدى المناطق السكنية على مستوى المدينة ككل، في إطار المنافسة الاقتصادية التي تؤدي إلى تقليص نصف قطر الخدمة للمراكز التجارية.

- في المدن الكبرى الميجالوبوليس يختلف نطاق خدمة المراكز التجارية عن المدن الصغرى، وذلك حسب ظروفها الخاصة وأحجامها وعدد سكانها ودخلهم الاقتصادي.

- يتفاوت نطاق خدمة المراكز التجارية المختلفة، وذلك حسب مستوياتها، ووسيلة الوصول إليها، حيث يجب أن يتم الوصول إلى بعضها خلال مسافة مشي بينما يتم الوصول إلى بعضها الآخر بالسيارة. فالخدمة التجارية التي تقدم سلع الاحتياج اليومي للسكان في المجاورة السكنية، يجب ألا تزيد مسافة المشي إليها عن ٥٠٠ م، وفي الحي لا تزيد المسافة عن ١٢٠٠ متر حيث الخدمات التجارية، وفيه تقدم السلع التي تزيد عن الاحتياج اليومي للسكان. ويتم الوصول إلى خدمات مركز الحي من خلال رحلة بالسيارة أو بوسائل النقل المختلفة، كما يتفاوت نطاق الخدمة أيضاً حسب طوبوغرافية الموقع إذ تقل المعدلات في المناطق الجبلية.

وفيما يلي الجدول رقم (١-٤) والشكل (١-٤) يوضحان نطاق خدمة ووسيلة الوصول للمراكز التجارية المختلفة حسب مستوياتها التخطيطية:

ككل والمناطق المحيطة بمركز المدينة، وقد تقع هذه الأنشطة التجارية في مباني مستقلة أو تشغل عدة أدوار من المباني السكنية، ويتردد على المنطقة التجارية المركزية أعداد كبيرة من الزوار طيلة ساعات النهار والمساء، سواء من داخل المدينة أو إقليمها، كما يتردد عليها السائحون طيلة شهور السنة. أي أن طبيعة حركة المترددين عليها تختلف عن المناطق الأخرى، حيث إنها حركة مستمرة غير مقتصرة على ساعات العمل الرسمية، وغير مرتبطة بأوقات موسمية. كما أن حركة الزوار بالمنطقة المركزية تحقق انتعاشاً تجارياً واقتصادياً بالمدينة. وفيما يلي بعض هذه الأنشطة:

- **أنشطة تجارية:** وتتمثل بالمحلات التجارية الضخمة التي تلبى الاحتياجات الموسمية. وتحوي المنطقة المركزية على أكبر تجمع تجاري من المحلات التجارية. وبذلك يقدم مركز المدينة أكبر الفرص لاختيار أفضل السلع والبضائع، من خلال تجاوز المحلات التجارية وتنوعها، فالبدائل كثيرة. ويعتبر الاختيار من مقومات تشييط الحركة التجارية، كما أنه يمتاز بوجود أرقى محلات التجزئة، ولا يدخل ضمنه محلات البيع بالجملة أو الصناعات الخفيفة إذ أنه لا يحتوي على مخازن. و دور التسوق في معظم مراكز المدن دور رئيسي، نظراً لتمركز المحلات التجارية. ولذلك يعتبر مركز المدينة منطقة تسوق مركزية مما يستلزم توفير الأمن والراحة للمتسوقين بوجود مناطق للمشاة فقط.

- **أنشطة مالية واقتصادية:** حيث تتجمع بالمنطقة المركزية أكبر البنوك والمؤسسات المالية والبورصة، والمراكز الرئيسية للشركات الاقتصادية الكبرى، وشركات السياحة والجمعيات التعاونية، وشركات التأمين، وكذلك مكاتب الأعمال الحرة والمكاتب المهنية. وغالباً ما يتردد الزوار على مباني هذه الأنشطة طيلة ساعات النهار والمساء حيث إن كثيراً منها يعمل على فترتين صباحية وأخرى مسائية.

٣-٤ مستوى إقليم المدينة

مركز تجاري كبير ويضم سلعاً متنوعة فضلاً عن انفراد المركز بالتخصص في بيع أنواع معينة من السلع التي قد لا تتواجد في المراكز التجارية الأخرى، والتي تتواجد فيه أنشطة تجارة الجملة ونصف الجملة والمفرق، وبيع السلع الاستهلاكية والمعمرة، وبه أنشطة حرفية وخدمية صناعية بسيطة، ويقع المركز التجاري الإقليمي خارج المدن أو على أطرافها.

جدول (١-٤)

نطاق خدمة ووسيلة الوصول للمراكز التجارية في المدينة:

م	نوع المركز التجاري	نطاق الخدمة (نصف قطر)	وسيلة الوصول
١	المركز التجاري للمجاورة السكنية	٥٠٠ م	المشي أو يمكن استخدام السيارة
٢	المركز التجاري للحى السكني	١٢٠٠ م	السيارة أو وسائل النقل العام
٣	المركز التجاري للمدينة	على مستوى نطاق تأثير المدينة: غير محددة تتفاوت من مدينة لأخرى	السيارة أو وسائل النقل العام
٤	المركز التجاري الإقليمي	غير محددة تتفاوت من مركز لآخر	السيارة أو وسائل النقل العام

ألف نسمة) نصيب الفرد فيها ٢م ١ وفي المدن الكبرى (أكبر من ١٠٠ ألف نسمة) نصيب الفرد ٤, ٢م ١ كحد أدنى، وكذلك يزيد نصيب الفرد في المناطق المركزية عن نصيبه في المجاورات السكنية ففي المناطق المركزية يتراوح نصيب الفرد بين المدن الصغرى والكبرى من ٤٥, ٠ - ٤, ٢م ١ وفي المجاورات يتراوح نصيب الفرد بين ٢٥, ٢م ٠ - ٧٥, ٢م ٠.

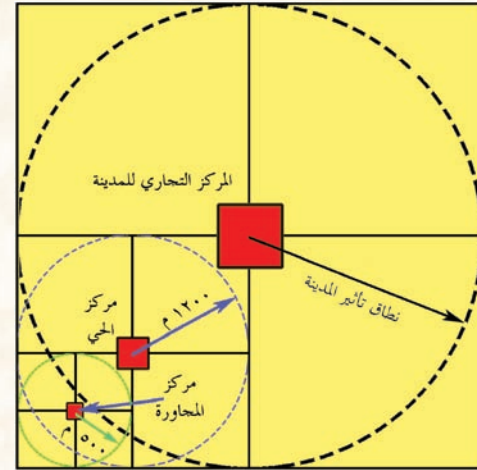
- التوزيع النسبي للخدمات التجارية حسب النشاط الاقتصادي: السلع المعمرة تتواجد عموماً بالمنطقة المركزية للمدن، وكلما كبر حجم المدينة كلما زادت نسبة محلات السلع المعمرة، وكلما صغر حجم المدينة قلت النسبة وزاد عموماً عنها السلع المنزلية الاستهلاكية. حيث تكون نسبة السلع المعمرة (٣٠٪ - ٤٠٪ - ٥٠٪) في مراكز المدن (الصغيرة - والمتوسطة - والكبيرة) على التوالي.

- متوسط مساحة المحل التجاري: يستخدم الحد الأقصى في المناطق المركزية للمدينة الذي يتراوح من (٢٠-٦٠ م)، والحد الأدنى للمجاورات السكنية الذي يتراوح من (٢٠-٣٠ م) والسبب يعود إلى كبر حجم التعامل التجاري بالمناطق المركزية للمدينة، ويمكن توزيع المساحة المقترحة للمحلات بالمناطق المركزية على أكثر من دور.

- وتؤخذ أرقام الحد الأدنى (التي ذكرت أعلاه) كلما صغر حجم المدينة، أو كلما صغر حجم التعامل التجاري، أو كلما انخفضت الكثافات السكانية، وكذلك حسب نوع البضائع المتاجر فيها، وعلى العكس تؤخذ أرقام الحد الأقصى.

