

**التوزيع المكاني للمجمعات التجارية
(المولات) في جانب الكرخ من مدينة
بغداد باستخدام نظم المعلومات الجغرافية
(Gis)**

□ المدرس / دنيا وحيد عبد الامير

□ جامعة بغداد / كلية التربية للبنات / قسم الجغرافية

donia.abd@coeduw.uobaghdad.edu.iq

The spatial distribution of the commercial
complexes (Malls) on the side of Karkh city of
Baghdad using geographic information systems
(Gis)

teacher Donia Wahid Abdel Amir
University of Baghdad / Faculty of Education for
woman Department of Geography

تعد ظاهرة انتشار المجمعات التجارية الحديثة في جانب الكرخ احدى الظواهر العمرانية التي تستحق الدراسة في الوقت الحاضر . ورغم انتشار المجمعات التجارية في العراق عموما ومدينة بغداد خصوصا والتي اعتبرت مقياسا للتقدم والرفاهية الان ذلك قد اثر على الانماط التقليدية للمرافق التجارية في المدينة عموما اذ نجد الناس يتجهون الى المجمعات التجارية الضخمة الامر الذي انعكس على نمط التسوق التقليدي الذي اعتادوا عليه . لذا شهد جانب الكرخ في مدينة بغداد هذا التغيير من خلال انتشار المجمعات التجارية في احياء متفرقة مما ادى الى انجذاب السكان نحو تلك المجمعات وهجرانهم للمرافق التجارية التقليدية فكان لابد من دراسة التوزيع المكاني للمجمعات التجارية (المولات) في جانب الكرخ من مدينة بغداد ومدى تناسب هذا التوزيع مع مساحة المناطق التي تتكون منها جانب الكرخ وكثافتها السكانية . اذ تعد المجمعات التجارية (المولات) ذات تطور نوعي وكمي للفعاليات التجارية في المدينة . وعلى الرغم من ان مدينة بغداد وبالأخص جانب الكرخ تعاني من سوء التوزيع المكاني للمجمعات التجارية الحديثة . ونستنتج من خلال الدراسة ان الخدمات التجارية المغلقة تعتبر توجه جديد ومتطور لتنمية وانعاش الاستعمال التجاري اذ يظهر فيها تنافس للخدمات التجارية في موقع ومكان واحد. لذلك جاء هذا البحث الى تقييم ومدى كفاءة توزيع المجمعات التجارية في جانب الكرخ باستخدام اسلوب التحليل المكاني (Spatial Analyst) وبالاعتماد على برنامج (Gis) وقد اثبتت نتائج التحليل الاحصائي والعينة صحة الفرضية حيث ان توزيع الخدمات التجارية تميل الى العشوائية . الكلمات المفتاحية : التوزيعات المكانية . الاسواق القديمة . المجمعات التجارية المولات.

Abstract

The phenomenon of the spread of modern commercial complexes on the side of Karkh is one of the urban phenomena that deserve to be studied at present. Despite the spread of commercial complexes in Iraq in general and the city of Baghdad in particular, which was considered a measure of progress and luxury, this has affected the traditional patterns of commercial facilities in the city in general, as we find people going to huge commercial complexes, which is reflected in the traditional shopping style that they are used to. So the Karkh side in Baghdad witnessed this change through the spread of commercial complexes in separate neighborhoods, which led to the attraction of the population towards those complexes and their abandonment of traditional commercial facilities, so it was necessary to study the spatial distribution of commercial complexes (malls) on the Karkh side of the city of Baghdad and the suitability of this distribution. With the area of areas that make up the side of Karkh and its population density. Malls are a qualitative and quantitative development for commercial activities in the city. Despite the fact that the city of Baghdad, especially the side of Karkh, suffers from spatial misallocation of modern commercial complexes. Despite the fact that the city of Baghdad, especially the side of Karkh, suffers from spatial misallocation of modern commercial complexes. We conclude through the study that closed commercial services are a new and evolving trend to develop and revive commercial use, as competition for commercial services appears in a single location and location. Therefore, this research came to assess and assess the efficiency of the distribution of commercial complexes on the side of Al-Karkh using the spatial analyst method. Using the Gis program, the results of statistical analysis and the sample have proven the validity of the duty, as the distribution of commercial services tends to random key words: Spatial Distribution. Old markets. Commercial malls

المقدمة

انتشرت في الآونة الأخيرة في جانب الكرخ عدد من المجمعات التجارية الكبيرة والتي سميت (Hyper shpping center) وقد توزعت هذه المجمعات في احياء متفرقة في جانب الكرخ لمدينة بغداد. وقد اثر تلك المجمعات في جانب الكرخ على العديد من المرافق التجارية ذات الانماط التقليدية في مراكز المدينة . اذ استقطبت تلك المجمعات الجديدة اعداد كبيرة من المتسوقين وجذبهم اليها . وبدا النشاط التجاري للمرافق التجارية ذات الانماط التقليدية بالاضمحلال والتدهور . وان التحولات الاقتصادية والتغيرات الاجتماعية والعمرانية التي شهدتها مدينة بغداد في الآونة الأخيرة ولاسيما بعد احداث ٢٠٠٣ استحدثت في عموم العراق ومدينة بغداد وخاصة في جانب الكرخ ظاهرة انتشار المجمعات التجارية (المولات) والتي تعد نقلة نوعية في الفعاليات التجارية التي تمثل احدى الفعاليات الحيوية التي لها تأثير مباشر على الظواهر البشرية ومنطقة الدراسة ، لذا سعت هذه الدراسة الى تقييم كفاءة التوزيع المكاني للمجمعات التجارية (المولات) ومدى سهولة الوصول اليها و ابراز اهمية التوازن في توزيع المجمعات التجارية المغلقة في جانب الكرخ بما ينسجم مع مؤشرات ومعايير في تحديد الموقع

الامثل لتسوق البضائع التي يحتاجها المستهلك وتمكين السكان من الحصول على ما يحتاجونه من المواد الغذائية وغيرها من الحاجات الضرورية ، كما تعد وسيلة ترفيهيه اذ تضم تلك المولات المطاعم والكافيهات ودور السينما ومحلات التجميل ولعب الاطفال وغيرها . وقد لعبت الظروف الجغرافية دورا مهما لمدينة بغداد وخاصة في جانب الكرخ في تحديد مواقع المجمعات التجارية (المولات) وتوزيعها المكاني

مشكلة البحث

ما صورة التوزيع الجغرافي للمجمعات التجارية (المولات) في جانب الكرخ من مدينة بغداد . تتفرع من هذا التساؤل الرئيسي تساؤلات ثانوية هي :

- هل يعكس انتشار المجمعات التجارية قبول السكان لتلك المجمعات التجارية المولات الكبيره عليها
- ماهو نمط توزيع المولات في جانب الكرخ وماهي المتغيرات المؤثره في تشكيل نمط التوزيع
- هل يناسب توزيع المجمعات التجارية (المولات) في جانب الكرخ مع كثافة السكان للمناطق والإحياء

فرضية البحث

الفرضية هي حلٌ مسبقٌ مقترحٌ لمشكلة الدراسة تتم صياغته بشكل واضح ولأهميته فقد تمت صياغته من صميم موضوع الدراسة وبالشكل الاتي: تعاني مدينة بغداد وبالأخص جانب الكرخ من سوء التوزيع المكاني للمجمعات التجارية (المولات) لذا جاءت فرضية البحث لتسليط الضوء في تقييم مدى كفاءة التوزيع المكاني للمجمعات التجارية وإبراز اهمية التوزيع المكاني بالاعتماد على تقنية نظم المعلومات الجغرافية Gis للإسهام في تنشيط النمو الاقتصادي .اعتمدت الدراسة على مدى كفاءة توزيع المكاني للمجمعات التجارية (المولات) في جانب الكرخ بالاعتماد على نظم المعلومات الجغرافية وهذا يظهر القدرة التحليلية في اعداد خرائط التي تبين التوازن والكفاءة في التوزيع.

هدف البحث

يهدف البحث الى تحقيق عدة امور هي :

- ١- اظهار نمط التوزيع المكاني للمجمعات التجارية (المولات) ومدى تحقيق كفاءة وسهولة الوصول .
- ٢- ابراز اهمية التوازن في توزيع المجمعات التجارية المغلقة في جانب الكرخ بما ينسجم مع مؤشرات ومعايير في تحديد الموقع الامثل .

