



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة وهران 2 محمد بن أحمد

كلية علوم الأرض والكون

قسم جغرافيا وتهيئة الإقليم

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في التهيئة الإقليمية

تخصص مدن؛ ديناميكية مجالية وتسيير



## لمركزات التجارية الجديدة، التوزيع والتنظيم المجالي في مدينة وهران حالة « نهج مليونيوم »

تحت إشراف الأستاذة

روان سريك سلمى

من إعداد الطالبتين

بوزائد رشيدة

تواتي أحلام

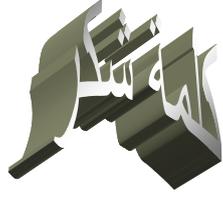
### لجنة المناقشة

\* بن زخروفة خليفة ..... أستاذ مساعد قسم أ ..... رئيسا

\* روان سريك سلمى ..... أستاذة مساعدة قسم أ ..... مشرفة

\* صانع بوعلام ..... أستاذ مساعد قسم أ ..... ممتحنا

السنة الجامعية 2022/2021



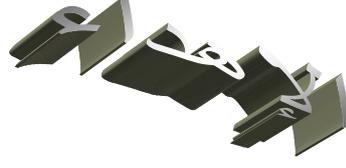
نتوجه إلى الله سبحانه وتعالى أولاً وآخر بجميع ألوان الحمد والشكر على فضله وكرمه الذي غمرنا به فوقنا إلى ما نحن فيه راجين منه دوام نعمته وكرمه.

وانطلاقاً من قوله صلى الله عليه وسلم: " من لا يشكر الناس لا يشكر الله " فإننا نتقدم بالشكر والتقدير والعرفان إلى الأستاذة المشرفة " روان سريك سلمى " على إشرافها على هذه المذكرة وعلى الجهد الكبير الذي بذلته معنا وعلى نصائحها القيمة التي مهدت لنا الطريق لإتمام هذه الدراسة، فلها منا فائق التقدير والاحترام، كما نتوجه من هذا المقام بالشكر الخاص إلى أساتذتنا صانع بوعلام وبن زخروفة خليفة وجميع الأساتذة الذين لم يبخلوا على تقديم يد العون لنا.

كما نتوجه بالشكر إلى المصالح التقنية التي توجهنا إليها على ما قدموه لنا، وكامل سكان نهج مليونيوم على تعاملهم الجيد وتعاونهم معنا من خلال الإجابة على أسئلة الاستمارة.

كما نتقدم بالشكر الخالص لكل من ساهم في إخراج هذا العمل للنور، ولكل من تعاون معنا بالقليل أو الكثير.

والشكر موصول أيضاً إلى عمال المكتبة على تقديمهم يد المساعدة لنا.



الحمد لله الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل المتواضع ونتمنى أن يكون خالصا لوجهه الكريم.  
إلى من جعل الله طاعتها بعد طاعته وطاعة رسوله صلى الله عليه وسلم  
إلى من قال فيهما الله عز وجل: "وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا".  
إلى آبائنا أطل الله في أعمارهم، طالما كانوا سندا لنا في مشوارنا الدراسي.  
إلى أعز ما نملك في الوجود أمهاتنا الغاليات ومثلنا الأعلى.  
إلى العائلتين الكريمتين وكل من يعرفهما "بوزائد وتواتي".  
إلى الأستاذة المشرفة "روان سريك سلمى" التي لم تبخل علينا بنصائحها القيمة  
وملاحظاتها الدقيقة.  
إلى الأستاذ الرئيس والأستاذ الممتحن "بن زخروفة خليفة و صانع بوعلام" وكل ما قدموه  
لنا من نصائح وتوجيهات.  
إلى كل أساتذة قسم جغرافيا وتهيئة الإقليم الذين لم يبخلوا علينا بتوجيهاتهم ونصائحهم.  
إلى كل أصدقائنا في الجامعة من دفعة 2022 وكل الزملاء من مختلف التخصصات ونتمنى  
لهم مستقبلا زاهرا.

إلى كل من لم يذكر بين السطور

ولكن في القلب هو محفور

## مقدمة عامة:

شهد العالم خلال القرن الماضي تحولات كبيرة كان لها الأثر على اقتصاد المدن وتطورها، فكان لابد من وضع مقياس حقيقي يتم الاعتماد عليه في وضع سلسلة من التصنيفات المحددة لكل نوع. و بالنسبة للجزائر، فقد عملت على تغيير السياسة الاقتصادية من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق وتحرير المبادلات إلى الخواص، سواء المستثمرين المحليين أو الأجانب عن طريق تخليها عن وسائل الإنتاج وبيع المؤسسات العمومية وتشجيع القطاع الخاص.<sup>(1)</sup>

إن للنشاط الاقتصادي دورا مهما وأساسيا في تموين المواطن، الأسرة والمؤسسات بمواد الاستهلاك وكذا شتى الخدمات. وجل المدن الجزائرية على اختلاف أحجامها وميزاتها، تعرف حركية عمرانية واقتصادية خاصة فيما يتعلق بتطور النشاطات التجارية المترتبة عن النمو السكاني المتزايد من جهة وتطور المستوى المعيشي للسكان من جهة أخرى، والتي تعتبر إحدى مؤشرات تشكل أقطاب جديدة ومركزيات حضرية؛ فأصبحت المراكز بالمدن الكبرى تلعب دورا في تغطية العجز الذي تعرفه المركزيات السابقة وكذا المناطق المحيطة الحديثة التي بها نقص في التجهيزات والخدمات والنشاطات التجارية.

ومدينة وهران باعتبارها ثاني مدينة مترو بولية في الجزائر وبحكم موقعها الاستراتيجي فهي تحظى بمكانة اقتصادية وثقافية هامة، جعلها منطقة جذب السكان والاستثمارات مما أهلها لتكون مجالا مناسباً للاستقرار البشري بمختلف أشكاله. وقد أدى هذا الوضع إلى الطلب المتزايد على العقار بالمدينة، مما كان له تأثير كبير على التنظيم المجالي والعمراني. حيث شهدت المحاور الشرقية والجنوبية توسعا عمرانيا مهما، في نفس الوقت عرفت الأنوية القديمة تحولات وتغيرات مست مجالاتها السكنية وكذا النشاط التجاري الذي يمثل الوظيفة الرئيسية والقوة المحركة للنشاط الاقتصادي و الحضري، وعلى إثر التوسع والتضخم الحضري الذي عرفته مدينة وهران كان لابد من خلق مركز حضري لتخفيف الضغط عن المراكز السابقة وبقية المناطق الأخرى ومواكبة الديناميكية التوسعية للمدينة وكان من ابرز المرشحين لذلك نهج مليونوم كنموذج لدراسة توزيع النشاطات التجارية وتنظيمها المجالي والذي يفترض به أن يشكل المركز

الجديد لمدينة وهران ويحوي نشاطها التجاري.

<sup>1</sup>إيناس بودينار وسعيد بلقيوم . ديناميكيات السوق والتجديد الحضري في وهران " المدينة الجديدة وشويو" حيان للتجارة العابرة للحدود. دراسة منشورة بالمجلة الجزائرية في الانثربولوجيا وعلوم الاجتماع (بدون تاريخ)

## الإشكالية:

تعتبر التجارة من المجالات الواسعة والمتشعبة ببعديها الاقتصادي والجغرافي ، كما وكانت في أغلب الحالات المنشئ الأول للمدن وإحدى العوامل الضرورية في تفعيل النمو الحضري و استمرار الحياة الحضرية، فهي من الركائز الفعالة للتطور الاجتماعي والاقتصادي والثقافي كما أنها تمثل عنصر هام للنشاط البشري ومصدر رئيسي لأي تجمع سكاني.

ترتبط التجارة ارتباطا وثيقا بكل فئات المجتمع فهي المجال الذي تجتمع فيه كل الخصائص الاقتصادية والاجتماعية للسكان، وتلعب دورا متعاظما في المناطق الحضرية، وتختلف أهميتها من مدينة لأخرى فهي تتطور باستمرار لتلبية احتياجات السكان وينجر عن ذلك تغيرات عمرانية ومعمارية في المظهر الحضري، تتضح من خلال تموقع المؤسسات التجارية ، دور الفاعلين، وحركة التدفقات التجارية والخدماتية.

تمثل مدينة وهران قاعدة اقتصادية مهمة للإقليم الغربي وذلك ناتج عن تنوع الوظائف فيها، كما أنها قطب جاذب للسكان واليد العاملة، وهذا ما أدى إلى التطور الديمغرافي السريع، وتشعب الحظيرة السكنية بالمدينة، وقد عرفت مدينة وهران عدة تحولات على مستوى مركز المدينة منها تحولها من سيد الهواري الذي يعد من أشهر وأقدم الأحياء إلى حي بلاتو والمدينة الجديدة في عهد الاستعمار الفرنسي. وبعد الفترة الاستعمارية توسعت مدينة وهران نحو محيطها بشكل دائري على شكل حلقات وتم إنشاء حي ليسطو كمركز تجاري جديد لكنه لم يحقق الوظيفة المطلوبة ولم يخفف على المركز الحقيقي فكان لابد من تحويل مركز مدينة وهران مرة أخرى وهذه المرة نحو نهج مليونيوم على شكل طولي والذي كان من المفترض أن يفرض نفسه من نسيجه العمراني الذي صمم خصيصا ليشمل أكبر عدد من الخدمات والنشاطات التجارية إذ كان عرضه يضم حوالي أكثر من 40 مترا، ولكن تدخل بعض الفاعلين غير المدروس أدى إلى تقليص ذلك، فقد خصصت منطقة كبيرة منه في بناء عمارات عكس ما كان مخطط له ما تسبب في التقليل من الوظيفة التي كان مقررا أن يقدمها؛ فالنشاط التجاري يمثل خاصية مهمة في حياة المدن، فهو الذي يحدد مكانتها من خلال تركيز النشاطات والقيمة التبادلية؛ ونظرا لأهمية ودور الأنشطة التجارية والخدماتية في المدينة، سنحاول من خلال موضوع بحثنا " التمركزات التجارية الجديدة، التوزيع والتنظيم المجالي، حالة نهج مليونيوم" لمعرفة هيكله

الجهاز التجاري والدور الذي يلعبه في تنظيم المجال؛ ومن أجل الإلمام بالموضوع قمنا بطرح بعض التساؤلات التالية:

لقد عرف نهج ملينيوم توطن الوظائف التجارية والخدماتية به، وكان هذا بمثابة قفزة نوعية كان لها الأثر البارز. فكيف نشأ و تطور نهج ملينيوم ليحتل هذه المكانة؟ وكيف هو شغل الأرض به؟.

إن الموقع الاستراتيجي لنهج ملينيوم باعتباره قطب جديد لمدينة وهران هو الذي سمح بتركز وتعدد النشاطات التجارية به. فما هي الحوائص الاجتماعية والمهنية لتجار نهج ملينيوم؟ وما هي استراتيجياتهم للحصول على العقار؟

إن توفر بعض الأحياء على تركز النشاطات التجارية والخدماتية من شأنه أن يساهم بشكل مباشر وغير مباشر في زيادة الحركة اليومية واستقطاب العديد من المترددين. فإلى أي مدى يمكن لنهج ملينيوم أن يحقق الدور الوظيفي في التجارة وينافس المراكز التجارية السابقة؟ وما تأثير ذلك على الديناميكية الحضرية؟.

## الهدف من الدراسة:

إن لكل دراسة غرض أو هدف ما يكسبها قيمة علمية، والهدف يفهم عادة على أنه السبب الذي من أجله قام الباحث بإعداد هذه الدراسة والبحث العلمي الذي يسعى إلى تحقيق أهداف عامة غير شخصية ذات قيمة ودلالة علمية؛ وهذا ما يعكس النظرة الموضوعية للباحث، وعليه فإن دراستنا هذه تهدف إلى:

- تحليل الوظيفة الاقتصادية لنهج ملينيوم.
- معرفة طبيعة النشاطات التجارية التي تتم على مستوى نهج ملينيوم و أهميتها وتتبع تطورها.
- استخلاص مدى إمكانية هذه النشاطات التجارية في تفعيل المركزية التي ينبغي أن يقدمها نهج ملينيوم لمدينة وهران و كيف يساهم في التوزيع والتنظيم المجالي.

## منهجية البحث:

إن لمركزية النشاطات التجارية دور مهم في تحديد الاختلافات بين المناطق؛ وعليه فإن تسطير منهجية البحث أمر ضروري للتحكم في الموضوع من كل جوانبه والتنقل من مرحلة إلى أخرى وهذه المراحل هي كالآتي:

### 1- مرحلة البحث النظري:

تمثل أهم مرحلة من أجل منهجية سليمة، تم فيها الاطلاع على كل ماله صلة بموضوع الدراسة سواء من مصادر مكتوبة أو إحصائية من خلال الكتب، دراسات مختلفة، مذكرات التخرج ورسائل الماجستير والدكتوراه ، إضافة إلى الوثائق المنتقاة من الانترنت ومختلف الأرقام المتعلقة بجميع الإحصائيات وكذا الخرائط الجغرافية والصور الجوية وصور الأقمار الصناعية للمنطقة المدروسة.

### 2- مرحلة العمل والتحقيق الميداني:

وهي مرحلة مكملة لما قبلها، تم من خلالها القيام بدراسة ميدانية ومسح شامل لمنطقة الدراسة وذلك من أجل إحصاء النشاطات التجارية والخدماتية والحرف الموجودة بالمنطقة سنة 2022؛ إضافة إلى الاستعانة بمختلف المصادر الإدارية والتقنية وكل من لديه خبرة في المجال.

التحقيق الميداني الذي شمل 100 محل. وذلك بالتحاور مباشرة مع التجار والزبائن عن طريق استمارات التحقيق، حيث شمل (50) استمارة خاصة بالمرافق التجارية بغية معرفة استراتيجيات التجار وتحديد كيفية اختيار النشاط التجاري وشروطه؛ كما شمل (50) استمارة كعينة عشوائية موجهة للزبائن من أجل معرفة مدى النفوذ والتأثير في النهج والدور المتبادل في إنعاش الاقتصاد الحضري.

### 3- مرحلة معالجة وتحليل المعطيات:

في هذه المرحلة تم جمع و فرز المعطيات والمعلومات المتحصل عليها من خلال عملية التحقيق الميداني عن طريق الاستمارات وذلك بعد تدوينها وتنظيمها في شكل جداول، أشكال بيانية، خرائط وغيرها مستعينين بعدة برامج منها:

- برنامج Microsoft Word للكتابة.

- برنامج Microsoft Excel لإدخال جميع معطيات التحقيق الميداني(الاستمارات).

- برنامج Mapinfo و Google Earth من أجل إنجاز الخرائط ومعالجتها.

### 4- مرحلة استنتاج واستخراج النتائج:

تأتي كآخر مرحلة تم فيها استخلاص النتائج وتحقيق جملة من الأهداف المرجوة من الدراسة وذلك اعتمادا على المراحل السابقة.

## خطة البحث:

للإجابة عن الإشكالية المدروسة والوصول إلى الأهداف المسطرة تم تقسيم الدراسة الى ثلاثة فصول وهي كالآتي:

### الفصل الأول:

تحت عنوان " نشأة المنطقة وظهور النشاطات التجارية بها "، تناول التعريف بمنطقة الدراسة من خلال تحديد الموقع الجغرافي والإداري لنهج ملينيوم، معرفة مناطق النشاطات التجارية والتوزيع المجالي للمحلات التجارية والخدماتية والحرف، إبراز أهم المؤشرات حول أنماط التجارة ومختلف الوظائف التي يحتويها نهج ملينيوم مع تبيين الكثافة التجارية والكثافة الخطية من أجل الوصول إلى معرفة النشاط الاقتصادي المهيمن على منطقة الدراسة.

### الفصل الثاني:

بعنوان " الخصائص الاجتماعية والمهنية لتجار نهج ملينيوم "، تناول معرفة من هم الفاعلون ودراسة الخصائص الاجتماعية للتجار لمعرفة مدى درجة ارتباطهم بمحلاتهم.

### الفصل الثالث:

عنون ب " الدور الوظيفي ومجال نفوذ الأقطاب التجارية الجديدة بنهج ملينيوم "، تناول مجالات نفوذ النشاطات التجارية لمنطقة الدراسة عن طريق معرفة أحوال الزبائن المترددين على النهج وخصائصهم الاجتماعية لتحديد الدور الوظيفي الذي تلعبه الأقطاب التجارية الجديدة بالنسبة للنهج بصفة خاصة ولمدينة وهران بصفة عامة.

## صعوبات البحث:

إن القيام بأي بحث موضوعي تقابله صعوبات وعراقيل قد تكون سببا في عدم الانجاز والتحسين والإجابة عن التساؤلات المطروحة في الإشكالية وبالتالي الوصول إلى حلول ونتائج مفيدة عن الموضوع نابع من تخطيها؛ ومن بين الصعوبات التي واجهتنا:

- رفض بعض المؤسسات تزويدنا بالمعلومات المتعلقة بموضوع دراستنا.
- عدم التفهم والثقة لحيثيات الموضوع خلال عملية التحقيق الميداني أثناء ملاء الاستمارة رفضا والتهرب أحيانا بنية العمل.
- عدم كفاية الإحصائيات المقدمة من بعض المصالح وتضاربها من مصلحة إلى أخرى.
- تناقضات في بعض المعلومات المتحصل عليها من طرف الهيئات الخاصة الأمر الذي دفعنا للاعتماد على التحقيق الميداني من الدرجة الأولى.
- قلة المصادر والمراجع التي تخص منطقة الدراسة وإن وجدت فإنها تبقى حكرا على أصحاب مكاتب الدراسات الخاصة أو متوقفة على مقابل مادي.

## مقدمة

من أجل دراسة موضوعنا والتعمق فيه لا بد من منهجية نعتمد عليها وترشدنا ابتداء من الإطار النظري والمفاهيم العامة، ومن أجل الوصول إلى نتائج أكثر واقعية استنادنا إلى بعض الدراسات لمعرفة مكان وموقع الدراسة الجديدة، وعليه حاولنا الاطلاع على مجموعة من الدراسات السابقة المشابهة لدراستنا بالرغم من النقائص الموجودة في تلك الدراسات التي تناولت نفس الموضوع مع الأخذ بالجوانب المهمة التي تفيدها في بناء موضوع دراستنا الحالي.

## 1- الدراسات المنهجية السابقة المتعلقة بموضوعنا

## 1-1- الدراسة الأولى

دراسة منشورة بمجلة الأنثروبولوجيا والعلوم الاجتماعية.

تحت عنوان: "ديناميكيات السوق والتجديد الحضري في وهران. "المدينة الجديدة" و"شوبو" حيان للتجارة العابرة للحدود". (بدون تاريخ).

من إعداد: إيناس بودينار وسعيد بلقيدوم

## أهم النتائج :

يرتبط أحد أهم أسباب إنشاء ساحات تجارية على الضواحي بمسألة غلاء العقار والمعمار، فاضطر التجار إلى الاستقرار في الأقاليم الحضرية الجديدة، حيث ثمن القطعة الأرضية أقل ارتفاعاً. فديناميكية هذه الساحات والأرباح التي تديرها رفعت هذا الحاجز: يتم تعويض تكلفة الكراء أو الشراء بسرعة عن طريق مداخيل وأرباح هامة.

أما في المدينة الجديدة فقد سهل تواجد الحديقة من هذه الحركة؛ فمن 2008 إلى 2012 أخلت السلطات العمومية تسع بنايات بسبب غياب الشروط الصحية فيها.

تشارك الساحات التجارية التي أنشئت والتي هي في تحول - سواء المدينة الجديدة أو في شوبو - بشكل أكيد في طرق العيش الجديد للمدينة، من خلال خلق أجواء حضرية جديدة. إنها تعكس أيضاً الدور الكبير الذي يلعبه المقاولون التجاري في إعادة تصميم الصورة الحضرية.

## 2-1- الدراسة الثانية

مذكرة معنونة بـ "تأثير الأقطاب الحضرية على مركز المدينة - حالة مدينة مسعد ولاية الجلفة"

من إعداد: زيوش حمزة - جامعة محمد بوضياف - المسيلة - تخصص تسيير المدينة لنيل شهادة ماستر في تسيير التقنيات الحضرية لسنة 2017.

حاول الطالب في هذه الدراسة طرح إشكالية تتمحور حول

- ماهي الأسباب التي أدت إلى تأثير التوسعات العمرانية الجديدة على مركز مدينة مسعد ونجاعته؟.

قسم الطالب الدراسة إلى ثلاث فصول

الفصل الأول: السند النظري حول المدينة، العمران ومناطق التوسع العمراني.

الفصل الثاني: دراسة عمرانية للمدينة.

الفصل الثالث: تحليل منطقة الدراسة.

### ومن أهم النتائج التي توصل إليها الطالب

- أن القطب العمراني يعاني من مشاكل عمرانية كبيرة كمشكلة المواصلات والنقص في الاستخدامات العامة وسوء توزيع المرافق والخدمات العامة.

- ارتباط القطب العمراني بوسط المدينة مما أدى إلى حركة يومية بين القطب ووسط المدينة وهكذا فإن اندماج السكان في القطب العمراني جزئي وليس كلي.

### 3-1- الدراسة الثالثة

مذكرة معنونة بـ "دراسة النشاطات التجارية والخدمات في مركز مدينة معسكر"

من إعداد: حدو حسنة و منصور سارة - جامعة وهران -2- محمد بن احمد - تخصص الديناميكية لتسيير المدن لنيل شهادة الماستر في التهيئة العمرانية لسنة 2020.

حاولت الطالبتان في هذه الدراسة طرح إشكالية تدور حول

- تطوير وتوزيع النشاطات التجارية والخدمات في مركز المدينة.

- مدى فقدان أو احتفاظ المركزين التقليدي والأوربي بخصوصيتهما ومركزيتهما وكذا استقطابهما في ظل ظهور مراكز جديدة.

- المتاجر هل بنيت في مكان خاص أم على حساب الوظيفة السكنية.

قسمت الطالبتين الدراسة إلى ثلاث فصول

الفصل الأول: مدينة معسكر ومركزيتها.

الفصل الثاني: الوظائف الاقتصادية في مركزي مدينة معسكر.

الفصل الثالث: الأنشطة في مركزي مدينة معسكر ومضايقاتها.

### ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الطالبتين

- مركز مدينة معسكر يعرف تميزا في النشاط التجاري ويشهد ترددات للزبائن المتوافدين إليه من كل المناطق.

- الانتشار الواسع لتجارة الألبسة والأحذية التي تلقى رواجاً كبيراً وكذا الخدمات في المركز والتي تعتبر كونها من المتطلبات اليومية والأساسية للسكان.

- تنوع المحلات في مختلف النشاطات وهذا يؤدي إلى الاكتظاظ في حركة المواطنين من أجل قضاء حاجاتهم.

## 2-/- لمحة تاريخية عن مدينة وهران

## 2-1- التطور المجالي لمدينة وهران

يعتبر وادي "رأس العين" منطقة استقرار بشري قديمة، سكنتها قبائل بني مسغن المنحدرة من قبيلة إزدجبية. فقد كان لطبيعة هذه المنطقة التي نشأت فيها وهران، أثر واضح على تحديد شكلها ونموها واجتذابها لعدد كبير من السكان البدو والنازحين إليها من المناطق المجاورة، مما جعلها تكبر وتتمو حتى تكون شكلها، وأصبحت بلدة صغيرة تتميز عن بقية جاراتها بموقعها على الوادي وبجوار البحر وسهولة الوصول إليها من مختلف الجهات.<sup>2أ</sup>

## 2-2- مراحل التطور المجالي لمدينة وهران

مرت مدينة وهران بثلاثة مراحل أساسية نلخصها فيما يلي:

## 2-2-1- المرحلة الأولى: "نشأة المدينة"

وهي مرحلة تكوين المدينة المعتدل منذ الربع الأول من القرن الثامن عشر من 1732 إلى 1881، وهو تاريخ بداية تحولها وخروجها عن السور القديم، فهي فترة تعمير وملاأ الفراغات العمرانية بتشكيل ثلاثة أحياء وهي (حي القصبه- حي البحرية- حي المدينة العليا) حيث ظلت حدود المدينة ثابتة ولم يطرأ عليها الا نموا بسيطا يتمثل في تشييد بعض المباني الجديدة بالإضافة إلى الأكواخ التي أخذت تنمو على شكل كتل منعزلة خارج حدود المدينة، وهو يصادف فترة احتلال الفرنسيين لوهران.

