وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعـــة عمـــارثليجـي _الأغـــواط_

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

الموضوع:

دور الفضاءات التجارية في تطوير العلاقات الحضرية

دراسة ميدانية بمدينة الأغواط كنموذجا

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص علم الاجتماع الحضري

إعـداد الطالبة:

- محروق الراس صفاء

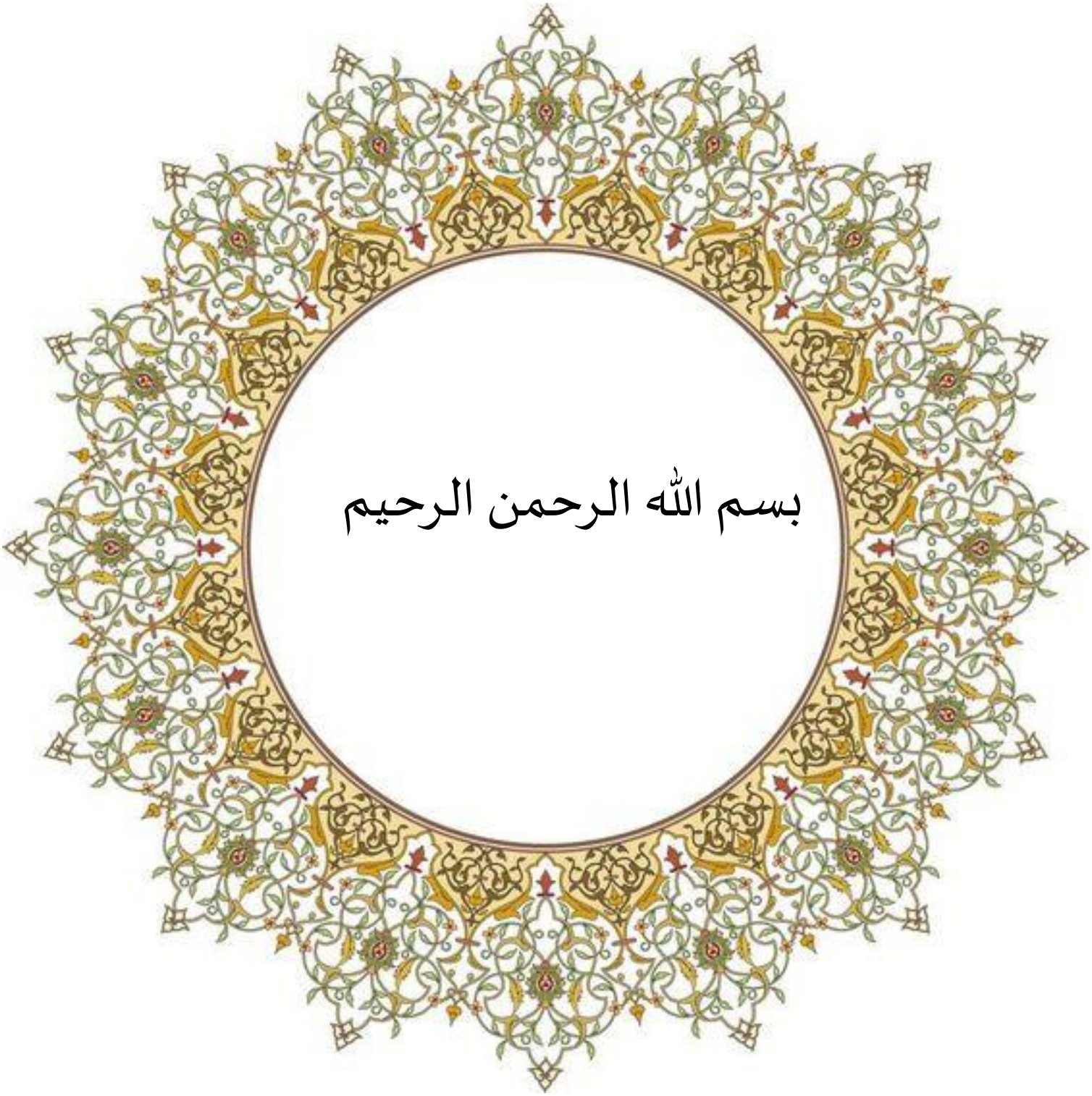
تحت إشـراف الأسـتاذ:

د/ عطاء الله النوعي

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
د/ حجاج أحمد	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
د/ عطاء الله النوعي	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا
د/ جعفورة مصعب	أست محاضر (أ)	ممتحنا

السنـــة الجامعيـــة: 2025/2024


بسم الله الرحمن الرحيم

الإهداء

بسم الله الرحمان الرحيم والصلاة والسلام على أشرف الخلق عزيز النفس صادق الوعد حافظ الأمانة منقذ الأمّة ونازع الغمّة وعلى آله وصحبه ومن تبعهم إلى يوم الدين.

" وَقُلِ إِعْمَلُواْ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُۥ وَٱلْمُومِنُونَۖ [التوبة:105]

أما بعد نهدي هذا العمل المتواضع:

إلى من قرن الله عزّ وجل برّهما بتوحيده جلّ وعلا.

إلى من أخبرتنا أنّ لا سعادة لها إلا بسعادتنا ولا راحة لها إلا بنجاحنا إلى آمال دعواتها فينا إلى قدسية الجمال وانعكاس الملائكة في الأرض إلـــى **الأم** العـــظيمة

إلى من حملنا من المهد أطفالا وسعى بنا إلى حيث نحن، إلى تجاعيد وجهه الباسم وبياض شعره المستنير وشقوق يديه ووهن عينيه إلى **الأب** أطال الله في عمره.

إلى من قاسمونا لبن الأمومة وحب طاعة الوالدين وشاركونا حلو الحياة ومرّها إلـــى **الإخوة.**

إلى كل من قيل فيه كاد أن يكون رسولا، إلى كل من حمل ياء النسبة بعد كل معلم وأستاذ عامة

الـشـكـر والـتـقـديـر

الحمد لله الذي بنعمته تتمّ الصالحات، حمدا كثيرا طيّبا مباركا يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه، الذي منّ علينا بإتمام هذه الرسالة وأعاننا على إنجازها على هذا النحو.

اعترافا بالفضل لأهل الفضل، فإنّنا نقدّم خالص شكرنا للأستاذ الفاضل " النوعي عطاء الله "، ،وما بذله من جهد مبارك، وبما أفادنا به من توجيهات كان لها أبلغ الأثر في هذا الانجاز، زوّده الله من تقاه، ومن النّار وقاه، وللفضيلة هداه، وللجنّة دعاه، وجعل الفردوس مأواه.

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة دراسة تأثير الفضاءات التجارية على العلاقات الحضرية في ولاية الأغواط من خلال تحليل الدور الحيوي الذي تلعبه هذه الفضاءات في تطوير المدن وتعزيز الترابط الاجتماعي والاقتصادي بين مختلف الأحياء في ظل التوسع العمراني السريع في العديد من المدن الجزائرية بما في ذلك ولاية الأغواط، فأظهرت الدراسة أن الفضاءات التجارية يمكن أن تكون محركًا أساسيًا في تعزيز النمو الاقتصادي المحلي وتحقيق العدالة المجالية، بشرط تحسين بنيتها التحتية وتطوير استراتيجيات تخطيط حضري متكاملة تراعي احتياجات المجتمع المحلي كما أن الاستثمار في هذه الفضاءات من شأنه أن يسهم في دفع عجلة التنمية المستدامة، مما يعزز مكانة الأغواط كمركز حضري متطور.

الكلمات المفتاحية: الفضاءات التجارية– العلاقات الحضرية–مدينة الأغواط

Study Summary:

This study aims to examine the impact of commercial spaces on urban relations in Laghouat province by analyzing the vital role these spaces play in developing cities and strengthening social and economic cohesion between various neighborhoods in light of the rapid urban expansion in many Algerian cities, including Laghouat province. The study demonstrated that commercial spaces can be a key driver in promoting local economic growth and achieving spatial justice, provided their infrastructure is improved and integrated urban planning strategies are developed that take into account the needs of the local community. Investment in these spaces would also contribute to advancing sustainable development, strengthening Laghouat's position as a developed urban center.

Keywords: Commercial spaces, urban relations, Laghouat city

الفهرس

قائمة المحتويات	الصفحة
الشكر	
الاهداء	
مقدمة	أ–د
الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة	
تمهيد	**6**
المبحث الأول: المفاهيم العامة حول الفضاءات التجارية	**7**
المطلب الأول: تعريف الفضاءات التجارية وأنواعها	**7**
المطلب الثاني: تطور الفضاءات التجارية في المدن	**12**
المطلب الثالث: وظائف الفضاءات التجارية في الوسط الحضري	**14**
المبحث الثاني: العلاقات الحضرية ومحدداتها	**18**
المطلب الأول: مفهوم العلاقات الحضرية	**18**
المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في العلاقات الحضرية	**21**
المطلب الثالث: الفضاء العمراني كإطار للعلاقات الحضرية	**26**
المبحث الثالث: دور الفضاءات التجارية في التنمية الحضرية	**30**
المطلب الأول: الفضاءات التجارية كمراكز جذب حضري	**31**
المطلب الثاني: دور الفضاءات التجارية في خلق فرص الشغل وتنشيط الاقتصاد المحلي	**36**
المطلب الثالث: الفضاءات التجارية وآثارها على التنظيم المكاني والاجتماعي والثقافي	**41**
خلاصة الفصل الأول	**52**
الفصل الثاني: دراسة ميدانية لولاية الأغواط	
المبحث الأول: الإطار الجغرافي والديموغرافي لولاية الأغواط	**55**
المطلب الأول: الموقع الجغرافي والطبيعي	**55**
المطلب الثاني: المعطيات الديموغرافية والسكانية	**55**
المطلب الثالث: البنية الاقتصادية والاجتماعية للولاية	**58**
المبحث الثاني: واقع الفضاءات التجارية بولاية الأغواط	**64**
المطلب الأول: أنواع الفضاءات التجارية في الأغواط	**64**

المطلب الثاني: توزيع الفضاءات التجارية على مستوى المدينة	**64**
المطلب الثالث: تطور الفضاءات التجارية وأهم التحديات التي تواجهها	**69**
المطلب الرابع: السياسات المحلية في تنظيم الفضاءات التجارية	**73**
المبحث الثالث: تأثير الفضاءات التجارية على العلاقات الحضرية في الأغواط	**78**
المطلب الأول: الفضاءات التجارية كأماكن للتفاعل الاجتماعي	**78**
المطلب الثاني: الفضاءات التجارية والعدالة المجالية	**82**
المطلب الثالث: تقييم تأثير الفضاءات التجارية على التنمية الحضرية المستدامة	**85**
الخاتمة	**91**
قائمة المراجع	**94**

مقدمة

مقدمة:

إن المدينة تعد فضاء مركبا تتداخل فيه الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعمرانية، وهو ما يجعلها مجالاً خصباً لدراسة مختلف الظواهر المرتبطة بالحياة الحضرية. ومع التطور التاريخي للمجتمعات، لم تعد المدينة مجرد تجمع سكاني أو إداري، بل تحولت إلى كيان ديناميكي يعكس طبيعة العلاقات الإنسانية والاقتصادية التي تنسج داخلها. وفي هذا السياق، تبرز الفضاءات التجارية كأحد أهم المكونات الحضرية التي تسهم في تشكيل معالم المدينة وتحديد أدوارها الوظيفية، باعتبارها نقطة التقاء بين العرض والطلب ومجالاً للتفاعل الاجتماعي والثقافي والاقتصادي.

لقد شهدت الجزائر عامة، ومدينة الأغواط على وجه الخصوص، في العقود الأخيرة تحولات عمرانية واجتماعية واقتصادية عميقة، تمثلت في التوسع العمراني المتسارع، والتغير في أنماط الاستهلاك، وتزايد الحاجة إلى فضاءات منظمة تلبي متطلبات السكان اليومية والمتنوعة. ونتيجة لهذه التحولات، باتت الفضاءات التجارية عنصرًا استراتيجياً في التنمية المحلية، حيث تجاوزت وظيفتها التقليدية كأماكن للبيع والشراء لتصبح فضاءات متعددة الأبعاد تحتضن أنشطة اقتصادية وترفيهية وثقافية، وتلعب دوراً محورياً في تعزيز الترابط الاجتماعي والاقتصادي بين مختلف أحياء المدينة.

وتبرز أهمية الفضاءات التجارية في كونها لا تساهم فقط في تنشيط الدورة الاقتصادية من خلال خلق فرص عمل وجذب الاستثمارات، بل تُعتبر كذلك أداة لتنظيم المدينة وإعادة تشكيل بنيتها المكانية، إذ تؤثر بشكل مباشر على أنماط السكن والتنقل، وتحدد طبيعة العلاقات بين الأفراد والجماعات. ومن هذا المنطلق، فإن دراسة أثر هذه الفضاءات على العلاقات الحضرية يُعد مدخلاً أساسياً لفهم ديناميكيات التغير الحضري المعاصر.

غير أن هذه الفضاءات لا تخلو من إشكاليات، حيث تواجه تحديات مرتبطة بضعف البنية التحتية، وسوء التخطيط الحضري، وعدم التوازن في توزيعها بين مختلف الأحياء، الأمر

الذي ينعكس سلباً على العدالة المجالية ويُعمّق الفوارق الاجتماعية والاقتصادية. وهذا ما يجعل موضوع الفضاءات التجارية من المواضيع الحيوية التي تستوجب بحثاً معمقاً من أجل اقتراح حلول عملية تساعد على إدماجها في إطار تنمية حضرية مستدامة.

وعليه، تطرح هذه الدراسة إشكالية محورية مفادها :ما هو دور الفضاءات التجارية في تطوير العلاقات الحضرية بمدينة الأغواط؟ .وتنبثق عن هذه الإشكالية عدة تساؤلات فرعية تتعلق بمدى مساهمة هذه الفضاءات في تحقيق العدالة المجالية، وفي تعزيز التفاعل الاجتماعي بين السكان، إضافة إلى قدرتها على دعم مسار التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمدينة.

إن اختيار مدينة الأغواط كنموذج تطبيقي لم يكن اعتباطياً، فهي مدينة تجمع بين الأصالة التاريخية والحداثة العمرانية، وتشهد في الوقت ذاته تحولات حضرية متسارعة أفرزت أنماطاً جديدة من العلاقات الاجتماعية والاقتصادية. ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة في تقديم مقاربة سوسيولوجية معمقة لفهم التفاعل بين البنية التجارية والبنية الحضرية، وإبراز الانعكاسات المباشرة وغير المباشرة لهذه الفضاءات على الحياة اليومية للسكان.

❖ خطة الدراسة:

تم تقسيم بحثنا إلى فصلين أول نظري وثاني ميداني، حيث يتناول الفصل الأول من الدراسة الإطار النظري الذي يركز على المفاهيم العامة حول الفضاءات التجارية والعلاقات الحضرية، بالإضافة إلى دور الفضاءات التجارية في التنمية الحضرية يتكون هذا الفصل من ثلاثة مباحث، حيث يعرض المبحث الأول المفاهيم المتعلقة بالفضاءات التجارية وأنواعها، وكذلك تطورها ووظائفها في الوسط الحضري بينما يناقش المبحث الثاني العلاقات الحضرية ومحدداتها، ويتطرق إلى العوامل المؤثرة في هذه العلاقات ودور الفضاء العمراني في تشكيلها، أما المبحث الثالث فيتناول دور الفضاءات التجارية كمراكز جذب حضري وآثارها على الاقتصاد المحلي والتنظيم المكاني والاجتماعي.

في الفصل الثاني، يتم تقديم دراسة ميدانية لولاية الأغواط، حيث يبدأ المبحث الأول بالإطار الجغرافي والديموغرافي للولاية ويتناول الموقع الجغرافي والطبيعي المعطيات السكانية، والبنية الاقتصادية والاجتماعية ثم ينتقل المبحث الثاني إلى دراسة واقع الفضاءات التجارية في الأغواط، من حيث أنواعها وتوزيعها وأهم التحديات التي تواجهها، مع النظر في السياسات المحلية المنظمة لهذه الفضاءات، أما المبحث الثالث فيركز على تأثير الفضاءات التجارية على العلاقات الحضرية في الأغواط، متطرقًا إلى دورها في التفاعل الاجتماعي والعدالة المجالية وأثرها على التنمية الحضرية المستدامة.

الإشكالية:

تعتبر الفضاءات التجارية من الركائز الأساسية التي تساهم في تشكيل الهيكل الاقتصادي والاجتماعي للمدن، حيث تلعب دوراً مهماً في تسهيل التبادلات التجارية وتعزيز التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع إن التوسع العمراني الذي تشهده العديد من المدن يعكس بشكل واضح التغيرات التي تطرأ على الفضاءات التجارية من حيث حجمها ونوعيتها ومواقعها. وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة التي تحظى بها الفضاءات التجارية في النمو الحضري، فإنها قد تواجه تحديات تتعلق بالتركيز المكاني تنظيم النشاطات التجارية، وكذلك التفاعل الاجتماعي بين الأفراد في المدينة.

وتتمثل إشكالية هذه الدراسة في محاولة فهم كيفية تأثير الفضاءات التجارية على العلاقات الحضرية في المدن وتحديداً في ولاية الأغواط، التي تشهد تنوعاً في الأنشطة التجارية والتوسع العمراني.

ومن هنا تبرز العديد من الأسئلة التي تحتاج إلى دراسة معمقة تتمثل في:

- كيف تسهم الفضاءات التجارية في تعزيز الترابط الاجتماعي والاقتصادي بين أحياء المدينة؟

❖ **التساؤلات الجزئية:**

– وما هي التحديات التي تواجه تطور هذه الفضاءات؟

–وما دورها في تحسين تنظيم المدينة وتحقيق التنمية المستدامة؟

❖ **الفرضيات الدراسة:**

–الفضاءات التجارية تلعب دوراً مهماً في تعزيز العلاقات الاجتماعية بين سكان المدينة من خلال توفير أماكن للتفاعل الاجتماعي.

–تطور الفضاءات التجارية في ولاية الأغواط يساهم بشكل كبير في تحسين التوازن بين الأحياء المختلفة وتحقيق العدالة المجالية.

–الفضاءات التجارية تؤثر بشكل مباشر في التنمية الحضرية المستدامة من خلال توفير فرص عمل وتنشيط الاقتصاد المحلي.

❖ **أهمية الدراسة:**

تكتسب هذه الدراسة أهمية كبيرة من خلال تسليط الضوء على الدور الحيوي الذي تلعبه الفضاءات التجارية في التنمية الحضرية، لا سيما في المدن المتوسطة الحجم مثل ولاية الأغواط.

ومن خلال دراسة تأثير الفضاءات التجارية على العلاقات الحضرية سيتم تقديم رؤية معمقة حول التحديات والفرص التي تتيحها هذه الفضاءات في سياق النمو الحضري والتوسع العمراني، كما تبرز أهمية الدراسة إلى توفير قاعدة بيانات دقيقة يمكن أن تساعد في تحسين السياسات المحلية وتنظيم الفضاءات التجارية بما يتماشى مع متطلبات التنمية المستدامة.

❖ **أهداف الدراسة:**

تمثل أهداف درستنا ما يلي:

-تحليل مفهوم الفضاءات التجارية وأنواعها المختلفة ودورها في تطوير المدن.

-دراسة تأثير الفضاءات التجارية على العلاقات الحضرية في ولاية الأغواط، بما في ذلك الترابط الاجتماعي والتنظيم المكاني.

-تحديد التحديات التي تواجه الفضاءات التجارية في ولاية الأغواط وكيفية تحسين تنظيمها لتلبية احتياجات السكان.

-تقييم تأثير الفضاءات التجارية على التنمية الاقتصادية والاجتماعية المحلية، بما في ذلك خلق فرص العمل وتحسين نوعية الحياة الحضرية.

❖ **أسباب اختيار الموضوع:**

تعددت واختلفت المبررات التي أدت إلى تناول موضوع دور الفضاءات التجارية في تطوير العلاقات الحضرية والتي يمكن حصرها في نوعين هما:

❖ **أسباب ذاتية:**

-إن اهتمام الباحث بتطور المدن وتأثير الفضاءات التجارية على تنظيم العلاقات الحضرية ينبع من الرغبة الشخصية في فهم آليات التطور الحضري وكيفية تأثير العناصر الاقتصادية والاجتماعية على حياة الناس في المدن.

هذا الاهتمام يتزايد مع التطورات السريعة التي تشهدها المدن الحديثة، مما يدفع الباحث إلى البحث عن سبل لتطوير وتنظيم الفضاءات التجارية بما يخدم احتياجات المجتمع.