منهجية البحث

لغرض تحقيق هدف البحث والوصول الى نتائج الدراسة اعتمدت الباحثة على منهجين مهمين هما المنهج الوصفي والتحليلي في جمع البيانات وتحليلها ، تمثل الدراسة الميدانية ممثلةً باستمارة الاستبانة واعتمدت ايضا على الطرق الاحصائية باستخدام نظم المعلومات الجغرافية (Gis) .

حدود منطقة الدراسة

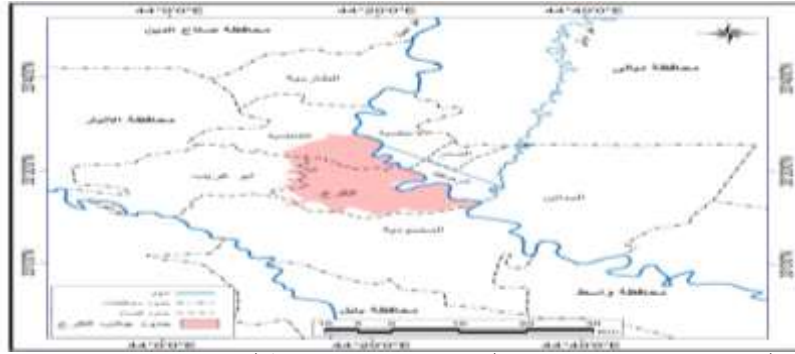
تقع منطقة الدراسة من جهة الغرب قضاء ابو غريب ومن الجنوب قضاء المحمودية ومن الشمال والشرق الرصافة ما بين دائرتي عرض (33 30 00 و 33 11 00) شمالا وخطي طول (44 3 0 00 و 44 11 00) شرقا وتبلغ مساحة جانب الكرخ (٥٠٣) كم^٢ اي بنسبة (٥٦%) من مساحة بغداد البالغة مساحتها (٨٩٠) كم^٢ (١) اما عدد سكان جانب الكرخ فقد بلغ (٢٣٣١٦٨٥) نسمة^(٢) لعام ٢٠١٩ ، كما في الجدول (١) الخريطة (١)

جداول (١) مساحة بلديات جانب الكرخ ببغداد لسنة ٢٠١٩

البلديات	مساحة كم ^٢	عدد المحلات	عدد السكان
الدورة	٧٩,٦٠١	٥	٢٨٥٧٩٩
الرشيد	١٢٣,٣	١٠	٥٠٣٠٢٦
بلدية الخضراء	١٥,٩٧	٨	٣٠٩٧٥
المنصور	١٢٦	١١	٥٥٢٥١٥
الكرخ	١٤,٤	٦	١٥٢٧٥٢
الشعلة	٩٠,٢٩	٤	٦١٩٠٩٢
الكاظمية	٥٣,٧٢	٤	١٨٧٥٢٦
المجموع	٥٠٣ كم ^٢	٤٣	٢٣٣١٦٨٥
	٨٩٠ كم ^٢		

المصدر: امانة بغداد ، قسم التصميم ، شعبة نظم المعلومات الجغرافية، بيانات غير منشورة ، ٢٠٢٩ .
وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، تقديرات سكانية ٢٠١٩ ، بيانات غير منشورة.

خريطة (١) بلديات جانب الكرخ في محافظة بغداد



المصدر : امانة بغداد ، قسم التصميم ، شعبة نظم المعلومات الجغرافية ، بيانات غير منشورة ، ٢٠١٩ .

مفاهيم ومصطلحات

• **السوق** : يعرف السوق بأنه المساحة والمنطقة التي تحدث فيها التعاملات التجارية من خلال الارتباط بين الناس والتجار في مكان واحد^(٣) ، كما انه التبادل التجاري في بيع وشراء البضائع (Goods) والاحتياجات وتصف الاسواق على اساس من العناصر المادية والمعنوية مختلفة الابعاد^(٤) .

• **المجمع التجاري** : يراد منه الاسواق الحديثة المغطاة جزئيا او كليا وهو يعتبر نقطة لاستهواء المتسوق وتتميز بكونها مركز للترفيه والتسويق فتكون مكيفة وتحتوي على متاجر والعباب فضلا عن مواقف السيارات^(٥) وهي عبارة عن عدة مباني تكون مترابطة في اغلب الاحيان وغالبا ما تتخذ الشكل الافقي ولا تشمل على جميع الخدمات ، وقد تكون متخصصة في تقديم خدمة تجارية واحدة ، وقد تكون مغلقة او مكشوفة ومملوكة من اكثر من شخص^(٦) .

• **المول** : تعني كلمة مول مركز تسوق او منتزه للمرتادين وقد تعدد مسميات المجمعات التجارية مثل بلازيا^(٧) او مول وهناك فرق بين المراكز التجارية وبين المول فالمركز التجاري يضم مكاتب خدمات الشركات المتنوعة اما المول فهو سوق متكامل^(٨) ، هو عبارة عن سوق متكامل ولكن بمفهوم حضري فكلمة (مول) تعني مركز تسوق او مركز تسوق مع منتزه للمرتادين وعادة ما يكون مغلقا او مغطى^(٨) ،

اصل ونشأة الاسواق التجارية في مدينة بغداد

قالو قديما اذا اردت ان تعرف المدينة فأذهب الى اسواقها . لقد عرفت المدن القديمة بأسواقها التقليدية . فقد نشأت الاسواق الى عهد الرسول (ص) قريبة من دورها حيث كانت عبارة عن ساحة واسعة خالية من البناء^(٩) حيث كان يترك فضاء وسط المدينة لإقامة السوق وعقد الاجتماعات^(١٠) ، وفي العهد الاسلامي كان الاهتمام بالسوق اهتماما كبيرا حتى اصبح السوق من اهم المعالم الكلاسيكية للمدينة العربية الاسلامية^(١١) ، وفي العراق ظهرت اسواق من اهمها سوق الثلاثاء وهو سوق عظيم يذهبون اليه الناس مره كل شهر وفيه مسجد جامع يصلون فيه كل جمعة^(١٢) . وتعتبر هذه الاسواق في المدن الاسلامية مظهرا مميزا في العمارة قديما . لما تمتاز به القبوات والعقود الضخمة ولا تزال بعض المدن محتفظة بطابعها التاريخي مثلا في بغداد يوجد سوق الشورجة الذي كان يقع في الاصل في قرية صغيرة خارج مدينة المنصور ثم التحم بعد ذلك بالهيكل العام للمدينة وهو مقسم نوعيا الى شوارع تجارية عدة^(١٣) كما في الصور^(١,٢)

*بلازيا : كلمة فرنسية وتعني السوق المفتوح

صورتان توضحان شارع الرشيد بالقرب من الشورجة للسنوات (١٩٥٨/١٩١٨)