## 2-2-2- المرحلة الثانية: "فترة ازدهار المدينة"

وتمتد هذه الفترة من أواخر القرن السابع عشر حتى أواخر الأربعينات من القرن العشرين من 1881 إلى 1941، وهي الفترة التي دخل فيها التخطيط غير المنظم لامتداد عمران المدينة بإتمام حدود المرحلة الأولى وغزو أراضي الأجزاء الشمالية والشرقية ثم الجنوبية عبر محاور أساسية وهي:

- **المحور الجنوبي:** ظهرت به تجمعات سكنية عديدة على شكل ضواحي مثل ضاحية بولونجي ومديوني.

- **المحور الشرقي:** شهد نموا عمرانيا في الطرق الرئيسية من بينها سيد الشحمي التي نشأت على أطراف بعض التجمعات السكانية التي تقسم ضاحية دلمونت أما طريق مستغانم نمت حوله ضاحية سانت جان.

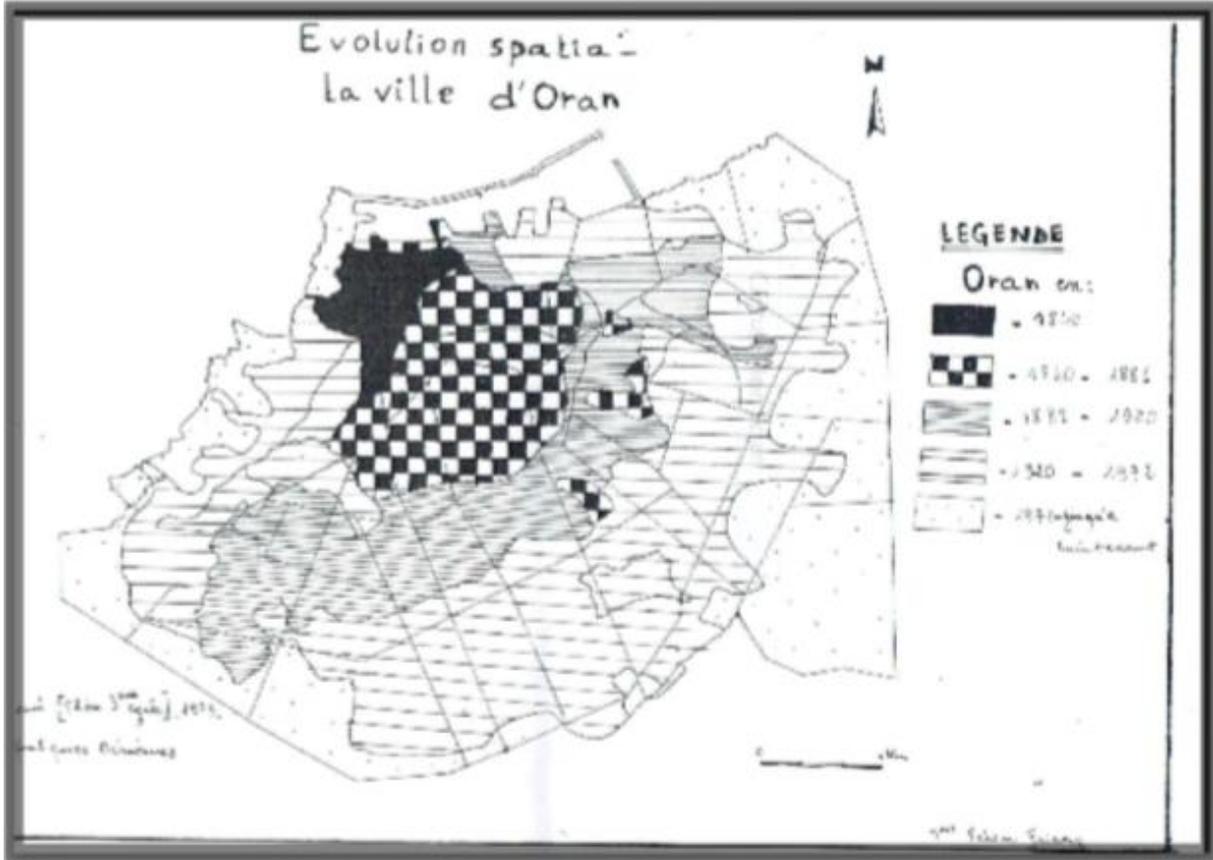
- **المحور الشمالي:** لقد عرف هذا المحور نموا عمرانيا بامتداد الطريق الرابط بين الساحة الرئيسية والضواحي الشرقية.<sup>2ب</sup>

## 2-2-3- المرحلة الثالثة: "مرحلة التخطيط المنظم والبناء الحديث"

<sup>2</sup> محمدي خليل وزباني الطيب. تغير مركزية النشاطات التجارية بمجموعة وهران حالة شارع الألفية الثالثة . مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في الجغرافيا التهيئة العمرانية جامعة وهران 2018 .

وتبدأ من عام 1949 الي السبعينات، امتازت فيها المدينة بالتطور والنمو الحديث في كل اتجاهاتها خاصة في الاتجاهات الجنوبية، الجنوبية الشرقية، الشرقية والشمالية الشرقية في حين ظهر نمط سكني حديث ذو طابع غربي من نوع الفيلات وهذا الأخير كان يزحف نحو المساحات الشاسعة.

خريطة رقم 01 : التطور المجالي لمدينة وهران



المصدر: خريطة مقتبسة من أطروحة الدكتور طراش. س

### 3-2- التوسع المجالي لمدينة وهران

شهدت مدينة وهران توسعا عمرانيا كثيفا عبر مراحل مختلفة وظروف معينة؛ حيث عرفت ارتفاعا في عدد السكان وزيادة احتياجاتهم ومتطلباتهم المتعددة من سكن، خدمات، مرافق وتجهيزات ضرورية للحياة. و بالتالي أثارت مشاكل عديدة وبشكل كبير على الحياة الحضرية للسكان، من حيث القدرة على استيعاب الكم الهائل من السكان، وارتفاع كل من معدلات شغل الأرض ومعدلات شغل الغرفة، إضافة إلى الضغط المكثف على مركز المدينة. و يعود هذا الارتفاع في عدد السكان إلى الزيادة الطبيعية وبالأخص ظاهرة النزوح الريفي، كما ويمثل عامل الهجرة السبب الرئيسي والسلبى الذي أثر وبشكل كبير على المدينة. إذ أن الاختلاف والتفاوت بين الفئات الاجتماعية والاختلافات من حيثى المستوى الثقافى، أدى بالبعض منهم إلى إنشاء بناءات غير قانونية تتمثل في المساكن الفوضوية، وهذا ما شوه منظر المدينة

وأعاق عملية توسعها. كما أحدث تغييرا في المجال الحضري؛ لهذا الغرض لجأت الدولة في اتخاذ قرارات سياسية إسكانية للقضاء على هذه المشاكل، محاولة منها تحقيق توازن ما بين مركز المدينة والمناطق التوسعية المحيطة بها، بتوفير متطلبات الحياة الحضرية لمختلف الأسر والفئات الاجتماعية من جهة، وتحسين الظروف من جهة أخرى بتوفير متطلبات الحياة الحضرية الضرورية من تجهيزات وخدمات متعددة، لتحقيق الاستقلالية عن مركز المدينة الذي يبقى قطب مستقطب وجذاب للسكان.

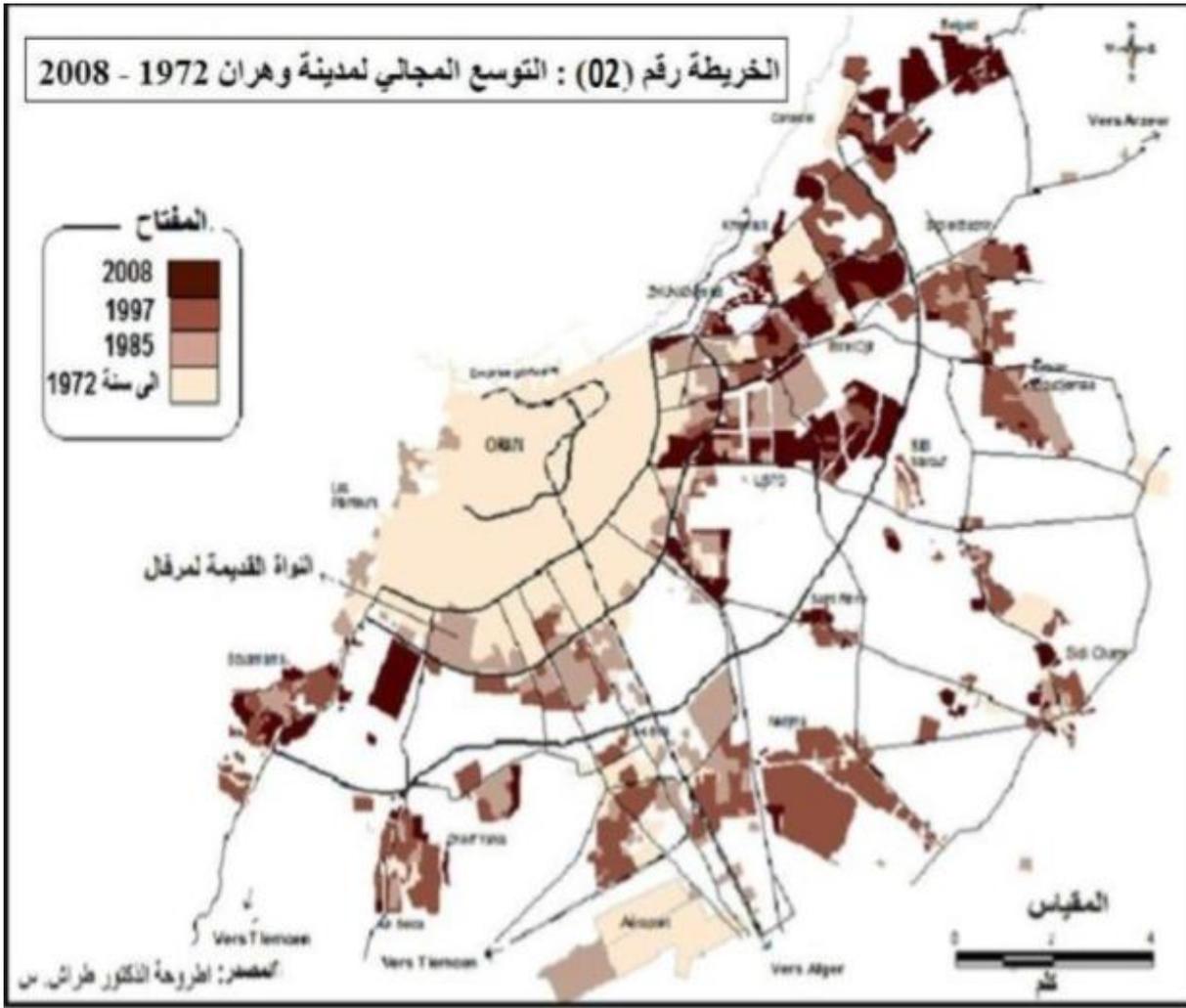
وقد شهدت المدينة نموا عمرانيا ضخما، مستفيدة من مختلف البرامج على مستوى المجال المخصص للتعمير وحسب التوجيهات المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير لمدينة وهران وقع الاختيار على الجهة الشرقية كموقع أنسب لإسقاط التعمير؛ ويعود هذا الاختيار للأسباب التالية:

وجود كل من البحر الأبيض المتوسط من الجهة الشمالية، وجبل مرجاجو من الجهة الغربية، اللذان يقفان كحاجز مانع لعملية توسع مدينة وهران.

وجود عوائق في الجهة الجنوبية المتمثلة في ضاية مرسلي وتواجد كل من السكة الحديدية والطريق الولائي الرابط بين وهران والجزائر العاصمة، إضافة إلى تمركز المناطق الصناعية في هذه الجهة حيث من الصعب إنجاز بنايات من القرب منها.

أما في الجهة الجنوبية الغربية، فهضبة عين البيضاء، تمثل المساحة المهمة لاستغلالها. حيث يحدها من الجهة الغربية طريق تلمسان، ومن الجهة الشرقية مجمعة السانيا ومن الجنوب السبخة، لكن تبقى المساحة غير مناسبة للتوسع نظرا لوجود كل من مطار السانيا، الأرض الفلاحية والسبخة التي تعتبر تربة هشة غير قابلة للتعمير.

بينما تمثل كل من الجهة الشرقية والجنوبية الشرقية المجال الأمثل والأنسب لإسقاط عملية التعمير، لعدم وجود عوائق طبيعية وفيزيائية تمنع توسع مدينة وهران في هذه الجهات، ماعدا بعض الأراضي الفلاحية وهذا ما شمل دراستنا.



## 4-2- المخططات السكنية بالمدينة:

### 4-2-1- ما قبل سنة 1990 سياسة سكنية فنية واحتكار الدولة لإنتاج سكني:

لقد كان الهدف من وراء الثورة هو القضاء على البناءات القديمة للمجتمع والقيام بتشديد مجتمع جديد بأريافنا حيث لن يكون بذلك مكانا للأحياء القصديرية ولا لعقلية القرى.

عرفت السنوات الثلاث الأولى من الاستقلال وضعية جد مضطربة، وكانت تعكس طفو البلد الفتحي وعدم استقراره. كما اقتحمت العديد من الأحداث المأسوية وأعمال العنف بالساحة الوطنية. وكانت تعيش وهران مثلها مثل المدن الجزائرية، حيث عرفت تعارض تيار هجرة المتضادة عودة الفرنسيين إلى فرنسا وتدفق الجزائريين إلى المدن.

إن 1966 تعتبر السنة الأولى للإحصاء العام بعد الاستقلال مباشرة حيث تم إحصاء 2 مليون سكن مشغول منها 1/2 لا تتوفر فيه الشروط الضرورية للصحة و 3/4 لا يحتوي على غاز ولا كهرباء ولا ماء وهذا ما دفع بالدولة لتقوم بإجراءات إصلاحية سريعة لإرضاء متطلبات الأفراد.

ويعتبر مخطط التنمية الاقتصادية للبلاد كنتيجة حتمية للوضع الذي تركه الاستعمار بعد الحرب وانخفاض المستوى المعيشي والصحي حيث بلغت نسبة البطالة 70% سنة 1964 للجزائريين ، لذلك كان هدف المخطط توفير اكبر قدر ممكن من متطلبات مناصب الشغل لتحسين المستوى المعيشي للسكن حيث قدر بـ 117 مليون دينار جزائري نصفها موجه للقطاع الصناعي، أما قطاع السكن فقد احتل المرتبة السادسة بنسبة 4,52% من مجموع الاستثمارات المتمثلة في إعادة القرى المخربة وبرامج السكن الريفي لتنمية الريف والتعاونيات الريفية أما فيما يخص السكن الحضري فقد تم استكمال ورشات المعمرين من خلال اللجنة الوزارية المكلفة بالسكن التابعة لوزارة الأشغال العمومية والبناء وبالتالي الفترة ما بين 1965 و1975 عرفت ركودا في مجال العمران ولم تكن هناك عمليات بناء أو إسكان مهمة وبالتالي لم يكن تغيير جغرافي على مستوى حدود مدينة وهران. إلا انه مع بداية السبعينات بدأت تظهر بوادر الاختلال بين العرض المنخفض والطلب المتزايد على السكن الناتج على النزوح الريفي والنمو الديمغرافي ولقد برمجت الدولة الجزائرية 1584 سكن ورغم ارتفاع معدل التحضر سنتي 1966 و1967 بـ 4% فقط تم انجاز 12101 سكن حضري بين سنتي 1963 و1967 وقد تم تسطير برنامج سكني قدرة تكلفته 100 مليون دينار جزائري ينجز على مدى ثلاثة سنوات وتخصيص انجاز 10500 سكن كما تم تخصيص برنامج سكني خاص يختص بانجاز من 500 إلى 1500 من المجاهدين وذوي الحقوق إضافة إلى ذلك انجاز سكنات أو بعارة أدق تبني سياسة جديدة من خلال المخطط الثلاثي على أساس تحقيق متطلبات الريف والمدينة، لقد وجدت عوائق كثيرة خاصة في المراحل الأولى ويرجع ذلك إلى عدة أسباب فمن الناحية المالية انعدام المصادر التمويلية البنكية وقد وقعت كعائق أمام السلطات لإتمام انجاز السكنات.

## 2-4-2- ما بعد سنة 1990 تكريس مبدأ اللامركزية:

يعتمد مبدأ اللامركزية على تقريب الإدارة للمواطن، وإتاحة الفرصة للسلطات والمؤسسات المحلية في البحث لإيجاد الحلول المناسبة لما تعاني منه المناطق الحضرية من مشكلات، ودراسة عناصر الأزمة للتخفيف بصفة خاصة من النمو الحضري وأزمة العمارة.

وتصعد مشكلة الإسكان إلى المستوى السياسي عندما يلعب البناء دورا أساسيا واستراتيجيا في الحياة اليومية للمواطنين، وقد اعتمدت على العناصر التالية:

\* لامركزية الأقطاب الصناعية.

\* إقامة مصانع تحويلية في جميع المدن الكبرى.

\* توزيع برامج السكن والتجهيزات على المدن.

إن الملاحظ اليوم في خريطة السكن والتجهيزات الاجتماعية عبر بلديات ولايات الوطن، يلاحظ خلل في التوازن الجهوي. هذا الخلل كان من الأسباب التي أدت إلى اتساع الهوة بين حاجيات السكان وعددهم، كما زاد من الفوارق والامتيازات بين مختلف البلديات.

و في هذه المرحلة عرفت البلاد تغير التوجه السياسي والاقتصادي، وشهدت انقطاعا مع الماضي في كل القطاعات بما فيها قطاع السكن والعقار والتهيئة. ولتساير تطورات المرحلة الجديدة كان إلزاما وضع إصلاحات تشريعية لتكريس مبدأ اللامركزية من خلال تغيير تدخل الدولة والجماعات المحلية في

المجال العمراني الذي أصبح يخضع لمنطق السوق الحرة وحرية الملكية الخاصة من خلال نصوص وقوانين تشريعية.

أما فيما يخص قطاع السكن فقد كان إلزاما على الدولة تغيير نظرتها إليه ووضع قواعد لسياسة وطنية واضحة من خلال إستراتيجية وطنية للسكن. وبالتالي لم تعد المدينة حكرا على أصحاب القرار والسياسة، ولكنها أصبحت مكانا لتعلم وممارسة الديمقراطية والمواطنة في تسيير المدينة.

### 3/- مفاهيم حول مركز المدينة

#### 3-1- مفهوم المدينة

تعرف المدينة على أنها كل تجمع حضري سكاني يتوفر على وظائف إدارية، اقتصادية، اجتماعية وثقافية كما أنها مكان مأهول بالسكان ينشأ ويتطور على أساس الصناعة، المواصلات، تنفيذ المهام، وتناسب من حيث سعة رقعتها وتكوين سكانها وطابع مبنائها ومرافقها العامة.<sup>3</sup>

#### 3-2- مفهوم مركز المدينة

**شكلا:** عبارة عن مساحة مركزية متميزة، أو شارع رئيسي يتطابق فيها مع المركز الهندسي للمدينة وقد يكون هذا المركز النواة الأولى في حالة المدن العتيقة أو القديمة. ومركز المدينة هو المكان المفضل لتلاقي السكان حيث تتم فيه المبادلات التجارية والاجتماعية وتزداد به الكثافة للمنشآت مقارنة بالمناطق المحيطة به وقد يوفر مجموعة من التجهيزات والمنشآت المستقطبة لسكان المدينة مثل المساحات الخضراء والمساحات العمومية الموزعة في الغالب على مساحات محددة منظمة متصلة بشبكة الهياكل القاعدية.<sup>4</sup>

تتميز فيه الأنشطة التجارية والخدمات الثقافية والترفيهية عن نطاقات المدينة الأخرى بالإضافة إلى تقديمه خدمات يومية لسكان المركز، كما يضم المركز الرئيسي أيضا عناصر إدارية التي تشمل كافة دوائر الدولة والبلدية والبريد والشركة والساحة اللازمة لموقف السيارات.<sup>5</sup>

المنطقة المركزية (مستوى مركز المدينة): وتمثل مركز اقتصاد المدينة وقوته إذ تشمل غالبا استخدامات ذات طبيعة تجارية ولذلك قد يطلق على هذه المنطقة المركز التجاري وقد تقع هذه الأنشطة في مبان مستقلة أو تشغل شقق عدة أدوار في مبان سكنية ويتردد على المنطقة في حالة المدن الكبرى أعداد كبيرة من الزوار طيلة ساعات النهار والمساء سواء من داخل المدينة أو أقاليمها.

#### 4/- موقع وحدود مركز مدينة وهران

يعتبر موقع مركز المدينة النواة الأولى التي انطلقت منها المدينة وعليه يحدها

شمالا: البحر الأبيض المتوسط. جنوبا: بلدية السانيا.

شرقا: بلدية بئر الجير. غربا: مرسى الكبير.

(3، 4، 5) محمد إلياس سراج. المركزية التجارية وتراتب الأحياء بالنطاق الغربي لمدينة قسنطينة. مذكرة ماجستير. كلية علوم الأرض والجغرافية والتهيئة العمرانية. جامعة قسنطينة. 2002.

## 5- مفاهيم عامة حول التجارة وما يدخل في حيزها<sup>6</sup>

**1-5-1- تعريف التجارة:** هي كل العمليات قصد البيع أو الشراء.

**1-5-1-1- التعريف حسب التهيئة والتعمير:** التجارة نشاط اقتصادي لشراء وبيع الممتلكات أو الخدمات وهي تضم جميع المواد وتكييفها ثم إعادة توزيعها، كما تعرف أيضا على أنها تموين تجارة التجزئة والجملة. أو على أنها خدمات تجارية مقدمة للأفراد أو المؤسسات.

**1-5-2- التعريف حسب مقاربة جغرافية:** هي انتقال الملكية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة تؤدي إلى تساؤل عن الطبيعة القانونية (شخصية، مادية أو معنوية) والاقتصادية (منتج، مستهلك، وسائل)، للمتدخلين ولطريقة التبادل (مباشرة أو غير مباشرة)، هذه العملية يتبعها في غالب الأحيان إلى جانب التغيير في الأماكن.

**1-5-3- التعريف حسب التعمير التجاري:** هو عمل يهتم بتهيئة المجال التجاري للمدن من خلال مجموعة من المعايير والإجراءات الإدارية، التقنية، الاقتصادية والاجتماعية بهدف تنمية وتطوير التجهيزات التجارية على مستوى المجالات المركزية وحتى الضواحي. ويعمل على ملائمة النشاطات التجارية فيها حتى تكون فعالة مترابطة وكذلك مع ما تتطلبها التحولات المعيشية للسكان.

**2-5- تعريف المحل التجاري:** هو المكان المخصص للنشاط التجاري، يتم فيه كل أو بعض مراحل التبادل المتمثلة في التخزين، التنظيم، تقديم الخدمات، الإنتاج...

### 1-2-5- عناصر المحل التجاري:

أ - العناصر الظاهرة: وتتمثل في

**مساحة البيع:** وهي تختلف من محل لآخر حسب شكل المحل.

**مساحة التخزين:** وهي مساحة مخصصة لتخزين البضائع تكون مجهزة حسب نوع المبيعات غالبا تتواجد في الجهة الخلفية للمحل.

**الواجهة:** تتمثل وظيفتها في عرض السلع لجلب الزبائن للمحل.

**العنوان (اسم المحل):** يمثل بلوحة فنية حسب أهمية الوظيفة التجارية التي يشغلها وغالبا ما تقع فوق واجهة المحل.

6 4 عماد الجراعي. قانون الممارسات التجارية. مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في القانون التجاري 2007.

**ب- العناصر الخفية: تتمثل في**

السجل التجاري، الشهرة، الأموال المنقولة المخصصة لممارسة النشاط التجاري.

**3-5- الأدوات و الهيئات المشرفة و المنظمة للأعمال التجارية**

**1-3-5- السجل التجاري:** هو سجل عام تمسكه جهة رسمية قضائية أو إدارية لتدوين ما أوجب القانون على التجار أو أجاز لهم تسجيل فيه من البيانات تتعلق بهويتهم ونوع النشاط الذي يزاولونه والتنظيم الذي يجبرون أعمالهم التجارية بموجبه، وكل ما يطرأ عمله من تغيير خلال ممارستهم التجارية تثبتاً لحقوقهم وضمناً لمصالح المتعاملين معهم.