- المساحة اللازمة للممرات والمناطق المفتوحة بين المحلات التجارية: تتراوح بين ٢/١ إلى ٣/١ مساحة المحل، وتؤخذ النسبة الأدنى في المناطق المركزية والأعلى في المجاورات السكنية، بسبب ارتفاع أسعار الأراضي داخل المناطق المركزية للمدينة.

- معدل مواقف السيارات: يفضل تخصيص معدل أعلى بالمناطق المركزية للمدينة (٨ مواقف / ٢م ١٠٠ من المساحة الطابقية التجارية) بالمقارنة مع ما يخصص للمجاورات السكنية (٦ مواقف / ٢م ١٠٠ من المساحة الطابقية التجارية) لأن الخدمات التجارية في المجاورة السكنية واقعة في حدود مسافة مشي مناسبة، وبالتالي يقل استخدام السيارة داخل المجاورة السكنية.



الشكل (١-٤)

نطاق خدمة المراكز التجارية

٥ - المعايير التخطيطية للخدمات التجارية :

١-٥ اعتبارات أساسية في المعايير التخطيطية للخدمات

التجارية :

- نصيب الفرد من المساحة التجارية: يزيد نصيب الفرد من المساحة التجارية بالمدينة كلما كبر حجم المدينة ففي المدن الصغيرة (أقل من ٣٠ ألف نسمة) نصيب الفرد ٤٥, ٢م ٠ وفي المدن المتوسطة (٣٠ ألف - ١٠٠ ألف

٢-٥ المعايير التخطيطية للخدمات التجارية

١-٢-٥ الخدمات التجارية في مركز المجاورة السكنية

(عدد سكانها يتراوح من ٢٠٠٠ إلى ٦٠٠٠ نسمة) جدول رقم (١-٥)
- الحد الأدنى لمساحة المركز التجاري للمجاورة (٧٥٠) متر مربع والحد الأقصى (٩٠٠٠) متر مربع

جدول (١-٥)

المعايير التخطيطية للخدمات التجارية للمجاورة السكنية

م	البيان	حد أدنى	حد أعلى
١	نصيب الفرد من المساحة التجارية	٢م ٠,٢٥	٢م ١,٥
٢	متوسط مساحة المحل التجاري	٢م ٣٠	٢م ٥٠
٣	معدل مساحة الممرات والمناطق المفتوحة للمحل الواحد	١/٢	مساحة المحل
٤	مساحة الممرات والمناطق المفتوحة للمحل الواحد	٢م ١٥	٢م ٢٥
٥	مجموع المساحة الإجمالية للمحل مع الممرات والفراغات	٢م ٤٥	٢م ٧٥
٦	عدد مواقف السيارات (تحتسب كنسبة من إجمالي المساحة التجارية)	٦ مواقف / ٢م ١٠٠ من المساحة التجارية المطابقة	
٧	سلع استهلاكية	٨٠٪	
٨	سلع معمرة	-	
٩	خدمات حرفية	١٠٪	
١٠	أنشطة صناعية بسيطة ومستودعات	١٠٪	

التوزيع النسبي للنشاط الاقتصادي

٢-٢-٥ الخدمات التجارية في مركز الحي السكني

(يتراوح عدد سكانه بين ١٠ آلاف و ١٥ ألف نسمة) جدول (٢-٥)
- الحد الأدنى لمساحة المركز التجاري للحي السكني (٤٥٠٠) متر مربع والحد الأقصى (١٥٠٠٠) متر مربع

جدول (٢-٥)

المعدلات التخطيطية للخدمات التجارية في الحي السكني

م	البيان	حد أدنى	حد أعلى
١	نصيب الفرد من المساحة التجارية	٢م ٠,٤٥	٢م ١
٢	متوسط مساحة المحل التجاري	٢م ٣٠	٢م ٥٠
٣	معدل مساحة الممرات والمناطق المفتوحة للمحل الواحد	١/٢ - ١/٢	مساحة المحل
٤	مساحة الممرات والمناطق المفتوحة للمحل الواحد	٢م ١٠	٢م ٢٠
٥	مجموع المساحة الإجمالية للمحل مع الممرات والفراغات	٢م ٤٥	٢م ٧٠
٦	عدد مواقف السيارات (تحتسب كنسبة من إجمالي المساحة التجارية)	٨ مواقف / ٢م ١٠٠ من المساحة التجارية المطابقة للمركز التجاري	
٧	سلع استهلاكية	٤٠٪	
٨	سلع معمرة	٤٠٪	
٩	خدمات حرفية	١٥٪	
١٠	أنشطة صناعية بسيطة ومستودعات	٥٪	

التوزيع النسبي للنشاط الاقتصادي

٣-٢-٥ الخدمات التجارية في مركز المدينة

(في المدن الصغيرة عدد سكانها أقل من ٣٠ ألف نسمة - في المدن المتوسطة يتراوح عدد سكانها من ٣٠ ألف - ١٠٠ ألف نسمة - وفي المدن الكبرى عدد سكانها أكبر من ١٠٠ ألف نسمة) جدول رقم (٣-٥):

جدول (٣-٥)

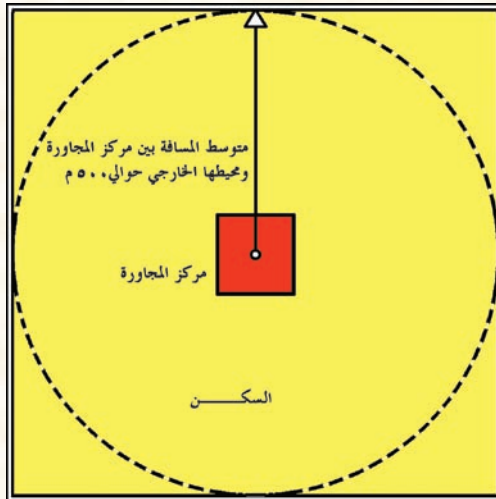
المعايير التخطيطية للخدمات التجارية في مركز المدينة

م	البيان	حد أدنى	حد أعلى
	نصيب الفرد من المساحة التجارية:		
١	في مراكز المدن الصغيرة	٢م ٠,٤٥	٢م ١
	في مراكز المدن المتوسطة	٢م ١	٢م ٢
	في مراكز المدن الكبرى	٢م ١,٤	٢م ٤
٢	عدد مواقف السيارات (تحتسب كنسبة من إجمالي المساحة التجارية)	٨ مواقف / ٢م ١٠٠ من المساحة الطابقية للمركز التجاري	
٣	سلع استهلاكية	٣٠ %	
	سلع معمرة	٥٠ %	
	خدمات حرفية	١٥ %	
	أنشطة صناعية بسيطة ومستودعات	٥ %	
	التوزيع النسبي للنشاط الاقتصادي		
	٤		
٥			
٦			

- الصيدلية، الأدوات المنزلية، الأدوات الكتابية والتصوير، بيع الكتب والمجلات والجرائد.
- حلاق، مخبز، خياط، مكوجي، تصليح أحذية، كهربائي، أدوات صحية منزلية.

١-١-٦ الاعتبارات الأساسية للمركز التجاري للمجاورة

- نطاق التخدم للمركز التجاري ٥٠٠ متر. كما هو موضح بالشكل (١-٦).
- يراعى أن يتصل المركز التجاري بمركز المجاورة بشوارع التخدم لاستلام وتسليم السلع.
- عدم التعارض بين مرور المترددين (مشاة-سيارات) وسيارات الخدمة.
- زراعة النباتات للحماية.
- يراعى تجميع المحلات التجارية المتشابهة في الوظيفة أو المرتبطة ببعضها معاً كلما أمكن مثل محلات السوبر ماركت والخضروات أو الأدوات الكتابية وبيع الكتب أو الحلاق والخياط والمكوي...
- يمكن تجميع المركز التجاري في صورة محلات مجمعة على فراغ أو في صورة شريطية بامتداد الشارع التي تقع عليه.
- يراعى توفير مواقف للسيارات بمعدل ٦ مواقف لكل ١٠٠ متر مربع من إجمالي مساحة المركز التجاري.
- يراعى أن يكون المركز التجاري على اتصال مباشر بالمسجد.