-الاهتمام الشخصي بالتحديات التي تواجه المدن في تنظيم الفضاءات التجارية، يسعى الباحث إلى تقديم حلول عملية من خلال هذا الموضوع

❖ **أسباب موضوعية:**

-التطور العمراني السريع في المدن؛

-أهمية الفضاءات التجارية في التنمية المحلية؛

-التحديات التي تواجه الفضاءات التجارية في المدن الجزائرية.

الفصل الأول:

الاطار النظري للدراسة

تمهيد:

تعد الفضاءات التجارية من العناصر الأساسية التي تؤثر في التطور الحضري، حيث تشكل نقطة التقاء رئيسية بين العرض والطلب في المدن، تساهم هذه الفضاءات في تنظيم العلاقات الاقتصادية والاجتماعية، وتعتبر أحد الأبعاد المهمة التي تحكم الحياة الحضرية، إذ يتم من خلالها تبادل السلع والخدمات مما يعكس العلاقات المعقدة بين السكان والمرافق الحضرية.

لقد شهدت الفضاءات التجارية تطورًا ملحوظًا في المدن، حيث تطورت من أسواق ومراكز تجارية تقليدية إلى مرافق حديثة ومتعددة الوظائف. وفي هذا السياق، تكتسب الفضاءات التجارية أهميتها من كونها لا تقتصر على كونها أماكن للبيع، بل تتجاوز ذلك لتكون مراكز جذب حضري تساهم في تنشيط الاقتصاد المحلي وخلق فرص الشغل، فضلاً عن تأثيرها على التنظيم المكاني للمدينة.

يتناول هذا الفصل دراسة المفاهيم الأساسية المتعلقة بالفضاءات التجارية، بدءًا من تعريفها وأنواعها وصولاً إلى دورها في التنمية الحضرية،كما يسلط الضوء على العلاقات الحضرية التي تتشكل من خلال هذه الفضاءات وعلاقتها مع التنظيم المكاني والتنمية الاقتصادية والاجتماعية علاوة على ذلك، سيتم مناقشة تأثير هذه الفضاءات في تحقيق التكامل بين الأنشطة التجارية وبين احتياجات سكان المدن.

المبحث الأول: المفاهيم العامة حول الفضاءات التجارية

في هذا المبحث، نتناول مجموعة من المفاهيم الأساسية التي تساعد في فهم طبيعة الفضاءات التجارية وعلاقتها بالمدينة.

المطلب الأول: تعريف الفضاءات التجارية وأنواعها

يتم في هذا المطلب عرض التعريفات الأساسية للفضاءات التجارية مع تحديد أنواعها المختلفة، مثل المراكز التجارية الكبرى، المولات، الأسواق الشعبية، وغيرها من الفضاءات التي تؤدي دورًا محوريًا في الأنشطة التجارية داخل المدينة. كما يتم استعراض الأشكال المختلفة لهذه الفضاءات بناءً على الموقع، الحجم، والنشاط التجاري الذي يمارس داخلها.

أولا: تعريف الفضاءات التجارية من الناحية الاقتصادية

الفضاءات التجارية هي الأماكن المخصصة لتقديم السلع والخدمات للجمهور، وتتمثل في مجموعة من المحلات التجارية، الأسواق، المراكز التجارية، والمولات التي تتيح للمستهلكين القيام بعمليات الشراء أو التبادل التجاري.

تتمثل الوظيفة الأساسية لهذه الفضاءات في تيسير الوصول إلى السلع والخدمات من خلال بيئة منظمة توفر تسوقًا مريحًا وآمنًا للمستهلكين، وتتميز الفضاءات التجارية بأنها تمثل مراكز اقتصادية حيوية في المدن، حيث تنشط فيها الأنشطة التجارية بشكل مستمر وتستقطب العديد من الزوار الذين يسعون للحصول على المنتجات والخدمات المتنوعة[1].

ثانيا: تعريف الفضاءات التجارية من الناحية القانونية

عرف المشرع الجزائري الفضاءات التجارية في المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 12 – 111 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات انشاء وتنظيم الفضاءات التجارية، بأنها : يقصد

[1]Smith, J., & Johnson, Commercial spaces and their role in urban economies. Urban Studies Journal, 45(2).2020,P 125

بفضاء تجاري كل حيز أو منشأة أو غير مبنية مهيأة ومحددة للعالم تمارس فيها مبادلات تجارية أو بالتجزئة.[1]

كما عرفته المادة26 من القانون رقم04-08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية عرفت الفضاء التجاري بأنه الفضاء التجاري هو المناطق المهيأة والمجهزة بهدف استقبال أي نشاط تجاري.

ثالثا: أنواع الفضاءات التجارية

الفضاءات التجارية يمكن تصنيفها إلى عدة أنواع وفقًا لمعايير متعددة، مثل الحجم، الموقع، والنشاط التجاري الذي تقدمه، فيما يلي أهم الأنواع المعروفة للفضاءات التجارية:

1.المحلات التجارية (الأسواق التقليدية):

- **تعريف:**هي الأماكن التي تتكون من محلات تجارية منفردة أو متجاورة في مناطق معينة من المدينة عادةً ما تكون هذه المحلات موجهة لتجارة التجزئة، مثل المخابز، محلات الملابس، الحقائب، وغيرها[2].
- **الموقع:**توجد عادة في الأحياء السكنية أو الشوارع التجارية.
- **الأنشطة:**تقدم السلع اليومية و الخدمات الأساسية.

[1] المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 12-111 المؤرخ في 2012/03/06 والمتعلق بشروط وكيفيات انشاء وتنظيم الفضاءات التجارية وممارسة بعض الأنشطة التجارية، ج رالعدد15، المؤرخة 2013/03/14

[2]منصر عبد الغالي، طبيب عبد السلام : **آليات إنشاء وتنظيم الفضاءات التجارية الكبرى في الجزائر كمدخل نحو دمج الاقتصاد الموازي في الاقتصاد الرسمي وتحقيق التنمية المستدامة-دراسة حالة مدينة تبسة(الجزائر)**،مجلة الآفاق للدراسات الاقتصاديةبجامعةمحمدخيضربسكرة،الجزائر،لسنة2019،ص26

2.المراكز التجارية (المولات):

- **تعريف:**هي مراكز تجارية مغلقة تحتوي على عدد من المحلات التجارية المتعددة التي تعمل تحت سقف واحد. يتم تنظيمها بشكل يتيح للمستهلكين إمكانية التسوق من عدة متاجر في مساحة واحدة.
- **الموقع:**توجد عادة في المناطق الحضرية الكبرى أو على أطراف المدن.
- **الأنشطة:**توفر مزيجًا من الأنشطة مثل التسوق، الترفيه، المطاعم، و الخدمات الأخرى (مثل صالونات التجميل، الصيدليات).

3.الأسواق المفتوحة (الأسواق الشعبية):

- **تعريف:**هي أسواق غير مغلقة يتم إقامتها في أماكن معينة من المدينة أو في الهواء الطلق تختلف عن الأسواق التقليدية في أنها تحتوي على أكشاك أو محلات مفتوحة، وغالبًا ما تكون مؤقتة.
- **الموقع:**توجد غالبًا في المناطق الشعبية أو الأسواق الأسبوعية.
- **الأنشطة:**تشهد تجارة التجزئة للسلع مثل الخضار، الفواكه، الملابس الرخيصة، والأطعمة.

4.الأسواق الإلكترونية (التجارة عبر الإنترنت)"

- **تعريف:**هي الفضاءات التي تتيح للمستهلكين إمكانية شراء السلع والخدمات عبر الإنترنت دون الحاجة للتواجد في مكان مادي[1].
- **الموقع:**ليس لها موقع مادي ثابت، فهي تقتصر على الفضاء الإلكتروني.

[1]علي الزيدي،**صعود التجارة الإلكترونية وتأثيرها على التجارة العالمية**، مجلة التجارة الرقمية، المجلد32العدد (1)، الجزائر،2019،ص45

- **الأنشطة** : تشمل جميع أنواع السلع والخدمات التي يمكن بيعها وشراؤها عبر الإنترنت مثل الملابس، الأجهزة الإلكترونية، والمواد الغذائية.

5.الأسواق المتخصصة (التجارة المتخصصة):

- **تعريف:**هي الفضاءات التجارية التي تركز على مجموعة محددة من السلع أو الخدمات التي تتناسب مع احتياجات أو رغبات معينة لفئة معينة من الناس.
- **الموقع:** توجد غالبًا في المدن الكبرى أو في مناطق تجارية متميزة.
- **الأنشطة:** تقدم سلعًا متخصصة مثل الأثاث الفاخر، المعدات الرياضية، أو المنتجات البيئية.

6.المحلات التجارية الكبرى (هايبر ماركت):

- **تعريف:** هي محلات تجارية ضخمة تشمل مساحات واسعة للعرض وبيع السلع المتنوعة في مجالات متعددة.
- **الموقع:** توجد عادة في المناطق التجارية الكبرى أو في الضواحي.
- **الأنشطة:** تقدم سلعًا متنوعة تشمل البقالة، المواد الغذائية، الملابس، و الأدوات المنزلية.

7.الأسواق المركزية (الأسواق الكبيرة):

- **تعريف:** هي أسواق مغلقة أو شبه مغلقة تضم العديد من المحلات التجارية التي تبيع أنواعًا مختلفة من السلع والخدمات. قد تشمل الأسواق العقارية، أسواق السيارات، أو الأسواق التجارية الكبرى[1].

[1]علي الزيدي، المرجع السابق،ص47

- **الموقع:** توجد عادة في المناطق الحيوية في المدن.
- **الأنشطة:** تركز على تجارة الجملة أو التجارة المتخصصة في نوع معين من السلع.

رابعا: تصنيف الفضاءات التجارية وفقًا لحجمها:

1. **الفضاءات التجارية الصغيرة:**

- تمثل المحلات التجارية البسيطة والأسواق المحلية في الأحياء السكنية وهي تخدم احتياجات الأفراد اليومية.

2. **الفضاءات التجارية المتوسطة:**

- تشمل **المراكز التجارية المتوسطة** و**الأسواق المتخصصة** التي تقدم مجموعة من السلع والخدمات، ولكنها ليست بمقدار المولات الكبيرة.

3. **الفضاءات التجارية الكبيرة:**

- مثل **المولات الكبرى** و**الأسواق المركزية** التي تشهد حركة تجارية ضخمة وتستقطب أعدادًا كبيرة من الزوار.

خامسا: تصنيف الفضاءات التجارية وفقًا لنشاطها:

- **الفضاءات التجارية الخدمية:**مثل محلات صيانة الأجهزة أو صالونات التجميل.
- **الفضاءات التجارية الترفيهية:**مثل دور السينما، الملاهي، أو المراكز الترفيهية.
- **الفضاءات التجارية الغذائية:**مثل **محلات بيع المواد الغذائية** و **هايبر ماركت.**
- **الفضاءات التجارية الراقية:**مثل **المولات الفاخرة** أو **محلات الأزياء**[1].

[1]منصر عبد الغالي، المرجع السابق،ص30

المطلب الثاني: تطور الفضاءات التجارية في المدن

إن تطور الفضاءات التجارية في المدن شهد تغييرات كبيرة على مر العصور، وذلك نتيجة لعدة عوامل اقتصادية، اجتماعية وتكنولوجية من خلال هذه التغيرات، يمكننا تقسيم تطور الفضاءات التجارية في المدن إلى عدة مراحل رئيسية[1]:

1.الأسواق التقليدية (ما قبل العصر الصناعي):

في البداية كانت الفضاءات التجارية في المدن تقتصر على الأسواق التقليدية التي تُقام في الساحات العامة أو بالقرب من الأماكن الحيوية. كانت هذه الأسواق تعتمد على التبادل المباشر للسلع بين التجار والمستهلكين وكانت التجارة تتنوع بين بيع الطعام، الملابس، الأدوات المنزلية، بالإضافة إلى الحرف اليدوية.

2.التحول إلى الأسواق المتخصصة (العصر الصناعي):

مع بداية الثورة الصناعية في القرن التاسع عشر تغيرت احتياجات المجتمع والاقتصاد ظهرت أسواق متخصصة ومراكز تجارية موجهة نحو تلبية احتياجات الطبقات الوسطى والعليا بدأ التجار في إنشاء محلات تجارية أكثر تطوراً في المدن الكبرى، وكان لهذه المحلات واجهات زجاجية لعرض البضائع، مع تصاميم معمارية أكثر تعقيداً.

3.المراكز التجارية الحديثة (القرن العشرين):

في النصف الأول من القرن العشرين، ظهرت المراكز التجارية الحديثة، مثل مراكز التسوق الكبرى والمجمعات التجارية هذا التحول جاء نتيجة للتطورات في وسائل النقل، مما جعل التنقل داخل المدن أسهل، وكذلك ازدياد الطبقة المتوسطة التي تطلبت فضاءات تجارية أوسع وأكثر تنوعاً.

[1] أحمدعبد الله، **تطور الفضاءات التجارية في المدن: من الأسواق التقليدية إلى المولات الحديث**، مجلة دراسات الاقتصاد الحضري، المجلد15 العدد(2)،عمان،2018، ص 45

4.التسوق الإلكتروني (أواخر القرن العشرين – القرن الواحد والعشرين):

مع ظهور الإنترنت وتطور التكنولوجيا الرقمية بدأ التسوق الإلكتروني في التأثير بشكل كبير على الفضاءات التجارية التقليدية أصبحت التجارة عبر الإنترنت جزءًا أساسيًا من حياتنا اليومية، مما دفع العديد من المتاجر التقليدية إلى تغيير استراتيجياتها أو الانتقال إلى بيئات رقمية[1].

5.الفضاءات التجارية الذكية (الوقت الحالي):

اليوم، مع استمرار تطور التكنولوجيا، نشهد ظهور "الفضاءات التجارية الذكية". هذه الفضاءات تتميز بتكنولوجيا مبتكرة مثل:

- الذكاء الاصطناعي في تقديم العروض الخاصة بالعملاء.
- التجارب التفاعلية مثل الشاشات التفاعلية التي تساعد العملاء في اختيار المنتجات.
- الواقع المعزز (AR) لتجربة المنتجات بطريقة افتراضية قبل شرائها.
- التسوق عبر الأجهزة المحمولة في المراكز التجارية.

6.الاستدامة في الفضاءات التجارية المستقبلية

من المتوقع أن تتوجه الفضاءات التجارية في المستقبل إلى تحقيق الاستدامة البيئية ستعتمد المزيد من المباني التجارية على تقنيات الطاقة المتجددة مثل الطاقة الشمسية والرياح، بالإضافة إلى استخدام مواد بناء صديقة للبيئة وتحسين كفاءة استخدام المياه.

[1] أحمد عبد الله، المرجع السابق،ض46

7.الفضاءات التجارية متعددة الاستخدامات:

تشهد المدن الحديثة تطورًا نحو إنشاء فضاءات تجارية متعددة الاستخدامات، حيث تتداخل المساحات التجارية مع السكنية والترفيهية. هذه الفضاءات تقدم بيئة حضرية متكاملة للمستهلكين، مما يعزز من تجربة التسوق والعيش في نفس الوقت.

المطلب الثالث: وظائف الفضاءات التجارية في الوسط الحضري

يتناول هذا المطلب الوظائف المتعددة التي تؤديها الفضاءات التجارية في الحياة الحضرية، مثل توفير السلع والخدمات، تعزيز النشاط الاقتصادي، تحسين مستوى المعيشة، وزيادة التفاعلات الاجتماعية بين السكان، كما يعرض دور هذه الفضاءات في تحديد الأنماط الحضرية وتحقيق التكامل بين مختلف المناطق السكنية والمناطق التجارية.

فالفضاءات التجارية في الوسط الحضري تلعب دورًا أساسيًا في تحسين جودة الحياة وتحقيق التوازن بين النمو الاقتصادي والاجتماعي داخل المدن، هذه الفضاءات لا تقتصر فقط على البيع والشراء بل تؤدي عدة وظائف متعددة تؤثر بشكل مباشر على الحياة الحضرية، فيما يلي بعض الوظائف الرئيسية للفضاءات التجارية في الوسط الحضري:

1.وظيفة اقتصادية:

تُعتبر الفضاءات التجارية محركًا رئيسيًا للاقتصاد الحضري، حيث تساهم بشكل كبير في[1]:

- **تحفيز النشاط التجاري** : من خلال جذب التجار والمستهلكين إلى المركز التجاري أو المنطقة التجارية، مما يعزز حركة التجارة والاقتصاد المحلي.
- **خلق فرص عمل** : تساهم الفضاءات التجارية في توفير العديد من الوظائف للأفراد في مختلف المجالات مثل البيع، التسويق، الإدارة، والخدمات.

[1] Maroua Alama : Le rôle du centre commercial dans le développement de la ville projet MALL (complexe de commerce et de loisir), Université 8 Mai 1945, pages 22-24.

- **تعزيز الاستثمار** : وجود فضاءات تجارية نابضة بالحياة يمكن أن يشجع على الاستثمارات المحلية والأجنبية في المدينة، مما يعزز من التنمية الاقتصادية.

2.وظيفة اجتماعية وثقافية

الفضاءات التجارية ليست مجرد أماكن للبيع، بل تلعب دورًا كبيرًا في الحياة الاجتماعية والثقافية للمدينة:

- **مراكز للتفاعل الاجتماعي** : تجذب الفضاءات التجارية الناس من مختلف الخلفيات الاجتماعية والاقتصادية، مما يجعلها أماكن حيوية للتواصل والتفاعل[1].
- **دعم التنوع الثقافي** : من خلال تقديم منتجات وخدمات متنوعة، تساهم الفضاءات التجارية في تعزيز التنوع الثقافي داخل المجتمع، سواء من خلال الأسواق المحلية أو المتاجر العالمية.
- **تنظيم الفعاليات الثقافية** : في بعض الحالات، تُستخدم الفضاءات التجارية لتنظيم فعاليات ثقافية وفنية مثل المعارض والحفلات والأنشطة المجتمعية التي تسهم في تعزيز الحياة الحضرية.

3.وظيفة بيئية:

مع تزايد الوعي البيئي، أصبحت الفضاءات التجارية تلعب دورًا مهمًا في الحفاظ على البيئة في المدن:

- **تعزيز الاستدامة** : العديد من الفضاءات التجارية الحديثة تبني أنظمة بيئية مستدامة مثل استخدام الطاقة الشمسية، إعادة تدوير النفايات، واستخدام مواد بناء صديقة للبيئة.

[1] محمد الطائي، الفضاءات التجارية في المدن الحضرية: دورها الاقتصادي والاجتماعي. دار المعرفة الجامعية،2019،ص87

- **تقليل بصمة الكربون** : توفير وسائل نقل مستدامة داخل المناطق التجارية (مثل مسارات الدراجات أو محطات الشحن الكهربائية) يساعد في تقليل الانبعاثات الناتجة عن النقل.

- **الحد من التلوث** : العديد من الفضاءات التجارية تلتزم بتقنيات لتحسين جودة الهواء وتنقية المياه في المناطق الحضرية.

4.وظيفة حضرية لتشكيل الهوية الحضرية:

تعتبر الفضاءات التجارية جزءًا من هوية المدينة، حيث تساهم في:

- **إحياء المناطق** : يمكن للفضاءات التجارية أن تساعد في تجديد المناطق الحضرية القديمة والمتهالكة، مما يحفز على تحسين جودة الحياة في تلك المناطق.

- **تعزيز الطابع المحلي** : تساهم الفضاءات التجارية المحلية في الحفاظ على الطابع الثقافي والتراثي للمدينة، مما يعزز من الهوية المحلية ويجذب السياح والزوار[1].

- **دمج الفضاءات العامة** : بعض الفضاءات التجارية تُدمج مع المساحات العامة مثل الساحات والحدائق، مما يخلق بيئات حضرية متعددة الاستخدامات ومتنوعة.

5.وظيفة خدماتية:

توفر الفضاءات التجارية العديد من الخدمات التي تسهل الحياة اليومية في المدينة، مثل:

- **توفير السلع والخدمات** : تتيح للأفراد الوصول السريع إلى احتياجاتهم اليومية من المنتجات المختلفة مثل الطعام، الملابس، الأجهزة الكهربائية، وغيرها.

- **الخدمات المصرفية والإدارية** : العديد من المراكز التجارية تشمل خدمات مصرفية، بريدية، أو حتى مراكز معلومات حكومية، مما يسهل إتمام المعاملات.

[1] محمد الطائي، المرجع السابق، ص88

- **توفير الترفيه والتسلية** : بالإضافة إلى التسوق، يمكن للفضاءات التجارية أن تقدم خيارات ترفيهية متنوعة مثل دور السينما، المطاعم، المتنزهات، وغيرها، مما يجعلها أماكن جذب للعائلات والشباب.

