

## الاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة في مراكز التسوق المغلقة في مدينة الرياض

محمد سعيد العيسان الغامدي

مها منصور الزهراني

استاذ

باحثة دكتوراة

قسم العمارة وعلوم البناء، كلية العمارة والتخطيط، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية

malissan@ksu.edu.sa

mahaalzahrani9@gmail.com

قدم للنشر في ٤/٥/١٤٤٣ هـ؛ وقبل للنشر في ٨/١١/١٤٤٣ هـ.

ملخص البحث. مع زيادة تمكين المرأة بتنوع فرص عملها، زادت أعداد النساء العاملات في مراكز التسوق المغلقة في المملكة العربية السعودية. ومع زيادة أعداد النساء العاملات في هذه المراكز، انتشر سلوك استخدام الفراغات لغير الوظيفة التي صممت لأجلها. قد تكون ممارسة السلوك مؤشراً على عدم تلبية مباني مراكز التسوق للاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة بسبب عدم توفر الفراغات التي تحتاجها المرأة في بيئة العمل، أو بسبب عدم تصميم الفراغات بطريقة تلائم طبيعة المرأة. نتيجة لذلك تأتي هذه الدراسة لمعرفة مدى تلبية مباني مراكز التسوق المغلقة للاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة. اعتمدت منهجية الدراسة على مرحلتين، حيث ركزت في المرحلة الأولى على حصر الاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة في مراكز التسوق بواسطة مراجعة الأدبيات وعمل المقابلات مع مديري المراكز. ثم عملت الزيارات الميدانية والملاحظة المباشرة ومراجعة المخططات المعمارية للتحقق من توافر الاحتياجات الفراغية في مباني مراكز التسوق المغلقة. أما المرحلة الثانية فقد ركزت على تقييم ما بعد الإشغال السلوكي لمعرفة مدى ملاءمة تصميم الفراغات لطبيعة المرأة. توصلت الدراسة إلى أن مباني مراكز التسوق المغلقة لا تلبية كثيراً من الاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة. كما أن تصميم الفراغات إن وجدت لا يلائم طبيعة المرأة حيث يقع بعض الفراغات في أماكن بعيدة عن مقر عمل المرأة وهو ما يدفعها إلى استخدام الفراغات القريبة لغير الوظيفة التي صممت لأجلها.

الكلمات المفتاحية: الاحتياجات الفراغية، مراكز التسوق المغلقة، المرأة العاملة، تقييم ما بعد الإشغال

## ١ . المقدمة

حيث صدر العديد من القرارات التي أتاحت للمرأة العمل في المحلات التجارية الخاصة ببيع الملابس والعباءات والمجوهرات والإكسسوارات، وهو ما زاد من فرص عملها في مراكز التسوق والمجمعات التجارية. كما صدرت مع تلك القرارات قوانين تُنظّم عمل المرأة، وتُلزم إدارات المراكز بتوفير بيئة العمل الملائمة لها والتي تلبي احتياجاتها الفراغية مثل: المصلى وغرف الاستراحة (العتيبي، ٢٠١٨).

ومع زيادة أعداد النساء العاملات في مراكز التسوق المغلقة في مدينة الرياض، تمت ملاحظة انتشار سلوك استخدام الفراغ لغير الوظيفة الأصلية المُصمم لأجلها كالافتراش للنوم، والراحة، وتناول الطعام في المصليات الخاصة بالنساء. كما رُصد سلوك تدخين النساء في مواقف السيارات، وأمام البوابات، وداخل مخارج الطوارئ. وقد لوحظ قيام عدد من الموظفين بأداء الصلاة وتناول الطعام في غرف قياس الملابس التابعة لدورات المياه الخاصة بالنساء، وداخل المحلات التجارية، وفي بعض الممرات القريبة منها.

## ٢ . المشكلة البحثية

انتشر سلوك استخدام الفراغ لغير الوظيفة الأصلية المصمم لأجلها بعد زيادة أعداد النساء العاملات في مراكز التسوق المغلقة، وهو ما قد يكون مؤشراً على عدم تلبية تصميم مباني هذه المراكز للاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة.

تعدُّ المجمعات التجارية رمزاً يُظهر ازدهار التجارة ونمو الاقتصاد في الدول المتقدمة، ويرتبط انتشارها بقوة الاقتصاد في تلك الدول. وفي الآونة الأخيرة شهدت المملكة العربية السعودية نمواً اقتصادياً أدّى إلى ظهور العديد من مراكز التسوق التجاري في المدن الكبرى، كالعاصمة الرياض ومدينة جدة ومدن المنطقة الشرقية. تنقسم المراكز التجارية بحسب تصنيف المركز الدولي للمراكز التجارية The International Council of Shopping Centers (ICSC) كما ورد في إبراهيم وآخرين (Ibrahim et al., 2019) إلى قسمين رئيسين هما: مراكز التسوق المغلقة، ومراكز التسوق المفتوحة. يطلق أحياناً على مراكز التسوق المغلقة مُسمّى المجمعات التجارية المغلقة (المولات)، وهي عبارة عن مجموعة من المحلات التجارية التي تجتمع تحت سقف مبنى واحد، ويكون هذا المبنى مغلقاً، ويُزوّد بأنظمة التكييف وتقنيات الإضاءة الطبيعية والصناعية (Ahmed & Hassanain, 2020). وتتكون هذه المباني عادةً من طابقين أو أكثر، تشمل العديد من الفراغات مثل: مكاتب الإدارة والمطاعم والمقاهي والخدمات المساندة.

تعدُّ المراكز التجارية البيئة الأكثر جذباً للنساء العاملات في مجال المبيعات؛ حيث توفر لهنّ الخصوصية وبيئة العمل الآمنة (جريدة الرياض، ٢٠١٩). وتبعاً لذلك جرى العمل على العديد من الخطط التنموية التي اهتمت بتوفير فرص العمل التي تلائم طبيعة المرأة؛

- التعرف إلى كيفية تصميم الفراغات في مبنى مركز التسوق المغلق بما يلائم طبيعة المرأة العاملة.

### ٦. أهمية البحث

- تقليل التحديات التي تواجهها المرأة العاملة في مراكز التسوق المغلقة بتوفير بيئة العمل الملائمة لها، وهو ما يرفع من إنتاجيتها في العمل.

- تقديم توصيات تصميمية تُساعد على تحفيز السلوك الإيجابي لاستخدام الفراغات في مباني مراكز التسوق المغلقة من قبل النساء العاملات فيها.

- اقتراح حلول خاصة بتصميم مراكز التسوق المغلقة بعد تمكين المرأة من العمل فيها.

### ٧. مُصطلحات البحث

مركز التسوق المغلق (المول): مبنى مغلق تجتمع فيه مجموعة من المحلات التجارية تحت سقف واحد ويُزوّد بأنظمة التكييف وتقنيات الإضاءة الطبيعية والصناعية (Ahmed & Hassanain, 2020).