**2-3-5- الهيئات المشرفة على التجارة في الجزائر:** وهي هيئات ومصالح تشرف على التجارة و ذلك انطلاقاً من وزارة التجارة وصولاً إلى الهيئات المحلية حيث نجد

مصلحة السجل التجاري، مصلحة الضرائب، مديرية المنافسة والأسعار، الغرفة الجهوية للتجارة، الغرفة الجهوية للحرف والمهن التقليدية.

**4-5- تعريف النشاطات التجارية:**

تمثل النشاطات التجارية القوة المحركة للنشاط البشري، وهي ضرورية لأي تجمع سكاني، إذ أنها تبين العلاقة بين تطور التجمعات السكنية وتوفير المتطلبات والحاجيات اليومية لها.

تتمركز النشاطات التجارية في أي منطقة حسب أهميتها ومدى طلب السكان عليها، وهي تتنوع وتتوزع بشكل منتظم أو غير منتظم داخل النسيج العمراني للمنطقة وتوفير كل ما من شأنه إضفاء طابع جديد على تنظيم المجال الحضري.

تعتبر النشاطات التجارية إضافة إلى النشاطات الخدمائية والحرفية من أهم النشاطات التي تساهم في استقرار السكان ، وقضاء حاجياتهم الضرورية داخل المراكز والأحياء العمرانية باختلاف تلك الحاجيات فنجد الموسمية منها إضافة إلى اليومية؛ أي أنه كلما تنوع النشاط التجاري على المجال الجغرافي تقلصت الحركة اليومية للمواطن من أجل تحقيق كل ذلك.

**1-4-5- أشكال النشاطات التجارية وتدوينها**

**أ. النشاطات التجارية في شكل قار:**

وهي التي تمارس في المحلات الثابتة، والأصل أن التاجر حر في إقامة محله في المكان الذي يريد، بوصف ذلك أثراً من آثار حرية التجارة والصناعة المكفول دستورياً، ونتيجة من نتائج الأخذ بنظام اقتصاد السوق، ولكن رغم اختلاف التوجهات الاقتصادية للدول، فإنها تكاد تتفق على ضرورة تقييد حرية إنشاء بعض المحلات ذات الطبيعة الخاصة.

#### ب - النشاطات التجارية في شكل غير قار:

وهي النشاط الذي يمارس على الطريق العمومي أو الأسواق أو ساحات المعارض... إلخ، وتخضع لأحكام القانون التجاري وحماية المستهلك، ويشترط لممارسة هذا النشاط التسجيل في السجل التجاري، ويختص والي الولاية بموجب قرار يصدره بناءً على طلب المعني بالأمر، يبين فيه الشروط العامة لممارسة النشاط غير القار (الحقوق والواجبات، حقوق المكان وحدوده، أيام وأوقات الفتح والغلق).

والأصل أن الترخيص بممارسة النشاط التجاري يجيز التعامل في جميع السلع والبضائع والخدمات، ولكن المشرع أورد قيوداً ثلاثة تحت طائلة العقوبة: البضائع والسلع التي يمكن أن تلحق أضراراً بالصحة والأمن والسكينة العامة، كبيع الخمر، البضائع والسلع التي تخضع لقواعد خاصة في مجال التسويق كالأدوية، وما نص القانون على منع التعامل فيه، سواء تعلق الأمر بالنشاطات القارة أو غير القارة وهي البيوع غير الممنوعة كما في منع بيع العتاد الحربي والأسلحة والذخيرة، ومنع بيع المفرقات والأسهم النارية وبيع المواد السامة المصنفة على أنها مخدرة، والمتاجرة في المخدرات وبيع المطبوع، المحرر، الرسم، صور، لوحات زيتية أو صور فوتوغرافية مخلة بالحياء (المادة 333 من قانون العقوبات).

#### 5-5- المقصود بمدونة الأنشطة التجارية

لكي يسهل التعامل مع مختلف النشاطات التجارية وتمييزها عن غيرها، قام التشريع الجزائري بإحصاء وتدوين هذه الأنشطة في مدونات خاصة بكل منها، فأطلق عليها تسمية:

- بالنسبة للنشاطات التجارية تسمى "مدونة النشاطات الاقتصادية"

- بالنسبة للنشاطات الحرفية تسمى "قائمة النشاطات الصناعية التقليدية والحرف"

- بالنسبة للنشاطات المصنفة تسمى "قائمة المنشآت المصنفة لحماية البيئة"

وهذه المدونة عبارة عن وثيقة مرجعية لكل طلب قيد في السجل التجاري تتضمن قائمة للنشاطات التجارية الموجودة في فضاء الإنتاج أو التجارة أو الخدمات المصنفة حسب القطاعات والمجموعات الفرعية المتجانسة وفق المدونة الوطنية المتعلقة بالنشاطات والمنتجات.

### 1-5-5- القطاعات المهيكلة للنشاطات:

أ - نشاطات إنتاج السلع.

ب - نشاطات الخدمات.

ج - نشاطات الاستيراد والتصدير.

د - نشاطات تجارة البيع بالجملة وبالتجزئة.

وهي مقسمة بدورها لمجموعات ومجموعات فرعية من النشاطات المتجانسة.

### 2-5-5- أنواع النشاطات التجارية:

**السلع الغذائية والمواد المنزلية والسلع الاستهلاكية:** وتشمل المواد الاستهلاكية المنزلية اللازمة في الحياة اليومية للسكان مثل المواد الغذائية (كاللحوم والأسماك، الخضر والفواكه، الحبوب، والبقول وال دقيق...)، المواد الاستهلاكية المنزلية (كمواد النظافة الشخصية والمنزلية، الأقمشة والملابس مواد الوقود والإضاءة).

**السلع المعمرة:** تتمثل في المفروشات والأثاث المنزلي والمكتبي، الآلات والأجهزة.

**الخدمات الحرفية التجارية:** كالحلاقة والحياسة...

**الخدمات الصناعية البسيطة:** وهي الأنشطة التي لا ينتج عنها تلوث للبيئة.

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

### 3-5-5- التقسيمات العامة للنشاطات التجارية

تتمثل فيما يلي

أ - **تجارة الجملة:** توجد على مستوى المدن حيث تقوم تلك المدن بتوفير ذلك النوع من النشاط التجاري للمدن الأصغر والتجمعات السكنية الأخرى، ويظهر ذلك النشاط التجاري في المدن التي تقع أساساً على خطوات النقل والمواصلات أو تلك المدن التي تقع في مراكز إنتاج صناعي أو زراعي.

ترتبط تجارة الجملة بالنشاط أو بمكان التعامل بالمركز التجاري أو الاقتصادي للمدينة وتحتاج تجارة الجملة إلى مساحات كبيرة من الأرض كمستودعات وثلاجات ومساحات التخزين، أو بالطبع سيكون من الصعب توفير مساحات كبيرة من أرض الفضاء بسعر مناسب داخل مركز المدينة وذلك غالبا ما توجد على أطراف المدينة.

**ب - تجارة نصف الجملة:** توجد على مستوى قاعدة عريضة من المدن أو بعض القرى المركزية وتوجد تجارة التجزئة عبر مواقع متخصصة في المدينة غالبا ما تكون مرتبطة بمركزها التجاري القديم كمساحات للتخزين وبسبب طبيعة نشاطها يفضل أن تكون قريبة من موقع النشاط ومكان التعامل كما يغلب على تجارة التجزئة الطابع المختلط.

**ج - تجارة التجزئة:** وهي التجارة التي تعتمد عليها أساسا المراكز التجارية المختلفة التي تقدم الخدمات التجارية المباشرة للجمهور سواء كانت على مستوى الخلية السكنية أو المدينة أو على مستوى القرية.

نستنتج من خلال المدينة والنشاطات التجارية أن هناك علاقة واضحة بين المدينة والتجارة والتنظيم المجالي، فالتجارة هي عملية تبادل السلع والخدمات لها أشكال وعناصر بطرق مباشرة أو غير مباشرة، إلا أن هذا لا يعني فصلها عن المدينة، كما أن المدينة لها قوانين تحكمها.

وعليه فإن للنشاط التجاري قوانين تضبطه وترسم علاقته بها وتنظمها نظرا لتنوعها ونشاطها.

## مقدمة الفصل

يتناول هذا الفصل أهم المؤشرات و المعطيات التاريخية، الجغرافية والعمرائية. التي حددت خصوصية نهج ملينيوم، حيث أن كل الدراسات للبحث العلمي تعتمد على التعريف بمجال الدراسة من حيث الجانب الطبيعي للموقع الجغرافي وكذا التعرف على خصوصيتها ومن جهة أخرى سوف نقوم بدراسة النشاطات التجارية التي يرتبط نموها ارتباطا وثيقا بالتحويلات الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع المدني، لقد تكاثرت المحلات التجارية لتشمل المساكن والطوابق العلوية (محامين، أطباء...) وأجريت تغييرات في المبيعات حسب احتياجات السوق والفئات الاجتماعية وهذا أدى إلى حدوث حركة تجارية جديدة بالاهتمام وكذا توفر المباني التي تسمح بممارسة هذا النشاط والجدير بالذكر تنوع التجارة والخدمات أدى إلى تدفقات سكانية وافدة كبيرة.

بعدها شرعنا في هذا الفصل إلى التعرف على طبيعة التجارة وخصائصها والتوزيع المجالي للمحلات في نهج ملينيوم سواء كان تجارية، خدماتية أو حرف إضافة إلى تصنيف النشاطات التجارية الغالبة وتحليلها لإعطاء نظرة شاملة لما هو موجود لكونه قطبا جديدا ونقطة حساسة للمدينة وضواحيها ومعرفة مدى تأثير على المحيطة به من خلال هذه النشاطات التجارية والخدمات المتواجدة به.

## 1-/- التعريف بمنطقة الدراسة:

تقوم المدن في أماكن معينة لتؤدي خدمات ضرورية للمجتمع يتغير نوعها بمرور الزمن ولكن الذي يحدد نوع الوظيفة التي قامت من أجلها المدينة وهو نموها ويساعد على تغيير وظائفها فيما بعد ولتقدير أهمية موقع مدينة ما يجب معرفة الوقت الذي أنشئت فيه وندرس البيئة المحلية والأحوال الاجتماعية والاقتصادية السائدة حين ذلك، بغير ذلك لا يمكن أن نفهم لماذا اختير هذا المكان عن غيره لقيام المدينة فيه، فهناك كثير من المدن تقوم في أماكن لا يمكن أن تختارها في عصرنا هذا برغم تقدم العلوم الهندسية.

## 2-/- الموقع الجغرافي والإداري لنهج ملينيوم

يقع نهج ملينيوم في الشمال الشرقي لمدينة وهران، أما الموقع الإداري باعتباره نهج ملينيوم جزء من بلدية بئر الجير؛ فإن حدودها تطبق عليه ومنه نجد من الغرب بلدية وهران ومن الشمال البحر الأبيض المتوسط، من الشمال الشرقي حاسي بني عقبة أما من الجنوب الشرقي حاسي بونيف ومن الجنوب بلدية سيدي الشحمي.

### الخريطة رقم 03



المصدر: google earth 2022+معالجة الطالبتين 2022

**4/- ظهور النشاطات التجارية الجديدة بنهج مليونيوم:**

**تعريف النهج:** يعتبر النهج شارع رئيسي يمتاز بالطول وعرضه أكبر من الشوارع الثانوية وتتم على مستوى حوافه مختلف التبادلات التجارية وغالبا ما تمتاز هذه الأخيرة بالتخصص في النوعية، ويضم مختلف المتطلبات اليومية للسكان المجاورين له.

تعتبر التجارة عامل من عوامل نشأة مختلف المدن عبر مختلف أقطار المعمورة، إذ عرفت النشاطات التجارية والخدمات تطورا سريعا وملحوظ في المدن الكبرى بالجزائر كهران.

لقد أدى ظهور التجارة العابرة للوطن بشكل واسع - بعد ظهور التجارة العابرة للحدود و"تجارة الحقيقة" في سنوات الثمانينات والتسعينات - إلى إعادة رسم خريطة المدن الجزائرية، وأسهم في التفتح الحضري الذي ارتبط لغاية الوقت الراهن بالاستراتيجيات السكنية والسياسيات العمومية الحضرية التي تتمحور حول إنتاج السكنات.

وإذا كان هذا النمط من التجارة قد امتد للوهلة الأولى ليشمل الضواحي الحضرية، فإنه ومنذ عشرية من الزمن أصبح يحتل مكانة هامة في المدن من خلال تملكه لأحياء استعمارية قديمة ولأنسجة مجاورة لمراكز المدن. هذا التوجه طرح عدة مشاكل في توزيع الأنشطة التجارية بأحياء المدينة في ظل غياب العمران التجاري، وهذا ما اشتهرت به مدينة وهران بأسواقها التجارية منذ نشأة المدينة، في ظل ظهور التطور العمراني للمدينة وتوسعاتها نحو المحور الشرقي والمحور الغربي، الذي أدى إلى ظهور تجمعات ومركزيات حضرية جديدة تنافس مركز المدينة إذ هل يمكن الحديث عن تدهور القيمة الوظيفية والتجارية بمعنى آخر " هجرة التجارة وتحولها نحو التوسعات الجديدة".

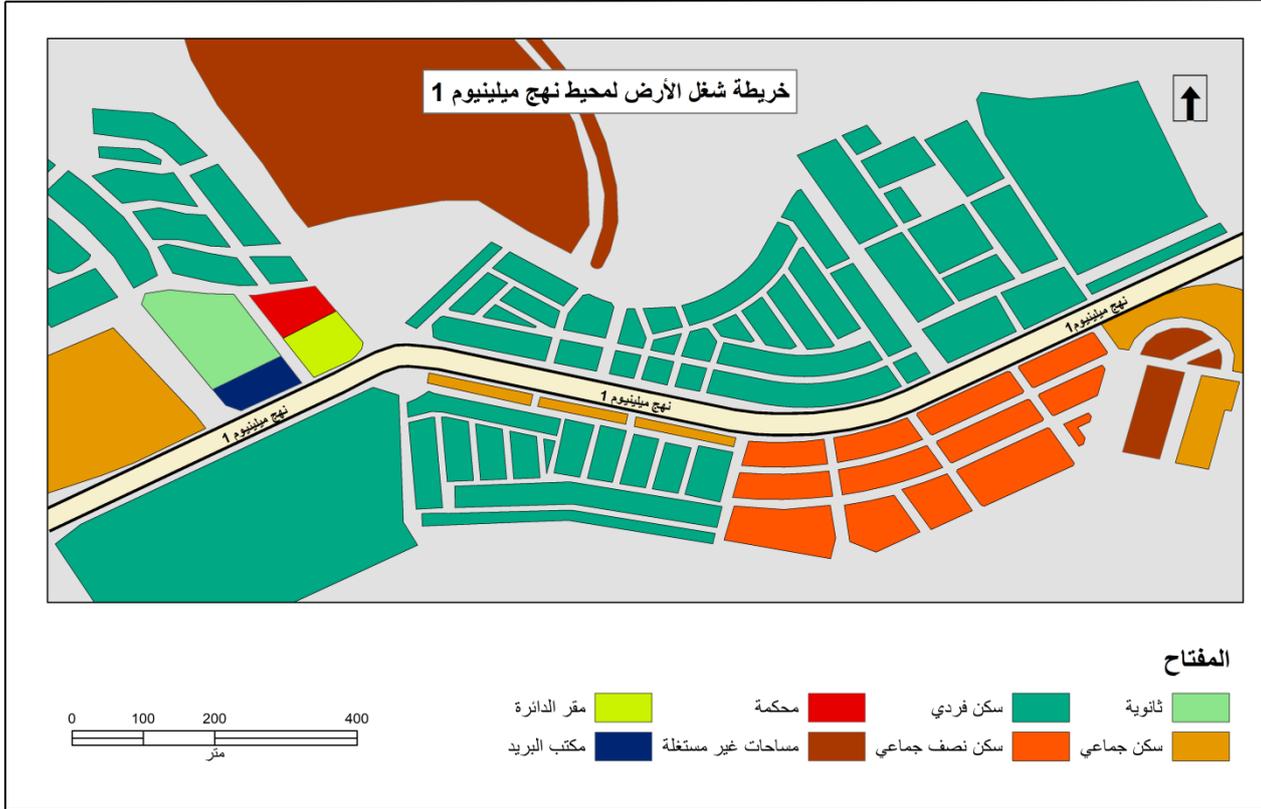
فنهج مليونيوم الذي أصبح عبارة عن فضاء رمزي للتجارة العابرة للوطن. وعليه فإن التقسيم المختلف للمساحات التجارية في المدينة أدى إلى زعزعة التنظيمات الهرمية المتواجدة سلفا وقد حل محل التمرکز المفرط للأنشطة التجارية في وسط المدينة توزيعا جديدا تتأكد من خلاله أقاليم حضرية جديدة.

وعليه كان ولا بد من تحليل التوزيع المجالي للنشاطات التجارية والخدماتية من أجل الوقوف على الدور الذي يلعبه الحي في إنعاش الاقتصاد الحضري ومجالات نفوذه محليا وإقليميا، للتمكن من فهم خصوصيات البنية التجارية وما يميز النشاطات التجارية والخدماتية بنهج مليونيوم.

**5/- استخدامات الأرض لمنطقة الدراسة**

يعتبر مخطط شغل الأرض المرحلة الأولى والأساسية قبل كل دراسة فهو بمثابة مسح ميداني لكل ما هو موجود على منطقة الدراسة لكل من التجهيزات التجارية والخدمات إضافة إلى السكنات بكل أصنافها فردية، نصف جماعية وجماعية وغيرها من المناطق غير المعمرة في المنطقة وأخرى التي في طور الإنجاز. وهذا ما تمثله الخريطة التالية:

#### الخريطة رقم 04



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

#### 5-1. مناطق الإستخدام التجاري

يعد النشاط التجاري من العناصر الأساسية و المهمة في الوسط العمراني وبشكل آخر يمثل نشاطا حتميا يجب توفره في أي تجمع سكاني كونه يمثل مصدر إقتناء الحاجيات الضرورية فإنه يضمن الارتباط بمكان الإقامة.

فمن خلال عملية المسح الميداني لمنطقة الدراسة لاحظنا تمركز النشاط التجاري بالطابق الارضي للبنىات بنهج ملينيوم واحتلت المساكن الطوابق العلوية فهي عبارة عن مساكن جماعية حيث لاحظنا تداخل الوظيفة التجارية مع الوظيفة السكنية واتضح ان هناك تنوع في توزيع الأنشطة التجارية به، كما

نجد على طول هذا النهج اختلاف من حيث التخصص التجاري والطابع السكني المختلف مزيج بين الفردي والجماعي.

## 2-5- مناطق الاستخدام الخدماتي (التجهيزات) نهج مليونيوم

إضافة إلى الجانب السكني فإن التجهيزات تلعب دورا كبيرا في تقديم الخدمات وتحقيق متطلبات الفرد لما يضمن راحته، فتعد المرافق من الضروريات لاستمرار حياة السكان وتجعل المجال أكثر ديناميكية وحيوية.

### التجهيزات الإدارية

تعتبر من التجهيزات الأساسية التي تقوم بتنسيير أمور السكان ومن بين الخدمات الادرية التي يتوفر عليها النهج نجد دائرة بئر الجير.

### الصورة رقم 01: مقر دائرة بئر الجير



المصدر: التقاط الطالبتين جوان 2022

### التجهيزات الصحية

يعتبر قطاع الصحة من القطاعات الهامة والحساسة في المجتمع، تحتوي المنطقة المدروسة الكثير من العيادات الخاصة كعيادة جراحة الأسنان، مخبر التحليل... التي تعد ضمن المهن الحرة الصحية.

الصورة رقم 02 و03: مجموعة عيادات متواجدة بنهج ملينيوم



المصدر: التقاط الطالبتين جوان 2022

### التجهيزات الترفيهية والثقافية

نهج ملينيوم من ضمن الأحياء التي تفتقر إلى مناطق الاستخدام الثقافي وخاصة العمومية إضافة إلى توفره على مساحات خضراء صغيرة.

فمن خلال دراستنا الميدانية للمنطقة لاحظنا هناك العديد من النقائص في التجهيزات والخدمات، كغياب التجهيزات الدينية على طول المنطقة المدروسة حيث لم نصادف أي تجهيزا دينيا به.

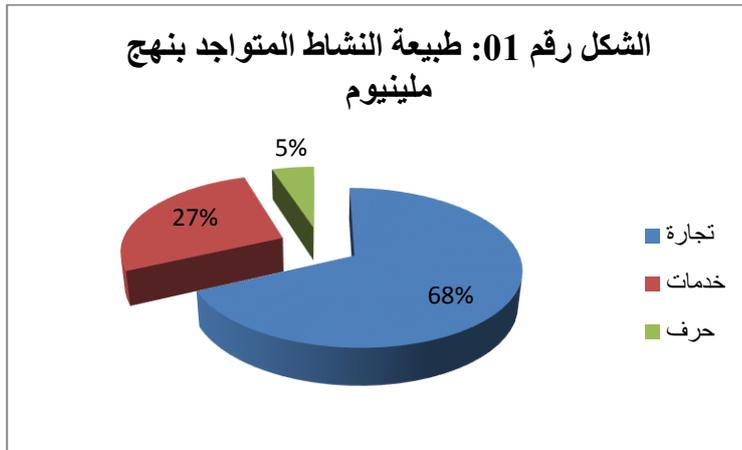
6/- التوزيع المجالي للأنشطة التجارية، الخدماتية والحرف بنهج مليونيوم

تتنوع الأنشطة التجارية وتختلف على حسب المنطقة المدروسة، وعليه لابد من التطرق إلى التوزيع المجالي لكل نشاط قائم بنهج مليونيوم.

جدول رقم 01: التوزيع المجالي للأنشطة التجارية، الخدماتية والحرف

النسبة %	العدد	طبيعة النشاط
68	68	التجارة
27	27	الخدمات
5	5	الحرف
100	100	المجموع

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



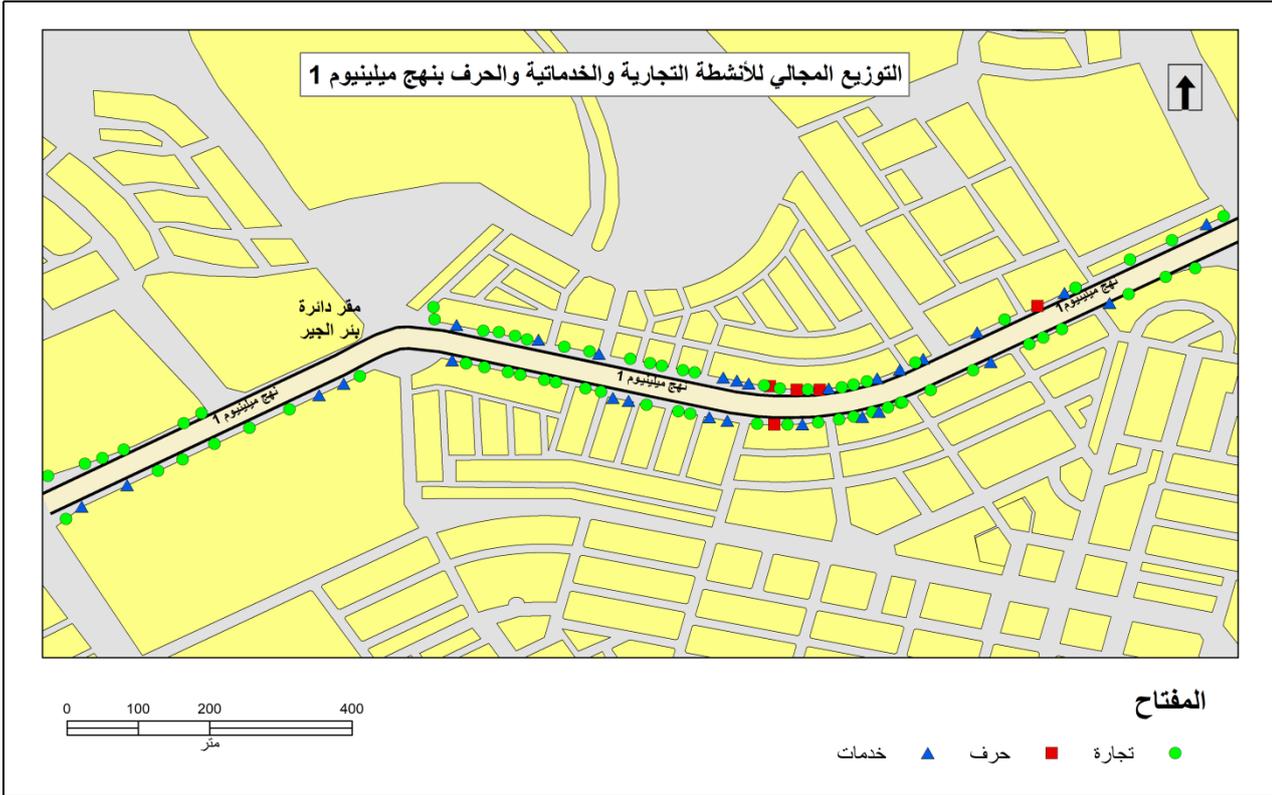
المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

الخريطة التي بين أيدينا تسمح لنا بتعيين ومعرفة مواقع توزع النشاطات التجارية بنهج مليونيوم عن طريق المتغيرات البصرية والأشكال التي تمثل النطاقات التجارية و أخرى توضح الخدمات والحرف.