شكل (١-٦)

نطاق تخدم للمركز التجاري للمجاورة

٦ - أسس تخطيط وتصميم المراكز التجارية

١-٦ مكونات المركز التجاري للمجاورة السكنية

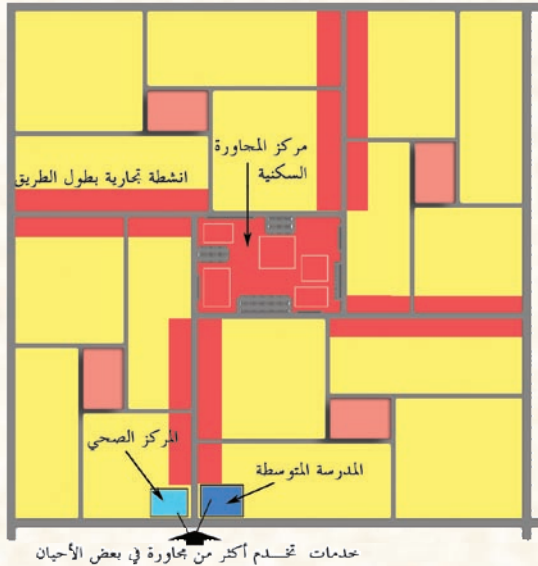
يقصد بالمركز التجاري بالمجاورة السكنية الأنشطة التجارية التي يغلب عليها الاحتياج اليومي من قبل السكان، وتشمل المحلات والخدمات التي تستعملها العائلات بصفة دائمة، والتي يجب أن يكون الوصول إليها من المسكن دون مشقة. و يحتوي المركز التجاري للمجاورة السكنية على المجموعات التالية:

- محلات التموينات، الملاحم، الخضروات، بيع الحلوى، والمطاعم.

لحركة المشاة، وتأكيد فكرة القصبية الموجودة بالمدن العربية التقليدية. ويمكن تطبيق هذا النمط بشكل أساسي في حالة المجاورات السكنية ذات الكثافة السكانية المرتفعة لاحتياجها إلى مركز ذي مساحة وامتداد كبيرين. وتتحصر عيوب هذا النوع في تعدي نطاق الخدمة التجارية لنطاق المجاورة.

د - نموذج توزيع خدمات المجاورة في مركزها مع انتشار بعض الخدمات

ويتم في هذا النموذج الاحتفاظ بخدمات المجاورة في مركزها مع انتشار بعض الخدمات التجارية كما هو موضح بالشكل (٦-٦) كالتالي:

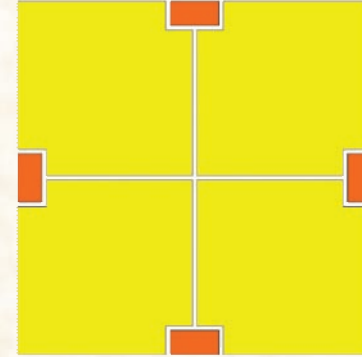


شكل (٦-٦)

نموذج توزيع الخدمات التجارية للمجاورة داخل مركزها مع انتشار بعضها

- انتشار الخدمات التجارية بشكل شريطي مع شبكة الطرق التي تفصل المجموعات السكنية.
- توزيع الخدمات التجارية التي يمكن أن تخدم أكثر من مجاورة نظراً لانتشارها على أطرافها، وبذلك تخدم أيضاً مجاورة أخرى. ويلاحظ أنه يمكن تحقيق إحدى الحالتين أو تحقيقهما معاً.

وتتحصر عيوب هذا النوع في تعدي نطاق خدمة المركز لنطاق المجاورة وكبر مسافات السير لبعض الخدمات التجارية، وهو ما لا يتفق مع الأسس النظرية للمجاورة السكنية، كذلك فإن تفتيت المركز قد يؤدي إلى زيادة المسطحات اللازمة لهذه الاستعمالات.

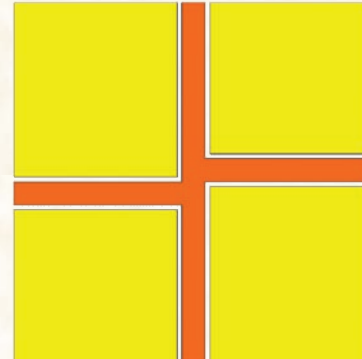


شكل (٦-٤)

التوزيع اللامركزي لخدمات التجارية للمجاورة السكنية

ج - التوزيع الشريطي للخدمات التجارية للمجاورة السكنية

وفيه تأخذ الخدمات التجارية الشكل الشريطي الموازي لمسار المشاة الرئيسي كما هو موضح بالشكل (٦-٥).



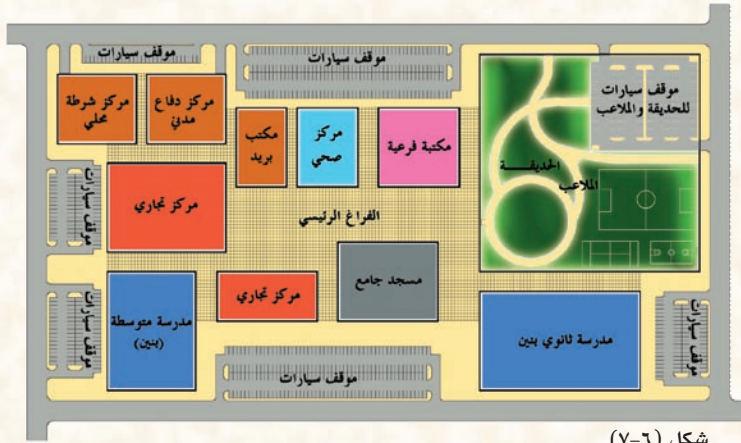
شكل (٦-٥)

التوزيع الشريطي للخدمات التجارية في المجاورة السكنية

ويتميز هذا النمط بمجموعة من المميزات؛ منها الترخيم المتجانس لجميع سكان المجاورة السكنية، وعدم إزعاج السكان، وتوفير فرصة كبيرة

٦-٢ المركز التجاري في مركز الحي السكني

يقوم مركز الحي السكني بتوفير الخدمات التجارية وغيرها من الخدمات للمجاورات السكنية التي يتكون منها الحي. وتختلف مكونات مركز الحي طبقاً لعدد سكانه، إذ يتكون من مكونات أساسية يمكن أن توجد جميعها في مركزه، كالمركز التجاري والمسجد الجامع والمدرسة المتوسطة ومركز الرعاية الصحية ومكتب البريد الفرعي والحديقة والملاعب. أما المكونات الثانوية فيمكن أن تتواجد كلها أو بعضها في حي دون الآخر بناءً على عدد السكان المخدوم، ومدى اعتماد حي آخر على هذه الخدمات وتمثل في المدرسة الثانوية والمكتبة الفرعية ومركز الشرطة المحلي ومركز الدفاع المدني الفرعي. كما هو موضح بالشكل (٦-٧).



شكل (٦-٧)

نموذج توزيع جميع خدمات مركز الحي السكني

ويخصص المركز التجاري بالحي السكني للأنشطة التجارية المتواجدة بالمجاورة إضافة للأنشطة التجارية المتعلقة بمحلات بيع المفرق ونصف الجملة للسلع الاستهلاكية والملابس والأحذية والأجهزة المعمرة، ويضم المركز التجاري أيضاً أنشطة تجارية حرفية وخدمات صناعية بسيطة.