6.وظيفة تصميم حضري:

الفضاءات التجارية تؤثر بشكل مباشر على تصميم وتخطيط المدينة:

- **تحفيز التطوير العمراني** : إنشاء مراكز تجارية يساهم في تطوير المناطق المحيطة، مثل تحسين الطرق، البنية التحتية، وزيادة الخدمات العامة.

- **إعادة تحديد المناطق الحضرية** :الفضاءات التجارية الكبرى، مثل مراكز التسوق أو الأسواق المتخصصة، يمكن أن تكون نقطة جذب رئيسية تساعد في إعادة تشكيل الأحياء الحضرية وجذب الأنشطة التجارية والسياحية.

7.وظيفة تسويقية وابتكارية

- **ابتكار طرق التسوق** : الفضاءات التجارية، خاصة في العصر الحديث، أصبحت تشمل تقنيات جديدة مثل البيع عبر الإنترنت مع إمكانية استلام المنتجات في المتاجر، مما يعزز تجربة التسوق المتكاملة.

- **تجربة المستخدم** : الفضاءات التجارية الحديثة تقدم تجارب تفاعلية مع التكنولوجيا مثل الشاشات التفاعلية، الواقع المعزز(AR) ، وتقديم خدمات مخصصة باستخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل تفضيلات العملاء[1].

[1]محمد الطائي، المرجع السابق، ص89

المبحث الثاني: العلاقات الحضرية ومحدداتها

يتناول هذا المبحث **العلاقات الحضرية** التي تنشأ نتيجة التفاعلات بين الفضاءات التجارية والعناصر الحضرية الأخرى.

المطلب الأول: مفهوم العلاقات الحضرية

العلاقات الحضرية تشير إلى التفاعلات والروابط التي تتشكل بين الأفراد، المؤسسات، والمرافق داخل البيئة الحضرية أو المدينة، هذه العلاقات يمكن أن تكون اجتماعية، اقتصادية، أو مكانية، وهي تعدّ جزءًا أساسيًا من النسيج الاجتماعي والاقتصادي للمدينة، تتأثر هذه العلاقات بالعديد من العوامل مثل النمو السكاني، التوسع العمراني، التحولات الاقتصادية، والتغيرات في التقنيات والوسائل الحديثة.

وهناك عدة تعاريف تعريفات مختلفة لمفهوم العلاقات الحضرية من زوايا متنوعة[1]:

1.التعريف الاجتماعي:

من الناحية الاجتماعية، تُعتبر العلاقات الحضرية هي شبكة التفاعلات الإنسانية داخل المدن، والتي تشمل العلاقات بين الأفراد من مختلف الفئات العمرية والاجتماعية، والروابط بين الجماعات المختلفة، مثل العلاقات بين الجيران، الأصدقاء، والعائلات هذه العلاقات تُساهم في تنظيم الحياة الاجتماعية وتشكيل الهوية الثقافية للمدينة.

2.التعريف الاقتصادي:

على الصعيد الاقتصادي، تشير العلاقات الحضرية إلى التفاعلات التي تحدث بين الأنشطة التجارية والصناعية في المدينة. هذه التفاعلات تشمل العلاقة بين المستهلكين والموردين،

[1]محمد علي، **العلاقات الحضرية: التفاعلات الاجتماعية والاقتصادية في المدن**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2017،ص78

وبين الشركات المحلية والدولية. كما تتضمن التفاعلات بين مؤسسات الأعمال والمرافق المالية والخدمية، وتأثيرها على التنمية الاقتصادية والتوسع في الأسواق المحلية.

3.التعريف المكاني:

من الجانب المكاني، العلاقات الحضرية تشير إلى كيفية توزيع الأنشطة البشرية (مثل السكن، العمل، الترفيه) في الفضاء الحضري وتأثيرها على الحركية والتخطيط العمراني . يشمل ذلك كيفية تأثير المواقع الجغرافية على التنقلات اليومية للسكان، وكيفية تنظيم الأنشطة وفقًا للأماكن المختلفة (الأحياء السكنية، المناطق التجارية، الصناعية، أو الترفيهية).

4.التعريف العمراني:

في التخطيط العمراني، تعتبر العلاقات الحضرية هي التفاعلات التي تحدث بين العناصر المكانية في المدينة مثل الطرق، المباني، الفضاءات العامة، والتجهيزات الخدمية. يهدف هذا النوع من العلاقات إلى تحسين الاستفادة من الفضاءات العامة، وتسهيل حركة الأشخاص والبضائع، وتحقيق التوازن بين الاحتياجات السكنية، التجارية، والترفيهية.

5.التعريف الثقافي:

من المنظور الثقافي، العلاقات الحضرية تتعلق بتبادل القيم الثقافية والاجتماعية بين الأفراد والمجموعات في المدينة. هي شبكة من التفاعلات التي تؤثر في العادات والتقاليد في الحياة الحضرية، مثل المشاركة في الفعاليات الثقافية والفنية أو في الأنشطة الترفيهية[1].

[1]محمد علي، المرجع السابق،ص79

6.التعريف البيئي:

فيما يتعلق بالبيئة الحضرية، تشير العلاقات الحضرية إلى التفاعلات بين البشر والمحيط البيئي في المدينة، مثل تأثير الأنشطة البشرية على الهواء، الماء، والمساحات الخضراء . كما تشمل هذه العلاقات الاستدامة البيئية من خلال الممارسات التي تهدف إلى تقليل التلوث والمحافظة على الموارد الطبيعية.

7.التعريف الوظيفي:

في مجال الوظائف الحضرية، يُنظر إلى العلاقات الحضرية على أنها الطريقة التي ترتبط بها الوظائف المختلفة في المدينة، سواء كانت وظائف سكنية، تجارية، أو إدارية،وهذه العلاقات تشمل التفاعل بين الأنشطة المختلفة مثل ربط المساحات السكنية بالمناطق التجارية، وتوافر وسائل النقل التي تسهل الوصول إلى مختلف المناطق.

7.التعريف السياسي:

من الزاوية السياسية، يمكن أن تُعتبر العلاقات الحضرية التفاعلات بين المؤسسات الحكومية والمواطنين داخل المدينة. يشمل ذلك إدارة الشؤون المحلية، التخطيط الحضري، وتقديم الخدمات العامة، بالإضافة إلى العلاقات بين المدن والسلطات الإقليمية أو الوطنية.

8.التعريف التكنولوجي:

من ناحية التكنولوجيا الحضرية، تشير العلاقات الحضرية إلى التفاعل بين التكنولوجيا والفضاءات الحضرية،يشمل ذلك الأنظمة الذكية مثل التنقل الذكي، إدارة النفايات الإلكترونية، وأدوات التحكم في البنية التحتية الحضرية مثل الإنترنت للأشياء(IoT) ، الذي يعزز التفاعل بين البشر والبيئة الحضرية.

بشكل عام، يمكن فهم العلاقات الحضرية على أنها شبكة من الروابط المتشابكة التي تتضمن تفاعلات بين الأنشطة المختلفة داخل المدينة، سواء كانت تجارية، صناعية، سكنية، ثقافية، أو خدمية، وتهدف هذه العلاقات إلى تحقيق التوازن بين مختلف الأنماط الحضرية وضمان تسيير الحياة اليومية بشكل يسهم في تحقيق الاستدامة وتحسين جودة الحياة في الوسط الحضري[1].

المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في العلاقات الحضرية

العلاقات الحضرية هي شبكة معقدة من التفاعلات التي تحدث بين الأفراد، الأنشطة الاقتصادية، والمرافق في البيئة الحضرية، هذه العلاقات تتأثر بعدد من العوامل التي تحدد طبيعة الترابطات الاجتماعية، الاقتصادية، والمكانية في المدن. يمكن تقسيم هذه العوامل إلى عدة فئات رئيسية تشمل العوامل الاجتماعية، الاقتصادية، البيئية، التقنية، والسياسية.

1.العوامل الاجتماعية:

- **النمو السكاني:**

الزيادة السكانية تؤدي إلى ضغط أكبر على الخدمات والموارد المتاحة في المدينة، مما يغير أنماط العلاقات الاجتماعية، على سبيل المثال، قد تنشأ مشاكل اجتماعية مثل الازدحام والتوترات الاجتماعية نتيجة لزيادة الكثافة السكانية.

- **الطبقات الاجتماعية:**

التقسيم الطبقي في المدن يؤثر بشكل كبير على طبيعة التفاعلات الاجتماعية بين الأفراد، في المدن الكبيرة، يكون هناك تباين في الوضع الاجتماعي والاقتصادي مما يخلق فجوات اجتماعية تؤثر على تكوين علاقات بين الطبقات المختلفة.

[1]محمد علي، المرجع السابق،ص80

- **التنوع الثقافي:**

تتميز المدن بتنوع كبير في الجنسيات، اللغات، والأديان، مما يؤدي إلى ظهور علاقات متعددة الثقافات، هذا التنوع قد يساهم في تقوية التفاعل بين الثقافات المختلفة، لكنه قد يخلق أيضًا تحديات تتعلق بـ الاندماج الاجتماعي[1].

- **التغيرات الاجتماعية:**

التحولات في القيم الاجتماعية مثل الأسرة، العمل، والتفاعل بين الأجيال تؤثر على كيفية تكوين العلاقات الاجتماعية داخل الأحياء والمجتمعات الحضرية.

2.العوامل الاقتصادية:

- **النمو الاقتصادي:**

النمو الاقتصادي في المدينة يؤثر بشكل مباشر على الأنشطة التجارية والفرص الوظيفية المتاحة، زيادة الفرص الاقتصادية تعزز الروابط الاقتصادية بين الشركات والمستهلكين، مما يعزز العلاقات التجارية داخل المدينة.

- **توزيع الثروات والموارد:**

يمكن أن يؤدي التوزيع غير المتكافئ للثروات والموارد في المدينة إلى تعزيز الانقسامات الاجتماعية، فالتفاوت الاقتصادي بين الأحياء الراقية والأحياء الفقيرة يؤدي إلى علاقات غير متكافئة وتوزيع غير عادل للفرص.

[1]سميرالرفاعي، **العلاقات الحضرية والعوامل المؤثرة فيها: دراسة في التفاعلات الاجتماعية والاقتصادية في المدن**، دار الثقافة الجامعية.بيروت،2015، ص125

- **التحولات في سوق العمل:**

التحولات في أنماط العمل (مثل الانتقال من العمل الصناعي إلى العمل الخدمي أو التقني)تؤثر على الأنشطة الاقتصادية في المدينة وتغير من أنماط العلاقات بين العاملين في مختلف القطاعات الاقتصادية[1].

- **البنية التحتية الاقتصادية:**

التجارة، النقل، والاستثمار في البنية التحتية تؤثر على العلاقات الاقتصادية بين مختلف المرافق في المدينة، كما أن تطوير الأسواق والمنشآت التجارية يعزز من الاقتصاد المحلي ويفتح مجالات لتفاعلات تجارية جديدة.

3.العوامل البيئية:

- **التخطيط العمراني:**

التخطيط الحضري له تأثير كبير على العلاقات المكانية بين الأنشطة المختلفة داخل المدينةالمناطق السكنية والمناطق التجارية يجب أن تُخطط بطريقة تتيح تفاعلات فعالة بين مختلف الأنشطة الحضرية، على سبيل المثال، وجود فضاءات عامة ومناطق خضراء يعزز التفاعل الاجتماعي والبيئي بين سكان المدينة.

- **الاستدامة البيئية:**

في ظل التحديات البيئية المتزايدة، يتعين على المدن أن تتبنى سياسات الاستدامة البيئيةالتلوث، إدارة النفايات، واستهلاك الطاقة تؤثر في العلاقات البيئية بين الأفراد

[1]سمير الرفاعي، المرجع السابق،ص126

والمحيط الحضري، كما أن التفاعل بين المدينة والمساحات الطبيعية في المناطق الحضرية يساهم في بناء علاقات صحّية ومستدامة[1].

- **المخاطر البيئية:**

كالكوارث الطبيعية مثل الفيضانات أو الزلازل، التي قد تؤثر على المناطق الحضرية وتغير من شكل العلاقات الاجتماعية والاقتصادية بين سكان المدينة بسبب الحاجة إلى إعادة بناء أو إعادة توزيع الموارد[2].

4.العوامل التقنية:

- **التقدم التكنولوجي:**

التكنولوجيا تلعب دورًا مهمًا في تحسين التواصل وإدارة الموارد في المدينة. التقنيات الحديثة مثل الإنترنت، الهواتف الذكية، والتطبيقات الذكية تسهل التفاعل بين الأفراد والمؤسسات، وتسمح بإيجاد حلول مبتكرة للتحديات الحضرية.

- **التنقل الذكي:**

تعتمد العلاقات الحضرية على الأنظمة الذكية في النقل مثل القطارات الذكية أو الباصات الكهربائية الاستدامة في النقل وإدارة الحركة يمكن أن تحسن التنقل بين الأفراد والمناطق المختلفة في المدينة، مما يعزز العلاقات بين الأحياء والمناطق السكنية والتجارية.

[1]عمري هاجر، لعزري ريمة :أثر العوامل الموقفةبالمراكز التجارية على اتخاذ قراراالشراء – دراسة حالة عينة من المراكز بالشرق الجزائري – المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، لسنة 2017 –2018،ص31

[2]سمير الرفاعي، المرجع السابق،ص127

- **الثورة الرقمية:**

الرقمنة تساهم في تسهيل العمليات التجارية والتعليمية والاجتماعية، مما يؤدي إلى تعزيز العلاقات الرقمية داخل المدينة بين الأفراد والمجتمعات علاوة على ذلك، فإن الأنظمة الإلكترونية في إدارة الخدمات العامة تُسهل تفاعل المواطنين مع الحكومة.[1]

5.العوامل السياسية:

- **التخطيط الحضري والسياسات الحكومية:**

تؤثر السياسات الحضرية التي تتبناها الحكومات المحلية في تحديد طريقة توزيع الموارد والفرص عبر المدينة، على سبيل المثال، يمكن أن يؤثر التخطيط العمراني في تكوين مناطق سكنية وتجارية وتعليمية بطريقة تؤثر على الأنماط الاجتماعية والاقتصادية.

- **الاستقرار السياسي:**

الاستقرار السياسي في المدينة أو الدولة يعزز الاستثمار في مشاريع التنمية الحضرية ويؤدي إلى استقرار العلاقات الاقتصادية والاجتماعية بالمقابل الاضطرابات السياسية يمكن أن تؤدي إلى تدهور في الوضع الاقتصادي والاجتماعي

- **المشاركة المدنية:**

قدرة السكان على المشاركة في صنع القرارات السياسية تؤثر على العلاقات السياسية داخل المدينة المشاركة المجتمعية في التخطيط الحضري وفي اتخاذ القرارات الحكومية تعزز من الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي في المناطق الحضرية.

[1] سمير الرفاعي، المرجع السابق،ص128

6.العوامل الثقافية:

- **الهوية الثقافية:**

التنوع الثقافي في المدن يساهم في تشكيل علاقات متعددة بين مختلف الفئات السكانية، هذا التنوع يمكن أن يشكل تحديات في فهم بعض القيم والعادات، ولكنه يعزز التفاعل الثقافي ويخلق فرصًا للتبادل الفكري والفني.

- **الأنشطة الثقافية والفنية:**

يمكن أن تساهم المهرجانات، الفعاليات الثقافية، والأنشطة الترفيهية في تعزيز التفاعل الاجتماعي بين الأفراد من خلفيات مختلفة، مما يقوي العلاقات الثقافية في المجتمع الحضري[1].

المطلب الثالث: الفضاء العمراني كإطار للعلاقات الحضرية

يعتبر الفضاء العمراني من العناصر الأساسية التي تُشكّل الأنماط الحضرية وتؤثر في العلاقات الحضرية بين الأفراد والمجموعات في المدينة، فالتخطيط الحضري وتنظيم الفضاء العمراني يساهم بشكل كبير في تنظيم الأنشطة اليومية، التفاعلات الاجتماعية، الحركة الاقتصادية، والروابط الثقافية في البيئة الحضرية.

1.تعريف الفضاء العمراني:

الفضاء العمراني هو المساحة المادية التي تمثل البنية التحتية للمدينة وتشمل المباني، الطرق، المرافق العامة، المناطق الخضراء، والمرافق الاجتماعية التي تُستخدم في الأنشطة المختلفة، كما يُعد الفضاء العمراني الوعاء المكاني الذي يحتوي على الأنشطة الاجتماعية، الاقتصادية، والثقافية التي تمثل الحياة الحضرية.

[1]سمير الرفاعي، المرجع السابق،ص129

2.الفضاء العمراني وتأثيره على العلاقات الحضرية:

أ. التأثير المكاني على العلاقات الاجتماعية:

- التخطيط العمراني يؤثر بشكل مباشر على كيفية تنظيم العلاقات الاجتماعية بين الأفراد إذا كان هناك توزيع جيد للفضاءات العامة مثل الحدائق و الساحات، فهذا يسهل التفاعل الاجتماعي بين السكان على العكس، فإن المناطق السكنية المزدحمة أو المناطق التي تفتقر إلى المساحات العامة قد تُقلل من فرص التفاعل الاجتماعي.
- في المناطق المفتوحة مثل المناطق التجارية أو المناطق الترفيهية، تحدث علاقات اجتماعية متنوعة بين الأفراد من مختلف الطبقات الاجتماعية تتسم المناطق المفتوحة بكونها مكانًا لتبادل الأفكار والتفاعل بين الجماعات[1].
- العلاقة بين الفضاء العام والفضاء الخاص (مثل المنزل) هي من العوامل التي تؤثر في كيفية تكوين العلاقات الاجتماعية، المدن التي تتمتع بتخطيط يسمح بالفصل بين الفضاءات السكنية والمناطق التجارية تسهم في خلق بيئة حضرية أكثر توازنًا بين الخصوصية والأنشطة العامة.

ب. الفضاء العمراني وعلاقاته بالأنشطة الاقتصادية:

- المساحات التجارية (مثل المولات، الأسواق، والأسواق التجارية)تُعتبر مراكز حيوية للأنشطة الاقتصادية والتفاعلات التجارية والأسواق توفر فرصًا للمستهلكين والبائعين للاتصال المباشر، مما يساهم في تبادل السلع والخدمات.

[1]Tarrant, L. S., & Kim, C. O, Public Spaces and Commercial Development. Journal of Urban Design.2016,p96

- البنية التحتية للنقل (مثل الطرق والأنفاق وشبكات النقل العامة)تسهل التنقل بين المناطق السكنية والمناطق التجارية والصناعية، وبالتالي تسهم في تعزيز العلاقات الاقتصادية بين الأفراد والشركات.

- فضاءات العمل في المناطق التجارية الكبرى تكون نقطة التقاء رئيسية بين الشركات والعمال، والعلاقات التجارية تكون أكثر تنوعًا وتوسعًا في المدن التي توفر فضاءات مناسبة للأعمال التجارية و التواصل بين المهنيين.

- النشاط الاقتصادي في الفضاءات العمرانية يُساهم في خلق فرص عمل، كما يُعتبر من العوامل التي تؤثر على تحسين مستويات المعيشة للسكان داخل المدينة، هذه التفاعلات الاقتصادية تؤدي إلى بناء شبكات اجتماعية تُساهم في التكامل بين مختلف القطاعات الاقتصادية[1].

ج. الفضاء العمراني كإطار للعلاقات الثقافية:

- الفضاءات العامة والمرافق الثقافية مثل المكتبات، المتاحف، والمراكز الثقافية تساهم في تعزيز التفاعل الثقافي بين الأفراد من خلال مشاركة الأنشطة الثقافية والفنية.

- المهرجانات والفعاليات الثقافية التي تُنظم في فضاءات عامة مثل الساحات أو المتنزهات توفر فرصة للتفاعل بين سكان المدينة ومجموعات ثقافية متنوعة، مما يُعزز من التنوع الثقافي في البيئة الحضرية.

- الفضاء العمراني يساعد في بناء الهوية الثقافية للمدينة من خلال تنظيم الأنشطة الثقافية والاجتماعية في المناطق العامة مثل المراكز الثقافية والمسارح، مما يعزز الروابط الثقافية بين السكان ويُشجع على التبادل الثقافي.