فمن خلالها نجد أن النشاط التجاري هو المهم والأول الممارس في المنطقة، أما نشاط الخدمات فيحتل المرتبة الثانية وبنسبة لنشاط الحرف فيكاد ينعدم نظرا لعدم ممارسته من طرف سكان المنطقة.

وعليه فهي تعطينا نظرة عامة عن النهج كمركز تجاري جديد فنقول أن توزيع النشاطات التجارية داخل النسيج العمراني لاسيما على طول النهج يكون على طريقة عشوائية أو غير منتظمة.

### الخريطة رقم 05



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

الصور رقم 04: بعض النشاطات المتواجدة بنهج مليونيوم



### المصدر: التقاط الطالبتين جوان 2022

تتمركز النشاطات باختلاف طبيعتها في منطقة ما حسب أهميتها ومدى طلب السكان عليها، " الجدول رقم 01 " يبين التوزيع المجالي للنشاطات التجارية والخدماتية والحرف بنهج مليونيوم، فالبغم من تنوعها وتعدد وظائفها إلا أن هناك اختلاف في توزيعها حسب نوعية المحلات .

من النتائج المتحصل عليها خلال عملية المسح الميداني هي احتواء نهج مليونيوم على 100 محل موزع على عدة أنواع من النشاطات في مقدمتها النشاط التجاري حوالي 68 محل بنسبة 68% ، حيث يمتاز هذا النهج بتخصسه في التجارة المنتشرة بين جذيراته والتي تكون في الغالب متداخلة بين الوظيفة السكنية والتجارية حيث كانت نسبة التجارة هي المهيمنة في منطقة الدراسة تليها النشاطات الخدماتية بنسبة 27 % وهي الأخرى لها دور هام في هذا النهج فهي لها علاقة مباشرة مع انتشار التجارة وتحتل الحرف والمهن الحرة نسبة 5%.

كل هذا راجع إلى كونها متطلبات أساسية وضرورية للسكان، تستدعي تردد الزبائن من كل مكان حتى من الأحياء المجاورة له، وعليه فإن الاهتمام بالنوعية هو من يحدد نسبة التوزيع.

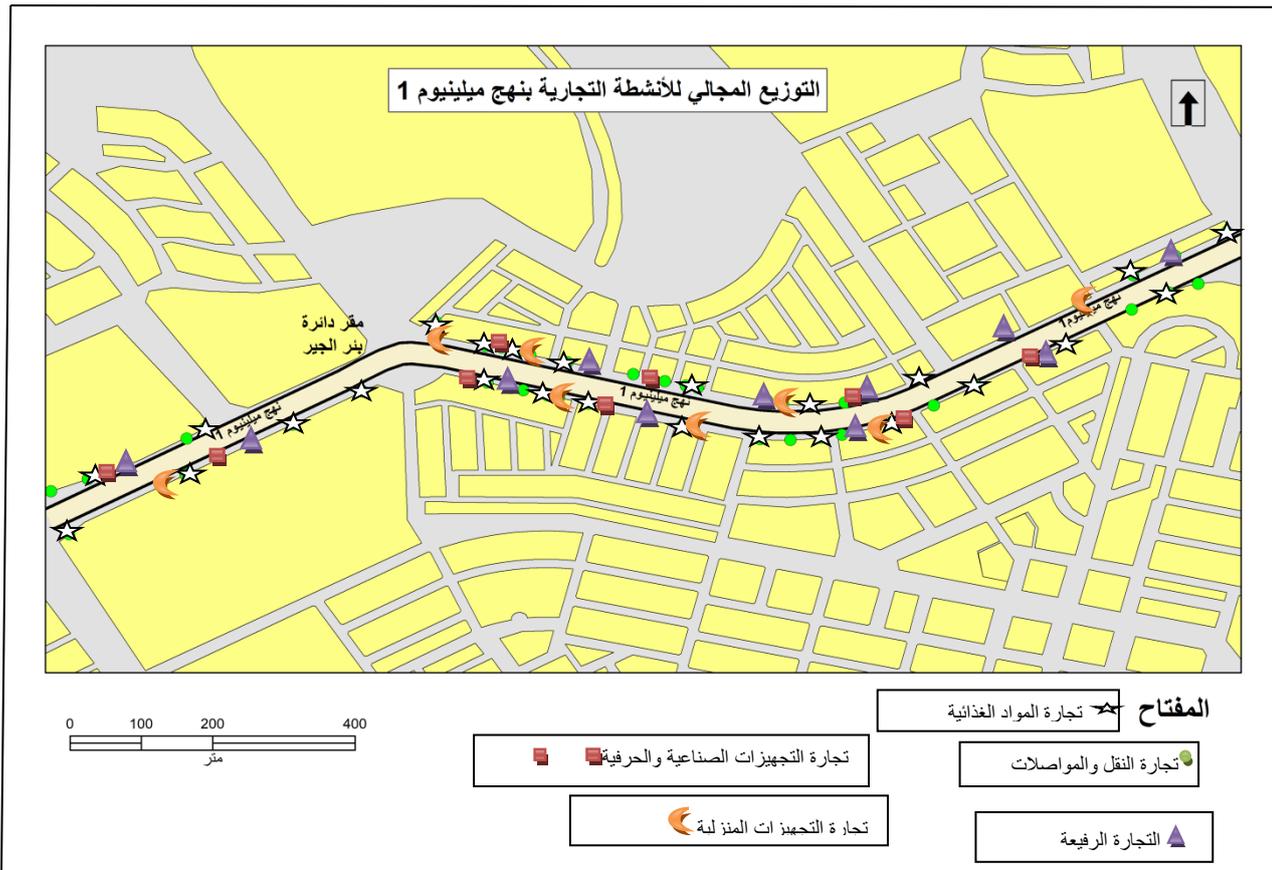
## 1-6- التوزيع المجالي للمحلات التجارية في نهج مليونيوم

لقد قمنا بدراسة توزيع المجالي للنشاطات التجارية في نهج مليونيوم والتعرف على كيفية انتشارها، حيث أن تمركز النشاطات التجارية في أي منطقة يبرز دورها الهام في ديناميكية المدن وإبراز مدى إقبال المواطنين عليها من خلال المسح الميداني لاحظنا تنوع كبير في الأنشطة التجارية على طول نهج مليونيوم.

سنوضح ذلك من خلال النتيجة المتوصل إليها والتي قمنا من خلالها بتقسيم منطقة الدراسة إلى ثلاثة أقسام من أجل معرفة كثافة النشاطات التجارية حيث لاحظنا أن كثافة هذه الأنشطة تقل كلما اقتربنا من المركب الاولمبي وذات كثافة عالية في منتصف النهج ومتوسطة بالقرب من دائرة بئر الجبير.

وهذا ما توضحه الخريطة والجدول التاليين

### الخريطة رقم 06



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

جدول رقم 02: أنواع النشاطات التجارية

النسبة %	العدد	المحلات التجارية	طبيعة النشاط
10,3	7	مواد غذائية عامة	تجارة المواد الغذائية
4,4	3	خضر وفواكه	
4,4	3	جزار	
8,8	6	حلويات ومعجنات	
2,9	2	بيع التوابل	
4,4	3	مثلجات	
2,9	2	مخبزة	
38,2	26	<b>المجموع</b>	
4,4	3	ملابس وأحذية	تجارة الملابس والأحذية
8,8	6	بيع الهواتف النقالة	تجارة النقل والاتصالات
4,4	3	بيع غيار السيارات	
17,6	12	<b>المجموع</b>	
2,9	2	أثاث منزلي	تجارة التجهيزات المنزلية
1,5	1	تجهيزات منزلية	
7,4	5	الأجهزة الكتر ومنزلية	
11,8	8	<b>المجموع</b>	
1,5	1	مكتبة	تجارة المواد الثقافية والترفيهية
1,5	1	ألعاب أطفال	
2,9	2	<b>المجموع</b>	
14,7	10	عطور ومواد التجميل	التجارة الرفيعة
1,5	1	نظارات	
16,2	11	<b>المجموع</b>	
5,9	4	خردوات	تجارة التجهيزات الصناعية والحرفية
5,9	4	قطع الكهرباء	
1,5	1	بيع الألمنيوم	
13,2	9	<b>المجموع</b>	
<b>100,0</b>	<b>68</b>	<b>المجموع الكلي</b>	<b>المجموع الكلي</b>

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022

الصور رقم 5 : بعض النشاطات التجارية المتواجدة بنهج مليونيوم



المصدر: التقاط الطالبتين جوان 2022

2-6- التوزيع المجالي للخدمات في نهج مليونيوم

لقد وجدنا على طول هذا النهج تنوعا كبيرا من حيث النشاطات الخدمائية، إذ أن للخدمات دورا كبيرا وفعال في المجال حيث تعمل هذه الخدمات على إعطاء ديناميكية وحركية لهذا النهج وبالتالي تلبي مختلف احتياجات ومتطلبات السكان، حيث بلغت نسبة المحلات التجارية 27% من إجمالي المحلات الموجودة في الحي فبذلك احتلت المرتبة الثانية بعد المحلات التجارية.

جدول رقم 03: توزيع النشاطات الخدمائية في نهج مليونيوم

النسبة %	العدد	المحلات الخدمائية	فروع الخدمات
22,2	6	مطعم	المطاعم والمقاهي
14	4	مقهى	
5,3	2	بيع البيوتزا	
31,6	12	المجموع	
5,3	2	حلاقة رجال ونساء	العناية الفردية
10,5	2	المجموع	
2,6	1	وكالة سياحية	خدمات عمومية
2,6	1	شركة تأمين	
2,6	1	عيادة الأطفال	
26,3	3	المجموع	
5,3	2	طبيب أسنان	المهن الصحية الحرة
7,9	5	طبيب عام	
13,2	7	المجموع	
5,3	1	تصليح السيارات	خدمات التصليح
5,3	1	المجموع	
2,6	1	مكتب دراسات	مهن حرة ذات طابع خدماتي
5,3	1	موثق	
13,2	2	المجموع	
100,0	27	المجموع الكلي	

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022

وهذا ما توضحه الخريطة التالية

الخريطة رقم 07



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

الصور رقم 06: بعض النشاطات الخدمتية المتواجدة بنهج مليونيوم



المصدر: التقاط الطالبتين جوان 2022

من خلال نتائج الجدول نلاحظ تنوعا كبيرا من حيث النشاطات الخدمتية في نهج مليونيوم، فكانت النسبة الأكبر من نصيب المطاعم والمقاهي بنسبة 31,6% ثم تأتي بعدها الخدمات العمومية بنسبة 26,3% ثم تليها المهن الصحية الحرة والمهن الحرة ذات طابع تجاري لهما نفس النسبة قدرت بـ 13,2%، ثم تليها الفروع الأخرى بنسب متفاوتة فقد بلغت نسبة العناية الفردية 10,5% وأخيرا خدمة التصليح بنسبة 5,3%.

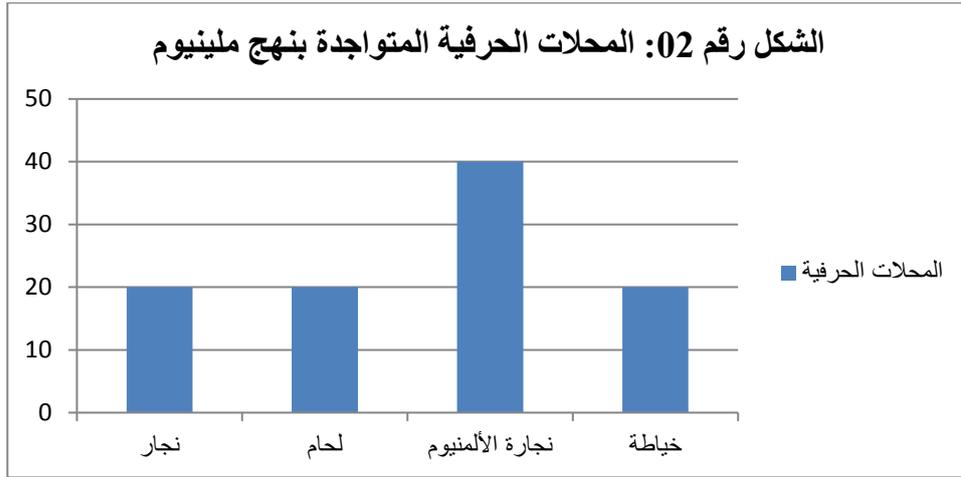
### 3-6- التوزيع المجالي للحرف بنهج مليونيوم

تعرف الحرف على أنها نوع من أنواع التجارة، لها دور كبير في توفير المنتجات المادية والخدمات للسكان من أجل تخفيف تنقلاتهم نحو مناطق أخرى.

جدول رقم 04: الحرف المتواجدة بنهج مليونيوم

النسبة %	العدد	المحلات الحرفية	الحرف
20	1	نجار	
20	1	لحام	
40	2	نجارة الألمنيوم	
20	1	خياطة	
100	5	المجموع	

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

الخريطة رقم 08



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

الصورة رقم 06: محل لنجارة الخشب المتواجد بنهج مليونيوم



المصدر: التقاط الطالبتين جوان 2022

من خلال التحقيق وجدنا أن حرفة نجارة الألمنيوم تحتل المرتبة الأولى من بين الحرف المتوفرة في نهج مليونيوم بنسبة 40% ويوجد منها محلين ثم تليها حرفة نجار ولحام وخياط بنفس النسبة 20%، حيث

يشهد هذا النهج نقص كبير من حيث الحرف وذلك بشهادة أحد التجار الذي قال لنا أن بعض الحرف مثل لحام تسبب الإزعاج لهم لذلك قد يضطرون إلى رفع دعوة قضائية على المؤجر لذلك المستأجر.

#### 7- هيمنة نمط تجارة التجزئة على نهج مليونيوم

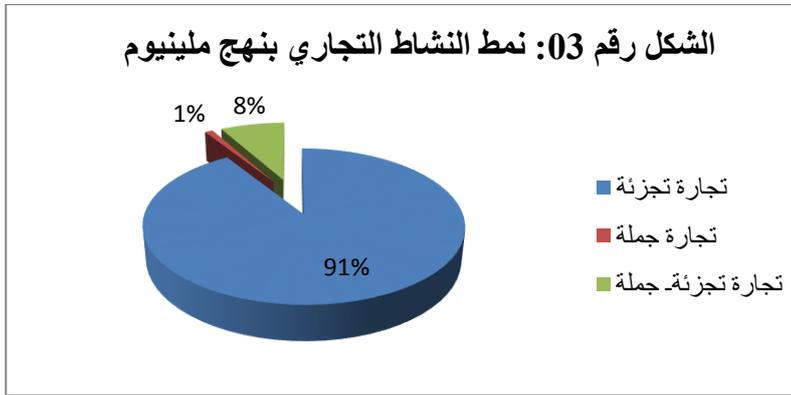
من خلال الجدول الموضح أدناه يمكننا أن نستنتج أن تجارة التجزئة مهيمنة على نهج مليونيوم والتي تمثل نسبة 91% ، إذ يمس هذا النمط أغلب النشاطات التجارية المنتشرة على طول النهج ، أما بالنسبة لتجارة الجملة فقدرت ب1% من مجموع العينة المحقق معها ، وهي ضعيفة تكاد تنعدم لأن أغلب التجار يفضلون البيع بالتجزئة.

أما بالنسبة لتجارة التجزئة وتجارة الجملة معا هي ظاهرة بدأت بالظهور تدريجيا وذلك لرغبة أصحاب المحلات البيع بأي طريقة حيث قدرت نسبة هذا النمط ب8%.

جدول رقم 05: توزيع النشاطات التجارية حسب نمطها

النسبة %	العدد	نمط النشاط
91	91	تجارة تجزئة
1	1	تجارة جملة
8	8	تجارة تجزئة - جملة
100	100	المجموع

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

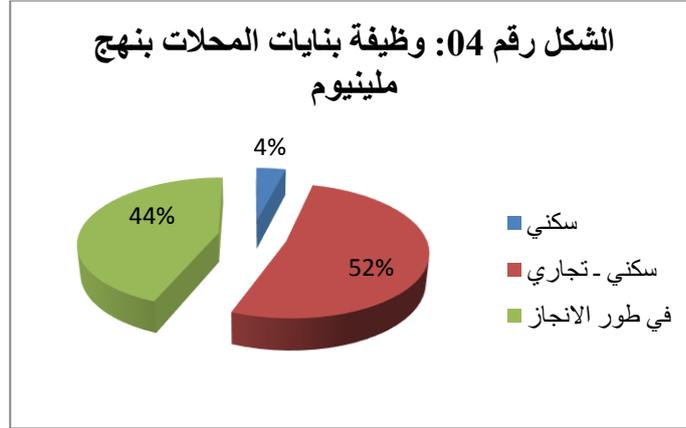
#### 8- سيطرة الوظيفة السكنية التجارية على نهج مليونيوم

من خلال تحليل نتائج الجدول يتبين لنا أن جل المحلات لها وظيفة سكنية تجارية حيث بلغت نسبتها 52% ثم تليها بعض البنايات في طور الانجاز ذات الوظيفة السكنية التجارية بلغت نسبتها 44% إضافة إلى 4% من البنايات ذات الوظيفة السكنية.

جدول رقم 06: وظيفة بنايات التي تتواجد بها المحلات التجارية

وظيفة بنايات المحلات	العدد	النسبة %
سكني	2	4
سكني تجاري	26	52
في طور الانجاز	22	44
المجموع	50	100

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

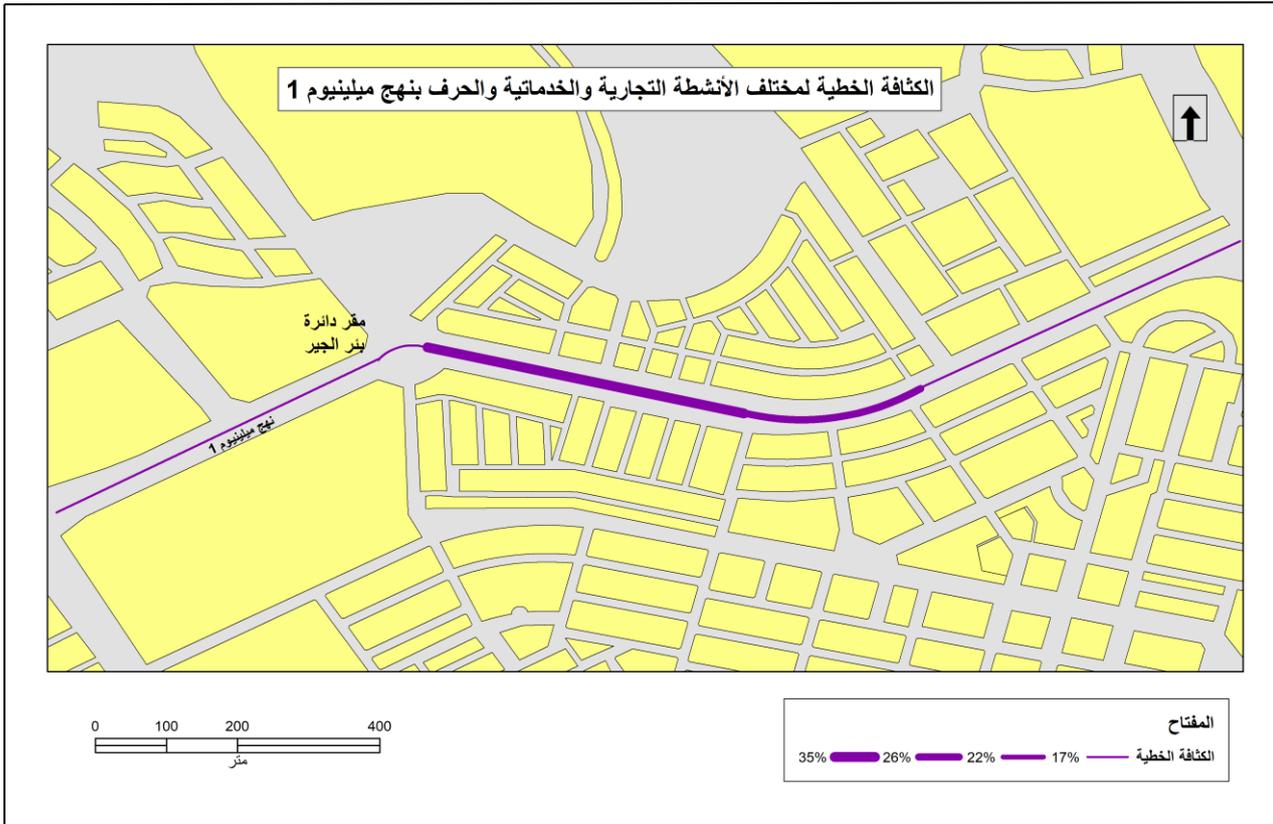
## 9- الكثافة التجارية لنهج مليونيوم

إن دراسة الكثافة التجارية للمنطقة المدروسة لها أهمية كبيرة في معرفة مدى أهمية وفعالية النشاط التجاري ، حيث تسمح هذه الكثافة بتحديد درجة تمركز المحلات على طول النهج كما تمكننا هذه الدراسة من التعرف على تراتبية المحاور التجارية والجذيرات وبالتالي معرفة مدى تمركز النشاطات التجارية سواء في بداية النهج أو في الوسط أو في آخر النهج وبالتالي فهناك تفاوت من حيث الكثافة التجارية.

### 9-1. الكثافة التجارية الخطية

تعد الكثافة الخطية من الأمور الأساسية في أي دراسة أو مسح ميداني لأي منطقة فبعد حساب الكثافة الخطية لمختلف النشاطات التجارية المنتشرة والمتمركزة على طول النهج فقمنا بتقسيم مجموع المحلات على طول محور النهج فكانت أكبر كثافة تتراوح ما بين 18 و 24 محل في الجزيرة الواحدة في حين وجدت مناطق تقل فيها هذه الكثافة لتصل إلى محل واحد في الجزيرة خاصة بالقرب من المركب الاولمبي لوهوان في الجهة اليمنى وتمركز ذو كثافة عالية في منتصف النهج في كلتا الجهتين إلا أننا لاحظنا أنه يغلب على الجهة اليمنى الخدمات التجارية كمختلف العيادات التي احتلت كثافة كبيرة مقارنة مع الجهة اليسرى التي شهدت كثافة عالية من المحلات التجارية وشبه منعدمة من الخدمات التجارية.

الخريطة رقم 09



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

## خلاصة الفصل الأول

نهج مليونيوم يمتاز بنشاط تجاري الذي تطور وتغير وذلك من خلال ما استعرضناه من أرقام ونتائج، فقد عرف العديد من المراحل التي ساهمت في تكوينه من أجل الوصول إلى ما هو عليه الآن، أما من حيث المحتوى العمراني لمنطقة الدراسة والتي تطرقنا فيه إلى دراسة عنصر استخدام الأرض فقد اتضح لنا أنها مجهزة من حيث بعض التجهيزات وانعدام بعضها، الأمر الذي دفع إلى خلق محلات جديدة ونشاطات كثيرة ومتنوعة انعكس ايجابيا على ديناميكية التجارة في هذا النهج وحتى على تنقلات الزبائن من وإلى الحي، وهذا بسبب الموقع الاستراتيجي له من جهة ومن جهة أخرى وجود منافسة للمراكز التجارية الأخرى؛ فهذا النهج يعرف حركة تجارية كثيفة وجاذبية النشاط التجاري، إذ يمتاز بتخصسه بالتجارة المتنوعة بين مختلف جذيراته، فيشهد في غالب الأحيان تداخل بين الوظيفة السكنية والوظيفة التجارية، فمن خلال المعطيات المتحصل عليها والمسح الميداني كانت نسبة التجارة هي المهيمنة في منطقة الدراسة إضافة إلى ذلك يعرف تنوعا من حيث النشاطات الخدمائية إذ أن للخدمات دورا كبيرا وفعال في المجال من أجل إيجاد الحركة والديناميكية فيه وذلك لتلبية حاجيات السكان، كما وجدنا تجارة الكهرومنزلية تحتل المنزلة الأولى وتجارة الألمنيوم من بين الحرف الموجودة بنسبة كبيرة مقارنة مع الحرف الأخرى في النهج.