٦-٢-١ مكونات المركز التجاري بالحي السكني:

يمكن أن يصمم المركز التجاري على شكل مجمع والذي عادة ما يطلق عليه اسم المول MALL وهو عبارة عن سوق كبير مغلق على شكل مبنى كبير مكون من أكثر من دور، ويحتوي على عدد كبير من المحلات

سلبيات	إيجابيات	شكل توزيع الخدمات التجارية
<ul style="list-style-type: none"> - موقع المركز يشجع على دخول السيارة إلى عمق المجاورة السكنية سواء للتخديم أو للمتريدين وهذا يسبب إزعاجاً للسكان ويخل بالهدف المرجو من المجاورة السكنية ذاتها. 	<ul style="list-style-type: none"> - التخديم قاصر على المجاورة السكنية ذاتها، وهذا ما يتفق مع أهداف نظرية المجاورة السكنية. - مركزية الخدمة التجارية تعطي فرصة تخديم أفضل للمجاورة. 	<p>التوزيع المركزي</p>
<ul style="list-style-type: none"> - تخديم المركز يتعدى نطاق المجاورة إلى مجاورات أخرى وهذا لا يتفق مع وظيفة المجاورة ذاتها. - تعدد المراكز التجارية يزيد من مساحة الأرض المخصصة للاستعمال التجاري. 	<ul style="list-style-type: none"> - لا ينتج عنه أي إزعاج لسكان المجاورة بسبب التخديم، حيث إن المركز التجاري يقع على أطرافها. - يعطي فرصة أكبر لحركة المشاة داخل المجاورة السكنية. - يعطي فرصة أكبر لرواج الحركة التجارية. - يعطي فرصة تخديم لمجاورات أخرى. 	<p>التوزيع اللامركزي</p>
<ul style="list-style-type: none"> - تعدي نطاق خدمة المركز لنطاق المجاورة وكبير مسافات السير لبعض الخدمات 	<ul style="list-style-type: none"> - تخديم متجانس على المجاورة السكنية. - لا يسبب إزعاجاً لسكان المجاورة بسبب التخديم من خارج المجاورة. - يعطي فرصة أكبر لحركة المشاة داخل المجاورة وداخل المركز التجاري ذاته. - تأكيد فكرة التصبية الموجودة بالمدين العريية التقليدية، ويمكن تطبيق هذا النمط بشكل أساسي في حالة المجاورات السكنية ذات الكثافة السكانية المرتفعة لاحتياجها إلى مركز ذي مساحة وامتداد كبيرين 	<p>التوزيع المركزي الشريطي</p>

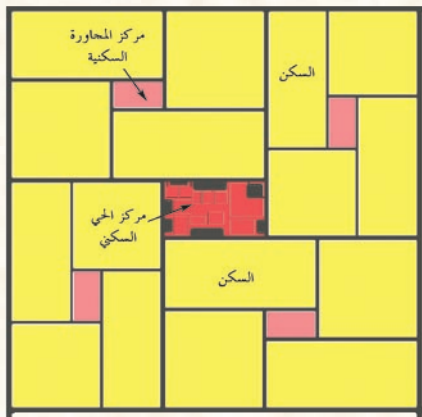
- يراعى أن يتصل المركز التجاري بمركز الحي ويكون في مكان مركزي منه.
- يراعى تجميع المحلات التجارية المتشابهة في الوظيفة أو المرتبطة ببعضها معاً كلما أمكن.
- يمكن تجميع المركز التجاري في صورة محلات مجمعة على فراغ أو في صورة شريطية بامتداد الشارع التي تقع عليه.
- يراعى توفير مواقف للسيارات بمعدل ٨ مواقف لكل ١٠٠ متر مربع من إجمالي مساحة طوابق المركز التجاري.
- يراعى أن يكون المركز التجاري على اتصال مباشر بالمسجد.

٦-٢-٣ نماذج توزيع مكونات مركز الحي السكني

تتعدد بدائل توزيع الخدمات التجارية لمركز الحي وفقاً للمعايير والاشتراطات التي تم استعراضها فيما سبق. وفيما يلي أهم البدائل التي يمكن الاعتماد عليها عند توزيع الخدمات التجارية لمركز الحي السكني، مع ملاحظة أن توفير خدمات المركز تكون بناءً على معدلات توفير تلك الخدمات (أي عدد السكان الذي تقدم له الخدمة):

أ- التوزيع المركزي للخدمات التجارية في الحي السكني

ويتم فيه وضع جميع خدمات الحي في مركزه، كما هو موضح بالشكل (٦-٩).



شكل (٦-٩)

التوزيع المركزي للخدمات التجارية في الحي السكني

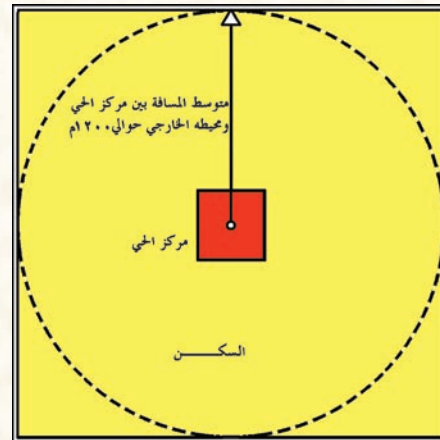
التجارية وأماكن الترفيه ومطاعم الوجبات الخفيفة، أو أن يصمم المركز من مجموعة من المحلات التجارية مفتوحة و مجمعة في موقع واحد وقد تكون ذات نشاط واحد أو متعددة الأنشطة.

ويخطط المركز التجاري للحي السكني كوحدة متكاملة ضمن أنشطة مركز الحي الأخرى وليخدم مجموعة من المجاورات، وتصمم مباني المركز التجاري وأماكن وقوف السيارات والمحلات التجارية والأشجار والمساحات الخضراء كوحدة متجانسة متكاملة مع بعضها، وأصبحت هذه المراكز ليست فقط للشراء بل مكاناً للترفيه يذهب إليها السكان لقضاء وقت ممتع.

ويقدم المركز الخدمات التجارية ذات صفة الاستهلاك اليومي والأسبوعي، إذ يضم المركز التجاري بالإضافة إلى السلع والخدمات التي يشملها سوق المجاورة السكنية سلماً إضافية مثل الملابس والأجهزة والسلع المعمرة، و أيضاً أنشطة تجارية حرفية وخدمات صناعية بسيطة. ويعمل المركز التجاري للحي في تجارة نصف الجملة والمفرق.

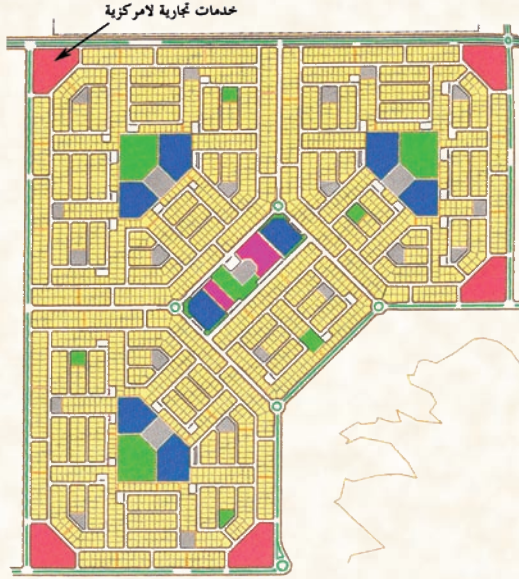
٦-٢-٤ الاعتبارات الأساسية للمركز التجاري للحي السكني

- نطاق للمركز التجاري للحي (١٢٠٠) متر، كما هو موضح بالشكل (٦-٨).



شكل (٦-٨)

نطاق تخديم المركز التجاري للحي السكني



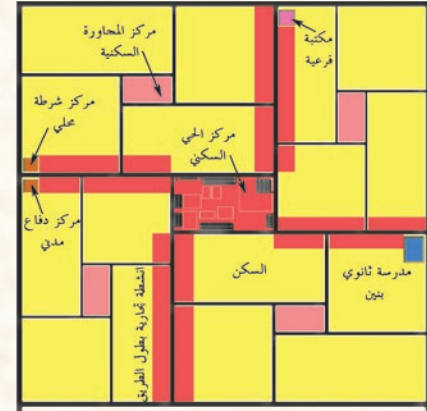
شكل (٦-١٢)

مثال لتوزيع الخدمات التجارية بشكل لامركزي على أطراف الحي السكني في حين وزعت باقي خدمات الحي في مركزه وفي مراكز المجاورات السكنية (الحي السادس في ضاحية سكنية نموذجية بالرياض ١٤١٦هـ)

- انتشار الخدمات التجارية بشكل شريطي مع شبكة الطرق التي تفصل المجاورات السكنية.
- توزيع الخدمات التي يمكن أن تخدم أكثر من حي على أطرافه لتخدم أيضاً حياً آخر مثل المكتبة الفرعية ومركز الشرطة المحلي ومركز الدفاع المدني والمدرسة الثانوية. ويلاحظ أنه يمكن تحقيق إحدى الحالتين أو تحقيقهما معاً.