[1]علي الطاهر، **دور الفضاءات التجارية في تعزيز التفاعلات الاجتماعية داخل المدن الحضرية**، مجلة الدراسات الحضرية، العدد(2)، الامارات،2016،ص، 123

د. الفضاء العمراني وعلاقاته بالبيئة الطبيعية:

- في ظل التحديات البيئية الحالية، يُعتبر الفضاء العمراني عنصرًا رئيسيًا في الاستدامة البيئية للمدينة، المدن التي تعتمد على التخطيط الأخضر والمناطق الخضراء توفر فضاءات عامة تساهم في تحسين جودة الهواء والتخفيف من التلوث.
- المناطق الخضراء مثل الحدائق العامة والمنتزهات تساهم في تقوية العلاقات الاجتماعية بين السكان وتوفير أماكن للاستجمام والراحة، كما أنها تُساهم في تعزيز الرفاهية النفسية والصحة العامة[1].
- الفضاء العمراني الذي يُركز على الاستدامة البيئية يشجع على ممارسات حياة صحية مثل المشي وركوب الدراجات، مما يُحسن من نوعية الحياة في المدينة ويعزز من التفاعل الإيجابي بين البيئة الحضرية وسكانها.

3.الفضاء العمراني كمحفز للعلاقات الحضرية المستدامة:

يمكن للفضاء العمراني أن يكون **إطارًا محفزًا** لتطوير **علاقات حضرية مستدامة** من خلال:

- **التخطيط الشامل:**يعتمد تنظيم الفضاء العمراني على التخطيط الحضري الذي يراعي التوازن بين الاحتياجات الاجتماعية، الاقتصادية، والبيئية .يشمل ذلك توفير المساحات العامة، المرافق الصحية، والمرافق التعليمية بشكل متوازن.
- **الدمج بين الاستخدامات:**من خلال دمج الأنشطة السكنية، التجارية، والصناعية في منطقة واحدة، يُمكن أن تُسهم في تعزيز التواصل الاجتماعي بين السكان وتعزيز الفرص الاقتصادية.

[1]علي الطاهر، المرجع السابق،ص124

- **التحكم في الكثافة السكانية** :العمل على تقليل الكثافة السكانية في بعض المناطق الحضرية يساعد في تحسين جودة الحياة، وتوفير مساحات واسعة للتنقل و التفاعل الاجتماعي.

4.التحديات التي يواجهها الفضاء العمراني في العلاقات الحضرية:

- **الازدحام الحضري** :تعتبر المناطق المزدحمة إحدى التحديات الكبرى في الفضاء العمراني، حيث تؤثر على نوعية الحياة الاجتماعية وتحد من التفاعلات الصحية بين الأفراد.

- **التفاوت العمراني** :بعض المدن تشهد تفاوتًا كبيرًا في توزيع الفضاءات بين المناطق الغنية والفقيرة. هذا التفاوت يؤثر على فرص التواصل الاجتماعي والوصول إلى الخدمات بين مختلف الطبقات الاجتماعية[1].

- **النقل الحضري** :عدم وجود نظام نقل عام فعال أو شبكة طرق متطورة قد يُعيق التفاعل بين الأحياء السكنية والمناطق التجارية، مما يؤثر في العلاقات الاقتصادية والاجتماعية.

- **التلوث البيئي** :التلوث الناتج عن الأنشطة الصناعية والنقل في المدن الكبرى يشكل تحديًا أمام الفضاء العمراني، حيث يؤثر سلبًا على العلاقات البيئية بين السكان والبيئة المحيطة.

[1]علي الطاهر، المرجع السابق،ص125

المبحث الثالث: دور الفضاءات التجارية في التنمية الحضرية

يتناول هذا المبحث التأثير المباشر وغير المباشر للفضاءات التجارية على **التنمية الحضرية.**

المطلب الأول: الفضاءات التجارية كمراكز جذب حضري

تعد الفضاءات التجارية من العناصر الأساسية التي تلعب دورًا محوريًا في تشكيل الهوية الحضرية وتوفير بيئة ملائمة للتفاعل الاجتماعي والاقتصادي في المدن. تتعدد أنواع الفضاءات التجارية، مثل المولات، الأسواق التقليدية، والمراكز التجارية الكبرى، وهذه كلها تُعد بمثابة مراكز جذب حضري لأنها تمثل نقاط تجمع للأفراد من مختلف المناطق داخل المدينة وخارجها. تسهم هذه الفضاءات التجارية في تحويل المدن إلى بيئات حية ومتجددة تستقطب الزوار المحليين والأجانب على حد سواء.

وفي هذا المطلب سنتناول دور الفضاءات التجارية في جذب السكان والزوار إلى المناطق الحضرية، كما يتم الحديث عن كيفية تحول الفضاءات التجارية إلى مراكز جذب ثقافي وترفيهي، فضلاً عن مساهمتها في تعزيز الصورة الحضارية للمدينة.

1.مفهوم الفضاءات التجارية كمراكز جذب حضري:

الفضاءات التجارية هي المساحات التي تُخصص لأغراض التجارة والأنشطة الاقتصادية، مثل المحلات التجارية، المولات، المراكز التجارية، الأسواق، وغيرها من الفضاءات التي يُعرض فيها السلع والخدماتوهي ليست مجرد مناطق للشراء، بل تمثل أماكن تفاعلية حيث يلتقي فيها الناس من خلفيات ثقافية واجتماعية واقتصادية متنوعة، مما يعزز التواصل الاجتماعي و الأنشطة الاقتصادية في المدن[1].

[1]محمد الزبيدي، الفضاءات التجارية وتأثيرها على الحياة الاجتماعية في المدن الكبرى. مجلة التخطيط الحضري،2018،ص 75

2.العوامل التي تجعل الفضاءات التجارية مراكز جذب حضري:

أ. التنوع التجاري والخدمات:

- الفضاءات التجارية الكبرى مثل المولات والمراكز التجارية تقدم تنوعًا واسعًا من السلع والخدمات التي تلبي احتياجات جميع الفئات الاجتماعية، سواء كانت الملابس، الأثاث، الأجهزة الإلكترونية، أو حتى الخدمات الترفيهية مثل السينما والمطاعم، يُعد تنوع العروض التجارية عاملاً جذبًا قويًا.
- يمكن لهذه الفضاءات أن تخلق تجربة تسوق متكاملة، حيث يزورها الأفراد ليس فقط بهدف الشراء، بل للتمتع بأوقات الفراغ عبر الأنشطة الترفيهية مثل السينما، المقاهي، و المنتزهات داخل هذه الفضاءات التجارية.

ب. الموقع الاستراتيجي:

- الموقع الجغرافي للفضاءات التجارية يلعب دورًا حاسمًا في جعلها مراكز جذب حضري،فعادة ما يتم بناء المولات والمراكز التجارية في الوسط الحضري أو بالقرب من المناطق السكنية ذات الكثافة السكانية العالية، مما يضمن تدفق الزوار بشكل مستمر.
- بالإضافة إلى ذلك فإن سهولة الوصول إلى هذه الفضاءات عبر وسائل النقل العامة والخاصة، ووجود مواقف سيارات واسعة، يعزز من جاذبية الفضاءات التجارية ويجعلها نقطة انطلاق مهمة في المدن الكبرى[1].

[1]محمد الزبيدي، المرجع السابق،ص76

ج. التأثير الاقتصادي:

- تعتبر الفضاءات التجارية جزءًا أساسيًا من الاقتصاد المحلي، فهي لا تقتصر على توفير السلع فحسب بل تساهم أيضًا في خلق فرص العمل سواء في مجال البيع والشراء، أو في تقديم الخدمات الإضافية مثل التسويق، الخدمات اللوجستية، و إدارة الأعمال.
- وجود العديد من المحلات التجارية والمراكز التجارية يسهم في نشاط اقتصادي مستمر داخل المدينة، ويحفز أيضًا على استثمارات جديدة في القطاع العقاري والأنشطة التجارية.

د. الفضاءات التجارية كأماكن للتفاعل الاجتماعي:

- تُعتبر الفضاءات التجارية أماكن تفاعل اجتماعي حيوية حيث يلتقي الأفراد من مختلف الطبقات الاجتماعية والاقتصادية، يمكن لهذه الفضاءات أن تكون بمثابة منتديات اجتماعية غير رسمية تتيح للناس مناقشة مواضيع مختلفة وتبادل الأفكار، بل وتشجيع التواصل بين المجتمعات المحلية.
- المعارض والفعاليات الثقافية أو الترفيهية التي تُقام في الفضاءات التجارية، مثل المهرجانات والحفلات الموسيقية، تساهم في تعزيز الروابط الاجتماعية بين سكان المدينة. كما تساعد على تشكيل هوية ثقافية للمناطق الحضرية التي تحتوي على مثل هذه الفضاءات.

هـ. التأثير الثقافي والترفيهي:

- الفضاءات التجارية الحديثة غالبًا ما تكون متعددة الاستخدامات، حيث تضم أيضًا مرافق ثقافية وترفيهية من خلال الأنشطة الثقافية مثل المعارض الفنية، العروض

المسرحية، والفعاليات الموسيقية، تساهم الفضاءات التجارية في جعل المدن أكثر جاذبية ثقافيًا.

- بالنسبة للزوار، تصبح هذه الفضاءات أماكن لاستكشاف الثقافة المحلية وكذلك المشاركة في الأنشطة الترفيهية، مما يعزز من قيمة الفضاء التجاري ويحولها إلى مراكز جذب حضري تستقطب الزوار من خارج المدينة[1].

3.دور الفضاءات التجارية في النمو الحضري:

أ. تعزيز التكامل الحضري:

- من خلال الأنشطة التجارية المتنوعة في هذه الفضاءات، تساهم هذه المراكز في تعزيز التكامل الحضري بين الأحياء المختلفة داخل المدينة .الفضاءات التجارية الكبرى تتجمع فيها مختلف الأنشطة الاقتصادية والتجارية التي تخدم الاحتياجات المحلية، مما يعزز من النمو الاقتصادي ويجعلها جزءًا لا يتجزأ من التخطيط الحضري.
- الفضاءات التجارية أيضًا تعمل على إعادة تأهيل بعض المناطق الحضرية، حيث يمكن أن تُسهم في تنشيط المنطقة المحيطة بها وجذب الاستثمارات، مما يساهم في تحسين مستوى المعيشة في هذه المناطق.

ب. التأثير على استخدام الأراضي:

- تُعتبر الفضاءات التجارية جزءًا من استخدام الأراضي في المدن، حيث أن وجود مراكز تجارية قريبة من المناطق السكنية يعزز من تكامل الأنشطة الاقتصادية مع النشاطات اليومية للسكان. في بعض الحالات، تُستخدم هذه الفضاءات كمراكز لربط

[1] محمد الزبيدي، المرجع السابقً،77

المناطق السكنية بالمنشآت التجارية، وبالتالي فإنها تصبح محورًا أساسيًا في تنظيم المدينة.

ج. تعزيز السياحة الحضرية:

- بعض الفضاءات التجارية تُعتبر وجهات سياحية بحد ذاتها، خاصة إذا كانت تضم عروضًا ثقافية وأنشطة سياحية موجهة للزوار من خارج المدينةالمولات الكبيرة والمراكز التجارية قد تكون مكانًا لزيارة العديد من السياح الذين يرغبون في اكتشاف نمط الحياة المحلي من خلال التسوق وزيارة المعالم الترفيهية.

4.التحديات التي تواجه الفضاءات التجارية كمراكز جذب حضري:

أ. التنافس بين الفضاءات التجارية:

- يمكن أن يواجه القطاع التجاري في بعض المدن منافسة شديدة بين المراكز التجارية الكبرى التي قد تؤثر في جذب الزوار، ففي حالة تواجد أكثر من مركز تجاري في نفس المنطقة، قد يكون من الصعب جذب الزبائن ما لم تكن هناك عروض متميزة و مرافق متطورة[1].

ب. مشكلة الزحام المروري:

- في بعض الأحيان تكون الفضاءات التجارية في المناطق الحضرية المزدحمة عرضة للزحام المروري بسبب ارتفاع الطلب على المساحات التجارية، مما يؤدي إلى ضغط على البنية التحتية.

[1]محمد الزبيدي، المرجع السابق،78

ج. تأثير التكنولوجيا على الفضاءات التجارية التقليدية:

- مع الزيادة الكبيرة في التسوق الإلكتروني، قد تصبح بعض الفضاءات التجارية التقليدية أقل جذبًا للزوار، حيث يفضل الناس شراء المنتجات عبر الإنترنت بدلاً من زيارة المراكز التجارية، هذا يشكل تحديًا رئيسيًا يجب على المراكز التجارية التكيف معه عن طريق تقديم تجارب جديدة للمستهلكين.

المطلب الثاني: دور الفضاءات التجارية في خلق فرص الشغل وتنشيط الاقتصاد المحلي

يتطرق هذا المطلب إلى أثر الفضاءات التجارية في خلق فرص العمل وتحفيز الاقتصاد المحلي من خلال استقطاب الاستثمارات وتعزيز الأعمال التجارية.

فالفضاءات التجارية تعد من العوامل الرئيسية التي تساهم في دعم الاقتصاد المحلي و خلق فرص الشغل في المجتمعات الحضرية. تلعب هذه الفضاءات دورًا حيويًا في تحفيز النشاط الاقتصادي، وتوفير بيئة مناسبة للاستثمار، بالإضافة إلى دعم الابتكار التجاري و التنوع في القطاعات الاقتصادية من خلال الأنشطة التجارية المختلفة التي تضمنها، تُعتبر الفضاءات التجارية محركًا قويًا لعدة مجالات اقتصادية واجتماعية في المدن[1].

1.الفضاءات التجارية كأداة لخلق فرص الشغل:

أ. توفير وظائف مباشرة:

- تمثل الفضاءات التجارية المولات والمراكز التجارية الكبرى مصدرًا رئيسيًا لفرص العمل في المدينة، حيث توفر وظائف مباشرة للعديد من الأفراد في مجالات مثل البيع، الخدمات، التسويق، الإدارة، الحراسة، وغيرها.

[1]محمد فايز البدر، **الفضاءات التجارية والأنماط الحضرية في المدن العربية: دراسة مقارنة**، مجلة العمارة والتخطيط، 2017،ص102

- محلات التجزئة والمطاعم والمقاهي هي مراكز تجارية هامة تمثل غالبية وظائف قطاع البيع، في حين تساهم المراكز التجارية الكبرى في خلق وظائف في مجالات أخرى مثل الصيانة، الخدمات اللوجستية، وإدارة الأحداث.

ب. فرص العمل غير المباشرة:

- إلى جانب الوظائف المباشرة في المتاجر أو المرافق التجارية، تساهم الفضاءات التجارية في خلق وظائف غير مباشرة في العديد من القطاعات مثل النقل العام، خدمات التوصيل، إعلانات، والشحن.

- على سبيل المثال، يستفيد قطاع النقل العام بشكل كبير من الفضاءات التجارية التي تعمل على جذب الزوار من داخل وخارج المدينة، مما يزيد من الطلب على حافلات النقل، القطارات، وخدمات سيارات الأجرة[1].

ج. تطوير قطاع الأعمال الصغيرة والمتوسطة:

- وجود فضاءات تجارية متنوعة يشجع على تأسيس الأعمال الصغيرة والمتوسطة، مثل المتاجر الصغيرة، المقاهي المحلية، ومحلات البيع بالتجزئة التي تساهم في تنشيط الأسواق المحلية.

- بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تكون الفضاءات التجارية منصات لريادة الأعمال حيث يُمكن للأفراد تطوير مشاريعهم التجارية، بل وفتح محلات أو مشاريع مبتكرة في المناطق التي تقدم فرصًا تجارية كبيرة.

[1] محمد فايز البدر، المرجع السابق،ص103

د. تحسين التوظيف في المجالات الصناعية والخدمية:

- الفضاءات التجارية الكبرى لا تقتصر على توفير وظائف في التجارة فقط، بل تلعب دورًا في القطاع الصناعي والخدمات اللوجستية،فعلى سبيل المثال، قد تتطلب المراكز التجارية الكبيرة توظيفًا متخصصًا في مجالات مثل إدارة المخزون، الصيانة، التسويق، والتصميم الداخلي، مما يخلق فرصًا متنوعة في العديد من التخصصات.

2.الفضاءات التجارية وتنشيط الاقتصاد المحلي:

أ. زيادة النشاط التجاري:

- الفضاءات التجارية تُعتبر حجر الزاوية لزيادة النشاط التجاري داخل المدينةالمولات والأسواق التجارية تساهم بشكل مباشر في زيادة المبيعات والتداول النقدي في الأسواق المحلية، هذا يؤدي إلى تحفيز الطلب على السلع والخدمات، مما يعزز قدرة المتاجر على توسيع أعمالها.
- الأنشطة التجارية داخل الفضاءات التجارية تساهم في تحقيق الأرباح للمتاجر المحلية، وهو ما يعزز قدرة أصحاب الأعمال على استثمار الأموال في تطوير مشاريعهم أو في استثمار رؤوس الأموال في مناطق جديدة[1].

ب. تعزيز السياحة التجارية:

- الفضاءات التجارية وخاصة المولات التجارية الكبرى والأسواق الترفيهية، تعمل على جذب السياح المحليين والدوليين، تُمثل هذه الفضاءات وجهات سياحية بحد ذاتها في

[1]محمد فايز البدر، المرجع السابق،ص104

بعض المدن الكبرى، حيث يتوجه السياح إلى المدن الكبرى ليس فقط من أجل زيارة المعالم السياحية، بل أيضًا للتسوق والاستمتاع بالأجواء التجارية[1].

- وبالتالي السياحة التجارية تساهم في زيادة الإيرادات المحلية من خلال الإنفاق الاستهلاكي في الفنادق، المطاعم، و وسائل النقل، مما يعزز النمو الاقتصادي المحلي.

ج. تحفيز الاستثمار العقاري:

- وجود مراكز تجارية كبيرة ومناطق تجارية متنوعة يعزز من جاذبية المدينة للاستثمارات العقاريةالعديد من الشركات العقارية تتوجه إلى المناطق التي تحتوي على فضاءات تجارية لأنها تعد من المحركات الاقتصادية التي تؤدي إلى زيادة الطلب على العقارات.
- الفضاءات التجارية تُعد مناطق جذب للمستثمرين الذين يسعون إلى تطوير مشاريع تجارية جديدة داخل المدن، مما يعزز النشاط العقاري ويُسهم في تطوير البنية التحتية للمدينة.

د. تنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة:

- توفر الفضاءات التجارية فرصًا مهمة لـ المشروعات الصغيرة والمتوسطة للتوسع والنمو فالعديد من أصحاب المشاريع الصغيرة يستفيدون من الإيجارات المنخفضة أو التسهيلات التجارية المتاحة في هذه الفضاءات لفتح محلاتهم الخاصة، وبالتالي تنشيط الاقتصاد المحلي من خلال تحسين مستويات الإنتاج والاستهلاك المحلي.

[1] محمد فايز البدر، المرجع السابق،ص105

- علاوة على ذلك، تساعد الفضاءات التجارية في فتح أسواق جديدة للمنتجات المحلية التي يتم تصديرها إلى أماكن أخرى، مما يعزز الصادرات ويُسهم في تحسين اقتصاديات المدينة.

3.الفضاءات التجارية وتعزيز التنمية الاقتصادية المستدامة:

أ. التنمية المستدامة في الفضاءات التجارية:

- من خلال التخطيط الجيد يمكن للفضاءات التجارية أن تكون محركًا رئيسيًا لتنمية اقتصادية مستدامة. إذ يمكن تصميم هذه الفضاءات بطريقة تدمج بين التجارة و التنمية البيئية، مثل المراكز التجارية الخضراء التي تستخدم الطاقة المتجددة وتُنفذ مشاريع تجارية تُسهم في تحسين البيئة المحلية[1].
- الفضاءات التجارية التي تتبع ممارسات بيئية مستدامة لا تساهم فقط في تحسين جودة الحياة في المدينة، بل تشجع أيضًا المستثمرين على المشاركة في الاقتصاد الأخضر، مما يساهم في تنشيط الاقتصاد المحلي على المدى الطويل.

ب. دعم الابتكار في المنتجات والخدمات:

- مع تزايد المنافسة في الفضاءات التجارية، يتعين على الشركات أن تتبنى الابتكار في المنتجات والخدمات التي تقدمها لجذب العملاء. لذلك، توفر هذه الفضاءات بيئة خصبة لتحفيز الابتكار التجاري الذي يساهم في تحسين الجودة و تنويع المنتجات، وهو ما يعود بالفائدة على الاقتصاد المحلي.

[1] محمد فايز البدر، المرجع السابق،ص106

المطلب الثالث: الفضاءات التجارية وآثارها على التنظيم المكاني والاجتماعي والثقافي

يناقش هذا المطلب تأثير الفضاءات التجارية على التنظيم المكاني للمدينة، وكيف تؤدي إلى إعادة هيكلة المناطق الحضرية وتحفيز التحولات في تصميم المدينة من خلال التوسع في المساحات التجارية.