تقييم ما بعد الإشغال: مرحلة من مراحل عملية التصميم يتم فيها تقييم أداء المبنى بهدف حل المشكلات التصميمية التي تظهر خلال الإشغال (برايزر وآخرون، ٢٠٠٦).

### ٣. أسئلة البحث

١. ما الاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة في مراكز التسوق المغلقة؟
٢. هل تلبي مباني مراكز التسوق المغلقة الاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة؟
٣. كيف يؤثر تصميم الفراغات التي تحتاجها المرأة في بيئة العمل على سلوك النساء العاملات في مباني مراكز التسوق المغلقة؟

### ٤. فرضية البحث

يقوم البحث على فرضية أنّ مباني مراكز التسوق المغلقة لا تلبي الاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة. كما يفترض البحث أنه في حال توفر الاحتياجات الفراغية فإن تصميمها لا يلائم طبيعة المرأة العاملة.

### ٥. أهداف البحث

- التعرف إلى الاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة في مراكز التسوق المغلقة.
- تقييم قدرة مباني مراكز التسوق المغلقة على تلبية احتياجات المرأة العاملة.
- معرفة كيفية تأثير تصميم الفراغات في مبنى مركز التسوق المغلق على سلوك المرأة العاملة.

للرجل فيختلف الأمر حيث إنه يمشي إلى الأمام بشكل أسرع وبخطوات أكثر بسبب ضيق حوضه الذي يُقلل من ضغط عضلة الفخذ على الرضفة (Johansen, 1996).

وبما أن كتلة عضلات المرأة أقل من كتلة عضلات الرجل، فإن تعرُّضها للإجهاد يكون بنسبة أكبر من الرجل أثناء ممارسة الأنشطة المختلفة كحمل الأشياء، والدفع، والمشي (Randolph, 1984). وهذا يُفسّر نتائج إحدى الدراسات التي توصلت إلى أن الاضطرابات العضلية تنتشر بين النساء العاملات بنسبة أكبر مقارنة بالرجال العاملين عند أداء النوع نفسه من المهام (Dahlberg et al., 2004). كما أن المرأة تتعرض للإجهاد والتعب بنسبة أكبر أثناء أداء المهام في الثلث الأول من فترة الحمل بسبب الشعور بالنعاس والغثيان، وفي الثلث الأخير بسبب زيادة الوزن وهو ما يؤثر على طبيعة حركتها (وزارة الصحة السعودية، ٢٠٢٢). ولا يقتصر الفرق بين الجنسين على الشعور بالإجهاد الجسدي فحسب، وإنما يظهر في الشعور بالإجهاد النفسي حيث تُشير نتائج إحدى الدراسات إلى أن النساء يُعانين من مستويات ضغط نفسي وشعور بالتوتر بنسبة أعلى من الرجال (Sekine et al., 2010).

## ٢, ٩ بيئة عمل المرأة

إن اختلاف التكوين الجسدي والنفسي للمرأة عن الرجل لا يعني عدم قدرتها على ممارسة العمل، بل يعني ضرورة توفير بيئة عمل

الاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة: الفراغات التي تحتاجها المرأة في بيئة العمل مثل: غرفة الاستراحة، ودورة المياه الخاصة، ومركز الضيافة.

## ٨. حدود البحث

يُركّز البحث على استكشاف الاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة في المحلات التجارية ومدى تلبية مباني مراكز التسوق المغلقة في مدينة الرياض لها خلال عام ٢٠٢١م.

## ٩. الإطار النظري والدراسات السابقة

### ١, ٩ اختلاف طبيعة المرأة عن الرجل

إن الاختلافات البيولوجية بين الرجل والمرأة تظهر بوضوح على طبيعة أداء المهام وممارسة النشاط البدني. تختلف قدرة الرجل عن المرأة في ممارسة العديد من الأنشطة، كالجري والمشي وذلك بسبب الاختلاف في بنية الحوض والعضلات بين الجنسين. يُعتبر حوض المرأة أوسع من حوض الرجل، وهذا الاتساع يجعل انقباض عضلات الفخذ يزيح الرضفة - عظمة رأس الركبة - إلى الجنب أثناء المشي أو الجري وهو ما يؤثر على طبيعة حركة المرأة حيث تقل عدد خطواتها وسرعتها مقارنة بالرجل. كما أن تمدد الركبة عند المرأة ومرورها أثناء ممارسة النشاط البدني يتسبب في حدوث العديد من الإصابات عند النساء الممارسات للرياضة. أمّا بالنسبة

### ٣, ٩ الاحتياجات الفراغية للمرأة في بيئة العمل

إن تصميم بيئة العمل الملائمة للمرأة يتطلب توفير العديد من الفراغات التي توفر لها الراحة وتسمح لها بممارسة الأنشطة المختلفة، والتي تتلخص في التالي:

#### ● غرفة الاستراحة

تعدُّ غرفة استراحة النساء من أهم الفراغات في بيئة العمل؛ نظراً لحاجة المرأة إلى أخذ قسط من الراحة؛ حيث إنَّها معرضة للإجهاد أكثر من الرجل. وتُعدُّ عُرف الاستراحة للنساء بوجهٍ عام من أهم الفراغات التي ظهرت في أوائل القرن العشرين، مع تغيُّر الحياة اليومية للنساء في الأماكن العامة في أمريكا حيث توفَّر مساحة مخصَّصة للراحة، والتفاعل الاجتماعي وتناول الطعام. كما توفَّر هذه الغرف الخصوصية المرغوبة للنساء للقيام بالأنشطة المختلفة. وفي أواخر القرن التاسع عشر، انتشرت غرف الاستراحة الخاصة بالنساء في المجمعات التجارية بوصفها وسيلة جذبٍ للتسوق، وأتَّصلت هذه الغرف بمرافق دورات المياه الخاصة بالنساء (Britanik, 2012).

إنَّ من أهم شروط تصميم عُرف الاستراحة في بيئة العمل هو توفير الراحة للعاملين، ومن أهم عناصر توفير الراحة هو سهولة الوصول بوضع غرفة الاستراحة في مكان قريب من منطقة عمل الموظفة. ولهذا السبب أوصت وزارة

تُقدِّر الفروقات بين الجنسين وتلائم طبيعة المرأة وتلبي احتياجاتها حتى تستطيع أداء عملها بكفاءة عالية. تتعرض المرأة للإجهاد الجسدي بسبب طبيعة تكوينها وبسبب مرورها بأحوال تجعلها أكثر عرضة للتعب والإرهاق مثل: الحمل والولادة والرضاعة، وينبغي توفير بيئة عمل مريحة تُراعي جميع الأحوال التي تُمر بها.