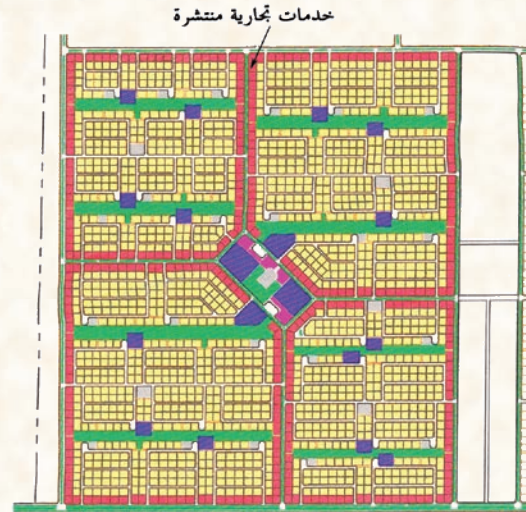
ب - نموذج تجميع خدمات الحي في مركزه مع انتشار بعض الخدمات التجارية

ويتم في هذا النموذج الاحتفاظ بخدمات الحي في مركزه مع انتشار بعض الخدمات التجارية كما هو موضح بالشكل (٦-١٠) كالتالي:



شكل (٦-١٠)


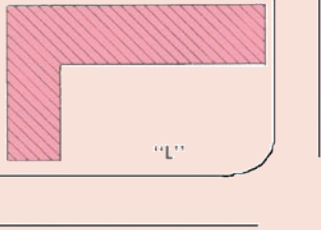


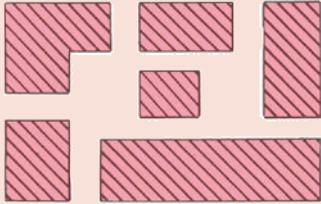
نموذج توزيع خدمات الحي داخل مركزه مع انتشار بعض الخدمات التجارية




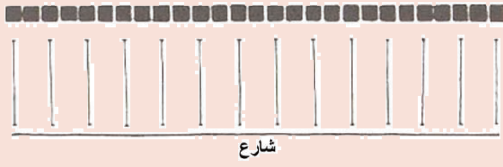
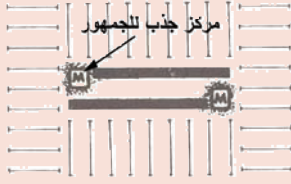
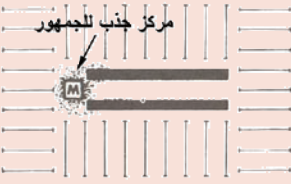
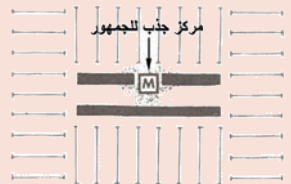
شكل (٦-١١)

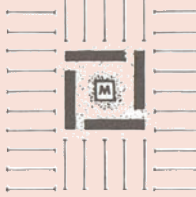
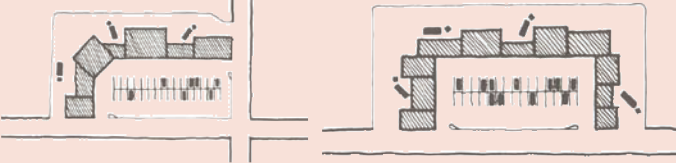
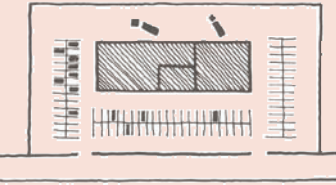
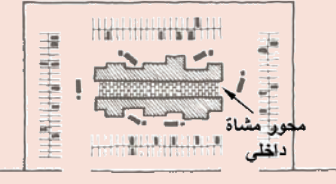
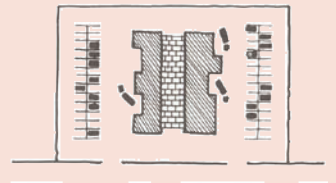
مثال لتوزيع خدمات الحي في مركزه مع انتشار بعض الخدمات التجارية (الحي الثالث في ضاحية سكنية نموذجية بالرياض) ١٤١٦هـ

٦-٣ الأشكال التصميمية للمركز التجاري للحي أو المجاورة:

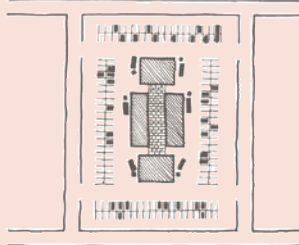
الشكل	البيان
	<p>الشكل الشريطي</p> <p>وهو مجموعة محلات تجارية مصفوفة خطياً بجانب بعضها البعض ومسار المشاة أمام واجهة المحلات كما هو موضح بالشكل، ومن مساوئه الطول المفرط لمسافة المشي وصعوبة التعامل التجاري نتيجة الطول الزائد للمركز الشريطي.</p>
	<p>على شكل حرف L</p> <p>هذا الشكل التصميمي يتوافق مع الموقع الزاوي (تقاطع زاوية شارعين) كما هو موضح بالشكل</p>
	<p>على شكل حرف U</p> <p>حيث يمكن الاستفادة من الفضاء الأمامي كنشاط جاذب للمركز التجاري. كما هو موضح بالشكل</p>
	<p>على شكل مجمع تجاري "مول":</p> <p>حيث في وسطه ممر للمشاة يخدم واجهتي المحلات التجارية. كما هو موضح بالشكل</p>
	<p>على شكل عنقودي Cluster</p> <p>وهو مكون من مجموعة مباني منفصلة بممرات مشاة قصيرة أو حول فناء داخلي. كما هو موضح بالشكل</p>

٦- ٤ أشكال تخطيط موقع المركز التجاري بالنسبة لمواقف سيارات الزبائن:

الشكل	البيان
	<p>صف من المحلات التجارية على طول الشارع التجاري. كما هو موضح بالشكل</p>
	<p>ارتداد المحلات التجارية إلى الخلف بمحاذاة الشارع لوضع أمامها مواقف سيارات كما هو موضح بالشكل</p>
	<p>نموذج مركز تجاري على شكل صفين من المحلات التجارية في مقابل بعضهما البعض وبينهما محور المشاة، مع وجود مركزي جذب للجمهور في كلا الجانبين، ومواقف السيارات حول المركز التجاري من الجهات الأربع. كما هو موضح بالشكل وهذه الحالة لها ميزات، حيث إن محور حركة المشاة محمي عن الضجيج والروائح والتعرض لمخاطر حركة السيارات. وكل مركز من مركزي جذب الجمهور يؤثر على نصف مسافة محور المشاة، وهذا يعطي إمكانية أكبر وأعظم للتبادل والتعامل التجاري، وخاصة للمحلات التجارية الواقعة بين مركزي الجذب.</p> <p>مركز جذب الجمهور: وظيفته تنشيط الحركة التجارية. ويضم خدمات وأنشطة ذات صفة جاذبة للجمهور، سواء كانت تجارية أو غير تجارية ويتم وضع مراكز الجذب في مواقع مختارة من المركز التجاري، بحيث تحقق أعلى درجة من تنشيط حركة الجمهور داخل المركز التجاري.</p>
	<p>نموذج مركز تجاري على شكل صفين من المحلات التجارية مع مركز جذب وحيد للجمهور. وهذا يؤدي إلى ضعف محور تسوق الجمهور من الجهة البعيدة عن مركز الجذب. كما هو موضح بالشكل</p>
	<p>نموذج مركز تجاري تم وضع مركز جذب الجمهور في وسط المحلات التجارية، وهذا يعطي قوة شرائية لجميع المحلات على الجانبين بشكل متساوٍ. كما هو موضح بالشكل</p>