## مقدمة الفصل الثاني

إن دراسة الفاعلين المتدخلين في نشأة النشاطات التجارية هي دراسة لا تقل أهمية عن الدور الذي يلعبه توزيع هذه النشاطات التجارية في مجال منطقة الدراسة ، لقد تناولنا الخصائص الاجتماعية للتجار باعتبارهم هم الفاعلون فقمنا بتوزيع على عينة من المحلات استمارة تحقيق قصد الدراسة لكونهم المحرك الأساسي والفاعل الرئيسي للتحويلات التي يعرفها الحي وذلك بتوضيح تركيبهم الاجتماعية من خلال التطرق إلى تركيبهم العمرية ومستواهم التعليمي إضافة إلى بعض الجوانب المجالية (أماكن العمل والإقامة ودوافع تغيير العمل إن وجد) اعتمدنا في ذلك على التحقيق الميداني من خلال استمارات موزعة على 50 تاجر وكذا بالنسبة للعاملين والمساعدين في المحلات.

يعتبر التجار من أهم الفاعلون في القانون التجاري باعتبارهم أشخاص طبيعيين أو معنويون يساهمون في السهر على إرساء قواعد القانون التجاري وتطبيقها على أحسن وجه.

## 1- خصائص التجار بالمحلات التجارية

من خلال دراستنا للمحلات التجارية الجديدة لنهج مليونيوم تناولنا جانباً من موضوع دراستنا خصائص أصحاب المحلات التجارية باعتبارهم عنصر رئيسي وفاعل أساسي لوجود هذه المحلات حيث يسمح التطرق إلى خصائص التجار في تحديد العوامل التي كانت وراء ظهور وتشكل النشاطات التجارية في نهج مليونيوم ومدى ارتباط التجار بمهنتهم، إضافة إلى ذلك لاحظنا أن التجار بنهج مليونيوم يختلفون من حيث مكان إقامتهم وهذا ما يؤكد خصوصية النهج والدور الفعال الذي يلعبه في استقطاب التجار لممارسة نشاطهم.

### 1-1- التركيب النوعي للتجار في نهج مليونيوم

التركيب النوعي للتجار يعطي صورة عن المجتمع الذي تقل فيه الباعة من جنس الإناث والتي قدرت بـ 22% في حين بلغت نسبة الباعة من الذكور بـ 78%.

جدول رقم 07: التركيب النوعي لتجار المحلات التجارية بنهج مليونيوم

الجنس	العدد	النسبة %
ذكر	39	78
أنثى	11	22
المجموع	50	100

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

2-1- التركيب العمري لتجار

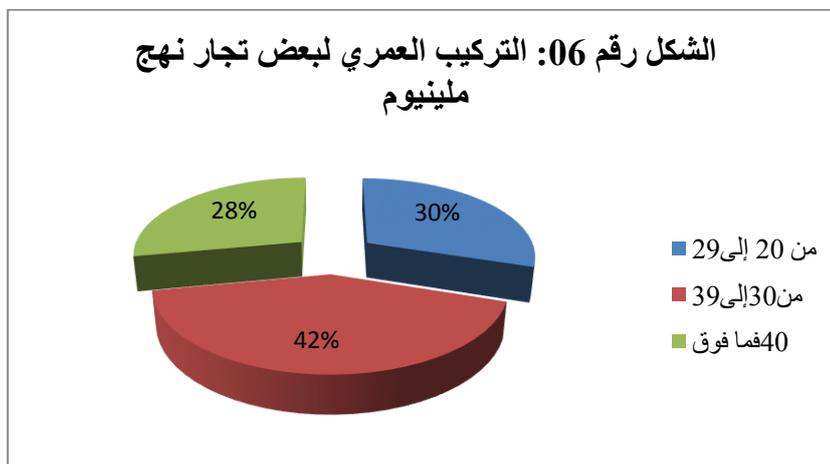
بدون شك أن الفئات العمرية للتجار لها علاقة في نوعية التجارة، وتتجلى هذه العلاقة في مقدار الفعالية الاقتصادية، إذ يمكن من خلالها تحديد أهمية النشاط الاقتصادي ومدى تطوره.

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول نجد أن النسبة الأكبر هي فئة الكهول قدرت بـ 42% ثم تليها فئة الشباب بـ 30% ثم تليها فئة الشيوخ بـ 28% وهذا ما يعكس طبيعة المجتمع الجزائري الفتي.

جدول رقم 08: التركيب العمري لعينة من تجار نهج مليونيوم

الفئة	السن	العدد	النسبة %
من 20 إلى 29	23	4	8
	24	3	6
	25	2	4
	26	2	4
	27	1	2
	28	2	4
	29	1	2
من 30 إلى 39	30	6	12
	32	4	8
	34	5	10
	36	3	6
	38	3	6
40 فما فوق	42	2	4
	44	2	4
	46	3	6
	48	7	14
المجموع		50	100

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

### 3-1- حي ملينيوم مكان إقامة غالبية التجار

من خلال الجدول يتبين لنا أن أغلبية تجار ملينيوم يقيمون في عدة أحياء متفرقة من مدينة وهران وأغلبهم يقيمون في حي ملينيوم بنسبة 32% والأحياء القريبة منه بنسب متفاوتة، إذ يقيم في بئر الجير وبلقايد نفس النسبة 20% من التجار ثم تليها كنستال 12%، أما كل من حاسي بونيف وسيدي معروف متساويان في النسبة قدرت ب 2% إضافة إلى إيسطو والسانيا بنسب متقاربة في حدود 6% وأخيرا تاجر يقيم في مدينة مستغانم.

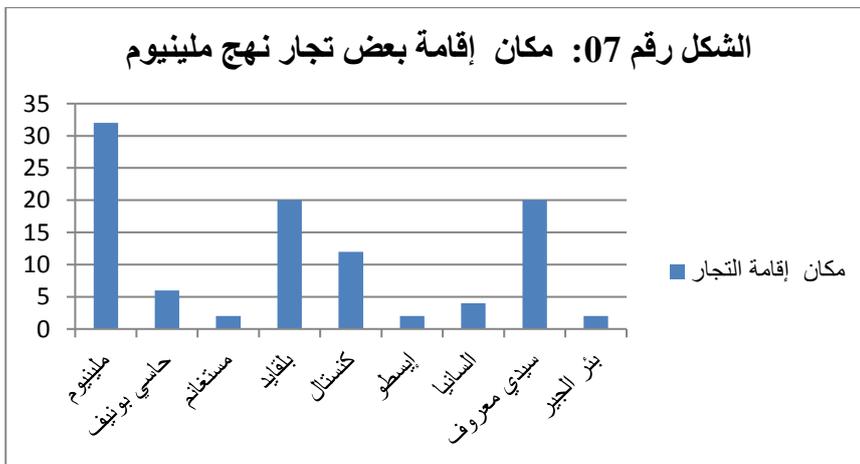
بصفة عامة سكان الحي يجدون معظم متطلباتهم فيه لأنه يلبي مختلف الحاجيات الضرورية اليومية لهم؛ أما تجار الأماكن المجاورة يعملون بهذه المنطقة وبالتالي يضطرون أحيانا إلى قضاء حاجياتهم منها.

على غرار هذا نستخلص أن نهج ملينيوم هو محطة استقطاب التجار من المناطق المجاورة، وذلك لارتباطهم بنشاطاتهم فيها.

#### جدول رقم 09: أماكن إقامة عينة من تجار نهج ملينيوم

النسبة %	العدد	مكان الإقامة	
32	16	ملينيوم	أحياء وهران
6	3	إيسطو	
2	1	سيدي معروف	
20	10	بلقايد	
12	6	كنستال	
2	1	حاسي بونيف	بلديات وهران
4	2	السانيا	
20	10	بئر الجير	
2	1	مستغانم	خارج ولاية وهران
100	50	المجموع	

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

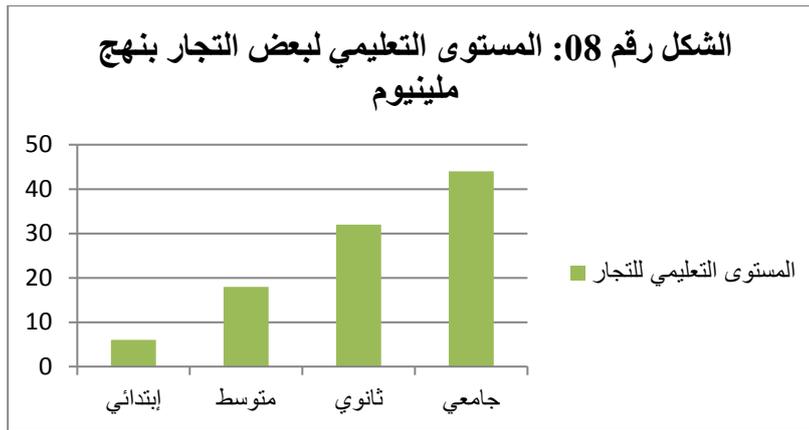
#### 4-1. هيمنة المستوى الجامعي للتجار

نلاحظ من خلال الجدول تنوع في المستويات الدراسية للتجار على طول النهج حيث كانت نسبة التجار ذو المستوى الجامعي هي الأولى بـ44% وهم الذين وجدوا أنفسهم يمارسون التجارة في ظل غياب فرص العمل في القطاعات الأخرى، ثم تليها في الدرجة الثانية التجار ذو مستوى ثانوي بـ32% أما الدرجة الثالثة فكانت من نصيب التجار الذين لديهم مستوى متوسط بـ18% أما عن التجار ذا المستوى الابتدائي فنسبة 6%.

جدول رقم 10: المستوى التعليمي لعينة من تجار نهج مليونيوم

النسبة %	العدد	المستوى التعليمي
6	3	إبتدائي
18	9	متوسط
32	16	ثانوي
44	22	جامعي
100	50	المجموع

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبين 2022

#### 5-1. سيطرة قطاع التجارة كمهنة سابقة لتجار نهج مليونيوم

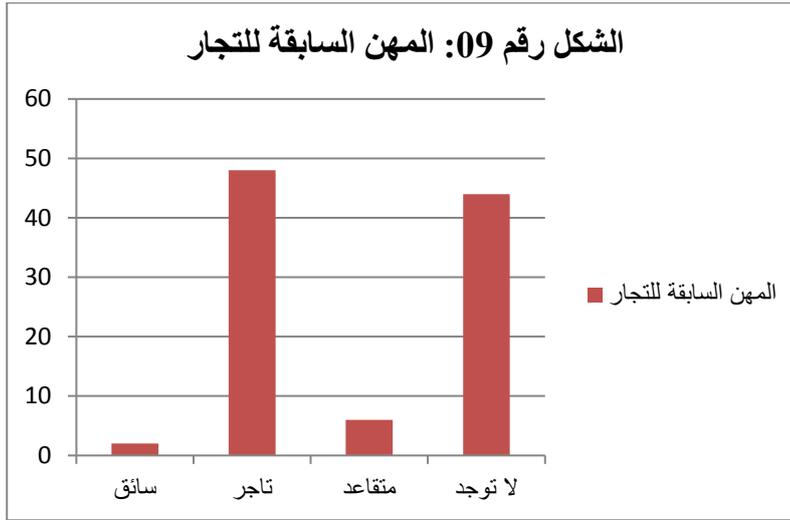
إن تحديد المهن السابقة للتجار له دور هام في تطوير النشاط الاقتصادي ومدى تنوعه وذلك حسب اختلاف القطاعات وتنوعها.

من خلال هذه الدراسة نجد أن معظم التجار لم يشتغلوا في مهن سابقة لأن معظمهم من خريجي الجامعات أي أن النشاط التجاري هو الشغل الوحيد لهم، باعتبار مدينة وهران بوابة هامة للمبادلات التجارية التي كانت تقوم بها عبر ميناءها منذ نشأتها، فنسبة 48% كانت من نصيب التجار يعني أن بدايتهم كانت مع التجارة ثم تليها نسبة 44% من العينة كانوا بدون عمل وهذا ما يدل على انتشار البطالة تليها نسبة المتقاعد بـ6% ثم سائق بنسبة 2%.

جدول رقم 11: المهن السابقة لعينة من تجار نهج مليونيوم

المهن السابقة	العدد	النسبة %
سائق	1	2
تاجر	24	48
متقاعد	3	6
لا توجد	22	44
المجموع	50	100

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

### 6-1- أسباب تغيير العمل

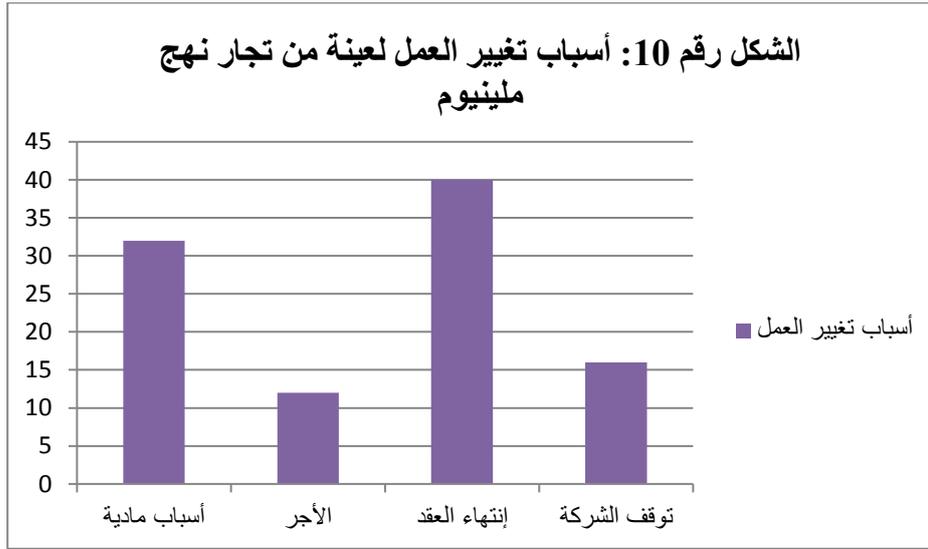
من خلال نتائج الجدول المتعلقة بأسباب تغيير العمل السابق للتجار كانت أغلبها تصب في خانة تحسين مستوى المعيشة (أسباب مادية، رفع المستوى المعيشي، انتهاء عقد العمل وتوقف الشركة) وذلك لأن النشاط التجاري فيه ربح.

السبب الرئيسي لتغيير المهن لدى التجار هو انتهاء عقد عملهم السابق حيث بلغت نسبته 40% ثم تليها الأسباب المادية فقدرت بنسبة 32% ثم توقف الشركة بنسبة 16%، حيث نجد أغلبية التجار غيروا مهنتهم السابقة بسبب الأجر فبلغت نسبتهم 12% في نهج مليونيوم.

جدول رقم 12: أسباب تغيير العمل السابق لعينة من تجار نهج مليونيوم

أسباب تغيير العمل	العدد	النسبة %
أسباب مادية	16	32
الأجر	6	12
إنهاء العقد	20	40
توقف الشركة	8	16
المجموع	50	100

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

### 7-1- السيارة الخاصة وسيلة التنقل الأكثر استعمالا من طرف التجار بنهج مليونيوم

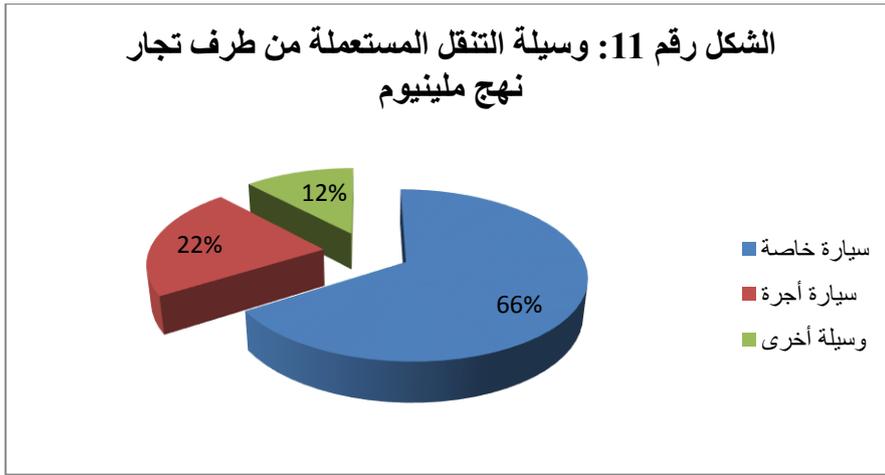
من خلال التحقيق الميداني مع التجار واستنادا على النتائج المتحصل عليها ، توصلنا إلى أن أغلب تجار نهج مليونيوم يمتلكون سيارة خاصة بنسبة 66%، كما بلغت نسبة المستعملين لسيارة الأجرة 22%، في حين أن التجار الذين يستعملون وسيلة أخرى والذين يفضلون المشي على الأقدام بنسبة قدرت ب 12% وقد يفسر هذا قرب المحل من المسكن.

وعليه فإن هذا التحليل يفسر لنا أن أغلب التجار بنهج مليونيوم يمتلكون سيارة خاصة ، وهذا ما يساعدهم على نقل البضائع للمحل وممارسة نشاطهم التجاري بشكل جيد.

جدول رقم 13: وسيلة التنقل المستعملة من طرف التجار بنهج مليونيوم

وسيلة تنقل التجار	العدد	النسبة %
سيارة خاصة	33	66
سيارة الأجرة	11	22
وسيلة أخرى	6	12
المجموع	50	100

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

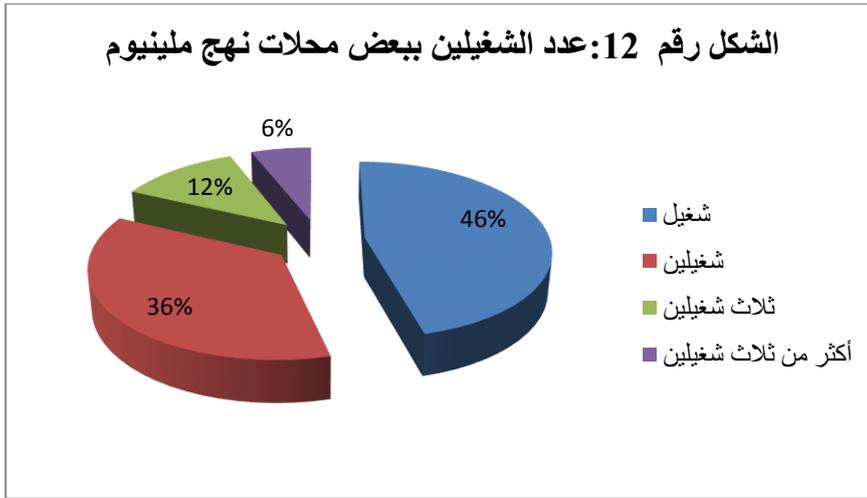
### 8-1- تصنيف المحلات التجارية في نهج مليونيوم حسب عدد العمال

يتبين لنا من خلال نتائج الجدول السابق أن المحلات التي تتوفر على عامل تحتل المرتبة الأولى بنسبة 46% وذلك نظرا لعدة أسباب من بينها السرقة....؛ ثم تليها المحلات التي توظف عاملين بنسبة 36% فجلها تكون شراكة بين أخوين، ثم تليها المحلات التي توظف ثلاث عمال بنسبة 12% ونجدها بصفة عامة في المحلات الممارسة للنشاط الخدماتي (المطاعم ، المقاهي، بيع الملابس) وأخيرا المحلات التي توظف أكثر من ثلاث عمال بنسبة 6% ونجدها غالبا في المراكز التجارية الكبرى لبيع الملابس إضافة إلى ازدواجية النشاط بين مقهى ومطعم لنفس صاحب المحل.

### جدول رقم 14: عينة من عدد الشغليين في محلات نهج مليونيوم

النسبة %	العدد	تصنيف المحلات حسب عدد الشغليين
46	23	شغيل
36	18	شغليين
12	6	ثلاث شغليين
6	3	أكثر من ثلاث شغليين
100	50	المجموع

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

### 9-1. المحلات التجارية حسب سنة بداية النشاط (تاريخ افتتاح المحل)

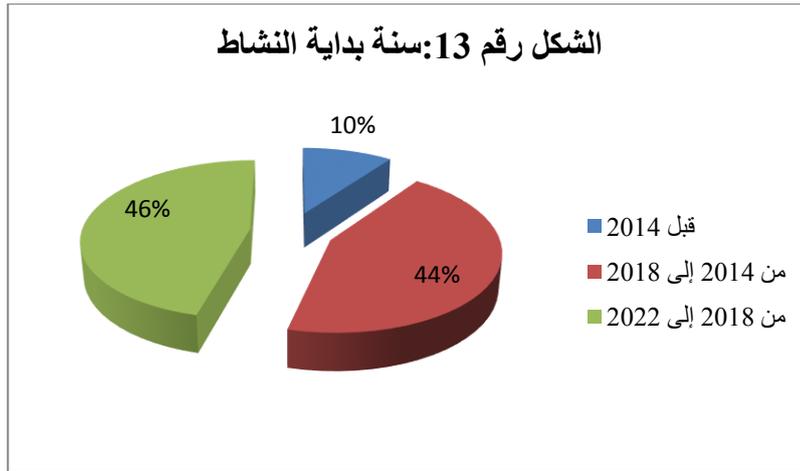
إن الحديث عن تاريخ افتتاح المحل يصور لنا قابلية التوسع العمراني الذي شهدته المنطقة خلال السنوات الأخيرة، مما أدى إلى خلق جهاز تجاري جديد يخدم سكان الحي.

من خلال الجدول يتبين لنا أنه قبل سنة 2014 كانت نسبة الناشطين في التجارة 10% لتعود هذه الأخيرة للارتفاع وبلوغ الذروة ما بين 2014 و2018 إلى 44% ويتضح لنا أن أغلب التجار بدؤوا نشاطهم التجاري في الفترة الأخيرة من 2018 إلى 2022 وذلك بشهادة أحد التجار فشهد هذا النهج تحول في المحلات التجارية .

جدول رقم 15: توزيع المحلات التجارية حسب سنة بداية النشاط

النسبة %	العدد	سنة بداية النشاط
10	5	قبل 2014
44	22	من 2014 إلى 2018
46	23	من 2018 إلى 2022
100	50	المجموع

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

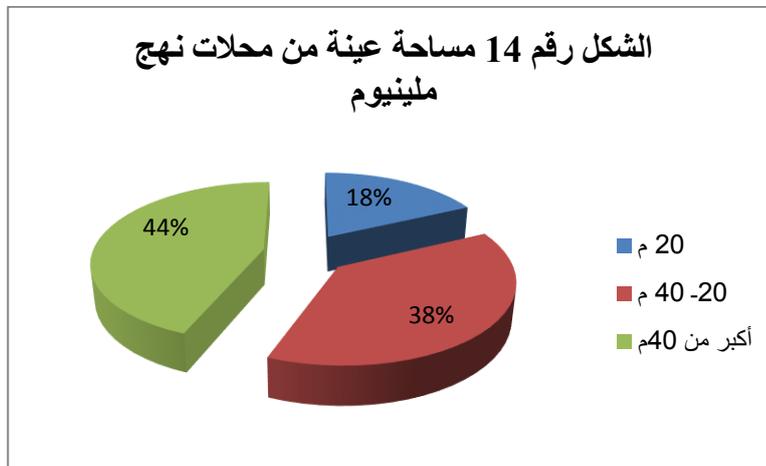
### 10-1- مساحة عينة من المحلات التجارية بنهج ملينيوم

من خلال تحليل مساحة لعينة من محلات نهج ملينيوم يتبين لنا أن أغلب المحلات التجارية ذات مساحة أكبر من 50 م<sup>2</sup> حيث بلغت نسبتها 22% فهي محلات ذات مجال واسع للتجارة كالكهرومنزلية، الاثاث وبيع الملابس فهي بطبيعتها تشغل مساحات كبيرة، ثم تليها المحلات ذات المساحة ملايين 20 و40 م<sup>2</sup> بنسبة 38% كمحلات بيع الهواتف وأخيرا المحلات ذات مساحة 20 م<sup>2</sup> حيث بلغت نسبتها 18% فهي تمثل المحلات الصغيرة ككشك.