كما تتعرض المرأة للإجهاد النفسي نتيجة لممارستها العديد من الأدوار في حياتها اليومية إلى جانب مهامها في بيئة عملها؛ حيث إن دورها بوصفها أمًا يُعتبر دوراً رئيساً، وعدم قيامها بهذا الدور بسبب وجودها في مقر العمل لساعات طويلة بعيداً عن أطفالها يجعلها عرضة للقلق والإجهاد النفسي. لهذا السبب تحتاج المرأة إلى بيئة العمل التي تُمكنها من القيام بدورها الرئيسي في المجتمع إلى جانب دورها في مقر عملها حيث تُشير دراسة السبيعي (٢٠١٨) إلى أنَّ عمل المرأة لساعات طويلة في مراكز التسوق في الرياض والخارج مع عدم توافر مكان لرعاية الطفل في المركز، يتسبب في تعريضها للإجهاد النفسي نتيجة للضغوط العائلية التي تواجهها بسبب بُعدها عن أطفالها وعدم قدرتها على رعايتهم. كما توصلت دراسة الشهري (٢٠١٩) إلى أنَّ أهم التحديات التي تواجهها المرأة العاملة في المراكز التجارية المغلقة في مدينة جدة، هو افتقار المراكز إلى أماكن مخصَّصة للاستراحة وأماكن حضانة للأطفال.

المراة لتسهيل الوصول إليها (Greed, 2019). لهذا السبب اشترطت وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية في المملكة العربية السعودية توفير دورة مياه أو أكثر للنساء العاملات داخل المحلات التجارية، ما لم يكن هناك دورات مياه مخصصة للنساء في المركز التجاري الذي يقع ضمنه المحل لا تبعد أكثر من خمسين متراً عن مقر عمل المرأة (وزارة العمل، ١٤٣٥هـ).

#### ● مركز ضيافة للأطفال

يُعدُّ مركز ضيافة الأطفال من أهم الفراغات للأمهات العاملات في بيئة العمل. يحتوي المركز عادةً على منطقة لنوم الأطفال ومنطقة توفر الخصوصية للمرأة المرضعة، ومنطقة لتغيير ملابس الأطفال. عند تصميم مركز ضيافة الأطفال يجب توفير الإضاءة الطبيعية والتهوية المناسبة، وتحقيق الأمان، وسهولة الوصول في هذه الفراغات (Azhari et al., 2012). كما يجب توفير مساحة كافية تستوعب أطفال النساء العاملات حيث تشترط وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية في المملكة العربية السعودية وجود مركز ضيافة في مقر عمل المرأة تكون مساحته وفقاً لاشتراطات البلدية (٥٠) متراً مربعاً بحد أدنى في المركز التجاري المغلق الذي تبلغ مساحته (٤٠,٠٠٠) متر مربع فأكثر. كما يُشترط أن يحتوي المركز على دورات مياه مناسبة لاستخدام الأطفال ومنطقة خاصة لنظافة الأطفال الرضع، ومكان خاص لإعداد وجبات الأطفال، وصالة ألعاب داخلية (وزارة الموارد

الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية في المملكة العربية السعودية بضرورة توفير غرف استراحة للنساء العاملات في المراكز التجارية المغلقة، واشترطت ألا تبعد غرفة الاستراحة خمسين متراً عن المحل التجاري الذي تعمل فيه المرأة (وزارة العمل، ١٤٣٥هـ). كما يجب الأخذ بعين الاعتبار عند تصميم غرف الاستراحة توفير الإضاءة الطبيعية والصناعية الكافية والخالية من الوهج لتحقيق الراحة البصرية، واستخدام مواد تمتص الصوت في الحوائط والأرضيات والأسقف؛ لتقليل الضوضاء وتحقيق الراحة الصوتية. أمّا الأثاث فيجب أن يكون مريحاً ومصنوعاً من مواد ذات جودة عالية وقابلة للتنظيف ومقاومة للبكتيريا (Cetin et al., 2019).

#### ● دورات مياه خاصة بالنساء العاملات

تُعدُّ دورات المياه الخاصة بالموظفات من أهم الفراغات التي يجب توافرها في بيئة العمل بوجه عام حمايةً للخصوصية والصحة العامة. يختلف تصميم دورة مياه الرجال عن النساء حيث تحتاج المرأة إلى نوع خاص من المراحيض التي تتطلب مساحة أكبر مقارنة بالمراحيض المستخدمة في دورات مياه الرجال. كما يتوفر عادة في دورة مياه النساء مكان مخصص للزينة وتعليق الملابس. ولهذا السبب يجب توفير دورات مياه مُستقلة للنساء في بيئة العمل تكون مختلفة في التصميم وتقع في مكان بعيد عن دورة مياه الرجال للحفاظ على الخصوصية، وفي الوقت نفسه تكون في مكان قريب من مكان عمل



البشرية والتنمية الاجتماعية، ١٤٤٣هـ).

### ● المصلى

المصلى هو أحد الفراغات التي يجب توافرها في بيئة العمل لأداء الصلاة في بيئة مريحة وآمنة. يُشترط أن تكون مساحة المصلى كافية لاستيعاب أعداد من المصلين. وفي مراكز التسوق المغلقة يُفضل أن يكون المصلى في الدور نفسه الذي تقع فيه المحلات التجارية لسهولة الوصول إليه من قبل المستخدمين، ولا يُنصح بوضعه في القبو مع مواقف السيارات. كما يجب أن يُصمَّم المصلى بطريقة تُراعي توفير التهوية والإضاءة المناسبة. كما يجب أن يرتبط بالمصلى فراغات أساسية مثل: منطقة الوضوء ومنطقة التخزين ووضع الأحذية (Sarial et al., 2015). وفي المملكة العربية السعودية تشترط وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية أن يكون المصلى مستقلاً وخاصاً بالنساء في مقر العمل، وألا يبعد أكثر من (٥٠) متراً عن المحل التجاري الذي تعمل فيه المرأة في مراكز التسوق المغلقة (وزارة العمل، ١٤٣٥هـ).

### ● منطقة للتدخين

تُعتبر منطقة التدخين من أهم الفراغات التي يجب توفيرها لمنع أضرار التدخين التي تؤدي إلى تلوث الهواء. يتم توفير منطقة التدخين عادةً في مساحة مرتبطة بأماكن الاستراحة في المباني بوجه عام. وفي أماكن العمل يُفضل أن تكون هذه المنطقة مستقلة وبعيدة عن الأماكن المُخصَّصة للعمل؛ لمنع التأثير السلبي للتدخين

على صحة العاملين. كما يجب ألا يُعاد تدوير الهواء في الغرفة المُخصَّصة للتدخين إلى أجزاءٍ أخرى داخل المبنى، بل يجب تفرغته إلى الخارج. إذا كانت غرفة التدخين تشترك مع فراغات أخرى مثل: غرفة الاستراحة في منطقة معينة، فيجب إغلاقها وعزلها تماماً، لمنع وصول رائحة التدخين لغرفة الاستراحة (Alevantis et al., 2003).