كما يتناول هذا المطلب التأثير الاجتماعي والثقافي للفضاءات التجارية، مثل دورها في تعزيز التواصل الاجتماعي، دعم الهوية الثقافية، وتوفير مساحات ترفيهية تسهم في تحسين جودة الحياة في المدن.

أولاً: الفضاءات التجارية وآثارها على التنظيم المكاني:

الفضاءات التجارية ليست مجرد أماكن للتسوق أو للتبادل الاقتصادي فحسب، بل تؤثر بشكل كبير على التنظيم المكاني داخل المدينة أو المنطقة الحضرية، هذه الفضاءات تساهم في توزيع الأنشطة التجارية والاقتصادية في المدينة، وتنظيم الحركة العمرانية، وتوجيه تطور المدن نحو مناطق معينة. من خلال أنماط التوزيع المكاني لأنواع مختلفة من الفضاءات التجارية، يمكننا أن نفهم بشكل أعمق كيف تؤثر هذه الفضاءات في شكل المدينة وتخطيطها على المدى الطويل[1].

1.تأثير الفضاءات التجارية على توزيع الأنشطة في المدينة:

أ. خلق مناطق حضرية حيوية:

- الفضاءات التجارية خاصة المراكز التجارية الكبرى أو المولات تُعتبر من مراكز جذب حضري تساهم في إعادة تنظيم النشاط العمراني في المناطق المحيطة بها، هذه المراكز التجارية غالبًا ما تُسهم في تحفيز التطور العمراني داخل محيطها، مما يؤدي

[1] أحمد العساف، **التخطيط الحضري وتأثير الفضاءات التجارية على حياة المدينة**، دار الثقافة الحضرية، 2015،ص56

إلى تكاثر الأنشطة الاقتصادية في المناطق المجاورة مثل المطاعم، المقاهي، والمكاتب التجارية.

- مع تطور هذه الفضاءات تظهر مناطق جديدة للأنشطة التجارية والخدمية في المناطق الحضرية، مما يؤدي إلى التوسع الحضري في هذه الأماكن بشكل منظم ومتوازن.

ب. إعادة توزيع الحركة العمرانية:

- الفضاءات التجارية تشكل محركات رئيسية لـ الحركة العمرانية داخل المدن فهي تساهم في إعادة توزيع النشاطات الاقتصادية من المناطق التقليدية إلى المناطق الحديثة وهذا التحول يمكن أن يؤدي إلى نقل السكان والأنشطة التجارية إلى مناطق جديدة، مما يساهم في تخفيف الضغط عن المناطق القديمة ويعزز النمو العمراني في مناطق أخرى.

ج. تأثير الفضاءات التجارية على شبكات النقل:

- الفضاءات التجارية الكبرى تؤثر على شبكات النقل في المدينة تزداد الحاجة إلى طرق الوصول إلى هذه الفضاءات التجارية، مثل شبكات المواصلات العامة والطرق السريعة، مما يؤدي إلى تحسين بنية النقل في المدينة.
- هذه الفضاءات قد تُحفز أيضًا على تطوير الأنظمة اللوجستية، مثل مواقف السيارات ومراكز النقل، وبالتالي تساهم في تحسين التنقل الحضري بشكل عام[1].

[1] أحمدالعساف، المرجع السابق،ص57

2.تنظيم استخدام الأراضي في المدينة:

أ. توجيه نمو المدينة:

- الفضاءات التجارية تلعب دورًا أساسيًا في توجيه النمو العمراني للمدينة هذه الفضاءات تُحدد المحاور الحضرية، بحيث تصبح المناطق المجاورة لها مناطق اقتصادية حيوية ذات كثافة سكانية عالية، مما يُعزز من تخطيط الأراضي في المناطق المجاورة، حيث يتم تخصيص الأراضي لتطوير مشاريع سكنية وتجارية.
- من خلال توزيع الأنشطة التجارية في المدينة، يمكن للفضاءات التجارية أن تساهم في توزيع السكان بطريقة أكثر توازناً، مما يُحسن من توزيع الثروة والموارد في المدن.

ب. التقسيم الوظيفي للأراضي:

- الفضاءات التجارية تسهم في إعادة تقسيم الأراضي داخل المدن فهذه الفضاءات تساهم في تخصيص أراضٍ لأغراض تجارية بدلًا من استخدامها لأغراض سكنية فقط، مما يساهم في تحول بعض المناطق إلى مناطق تجارية بحتة أو مختلطة (مناطق تجمع بين السكن والتجارة).
- كما أن الفضاءات التجارية الحديثة يمكن أن تؤدي إلى تغييرات في تصنيف الأراضي بحيث يتم تخصيص أراضٍ خاصة بـ المولات، المراكز التجارية الكبرى، أو المناطق التجارية المتخصصة، مما يُسهم في تحقيق التنوع العمراني[1].

[1] أحمدالعساف، المرجع السابق،ص58

3.آثار الفضاءات التجارية على الهيكل العمراني للمدينة:

أ. تعزيز التجزئة الحضرية:

- مع نمو الفضاءات التجارية تظهر أنماط جديدة للتجزئة الحضرية ففي المدن الكبرى، قد تؤدي الفضاءات التجارية إلى تقسيم المدينة إلى مناطق تجارية مختلفة، تتنوع فيها الأنشطة بين الأنشطة التجارية، الخدمية، والسكنية.
- المولات الكبرى والمراكز التجارية قد تساهم في خلق مناطق متعددة الاستخدامات حيث تختلط الأنشطة التجارية مع الأنشطة السكنية، مما يُعد نوعًا من التخطيط العمراني المتكامل.

ب. التأثير على توازن الأنشطة الاقتصادية:

- الفضاءات التجارية الكبرى تساهم في إعادة توزيع الأنشطة الاقتصادية في المدينة، حيث قد تزداد الأنشطة التجارية في بعض المناطق بينما قد تنخفض في مناطق أخرى، هذا قد يؤدي إلى زيادة التركيز السكاني والاقتصادي في مناطق معينة من المدينة.
- على سبيل المثال يمكن أن تصبح المناطق التي تحتوي على مراكز تجارية كبرى وأسواق مفتوحة أماكن ذات أهمية اقتصادية كبيرة، مما يؤدي إلى زيادة الطلب على الأراضي في هذه المناطق.

4.الفضاءات التجارية وتأثيرها على الشكل العمراني للمدينة:

أ. التوسع الرأسي والأفقي:

- الفضاءات التجارية تسهم في توجيه التوسع العمراني في اتجاهات معينة في المدن الكبرى التي تشهد اكتظاظًا سكانيًا، قد تؤدي الفضاءات التجارية إلى التوسع الرأسي (بناء مباني متعددة الطوابق للمحلات التجارية) في المناطق ذات الكثافة السكانية العالية.
- في المقابل في المدن الأقل كثافة سكانية، قد تؤدي الفضاءات التجارية إلى التوسع الأفقي، حيث يتم إنشاء مراكز تجارية كبيرة على أطراف المدينة أو في المناطق النائية، مما يؤدي إلى انتشار المدن على نطاق أوسع[1].

ب. تأثير الفضاءات التجارية على المعالم الحضرية:

- الفضاءات التجارية الكبرى خاصة تلك التي تضم مراكز تجارية ذات تصميم معماري حديث، تساهم في إعادة تشكيل هوية المدينة وقد يصبح المركز التجاري جزءًا من المعالم الحضارية المميزة للمدينة، حيث يشكل نقطة جذب كبيرة للمقيمين والزوار.
- هذه الفضاءات من خلال تصميمها المعماري ومساحتها الواسعة قد تتحول إلى مراكز حضرية تسهم في تعزيز الهوية العمرانية للمدينة.

[1] Abdel-Fattah, M. H. The Role of Commercial Spaces in Urban Development, Urban Studies Journal,2019,p63

5.التحديات المتعلقة بتأثير الفضاءات التجارية على التنظيم المكاني:

أ. تزايد الازدحام والتلوث:

- مع تزايد الفضاءات التجارية قد تنشأ مشاكل الازدحام المروري بسبب زيادة أعداد الزوار والمركبات التي تتوجه إلى هذه الفضاءات. هذا يمكن أن يؤدي إلى زيادة التلوث البيئي خاصة في المدن التي تعاني من ازدحام مرور.

ب. تأثير الفضاءات التجارية على المناطق السكنية:

- قد تُسهم الفضاءات التجارية في ارتفاع أسعار الأراضي في المناطق المحيطة بها، مما يؤدي إلى تحويل الأراضي السكنية إلى تجارية أو تجارية مختلطة، وقد يؤثر ذلك على البنية الاجتماعية لسكان المنطقة. قد ينتقل بعض السكان بسبب الارتفاع الحاد في تكاليف المعيشة في هذه المناطق[1].

ج. التفكك الاجتماعي:

- مع النمو السريع للفضاءات التجارية قد يؤدي ذلك إلى تفكك اجتماعي في بعض المناطق حيث يزداد التركيز على الأنشطة الاقتصادية التجارية على حساب الأنشطة الاجتماعية والثقافية وهذا قد يؤدي إلى تغييرات في الهوية الاجتماعية لبعض الأحياء.

ثانيا: الفضاءات التجارية وآثارها الاجتماعية والثقافية

الفضاءات التجارية لا تقتصر على الأبعاد الاقتصادية فقط، بل تمتد آثارها لتشمل جوانب اجتماعية وثقافية مهمة تؤثر بشكل كبير على حياة الأفراد والمجتمعات في المدن. تلعب هذه الفضاءات دورًا حيويًا في إعادة تشكيل العلاقات الاجتماعية، التفاعلات الثقافية،

[1] أحمد العساف، المرجع السابق،ص58

والهويات الجماعية، إضافة إلى تأثيراتها على الأنماط الاستهلاكية والسلوك الاجتماعي، سنتناول في هذا القسم كيفية تأثير الفضاءات التجارية على النسيج الاجتماعي والثقافي للمدن.

1.الآثار الاجتماعية للفضاءات التجارية

أ. تعزيز التفاعل الاجتماعي:

- الفضاءات التجارية توفر بيئة مناسبة للتفاعل الاجتماعي بين الأفراد من مختلف الطبقات الاجتماعية، العمرية، والثقافية، فالمولات والمراكز التجارية تعتبر أماكن اجتماعية حيث يمكن للأفراد التسوق، الترفيه، التفاعل، والاستمتاع بالأنشطة الترفيهية[1].
- من خلال هذه التفاعلات اليومية يصبح الفضاء التجاري نقطة التقاء للعديد من الفئات الاجتماعية، مما يعزز من التواصل الاجتماعي بين الناس ويُساعد في تعزيز العلاقات الإنسانية.

ب. خلق مجتمعات محلية جديدة:

- تعمل الفضاءات التجارية على تحفيز تكوين مجتمعات محلية حول الأنشطة التجارية فهذه الفضاءات تُسهم في ظهور مجموعات اجتماعية جديدة تكون مرتبطة بمكان معين، حيث يشكل المشترون والبائعون، أو الزوار والموظفون، شبكة علاقات اجتماعية متجددة.
- مع تطور هذه المجتمعات حول الفضاءات التجارية، تتشكل ثقافة محلية مرتبطة بموقع هذه الفضاءات، مما يؤدي إلى تأثيرها على الهوية المجتمعية في المدينة.

[1] White, B. T. The Dynamics of Commercial Spaces in Cities. Cambridge University Press,2017,p45

ج. تعزيز أسلوب الحياة الاستهلاكي:

- الفضاءات التجارية، من خلال عروضها المتنوعة للمنتجات والخدمات، تساهم في تعزيز أسلوب الحياة الاستهلاكي،مع توفر السلع المتنوعة، التخفيضات، والعلامات التجارية العالمية، تصبح هذه الفضاءات أماكن لإظهار التوجهات الاستهلاكية للأفراد.
- بمرور الوقت، تؤثر هذه العروض على السلوك الاجتماعي، حيث تزداد ظاهرة الشراء المستمر والسعي وراء العلامات التجارية، مما يساهم في خلق ثقافة استهلاكية جديدة في المجتمع.

د. تأثير الفضاءات التجارية على العائلات:

- تلعب الفضاءات التجارية دورًا في تغيير أساليب الحياة العائلية فتوفر هذه الفضاءات أماكن ترفيهية يمكن أن تكون بمثابة أماكن تجمع للعائلاتعلى سبيل المثال، المراكز التجارية الكبرى قد تحتوي على صالات سينما، أماكن لعب للأطفال ومطاعم عائلية.
- الأنشطة الاجتماعية التي تُعرض داخل هذه الفضاءات تسهم في تعزيز الروابط العائلية، بالإضافة إلى ذلك تساهم هذه الفضاءات في تغيير عادات الترفيه العائلي نحو قضاء أوقات أكبر في الفضاءات التجارية بدلاً من الأنشطة الاجتماعية التقليدية[1].

[1] محمدالزبيدي، المرجع السابق،ص39

2.الآثار الثقافية للفضاءات التجارية:

أ. تأثير الفضاءات التجارية على التنوع الثقافي:

- الفضاءات التجارية الكبرى في المدن الكبرى عادةً ما تكون مفتوحة للثقافات المتنوعة، سواء من خلال السلع المستوردة من مختلف أنحاء العالم أو من خلال الزوار المتنوعين الذين يتوافدون من مختلف الطبقات والفئات الثقافية.
- هذه الفضاءات تساهم في التبادل الثقافي، حيث يمكن للزوار من خلفيات ثقافية مختلفة التفاعل ومشاركة أفكارهم وتجاربهم، كما يُمكن أن تعرض الفضاءات التجارية بعض الفعاليات الثقافية مثل المعارض والفعاليات الموسيقية، مما يُساهم في تعزيز التبادل الثقافي بين الأفراد.

ب. الفضاءات التجارية كمنصات للثقافة الشعبية:

- تلعب الفضاءات التجارية دورًا مهمًا في الترويج للثقافة الشعبية .من خلال تصميم محلات وأنشطة ترفيهية تتماشى مع اتجاهات العصر، تصبح الفضاءات التجارية في كثير من الأحيان منصة لعرض الثقافات الشابة و التيارات الحديثة مثل الموضة والموسيقى والفن المعاصر.
- من خلال هذه الأنشطة، تساهم الفضاءات التجارية في تشجيع الثقافة الاستهلاكية الشعبية التي تؤثر على الفئات الشابة وتساعد في تشكيل الهوية الثقافية للأجيال الجديدة[1].

[1] محمدالزبيدي، المرجع السابق،ص40

ج. التأثير على الهوية الثقافية المحلية:

- في بعض الحالات قد تؤدي الفضاءات التجارية إلى تآكل الهوية الثقافية المحلية، حيث تهيمن العلامات التجارية العالمية والثقافات الأجنبية على المنتجات والخدمات المتاحة في هذه الفضاءات وهذا قد يُقلل من تواجد المنتجات التقليدية والأنشطة الثقافية المحلية.
- ومع ذلك يمكن أن تكون الفضاءات التجارية أيضًا مكانًا لعرض الثقافة المحلية من خلال المنتجات الحرفية، المأكولات التقليدية، والفعاليات الثقافية، مما يُساهم في الحفاظ على التراث الثقافي وسط العصر الحديث.

د. نشر العولمة الثقافية:

- الفضاءات التجارية، التي تُعرض فيها المنتجات العالمية، تسهم في نشر العولمة الثقافية .فالمولات الكبيرة والمراكز التجارية تقدم منتجات عالمية تعكس ثقافات مختلفة، مثل الأزياء والمنتجات الغذائية و التكنولوجيا.
- هذا يؤدي إلى تسريع عملية العولمة الثقافية، حيث يتأثر المجتمع المحلي بشكل أكبر بالثقافات الأجنبية، مما يؤثر على العادات والتقاليد، ويخلق نوعًا من التقارب الثقافي بين المجتمعات المختلفة.

3. .آثار الفضاءات التجارية على التفاعل الاجتماعي عبر الأجيال:

أ. تأثير على الفئات العمرية المختلفة:

- الفضاءات التجارية توفر مساحات متنوعة تتناسب مع احتياجات جميع الفئات العمرية، بينما قد يفضل الشباب التسوق في المولات العصرية، قد تُفضل العائلات زيارة المراكز التجارية التي تقدم أنشطة ترفيهية مشتركة.

- من خلال تصميم الفضاءات التجارية واختيار الأنشطة والسلع المتاحة فيها، يمكن للفضاءات التجارية أن تؤثر بشكل كبير على كيفية تفاعل الأجيال المختلفة داخل المجتمع.

ب. تعزيز العلاقات بين الأجيال:

- الفضاءات التجارية يمكن أن تساهم في تعزيز العلاقات بين الأجيال من خلال تقديم أنشطة مشتركة يمكن أن تجمع بين الأطفال والشباب والكبار. على سبيل المثال، يمكن للأسر أن تشارك في أنشطة تسويقية جماعية، مما يعزز من الروابط الأسرية و العلاقات بين الأجيال[1].

[1].محمدالزبيدي، المرجع السابق،ص42

خلاصة الفصل الأول:

من خلال هذا الفصل تناولنا الفضاءات التجارية وأثرها على التنمية الحضرية من خلال تحليل مفاهيم الفضاءات التجارية وتطورها في المدن، إلى دراسة العلاقات الحضرية الناتجة عنها، يتضح أن الفضاءات التجارية ليست مجرد أماكن بيع بل هي عوامل رئيسية في تحقيق التنمية المستدامة داخل المدينة.

إن الفضاءات التجارية تسهم في تنشيط الاقتصاد المحلي، وخلق فرص العمل، وتحفيز الأنشطة الاجتماعية والثقافية .كما تلعب دورًا محوريًا في التنظيم المكاني للمدينة، مما يؤثر بشكل مباشر على جودة الحياة الحضرية.

الفصل الثاني:

دراسة ميدانية لولاية الأغواط

تمهيد:

تُعتبر ولاية الأغواط واحدة من الولايات الجزائرية التي تتمتع بتاريخ طويل وتراث غني، وتُعد من المناطق الهامة في الجزائر سواء من الناحية الجغرافية أو الديموغرافية. كما أن الفضاءات التجارية تلعب دورًا محوريًا في تشكيل العلاقات الحضرية وتنمية المدينة بشكل عام في هذا السياق، يتناول هذا البحث مختلف الجوانب المتعلقة بالإطار الجغرافي والديموغرافي للولاية، وكذلك تحليل واقع الفضاءات التجارية في الأغواط وتأثيراتها على العلاقات الحضرية.

المبحث الأول: الإطار الجغرافي والديموغرافي لولاية الأغواط

المطلب الأول: الموقع الجغرافي والطبيعي

ولاية الأغواط هي إحدى الولايات الداخلية في الجزائر، تتموقع في الجنوب الشرقي للبلاد، وهي تعد من أهم الولايات التي تربط بين الشمال والجنوب الجزائري تمتاز بوجود تضاريس متنوعة تتراوح بين المناطق الجبلية والسهبية، مما يمنحها تنوعًا بيئيًا يزيد من قيمتها الزراعية والاقتصادية[1].

صورة رقم (01): خريطة ولاية الأغواط

المطلب الثاني: المعطيات الديموغرافية والسكانية

تتمتع ولاية الأغواط بتركيبة سكانية متنوعة تتكون من العرب الأمازيغ والعديد من العائلات التي استقرت في المنطقة نتيجة للهجرات الداخلية هذه التركيبة تؤثر في العديد من الجوانب الاجتماعية والثقافية، بالإضافة إلى الزيادة السكانية التي شهدتها الولاية خلال العقود الماضية نتيجة للتوسع العمراني والهجرة من المناطق الريفية.

[1] https://ar.wikipedia.org/wiki/ تم الاطلاع عليه 2025/07/25 على الساعة العاشرة صباحا

الجدول رقم (01): التطور السكاني للبلدية بين (1996-2014)

التجمعات	عدد السكان بحسب السنوات					
السنة	1966	1977	1987	1988	2008	2014
مجمع البلدية	27070	58336	66932	107273	146369	168224
التجمع الرئيسي(المدينة)	17200	49646	59067	97212	135855	157724

المصدر :مديرية التخطيط و البرمجة+مكتب التخطيط بالبلدية

نقصد بالتجمعات الرئيسية المراكز الحضرية للبلدية، بمعني أين يتمركز السكان والنشاط التجاري بكثرة، ومن خلال الجدول نجد أن أكبر عدد من مجموع سكان البلدية ، يقطنون في مراكز حضرية التي تمثل عاصمة البلدية أي مدينة الأغواط، أما المناطق الثانوية فهي التي يتواجد بها السكان خارج الحدود الحضرية للمدينة و تمثل أساسا في المراكز المجاورة للبلدية والأحياء الجديدة التي تحيط بالبلدية.