جدول رقم 16: مساحة عينة من المحلات التجارية بنهج ملينيوم

النسبة %	العدد	مساحة المحلات
18	9	20 م <sup>2</sup>
38	19	20 - 40 م <sup>2</sup>
44	22	أكبر من 40 م <sup>2</sup>
100	50	المجموع

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

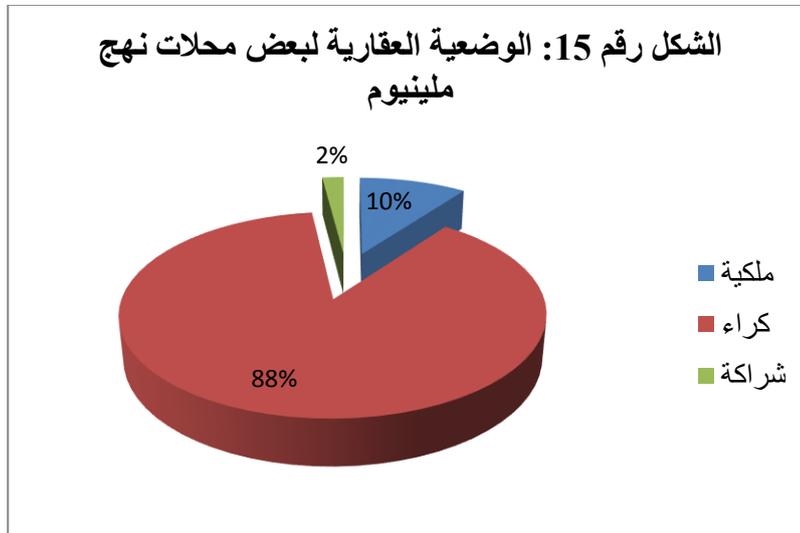
### 11-1- الوضعية القانونية لمحلات التجار المحقق معهم

يوضح الجدول الذي بين أيدينا أن غالبية التجار يلجؤون إلى كراء محلاتهم من أجل القيام بنشاطهم التجاري حيث وصلت نسبتهم إلى 88% بينما بلغت نسبة من يمتلكون محلات خاصة (ملكية) ب 10% أما من يعتمدون على الشراكة بلغت نسبتهم 2% فهي شبه منعدمة.

جدول رقم 17: الوضعية العقارية لمحلات عينة من تجار نهج مليونيوم

الوضعية العقارية	العدد	النسبة %
ملكية	5	10
كراء	44	88
شراكة	1	2
المجموع	50	100

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

### 12-1- هيمنة التجارة الكهرومنزلية على نهج مليونيوم

يعتبر مؤشر التخصص العلاقة التي يتم من خلاله تمييز شارع عن آخر في مركز مدينة؛ ويعطى بما يلي: م.ت: (عدد التجارات في نوع معين في طريق / مجموع التجارات في نفس الطريق) / (عدد التجارات في هذا النوع في مركز المدينة / مجموع التجارات في مركز المدينة)

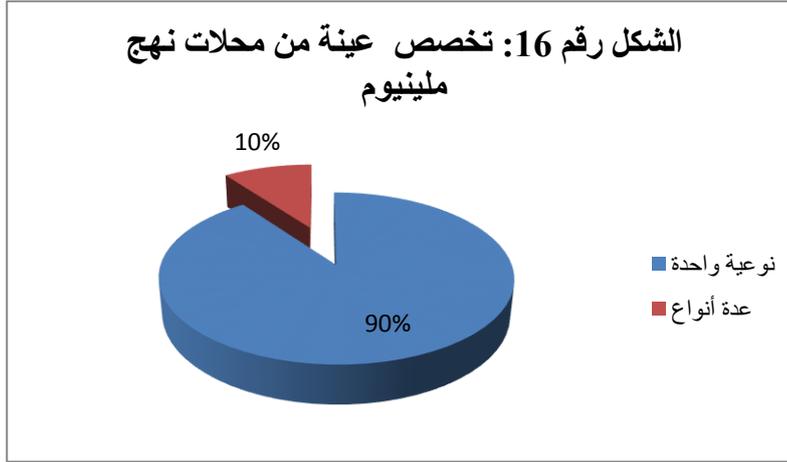
وبالتالي فعندما يكون مؤشر التخصص أكبر من 1,5 فهذا يعني أن الطريق متخصص في نوع معين من التجارة.

توضح معطيات الجدول تخصص بعض المحلات التجارية سواء في نوعية واحدة او عدة نوعيات حيث وجدنا أن معظم المحلات تتخصص في نوعية واحدة حيث بلغت نسبتها 90% متمثلة في التجارة الكهرومنزلية، ثم تليها محلات ذات عدة نوعيات بنسبة 10% تتمثل في الجمع بين المواد الغذائية و مواد التجميل.

الجدول رقم 18: تخصص عينة من محلات نهج مليونيوم

النسبة %	العدد	تخصص المحلات
90	45	نوعية واحدة
10	5	عدة أنواع
100	50	المجموع

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

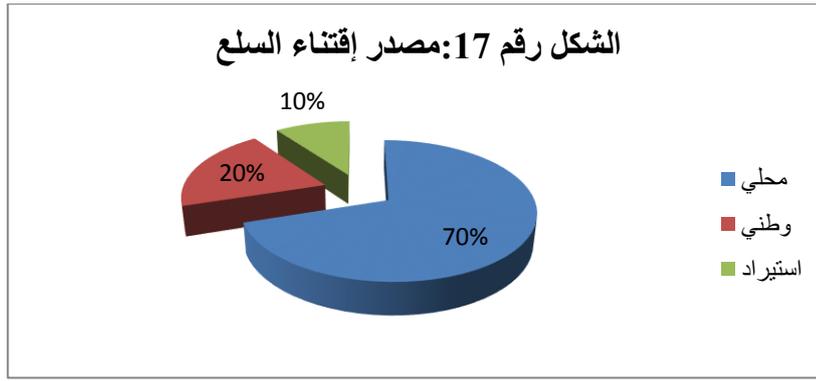
### 13-1- مصدر اقتناء السلع محليا لغالبية تجار نهج مليونيوم

نلاحظ من خلال الجدول أن غالبية التجار يقتنون سلعهم من داخل ولاية وهران بنسبة 70% ثم تليها نسبة التجار الذين يقتنون من خارج الولاية بـ 20% إضافة إلى نصيب من التجار يقومون باستيراد سلعهم من خارج الوطن كإسبانيا وتركيا وفرنسا بنسبة 10%.

جدول رقم 19: مصدر اقتناء السلع لعينة من تجار نهج مليونيوم

النسبة %	العدد	مصدر اقتناء السلع
70	35	محلي (من داخل الولاية)
20	10	وطني (من خارج الولاية)
10	5	استيراد (من خارج الوطن)
100	50	المجموع

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

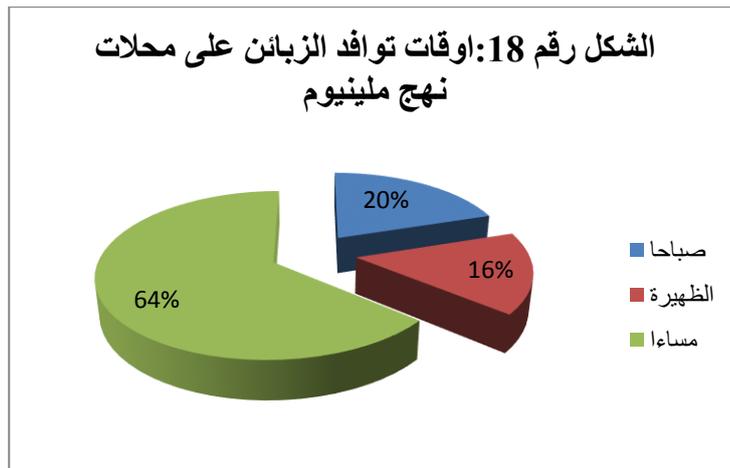
#### 14-1- المساء أكثر الأوقات توافدا للزبائن على محلات نهج مليونيوم

من خلال المسح الميداني والجدول نلاحظ أن الزبائن يتوافدون بكثرة مساء حيث قدرت نسبتهم بـ 64% وذلك نظرا عدم تواجدهم في العمل ثم تليها نسبة 20% يتوافدون صباحا خاصة على المحلات التجارية كالمخبزة وبيع الحلويات... وأخيرا توافد ضعيف في وقت الظهيرة حيث بلغت نسبته بـ 16%.

الجدول رقم 20: أوقات توافد الزبائن على محلات نهج مليونيوم

اوقات توافد الزبائن	العدد	النسبة %
صباحا	10	20
الظهيرة	8	16
مساء	32	64
المجموع	50	100

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

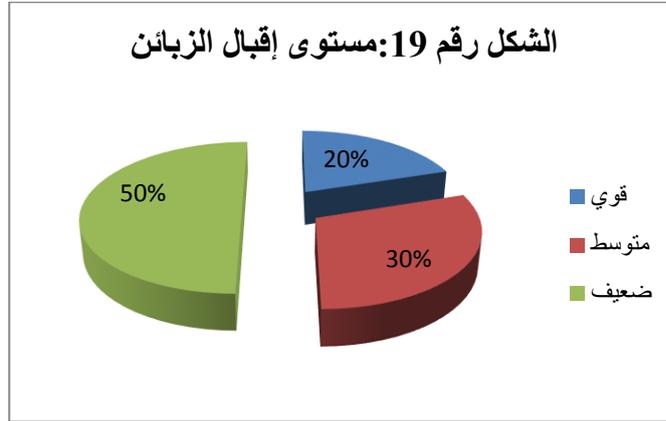
### 15-1- ضعف إقبال الزبائن على محلات نهج مليونيوم

من خلال نتائج الجدول المتحصل عليه نستنتج أن مستوى إقبال الزبائن ضعيف حيث قدر بنسبة 50% وذلك يعود الى عدة اسباب من بينها تناقص توافد الزبائن منذ بداية كوفيد 19، ثم تليها نسبة 30% الاقبال المتوسط على هذه المحلات واخيرا اقبال قوي من طرف الزبائن كالمواد الغذائية والمخابز حيث بلغت نسبتها 20%.

**الجدول رقم 21: مستوى إقبال الزبائن على المحلات التجارية**

النسبة %	العدد	مستوى إقبال الزبائن
20	10	قوي
30	15	متوسط
50	25	ضعيف
100	50	المجموع

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

## خلاصة الفصل الثاني

من خلال المعاينة والدراسة الميدانية التي شملت منطقة الدراسة تبين لنا أن بعض المحلات التجارية مغلقة وأخرى في طور الإنجاز، كما نجد أن النشاطات في المحلات التجارية مختلفة وهذا ما ساعد على بعث الحيوية للنشاط التجاري أما بالنسبة لخصائص التجار فوجدنا أن الفئة النشطة هي فئة الكهول والشباب أكبر فئة من المجموعة العمرية للتجار الممارسين لنشاطاتهم التجارية في نهج مليونيوم، حيث كان أغلب التجار وأصحاب المحلات ذو مستوى تعليمي جامعي، كما كانت المهنة السابقة لهم هي التجارة وهي المهينة، إضافة إلى ذلك هناك دوافع وأسباب كانت وراء ممارسة هذه النشاطات سواء متعلقة بتحسين المستوى المعيشي وما إلى ذلك.... كما نجد أن أصحاب المحلات تختلف أماكن إقامتهم بين مختلف أحياء المجمع الوهرانية وأغلبهم من منطقة الدراسة وآخرون من خارج الولاية، كما وجدنا أن معظم محلات النهج مستأجرة من قبل التجار، ولقد كان انتشار عدد كبير من المحلات في الآونة الأخيرة بعد إدخال الوظيفة التجارية على المباني السكنية بالطوابق السفلية للبنىات؛ إضافة إلى ذلك فإن أغلب المحلات التجارية تتربع على مساحات مختلفة تتناسب ونوع التجارة الممارسة؛ كما وتمثل أكبر نسبة من المحلات التي توظف العمال كانت من نصيب الفئة التي توظف عامل واحد أي يكون صاحب المحل هو المشرف على محله دون توظيف آخرين وأغلبهم من الذكور، أما فيما يتعلق بمصدر اقتناء السلع فإننا نجد أغلب التجار يفتنون سلعهم من مصادر محلية؛ وأن معظم التجار يستعملون سيارة خاصة كوسيلة للتنقل والبعض الآخر يستعملون وسائل أخرى كسيارة أجرة؛ ويتم تمويل أغلب هذه المحلات عن طريق عملية التجزئة من أجل تسهيل الممارسات التجارية.

في الأخير يمكن القول أن الوظيفة التجارية التحمت مع الوظيفة السكنية مما أدى إلى غلاء العقار وارتفاع سعر السكنات، كما وأن مستوى إقبال الزبائن له الأثر في سيرورة التعاملات التجارية.

## مقدمة الفصل الثالث

إن الدور الوظيفي الذي تلعبه المحلات التجارية يساعد في التنمية المحلية للمنطقة وتنمية الجوانب الوظيفية وتلبية احتياجات الزبائن والسكان ، وعليه فإن قاعدة أي نشاط تجاري تسعى إلى جلب أقصى ما يمكن من الزبائن ،الذي يلعب إقبالهم دورا هاما على منطقة ما ومحورا في عملية التنمية الاقتصادية ، حيث تختلف قوة الجذب حسب عدد السكان وقدرتهم الشرائية وعائداتهم الاستهلاكية.

حيث سنتناول في هذا الفصل دراسة للدور الوظيفي ومجال نفوذ للقطب التجاري الجديد لنهج ملينيوم وذلك لمعرفة تردد الزبائن لكونه عنصر هام في تطوير وزيادة عامل النشاط التجاري للمحلات وذلك من خلال مقابلة الزبائن والتردد على المحلات التجارية وتوزيع استمارة استبيان لمعرفة آرائهم حول نوعية التردد على هذه المحلات ، وأيضا معرفة آرائهم حول السلع المعروضة بالنهج ، نوعيتها، جودتها، ثمنها ونوعية الخدمة ، وتيرة التردد والتركييب النوعي والعمرى لهم وهذا كله يهدف إلى تحديد الدور الوظيفى لنهج ملينيوم على مستوى مدينة وهران ومدى فعالية مجال نفوذ هذه الأقطاب الجديدة.

## 1- الخصائص الديمغرافية والمهنية للزبائن ومجال ترددهم على نهج مليونيوم

من خلال الدراسة العمرية للزبائن نتطرق إلى التركيبة النوعية والعمرية اللتان لهما دور في معرفة طبيعة الزبائن المترددون على المحلات التجارية ومعرفة ما إذا كانت فئة النساء أو الرجال أو الشيوخ أو الشباب أكثر إقبال على هذه المحلات في النهج.

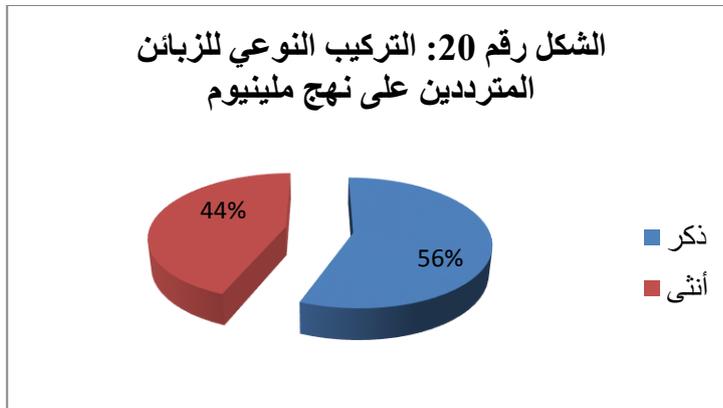
### 1-1- التركيبة النوعية

يتبين لنا معظم الزبائن المترددون على المحلات التجارية هي من فئة الذكور بنسبة قدرت بـ 56% باعتبار أن المحلات التي يتردد عليها الذكور ذات نشاط كبير، في حين بلغت نسبة الإناث 44%.

جدول رقم 22: التركيب النوعي للزبائن المترددين على نهج مليونيوم

الجنس	العدد	النسبة %
ذكر	28	56
أنثى	22	44
المجموع	50	100

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

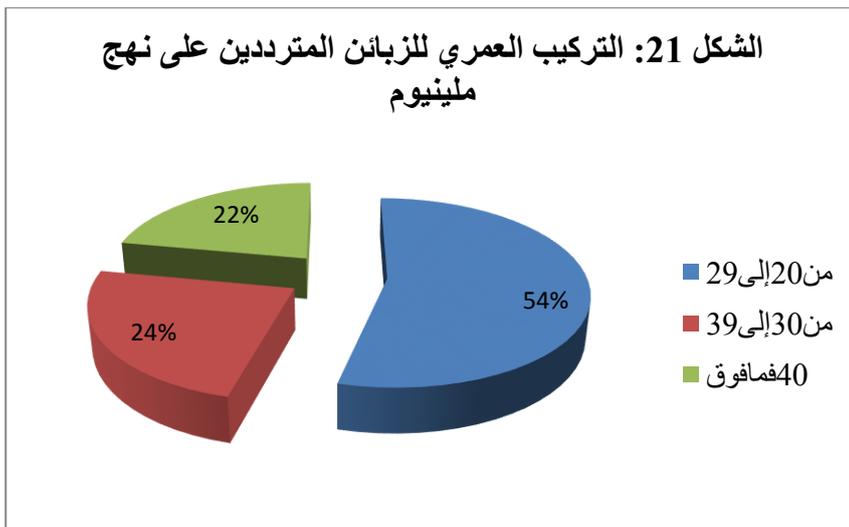
### 2-1- التركيب العمري للزبائن المترددون على نهج مليونيوم

تعتبر فئة الزبائن الأكثر ترددا على المحلات التجارية هي بين فئتي 20 و 30 سنة بنسبة قدرت بـ 54% حيث لاحظنا أن نوع الفئة المترددة هي من فئة الشباب ثم تليها فئة الكهول بنسبة 24% على خلاف الفئة الأخرى التي تعتبر من كبار السن جاءت ضعيفة في عملية التردد على المحلات التجارية من مجموعة الزبائن المترددة بنسبة 22%.

جدول رقم 23: التركيب العمري للزبائن المترددين على نهج مليونيوم

الفئة	العدد	النسبة	
20	1	2	من 20 إلى 29
21	1	2	
22	1	2	
23	5	10	
24	8	16	
25	2	4	
26	1	2	
27	1	2	
28	4	8	
29	3	6	
30	6	12	من 30 إلى 39
31	1	2	
32	1	2	
33	1	2	
34	1	2	
35	1	2	
37	1	2	
40	1	2	
44	2	4	40 فما فوق
55	6	12	
60	2	4	
	50	100	المجموع

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

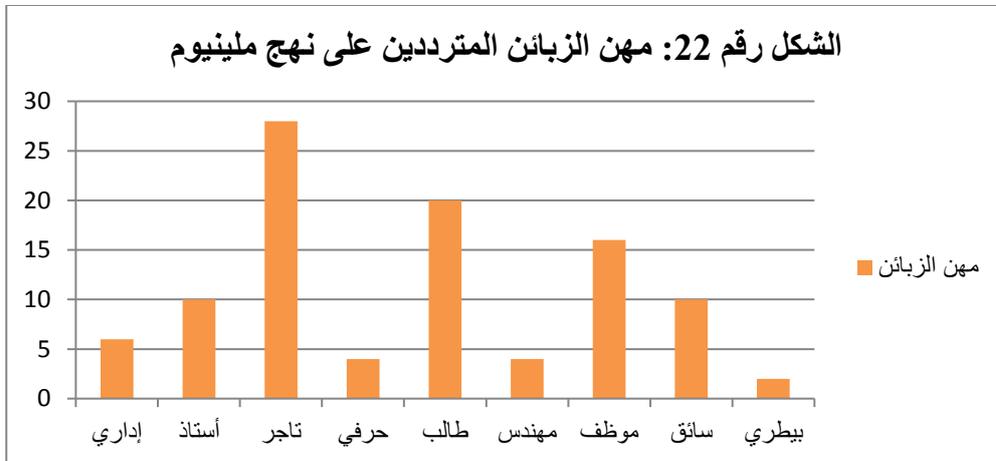
**3-1 مهنة تاجر تمثل غالبية الزبائن المترددين على نهج مليونيوم:**

من خلال النتائج المتوصل إليها نلاحظ أن نوعية الزبائن المترددة على المحلات التجارية هي من فئة التاجر حيث شغلت نسبتهم 28% ثم تليها كل من الطلبة بنسبة 20% والموظفون بنسبة 16% والأساتذة بنسبة 10%، وتأتي المهن الأخرى بنسب متقاربة في حين قدرت نسبة الزبائن من فئة وظيفة بيطري بنسبة 2%.

**جدول رقم 24: مهن الزبائن المترددون على نهج مليونيوم**

المهنة	العدد	النسبة %
إداري	3	6
أستاذ	5	10
تاجر	14	28
حرفي	2	4
طالب	10	20
مهندس	2	4
موظف	8	16
سائق	5	10
بيطري	1	2
المجموع	50	100

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

مجالات النفوذ:

لقد تطرقنا في دراستنا إلى جانب مهم وهو خصائص الزبائن لمعرفة نوعية الزبائن وذلك بتين مكان إقامتهم ونوعية وسائل النقل المستعملة للتردد على المحلات وأيضاً معرفة المحلات الأكثر تردداً عليها وأسباب اختيارهم لهذه المحلات في المنطقة وكذا أخذ كل الآراء المتعلقة بالمحلات.

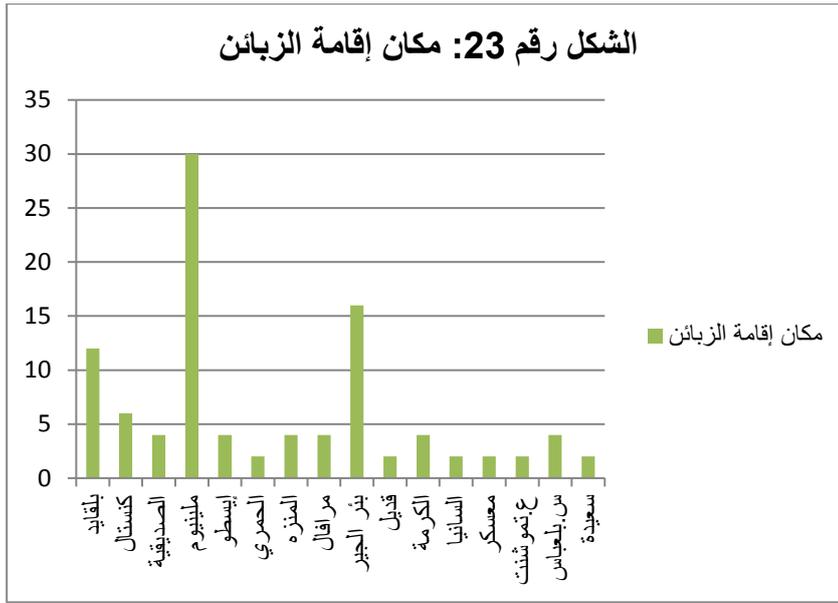
4-1. أكثر مكان لإقامة الزبائن هو حي ملينيوم

نجد أن أغلب الزبائن المترددون على المحلات التجارية الجديدة من داخل ولاية وهران بنسبة 90% وتحمل ملينيوم المرتبة الأولى بنسبة قدرت ب 30% ثم تليها بئر الجير ب 16% وبعدها بلقايد ب 12% إضافة إلى أماكن أخرى متقاربة في النسبة كإيسطو، الصديقية، الكرمة... بنسبة 4% وهم أكثرهم من الأحياء القريبة من نهج ملينيوم، أما فيما يتعلق بالزبائن المقيمين خارج الولاية لم تتعدى نسبتهم 10%.