### ● غرفة الإسعافات الأولية

من أهم الفراغات التي يجب توافرها في مقر العمل هي غرفة الإسعافات الأولية First aid room لضمان السلامة والصحة للمرأة العاملة. تحتوي هذه الغرفة عادة على سرير لفحص المريض ومكتب للطبيب وحوض لغسيل اليدين وخزانة لأدوات الإسعافات الأولية. يُفضل أن تقع غرفة الإسعافات الأولية في منطقة يسهل الوصول إليها من قبل جميع الموظفين. كما يجب أن يُراعى أثناء تصميمها عدم وجود عقبات تُعيق حركة الكراسي والأسرة المتحركة (النقالة). كما ينبغي أن يُخصَّص لهذه الغرفة دورة مياه خاصة (Buxton, 2018). وفي بيئة العمل في المملكة العربية السعودية تشترط وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية في القرار الوزاري رقم ١/٤٠٠ وجود غرفة إسعافات أولية في المنشآت التي يكون عدد العاملين فيها خمسين فأكثر. كما يُشترط أن توضع هذه الغرفة في مكان يسهل الوصول إليه ويتم نقل المصابين إليه بسرعة وسهولة. كما يجب ألا تزيد المسافة بين غرفة الإسعافات الأولية وأقصى

المبنية والسلوك الإنساني (أندرو، ١٩٩٨). كان من أبرز العلماء الذين أكدوا على وجود العلاقة التبادلية بين البيئة والسلوك الإنساني هو عالم النفس كيرت لوين Kurt Lewin، الذي تؤكد نظريته على وجود تأثيرات تفاعلية بين الإنسان والبيئة التي يعيش فيها، واعتبر لوين أن السلوك نتيجة لتفاعل الإنسان مع بيئته، ونوع هذا السلوك يُعبر عن طبيعة هذا التفاعل (Greene, 2017). وهذا يعني أن سلوك الإنسان داخل بيئة معينة - مثل المباني - هو نتيجة لتفاعل الإنسان

مكان للعمل عن مائتي متر (وزارة العمل، ١٤٢٨ هـ).

نتيجة لما سبق يُمكن تلخيص الاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة في بيئة العمل في (الجدول ١).

#### ٩,٤ العلاقة بين تصميم المبنى والسلوك الإنساني

أكدت الدراسات ونظريات علم النفس البيئي أن هناك علاقة وتأثيراً متبادلاً بين البيئة

جدول رقم (١). الاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة في بيئة العمل والاعتبارات التصميمية

| الاحتياجات الفراغية                 | الاعتبارات التصميمية  |
|-------------------------------------|---|
| غرفة الاستراحة وتناول الطعام        | - توفير الخصوصية.<br>- تحقيق الراحة البصرية والصوتية والحرارية.<br>- تحقيق سهولة الوصول.<br>- توفير الأثاث المريح والقابل للتنظيف والمقاوم للبكتيريا.<br>- لا تبعد غرفة الاستراحة أكثر من 50 متراً عن المحل التجاري الذي تعمل فيه المرأة. |
| دورة المياه الخاصة بالنساء العاملات | - لا تبعد دورات المياه الخاصة أكثر من 50 متراً عن المحل التجاري الذي تعمل فيه المرأة.   |
| مركز ضيافة الأطفال                  | - توفير الخصوصية والراحة للأم والطفل.<br>- توفير منطقة للنوم، والرضاعة، والتنظيف، واللعب.<br>- لا تقل مساحتها عن 50 متراً مربعاً في المركز التجاري الذي تبلغ مساحته (40.000) متر مربع فأكثر.  |
| المُصلى                             | - توفير الراحة والخصوصية.<br>- تحقيق سهولة الوصول.<br>- لا يُبعد المُصلى أكثر من 50 متراً عن المحل التجاري الذي تعمل فيه المرأة.  |
| غرفة التدخين                        | - تكون في مكان معزول عن مكان العمل.<br>- تصريف الهواء الذي بداخلها إلى خارج المبنى.   |
| غرفة الإسعافات الأولية              | - تحقيق سهولة الوصول.<br>- عدم وجود عقبات تُعيق حركة الكراسي والأسرة المتحركة (الثقالة).<br>- ألا تزيد المسافة بين غرفة الإسعافات الأولية وأقصى مكان للعمل عن مائتي متر.  |



ذو مساحة واسعة يضم العديد من الأنشطة الترفيهية كالتسوق وتناول الطعام وغيرها. صُمم أول مركز تسوق مُغلق بواسطة المعماري فيكتور جروين Victor Gruen الذي ركّز على إيجاد بيئة تجذب المُتسوقين، حيث كانت تصاميمه تعتمد على فكرة أنه كلما زاد الوقت الذي يقضيه الناس في الاستمتاع بالبيئة التجارية زادت الأموال التي ينفقونها في الشراء. اعتمد في تصميمه على المفاجآت البصرية، والإضاءة، والنوافذ، والواجهات الفاخرة، والنوافير العملاقة؛ بغرض التأثير على سلوك المُتسوقين لإبقائهم أطول فترة مُمكنة في المركز التجاري المُغلق (Hardwick, 2015).

انتشر مبدأ جروين في تصميم مراكز التسوق المُغلقة وأُطلق عليه مُسمّى تأثير جروين (Gruen Effect). يعتمد مبدأ جروين على تصميم المبنى واستخدام المُحفّزات البيئية التي تؤثر على سلوك المُتسوق لإبقائه فترة أطول حتى يندفع للشراء؛ نتيجة مروره بحالة عاطفية إيجابية. كما يُركّز مبدأ جروين على تصميم الممرات المُلتوية والطويلة، وترتيب التقاطعات بين المحلات بزوايا مائلة تجعل من الصعب تحديد الموقع خاصة في المساحات الكبيرة؛ وهو ما يتسبب في إبطاء مشي المُتسوقين للبقاء أطول فترة مُمكنة في المركز. كما يعتمد على تصميم صالات الطعام المفتوحة بطريقة تُشجّع المُتسوق على التوقف لفترة وجيزة لتناول الطعام حتى يُمضي فترة أطول في التسوق (Ellard, 2015).

معها، وطبيعة هذا التفاعل تكون بحسب السلوك الذي يمارس فيها.