ففي مدينة بغداد تم نقل الاسواق الى الاروقة على طول الطريق من بوابات السوق الخارجي الى الرحبة ثم نقلت بعض الاسواق الى خارج المدورة^(١٤) ولقد نمت وظهرت المجمعات التجارية في الأونة الاخيرة بسبب التطور الحاصل في بغداد النسبي من حيث التحسن الامني والاقتصادي التي شهدتها البلاد^(١٥) ففي السنوات الاخيرة بدأت تظهر المجمعات التجارية بصورة عمودية بعضها مكتمل والبعض الاخر قيد الانجاز . وبدأت ظاهرة المجمعات التجارية تتماشى مع التطورات التي تحدث في مدن العالم لتمكين السكان من الحصول على ما يحتاجون اليه السكان من مكان واحد . ويزيد التنوع في الخدمات قدرتها على تشغيل مزيد من العاملين من كلا الجنسين بعكس المحلات التجارية التقليدية^(١٦) ، ان هذه مراكز المجمعات التجارية لم تنتشر في مدننا الا منذ سنوات قليلة فقد اصبحت من ابرز معالم المدن الكبرى ومن اقوى عوامل الجذب لسكانها من مختلف الطبقات الاجتماعية . بينما اضمحل دور الاسواق القديمة التقليدية في كثير من المدن^(١٧) فضلا عن ظهور المجمعات التجارية في بغداد التي اتت بعد دراسات لتقديم الخدمة الافضل بعد عام ٢٠٠٣ اذ اصبح التسوق العمودي على شكل مجمعات مغلقة هو الخدمة الافضل لدى المرتادين للمجمعات التجارية. لذا اصبحت هذه المراكز والمجمعات التجارية من اهم الوسائل التي تقضي فيها العائلة جزءا من وقتها للتسوق والترفيه حيث اصبح مصطلح الترفيه موازيا للتسوق . اذ نرى العديد من الناس يذهبون الى هذه المجمعات للترفيه والتنقل^(١٨) توزيع السكان وكثافتهم في جانب الكرخ للعام (٢٠١٩) من خلال دراسة السكان تبرز العلاقة بين السكان من جهة ومكان وجودهم وتباينهم وتوزيعهم من جهة اخرى . اذ ان معرفة الكثافة السكانية في منطقة ما يساعد على ترتيب توزيع الخدمات بما يتناسب حجم السكان في المنطقة^(١٩) فمن خلال الجدول (٢) والخريطة (٢) يتضح ان معدل الكثافة العامة للسكان في جانب الكرخ لعام (٢٠١٩) بلغت (٤٦٣٥) نسمة /كم^٢ وان هذه الكثافة ناجمة عن التباين في توزيع السكان ضمن بلديات المدينة ، مما ادى الى ارتفاع الكثافة السكانية في بعض البلديات وقلتها في بلديات اخرى ويرجع هذا الاختلاف الى التباين في مساحات الارض واستعمالاتها فكانت اعلى كثافة التي حصلت على المرتبة الاولى كانت في بلدية الكرخ بلغت (١٠٦٠٧) نسمة /كم^٢ وتليها في المرتبة الثانية بلدية الشعلة (٦٨٥٦) نسمة /كم^٢ وثم تأتي بالمرتبة الثالثة من حيث الكثافة على التوالي (بلدية المنصور ، بلدية الرشيد) بلغت كل منهما (٤٠٧٩/٤٣٨٥) نسمة /كم^٢ ثم المرتبة الرابعة على التوالي (بلدية الدورة وبلدية الكاظمية) بلغت كل منهما (٣٥٩٠/٣٤٩٠) نسمة /كم^٢ لوجود مصفى الدورة ولوجود اراضي زراعية متروكة وكذلك بالنسبة الى بلدية الكاظمية لوجود المراقد الدينية فضلا عن كونها منطقة سياحية وأخر مرتبة حصلت بلدية الخضراء* بلغت (١٩٣٩) نسمة /كم^٢ وان هذه البلدية مستحدثة فقد كانت تابعة الى بلدية الكرخ مما ادى الى انفصالها من قبل امانة بغداد فقد بلغ عدد الاحياء فيها (٣) احياء سكنية اما عدد المحلات السكنية فقد بلغت(٨) محلات سكنية)

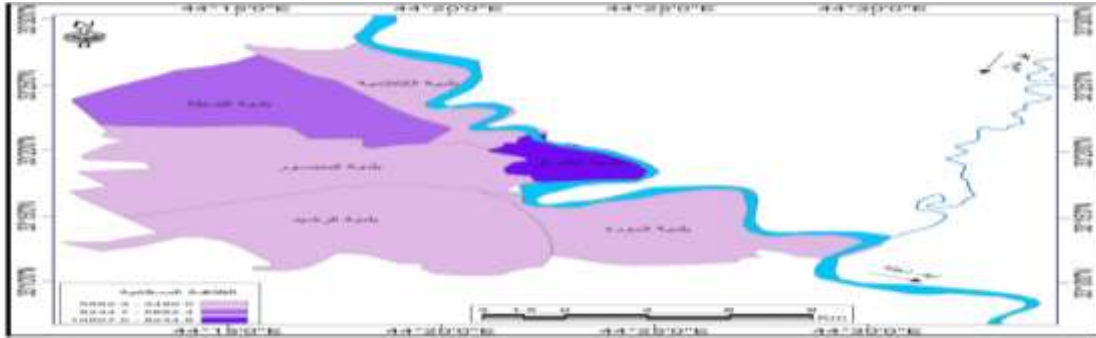
جدول (٢) توزيع السكان وكثافتهم في جانب الكرخ لعام ٢٠١٩

البلديات	مساحة المولات كم ^٢	عدد السكان	الكثافة السكانية
الدورة	٧٩,٦٠١	٢٨٥٧٩٩	٣٥٩٠
الرشيد	١٢٣,٣	٥٠٣٠٢٦	٤٠٧٩
بلدية الخضراء	١٥,٩٧	٣٠٩٧٥	١٩٣٩
المنصور	١٢٦	٥٥٢٥١٥	٤٣٨٥
الكرخ	١٤,٤	١٥٢٧٥٢	١٠٦٠٧
الشعلة	٩٠,٢٩	٦١٩٠٩٢	٦٨٥٦
الكاظمية	٥٣,٧٢	١٨٧٥٢٦	٣٤٩٠
المجموع	٢كم ^٢ ٥٠٣	٢٣٣١٦٨٥	٤٦٣٥
بغداد	٢كم ^٢ ٨٩٠	؟؟؟؟؟؟	؟؟؟؟؟؟

المصدر: من عمل الباحثة بالاعتماد على :

- ١- امانة بغداد، قسم التصميم، شعبة نظم المعلومات الجغرافية، بيانات غير منشورة ٢٠١٩ .
 ٢. جمهورية العراق، وزاره التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، تقديرات سكانية ٢٠١٩، بيانات غير منشوره.
- *بلدية الخضراء وهي بلدية مستحدثة تم انفصالها من قبل امانة بغداد عام ٢٠١٣

خريطة (٢) توزيع السكان وكثافتهم بحسب البلديات لعام ٢٠١٩



المصدر : من عمل الباحثة بالاعتماد على جدول (٢)

العناصر والمكونات الرئيسية للمجمعات التجارية (المولات) لم تعد عناصر ومكونات المجمعات التجارية الجديدة مشابهة لنمط الاسواق التجارية التقليدية . وإنما اصبحت مكوناتها وعناصرها مرتبطة بنمط الحياة الجديدة التي اصبح النمط السائد للسكان . فبينما تتكون الاسواق التجارية بشكل اساسي من محلات تجارية او متنوعة في بضاعتها على جانبي محور حركة الشارع . الان هذه الاسواق تنوعت وأصبحت هناك ما يسمى بالسوبر ماركت الذي يحتوي على جميع الاحتياجات تحت سقف واحد ولكن هذا لايفي بالغرض فقد اتجه السكان الى المجمعات التجارية . التي اصبحت جاذبة للسكان بخلاف ما هو جاذب للأسواق التقليدية واهم هذه العناصر

- محلات تجارية متنوعة في مكان واحد
- مجمع المطاعم والكافيهات
- مكاتب للصيرفة وتحويل العملات الاجنبية
- صالات الالعاب الترفيهية للاطفال
- المسارح والسينمات
- ساحة للجلوس والاستراحة
- ساحات لوقوف السيارات

حيث يكون المجمع التجاري مكون من طابقين او ثلاث طوابق ويحتوي على كراج مخصص لمواقف السيارات . حيث ان طريقة التصميم وانغلاق المجمع التجاري نحو الداخل يؤدي الى عزله عن المحيط الخارجي . ففي السنوات الاخيرة وفي ظل الظروف الراهنة التي يعيشها البلاد طرأ عند رغبة المستثمرين في اقامة مشاريع المجمعات التجارية بكافة مستوياتها وهناك مجمعات تجارية مولات قيد الانشاء . لذا بادرت امانة بغداد بوضع المعايير للالتزام بإقامة في تصميم المجمعات التجارية للمولات وتتضمن هذه المعايير^(٢١) هي :

١. ان يكون موقع المجمع التجاري مخصص للاستخدام التجاري وان يكون مخصص على شارع تجاري
٢. ان يكون التصميم المعماري للمركز التجاري متميزا بحيث يشكل نموذجا معماريا ومعلما حضاريا للمدينة
٣. ان يكون الموقع بعيدا عن المحطات الوقود وبيع الغاز بحيث يفصل عن تلك المحطات مسافة لا تقل عن ٢٥م
٤. ان يراعي التصميم المعماري للمجمعات التجارية من خلال اصفاءه اكبر قدر من التكيف مع الظروف المناخية وتوفير المناخ الملائم للمتوسقين وتوفير الحماية المناسبة للسلع والخدمات
٥. طول واجهه الارض للمجمع التجاري على الشوارع التجارية لا تقل عن ٢٥٠م