الشكل	البيان
	<p>نموذج مركز تجاري تم وضع مركز الجذب للجمهور في المركز الوسطي التجاري ويعطي عدالة لجميع المحلات التجارية. كما هو موضح بالشكل</p>
 <p>مواقف سيارات الجمهور أمام المحلات</p>	<p>النموذجان يوضحان تواجد مواقف سيارات الجمهور أمام المحلات التجارية، وهذه الطريقة تفصل بين الجمهور وبين شحن وتفريغ البضائع الذي يتم من خلف المحلات التجارية، أما واجهات المحلات فأصبحت مرتبة بشكل منطقي أمام منطقة وقوف سيارات الجمهور. كما هو موضح بالشكل</p>
 <p>مواقف السيارات من ٣ جهات</p>	<p>نموذج مركز تجاري يوضح مواقف سيارات الجمهور محيطة بالمركز من ثلاث جهات والجهة الخلفية مخصصة لخدمة المحلات وشحن البضائع. وهذا الترتيب موجود في عدة مدن أوروبية، حيث المركز التجاري مكون من سوبر ماركت مع مجموعة من المحلات التجارية والمخازن الصغيرة. كما هو موضح بالشكل</p>
 <p>محور مشاة وسط المحلات التجارية</p>	<p>يوضح نموذجاً لمركز تجاري بمحور مشاة داخلي مفصول عن حركة السيارات، أما حركة الدخول فهي محددة من الشارع العام بمدخل ومخرج ومواقف السيارات محيطة بالمركز التجاري من الجهات الأربع. كما هو موضح بالشكل</p>
 <p>توضع المركز التجاري متعامد مع الشارع</p>	<p>النموذج يختلف عن الشكل السابق في وضع واتجاه المركز التجاري، وهذا الترتيب له مساوئ في حركة الشحن غير المنفصلة عن حركة الزبائن، وللجمهور خياران في الدخول، إما من منطقة مواقف السيارات أو من خلال محور المشاة التجاري الوسطي، وهذا الترتيب مفضل لأنه يعتبر مركزاً تجارياً منفتحاً رغم النواقص والعيوب في الحركة. كما هو موضح بالشكل</p>

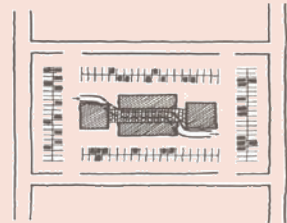
الشكل



حركة الشحن و الجمهور متداخلة

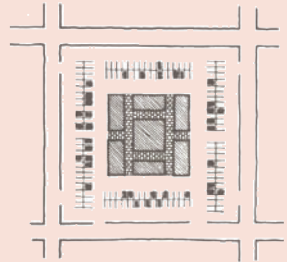
البيان

النموذج يمثل مركزاً تجارياً إقليمياً زود بمركزي جذب للجمهور. ويتم الدخول لمواقف السيارات من خلال طريق حلقي محيط بالمركز التجاري، وهذا الطريق الحلقي يتصل مع محورين رئيسيين أو ثلاثة طرق. وهذا النموذج يعتبر من المراكز المنفتحة، لكنها تعاني مشكلة عدم الفصل بين حركة الشحن والزبائن. وتظهر واجهات العرض ولوحات الإعلانات ومدخل المحلات بشكل مباشر من كلا الاتجاهين من محور المشاة ومن مواقف السيارات، ويمكن أن تصبح مركزاً منغلقاً في حال كانت جميع واجهات العرض ومدخل المحلات ولوحات الإعلانات موجهة باتجاه محور المشاة الداخلي، الذي يمكن الدخول إليه من خلال أروقة مظلمة من أربع جهات من مواقف السيارات، وبذلك تكون حركة المشاة مركزة داخل محور المشاة الداخلي، وبالتالي يمكن تجنب مضاعفة واجهات العرض وأبواب دخول المحلات ولوحات الإعلانات.



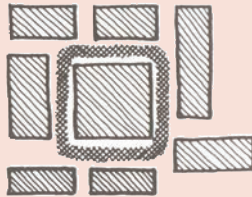
فصل حركة الشحن عن حركة الجمهور

النموذج يظهر نفس الترتيب في الشكل السابق و لكن بصورة محسنة حيث تم فصل حركة شحن البضائع في الدور السفلي عن حركة الجمهور



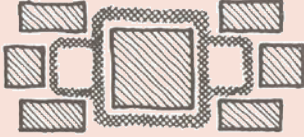
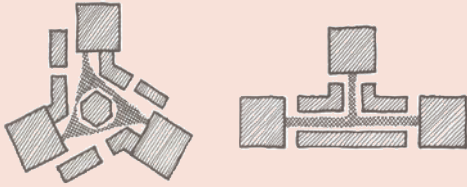
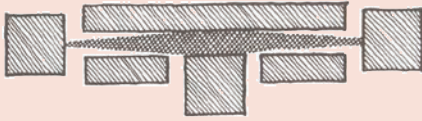
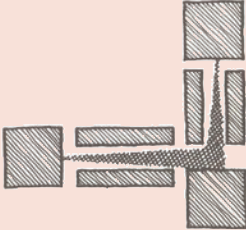
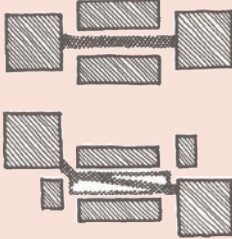
المخزن الكبير في الوسط

النموذج يظهر نفس الترتيب السابق لمواقف السيارات و لكن يضم مخزناً كبيراً (مول) في وسط المركز التجاري. و أيضاً يجب فصل حركة شحن البضائع في الدور السفلي عن حركة الجمهور لتجنب تعارض الحركتين.



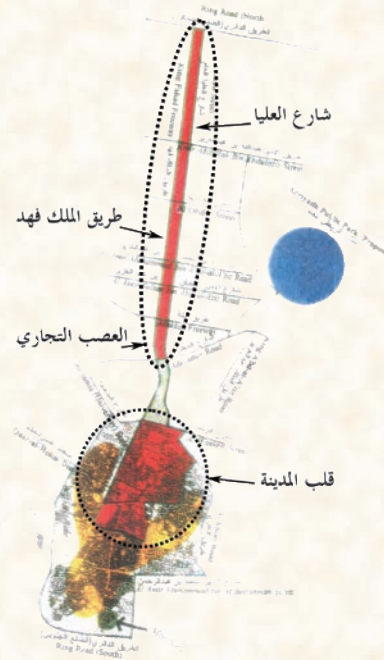
محور رئيسي للمشاة حول المخزن الكبير

النموذج يظهر محور مشاة رئيسي يلتف حول المخزن الكبير (مول) في وسط المركز التجاري، و هذا النموذج موجود في شمال مدينة ديترويت بالولايات المتحدة.

الشكل	البيان
	<p>نموذج آخر لمركز تجاري في الوسط القديم لشيكاغو. كما هو موضح بالشكل</p>
	<p>الشكلان يظهران نموذجين بضمان ثلاث مخازن تجارية رئيسة على أطراف المركز تربطها محاور مشاة، والمسافة التي يقطعها المشاة من النقطة المركزية إلى المخازن الثلاث قصيرة ومعقولة، وكثافة تدفق متوازنة في حركة المشاة وهذا يفيد جميع المحلات التجارية لأنها تتوزع بشكل متساو بين نقاط الجذب الثلاثة.</p>
	<p>الشكل يظهر مركز تجاري طويل مما يؤدي إلى تركيز حركة المشاة في الوسط أكثر من المخازن على الجانبين البعيدين، وهذا يؤدي إلى عدم اتزان نتيجة ترتيب المحلات على خط مستقيم ولا يعطي أي تنوع للجمهور ولا يجذبه أو يفاجئه ويدفعه لزيارة باقي المركز التجاري.</p>
	<p>الشكل يظهر مركزاً تجارياً على شكل حرف L وهذا الشكل لا يعطي توزيعاً عادلاً لحركة المشاة حيث يتركزون عند زاوية الحرف L وبذلك يتسبب في فرص تجارية غير عادلة للمخازن الطرفية، ويفضل عليه النموذج على شكل حرف T</p>
	<p>الشكلان يظهران مركزين تجاريين بنقطيني جذب على الجانبين، الشكل العلوي يمثل شكلاً مبسطاً لمعظم الحلول المستخدمة، والشكل السفلي يمثل نموذجاً آخر لمركز تجاري جنوب مدينة مينابوليس بالولايات المتحدة، ويضم فناءً مركزياً عريضاً للمشاة والمخازن الكبيران موزعان قطرياً، ونتيجة ذلك يتم كسب فراغ إضافي لمحلات تجارية أو أكشاك على جانبي الفناء العريض</p>