تعددت الأساليب والطرق التي تُحلل العلاقة بين السلوك الإنساني وتصميم المبنى، ومن أكثر الطرق فعالية لفهم هذه العلاقة هي طريقة تقييم ما بعد الإشغال. تُساعد هذه الطريقة على قياس مدى تلبية تصميم المبنى لاحتياجات المستخدمين. ويُعدّ تقييم ما بعد الإشغال مرحلة مُتقدمة من مراحل عملية التصميم؛ حيث يجري تقييم أداء المبنى بهدف حل المُشكلات التصميمية التي تظهر خلال استخدام المبنى. من خلال هذا التقييم يُمكن تقدير الاحتياج الحقيقي للمباني للاستفادة من التجارب الناجحة، واكتشاف أوجه القصور في تصميم المبنى وأدائه. يتم تقييم أداء المبنى وفق ثلاثة عناصر، هي: العناصر الفنية، والوظيفية، والسلوكية. ويُعدّ تقييم العناصر السلوكية من أهم أنواع التقييم عمقاً؛ حيث يُركّز على دراسة تأثير تصميم المبنى على سلوك المُستخدمين ورضاهم. لا يوجد حتى الآن معايير مُحددة لتقييم ما بعد الإشغال للعناصر السلوكية، ولكن يوجد بعض الأمثلة عليها مثل: دراسة تأثير مساحة الفراغ على عدد المُستخدمين لهذا الفراغ، وتأثير البُعد بين الفراغات على تردّد الناس عليها واستخدامها (برايزر وآخرون، ٢٠٠٦/١٩٨٨).

## ٥, ٩ تصميم المركز التجاري المغلق

مركز التسوق المُغلق هو مبنى تجاري

المراكز التجارية في الأردن تسبب في انخفاض مستوى إنتاجية العاملين؛ نتيجةً للشعور بالضيق وصعوبة التواصل مع الآخرين بخاصة في عطلات نهاية الأسبوع.

يتضح مما سبق أن الدراسات السابقة ركزت على تأثير تصميم مباني مراكز التسوق المغلقة على سلوك المتسوقين باعتبارها مباني تضم أنشطة التسوق والترفيه. أما الدراسات التي تناولت تأثير مبنى المركز التجاري المغلق على العاملين باعتباره بيئة عمل فهي قليلة ونادرة. كما أنه لم يتم العثور على أي دراسة تتناول قدرة تصميم هذه المباني على توفير بيئة عمل ملائمة للمرأة.

#### ١٠. منهجية البحث

تعتمد منهجية البحث على تطبيق مرحلتين:

**المرحلة الأولى:** تُركّز على الكشف عن قدرة مباني المولات على تلبية الاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة عن طريق التحقق من توافر الفراغات التي تحتاجها المرأة في بيئة العمل التي حُصرت بواسطة مراجعة الأدبيات وعمل المقابلات الشخصية مع مديري المراكز التجارية بواسطة طرح أسئلة مفتوحة تُناقش حاجة النساء العاملات للفراغات في بيئة العمل. تمّ التحقق من وجود الفراغات بواسطة فحص المخططات المعمارية وعمل الزيارات الميدانية لعمل الملاحظة المباشرة للفراغات في مباني المولات، ثم عُرضت

#### ٦, ٩ تأثير تصميم المركز التجاري المغلق على سلوك المستخدمين

تناول العديد من الدراسات تأثير تصميم مبنى المركز التجاري المغلق على سلوك المتسوقين، حيث تُشير دراسة بارك وفار (Park & Farr, 2007) إلى أن تصميم الإضاءة في المركز التجاري المغلق يؤثر على الحالة العاطفية للمتسوقين ويجذبهم للتسوق. كما توصلت دراسة ميتشون وسيميث (Michon & Smith, 2008) إلى أن تصميم المبنى له أثر على إدراك المتسوقات للمكان، حيث إن جودة التصميم الداخلي تسبب في تكوين تصور إيجابي للبيئة الداخلية، ومن ثم ينعكس هذا التصور على إدراك المتسوقات للمنتج، وهو ما يؤدي إلى تحفيز سلوك الشراء لديهن.

وتتفق معها دراسة أحمد وحسنين (Ahmed & Hassanain, 2020) لتأثير مبنى المركز التجاري الجامعي على تجربة الزوّار من الطُّلاب في مدينة الأحساء بالمملكة العربية السعودية، حيث تُشير نتائج الدراسة إلى أن الطُّلاب يشعرون بالرضا عن تصميم المركز الذي يتمييز بالبساطة مع وجود اللوحات الإرشادية، وهو ما يؤدي إلى سهولة الحركة والتنقل بين الفراغات. كما أن بساطة التصميم تؤدي إلى الشعور بالراحة.

كما يؤثر تصميم مبنى المركز التجاري على سلوك العاملين فيه وقدرتهم على الإنتاجية، حيث تُشير دراسة النومان والطويل (Alnuman & Altaweel, 2020) إلى أن وجود الضوضاء في أحد

النتائج في (الجدول ٢).

ولرصد نتائج الملاحظة بطريقة علمية دقيقة، تُستخدم الخرائط السلوكية التي تُعتبر من أفضل الوسائل لتسجيل السلوك. كما أنها تُساعد الباحث على فهم العلاقة بين تصميم المبنى والسلوك الإنساني؛ حيث إنها تُعطي معلومات مُفصّلة عن سلوك المُستخدمين وعناصر المبنى، وتوضّح طبيعة التفاعل بين الإنسان وعناصر المبنى وفراغاته (Arsan & Kepez, 2017).

وللحصول على معلومات أكثر عن السلوك وعلاقته بتصميم المبنى، تُعتبر المُقابلات الشخصية من أفضل الأدوات التي تدعم نتائج الملاحظة وتُساعد على الكشف عن أسباب مُمارسة السلوك. كما تهدف المُقابلات الشخصية إلى الحصول على المعلومات الخاصّة بمُمارسة السلوك الشخصي التي يصعب على الشّخص الإدلاء بأسبابها وكيفيةها عن طريق الكتابة (العساف، ١٩٩٥).

نتيجةً لما سبق تمّ عمل تقييم ما بعد الإشغال السلوكي بواسطة الخطوات التالية: الملاحظة بالمشاركة: تعتمد على الملاحظة بواسطة مشاركة الباحثة في سلوك استخدام الفراغات لغير الوظيفة التي صُمّمت لأجلها بعد الحصول على موافقة من إدارة المركز. عمّلت الملاحظة لمدة شهر وأسبوعين في أوقات مختلفة من اليوم وتمّ التركيز على أوقات الصلاة والاستراحة. ولم تُظهر الباحثة هويتها لكيلا يتأثر السلوك نتيجة الشعور بالمراقبة.

المرحلة الثانية: عمل تقييم ما بعد الإشغال لسلوك النساء العاملات لعينة من مباني مراكز التسوق المغلقة؛ للتعرف إلى مدى مُلاءمة الفراغات الموجودة لطبيعة المرأة العاملة. يعتمد هذا التقييم على جمع المعلومات السلوكية للمُستخدمين؛ لمعرفة تأثير تصميم الفراغات التي تحتاجها المرأة العاملة على السلوك. كان الغرض من عمل هذا التقييم هو الكشف عن العلاقة بين توفّر الاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة في مبنى المركز التجاري المغلق، وممارسة سلوك استخدام الفراغات لغير الغرض الذي صُمّمت لأجله.