٦. يتم دراسة جدوى للمشروع وان يكون من المشاريع الكبيرة التي لا يقل مساحتها عن ٢١٠٠٠٠م

تحليل التحولات المعاصرة للمجمعات التجارية (المولات) واصل تسميتها ان اصل المجمعات التجارية تعود بالاصل تسميتها الى محلات ومتاجر الاورزدي باك الذي يرجع الى التاجر اليهودي اورزدي باك والذي سميت باسمه وهي تعتبر من المتاجر القديمة التي تضاهي

بالمولات بالعالم اليوم وان هذا النوع من المتاجر كانت تنافس الاسواق من خلال توفير السلع الفاخرة وباسعار مناسبة في خدمة اصحاب الدخل المحدود اذ افتحتت هذه المتاجر في بداية العشرينات^(٢٢) كما في الصورة (١)

صوره (١) توضح متاجر الاورزدي في شارع المستنصر



في مدينة بغداد ثم تبعتها في مدينة البصرة في السنة ذاتها وكانت تباع البضائع من مناشئ عالمية من فرنسا واليابان اما في عام ١٩٥٠ انتقلت هذه المتاجر الى شارع الرشيد كما في الصورتان (٢,٣) صورتان (٢,٣) توضح الاورزدي في شارع الرشيد في مدينة بغداد



وكانت بنياتها تتكون من طابقين وفيه مصعد الذي ابهر في ذلك الوقت سكان مدينة بغداد ويتوجه اليه الافراد ذوي الطبقة المتوسطة والطبقة الغنية . وكان الجديد على كثير من البغداديين أيضاً أنّ المحلات التجارية قد وظفت بائعات يرتدين زيّاً موحّداً. وكانت سياسة هذه المحلات أن يبتسم كلّ العاملين فيها ومن ضمنهم البائعات، وأنّ يظهرها للزبائن اللطف والاحترام لدى المتسوقين . وهذا من مميزات كلّ المحلات "الراقية" ولهذا بنت سمعتها على بيع المنتجات ذات النوعية الجيدة وباسعار ثابتة من البضائع ومكتبة لبيع الاسطوانات الراقية والكلاسيكية^(٢٣) كما في الصورة رقم (٤)

صوره (٤) توضح البضائع والمكتبات في الاورزدي باك



ففي فترة السبعينات قامت الحكومة العراقية بتأميم محلات الاورزدي باك والتي اصبحت ملكا للدولة بعد تأميمها باسم (الاسواق المركزية) واصبحت هذه الاسواق المركزية تابعة لوزارة التجارة اذ افتتحت لها فروع في الكرادة والعدل والمنصور وحي العامل والبلديات ثم فتحت لها فروع في بعض المحافظات العراقية . فضلا عن لايمكن لاحد ان يقلل من اهمية دور محلات الاورزدي في المجتمع العراقي وبالاخص المجتمع البغدادي في الثقافة الاستهلاكية كما في الصورة(٥) صوره (٥) توضح متاجر الاسواق المركزية



واقع حال التوزيع المكاني للمجمعات التجارية (المولات) في جانب الكرخ اهتم الجغرافيون بالتوزيعات المكانية للظواهر الجغرافية (الطبيعية والبشرية) لمعرفة فيما اذا كان التوزيع يشكل نمطا محددًا او انه مجرد توزيع عشوائي جاء عن طريق الصدفة (٢٤) اذ يعمل نظام المعلومات الجغرافية على الربط المكاني بين البيانات المكانية للجغرافية الرقمية للظاهرة (المولات) وطبيعية التوزيع المكاني لمعرفة طبيعة التوزيع هل هو متجمع او مشتت وترتيبها ضمن نمط معين فضلا عن امكانيات التحليل البسيط والمتقدم والتحليل الاحصائي (٢٥) ويحدد السكان وتوزيعها المكاني في جانب الكرخ حجم الخدمات ونوعيتها حيث يزداد حجم السكان للخدمات وتخصصها واستهلاكهم لها مع ازدياد عدد السكان (٢٦) . ويوجد في جانب الكرخ (١٩) مجمع تجاري (مول) موزعه على البلديات والإحياء السكنية اذ تتركز في عدد من البلديات وتقل في بلديات اخرى وتتعدم وجودها في بعض البلديات ويعزى هذا السبب الى عدم الظروف الملائمة لإقامة المشاريع في البلديات التي تتعدم فيها وجود المجمعات التجارية كما في الجدول (٣) والخريطة (٣) حيث يوضح الجدول (٣) والشكل (١) ان بلدية المنصور سجلت اعلى النسب بنسبة (٦٨٪) لاحتوائها على (١٣) مول تجاري يرتاد الية سكان بلدية المنصور وبقية البلديات الخرى والاقضية والنواحي داخل وخارج مدينة بغداد اذ تحتل مساحة (١٢٦) كم^٢ وتمثل المرتبة الثالثة من حيث الكثافة السكانية اذ بلغت (٤٣٨٥) نسمة /كم^٢ كما في الصور (١،٢) وهذه النسبة قليلة بالمقارنة مع بلدية الكرخ التي تحتل المرتبة الاولى اذ بلغت (١٠٦٠٧) نسمة /كم^٢ وتعتبر هذه البلدية من المناطق الحيوية والتاريخية المهمة من حيث الشوارع والمحلات السكنية التي تحتويها الا انها تأتي بالمرتبة الثالثة بنسبة (٥٪) من مجموع المولات التجارية في جانب الكرخ والتي تمثلت مساحتها (١٤٠٤) كم^٢ ويعزى سبب هذا العدد القليل من المولات لوجود الاحياء التراثية التي تكون محافظه على عاداتها وتقاليدها وقله الخدمات التي تساعد على انشاء المولات وكذلك هناك بعض البلديات تتعدم فيها المولات مثل بلدية الدورة حيث توجد مجمعات تجارية صغيرة وكذلك في بلدية الشعلة وبلدية الخضراء وهذا يشير الى عدم كفاءة التوزيع في المجمعات التجارية وكذلك افتقار هذه البلديات الى هذه الخدمات لكن هذا لا يعني خلوها فهناك عدد من البلديات توجد فيها مولات تجارية قيد التنفيذ والتي بلغ عددها (٧) مجمعات تجارية (مولات) قيد الانشاء موزعه على البلديات مثل بلدية الدور اذ بلغ عددها (١) وبلدية الرشيد عددها (١) وبلدية المنصور عددها (٢) وبلدية الكرخ عددها (١) وبلدية الشعلة عددها (١) وبلدية الكاظمية عددها (١) وبلدية المنطقة الخضراء من المجمعات التجارية .

صورتان (١،٢) لمول المنصور في جانب الكرخ من مدينة بغداد



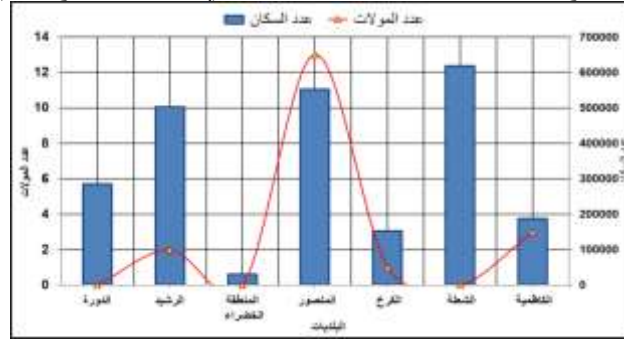
التقت الصور بتاريخ ٢٠١٨/١٢/١٤

جدول (٣) التوزيع المكاني للمولات في جانب الكرخ لعام (٢٠١٩)