الجدول رقم 25: مكان إقامة الزبائن المترددون على نهج ملينيوم

النسبة %	العدد	مكان إقامة الزبائن	
12	6	بلقايد	أحياء وهران
6	3	كنستال	
4	2	الصديقية	
30	15	ملينيوم	
4	2	إيسطو	
2	1	الحمري	
4	2	المنزه	
4	2	مرافال	
16	8	بئر الجير	
2	1	قديل	
4	2	الكرمة	
2	1	السانيا	
2	1	معسكر	خارج ولاية وهران
2	1	ع.تموشنت	
4	2	س.بلعباس	
2	1	سعيدة	
100	50		المجموع

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

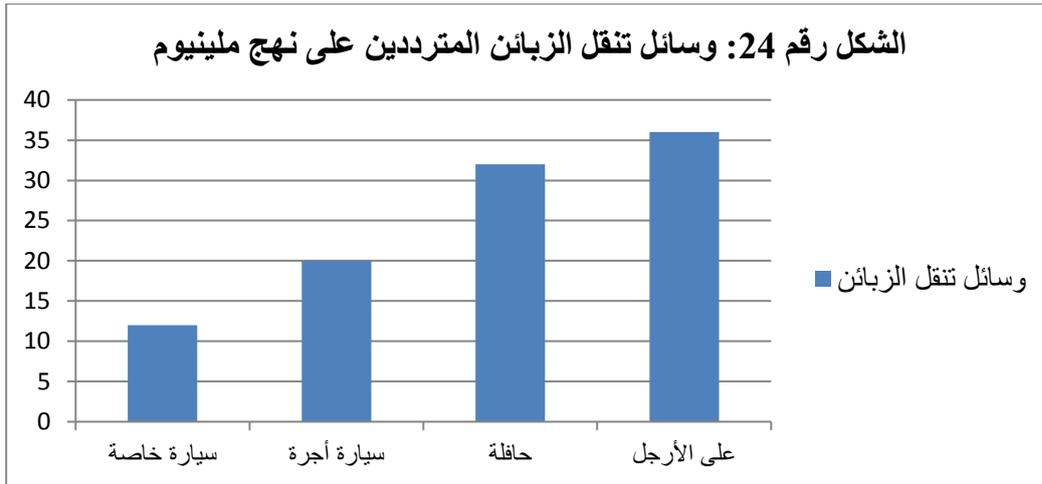
### 5-1- الوسائل المستعملة للتنقل من طرف الزبائن للتردد على المحلات التجارية في نهج مليونيوم

من خلال الجدول يتضح لنا أن جل الزبائن تعتمد على المشي للوصول إلى المحلات التجارية حيث قدرت نسبتهم ب 36% وذلك لقضاء حاجياتهم، بينما نجد أن البعض يعتمد على التنقل بالحافلة بنسبة 32% أما فيما يخص الزبائن الذين يعتمدون على السيارات الأجرة فقد قدرت ب 20% حيث قدرت نسبة الزبائن المترددون على المحلات التجارية بالسيارة الخاصة ب 10% .

**جدول رقم 26: وسائل النقل المستعملة من طرف الزبائن للتسوق**

وسيلة تنقل الزبائن	العدد	النسبة %
سيارة خاصة	6	12
سيارة أجرة	10	20
حافلة	16	32
على الأرجل	18	36
المجموع	50	100

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

### 6-1- المحلات الأكثر ترددا من قبل الزبائن

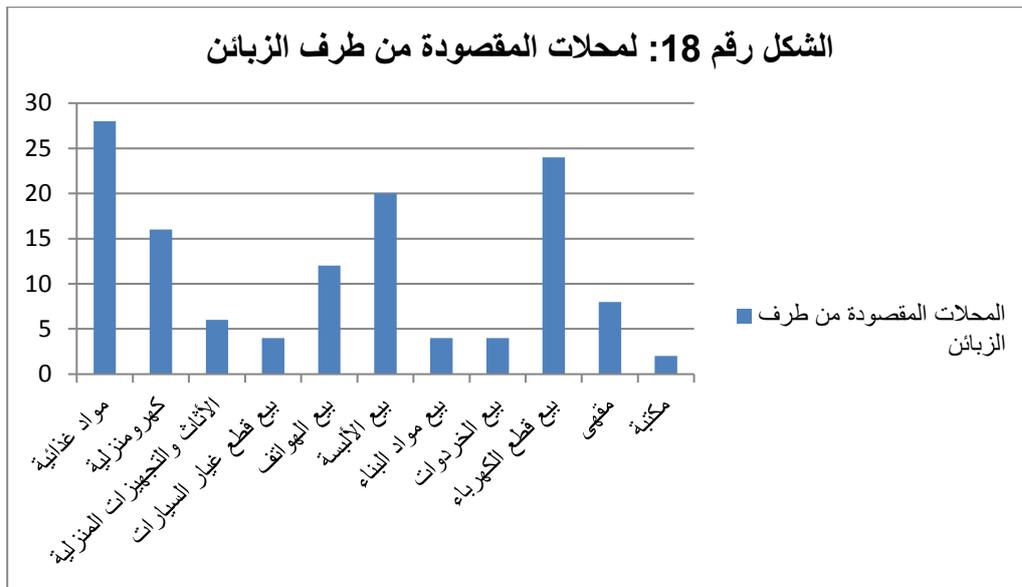
نلاحظ من خلال الجدول أن أكبر نسبة من الزبائن المترددون على المحلات التجارية المتواجدة في النهج كانت من نصيب محلات بيع المواد الغذائية بنسبة 28% ونجد أن نسبة هذا الإقبال على هذا النوع المحلات لأنه يلبي ضروريات واحتياجات كل الزبائن ثم تليها محلات بيع قطع الكهرباء بمختلف أحجامها وأنواعها حيث قدرت نسبتهم ب 24% ونجد نسبة الإقبال على هذا النوع من المحلات لأن هذا النهج متخصص في هذه التجارة منفردا بها عن باقي محلات المجموعة الوهرانية بل تمتد نفوذ هذه المحلات حتى خارج الولاية للتبضع من هذه السلع فكانت النسبة 20% من نصيب محلات بيع الملابس ثم تليها محلات بيع الكهرومنزلية بنسبة 16% حيث بلغت نسبة الزبائن المترددين على محلات بيع الهواتف ب 12% وأخيرا نسب مقاربة بين المحلات الأخرى كبيع الخردوات، بيع قطع غيار السيارات ومواد البناء بنسبة 4%.

نستنتج في الأخير أن النهج يتوفر على محلات ذات سلع متنوعة ونشاطات مختلفة إذ أن له ميزة تميزه عن باقي الأحياء الأخرى انه منطقة نشاط تجاري التي يغلب عليها نشاط بيع قطع الكهرباء فهي متخصصة في هذا النوع من التجارة فبالتالي تستقطب عددا كبيرا من الزبائن من داخل المجموعة الوهرانية وخارجها.

الجدول رقم 27: المحلات المقصودة من طرف الزبائن للحصول على الخدمة

النسبة %	العدد	المحلات المقصودة من طرف الزبائن
28	14	مواد غذائية
16	8	كهرومنزلية
6	3	الأثاث والتجهيزات المنزلية
4	2	بيع قطع غيار السيارات
12	6	بيع الهواتف
20	10	بيع الألبسة
4	2	بيع مواد البناء
4	2	بيع خردوات
24	12	بيع القطع الكهربائية
8	4	مقهى
2	1	مكتبة
100	50	المجموع

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

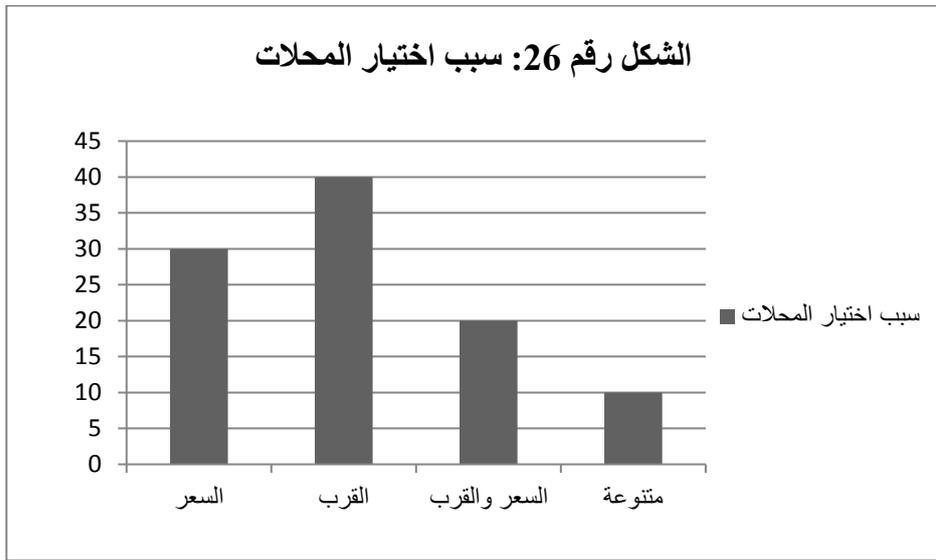
### 7-1. القرب سبب اختيار الزبائن لمحلات نهج مليونيوم

من خلال المعاينة يتضح لنا السبب الرئيسي لتردد الزبائن على المحلات يختلف باختلاف الدوافع والأسباب التي أدت بالزبائن لإقبالهم على هذه المحلات وذلك من أجل قضاء حاجياتهم فكان الزبائن المترددين على النهج بسبب قرب مكان الإقامة قد بلغت نسبتهم 40% كما هو الحال للزبائن الذين يقتنون من محلات بيع المواد الغذائية ثم تليها نسبة 30% من الزبائن المترددون من أجل السعر والمعاملة الجيدة للتاجر أما بالنسبة للسعر والقرب معا بلغت نسبتهم 20% ثم تليها الزبائن ذوي الاختيارات المتنوعة المتواجدة في مليونيوم ككل.

جدول رقم 28: أسباب اختيار هذه المحلات

النسبة %	العدد	سبب اختيار المحلات
30	15	السعر
40	20	القرب
20	10	السعر والقرب
10	5	متنوعة
100	50	المجموع

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

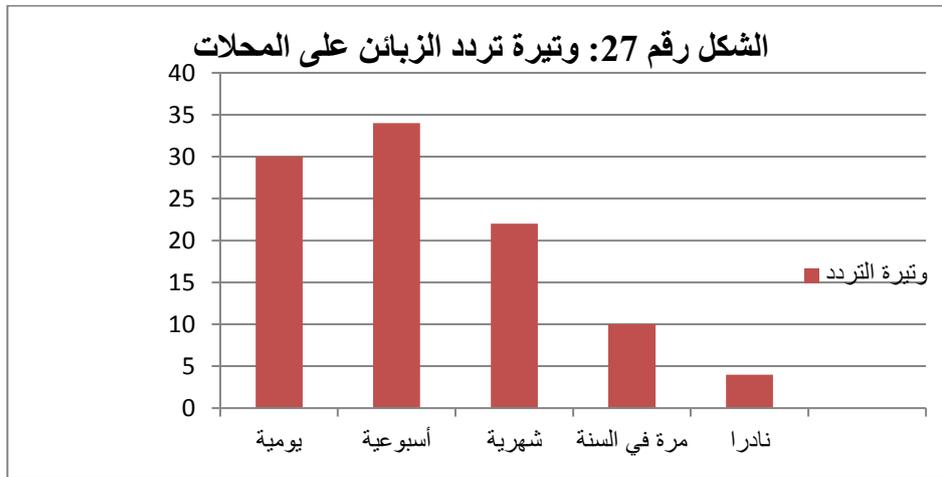
### 8-1- وتيرة تردد الزبائن على المحلات على المحلات التجارية

نلاحظ أن أغلبية الزبائن المترددون على المحلات التجارية أسبوعيا بنسبة 34% ثم تليها نسبة الزبائن المترددون يوميا بـ 30% من إجمالي الزبائن المترددون على المحلات ثم الزبائن المترددون بصفة شهرية بلغت نسبتهم 22% ثم نجد نوعية من الزبائن التي تردد مرة في السنة بنسبة 10% وأخيرا الزبائن المترددون بصفة نادرة وهي فئة قليلة قد بلغت نسبتها 4% من إجمالي الزبائن المترددون على المحلات التجارية.

الجدول رقم 29: وتيرة تردد الزبائن على المحلات التجارية

وتيرة التردد	العدد	النسبة %
يومية	15	30
أسبوعية	17	34
شهرية	11	22
مرة في السنة	5	10
نادرة	2	4
المجموع	50	100

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

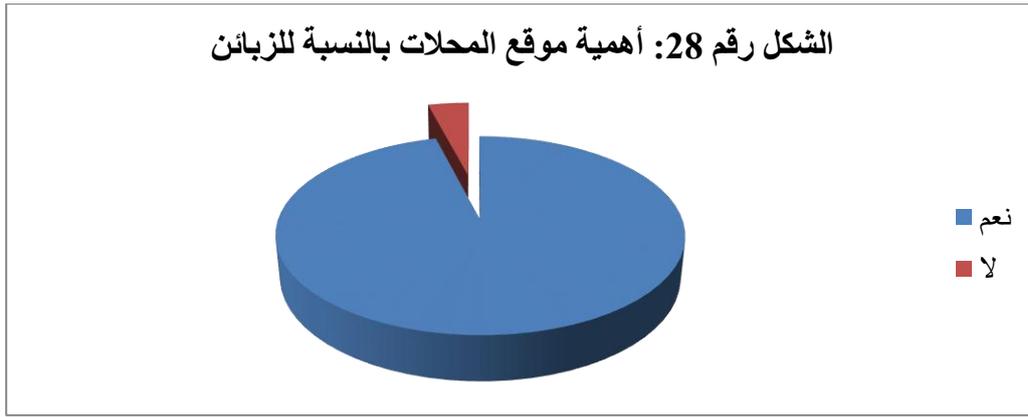
9-1. مدى أهمية موقع المحل بالنسبة للزبائن

من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن جل الزبائن راضون عن موقع هذه المحلات حيث قدرت نسبة الذين أجابوا بنعم ب 96% من الزبائن المترددون على المحلات وتبقى فئة قليلة غير راضية على موقع هذه المحلات و قدرت نسبتهم ب 4%.

الجدول رقم 30: أهمية موقع المحلات بالنسبة للزبائن

هل موقع المحل مناسب؟	العدد	النسبة %
نعم	48	96
لا	2	4
المجموع	50	100

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

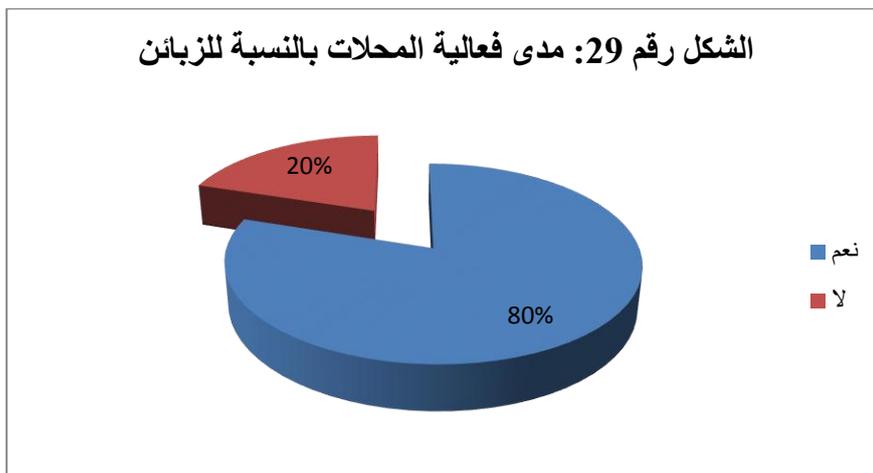
### 10-1- مدى فعالية هذه المحلات بالنسبة للزبائن

من خلال المعاينة يتضح لنا أن جل الزبائن راضون عن هذه المحلات لما تقدمه لهم من متطلباتهم الضرورية من مختلف السلع والبضائع حيث بلغت نسبتهم 80% من إجمالي الزبائن المترددون على المحلات إلا أنها لا تخلو من بعض النقائص التي أخبرنا بها بعض الزبائن والمتمثلة في ارتفاع الأسعار في بعض المحلات مقارنة مع بعض المحلات الأخرى ، عدم توفر بعض السلع والبضائع، إضافة إلى كثرة المحلات التي تشغل نفس التجارة كبيع الهواتف النقالة فبلغت نسبة هؤلاء المنتقدون 20%.

الجدول رقم 31 مدى فعالية المحلات بالنسبة للزبائن

هل يمكن الاستغناء عن هذه المحلات؟	العدد	النسبة %
نعم	40	80
لا	10	20
المجموع	50	100

المصدر: تحقيق ميداني جوان 2022



المصدر: إنجاز الطالبتين 2022

**أ. دور المحلات التجارية في النشاط التجاري**

للمحلات دور هام في النشاط التجاري للولاية والإقليم بصفة خاصة حيث تساعد في توسع النشاط التجاري والحرفي وتنمية المناطق المتواجدة بها هذه المحلات حيث نجد من خلال الدراسة ويتبين لنا أن الدور الذي تلعبه مناطق هذه المحلات هو مركزي، فهي مكتملة لما يوجد في مركز المدينة بل أصبحت تلعب دورا تنافسيا للمحلات التجارية الكبرى حيث لا يمكن الاستغناء عن هذه المحلات

**ب. مساهمة المحلات التجارية في التنمية المحلية الإقليمية**

من خلال دراستنا لأراء الزبائن تعتبر هذه المحلات التجارية من أهم الوسائل لتحقيق التنمية المحلية سواء على المستوى الوطني و المحلي والإقليمي، إذ يتضح هذا جليا من خلال صلاحيات ومشاريع واسعة التي أكلت للجماعات المحلية(البلدية) في كافة مجالات التنمية وكمثال على ذلك إقامة محلات تجارية مبرمجة في إطار تشغيل الشباب وفي تنمية الجانب المحلي في نهج مليونيوم وهي في طور الانجاز ذات وظيفة تجارية من أجل تخفيف الضغط على مركز مدينة وهران وتنشيط النشاط التجاري بهذه المنطقة كما تساهم في توفير الاكتفاء المحلي وجذب الحركة إلى المناطق المتواجدة بها المحلات التجارية مع رفع المستوى الاقتصادي والمساهمة في توصيل الفكرة التجارية الخدماتية للمواطن.

### خلاصة الفصل الثالث

النشاط التجاري تطور وتغير من خلال ما استعرضناه من أرقام وإحصائيات ، حيث شهد نهج ملينيوم خلق محلات تجارية جديدة ونشاطات كثيرة ومتنوعة انعكس إيجابيا على ديناميكية التجارة وأعطى حركية للدور الوظيفي ومجال نفوذ الأقطاب التجارية بمنطقة الدراسة وحتى على تنقلات الزبائن إليها وهذا بسبب الموقع الاستراتيجي من جهة ووجود المنافسة للمراكز التجارية من جهة أخرى.

تطرقنا في هذه المرحلة إلى دراسة تحليل الاستقصاء الميداني والذي كان موجها إلى شريحة من الزبائن، فبعد التحليل توصلنا إلى عدة نتائج وهي أن معظم الزبائن هم من جنس الذكور، أما فيما يخص مكان إقامتهم فأغلبهم من حي ملينيوم ؛ كما وأن وتيرة تردد الزبائن نحو نهج ملينيوم تتم بشكل أسبوعي وكذا يومي، ويعتمد معظمهم في تنقلهم مشيا على الأقدام والسبب في ذلك يعود إلى عدة عوامل أهمها القرب من منطقة الدراسة، أما عن السعر فيبقى عامل استقطاب وجذب الزبائن من مختلف الأحياء المجاورة والمناطق الأخرى؛ وعليه فهم يرون أن موقع هذه المحلات مناسب لهم من الدرجة الأولى وبالتالي لا يمكن الاستغناء عنها.

في الأخير نستطيع القول أن السكان الذين يمثلون الزبائن لهم تأثير مباشر ودور أساسي في ضمان سيرورة نشاط هذه المحلات التجارية الجديدة وبالتالي المساهمة في تنمية منطقتهم و تطويرها بما توفره متطلبات القاعدة البشرية لقيام ركائز المجال الحضري.

## خلاصة عامة

وهران إحدى أكبر المدن الجزائرية وهي عاصمة الغرب الجزائري، عرفت نموا سكانيا سريعا صاحبه تطورا في كل المجالات بوتيرة متسارعة ، تتواجد بها عدة تجهيزات أهلتها لتصبح مدينة ميتروبولية.

تعد مدينة وهران من المدن التجارية كونها تطل على البحر الأبيض المتوسط مما جعلها بوابة تجارية على الجزائر ككل وأهلها لأن تكون قبلة العديد من التدفقات التجارية والخدماتية والتي أثرت بشكل مباشر في الحركية الاقتصادية في المدينة ورفعت من أدائها من الناحية النوعية والكمية ووسعت في مجال نفوذها.

أعطت النشاطات التجارية دافعا جديدا للنمو والتطور لكل المجمعات العمرانية لمدينة وهران مع توفرها على مؤهلات وإمكانيات تسمح بالاستقطاب التجاري وخلق أقطاب تجارية جديدة كنهج مليونيوم.

من خلال دراستنا للفاعلين المتدخلين في نشأة النشاطات التجارية وجدنا أن جل هؤلاء الفاعلين(التجار) هم من فئة عمرية فنية وهم يمارسون نشاطات مختلفة وهذا ما يساعد على تطور النشاط التجاري في هذا النهج؛ إلا أن هؤلاء التجار يجدون صعوبة كبيرة في الحصول على العقار وذلك نظرا لارتفاع سعره بسبب الاستقطاب الذي يشهده نهج مليونيوم وإقبال كبير للتجار من أجل كراء تلك المحلات التجارية.

وعليه يمكن القول أن الوظيفة التجارية التحمت مع الوظيفة السكنية مما أدى إلى غلاء العقار وارتفاع سعر الكراء لهذه المحلات التجارية.

فيما يبقى تردد الزبائن على منطقة المحلات عاملا مهما في التنمية المحلية للمنطقة وذلك من أجل خلق حيوية ونشاط بالمجال وذلك بتوفير شبكة النقل والمحلات التجارية والخدماتية التي تستقطب الزبائن باختلاف الفئات العمرية، فالزبائن والسكان من أهم وسائل التنمية المحلية وذلك من خلال الدور الوظيفي التي تقدمه هذه المحلات التجارية لكل شرائح المجتمع.

من خلال دراستنا التحليلية للمراكز التجارية الجديدة وتوزيعها وتنظيمها المجالي بنهج مليونيوم استنتجنا أن هناك نشاط في الحركة التجارية وهذا راجع إلى التطور الملحوظ الذي شهده هذا النهج فالمحلات التجارية تعتبر من الفضاءات التي تتم فيها عملية التجارة وعرض السلع ويتجلى دور هذه المحلات الجديدة التي أضفت ديناميكية في مجال التنمية والاستقطاب التجاري، كل ذلك من شأنه إعطاء طابع جديد على تنظيم المجال الحضري من خلال ظهور أشكال جديدة كمساحات تجارية كبرى ومراكز تجارية....

كما توصلنا أيضا إلى بعض الاستنتاجات:

- يتميز نهج مليونيوم بسيطرة السكن الجماعي والدور الوظيفي الذي أصبح يلعبه في ظل تزواج الوظيفة السكنية مع الوظيفة التجارية إضافة إلى السكن الفردي الحديث(فيلا)، وهناك نمط آخر من السكنات يطلق عليه اسم EPLF .

- نهج ملينيوم يعرف تميزا في النشاط التجاري ويشهد ترددا في الزبائن المتوافدون من المجمعات العمرانية القريبة كبلقايد، كنستال...
- انتشار واسع لتجارة بيع قطع الكهرباء التي تتلقى راجا كبيرا وكذا الخدمات خاصة في الجهة اليسرى على طول النهج مثل انتشار العيادات الطبية بكثرة.
- توزع على مختلف جزيرات نهج ملينيوم كل من تجارة المواد الغذائية وتصليح وبيع الهواتف ثم يأتي بعد ذلك خدمات المهن الحرة ونجد الحرف بنسبة قليلة جدا.
- تنوع المحلات في مختلف النشاطات وهذا يؤدي إلى حيوية وديناميكية نهج ملينيوم.
- تتميز محلات نهج ملينيوم بواجهات جيدة كما أن أغلبية المحلات مستأجرة.
- معظم تجار نهج ملينيوم من الفئة الشبابية ذوي المستوى التعليمي الجامعي.
- يعرف نهج ملينيوم إقبالا وحركية من قبل الزبائن المترددين عليه من اجل اقتناء حاجياتهم قاصدين مختلف المحلات المتواجدة به.
- يتردد الزبائن على نهج ملينيوم بصفة منتظمة معتمدين على مختلف أشكال النقل (حافلة، سيارة خاصة، سيارة أجرة والمشى على الأرجل).