وقد حاولنا تقسيم مراحل تطور السكان الي ستة مراحل، حيث بين كل مرحلة وأخري عشرة سنوات :سنة 1966 بلغ عدد سكان مدينة الأغواط 17200 نسمة بنسبة أي 63.54% من مجموع سكان البلدية، ثم تضاعف العدد في التعداد الموالي سنة 1977 بمعدل نمو مرتفع مقارنة بمعدل الولاية كون المدينة، ترقت إلى مركز ولاية سنة 1974 في سنة 1977 بلغ عدد سكان المدينة 49646 نسمة بنسبة 85.10%من مجموع سكان البلدية، و 33.45%من مجموع سكان الولاية ليرتفع سنة 1987 ، بمعدل نمو يبلغ 1.75% ليصبح عددهم يقدر ب 59067 :حتى نهاية سنة 2014 بلغ عدد سكان مدينة الأغواط 168224نسمة حيث نجد فيها نسبة 80% من سكان التجمع في المدينة المركزية.

تطور البرامج السكنية لمدينة الأغواط :حظيت مدينة الأغواط بنصيب كبير من الانجازات والمشاريع السكنية، لأكثر من عشرين سنة و حتى الآن ، والسكنات كانت بأنماط مختلفة متمثلة في العمارات والمساكن الاجتماعية ، السكن الترقوي والتساهمي، المساكن الفردية،

ساعية الدولة في ذلك لكسب اكبر مساحة للتوسع العمراني، من اجل استيعاب الاحتياجات المتزايدة للسكن، و بذلك توسعت مساحة الأراضي السكنية بتنوع المساكن.

و الجدول التالي يوضح تطور قطاع السكن الحضري بمدينة الأغواط للفترة الممتدة بين 1999-2013، حتى و إن هناك بعض السنوات التي لم تتدرج في مخططات المديري:

الجدول رقم (02): يوضح تطور السكن بمديرية الأغواط

السنة	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2009	2010	2012	2013
طلبات السكن	13018	13185	8962	7625	8248	7621	10216	-	-	-	-
سكنات منجزة	9982	10972	7252	6469	6688	7181	7637	31628	59854	34573	33514

المصدر :مديرية التخطيط و الإحصاء للولاية

لقد أولت الولاية اهتماما بارزا لقطاع السكن، حيث نلاحظ انه تم انجاز 31628 وحدة سكنية لسنة 2009 وتطور وتزايد العدد إلا أن وصل 59854 وحدة سكنية لسنة 2010 ، كما خصص لقطاع السكن للمخطط الخماسي2010-2014 ، ما يقدر ب 10300 وحدة سكنية وكغيرها من الولايات الصحراوية التي عرفت توسعا عمرانيا كثيفا علي المستوي الحضري والريفي، ولكن بالرغم من ذلك نجد مدينة الأغواط تميزت بانجازات سكنية كبيرة جدا، وذلك علي كل المستويات سواء كانت السكنات الاجتماعية، الترقوية، الاجارية.....الخ، من المجمعات السكنية التي شيدت في المدينة ودائما الطلب يزداد بحسب الإحصاءات المختلفة للمديريات المختصة.

المطلب الثالث: البنية الاقتصادية والاجتماعية للولاية

من خلال الجدول رقم (03) نلاحظ أن نسبة مساهمة القوة النشيطة من إجمالي سكان المدينة، تقدر ب 59.06% وهي تمثل معدل النشاط الاقتصادي الخام ،وهو مساير للمعدل الولائي نظرا لأهمية المنطقة اقتصاديا ،أما معدل الإعالة فقد بلغ 69.32% في المدينة وهو تقريبا مساير للمعدل الولائي ،أما نسبة البطالة فهي مرتفعة جدا 67.85% ، نظرا لقلة المشاريع التنموية والعمل في المنطقة الصناعية غير متاح للكثير من السكان رغم أنهم أصحاب المنطقة.

إذن يمكن القول أن النمو السكاني المتواصل أدي إلي إفراز عدة معوقات اقتصادية، مثل ارتفاع نسبة البطالة، الذي وصل إلي 67.85% ،بالإضافة إلي زيادة نسبة الأطفال تحت سن العاشرة وهي النسبة الأكثر والمحتاجة للإعالة، فإذن الفئة النشيطة هي لا تكفي لغطاء احتياجات الأفراد الغير النشطين.

الجدول رقم (03): التركيبة الاقتصادية لسكان سنة 2008

المنطقة	عدد السكان (نسمة)	عدد السكان النشطين	عدد السكان العاملين فعلا	عدد السكان العاطلين	عدد السكان الغير نشطين
البلدية	146369	102458	42498	59960	40694
المدينة	135855	87816	38195	49621	33742
المراكز الثانوية	10514	6820	4303	2517	890
مج – الولاية	469916	338339	93584	244755	171328

المصدر: مكتب التخطيط بالبلدية.

تطور استخدامات الأرض :تؤدي أراضى بلدية الأغواط بصفة عامة و مركز المدينة بصفة خاصة عدة وظائف مختلفة، ذلك باختلاف استعمالاتها كالسكن ،التجهيزات ،الزراعة، الإدارات، أو استعمالات أخرى ، الهدف منها هو تلبية حاجيات السكان و إشباع رغباتهم

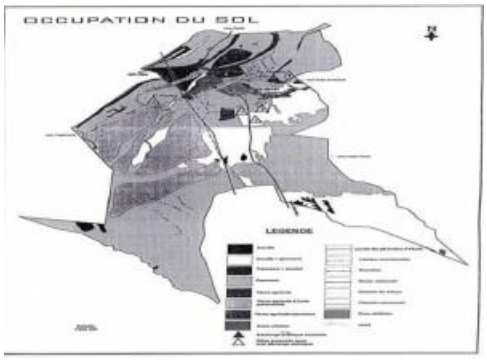
وهي متباينة فيما بينها بحسب المساحة التي تشغلها و عدد السكان المستفيدين من خدماتها ومن خلال الجدول رقم (04) يتبين لنا مختلف هذه الاستخدامات.

جدول رقم (04) : مختلف الاستخدامات ببلدية الأغواط.

الاستخدامات	المساحة (هكتار)	النسبة%
السكنية	17466	43.67
التجهيزات	6655	16.64
العسكرية	40	0.10
النشاطات الصناعية	260	0.65
الطرق المختلفة	225	0.56
الاستخدامات الفلاحية	15354	39.38
المجموع	40000	100

المصدر :مكتب التخطيط بالبلدية "المصلحة التقنية"

الخريطة رقم (01): تمثل استخدامات الأرض ببلدية الأغواط.



المصدر :مكتب التخطيط بالبلدية "المصلحة التقنية"

الاستخدامات السكنية :يعتبر المسكن الوظيفة الأساسية للمجال ،حيث يعتبر أهم الملامح الرئيسية في مورفولوجية المدينة بشكل عام ونظرا لوظيفته الأساسية، ضمن المجال فقد خصت مدينة الأغواط بنصيب كبير من المشاريع السكنية ذات أنماط مختلفة ،متمثلة أساسا في العمارات (المساكن الاجتماعية، البناء التساهمي، والمساكن الايجارية).

بالإضافة إلي المساكن الفردية ،و يحتل هذا النوع أكبر مساحة إذ تقدر ب 17466 :هكتار من مجموع الاستخدامات في البلدية بنسبة 43.67% ،و نجد أن 82% من هذه الاستخدامات موجودة في التجمع الحضري للمدينة مما يدل على أهمية المدينة وكثافة المساكن في منطقة محدودة جدًا.و الجدول التالي يحدد الحظيرة السكنية للبلدية:

الجدول رقم (05): يمثل الحظيرة السكنية لبلدية الأغواط:

المنطقة	عدد المساكن الإجمالي	عدد المساكن المشغولة	عدد المساكن الشاغرة	عدد المساكن ذات الاستعمال المهني
البلدية	26303	23189	2868	246
مج.الولاية	74651	63316	10264	1121
النسبة %	35.23	36.62	27.94	21.94

المصدر :مكتب التخطيط بالبلدية.

ومعدل شغل المسكن يكون بحساب عدد الأفراد في المسكن الواحد لقياس درجة اكتظاظ المساكن، والذي يعد كأهم مؤشر للتوسع العمراني في المدينة.

الجدول رقم (06): يمثل الحظيرة السكنية لبلدية الأغواط

المنطقة	عدد السكان	العدد الإجمالي للمساكن	عدد المساكن المشغولة	معدل شغل المسكن الإجمالي	المسكن شغل معدل فعلا المشغول
البلدية	146369	36303	23189	4.03	6.31

المصدر : مكتب التخطيط بالبلدية

إذن بعد إجراء حسابات نتوصل من خلال النتائج أن معدل شغل المسكن يقدر ب 6 أشخاص للمسكن الواحد، و هو لحد ما معادل يقترب للمعدل المثالي المقدر ب 6 أشخاص للمسكن الواحد.

أفاق التوسع للمدينة: تعيش مدينة الأغواط في هذا الوقت مرحلة توسعية جد مهمة بالنسبة للفضاء الحضري، أين برمجت البلدية عدة مشاريع تنموية ، ولأجل إعطاء لمحة قصيرة عن أفاق التوسع لهذه المدينة ،حيث تقديرات التوسع لهذه المدينة بحسب بعض المعطيات لمديرية التخطيط و البرمجة.

-التنبؤات السوسيواقتصادية:

الجدول رقم (07): يمثل التوقعات السوسيواقتصادية حتى سنة2027

السكان	المعدل المتوسط 2017	المدى البعيد2027
العمل (الفئة العاملة)	%46.50	%49
طبقة الأساتذة	%91.08	%91.8
السكان (المتوسط السنوي)	3733	8674
	747	668

المصدر :مكتب التخطيط ببلدية الأغواط

إذن من الجدول يمكن القول أن الفئة العاملة هي في تزايد مستمر، وذلك علي مر السنوات و حتى2027 حيث أنها ستصل إلي 49 % من نسبة السكان القادرين علي العمل، وهذا بسبب توفر فرص العمل ، وتنمية كل النشاطات الاقتصادية والصناعية، لذلك سوف يقضي نوعا ما علي أزمة السكن.

الجدول رقم (08): يمثل توقعات الخاصة بالسكان على المدى المتوسط.

التسمية	العدد	النسبة
عدد السكان	136,437	3.5
الزيادة السكانية	22.395	/
الفئة المتمدرسة	46.347	91.08
الفئة العاملة	30.053	46.5
الحظيرة السكنية	22.739	T.O.L=6

المصدر: مكتب التخطيط ببلدية الأغواط.

نفس الحال بالنسبة لهذا الجدول نلاحظ أن عدد السكان في تزايد مستمر، حيث أن الزيادة الطبيعية بلغت3,6 ،فلذا سيزداد عدد السكان بحلول 2017 ،نفس الحال بالنسبة لفئة المتمدرسين فهي في تزايد مستمر، بطبيعة الحال لمجتمع الأغواط فتي و شبابي لذي ترتفع فيه فئة المتم درسين، أما الحظيرة السكنية فتبقي طلباتها مستقرة نوعا ما،

حيث يبلغ استغلال البيت ب 06 أفراد للمسكن الواحد.

الجدول رقم (09): يمثل توقعات الخاصة بالسكان حتى سنة2027

التسمية	العدد	النسبة
عدد السكان	188.477	3.07
الزيادة السكانية	52.040	/
الفئة المتمدرسة	58.775	91.08
الفئة العاملة	43.748	49
الحظيرة السكنية	31.413	T.O.L=6

المصدر: مكتب التخطيط ببلدية الأغواط.

كذلك بالنسبة لهذا الجدول نلاحظ أن توقعات الزيادة السكانية ستكون مضاعفة مقارنة ب 2017،بسبب الزيادة في عدد المواليد ونقص الوفيات، وحسن الوضعية الصحية والتجهيزات المختلفة للصحة، كما ستتضاعف الفئة المتمدرسة مقارنة بالسنوات لما قبلها، ملة ستقون

مستقرة نوعا ،أما الحظيرة السكنية فهي في تزايد مستمر نتيجة كثرة الطلبات علي المسكن بسبب نمو المدينة سكانيا.

استخدامات الأرض

الجدول رقم (10): يمثل توقعات استخدامات الأرض حتى سنة2027

نوع التجهيزات	المدى المتوسط	المدى البعيد
السكن	106.64	247.8
التجهيزات و حجمها	16.66	27.52
القيمة المالية	24.65	54.90
المجموع	147.96	330.22

المصدر :مكتب التخطيط ببلدية الأغواط.

فيما يخص استخدامات الأرض المتوقعة فان الطلب عليها سيكون مستمر ، سواء الخاصة بالمسكن، أو الخاصة بالصحة وقطاع التربية والتعليم، فكما نلاحظ من الجدول أرقام متباينة ومضاعفة علي المدى البعيد ، ذلك لان احتياجات السكان كبيرة بالنسبة للتجهيزات لأنها تمشي طرديا، بمعني كلما ازداد عدد السكان كلما ازداد الطلب علي التجهيزات.

المبحث الثاني: واقع الفضاءات التجارية بولاية الأغواط

المطلب الأول: أنواع الفضاءات التجارية في الأغواط

تتميز الأغواط بوجود عدة أنواع من الفضاءات التجارية التي تشمل الأسواق التقليدية مثل سوق "الجمعة"، والمراكز التجارية الحديثة التي ظهرت في السنوات الأخيرة، بالإضافة إلى المحلات التجارية الصغيرة التي تزداد يومًا بعد يوم في شوارع المدينة.

المطلب الثاني: توزيع الفضاءات التجارية على مستوى المدينة

تتركز الفضاءات التجارية في عدة مناطق رئيسية في المدينة، مثل وسط المدينة والأحياء الشعبية وتعد الأسواق الشعبية والمراكز التجارية الحديثة من أبرز الأماكن التي يتجمع فيها السكان للتسوق، كما أن هناك محلات تجارية تتركز في مناطق سكنية معينة.

ولاية الأغواط التي تمتاز بتاريخ طويل وثقافة غنية، تشهد تنوعًا في أنواع الفضاءات التجارية التي تلبي احتياجات السكان المحليين وتساهم في الاقتصاد المحلي هذه الفضاءات تتنوع بين الأسواق التقليدية، المراكز التجارية الحديثة، والمحلات التجارية. كل نوع له دور خاص في دعم النشاط التجاري والتفاعل الاجتماعي في المدينة.

1.الأسواق التقليدية:

الأسواق التقليدية في الأغواط تمثل جزءًا من الهوية الثقافية والتجارية للمدينة، حيث تظل هذه الأسواق تحافظ على طابعها الشعبي والعريق. وتتميز بما يلي:

- **سوق الجمعة** :أحد أشهر الأسواق التقليدية في المدينة، حيث يُقبل السكان على شراء مختلف السلع مثل المواد الغذائية، الملابس، الحرف اليدوية، والمستلزمات اليومية. وتُعد هذه الأسواق أماكن حيوية تُعزز التفاعل الاجتماعي بين السكان.

- **أسواق المناطق الريفية** :في بعض المناطق الريفية التابعة للولاية، توجد أسواق تقليدية بسيطة توفر أساسيات الحياة اليومية مثل الخضروات، الفواكه، السلع الغذائية وغيرها.

صورة رقم(01): سوق الجمعة ورحبة الزيتون وسط مدينة الأغواط

المصدر: من التقاط كاميرا الطالبة

خصائص الأسواق التقليدية:

- الأسعار غالبًا ما تكون منخفضة مقارنة بالأسواق الحديثة.
- توفر تجربة تسوق فريدة تعكس التراث المحلي.
- غالبًا ما تكون متكدسة وشديدة الازدحام، مما يجعل التنقل فيها صعبًا في بعض الأحيان.
- تقليدية في تصميمها، مع محلات صغيرة وغرف مؤقتة أو خيام.

2.المراكز التجارية الحديثة

شهدت ولاية الأغواط في السنوات الأخيرة ظهور بعض المراكز التجارية الحديثة التي تقدم تجربة تسوق تختلف عن الأسواق التقليدية. هذه المراكز تضم العديد من المحلات التجارية والمرافق المساندة، مثل المطاعم والمقاهي وأماكن الترفيه.

- **المراكز التجارية الكبرى** :تتمثل في مجمعات تجارية تشمل متاجر الملابس، الإلكترونيات، السوبرماركت، ومحلات تجميل، والتي تستهدف بشكل رئيسي الفئات المتوسطة والعليا من السكان.
- **المولات** :بدأت بعض المولات التجارية بالظهور، لتقديم عروض متنوعة تشمل أيضًا أماكن ترفيهية، دور سينما، ومناطق لعب للأطفال. مثل هذه المراكز تعكس التوجه نحو تطوير قطاع التسوق في المدينة.

صورة رقم (02): مدينة مول بولاية الأغواط

المصدر: من التقاط كاميرا الطالبة

خصائص المراكز التجارية الحديثة:

- توفر تجربة تسوق مريحة في بيئة حديثة.
- مرافق متنوعة تشمل الخدمات والترفيه.
- تتسم بنظام تنظيمي ومرافق حديثة مثل مواقف السيارات، السلالم المتحركة، والمكيفات.
- غالبًا ما تكون أكثر تكلفة من الأسواق التقليدية.
- تستهدف الفئات ذات الدخل المتوسط والعالي.

3.المحلات التجارية الصغيرة

تعتبر المحلات التجارية الصغيرة أحد المكونات الرئيسية للفضاءات التجارية في الأغواط. هذه المحلات تنتشر في شوارع المدينة وفي الأحياء السكنية، وتبيع مجموعة واسعة من السلع بما في ذلك المواد الغذائية الأساسية، الملابس، الأدوات المنزلية، والإلكترونيات.

- **محلات السوبر ماركت الصغيرة** :هذه المحلات تنتشر في كل مكان وتقدم للزبائن المنتجات الأساسية والسلع الاستهلاكية.
- **المحلات المتخصصة** :مثل محلات بيع الأدوات المنزلية، الأجهزة الكهربائية، محلات بيع الأثاث، وملابس الأطفال.

صورة رقم (03):محلات السوبر ماركت الصغيرة

المصدر: من التقاط كاميرا الطالبة

خصائص المحلات التجارية الصغيرة:

- تقع بالقرب من الأحياء السكنية، مما يسهل الوصول إليها.
- توفر سلعًا متنوعة بأسعار معقولة، وتخدم مختلف فئات المجتمع.
- لا تقتصر على السلع اليومية فحسب، بل تقدم خدمات إضافية مثل دفع الفواتير أو بيع الصحف والمجلات.
- تستهدف الفئات الشعبية والمتوسطة.

المطلب الثالث: تطور الفضاءات التجارية وأهم التحديات التي تواجهها

أولا: تطور الفضاءات التجارية

خلال السنوات الماضية شهدت ولاية الأغواط تطورًا ملحوظًا في الفضاءات التجارية التي أصبحت تلعب دورًا أساسيًا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمدينة. هذا التطور يعكس التغيرات التي طرأت على البنية التحتية والخدمات التجارية في المدينة، ويظهر في تزايد تنوع الفضاءات التجارية وظهور أنماط جديدة تلبي احتياجات سكان الولاية المختلفة.

1.الأسواق التقليدية:

- **تطوير وتنظيم الأسواق** :الأسواق التقليدية في الأغواط مثل سوق الجمعة وبعض الأسواق الشعبية الأخرى، قد شهدت بعض التحسينات في السنوات الأخيرة، تم إدخال بعض التنظيمات في عملية البيع والشراء، مثل تخصيص أماكن للباعة، توفير خدمات النظافة، وتوسيع أماكن البيع، كما بدأت بعض الأسواق في استخدام التكنولوجيا لتسهيل الدفع الإلكتروني أو استعراض السلع.
- **زيادة التنوع في المنتجات** :مع زيادة الطلب على السلع المتنوعة، بدأت الأسواق التقليدية تتوسع في نطاق المنتجات التي تعرضها، مما أدى إلى ازدياد الإقبال عليها من مختلف فئات السكان.

2.المراكز التجارية الحديثة:

- **ظهور المولات والمراكز التجارية الكبرى** :مع تطور الاقتصاد المحلي وتحسن الظروف المعيشية للسكان، بدأت ولاية الأغواط تشهد افتتاح مراكز تجارية حديثة هذه المراكز توفر بيئة تسوق مريحة وجذابة، وتحتوي على مجموعة من المحلات التجارية لعلامات محلية ودولية.