٥-٦ مكونات وموقع المركز التجاري الرئيسي للمدينة

يقع المركز التجاري الرئيسي في وسط المدينة " المنطقة المركزية أو قلب المدينة أو منطقة الأعمال المركزية" وفي موقع يسهل الوصول إليه من كافة الأنحاء وبشكل متجانس، ويرتبط المركز في كثير من الأحيان بالمنطقة التجارية القديمة من المدينة كامتداد عضوي لها، وفي حالة نمو المدينة بشكل كبير، وصعوبة تلبية المركز التجاري الرئيسي للخدمة على كافة أنحاء المدينة؛ من ناحية صعوبة الوصول واختناق المرور ومحدودية مساحة النمو الأفقي والرأسي للمركز، فإن الخدمات التجارية تنتشر على طول الطرق الرئيسية المرتبطة بمركز المدينة، وهو بمثابة خدمات تجارية إضافية للمدينة، كمركز تجاري فرعي منتشر معاون. ولعدم التضارب بينهما يفضل أن يعطى لكل منهما سمة مميزة للسلع والبضائع، يضمن ازدهار الحركة التجارية فيه، وبفضل وجود شبكة طرق رئيسية تؤمن سهولة الربط بينهما من خلال استمرار الأنشطة المركزية (كعصب تجاري على طول محاور الربط بينهما) فإن هذا يضمن تكاملهما. الشكل (٤١-٦)



شكل: (٤١-٦)

المنطقة المحصورة بين شارع العليا وطريق الملك فهد بمدينة الرياض تمثل العصب التجاري للمدينة كامتداد لمركز المدينة.

وتمثل المنطقة المركزية التجارية للمدينة المركز الاقتصادي لها، إذ تشمل على أنشطة تجارية مختلفة (مالية - اقتصادية - تسويقية) تخدم المدينة ككل والمناطق المحيطة بمركز المدينة، وقد تقع هذه الأنشطة التجارية في مبانٍ مستقلة، أو تشغل عدة أدوار من المباني السكنية، أو تندمج مع أنشطة مركزية أخرى؛ كالخدمات الإدارية أو الثقافية أو الاقتصادية أو الترويحية... إلخ. ويتردد على المنطقة التجارية المركزية أعداد كبيرة من الزوار طيلة ساعات النهار والمساء، سواء من داخل المدينة أو إقليمها، كما يتردد عليها السائحون طيلة شهور السنة. أي أن طبيعة حركة المترددين عليها تختلف عن المناطق الأخرى حيث إنها حركة مستمرة غير مقتصرة على ساعات العمل الرسمية، وغير مرتبطة بأوقات موسمية، كما أن حركة الزوار بالمنطقة المركزية تحقق انعاشاً تجارياً واقتصادياً بالمدينة. وفيما يلي بعض هذه الأنشطة

أنشطة تجارية: وتمثل بالمحلات التجارية الضخمة التي تلبى الاحتياجات الموسمية، وتحوي المنطقة المركزية أكبر تجمع تجاري من المحلات التجارية، وبذلك يقدم مركز المدينة أكبر الفرص لاختيار أفضل السلع والبضائع، من خلال تجاور المحلات التجارية وتنوعها، فالبدايل كثيرة. ويعتبر الاختيار من مقومات تنشيط الحركة التجارية كما أنه يمتاز بوجود أرقى محلات التجزئة، ولا يدخل ضمنه محلات البيع بالجملة أو الصناعات الخفيفة؛ إذ أنه لا يحتوي على مخازن. ودور التسوق في معظم مراكز المدن دور رئيسي، نظراً لتمركز المحلات التجارية، ولذلك يعتبر مركز المدينة منطقة تسوق مركزية مما يستلزم توفير الأمن والراحة للمتسوقين بوجود مناطق للمشاة فقط.

أنشطة مالية واقتصادية: حيث تتجمع بالمنطقة المركزية كبرى البنوك والمؤسسات المالية والبورصة، والمراكز الرئيسية للشركات الاقتصادية الكبرى، وشركات السياحة، والجمعيات التعاونية وشركات التأمين، وكذلك مكاتب الأعمال الحرة والمكاتب المهنية. وغالباً ما يتردد الزوار على مباني هذه الأنشطة طيلة ساعات النهار والمساء حيث إن كثيراً منها يعمل على فترتين صباحية وأخرى مسائية. وقد ينقسم قلب المدينة داخلياً إلى مواقع منفصلة ومحددة لكل نوع نشاط مختلف، ويفصل بينها أماكن استعمال مختلفة وهذا ما نجده في أغلب المدن الكبرى. حيث نجد أن



تراثي	سكني	سكني
ثقافي تعليمي	سكني تجاري	سكني تجاري
مقابر	سكني خدمي	تجاري
مناطق ترفيهية	تجاري	سياحي
طرق	ثقافي	تعليمي
انتظار سيارات	تعليمي	ديني
مجري السيل	ديني	
مسارات مشاة		

شكل (٤٢-٦)

المركز التجاري داخل مركز مدينة (مثال من مدينة المجمعة - منطقة الرياض)

منطقة قلب المدينة تتسع بشكل كبير وتنقسم داخلياً إلى أحياء أو مناطق مميزة، كأن نجد حياً للوزارات ومحاور تتجمع حولها الإدارات الحكومية الأخرى. بينما ينقسم المركز التجاري إلى مواقع تجارية متكاملة، يتاجر بعضها في السلع الحديثة، والبعض الآخر في السلع الشعبية؛ وعموماً يفصل بين المكونات الرئيسة لقلب المدينة مناطق استعمال مختلط، يمكن أن تكون على المستوى الأفقي أو الرأسي أو الاثنين معاً، كأن يكون الدور الأرضي تجارياً، والأدوار العليا للمكاتب الإدارية والإسكان والفنادق وما شابهها. وقد تندمج كافة الاستعمالات في موقع واحد وتتداخل ككل في منطقة استعمالات مركزية مختلطة، وهذا ما نجده في المدن الصغيرة.

ويفضل أن يحتوي قلب المدينة على وحدات سكنية لتجنب أن يتحول قلب المدينة بعد انتهاء الأعمال إلى منطقة مقفرة ومهجورة، وهذا يستدعي بالتالي أن يحتوي قلب المدينة على الخدمات الأساسية الضرورية للحياة اليومية جنباً إلى جنب مع الخدمات المركزية للمدينة. مثال لمركز تجاري وسط مدينة متوسطة:

يوضح الشكل (٤٢-٦) مركز مدينة المجمعة في منطقة الرياض، ويظهر المركز التجاري بالقرب من الطرق الرئيسة المحيطة بمركز المدينة. إضافة لخدمات تجارية مختلطة مع السكن، حيث الخدمات التجارية في الدور الأرضي والسكن في الأدوار العليا.

٧ - الدراسات الاقتصادية لتخطيط المراكز التجارية

يتطلب تخطيط وتصميم المركز التجاري لأي تجمع سكني إجراء دراسات تمهيدية اقتصادية عن نطاق خدمة المركز التجاري، وحجم ونمط الإنفاق على السلع والخدمات التجارية، والتنافس بين الأسواق والمراكز التجارية المختلفة. وتشمل الدراسة الاقتصادية بإيجاز مايلي:

١-٧ المنطقة التجارية

تحدد مساحة ونطاق خدمة المنطقة التجارية من خلال تحليل الوضع الراهن والتغيرات المحتملة لعدد وكثافة السكان وخصائصهم والأحوال الاقتصادية للمنطقة، ودراسة شبكات الطرق ووسائل النقل الموصلة إليها (المسافة ومدة الانتقال).