تُعتبر أفضل الطُرق لجمع المعلومات السلوكية هي الملاحظة، ورسم خرائط سلوكية، وإجراء المُقابلات (برايزر وآخرون، ٢٠٠٦). وبما أنّ سلوك المُستخدمين يتغير تغيراً واضحاً عند وجود فريق البحث لعمل الملاحظة ورصد السلوك؛ فإنّ الملاحظة بالمشاركة تُعتبر من أفضل الطُرق للحصول على معلومات دقيقة وبشكل مباشر دون التأثير على سلوك المُستخدمين. يعتمد هذا النوع من الملاحظة على اشتراك الباحث مع المجموعة التي تخضع للملاحظة في أنشطتهم وسلوكهم ويمرّ بالأوضاع التي تمرُّ بهم حتى يفهم السلوك أكثر، ولا يكشف الباحث عن هويته حتى لا يتغيّر ويتأثر سلوك المجموعة بسبب عمل الملاحظة (أبو سمرة والطيطي، ٢٠١٩).

**مركز التسوق (١):** تبلغ مساحته ١٣٠,٠٠٠ متر مربع موزعة على ٣ طوابق أساسية. يحتوي الطابق الأرضي على مواقف للسيارات ومقاهٍ موزعة، ومحلات تجارية ودورات مياه مخصصة للنساء بداخلها غرف للقياس، ودورات مياه مخصصة للرجال. بينما يحتوي الطابق الأول على محلات تجارية، وممرات واسعة، وسينما، ودورات مياه للرجال والنساء. أمَّا الطابق الثاني فيضمُّ مدينةً للألعاب، ومطاعم للوجبات السريعة، وصالات طعام مفتوحة، ومُصلى خاص بالنساء ومُصلى للرجال. ويضمُّ المركز ٢٢٠ محلاً تجارياً تقريباً.

**مركز التسوق (٢):** تبلغ مساحته ١٢١,٠٠٠ متر مربع ويتكون من طابقين. يضمُّ الطابق الأول مواقف للسيارات و١٧٢ محلاً تجارياً تقريباً، ومقاهي موزعة، ودورات مياه للنساء بها غرف قياس، ودورات مياه خاصة للرجال وسينما. أمَّا الطابق الثاني فيحتوي على المطاعم وصالات لتناول الطعام، ومُصلى خاص بالنساء ومُصلى للرجال.

**مركز التسوق (٣):** تبلغ مساحته ٨٦,٧٠٠ متر مربع ويتكون من ٣ طوابق أساسية. يحتوي الطابق الأرضي على بعض المحلات التجارية ومواقف للسيارات. بينما يضمُّ الطابق الأول مجموعة من المحلات التجارية، ومقاهي موزعة ودورات مياه للنساء بها غرف للقياس ودورات مياه للرجال. أمَّا الطابق الثاني فيضمُّ مدينة

الخرائط السلوكية: رُصد السلوك بواسطة رسم الخرائط السلوكية التي تعتمد على تحديد المكان الذي يُمارَس فيه السلوك وطبيعة السلوك. كما تمَّ قياس المسافة بين الفراغات لمعرفة تأثير المسافة على ممارسة السلوك.

**عمل المقابلات:** عُمِلت المقابلة مع النساء العاملات الممارسات للسلوك، وكانت عبارة عن أسئلة مفتوحة تُناقش أسباب ممارسة السلوك وعلاقة ذلك بتوفير فراغات المبنى وتصميمها.

#### ١١. مجتمَع البحث

**المجتمَع الأول:** يتكون من مباني مراكز التسوق المغلقة في مدينة الرياض، وعددها ٢٢ مركزاً تجارياً تقريباً.

**المجتمَع الثاني:** يشمل النساء العاملات في المحلات التجارية في مراكز التسوق المغلقة.

#### ١٢. عيِّنة البحث

● **عيِّنة المجتمَع الأول:** تم اختيار عيِّنة من مباني مراكز التسوق المغلقة بواسطة طريقة العيِّنة العمدية التي يتعمد من خلالها الباحث اختيار العينة بناءً على معلومات مُعينة تجعلها ممثلة لمجتمَع البحث (العساف، ١٩٩٥). نتيجةً لذلك تم اختيار أكبر خمسة مراكز تسوق مغلقة في مدينة الرياض؛ من حيث المساحة، باعتبار أنَّها تضم جميع أنواع الفراغات، وأكبر عددٍ من النساء العاملات وهي:

المجتمع الأول التي تشمل خمسة مراكز تسوق مُغلقة في مدينة الرياض.

### ١٣. عرض النتائج

#### المرحلة الأولى

حُدِّدَت الفراغات التي تحتاجها المرأة بواسطة مُراجعة الأدبيات وعمل المقابلات المفتوحة مع مديري مراكز التسوق المُغلقة وحُصرت في (الجدول ٢). وقد أشار مدير مركز التسوق (١) إلى أن أهم الفراغات التي تحتاجها المرأة العاملة هي غرفة الاستراحة ومركز ضيافة الأطفال (مُقابله شخصية، ٨ نوفمبر ٢٠٢١)، بينما يرى مدير مركز التسوق (٢) أن غرفة الاستراحة والمُصلى القريب من المحلات التجارية تُعتبر من أهم الفراغات بسبب أن بعض النساء العاملات يُقمن بأداء الصلاة في المحلات التجارية والممرات القريبة منها (مُقابله شخصية، ١٠ نوفمبر ٢٠٢١). أما مدير مركز التسوق (٣) فقد أشار إلى أن غرفة الاستراحة ومنطقة التدخين تُعتبر من أهم الفراغات بسبب قيام بعض النساء العاملات بالتدخين في مخارج الطوارئ، ومواقف السيارات، والاستراحة في المصلى وغرف القياس القريبة من المحلات التجارية (مُقابله شخصية، ١٤ نوفمبر ٢٠٢١). وبالنسبة لمدير مركز التسوق (٤) فيرى أن الاحتياجات الفراغية للمرأة تشمل غرفة الاستراحة ومنطقة التدخين ومركز ضيافة الأطفال (مُقابله شخصية، ١٣ نوفمبر ٢٠٢١). أما مدير مركز التسوق (٥) فيرى أن أهم

للألعاب وصالات لتناول الطَّعام ومحلات تجارية ومُصلى خاص بالنساء ومُصلى للرجال. يُضم المركز أكثر من ٣٦٠ محلاً تجارياً.