- **تنوع الأنشطة التجارية والترفيهية** :هذه المراكز التجارية لا تقتصر على بيع السلع، بل تشمل أيضًا مناطق ترفيهية، دور سينما، مطاعم، وصالونات تجميل، مما يجعلها وجهات متكاملة لمختلف الأنشطة الاجتماعية.

- **تحسين البنية التحتية** :تم تطوير بعض المرافق مثل مواقف السيارات، ووسائل الراحة مثل المكيفات والمرافق الصحية، مما جعل تجربة التسوق أكثر راحة وجاذبية.

3.المحلات التجارية الصغيرة:

- **انتشار واسع في الأحياء** :تنتشر المحلات التجارية الصغيرة في جميع أنحاء مدينة الأغواط والأحياء السكنية، هذه المحلات تقدم مجموعة من السلع الأساسية مثل المواد الغذائية، الألبسة، أدوات منزلية، وأجهزة إلكترونية صغيرة.

- **التحسينات في الخدمات** :المحلات التجارية بدأت في تحسين خدماتها، حيث أصبح البعض يقدم خدمات إضافية مثل دفع الفواتير أو توفير خدمة التوصيل للمنازل.

ثانيا: أهم التحديات التي تواجه الفضاءات التجارية في الأغواط

رغم هذا التطور الكبير الذي شهدته الفضاءات التجارية في ولاية الأغواط، إلا أن هناك العديد من التحديات التي تؤثر على تطور هذه الفضاءات وتجعل من الضروري وضع استراتيجيات فعّالة لمواجهتها.

1.التحديات المتعلقة بالبنية التحتية:

- **ازدحام حركة المرور** :المناطق التجارية الرئيسية مثل وسط المدينة تشهد ازدحامًا مروريًا شديدًا، مما يعيق حركة المرور ويجعل الوصول إلى المحلات والمراكز التجارية أمرًا صعبًا. هذا يؤثر على راحة المتسوقين ويجعل تجربة التسوق أقل جاذبية.

- **نقص المواقف للسيارات** :رغم تطور بعض المراكز التجارية الحديثة، إلا أن العديد من الأسواق التقليدية والمحلات الصغيرة تعاني من نقص في الأماكن المخصصة لوقوف السيارات. هذا التحدي يؤثر على القدرة على استقبال عدد أكبر من الزبائن ويقلل من جاذبية هذه الفضاءات.

- **نقص التنسيق في التخطيط العمراني** :بعض الفضاءات التجارية لا تتمتع بتخطيط حضري جيد، مما يؤدي إلى انتشار العشوائية في توزيع المحلات والأسواق، مما يجعل الحركة التجارية غير منظمة في بعض الأماكن.

2.التحديات الاقتصادية:

- **القدرة الشرائية المنخفضة** :رغم التطور الذي شهدته بعض الفضاءات التجارية، إلا أن الولاية ما زالت تعاني من ضعف القدرة الشرائية لبعض فئات المجتمع، خاصة في الأحياء الشعبية. هذا يؤثر على الطلب على السلع والخدمات، ويحد من القدرة على استدامة العديد من الأنشطة التجارية.

- **التنافس بين الأسواق التقليدية والمراكز التجارية** :المراكز التجارية الحديثة تُنافس الأسواق التقليدية، مما يخلق نوعًا من التوتر بين التجار المحليين وأصحاب المراكز التجارية. البعض يعتقد أن هذه المراكز التجارية قد تؤدي إلى تهميش الأسواق التقليدية التي تعتبر جزءًا من هوية المدينة.

- **ارتفاع تكاليف الإيجار** :في بعض المراكز التجارية الحديثة، ارتفعت تكاليف الإيجار بشكل كبير، مما جعل من الصعب على أصحاب المحلات الصغيرة تحمل هذه التكاليف، ما قد يؤدي إلى إغلاق بعض المحلات التي لا تستطيع مجاراة هذه التكاليف المرتفعة.

3.التحديات الاجتماعية:

- **الفجوة بين الأحياء** :على الرغم من التوسع في الفضاءات التجارية الحديثة، إلا أن بعض الأحياء، خاصة ذات الدخل المحدود، تظل محرومة من هذه الفضاءات. هذا يؤدي إلى نوع من التفاوت الاجتماعي والاقتصادي بين المناطق، حيث يحصل سكان الأحياء الراقية على جميع الخدمات بينما يفتقر سكان الأحياء الشعبية إلى العديد من الخدمات التجارية الحديثة.
- **تفضيلات التسوق** :توجد فجوة في تفضيلات التسوق بين الأجيال المختلفة؛ حيث يفضل بعض السكان التسوق في الأسواق التقليدية بسبب ارتباطهم بها ثقافيًا، بينما يفضل آخرون التسوق في المراكز التجارية الحديثة.

4.التحديات البيئية:

- **التلوث والنفايات** :بعض الفضاءات التجارية، وخاصة الأسواق التقليدية، تعاني من تراكم النفايات في المناطق المحيطة بها. هذا يشكل تحديًا بيئيًا يؤثر على جمالية المدينة وعلى صحة المواطنين.
- **التوسع العمراني غير المنظم** :مع الزيادة السكانية والتوسع العمراني في الأغواط، هناك تحدي في التخطيط المديني لمواكبة هذا التوسع وضمان استخدام الأراضي بشكل مستدام. قد يؤدي التوسع العشوائي إلى تدهور البيئة الحضرية وخلق مناطق سكنية وتجارية غير متوازنة.

المطلب الرابع: السياسات المحلية في تنظيم الفضاءات التجارية

تسعى السلطات المحلية في الأغواط إلى تطوير وتحسين الفضاءات التجارية من خلال وضع سياسات تهدف إلى تنظيم أسواق المدينة والمراكز التجارية تشمل هذه السياسات توفير تسهيلات للاستثمار في القطاع التجاري وتطوير البنية التحتية اللازمة.

وتعتبر الفضاءات التجارية أحد المحركات الأساسية للاقتصاد المحلي في ولاية الأغواط، وهي جزء لا يتجزأ من حياة السكان اليومية منذ عدة سنوات، تبذل السلطات المحلية جهودًا متواصلة لتنظيم وتطوير هذه الفضاءات بشكل يضمن تحقيق التنوع التجاري، وتعزيز الخدمات، وتحقيق تنمية مستدامة للمدينة، وفي هذا السياق، تم تبني مجموعة من السياسات المحلية التي تهدف إلى تحسين بيئة التجارة وتنظيم الفضاءات التجارية في الولاية.

1.تحديد المناطق التجارية وتنظيم المواقع:

أحد أولى الخطوات التي تتخذها السلطات المحلية لتنظيم الفضاءات التجارية هو تحديد المناطق التجارية .ويتم ذلك من خلال التخطيط الحضري المدروس الذي يحدد الأماكن التي يمكن إقامة المشاريع التجارية فيها، مع الأخذ في الاعتبار:

- **الفصل بين الأنشطة السكنية والتجارية** :تخصيص مناطق معينة للأنشطة التجارية والصناعية دون التأثير على المناطق السكنية هذا يساعد في تجنب الازدحام والتلوث الناتج عن الأنشطة التجارية في الأحياء السكنية.
- **المناطق التجارية المركزية** :تحديد مناطق رئيسية في المدينة مثل **وسط المدينة** أو **الأسواق المركزية** لتكون مخصصة للأنشطة التجارية الكبرى.
- **المناطق التجارية الفرعية** :إنشاء مناطق تجارية ثانوية في الأحياء الشعبية أو النائية لتلبية احتياجات السكان المحليين دون الحاجة للتنقل لمسافات طويلة.

2.تخصيص الأراضي التجارية:

تهدف السياسات المحلية إلى **تخصيص الأراضي** بشكل استراتيجي، خاصة في المناطق التي تشهد نموًا سكانيًا متسارعًا يتم تخصيص الأراضي لأغراض تجارية بطريقة تضمن:

- **التوازن بين المساحات السكنية والتجارية** :ضمان توزيع عادل للفضاءات التجارية في مختلف الأحياء.
- **تشجيع الاستثمار المحلي** :من خلال تسهيل إجراءات منح تراخيص بناء المشاريع التجارية وتقديم إعفاءات ضريبية أو تسهيلات مالية للمستثمرين المحليين.
- **التوسع العمراني المنظم** :عند إنشاء فضاءات تجارية جديدة، يتم أخذ التنظيم العمراني في الاعتبار لضمان عدم تداخل الأنشطة التجارية مع الأماكن السكنية أو الزراعية.

3.التراخيص والرقابة:

أحد الملامح المهمة للسياسات المحلية هو إصدار التراخيص وتنظيم الرقابة على الفضاءات التجارية لضمان عملها بشكل قانوني وآمن:

- **تراخيص البناء والتشغيل** :يتم فرض شروط وضوابط صارمة على المحلات التجارية والمراكز التجارية عند إصدار تراخيص البناء والعمل، مثل التقيد بمعايير الصحة والسلامة، وتحقيق الحد الأدنى من البنية التحتية.
- **رقابة الأنشطة التجارية** :السلطات المحلية تقوم بمتابعة وتفتيش الفضاءات التجارية بانتظام للتأكد من الالتزام بالقوانين واللوائح المحلية، مثل ضوابط الأسعار، النظافة، ومنع التلاعب في السلع.

4.تحفيز التجارة المحلية

لتحقيق تنمية اقتصادية مستدامة، تركز السياسات المحلية على دعم وتشجيع التجارة المحلية من خلال:

- **إعفاءات ضريبية للمشاريع الصغيرة** :تقديم تسهيلات ضريبية أو منح للمشروعات التجارية الصغيرة والمتوسطة لتحفيز أصحاب المحلات على الاستثمار وتطوير أعمالهم.
- **دعم المبادرات المحلية** :دعم المحلات التجارية المحلية التي تروج للمنتجات التقليدية أو الحرف اليدوية المحلية من خلال توفير منصات للتسويق أو تنظيم معارض محلية.
- **التدريب وتطوير المهارات** :تقديم دورات تدريبية لأصحاب المشاريع التجارية والعمال في مجال الإدارة والتسويق والبيع، لتحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة.

5.التخطيط للفضاءات التجارية المدمجة

إحدى السياسات الحديثة هي التخطيط لإنشاء **فضاءات تجارية مدمجة**، والتي تشمل مراكز تجارية تجمع بين النشاط التجاري والنشاطات الترفيهية والخدمية هذه المراكز أصبحت جزءًا من المخطط الحضري في الأغواط، وتشمل:

- **مراكز تجارية متعددة الوظائف** :حيث يتم تخصيص طوابق أو مساحات معينة للمحلات التجارية، بينما يُخصص الطابق الآخر لأغراض ترفيهية مثل السينما أو الصالات الرياضية. هذا النوع من الفضاءات يساهم في تحسين جودة الحياة الحضرية ويجذب الزوار من مختلف الفئات.

- **فضاءات مفتوحة وبيئة صديقة للمشاة** :تروج السياسات المحلية لإنشاء بيئات تجارية تحفز التنقل سيرًا على الأقدام، مثل إنشاء ممرات مشاة في المراكز التجارية، وترتيب المحلات بشكل يجعل التسوق أكثر متعة.

6.التنظيم البيئي والصحي

من أجل الحفاظ على جودة الحياة في المدينة، تهدف السياسات المحلية إلى تنظيم الفضاءات التجارية من الناحية البيئية والصحية:

- **الرقابة على النفايات والتلوث** :يتم فرض قواعد صارمة على المحلات التجارية والمراكز التجارية بخصوص كيفية التخلص من النفايات وتوفير حلول بيئية مناسبة.
- **الامتثال للمعايير الصحية** :ضمان أن المحلات التجارية توفر بيئة صحية وآمنة للعملاء، مثل مراعاة المعايير الخاصة بالنظافة العامة وتوفير أماكن للراحة.

7.تحسين البنية التحتية للفضاءات التجارية:

تعتبر تحسين البنية التحتية جزءًا أساسيًا من السياسات المحلية، حيث يتم تطوير الطرق، وتعزيز وسائل النقل العام للوصول إلى المراكز التجارية، بالإضافة إلى تطوير وسائل الاتصال مثل الإنترنت في الفضاءات التجارية. من بين الإجراءات المتخذة:

- **توسيع شبكة الطرق والمواصلات** :لضمان تسهيل الوصول إلى الفضاءات التجارية وتفادي الاختناقات المرورية.
- **تعزيز وسائل النقل العام** :مثل توفير حافلات لنقل الزوار إلى الأسواق التجارية، خاصة المراكز التجارية الكبرى.

8 .التحول الرقمي في التجارة

إحدى السياسات الحديثة في الأغواط هي تشجيع التحول الرقمي في التجارة:

- **التجارة الإلكترونية** :دعم المحلات التجارية على إنشاء منصات بيع إلكترونية، مما يعزز من قدرة التجار المحليين على الوصول إلى أكبر عدد من الزبائن.
- **تقديم خدمات الدفع الإلكتروني** :تشجيع استخدام الدفع الإلكتروني في جميع الفضاءات التجارية، بما في ذلك الأسواق التقليدية والمراكز التجارية، لتوفير خدمات مريحة وآمنة للمستهلكين.

المبحث الثالث: تأثير الفضاءات التجارية على العلاقات الحضرية في الأغواط

المطلب الأول: الفضاءات التجارية كأماكن للتفاعل الاجتماعي

تلعب الفضاءات التجارية دورًا كبيرًا في تعزيز التفاعل الاجتماعي بين السكان فعادةً ما تكون هذه الفضاءات بمثابة نقاط تجمع للأفراد من مختلف الشرائح الاجتماعية والاقتصادية، مما يساهم في بناء العلاقات الاجتماعية والتواصل بين أفراد المجتمع.

فالفضاءات التجارية في ولاية الأغواط سواء كانت أسواقًا تقليدية أو مراكز تجارية حديثة أو حتى المحلات الصغيرة المنتشرة في الأحياء، لا تقتصر فقط على كونها أماكن للتسوق والشراء، بل تلعب دورًا مهمًا في التفاعل الاجتماعي بين السكان.

تلك الفضاءات تُسهم في بناء الروابط الاجتماعية، وتعد بيئة ملائمة للتبادل الثقافي والاجتماعي بين مختلف فئات المجتمع.

1.الأسواق التقليدية كفضاءات للتفاعل الاجتماعي:

تعتبر الأسواق التقليدية في الأغواط من أبرز الأماكن التي تتيح فرصًا متعددة للتفاعل الاجتماعي بين السكان يُعد السوق التقليدي، مثل **سوق الجمعة** وغيره من الأسواق الشعبية مثل رحبة الزيتون ومحلات الزبدة للخضروات ومحلات البقرة، نقطة التقاء بين مختلف الفئات الاجتماعية، حيث يلتقي الناس من مختلف الأعمار والطبقات الاجتماعية لتبادل الحديث، وتبادل السلع والأخبار هذا التفاعل له أهمية خاصة في السياق الاجتماعي والاقتصادي للمدينة[1].

- **التفاعلات الثقافية والإنسانية** :الأسواق التقليدية ليست مجرد أماكن للتجارة، بل هي مكان لتبادل القصص والأخبار، حيث يتجمع البائعون والمشترون في جلسات غير

[1] https://www.dcwlaghouat.dz/ar/ تم الاطلاع عليه2025/07/20 على الساعة العاشرة

رسمية يتبادلون خلالها الحكايات، ويحتفلون بالمناسبات الثقافية، مما يعزز الروابط الاجتماعية.

- **اللقاءات بين الأجيال** :في بعض الأحيان قد يجد الشخص نفسه في السوق مع أفراد من مختلف الأجيال، سواء من كبار السن الذين يأتون للحديث عن الماضي، أو الشبان الذين يتناقشون حول أمور العصر الحديث هذا التفاعل بين الأجيال يعزز الفهم المتبادل بين مختلف فئات المجتمع.

2.المراكز التجارية كأماكن لتوسيع دائرة التفاعل الاجتماعي:

مع ظهور **المراكز التجارية الحديثة** في الأغواط، مثل **المولات** أو المجمعات التجارية الكبرى، بدأت هذه الأماكن تلعب دورًا جديدًا في تعزيز العلاقات الاجتماعية، حيث أصبحت ملتقى للعديد من الناس لأغراض تجارية، ترفيهية، وثقافية.

- **أماكن للأنشطة الاجتماعية** :المراكز التجارية الحديثة ليست مقتصرة فقط على التسوق، بل أصبح لها دور اجتماعي بارز من خلال تنظيم الفعاليات الثقافية والترفيهية مثل العروض الفنية، مهرجانات الطعام، والمهرجانات الموسيقية هذه الأنشطة تشجع المواطنين على التجمع والتفاعل[1].

- **التواصل بين فئات المجتمع المختلفة** :تجذب المراكز التجارية فئات اجتماعية متعددة، من الشباب إلى العائلات، ومن الطبقات الاجتماعية المختلفة. وهذا يساهم في خلق بيئة اجتماعية متنوعة حيث يلتقي الناس من خلفيات ثقافية واجتماعية مختلفة، مما يعزز من التعايش والتفاعل السلمي.

- **المقاهي والمطاعم كأماكن للتجمع** :إضافة إلى التسوق توفر المراكز التجارية مساحات للتجمع الاجتماعي مثل المقاهي والمطاعم، حيث يمكن للناس الاجتماع

[1] https://www.dcwlaghouat.dz/ar/ تم الاطلاع عليه2025/07/20 على الساعة العاشرة

وتبادل الأحاديث بشكل غير رسمي هذه الأماكن تعمل على تعزيز الروابط الاجتماعية بين الأفراد وتساهم في بناء مجتمع مترابط.

3.المحلات التجارية الصغيرة كمراكز اجتماعية محلية:

حتى المحلات التجارية الصغيرة المنتشرة في الأحياء السكنية تعتبر **فضاءات للتفاعل الاجتماعي** .رغم أنها ليست مراكز تجارية ضخمة، فإنها توفر بيئة مناسبة للتواصل الاجتماعي على مستوى أكثر شخصيًا، حيث يلجأ الناس إلى المحلات القريبة منهم، ويفضلون عادة الشراء من تلك المحلات التي يزورونها بشكل دوري.

- **التفاعل المحلي** :أصحاب المحلات عادةً ما يكونون جزءًا من المجتمع المحلي، وبالتالي تتسم علاقاتهم بالزبائن بالعفوية والمودة من خلال التعامل اليومي مع الزبائن، تتطور العلاقات الشخصية بين البائعين والمشترين، مما يسهم في بناء روابط اجتماعية قوية.

- **تبادل المعلومات والخدمات** :المحلات الصغيرة تعتبر أيضًا مركزًا لتبادل المعلومات المحلية، حيث يلتقي الجيران ويتبادلون الأخبار، مما يعزز من الاتصال الاجتماعي ويزيد من الترابط بين أفراد المجتمع.

4.الفضاءات التجارية كأماكن لإعادة بناء هوية المدينة:

الفضاءات التجارية، وخاصة الأسواق والمراكز الحديثة، تلعب دورًا مهمًا في **إعادة بناء هوية المدينة** وتعزيز انتماء السكان. من خلال هذه الفضاءات، يتعرف السكان والزوار على تطور المدينة، ويشعرون بالارتباط العميق بتاريخها وثقافتها.

- **حفظ الهوية الثقافية** :الأسواق التقليدية مثل تلك التي تروج للمنتجات الحرفية المحلية، تعمل على حفظ الثقافة المحلية وتسمح للسكان بالتواصل مع تراثهم يعكس هذا تفاعلًا ثقافيًا حيث أن السلع المنتجة محليًا تعكس تاريخ وثقافة المدينة.

- **احتضان التنوع الثقافي** :المراكز التجارية الحديثة قد تساهم أيضًا في التفاعل بين ثقافات مختلفة، خاصة عندما تضم محلات متنوعة تعرض سلعًا محلية وأجنبية هذا النوع من الفضاءات يعزز التبادل الثقافي ويشجع على التعارف بين الناس من خلفيات ثقافية متنوعة.

5.الفضاءات التجارية كأماكن للتفاعل بين الأفراد والسلطات المحلية:

تُعد الفضاءات التجارية أيضًا نقطة تواصل بين السكان والسلطات المحلية ففي هذه الفضاءات، يُتاح للأفراد التعبير عن آرائهم ومشاكلهم فيما يتعلق بالخدمات أو حتى السياسات المحلية.

- **الاجتماعات العامة والفعاليات المجتمعية** :في بعض الأحيان، يتم تنظيم اجتماعات وفعاليات خاصة في هذه الفضاءات بين سكان المدينة والمسؤولين المحليين، حيث يمكن للسكان طرح قضاياهم والمشاركة في النقاشات حول تحسين الخدمات في المدينة.

