

# إقليم التسوق لسكان حي الشرفية بجدة: دراسة تطبيقية في الجغرافيا السلوكية

إعداد الطالبة  
سيرين طلعت محمد مليباري

إشراف  
أ.د. عاطف حافظ سلامة

## المستخلص

تتباين اتجاهات حركة التسوق من أسرة إلى أخرى نتيجة اختلاف الخصائص السكانية للأسر. كما تختلف اتجاهات حركة التسوق أيضًا من وقت لآخر بسبب تباين احتياجات الأسر من وقت إلى آخر، فالاحتياجات اليومية تختلف عن الاحتياجات الإسبوعية. كما يعود أيضًا تباين اتجاهات حركة التسوق سواء اليومية أو الإسبوعية إلى تباين أسباب اختيار مكان التسوق. لهذا رغم أن هذه الأسر تتمتع بنقاط تسوق واحدة وقريبة منها، فإنها ليست الوحيدة التي تعتمد عليها الأسر في التسوق، ومن ثم اتسع مجال التسوق سواء اليومي أو الإسبوعي وشكل كل منهما إقليم - نجحت الدراسة في تحديده من خلال التحليل المكاني باستخدام برنامج ARC-GIS10 - تعتمد عليه الأسر وتتردد باستمرار عليه بشكل يومي أو أسبوعي لشراء احتياجاتها المختلفة. ويتمتع كل منهما بخصائص مختلفة عن الآخر. اتبع البحث التحليل المكاني فضلًا عن التحليل الكمي، فدُعِمَت الدراسة باستخدام الاستبانات الموزعة في منطقة الدراسة والتي تنحصر بالإسكان العاجل في حي الشرفية. فقد تم اختيار هذه المنطقة لتطبيق فكرة البحث لما تحتويه من مجموعة من الأسر مقيمة في مجموعة من المساكن المتجانسة في الخصائص السكنية ويجمعهم موضع سكني واحد ويتمتعون بنقاط تسوق واحدة. أهم التوصيات: يمثل التسوق في الوقت الحاضر نوعًا من أنواع الترويج، لذا وجب على

أصحاب مراكز التسوق توفير ما يلبي كافة احتياجات المتسوقين، ليس فقط من البضائع ولكن أيضاً من الجوانب التي تمنح الفرصة للمتسوقين للترويج. وتنافس أصحاب مراكز التسوق على تحقيق هذا سوف يقلل من مساحة إقليم التسوق. كما يوصي البحث برسم إقليم التسوق فترة بعد أخرى لنفس المجموعة لتتبع التغيرات التي سوف تطرأ علي مجال هذا الإقليم وتفسيرها.

**Shopping Region of Al-Sharafiyah Population District in Jeddah:  
Applied Study in Behavioral Geography**

**Seriene Talat Melebari**

Supervised By

**Prof. Dr. Atef Hafez Salama**

**Abstract**

Market movement trends vary from family to another due to different population characteristics of households. Shopping trends also vary from time to another because of the varying needs of families from time to time. Daily needs differ from monthly needs. There is also a difference in trends of shopping, whether daily or monthly, to the different reasons for choosing the place of shopping. Therefore, although these families have the same shopping areas, which are near, they are not the only ones that families depend on for shopping. Thus, the area of shopping has expanded whether daily or monthly, and each has formed a section. The study succeeded in determining it through spatial analysis using the ARC-GIS 10- families depend on it and use it daily or monthly basis to purchase their different needs. And both have different characteristics. The study followed the geo-economic behavioral methodology. The study was supported by the questionnaires distributed in the study area, which are limited to the Sharafiyah housing area. This area has been selected to apply the idea of research to a group of households living in a homogeneous group of dwellings in residential properties, combined with one residential location and one shopping area. Recommendations: shopping is currently a kind of recreation, so the owners of shopping malls should provide to meet all the needs of shoppers, not only from the goods, but also from the aspects that give the opportunity

for shoppers to recreation. The compete of shopping mall owners to achieve this will reduce the area of shopping district. The study also recommends that the shopping region be drawn up time after time for the same group to monitor and interpret the changes that will occur in this area.