**مركز التسوق (٤):** تبلغ مساحته ٨٢,٩٠٠ مترٍ مربع ويتكون من طابقين. ويحتوي الطَّابق الأرضي على مواقف للسيارات وعدد قليل من المحلات التجارية، ومكاتب إدارية ومُصلى خاص بالنساء ومُصلى للرجال. أمَّا أغلب المحلات التجارية، والمقاهي، والمطاعم، ودورات مياه النساء وغرف القياس التابعة لها، ودورات مياه الرجال، والسينما، ومدينة الألعاب؛ فتقع في الطَّابق الأول للمركز التجاري. ويضم المركز أكثر من ١٥٠ محلاً تجارياً.

**مركز التسوق (٥):** تبلغ مساحته ٨٢,٠٠٠ مترٍ مربع ويتكون من طابقين. يحتوي الطَّابق الأول على مواقف للسيارات، ومحلات تجارية، ومقاهٍ، ودورات مياه للنساء بها غرف للقياس، ودورات مياه خاصة للرجال. أمَّا الطَّابق الثاني فيضم مجموعة من المطاعم، وصالات لتناول الطعام، ومحلات تجارية، ومُصلى خاص بالنساء ومُصلى للرجال. ويضم المركز ٢٣٥ محلاً تجارياً تقريباً.

• **عيّنة المجتمع الثاني:** تمَّ اختيار عيّنة المجتمع الثاني وفقاً لطريقة العيّنة بالمُصادفة، حيث أُختيرت العيّنة بناءً على مُصادفة النساء العاملات المُمارسات لسلوك استخدام الفراغات لغير النِّشاط الذي صُممت لأجله في عينة

(مُتوافر ولا يراعي الاعتبارات التصميمية) يدلُّ على وجود الفراغات مع عدم مراعاة الاعتبارات التصميمية في (الجدول ١).

أشارت النتائج في (الجدول ٢) إلى عدم قدرة مباني مراكز التسوق المغلقة على تلبية الاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة والتي تتمثل في غرفة الاستراحة، ومنطقة تناول الطعام، ودورات المياه الخاصة بالموظفات، وغرفة الإسعافات الأولية، ومنطقة التدخين، ومركز ضيافة الأطفال. كما تُظهر النتائج أنه في حال توافر الفراغات في بعض المباني، فإن تصميمها لا يراعي الاعتبارات التصميمية التي تمَّ حصرها في (الجدول ١) حيث تتوفر مُصليات النساء في جميع مباني مراكز التسوق المغلقة، ولكن الوصول لها

الفراغات للمرأة العاملة هي غرفة الاستراحة ومركز ضيافة الأطفال (مُقابلة شخصية، ١٤ نوفمبر ٢٠٢١).

بعد حصر الاحتياجات الفراغية تمَّ التحقق من توافرها بواسطة عمل الزيارة الميدانية والملاحظة المباشرة ومراجعة المخططات المعمارية لمباني المولات في عينة الدراسة من المباني، يوضَّح (جدول ٢) نتائج فحص عينة مباني مراكز التسوق والتي اشتملت على التالي:

(مُتوافر) يدلُّ على وجود الفراغات مع مراعاة الاعتبارات التصميمية في (الجدول ١).

(غير مُتوافر) يدلُّ على عدم وجود الفراغات.

جدول رقم (٢). توفير الاحتياجات الفراغية في مباني مراكز التسوق المغلقة في مدينة الرياض

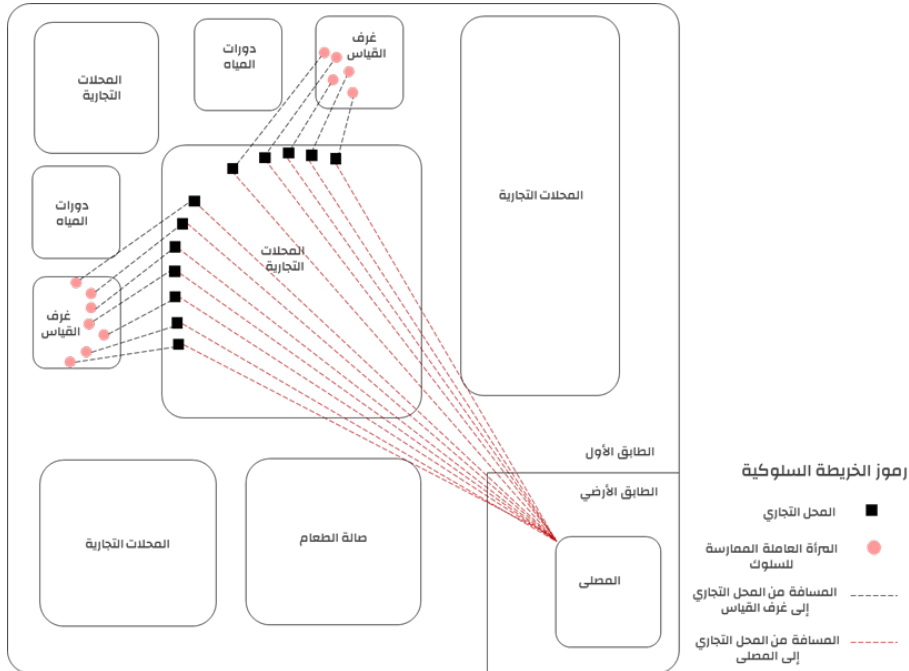
| مراكز التسوق المغلقة  |                 |                 |                 |                 | الاحتياجات الفراغية          |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------------------|
| مركز التسوق (5)   | مركز التسوق (4) | مركز التسوق (3) | مركز التسوق (2) | مركز التسوق (1) |                              |
| ○   | ○               | ○               | ○               | ○               | غرفة الاستراحة وتناول الطعام |
| ○   | ○               | ○               | ○               | ○               | دورات مياه خاصة بالموظفات    |
| ○   | ○               | ◐               | ○               | ○               | مركز ضيافة للأطفال           |
| ◐   | ◐               | ◐               | ◐               | ◐               | المُصلى                      |
| ○   | ○               | ○               | ○               | ○               | منطقة التدخين                |
| ○   | ○               | ◐               | ○               | ○               | غرفة الإسعافات الأولية       |
| متوافر ○ غير متوافر ◐ متوافر ولا يراعي الاعتبارات التصميمية ◐ |                 |                 |                 |                 |                              |



### المرحلة الثانية

أظهرت نتائج رصد سلوك العاملات في مراكز التسوق المغلقة عن طريق الملاحظة بالمشاركة انتشار سلوك استخدام الفراغ لغير النشاط الذي صُمم لأجله مثل: أداء الصلاة داخل غرف قياس الملابس التابعة لدورات مياه النساء، وتناول الطعام داخل المحلات التجارية. كما جرى تسجيل موقع ممارسة السلوك على مخطط المبنى لعمل الخرائط السلوكية التي أظهرت أن السلوك يمارس في الأماكن القريبة من المكان الذي تعمل فيه المرأة، حيث قامت مجموعة من العاملات بأداء الصلاة في غرف القياس القريبة من المحلات التجارية التي يعملن بها (شكل ١). نتيجة لذلك قيست المسافة بين المحلات التجارية التي تعمل بها النساء والفراغات التي