البلديات	عدد المولات	النسبة	عدد السكان	الكثافة السكانية
الدورة	لا يوجد	-	٢٨٥٧٩٩	٣٥٩٠
الرشيد	٢	١١	٥٠٣٠٢٦	٤٠٧٩
بلدية الخضراء*	لا يوجد	-	٣٠٩٧٥	١٩٣٩
المنصور	١٣	٦٨	٥٥٢٥١٥	٤٣٨٥
الكرخ	١	٥	١٥٢٧٥٢	١٠٦٠٧
الشعلة	لا يوجد	-	٦١٩٠٩٢	٦٨٥٦
الكاظمية	٣	١٦	١٨٧٥٢٦	٣٤٩٠
المجموع	١٩	١٠٠	٢٣٣١٦٨٥	٤٦٣٥

المصدر: امانة بغداد ، قسم التصميم ، شعبة نظم المعلومات الجغرافية ، بيانات غير منشورة ٢٠١٩
وزاره التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء، تقديرات سكانية ٢٠١٩، بيانات غير منشورة

شكل (١) توزيع عدد المولات وعدد السكان في جانب الكرخ لعام ٢٠١٩



المصدر: من عمل الباحثة بالاعتماد على جدول رقم (٣)

خريطة (٣) توزيع المجمعات التجارية (المولات) في جانب الكرخ من مدينة بغداد لعام ٢٠١٩



المصدر: من عمل الباحثة بالاعتماد عل

امانة بغداد ، قسم التصاميم ، شعبة نظم المعلومات الجغرافية ، بيانات غير منشورة ، ٢٠١٩.

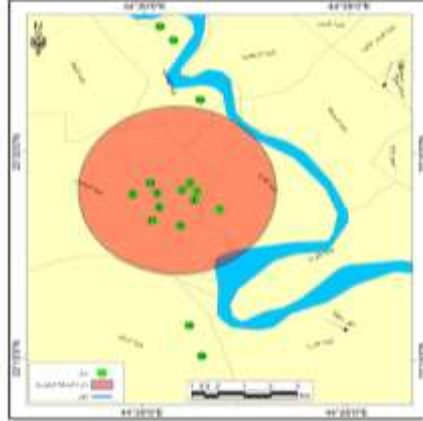
تحليل نمط انتشار المجمعات التجارية (المولات) في جانب الكرخ ينظر الى الجغرافية على انها علم يهتم بدراسة التوزيع المكاني للظواهر الجغرافية وارتباطاتها البيئية والاجتماعية والتي تقوم بوصفها وتحليلها وتفسيرها^(٢٧) ويعمل نظام المعلومات الجغرافية على الربط المكاني بين عناصر البيانات المكانية الجغرافية الرقمية للظاهرة (المجمعات التجارية المولات) في جانب الكرخ وهو ما يعرف باسم Topology للكشف عن طبيعة العلاقات المكانية بما يلائم طبيعة التوزيع متجمع او مشتت وقد اعتمدت الدراسة على تحديد نمط التوزيع المكاني للمجمعات التجارية المولات في جانب الكرخ بالاعتماد على الوحدات قرينه الجار الاقرب اهمها تحديد نمط التوزيع على الموازنة بين متوسط التباعد الفعلي بين العناصر وجاراتها لأقرب متوسط التباعد النظري بين العناصر وجاراتها في توزيع عشوائي نظري اذ تتراوح قيمة القرينة (R) بين الصفر حيث يمثل التوزيع المتجمع و(٢,١٤٩) حيث يمثل النمط التوزيع منتظم اما اذا بلغت القرينة (١) فان التوزيع عشوائي^(٢٦) ولقد تم استعمال اساليب احصائية وهي:

أولاً: تحليل المسافة المعيارية

وهذه القرينة هي مماثلة لقرينة الانحراف المعياري التي تستخدم في الاسلوب الاحصائي وهي تقاس درجة تشتت النقاط المدروسة حول وسطها المكاني^(٢٨) اي انها مؤشر تقاس مدى تباعد او تركيز مفردات الظاهرة مكانيا وغالبا ما يتم استخدام قيمة المسافة المعيارية لرسم دائرة تسمى الدائرة المعيارية (Standard Circle) والتي يمكن من خلالها معرفة تركيز او انتشار البعد المكاني للظاهرة وكلما كبرت قيمة المسافة المعيارية كبرت حجم الدائرة وبالعكس^(٢٩) يعد معامل المسافة المعيارية من اهم المقاييس لمعرفة تشتت النقاط وتوزيعها المكاني حول المركز المكاني، ومدى انتشار الظاهرة عن المركز المكاني اذ ترسم دائرة حول المركز المتوسط ، فاذا كانت الدائرة كبيرة يؤشر ان الظاهرة منتشرة ، واذا كانت الدائرة صغيرة يدل على تركيز الظاهرة . اما الخريطة (٤) التي توضح تحليل المسافة المعيارية لتوزيع المولات

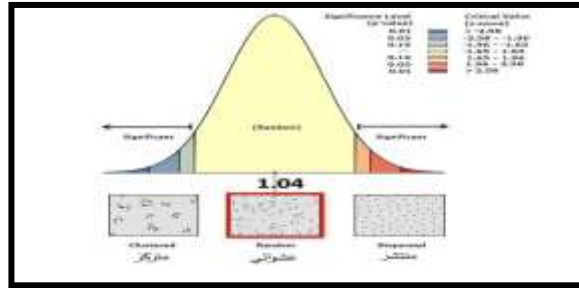
، اظهرت ان عدد المولات داخل الدائرة بلغ (١١) مول ، وعدد المولات خارج الدائرة بلغ (٥) مول ، اي ان نسبة (٦٨.٨٪) من المولات تقع داخل الدائرة وهذا يؤشر ان المولات توزعت بصورة متقاربة حول مركزها

خريطة (٤) المسافة المعياريّة للمجمعات التجارية في جانب الكرخ لعام ٢٠١٩



(Arc Gis) من عمل الباحثة باستخدام برنامج المصدر:

ثانياً: تحليل الجار الاقرب Nearest Neighbor Analysis يعد تحليل الجار الاقرب من اهم ادوات التحليل المكاني في الجغرافية اذ كان يتم الحصول عليه يدويا قبل استخدام نظم المعلومات الجغرافية (GIS) (٣٠) حيث يبين من خلال هذا التحليل معرفة المسافة بين الموقع الجغرافي لكل مجمع تجاري (مول) ووفقا للتحليل فقد يكون النمط واحد من ثلاثة (عشوائي Random) (متمجم Clustered) (مشتت Dispersed) فاذا كان اقل من (١) فان التوزيع متمجم وإذا كانت النسبة اكثر من (١) فيكون التوزيع مشتت مما يتيح امكانية الحصول على معيار كمي لخدمات المجمعات التجارية (المولات) في جانب الكرخ وبالأخص احياء البلديات المشغولة بالسكان عند تطبيقها على بلدية الكرخ التي يبلغ فيها عدد المولات في جانب الكرخ (١٩) مول تجاري اظهر التحليل ان نسبة التوزيع المحسوب الى التوزيع المتوقع كانت (١.٠٤) وهي قيمة اكبر من (١) صحيح مما يعني ان النمط هو النمط المتقارب القريب من العشوائية هذا يدل على ان خدمة المولات بعيدا نسبيا عن كثير من احياء المدينة كما في الشكل (٢) شكل(٢) معامل الجار الاقرب للمولات في بلدية الكرخ لعام ٢٠١٩



المصدر: بالاعتماد على برنامج Arc MAP 9.3

التقييم المكاني للمجمعات التجارية وكيفية الوصول اليها تعد عملية المسح الميداني للمجمعات التجارية في جانب الكرخ من اهم المصادر التي تم اعتمادها في هذا البحث للحصول على البيانات والمعلومات المطلوبة وذلك للوقوف على العناصر التي تؤثر على المجمعات التجارية (المولات) ولقد وزعت استمارة الاستبيان بطريقة عشوائية وكان عدد الاستمارات (٤٠٠) استمارة حيث وزعت على المواطنين المرتادين الى المجمعات التجارية وعلى العاملين في هذه المجمعات وعلى اصحاب المحال في داخل المجمعات وفيما يأتي توضيح اهم المؤشرات المستخلصة من تأثير تلك المجمعات التجارية في جانب الكرخ من هذه العناصر اهمها :

اولا : قدوم الشخص للتسوق الى المجمعات التجارية (المولات) في جانب الكرخ ولغرض التعرف على هذه الاسئلة الموضحة سواء كان داخل بغداد او خارجها التي تشمل (افضية ونواحي او من المحافظات الاخرى) . اتضح من خلال استمارة الاستبيان في جانب الكرخ . ان نسبة المتسوقين او المرتادين للمجمعات التجارية كانوا من داخل بغداد بنسبة (٦٢٪) قادمون من مختلف مناطق بغداد على جانبي (الكرخ والرصافة) وان (٣٨٪) من المتسوقين الى المجمعات التجارية ، وهذا يعني ان لهذه المجمعات التجارية على مستوى ليس فقط في مدينة بغداد وانما في المحافظات الاخرى .