## المذكرات باللغة العربية:

- باكيري معمر، حمامد لعرج. إستخدامات الارض والنشاطات التجارية بمدينة البيض سيدي الشيخ، مذكرة لنيل شهادة دراسات تقنية. جامعة وهران. 2000.
- بن خليفة حنان، بن يوسف مروة. تحليل مقارن للأنشطة التجارية والخدماتية بمدينة وهران حالة "حي الخالدية وحي سيدي البشير " مذكرة لنيل شهادة ماستر تخصص المدن الديناميكية المجالية والتسيير. جامعة وهران 02. 2019.
- تزعجات وناسي، سنوسي مريم. المركزيات الحضرية الجديدة بمجموعة وهران حالة إيسطو. مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في الجغرافيا وتهيئة الإقليم. تخصص مدن ديناميكية مجالية وتسيير. جامعة وهران 2019.02
- سي قدور هشام. دراسة النشاطات التجارية في مدينة تغنيف. رسالة تخرج لنيل شهادة مهندس دولة في الجغرافيا والتهيئة العمرانية. تخصص تهيئة الوسط. جامعة وهران. 2014.
- شيران بشير. بشير عومرية. دراسة النشاطات التجارية والخدمات بوسط مدينة معسكر. مذكرة تخرج دبلوم الدراسات التطبيقية. تحت إشراف قاسم فضيلة. جامعة وهران. 1998
- محمد سراج. المركزية التجارية وتراتب الأحياء بنطاق الغربي لمدينة قسنطينة. مذكرة ماجستير. كلية علوم الأرض والجغرافية والتهيئة العمرانية. جامعة قسنطينة. 2002.
- محمدي خليل، زياني الطيب. تغير مركزية النشاطات التجارية بمجموعة وهران حالة (شارع الالفية الثالثة). مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في الجغرافيا والتهيئة العمرانية. تخصص تسيير المدن والتنمية المستدامة. جامعة وهران 02. 2018.
- منصور سارة، حدو حسنة. دراسة النشاطات التجارية والخدمات في مركز مدينة معسكر. مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في التهيئة العمرانية. تخصص ديناميكية لتسيير المدن. جامعة وهران 02. 2020.
- مولاي العربي محمد، باحنيني أحمد. الدور الإقليمي لمدينة أدرار من خلال التجهيزات والنشاطات التجارية. رسالة تخرج لنيل شهادة مهندس في الجغرافيا والتهيئة العمرانية. جامعة وهران 02. 2002.

**الوثائق من:**

- مديرية التعمير والبناء لولاية وهران 2022 (مخطط شغل الأرض).
- مديرية التجارة لولاية وهران 2022 (إحصائيات حول التجارة والتجار).
- المركز الوطني للسجل التجاري (تصنيف المسجلين في السجل التجاري من 2018 إلى 2022).
- مديرية مسح الأراضي بئر الجير لولاية وهران 2022.
- الوكالة العقارية للتسيير والتنظيم الحضريين لولاية وهران 2022.
- خلية البرمجة 2022 (إحصائيات للنشاطات التجارية للبيع بالتجزئة عبر بلديات وهران).

المذكرات والأطروحات باللغة الفرنسية

- Mandas Amel . La recomposition socio-spatiale et fonctionnelle des entités urbaines a mascara. Université de oran 2015.
- Rouan Serik Selma. Les galeries marchandes grandes et petites surfaces commerciales à oran. Université de oran 2013.
- Trache S M. Les structures commerciales et la hiérarchie urbaine dans la wilaya de Tlemcen. Université d'Oran. 1991.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة وهران - 02- محمد بن أحمد

شعبة جغرافيا وتهيئة الإقليم

تخصص تسيير المدن

استمارة بحث في إطار إنجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر

**تحت عنوان: التمرکزات التجارية الجديدة، التوزيع والتنظيم المجالي، حالة نهج مليونيوم**

**ملاحظة:** هذه الاستمارة لغرض البحث العلمي فالرجاء الإجابة عليها بكل جدية

### استمارة حول النشاط

#### معلومات خاصة بصاحب المحل (التاجر)

- \* الدائرة: ..... البلدية: ..... الحي: .....
- أنثى  ذكر \* الجنس:
- \* السن: ..... مكان الإقامة: .....
- بدون مستوى  جامعي  ثانوي  متوسط \* المستوى التعليمي: ابتدائي
- \* العمل السابق (إن وجد): .....
- \* سبب تغيير العمل: .....
- وسيلة أخرى...  سيارة أجرة  \* ما هي وسيلة النقل المستعملة: سيارة خاصة
- لا  \* هل يوظف المحل أشخاص آخرين؟ نعم
- \* إذا كانت الإجابة بنعم، كم عدد الموظفين؟ .....

#### معلومات خاصة بنشاط المحل

- حرف  تجارة \* طبيعة النشاط: خدمات
- جملة  \* نمط النشاط: تجزئة

سكني تجاري \* نوعية النشاط السابق للمحل: سكني

**معلومات خاصة بالمحل**

\* تاريخ افتتاح المحل: .....

أكبر من 50م<sup>2</sup> 40-20م<sup>2</sup> \* مساحة المحل: 20م<sup>2</sup>

شراكة  كراء \* الحالة القانونية: ملكية خاصة

عدة نوعيات \* تخصص المحل: نوعية واحدة

استيراد  وطني \* مصدر اقتناء السلع: محلي

مساء  الظهيرة \* أوقات توافد الزبائن: صباحا

ضعيف  متوسط \* مستوى إقبال الزبائن: قوي

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة وهران - 02- محمد بن أحمد

شعبة جغرافيا وتهينة الإقليم

تخصص تسيير المدن

استمارة بحث في إطار إنجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر

تحت عنوان: التمرکزات التجارية الجديدة، التوزيع والتنظيم المجالي، حالة نهج مليونيومملاحظة: هذه الاستمارة لغرض البحث العلمي فالرجاء الإجابة عليها بكل جدية

## استمارة خاصة بالزبون

أنثى  \* الجنس: ذكر

\* السن: ..... مكان الإقامة: .....

بدون مستوى  جامعي  ثانوي  متوسط  \* المستوى التعليمي: ابتدائي

وسيلة أخرى  حافلة  سيارة أجرة  \* وسيلة النقل المستعملة: سيارة خاصة

\* المحلات التي يتم يتردد عليها:

أخرى  القرب  \* سبب اختيار المحلات: السعر

نوعا ما  \* جودة المشتريات: جيدة

نادرا  مرة في السنة  شهرية  أسبوعية  \* وتيرة التردد: يومية

لا  \* هل موقع المحل مناسباً: نعم

\* ما هي المشاكل التي تواجهها المحلات؟

لا  \* هل يمكن الاستغناء عن هذه المحلات التجارية: نعم

\* إذا كانت الإجابة بنعم، هل يعود ذلك إلى:

ارتباطك بمحلات المدينة من قبل

نشاط المحلات لا يتوافق مع احتياجات الزبون

أسباب أخرى.....

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
29	التوزيع المجالي للنشاطات التجارية، الخدماتية والحرف	1
33	أنواع النشاطات التجارية في نهج مليونيوم	2
35	توزيع النشاطات الخدماتية بنهج مليونيوم	3
38	توزيع الحرف المتواجدة بنهج مليونيوم	4
40	توزيع النشاطات التجارية حسب نمطها	5
41	وظيفة البنايات التي تتواجد بها المحلات التجارية	6
45	التركيب النوعي لتجار نهج مليونيوم	7
46	التركيب العمري لعينة من تجار نهج مليونيوم	8
47	أماكن إقامة عينة من تجار نهج مليونيوم	9
48	المستوى التعليمي لعينة من تجار نهج مليونيوم	10
49	المهن السابقة لعينة من تجار نهج مليونيوم	11
50	أسباب تغيير العمل لعينة من تجار نهج مليونيوم	12
50	وسيلة النقل المستعملة من طرف تجار نهج مليونيوم	13
51	عينة من عدد الشغيلين بمحلات نهج مليونيوم	14
52	توزيع المحلات التجارية حسب سنة بداية النشاط	14
53	مساحة عينة من محلات نهج مليونيوم	16
54	الوضعية العقارية لعينة من محلات نهج مليونيوم	17
55	مصدر إقتناء السلع لعينة من تجار نهج مليونيوم	18
55	تخصص عينة من محلات نهج مليونيوم	19
56	أوقات توافد الزبائن على محلات نهج مليونيوم	20
57	مستوى إقبال الزبائن على محلات نهج مليونيوم	21

60	التركيب النوعي للزبائن	22
----	------------------------	----

61	التركيب العمري للزبائن	23
62	مهن الزبائن المترددين على محلات نهج مليونيوم	24
63	أماكن إقامة الزبائن	25
64	وسيلة النقل المستعملة من طرف الزبائن	26
66	المحلات المقصودة من طرف الزبائن	27
67	أسباب إختيار هذه المحلات	28
68	وتيرة تردد الزبائن على المحلات التجارية	29
68	أهمية موقع المحلات بالنسبة للزبائن	30
69	مدى فعالية المحلات التجارية بالنسبة للزبائن	31

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
29	التوزيع المجالي للنشاطات التجارية، الخدماتية والحرف	1
38	توزيع الحرف المتواجدة بنهج ملينيوم	2
40	توزيع النشاطات التجارية حسب نمطها	3
41	وظيفة البنايات التي تتواجد بها المحلات التجارية	4
45	التركيب النوعي لتجار نهج ملينيوم	5
46	التركيب العمري لعينة من تجار نهج ملينيوم	6
47	أماكن إقامة عينة من تجار نهج ملينيوم	7
48	المستوى التعليمي لعينة من تجار نهج ملينيوم	8
49	المهن السابقة لعينة من تجار نهج ملينيوم	9
50	أسباب تغيير العمل لعينة من تجار نهج ملينيوم	10
51	وسيلة النقل المستعملة من طرف تجار نهج ملينيوم	11
52	عينة من عدد الشغليين بمحلات نهج ملينيوم	12
53	توزيع المحلات التجارية حسب سنة بداية النشاط	13
53	مساحة عينة من المحلات التجارية	14
54	مصدر إقتناء السلع لعينة من التجار	15
54	أوقات توافد الزبائن على المحلات	16
56	مستوى إقبال الزبائن على المحلات التجارية	17
56	تخصص عينة من المحلات التجارية	18
57	الوضعية العقارية للمحلات التجارية	19
60	التركيب النوعي للزبائن	20
61	التركيب العمري للزبائن	21
62	المهن السابقة للزبائن المترددين على المحلات التجارية	22

64	أماكن إقامة الزبائن	23
65	وسائل النقل المستعملة من طرف الزبائن	24
66	المحلات المقصودة من طرف الزبائن	25
67	أسباب إختيار المحلات التجارية	26
68	وتيرة تردد الزبائن على المحلات التجارية	27
69	أهمية الموقع المحلات بالنسبة للزبائن	28
69	مدى فعالية المحلات التجارية بالنسبة للزبائن	29

فهرس الخرائط

الصفحة	عنوان الخريطة	رقم الخريطة
12	التطور المجالي لمدينة وهران	1
14	التوسع المجالي لمدينة وهران بين 2008/1972	2
23	الموقع الجغرافي لنهج مليونيوم (منطقة الدراسة)	3
26	خريطة شغل الأرض لمحيط نهج مليونيوم 1	4
30	التوزيع المجالي للأنشطة التجارية، الخدماتية والحرف بنهج مليونيوم 1	5
32	التوزيع المجالي للأنشطة التجارية بنهج مليونيوم 1	6
36	التوزيع المجالي للخدمات بنهج مليونيوم 1	7
39	التوزيع المجالي للحرف بنهج مليونيوم 1	8
42	الكثافة الخطية لمختلف الأنشطة التجارية، الخدماتية والحرف لنهج مليونيوم	9

فهرس الصور

الصفحة	عنوان الصورة	رقم الصورة
27	مقر دائرة بئر الجير	1
28	مجموعة عيادات متواجدة بنهج مليونيوم	2
30	بعض النشاطات المتواجدة بنهج مليونيوم	3
34	بعض النشاطات التجارية المتواجدة بنهج مليونيوم	4
37	بعض النشاطات الخدماتية المتواجدة بنهج مليونيوم	5
39	بعض النشاطات الحرفية بنهج مليونيوم	6

الفهرس العام

1	..... مدخل عام
1	..... مقدمة عامة:
2	..... الإشكالية:
4	..... الهدف من الدراسة:
5	..... منهجية البحث:
6	..... خطة البحث:
7	..... صعوبات البحث:
8	..... <u>الفصل التمهيدي: دراسات ومفاهيم عامة</u>
8	..... مقدمة
8	1- الدراسات المنهجية السابقة المتعلقة بموضوعنا
8	1-1- الدراسة الأولى
9	2-1- الدراسة الثانية
9	3-1- الدراسة الثالثة
11	2- لمحة تاريخية عن مدينة وهران
11	1-2- التطور المجالي لمدينة وهران
11	2-2- مراحل التطور المجالي لمدينة وهران
11	1-2-2- المرحلة الأولى: "بداية التكوين"
11	2-2-2- المرحلة الثانية: "فترة ازدهار المدينة"
11	3-2-2- المرحلة الثالثة: "مرحلة التخطيط المنظم والبناء الحديث"
12	3-2- التوسع المجالي لمدينة وهران
14	4-2- المخططات السكنية بالمدينة:
14	1-4-2- ما قبل سنة 1990 سياسة سكنية قتيبة واحتكار الدولة لإنتاج سكني:
15	2-4-2- ما بعد سنة 1990 تكريس مبدأ اللامركزية:
16	3- مفاهيم حول مركز المدينة
16	1-3- مفهوم المدينة
16	2-3- مفهوم مركز المدينة
16	4- موقع وحدود مركز مدينة وهران
16	5- مفاهيم عامة حول التجارة وما يدخل في حيزها

16	1-5- تعريف التجارة.....
17	1-1-5- التعريف حسب التهيئة والتعمير: .....
17	2-1-5- التعريف حسب مقارنة جغرافية.....
17	3-1-5- التعريف حسب التعمير التجاري.....
17	2-5- تعريف المحل التجاري:.....
17	1-2-5- عناصر المحل التجاري: .....
18	1-3-5- السجل التجاري:.....
18	2-3-5- الهيئات المشرفة على التجارة في الجزائر: .....
18	4-5- تعريف النشاطات التجارية: .....
18	1-4-5- أشكال النشاطات التجارية وتدوينها .....
19	5-5- المقصود بمدونة الأنشطة التجارية .....
19	1-5-5- القطاعات المهيكلة للنشاطات:.....
20	2-5-5- أنواع النشاطات التجارية:.....
20	3-5-5- التقسيمات العامة للنشاطات التجارية.....
22	<b>الفصل الأول: نشأة المنطقة وظهور النشاطات التجارية بها</b>
22	مقدمة الفصل.....
23	1-/- التعريف بمنطقة الدراسة:.....
23	2-/- الموقع الجغرافي والإداري لنهج ملينيوم.....
24	3-/- موضع نهج ملينيوم: .....
25	4-/- ظهور النشاطات التجارية الجديدة بنهج ملينيوم: .....
25	5-/- مخطط شغل الأرض لمنطقة الدراسة.....
26	5-1- مناطق الاستخدام التجاري.....
27	5-2- مناطق الاستخدام الخدماتي (التجهيزات ) نهج ملينيوم.....
29	6-/- التوزيع المجالي للأنشطة التجارية، الخدماتية والحرف بنهج ملينيوم.....
32	6-1- التوزيع المجالي للمحلات التجارية في نهج ملينيوم.....
34	6-2- التوزيع المجالي للخدمات في نهج ملينيوم.....
37	6-3- التوزيع المجالي للحرف بنهج ملينيوم.....
40	7- هيمنة نمط تجارة التجزئة على نهج ملينيوم.....
40	8- سيطرة الوظيفة السكنية التجارية على نهج ملينيوم.....
41	9- الكثافة التجارية لنهج ملينيوم.....

41	.....-1-9 الكثافة الخطية
43	..... خلاصة الفصل الأول
44	<b>..... الفصل الثاني: الفاعلين المتدخلين في قيام النشاطات التجارية بنهج مليونيوم</b>
44	..... مقدمة الفصل الثاني
45	...../1- خصائص التجار بالمحلات التجارية ( الفاعلين )
45	..... 1-1- التركيب النوعي للتجار في نهج مليونيوم
46	..... 2-1- التركيب العمري لتجار
47	..... 3-1- حي مليونيوم مكان إقامة غالبية التجار
48	..... 4-1- هيمنة المستوى الجامعي للتجار
48	..... 5-1- سيطرة قطاع التجارة كمهنة سابقة لتجار نهج مليونيوم
49	..... 6-1- أسباب تغيير العمل
50	..... 7-1- السيارة الخاصة وسيلة التنقل الأكثر استعمالا من طرف التجار بنهج مليونيوم
51	..... 8-1- تصنيف المحلات التجارية في نهج مليونيوم حسب عدد الشغليين
52	..... 9-1- المحلات التجارية حسب سنة بداية النشاط (تاريخ افتتاح المحل)
53	..... 10-1- مساحة عينة من المحلات التجارية بنهج مليونيوم
54	..... 1-11- الوضعية القانونية لمحلات التجار المحقق معهم
54	..... 1-12- هيمنة التجارة الكهرومنزلية على نهج مليونيوم
55	..... 1-13- مصدر اقتناء السلع محليا لغالبية تجار نهج مليونيوم
56	..... 1-14- المساء أكثر الأوقات توافدا للزبائن على محلات نهج مليونيوم
57	..... 1-15- ضعف إقبال الزبائن على محلات نهج مليونيوم
58	..... خلاصة الفصل الثاني
59	<b>..... الفصل الثالث: الدور الوظيفي ومجال نفوذ الأقطاب التجارية بنهج مليونيوم</b>
59	..... مقدمة الفصل الثالث
60	...../1- الخصائص الديمغرافية والمهنية للزبائن ومجال ترددهم على نهج مليونيوم
60	..... 1-1- التركيب النوعية
60	..... 2-1- التركيب العمري للزبائن المترددون على نهج مليونيوم
62	..... 3-1- مهنة تاجر تمثل غالبية الزبائن المترددين على نهج مليونيوم:
63	..... 4-1- أكثر مكان لإقامة الزبائن هو حي مليونيوم
64	..... 5-1- الوسائل المستعملة للتنقل من طرف الزبائن للتردد على المحلات التجارية في نهج مليونيوم
65	..... 6-1- المحلات الأكثر ترددا من قبل الزبائن

66	7-1- القرب سبب اختيار الزبائن لمحلات نهج مليونيوم .....
67	8-1- وتيرة تردد الزبائن على المحلات على المحلات التجارية .....
68	9-1- مدى أهمية موقع المحل بالنسبة للزبائن .....
69	10-1- مدى فعالية هذه المحلات بالنسبة للزبائن .....
70	أ- دور المحلات التجارية في الجهاز التجاري .....
70	ب - مساهمة المحلات التجارية في التنمية المحلية الإقليمية .....
71	خلاصة الفصل الثالث .....
72	<b>خاتمة عامة</b> .....
74	<b>المصادر والمراجع</b> .....
74	المذكرات باللغة العربية: .....
74	الوثائق من: .....
75	المذكرات والأطروحات باللغة الفرنسية .....
79	فهرس الجداول .....
81	فهرس الأشكال .....
83	فهرس الخرائط .....
83	فهرس الصور .....

### Répartition des inscriptions par Secteur d'activité

Antenne de : ORAN

Le : 25/05/2022

Du 01/01/2018 Au 31/12/2018

Nature de l'inscription	Prod.Indus et BTPH		Prod.Artis		C.de Gros		Importation		C.de Détail		P.de Services		Exportation		Total	
	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM
Immatriculations Principales	219	307	0	0	137	86	0	94	2052	36	880	188	2	5	3290	716
Immatriculations Secondaires	66	102	0	0	81	56	0	83	433	61	279	165	3	18	862	485
Ré-immatriculations Principales	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Ré-immatriculations Secondaires	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Modifications Principales	317	433	0	2	336	111	0	1508	1191	28	905	337	0	3	2749	2422
Modifications Secondaires	24	81	0	1	62	57	0	254	100	98	92	132	0	8	278	631
Radiations Principales	172	115	2	3	82	45	3	98	965	19	740	102	0	3	1964	385
Radiations Secondaires	28	23	0	0	46	20	1	31	234	56	142	30	0	0	451	160
<b>Total</b>	826	1062	2	6	744	375	4	2068	4975	298	3038	954	5	37	9594	4800
Dépôt d'actes		558		6		134		289		63		447		5		1502

### Répartition des inscriptions par Secteur d'activité

Antenne de : ORAN

Le : 25/05/2022

Du 01/01/2019 Au 31/12/2019

Nature de l'inscription	Prod.Indus et BTPH		Prod.Artis		C.de Gros		Importation		C.de Détail		P.de Services		Exportation		Total	
	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM
Immatriculations Principales	255	247	0	0	160	100	0	169	1583	26	776	189	1	15	2775	746
Immatriculations Secondaires	56	74	0	0	123	58	0	64	374	80	255	145	0	8	808	429
Ré-immatriculations Principales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ré-immatriculations Secondaires	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Modifications Principales	1032	820	0	6	629	238	0	501	5207	62	3490	782	3	4	10361	2413
Modifications Secondaires	86	101	0	0	113	119	0	59	279	107	204	204	0	4	682	594
Radiations Principales	164	124	2	2	68	36	2	142	899	15	556	109	0	4	1691	432
Radiations Secondaires	44	6	0	0	48	26	0	45	201	42	129	42	0	6	422	167
<b>Total</b>	<b>1637</b>	<b>1372</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>1141</b>	<b>577</b>	<b>2</b>	<b>980</b>	<b>8543</b>	<b>332</b>	<b>5410</b>	<b>1471</b>	<b>4</b>	<b>41</b>	<b>16739</b>	<b>4781</b>
Dépôt d'actes		593		6		152		331		60		502		14		1658

### Répartition des inscriptions par Secteur d'activité

Antenne de : ORAN

Le : 25/05/2022

Du 01/01/2020 Au 31/12/2020

Nature de l'inscription	Prod.Indus et BTPH		Prod.Artis		C.de Gros		Importation		C.de Détail		P.de Services		Exportation		Total	
	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM
Immatriculations Principales	172	185	0	0	229	98	0	167	1864	29	885	131	0	7	3150	617
Immatriculations Secondaires	55	63	0	0	98	58	0	61	453	69	243	125	4	8	853	384
Ré-immatriculations Principales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ré-immatriculations Secondaires	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Modifications Principales	273	344	0	1	390	100	0	1345	1466	37	1002	284	2	13	3133	2124
Modifications Secondaires	33	53	0	1	116	70	1	191	151	57	121	122	5	3	427	497
Radiations Principales	136	111	0	0	73	50	1	100	855	15	566	115	0	5	1631	396
Radiations Secondaires	31	7	0	0	38	17	0	45	191	66	100	30	2	1	362	166
<b>Total</b>	<b>700</b>	<b>763</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>944</b>	<b>393</b>	<b>2</b>	<b>1909</b>	<b>4980</b>	<b>273</b>	<b>2917</b>	<b>808</b>	<b>13</b>	<b>37</b>	<b>9556</b>	<b>4185</b>
Dépôt d'actes		551		10		202		353		124		491		39		1770

**Répartition des inscriptions par Secteur d'activité**

Antenne de : ORAN

Le : 25/05/2022

Du 01/01/2021 Au 31/12/2021

Nature de l'inscription	Prod.Indus et BTPH		Prod.Artis		C.de Gros		Importation		C.de Détail		P.de Services		Exportation		Total	
	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM	PP	PM
Immatriculations Principales	286	214	0	0	204	109	0	122	2045	27	1296	210	5	23	3836	705
Immatriculations Secondaires	78	78	0	1	104	83	0	21	501	90	371	215	1	6	1055	494
Ré-immatriculations Principales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ré-immatriculations Secondaires	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Modifications Principales	211	368	0	3	359	128	1	778	1247	45	802	398	4	6	2624	1726
Modifications Secondaires	32	77	0	1	70	77	0	85	165	103	133	166	0	6	400	515
Radiations Principales	203	117	1	1	98	51	3	126	1196	18	800	143	0	2	2301	458
Radiations Secondaires	35	30	1	0	50	45	1	129	279	69	163	65	2	0	531	338
<b>Total</b>	<b>845</b>	<b>884</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>885</b>	<b>493</b>	<b>5</b>	<b>1261</b>	<b>5433</b>	<b>352</b>	<b>3565</b>	<b>1198</b>	<b>12</b>	<b>43</b>	<b>10747</b>	<b>4237</b>
Dépôt d'actes		708		14		313		592		206		814		51		2698