- **الأنشطة الخيرية والمبادرات المجتمعية** :بعض الفضاءات التجارية، سواء كانت أسواقًا أو مراكز تجارية، تستضيف فعاليات خيرية أو اجتماعية مثل التبرعات أو جمعيات دعم الفئات الأكثر احتياجًا، ما يعزز من روح التعاون والتضامن في المجتمع.

المطلب الثاني: الفضاءات التجارية والعدالة المجالية

الفضاءات التجارية تلعب دورًا مهمًا في تعزيز العدالة المجالية من خلال تحسين توزيع الخدمات التجارية بين الأحياء ذات المستوى الاقتصادي المتفاوت ومع ذلك، يبقى التحدي الأكبر هو تحقيق التوازن بين الفضاءات التجارية في الأحياء الفقيرة والأحياء الغنية.

كما أن الفضاءات التجارية تلعب دورًا مهمًا في تعزيز العدالة المجالية من خلال تحسين توزيع الخدمات التجارية بين الأحياء ذات المستوى الاقتصادي المتفاوتعندما تكون الفضاءات التجارية موزعة بشكل متوازن عبر المدينة، فإنها تساهم في توفير الفرص التجارية والخدمية لجميع السكان، بغض النظر عن المستوى الاقتصادي أو الموقع الجغرافي. ومع ذلك، يبقى التحدي الأكبر في تحقيق التوازن بين الفضاءات التجارية في الأحياء الفقيرة والأحياء الغنية.

1. .تحقيق العدالة المجالية من خلال الفضاءات التجارية:

- **التوزيع المتوازن للخدمات** :يتمثل الدور الأساسي للفضاءات التجارية في تحقيق العدالة المجالية عبر توفير الخدمات التجارية بشكل متوازن بين الأحياء ذات المستوى الاقتصادي المختلف من خلال التوسع في إنشاء الأسواق والمراكز التجارية في الأحياء النائية أو الأقل تطورًا، يمكن للسكان في تلك المناطق الحصول على نفس الفرص الاقتصادية التي يتمتع بها سكان الأحياء الغنية.

- **تقليل الفجوة الاقتصادية** :توزيع الفضاءات التجارية في مناطق متفرقة من المدينة يساهم في تقليص الفجوة الاقتصادية بين الأحياء في الأحياء التي تعاني من نقص في الخدمات التجارية، تعمل الفضاءات التجارية الجديدة على توفير فرص عمل جديدة، وتوسيع الأسواق المحلية، وتحفيز الاستثمار، مما يعزز من التنمية الاقتصادية في تلك المناطق[1].

[1] http://wilaya-laghouat.dz/ تم الاطلاع عليه على 2025/07/20 على الساعة العاشرة

2.التحديات في تحقيق التوازن بين الأحياء الفقيرة والغنية:

- **الاختلال في توزيع الفضاءات التجارية** :غالبًا ما تواجه بعض المدن تحديات في التوزيع المتوازن للفضاءات التجارية بين الأحياء ذات الدخل المرتفع والأحياء ذات الدخل المنخفض في الأحياء الغنية، قد تكون الفضاءات التجارية عالية الجودة وأكثر تنوعًا، بينما في الأحياء الفقيرة قد يقتصر الأمر على الأسواق التقليدية أو المحلات الصغيرة هذه الفجوة في الخدمات تساهم في التفاوت في الوصول إلى الخدمات التجارية.

- **صعوبة جذب الاستثمار في الأحياء الفقيرة** :من أبرز التحديات التي تواجه تحقيق التوازن في توزيع الفضاءات التجارية هو صعوبة جذب الاستثمارات إلى الأحياء ذات الدخل المحدود. حيث تميل الشركات الكبيرة إلى التوجه نحو الأحياء الغنية أو المناطق التجارية المركزية، بسبب القدرة الشرائية المرتفعة فيها. مما يجعل الأحياء الفقيرة تعاني من نقص في الخدمات التجارية ذات الجودة العالية.

- **تحقيق التوازن بين النمو الحضري والتنمية التجارية** :قد يواجه التوسع العمراني في بعض الأحياء الفقيرة عقبات في توفير الفضاءات التجارية المناسبة بسبب النقص في البنية التحتية أو المساحات التجارية المحدودةفي هذه الحالة، قد يصبح من الصعب تحسين البيئة التجارية لهذه الأحياء بشكل يضمن المساواة في الوصول للخدمات التجارية مقارنةً بالأحياء الغنية.

3.استراتيجيات لتحقيق التوازن بين الأحياء:

- **تعزيز الاستثمار في الأحياء الأقل حظًا** :يجب على السلطات المحلية توجيه استثماراتها نحو تطوير الفضاءات التجارية في الأحياء الفقيرة، مثل إنشاء مراكز تجارية صغيرة ومتوسطة أو تطوير الأسواق التقليدية لتواكب احتياجات السكان

تشجيع الاستثمارات الخاصة والعامة في هذه الأحياء يمكن أن يساعد في توفير فرص تجارية وخدمية متساوية لجميع السكان.

- **تحفيز الاقتصاد المحلي في الأحياء الفقيرة** :يمكن تحسين توزيع الفضاءات التجارية عبر دعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة في الأحياء ذات الدخل المنخفض ذلك يشمل توفير تمويل ميسر، وتسهيل الحصول على التراخيص التجارية، وتقديم حوافز ضريبية لجذب المشاريع المحلية إلى هذه الأحياء[1].

- **التخطيط الحضري المتكامل** :ينبغي على السلطات المحلية تبني سياسات تخطيط حضري تهدف إلى تحقيق التوازن في توزيع الفضاءات التجارية. يشمل ذلك تطوير الخطط الحضرية التي تهتم بتوفير الفضاءات التجارية في كل الأحياء، خاصة الأحياء ذات الكثافة السكانية العالية أو الأحياء ذات المستوى الاقتصادي المحدود.

4.الفضاءات التجارية كوسيلة لتحسين الخدمات العامة

- **البنية التحتية والخدمات المتكاملة** :الفضاءات التجارية الجديدة لا تقدم السلع والخدمات فحسب، بل تسهم أيضًا في تحسين البنية التحتية للأحياء على سبيل المثال، عند تطوير سوق أو مركز تجاري في حي فقير، قد يتم تحسين الطرق، الإضاءة العامة، الصرف الصحي، مما يساهم في تحسين جودة الحياة في هذا الحي.

- **تشجيع التنوع التجاري في الأحياء الفقيرة** :من خلال تشجيع استثمارات تجارية متنوعة مثل محلات السوبر ماركت، المتاجر الصغيرة، أو حتى المولات الصغيرة، يمكن للمناطق الفقيرة أن تحصل على خدمات تجارية متعددة تلبي احتياجات سكانها.

[11] http://wilaya-laghouat.dz/ تم الاطلاع عليه على 2025/07/20 على الساعة العاشرة

5.الدور الاجتماعي للفضاءات التجارية في تعزيز العدالة المجالية

- **الفضاءات التجارية كمراكز اجتماعية** :إلى جانب دورها الاقتصادي تساهم الفضاءات التجارية في بناء التضامن الاجتماعي بين الأحياء المختلفة فعندما يجد السكان في الأحياء الفقيرة فرصًا تجارية مناسبة، يساهم ذلك في تقليل التوترات الاجتماعية وتحقيق شعور بالتساوي بين مختلف الفئات المجتمعية.
- **تبادل الخبرات بين الأحياء** :الفضاءات التجارية تعمل على تعزيز التفاعل الاجتماعي بين الأحياء المختلفة، مما يقلل من التفرقة المجتمعية ويشجع على تبادل الخبراتمثل هذه التفاعلات تساهم في زيادة التفاهم المتبادل بين سكان الأحياء المختلفة.

المطلب الثالث: تقييم تأثير الفضاءات التجارية على التنمية الحضرية المستدامة

الفضاءات التجارية في الأغواط تساهم في تعزيز التنمية الحضرية المستدامة من خلال توفير فرص عمل جديدة وتحسين مستوى معيشة السكان ومع ذلك، يتطلب الأمر تخطيطًا مدروسًا ومستدامًا لتجنب الازدحام المروري أو تلوث البيئة.

إذ تعد الفضاءات التجارية في الأغواط أحد العوامل الرئيسية في تعزيز التنمية الحضرية المستدامة، إذ تساهم في توفير فرص عمل جديدة وتحسين مستوى معيشة السكان .ومع ذلك، فإن استدامة هذه الفضاءات تتطلب تخطيطًا مدروسًا لضمان عدم تأثيرها سلبًا على البيئة أو الحياة الحضرية، مثل حدوث ازدحام مروري أو زيادة التلوث البيئي.

1. .دور الفضاءات التجارية في توفير فرص العمل وتحسين مستوى المعيشة:

- **خلق فرص عمل** :الفضاءات التجارية مثل الأسواق والمراكز التجارية، تساهم في توفير فرص عمل مباشرة للسكان المحليينمن خلال إنشاء محلات تجارية، مطاعم، مراكز تسوق أو حتى مشروعات صغيرة، تنشأ العديد من الوظائف التي تسهم في خفض نسبة البطالة وتحسين الدخل الفردي .هذا يُحسن مستوى المعيشة ويعزز الاقتصاد المحلي.

- **تحفيز النشاط الاقتصادي المحلي** :وجود الفضاءات التجارية يزيد من حركة البيع والشراء، وبالتالي يوفر دورًا اقتصاديًا محوريًا في حياة المدينة. يُحسن هذا النشاط الاقتصادي من التنوع التجاري ويشجع على دخول المزيد من الاستثمارات المحلية والأجنبية، مما يساهم في خلق بيئة اقتصادية مستدامة[1].

- **تحسين جودة الحياة** :من خلال توفير الخدمات التجارية بالقرب من المناطق السكنية، تقل الحاجة إلى التنقل لمسافات طويلة للبحث عن السلع والخدمات، مما يحسن حياة السكان ويقلل من التوتر الناتج عن المسافات الطويلة.

2.التخطيط المستدام للفضاءات التجارية:

- **التوازن بين التنمية الاقتصادية والبيئة** :لضمان استدامة الفضاءات التجارية، يجب أن يتم تخطيطها بطريقة تراعي حماية البيئة وتقليل الآثار السلبية على البيئة. على سبيل المثال، يجب تجنب تشييد الأسواق والمراكز التجارية في مناطق طبيعية أو زراعية دون مراعاة التأثيرات البيئية. كما يجب استخدام التقنيات الحديثة لتقليل استهلاك الطاقة والمياه داخل هذه الفضاءات.

---

[1] https://interieur.gov.dz/Monographie/ar/article_detail.php?lien=2338&wilaya=3 تم الاطلاع عليه 2025/07/21 على الساعة العاشرة

- **تخطيط الفضاءات التجارية بشكل منسق** :يجب أن تتوزع الفضاءات التجارية على أنحاء المدينة بطريقة مدروسة بحيث لا تتسبب في ازدحام مروري أو الضغط على البنية التحتية. من خلال التخطيط العمراني الجيد، يمكن تحديد المواقع المثلى للفضاءات التجارية بحيث تسهم في تحقيق التوازن بين التنمية الاقتصادية وحماية المساحات الخضراء.

3.تحديات التخطيط المستدام للفضاءات التجارية في الأغواط:

- **الازدحام المروري** :من أبرز التحديات التي تواجهها الفضاءات التجارية في أغلب المدن هو الازدحام المروري الناتج عن تركيز الأنشطة التجارية في أماكن محدودة. في الأغواط، يمكن أن يؤدي التوسع في بناء الأسواق الكبيرة أو المراكز التجارية إلى زيادة حركة المرور في مناطق محددة من المدينة، ما يؤدي إلى اختناقات مرورية تؤثر على جودة الحياة.

  - **الحلول المقترحة** :تحسين شبكة الطرق والنقل العام، مع تصميم مواقف سيارات متعددة الطوابق في المناطق التجارية الرئيسية. كما يمكن اعتماد تقنيات النقل الذكي (مثل الأنظمة التي تنظم حركة المرور بشكل فعال) لتقليل التأثيرات السلبية.

- **التلوث البيئي** :بعض الفضاءات التجارية قد تُسهم في زيادة التلوث البيئي سواء كان ذلك من خلال النفايات التجارية أو التلوث الهوائي الناتج عن وسائل النقلكما أن زيادة النشاط الصناعي في هذه الفضاءات قد يؤدي إلى تدهور البيئة إذا لم يتم التعامل مع النفايات والتلوث بشكل صحيح.

  - **الحلول المقترحة** :تعزيز التشريعات البيئية لمراقبة التلوث في الفضاءات التجارية، مثل إعادة تدوير النفايات، واستخدام الطاقة النظيفة في تشغيل

المحلات التجارية والمراكز التجارية. كما يمكن تفعيل مساحات خضراء داخل الفضاءات التجارية لتخفيف التلوث البيئي.

4.التصميم البيئي للفضاءات التجارية:

- **البنية التحتية البيئية** :يجب أن تشمل الفضاءات التجارية تصميمات تدمج الاستدامة البيئية مثل التصميمات الخضراء التي تدعم الطاقة المتجددة، استخدام مواد بناء صديقة للبيئة، وتوفير مساحات خضراء حول الأسواق والمراكز التجارية. كما يمكن اعتماد تقنيات البناء المستدام التي تساهم في تقليل الانبعاثات الكربونية.
- **استخدام الطاقة المتجددة** :يمكن للفضاءات التجارية في الأغواط أن تعتمد على الطاقة الشمسية أو الطاقة الريحية لتوفير الكهرباء للمرافق التجارية، مما يساهم في تقليل البصمة البيئية لهذه الفضاءات.
- **التهوية والإضاءة الطبيعية** :يجب أن يتم تصميم الأسواق والمراكز التجارية بحيث تعتمد على التهوية الطبيعية و الإضاءة الطبيعية قدر الإمكان، مما يقلل من الحاجة لاستخدام الطاقة الاصطناعية.

5.التحسين المستدام للبنية التحتية:

- **البنية التحتية المرنة** :لضمان استدامة الفضاءات التجارية في الأغواط، ينبغي العمل على تحسين البنية التحتية بشكل يتناسب مع التطور المستقبلي للمدينة مثلاً، يمكن تطوير شبكة الطرق وأنظمة النقل العام بما يتناسب مع زيادة حركة المرور الناتجة عن الأنشطة التجارية كما يمكن تحسين البنية التحتية من خلال إضافة مساحات خضراء في المناطق التجارية لتحسين جودة الهواء و الحد من التلوث[1].

[1] https://www.mt.gov.dz/?page_id=979&lang=ar تم الاطلاع علية 2025/07/22 على الساعة العاشرة

- **إدارة المياه** :الفضاءات التجارية يجب أن تتبنى تقنيات لإدارة المياه بشكل فعال، مثل نظم تجميع مياه الأمطار واستخدام المياه المعالجة لأغراض الري داخل هذه الفضاءات، مما يساهم في الحفاظ على الموارد المائية.

الخاتمة

وفي ختام هذه الدراسة التي تناولت الفضاءات التجارية في ولاية الأغواط وعلاقة بتطوير العلاقات الحضرية، يتضح أن الفضاءات التجارية في هذه المدينة لا تقتصر على كونها مجرد أماكن للتبادل الاقتصادي، بل تبرز كعوامل حيوية في التنمية الحضرية الشاملة تمثل هذه الفضاءات مركزًا للتفاعل الاجتماعي، وتسهم في تعزيز الهوية الثقافية للمدينة فضلاً عن كونها محركات اقتصادية هامة تسهم في خلق فرص العمل وتحفيز النمو المحلي.

لقد أظهرت الدراسة أن الفضاءات التجارية في الأغواط تمر بتحديات كبيرة من أبرزها عدم التوزيع المتوازن للأنشطة التجارية بين مختلف أحياء المدينة والافتقار إلى التخطيط الحضري السليم في بعض المناطق.

كما لوحظ أن بعض الأسواق التقليدية والمراكز التجارية لا تواكب تطورات السوق الحديثة، مما يحد من قدرتها على تلبية احتياجات السكان والوافدين على حد سواء ومع ذلك فإن ولاية الأغواط تمتلك إمكانيات كبيرة للاستفادة من الفضاءات التجارية في تحسين مستوى المعيشة وتعزيز العدالة المجالية.

من خلال التحليل الميداني تم التأكيد على أن الفضاءات التجارية تلعب دورًا أساسيًا في تعزيز الترابط بين الأحياء وخلق بيئة حضرية أكثر تنوعًا وديناميكية كما ساهمت هذه الفضاءات في تحقيق نوع من التوازن بين الأنشطة الاقتصادية التقليدية والحديثة مما يعكس التطور الحضري الذي تشهده المدينة على الرغم من التحديات.

إن السياسات المحلية في الأغواط تحتاج إلى مزيد من التنسيق والتطوير خصوصًا فيما يتعلق بتنظيم الفضاءات التجارية وتحسين بنيتها التحتية يمكن تحقيق ذلك من خلال تطوير استراتيجيات تخطيط حضري متكاملة تراعي احتياجات المدينة وتساهم في إرساء أسس التنمية المستدامة علاوة على ذلك فإن الاستثمار في الفضاءات التجارية بشكل يتماشى مع الواقع الاجتماعي والاقتصادي سيشكل عنصرًا محوريًا في تعزيز مكانة الأغواط كمركز حضري متطور في المنطقة.

وفي الختام نجد أن الفضاءات التجارية في ولاية الأغواط تمتلك القدرة على أن تكون أداة فاعلة في دفع عجلة التنمية الحضرية، إذا ما تم استغلالها بشكل سليم وتوجيهها نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة ومن خلال تحسين التنظيم وتعزيز التنسيق بين مختلف الجهات المعنية، يمكن أن تساهم هذه الفضاءات بشكل أكبر في خلق بيئة حضرية أكثر توازناًشاملة ومستدامة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب

1.أحمدالعساف، **التخطيط الحضري وتأثير الفضاءات التجارية على حياة المدينة،** دار الثقافة الحضرية، 2015،

2.سميرالرفاعي، **العلاقات الحضرية والعوامل المؤثرة فيها: دراسة في التفاعلات الاجتماعية والاقتصادية في المدن،** دار الثقافة الجامعية.بيروت،2015.

3.محمد الطائي، الفضاءات التجارية في المدن الحضرية: دورها الاقتصادي والاجتماعي. دار المعرفة الجامعية،2019.

4.محمد علي، **العلاقات الحضرية: التفاعلات الاجتماعية والاقتصادية في المدن،** دار الفكر العربي، القاهرة، 2017.

5.محمد فايز البدر، **الفضاءات التجارية والأنماط الحضرية في المدن العربية: دراسة مقارنة،** مجلة العمارة والتخطيط، ،2017.

ثانيا: المجلات

6.أحمد عبد الله، **تطور الفضاءات التجارية في المدن: من الأسواق التقليدية إلى المولات الحديث،** مجلة دراسات الاقتصاد الحضري، المجلد15 العدد(2)، عمان،2018

7.علي الزيدي، **صعود التجارة الإلكترونية وتأثيرها على التجارة العالمية،** مجلة التجارة الرقمية، المجلد32العدد (1)، الجزائر،2019

8.علي الطاهر، **دور الفضاءات التجارية في تعزيز التفاعلات الاجتماعية داخل المدن الحضرية،** مجلة الدراسات الحضرية، العدد(2)، الامارات،2016

9.محمد الزبيدي، الفضاءات التجارية وتأثيرها على الحياة الاجتماعية في المدن الكبرى. مجلة التخطيط الحضري،2018

10. منصر عبد الغالي، طبيب عبد السلام: آليات إنشاء وتنظيم الفضاءات التجارية الكبرى في الجزائر كمدخل نحو دمج الاقتصاد الموازي في الاقتصاد الرسمي وتحقيق التنمية المستدامة – دراسة حالة مدينة تبسة (الجزائر)، مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية بجامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، لسنة2019

ثالثا: الكتب الأجنبية

11. Abdel-Fattah, M. H. The Role of Commercial Spaces in Urban Development, Urban Studies Journal,2019

12. Maroua Alama : Le rôle du centre commercial dans le développement de la ville projet MALL (complexe de commerce et de loisir), Université 8 Mai 1945

13. Tarrant, L. S., & Kim, C. O, Public Spaces and Commercial Development. Journal of Urban Design. 2016

14. White, B. T. The Dynamics of Commercial Spaces in Cities. Cambridge University Press,2017

رابعا: المواقع الالكترونية

15. https://ar.wikipedia.org/wiki/

16. https://www.dcwlaghouat.dz/ar/

17. http://wilaya-laghouat.dz

18. https://interieur.gov.dz/Monographie/ar/article_detail.php?lien=2338&wilaya=3

19. https://www.mt.gov.dz/?page_id=979&lang=ar