شكل (٣) قدوم الشخص للتسوق للمجمعات التجارية (المولات) في جانب الكرخ



المصدر : من عمل الباحثة بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبيان

ثانيا : دوافع التسوق الى المجمعات التجارية (المولات) في جانب الكرخ اذا اردنا التعرف على دوافع التسوق الى المجمعات التجارية فقد تناولت استمارة الاستبيان عدد من الاسئلة للتر فعلى خدمات المجمعات التجارية المقدمة للمتسوقين او المرتادين وقد جاءت نتائج الاستبيان كما في الجدول (٥) والشكل (٤) والذي اتضح ان (٥٥ %) كانت الاجابات لوجود المطاعم والكافيهات والالعاب الاطفال والترفيهية وللتواصل الاجتماعي ولقضاء وقت ممتع مع العائلة والتي كانت اعلى النسب في حين نجد ان نسبة (٢٨ %) كانت بدافع ان خدمات التسوق في المجمعات التجارية كانت افضل من المحلات التجارية التقليدية واماكن اخرى حيث يجد المتسوق كل ما يحتاج من بضائع دون تعب وعناء اما بالنسبة عن دوافع التسوق النجمة عن وجود خدمات قريبة كانت النسبة (١٧ %) وهذه النسبة كانت قليلة من حيث الاجابات

جدول (٥) دوافع التسوق الى المجمعات التجارية (المولات) في جانب الكرخ

٢٨%	لاتوجد خدمة قريبة
١٧%	خدمات افضل للتسوق
٥٥%	وجود مطاعم ترفيهية
١٠٠	المجموع

المصدر : من عمل الباحثة بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبيان

شكل (٤) دوافع التسوق الى المجمعات التجارية (المولات) في جانب الكرخ لعام ٢٠١٩

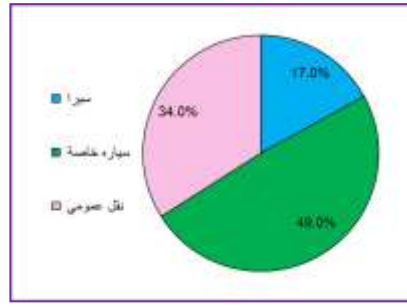


المصدر : من عمل الباحثة بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبيان

ثالثا : سهولة الوصول الى المجمعات التجارية (المولات): اتضح من خلال استمارة الاستبيان ان سهولة الوصول للمجمعات التجارية جاءت بالنسبة متباينة وهذا يعني ان سهول الوصول للمجمعات التجارية لم تعد عاملا حاسما في عملية التسوق اما عن وسيلة الوصول الى المجمعات التجارية فقد تناولتها استمارة الاستبيان بالسؤال عن طريق الوصول الى المجمع التجاري وكانت النتائج كما في الجدول (٦) الاتي والشكل (٥) حيث ان (٤٩ %) من مجموع اجابات المتسوقين يصلون الى المجمعات التجارية بواسطة السيارة الخاصة و(٣٤ %) بوسائط نقل عمومي و(١٧ %) سيرا على الاقدام وهذا يعطي مؤشرا سلبيا حيث ان تلك المجمعات التجارية قد ساهمت في زيادة الزخم المروري داخل مدينة بغداد وان ارتفاع نسب السيارات الخاصة وزيادة عددها يعطي مؤشرا على ضرورة فتح مواقف سيارات تكفي هذه الاعداد من السيارات في تلك المجمعات التجارية جدول (٦) وسيلة الوصول للمجمعات التجارية في بلدية الكرخ

١٧%	سيرا
٤٩%	سياره خاصة
٣٤%	نقل عمومي

المصدر : من عمل الباحثة بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبيان



المصدر : من عمل الباحثة بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبيان

رابعا : الاثر السلبي للمجمعات التجارية على جانبي الكرخ لمدينة بغداد من خلال تحليل استمارة الاستبيان يتضح ان اسعار العقارات في المناطق التي اقيمت فيها المجمعات التجارية في جانب الكرخ حيث اظهرت النتائج عدم وجود اثر واضح من خلال نسبة الاجابة التي بلغت (١٣ %) من مجموع الاجابات بعدم حصول ارتفاع في اسعار العقار في المناطق التي شملتها الدراسة في جانب الكرخ . اما بالنسبة للاختناقات المرورية فقد بلغت النسبة (٥٢ %) وهي نسب عالية وذلك بسبب ما تسببه من تلوث بيئي من خلال ما تقذفه هذه السيارات من دخان اضافة الى التلوث الضوضائي الذي تحدثه حركة السيارات والسابلة قرب المجمعات التجارية فضا عن الغازات المنبعثة من السيارات مما اثر بشكل سلبي على المدينة اما بالنسبة الى ارتفاع اسعار البضائع داخل المجمعات التجارية فقد بلغت (٣٥ %) وهي نسبة مرتفعة حيث ليس كل الاشخاص يستطيعون يشتررون البضائع والتجوال داخل المجمعات التجارية بسبب ارتفاع اسعار البضائع والمواد التجميل والملابس كما في الجدول (٧) والشكل (٦)

جدول (٧) اثر المجمعات التجارية (المولات) بشكل سلبي على المدينة في بلدية الكرخ

١٣ %	ارتفاع اسعار العقار
٥٢ %	الاختناقات المرورية
٣٥ %	ارتفاع اسعار البضائع داخل المولات

المصدر : من عمل الباحثة بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبيان

شكل (٦) اثر المجمعات التجارية (المولات) بشكل سلبي على المدينة في بلدية الكرخ



المصدر : من عمل الباحثة بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبيان

خامسا : درجة الرضا للخدمات التي تقدمها المجمعات التجارية الى المتسوقين

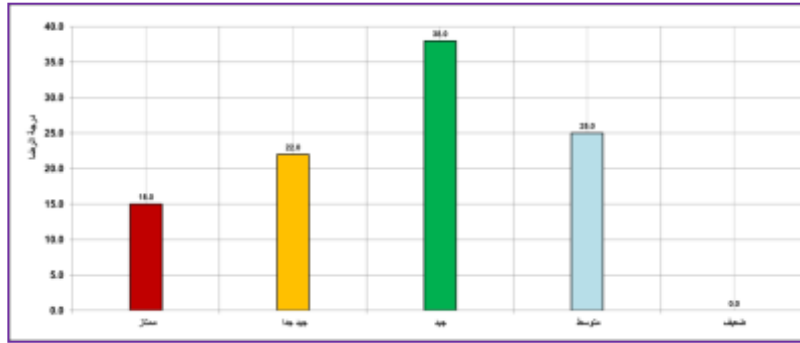
من خلال نتائج الاستبيان اتضح ان نسبة (٣٨ %) من مجموع اجابات المتسوقين كانت الاجابات جيدة في حين نجد ان نسبة (٢٢ %) من الاجابات كانت جيد جدا اما نسبة (٢٥ %) كانت الاجابات متوسطة في حين ان نجد اقل النسب كانت الاجابات ممتازة بنسبة (١٥ %) وهذا يدل على تباين الردود ف الاجابات كما في الجدول (٨) والشكل (٧)

جدول (٨) درجة الرضا للمجمعات التجارية (المولات) بجانب الكرخ لعام ٢٠١٩

١٥ %	ممتاز
٢٢ %	جيد جدا
٣٨ %	جيد
٢٥ %	متوسط
/	ضعيف

المصدر : من عمل الباحثة بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبيان

شكل (٧) درجة الرضا للمجمعات التجارية (المولات) بجانب الكرخ



المصدر : من عمل الباحثة بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبيان

الاستنتاجات

١. تبين من خلال الدراسة ان نمط توزيع المجمعات التجارية (المولات) هو نمط المتقارب القريب من العشوائية وان توزيع المولات هو توزيع عشوائي بسبب تجمع المولات في مكان بلدية معينة وافتقار البلديات الاخرى الى هذه الخدمة وان اهم العوامل المؤثرة في انتشار هذه المجمعات في تلك البلديات وبكثرة هو ارتفاع مستوى دخل المواطنين وخصوصا السكان الذين يقطنون تلك البلديات والاحياء السكنية
٢. ان التأثيرات الايجابية التي مثلتها هذه المجمعات التجارية كونها متطورة في خدمات التسوق من خلال البضائع الجيدة والمتوفرة والفعاليات التي تقدمها للمواطنين من ادوات منزلية والالعاب اطفال وتوفير المطاعم ومكتبات لبيع القرطاسية والكتب وغير ذلك
٣. من خلال الدراسة الميدانية اتضح ان هناك تأثيرات سلبية في خصوصية الساكنين من خلال اشراف واطلال ابنية المولات على المساكن المجاورة فضلا عن وقوف السيارات في الشوارع الازقة القريبة من المولات مما اثر على المواطنين بسبب عدم استيعاب المولات هذه الاعداد الكبيرة من السيارات الخاصة
٤. ارتفاع مستوى الزخم المروري والاختناقات المرورية والتي تؤدي الى زيادة التلوث البيئي بكل انواعه منها التلوث الضوضائي والهوائي فضلا عن المخلفات التي تطرحها هذه المجمعات التجارية المولات
٥. افتقار توزيع المجمعات التجارية (المولات) في جانب الكرخ الى مبدأ العدالة والمساواة الامر الي ادى ازدهار مناطق في جانب الكرخ على حساب مناطق اخرى

التوصيات

١. تبين من خلال البحث ان ليس هناك علاقة بين توزيع المجمعات التجارية (المولات) في جانب الكرخ والكثافة السكانية بالرغم من ان معظم التجمعات الكثافة السكانية تتركز في بلدية الكرخ ومساحة مناطقها اكبر الا ان تجمع المولات وتوزيعها ذات العدد الاكبر تقع في بلدية المنصور ويرجع سبب ذلك الى القدرة الشرائية الكبيرة
٢. توفير مواقف للسيارات التي تسع الاعداد الكبيرة من السيارات الخاصة وتحد من الاختناقات المرورية
٣. تشجيع رجال الاعمال في اقامة مشاريع للبلديات التي تفتقر الى المولات التي تحقق الربح الاقتصادي لهم من جهة . وتقديم الخدمات للسكان من جهة اخرى
٤. تحقيق مبدأ سهولة الوصول المكاني الى كل المجمعات التجارية المولات من خلال التوزيع الامثل على مستوى البلديات

الهوامش

١. امانة بغداد , قسم التصميم, شعبة نظم المعلومات الجغرافية , بيانات غير منشورة ٢٠١٩
٢. وزارة التخطيط , الجهاز المركزي للإحصاء , تقديرات سكانية ٢٠١٩, بيانات غير منشور
٣. Dholakia R (1999) Going shopping kes detminats of shopping behaviors and motivations Internationl journal of Relail and Distribution management volume 27 . number h . 1999
٤. الجنابي , علي حسين محمد , وألاء جمعة عبد فرحان , اثر التوقيع المكاني للمجمعات التجارية في المتجارات الحضرية , مركزالتخطيط الحضري والإقليمي للدراسات العليا , جامعة بغداد , مجلة كلية التربية للبنات , المجلد ٢٨ (٢) ٢٠١٧ , ص ٣٤٤

٥. زينة جميل يوسف , التحليل المكاني للمجمعات التجارية الكبيره المغلقة (المولات) في مدينة بغداد باستخدام (Gis) مجلة اوروك , العدد , ٢٠٧ , ص٤
٦. الدويكات , قاسم , ريم الخاروف وبيان الربيع , نمط التوزيع الجغرافي للمولات والمجمعات التجارية في امانة عمان , مجلة اتحاد الجامعات العربية للأداب , المجلد ١٤ , العدد ١ , ٢٠١٧ , ص١٦٦
٧. الدويكات , قاسم , ريم الخاروف وبيان الربيع , نمط التوزيع الجغرافي للمولات والمجمعات التجارية في امانة عمان , مجلة اتحاد الجامعات العربية للأداب , المجلد ١٤ , العدد ١ , ٢٠١٧ , ص١٦٩
٨. ألمنجد, محمد صالح , المجمعات التجارية اداب وإحكام , ط١ , ٢٠٠٩ , مدار الوطن للنشر , ص٨
٩. عثمان , عبد الستار , المدينة الاسلامية عالم المعرفة , ١٤٠٨هـ
١٠. Grunen,victor,Center for the Urban Environment ,van Nostrand Rein Hold co, New York,1973: 78
١١. Michill George ,Arhiecture of the Islamic city , themes and Hudson,London,1978:99
١٢. السعدي ,عباس فاضل , محافظة بغداد , دراسة في الجغرافية الزراعية , دار الرسالة للطبع , بغداد , ١٩٦٦ , ص١٤٣
١٣. مجلة الوعي الاسلامي العدد ٥٣٢ تاريخ ٢٠١٠/٩/٣
١٤. هذول , صالح علي ,المدينة العربية الاسلامية , اثر التشريع في تكوين البيئه العراقية , دار السهن , الرياض , ١٩٩٤ , ص٤
١٥. زينة جميل يوسف , التحليل المكاني للمجمعات التجارية الكبيره المغلقة (المولات) في مدينة بغداد باستخدام (Gis) مجلة اوروك , العدد , ٢٠٧ , ص٤
١٦. الشيحة , عدنان , تقييم ظاهره انتشار المجمات التجارية في حاضره الدمام , دراسة ميدانية , المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل , المجلد ٤ , ١٤٢٤هـ
١٧. (فهمي , امنية , المراكز المغلقة , نشاط لم تعرفه منقبل , ظاهره تهدد ثقافة مجتمعاتنا , مجلة الاهالي , العدد , ١٢٦٠ , يناير ٢٠٠٦م)
١٨. خوالدة, حمزه علي , رشا احمد ابو ركنة , نسيم فارس برهم , التحولات الحديثة في تجاره التجزئة في مدينة عمان , مكه مول وسيتي مول حالة دراسية , الجامعة الاردنية , العلوم الانسانية والاجتماعية , المجلد ٤٣ العدد ٣ , ٢٠١٦ , ص٢٤٨٥
١٩. الهيبي , صبري فارس , صالح فليح حسن , جغرافية المدن , ط٢ , دار الكتب للطباعة والنشر , جامعة الموصل , ٢٠٠٦ , ص٢٤٦
٢٠. امانة بغداد, دائرة بلدية الكرخ , بيانات غير منشور ٢٠١٣
٢١. امانة بغداد , قسم ادارة مشروع الانماء الشامل لمدينة بغداد , بيانات غير منشوره ٢٠١٨
٢٢. دائره بلدية المنصور , شعبة نظم المعلومات الجغرافية , بيانات غير منشوره
٢٣. امانة بغداد , قسم التصاميم , شعبة نظم المعلومات الجغرافية , بيانات غير منشورة ٢٠١٩
٢٤. الفاروق , عبد الحليم والجابري , نزهة (٢٠٠٩) , تحليل صلة الجوار في الدراسات الجغرافية بالتطبيق على المستوطنات البشرية , بمنطقة مكة المكرمة , مجلة ام القرى , العلوم الاجتماعية , المجلد الاول , العدد الاول , ص٢٥٣
٢٥. نشوان شكري عبد الله وفركين محمد حسن , تحليل الخصائص المكانية والوصفية لوحداث الورش الصناعية في مدينة دهوك باستخدام (Gis) , مجلة جامعة دهوك المجلد ١١ , العدد ٢ , ٢٠٠٨ , ص١٠٣
٢٦. مصيلحي ,فتحي محمد, جغرافية الخدمات , الاطار النظري وتجارب عربية , الطبعة الاولى جامعة المنوفية , مصر ٢٠٠١, ص٣٧
٢٧. الدويكات , قاسم والشيوخ, اما وخضر , التوزيع الجغرافي للحدائق العامة في امانة عمان الكبرى , منشور جامعة اليرموك , المجلد الرابع والعشرين,العدد ٤ , ٢٠٠٨ , ص٢٢-٢٣
٢٨. شحادة , نعمان , لاساليب الكمية في الجغرافية باستخدام الحاسوب ,دار الصفا , للنشر والتوزيع , عمان ٢٠٠٢ , ص٢٠٣-٢٠٤
٢٩. صفر , زين العابدين علي , التحليل المكاني لخدمات التعليم الثانوي في مدينة كركوك باستخدام نظم المعلومات الجغرافية (Gis) , مجلة جامعة تكريت للعلوم الانسانية , المجلد ٢٢ , العدد ١٢ جزء ٢ , كنون الاول ٢٠١٥ , ص٣٠٢
٣٠. عسكر , احمد علي , التحليل المكاني للمدارس الحكومية في مدينة غزه باستخدام نظم المعلومات الجغرافية (Gis) , كلية الهندسة , الجامعة الاسلامية غزه , ٢٠١٥ , ص٦٧