٢-٧ القوة الشرائية

يتولد الطلب على السلع والخدمات من جانب السكان القاطنين في حدود المنطقة التجارية، ومن بعض المقيمين خارجها، وهناك وسائل يمكن استخدامها للتعرف على توجيه دخل السكان الحالي والمستقبلي، وإنفاق جزء منه في المركز التجاري، وفي هذه الدراسة التحليلية للسوق يمكن معرفة مدى حاجة المنطقة للمركز التجاري وحجمه.

٣-٧ المنافسة التجارية

تلعب المنافسة التجارية دوراً هاماً في تخطيط النشاط التجاري إذ تؤدي إلى جذب العملاء من منطقة تجارية إلى منطقة أخرى، كما قد تؤدي إلى تغيير في القوة الشرائية، ويترتب على هذه التغييرات تغيير مساحة المنطقة التجارية زيادة أو نقصاناً، ومن هنا تجدر الملاحظة أن معيار المسافة بين مناطق السكن والمركز التجاري، أو المدة التي تستغرقها رحلة الانتقال مشياً على الأقدام أو بالسيارة، أو استخدام هذين المعيارين معاً، لا يعول عليهما وحدهما لتحديد مساحة وحدود المنطقة التجارية.

٤-٧ حجم وقيمة المبيعات

يستخلص من الدراسات التمهيدية لمساحة ونطاق المنطقة التجارية للمركز التجاري، وحجم الطلب، والقوة الشرائية، وظروف المنافسة التجارية المتوقعة، إمكانية تقدير حجم وقيمة مبيعات المركز التجاري وفقاً لأنواع السلع التجارية المختلفة وظروف التمويل والتشغيل، ويستفاد من هذه الدراسات في التعرف على الجدوى الاقتصادية من تأسيس المركز التجاري، وكذلك تحديد وتوزيع المساحات اللازمة لتخطيط وتصميم المركز التجاري.

المراجع

- معايير التخطيط العمراني- اللجنة العليا لتخطيط المدن- عمان- سلطنة عمان - ١٩٩١م.
- المعايير التخطيطية للخدمات العامة لمنطقة دبي الحضرية- بلدية دبي- إدارة التخطيط العمراني والمساحة - قسم الدراسات - دبي الإمارات العربية المتحدة- ٢٠٠٢م.
- المعايير التخطيطية في دولة البحرين - وزارة الإسكان- إدارة التخطيط الطبيعي- المنامة - دولة البحرين - ١٩٨٨م.
- الضوابط والمعايير التخطيطية لإعداد مخططات تقسيمات الأراضي - وزارة الشؤون البلدية والقروية - أمانة مدينة الرياض - وكالة التعمير - المشاريع - الإدارة العامة للتخطيط العمراني - الرياض - المملكة العربية السعودية - ١٤٢١هـ.
- إعداد مخططات مناطق العمل المختارة بمكة المكرمة التقرير الثاني- الإطار العام لتخطيط مناطق العمل المختارة - وزارة الشؤون البلدية والقروية-أمانة العاصمة المقدسة مكة المكرمة -المملكة العربية السعودية- ١٤١٢هـ.
- تخطيط ضاحية نموذجية في مدينة الرياض، التقرير الرابع -المخطط التفصيلي- وزارة الشؤون البلدية والقروية - وكالة الوزارة لتخطيط المدن - الرياض- المملكة العربية السعودية- ١٤١٦هـ.
- تخطيط حي سكني نموذجي بمدينة الرياض، التقرير الثالث دليل عمل تخطيط المنطقة السكنية - وزارة الشؤون البلدية والقروية - وكالة الوزارة لتخطيط المدن الرياض - المملكة العربية السعودية - ١٤١٤هـ.
- ضوابط تنمية الأراضي - وزارة الشؤون البلدية والقروية - وكالة الوزارة لتخطيط المدن - الرياض - المملكة العربية السعودية.
- مشروع الدراسات لمخططات التطويرية للمناطق ذات النمو العشوائي بالمدينة المنورة - وزارة الشؤون البلدية والقروية - أمانة المدينة المنورة المدينة المنورة - المملكة العربية السعودية ١٤٢٢هـ.
- الدراسات الاستشارية المتكاملة للتخطيط التفصيلي الشامل للمدينة المنورة المهمة الثالثة - إعداد المخطط التنفيذي التقرير المقاييس التخطيطية و المعايير التخطيطية - وزارة الشؤون البلدية والقروية - أمانة المدينة المنورة - المملكة العربية السعودية ١٤١٣هـ.
- موقع أمانة مدينة الرياض على شبكة الانترنت. www.alrdio.gov.sa
- موقع أمانة مدينة الدمام على شبكة الانترنت www.dammam.gov.sa
- المخططات العمرانية لمدينة جازان، التقرير الثالث مدينة أبو عريش - وزارة الشؤون البلدية والقروية - وكالة الوزارة لتخطيط المدن - الرياض - المملكة العربية السعودية ١٤١٥هـ.
- دليل تخطيط الأحياء السكنية - وزارة الشؤون البلدية والقروية - وكالة الوزارة لتخطيط المدن - الرياض - ١٤١٨هـ.
- مخططات مناطق العمل لمدينة السليل - وزارة الشؤون البلدية والقروية - وكالة الوزارة لتخطيط المدن - الرياض - ١٤١٤هـ.
- المعايير التخطيطية للخدمات التجارية - وزارة الشؤون البلدية والقروية - وكالة الوزارة لتخطيط المدن - الرياض - ١٤٠٠هـ.
- مشروع إعداد المخطط الهيكلي لمحافظة الأحساء، التقرير السادس، الجزء الأول - وزارة الشؤون البلدية والقروية - وكالة الوزارة لتخطيط المدن - ١٤١٩هـ.
- دراسة وتخطيط وتصميم المنطقة المركزية و جامع الملك عبد العزيز بمدينة المجمعة التقرير الثالث التخطيط والتصميم العمراني (للمنطقة المركزية) - وزارة الشؤون البلدية والقروية - ١٤٢٥هـ.
- موقع وزارة الشؤون البلدية والقروية على شبكة الاتصالات الدولية (الانترنت) www.momra.gov.sa
- Joseph De Chiara. Lee Koppelman. Urban planning and design criteria. Van Nostrand Reinhold Publishing. New York. 1982. USA.

دلائل الأعمال التخطيطية

- ١ - دليل المعايير التخطيطية للمناطق الترفيهية للمدن.
- ٢ - دليل إعداد و تحديث المخطط الهيكلى للقرى.
- ٣ - دليل إعداد و تحديث المخطط الهيكلى للمدن.
- ٤ - دليل اعداد وتحديث المخططات الإقليمية.
- ٥ - دليل الإستعمالات الإقليمية الخاصة.
- ٦ - دليل المحافظة على التراث العمرانى.
- ٧ - دليل المصطلحات التخطيطية لنظم المعلومات الجغرافية.
- ٨ - دليل المعايير التخطيطية للخدمات.
- ٩ - دليل المعايير التخطيطية لمواقف السيارات.
- ١٠ - دليل تخطيط الأسواق الشعبية.
- ١١ - دليل تخطيط الخدمات التجارية فى المدن.
- ١٢ - دليل تخطيط النقل فى المدن السعودية.
- ١٣ - دليل تخطيط مراكز الأحياء و المجاورات السكنية.
- ١٤ - دليل تخطيط مراكز المعارض للمدن.
- ١٥ - دليل تصميم عناصر فرش الشوارع.
- ١٦ - دليل تفعيل التنمية المستدامة فى التخطيط.
- ١٧ - دليل تنفيذ المخططات الهيكلية للمدن.
- ١٨ - دليل تنفيذ ومتابعة المخططات الإقليمية.
- ١٩ - دليل الضوابط التخطيطية للمصانع الزراعية ومشاريع الإنتاج الحيوانى.
- ٢٠ - دليل معالجة و تخطيط الفراغات فى المدن.