٣١. ابو عمره , صالح محمد , رائد, احمد صالحه , تخطيط الخدمات التعليمية (المدارس) لتحقيق التنمية في مدينة دير البلح باستخدام نظم المعلومات الجغرافية (Gis), كلية البحوث الجغرافية , العدد ٣٢, قسم الجغرافية , الجامعة الاسلامية غزة, ٢٠٥, ص٢٣٩

المصادر

١. السعدي, عباس فاضل , محافظة بغداد , دراسة في الجغرافية الزراعية , دار الرسالة للطبع , بغداد, ١٩٦٦, ص١٤٣
٢. شحادة , نعمان , الاساليب الكمية في الجغرافية باستخدام الحاسوب ,دار الصفا , للنشر والتوزيع , عمان ٢٠٠٢, ص٢٠٣-٢٠٤
٣. السعدي, عباس فاضل , محافظة بغداد , دراسة في الجغرافية الزراعية , دار الرسالة للطبع , بغداد, ١٩٦٦, ص١٤٣
٤. الهيبي , صبري فارس , صالح فليح حسن , جغرافية المدن , ط٢, دار الكتب للطباعة والنشر , جامعة الموصل , ٢٠٠٦, ص٢٤٦

المجلات العلمية

١. الجنابي , علي حسين محمد , وألاء جمعة عبد فرحان , اثر التوقيع المكاني للمجمعات التجارية في المتجاورات الحضرية , مركزالتخطيط الحضري والإقليمي للدراسات العليا , جامعة بغداد , مجلة كلية التربية للبنات , المجلد ٢٨(٢) ٢٠١٧ , ص٣٤٤
٢. زينة جميل يوسف , التحليل المكاني للمجمعات التجارية الكبيره المغلقة (المولات) في مدينة بغداد باستخدام (Gis) مجلة اوروك , العدد ٢٠٧ , ص٤
٣. الدويكات , قاسم , ريم الخاروف وبيان الربيع , نمط التوزيع الجغرافي للمولات والمجمعات التجارية في امانة عمان , مجلة اتحاد الجامعات العربية للأداب , المجلد ١٤, العدد ١ , ٢٠١٧ , ص١٦٦
٤. الدويكات , قاسم , ريم الخاروف وبيان الربيع , نمط التوزيع الجغرافي للمولات والمجمعات التجارية في امانة عمان , مجلة اتحاد الجامعات العربية للأداب , المجلد ١٤, العدد ١ , ٢٠١٧ , ص١٦٩
٥. ألمنجد, محمد صالح , المجمعات التجارية اداب وإحكام , ط١ , ٢٠٠٩ , مدار الوطن للنشر , ص٨
٦. هذول , صالح علي , المدينة العربية الاسلامية , اثر التشريع في تكوين البيئه العراقية , دار السهن , الرياض , ١٩٩٤, ص٤
٧. زينة جميل يوسف , التحليل المكاني للمجمعات التجارية الكبيره المغلقة (المولات) في مدينة بغداد باستخدام (Gis) مجلة اوروك , العدد ٢٠٧ , ص٤
٨. زينة جميل يوسف , التحليل المكاني للمجمعات التجارية الكبيره المغلقة (المولات) في مدينة بغداد باستخدام (Gis) مجلة اوروك , العدد ٢٠٧ , ص٤
٩. خوالدة, حمزه علي , رشا احمد ابو ركبة , نسيم فارس برهم , التحولات الحديثة في تجاره التجزئة في مدينة عمان , مكه مول وسيتي مول حالة دراسية , الجامعة الاردنية , العلوم الانسانية والاجتماعية , المجلد ٤٣ العدد ٣, ٢٠١٦, ص٢٤٨٥
١٠. الفاروق , عبد الحليم والجابري , نزهة (٢٠٠٩) , تحليل صلة الجوار في الدراسات الجغرافية بالتطبيق على المستوطنات البشرية , بمنطقة مكة المكرمة , مجلة ام القرى , العلوم الاجتماعية , المجلد الاول , العدد الاول , ص٢٥٣
١١. نشوان شكري عبد الله وفركين محمد حسن , تحليل الخصائص المكانية والوصفية لوحدات الورش الصناعية في مدينة دهوك باستخدام (Gis) , مجلة جامعة دهوك المجلد ١١, العدد ٢ , ٢٠٠٨, ص١٠٣
١٢. مصيلحي ,فتحي محمد, جغرافية الخدمات , الاطار النظري وتجارب عربية , الطبعة الاولى جامعة المنوفية , مصر ٢٠٠١, ص٣٧
١٣. مجلة الوعي الاسلامي العدد ٥٣٢ تاريخ ٢٠١٠/٩/٣
١٤. صفر , زين العابدين علي , التحليل المكاني لخدمات التعليم الثانوي في مدينة كركوك باستخدام نظم المعلومات الجغرافية (Gis) , مجلة جامعة تكريت للعلوم الانسانية , المجلد ٢٢, العدد ١٢ جزء ٢, كانون الاول ٢٠١٥, ص٣٠٢
١٥. عسكر , احمد علي , التحليل المكاني للمدارس الحكومية في مدينة غزة باستخدام نظم المعلومات الجغرافية (Gis), كلية الهندسة , الجامعة الاسلامية غزة , ٢٠١٥, ص٦٧
١٦. ابو عمره , صالح محمد , رائد, احمد صالحه , تخطيط الخدمات التعليمية (المدارس) لتحقيق التنمية في مدينة دير البلح باستخدام نظم المعلومات الجغرافية (Gis), كلية البحوث الجغرافية , العدد ٣٢, قسم الجغرافية , الجامعة الاسلامية غزة, ٢٠٠٥, ص٢٣٩
١٧. (فهمي , امنية , المراكز المغلقة , نشاط لم نعرفه من قبل , ظاهره تهدد ثقافة مجتمعاتنا , مجلة الاهالي , العدد , ١٢٦٠, يناير ٢٠٠٦م)

1. Dholakia R (1999) Going shopping kes detminats of shopping behaviors and motivations Internationl journal of Relail and Distribution maragement volume 27 . number h . 1999
2. Grunen,victor,Center for the Urban Environment ,van Nostrand Rein Hold co, New York,1973: 78
3. Michill George ,Arhiecture of the Islamic city , themes and Hudson,London,1978:99

الهزارات

١. امانة بغداد , قسم التصاميم, شعبة نظم المعلومات الجغرافية , بيانات غير منشورة ٢٠١٩
٢. وزارة التخطيط , الجهاز المركزي للإحصاء , تقديرات سكانية ٢٠١٩ , بيانات غير منشور
٣. امانة بغداد, دائرة بلدية الكرخ , بيانات غير منشور ٢٠١٣
٤. امانة بغداد , قسم ادارة مشروع الانماء الشامل لمدينة بغداد , بيانات غير منشوره ٢٠١٨
٥. دائرة بلدية المنصور , شعبة نظم المعلومات الجغرافية , بيانات غير منشوره
٦. امانة بغداد , قسم التصاميم, شعبة نظم المعلومات الجغرافية , بيانات غير منشورة ٢٠١٩