صعب؛ بسبب أنها تبعد أكثر من ٥٠ متراً عن المحل التجاري الذي تعمل فيه المرأة. كما يقع مُصلى النساء في طابق منفصل عن المحلات التجارية في مركز التسوق (١) و(٢) و(٤). وبالنسبة لمركز ضيافة الأطفال في مركز التسوق (٤) فإن مساحته ٢٤ متراً مربعاً تقريباً، وهي مساحة غير كافية حيث يجب أن لا تقل مساحة مركز ضيافة الأطفال عن ٥٠ متراً مربعاً في المركز التجاري الذي تبلغ مساحته (٤٠,٠٠٠) متر مربع فأكثر لاستيعاب العدد الكافي من أطفال الموظفات (الجدول ١). أما بالنسبة لغرفة الإسعافات الأولية فيعتبر الوصول لها صعباً، حيث تقع في منطقة معزولة عن المحلات التجارية، ولا يوجد لوحات إرشادية توضح موقعها وتسهّل الوصول إليها.



الشكل رقم (١). رسم مُجرّد لخريطة سلوكية ترصد سلوك الصلاة في عُرف القياس في أحد مباني مراكز التسوق المغلقة



تشير النتائج إلى أن السلوك يمارس من قبل العاملات إذا كانت المسافة بين الفراغات أكثر من ٥٠ متراً، أو إذا كان الفراغ الأساسي مثل المصلى يقع في طابق مستقل عن مقر عمل المرأة. نتيجة لذلك جرى العمل على تحليل البيانات إحصائياً بواسطة نموذج الانحدار اللوجستي لحساب نسبة الترجيح التي تُعبر عن مدى تأثير المسافة بين المحل التجاري والفراغات، مثل: غرف القياس والمصلى ومنطقة الطعام، على

استُخدمت لغير الوظيفة التي صُممت لأجلها، مثل: عُرف القياس، والمسافة بين المحلات التجارية والفراغات المُصممة لوظائف مُعينة مثل: المصلى ومنطقة الطعام، وحددت مسافة ٥٠ متراً في حد أقصى بين الفراغات بحسب (الجدول ١). ثم رصدت بيانات ممارسة السلوك ومواقع الفراغات؛ لمعرفة العلاقة التي تربط بين المسافة بين الفراغات وممارسة السلوك، ولُخصت النتائج في (الجدول ٣).

جدول رقم (٣). نتائج رصد السلوك في مراكز التسوق المغلقة

| مركز التسوق     | عدد النساء العاملات الممارسات للسلوك |                            |                              |                                    | المسافة بين المحلات التجارية ومنطقة الطعام                  | المسافة بين المحلات التجارية والمصلى                       |
|-----------------|--------------------------------------|----------------------------|------------------------------|------------------------------------|---|--|
|                 | الصلاة في غرف القياس                 | الصلاة في المحلات التجارية | تناول الطعام داخل غرف القياس | تناول الطعام داخل المحلات التجارية |   |  |
| مركز التسوق (1) | -                                    | 23                         | -                            | 23                                 | أكثر من 50 متراً (المطاعم تقع في طابق مستقل)                | أكثر من 50 متراً (المصلى يقع في طابق مستقل)                |
| مركز التسوق (2) | 20                                   | -                          | -                            | 18                                 | أكثر من 50 متراً (المطاعم تقع في طابق مستقل)                | أكثر من 50 متراً (المصلى يقع في طابق مستقل)                |
| مركز التسوق (3) | -                                    | 19                         | -                            | -                                  | أكثر من 50 متراً (المطاعم تقع في نفس طابق المحلات التجارية) | أكثر من 50 متراً (المصلى يقع في نفس طابق المحلات التجارية) |
| مركز التسوق (4) | 12                                   | -                          | -                            | -                                  | أكثر من 50 متراً (المطاعم تقع في طابق مستقل)                | أكثر من 50 متراً (المصلى يقع في طابق مستقل)                |
| مركز التسوق (5) | -                                    | 20                         | -                            | 20                                 | أكثر من 50 متراً (المطاعم تقع في نفس طابق المحلات التجارية) | أكثر من 50 متراً (المصلى يقع في نفس طابق المحلات التجارية) |

قيمة نسبة الترجيح (٠,٤٧, ١)، ويعني ذلك أنه بزيادة المسافة بين المحل والمُصلى متراً واحداً يرتفع احتمال أداء الصلاة في غرف القياس بنسبة (٧, ٤٪).

كما تُشير النتائج إلى وجود تأثيرٍ للمسافة بين المحل التجاري ومنطقة الطعام على سلوك تناول الطعام داخل المحل التجاري، وقد بلغت قيمة نسبة الترجيح (٠,٩٢, ١)، ويعني ذلك أنه بزيادة المسافة بين المحل التجاري ومنطقة الطعام متراً واحداً يرتفع احتمال تناول الطعام داخل المحل التجاري بنسبة (٢, ٩٪).

### مركز التسوق (٣)

تُشير النتائج إلى عدم وجود تأثيرٍ للمسافة بين المحل التجاري والمُصلى على أداء الصلاة داخل عُرف القياس.

### مركز التسوق (٤)

تُشير النتائج إلى وجود تأثيرٍ للمسافة بين المحل التجاري والمُصلى على أداء الصلاة داخل عُرف القياس، وقد بلغت قيمة نسبة الترجيح (٠,٤٢, ١)، ويعني ذلك أنه بزيادة المسافة بين المحل والمُصلى متراً واحداً يرتفع احتمال الصلاة في عُرف القياس بنسبة (٢, ٤٪).

### مركز التسوق (٥)

تُشير النتائج إلى عدم وجود تأثيرٍ للمسافة بين المحل التجاري والمُصلى على أداء الصلاة في

ممارسة النساء للسلوك. إذا كانت نسبة الترجيح ١ فهذا يدل على عدم وجود تأثير للمسافة على السلوك، أما إذا زادت قيمتها عن ١ فهذا يدل على أن هناك تأثيراً للمسافة على السلوك، وبزيادة المسافة متراً واحداً تزيد احتمالية ممارسة السلوك. وبعد حساب نسبة الترجيح أظهرت النتائج ما يلي:

### مركز التسوق (١)

يوجد تأثير للمسافة بين المحل التجاري والمُصلى على أداء الصلاة داخل المحلات التجارية، وقد بلغت قيمة نسبة الترجيح (٠,٥١, ١)، ويعني ذلك أنه بزيادة المسافة بين المحل التجاري والمُصلى متراً واحداً يرتفع احتمال أداء الصلاة داخل المحل التجاري بنسبة (١, ٥٪).

كما أظهرت النتائج وجود تأثيرٍ للمسافة بين المحل التجاري ومنطقة الطعام على سلوك تناول الطعام داخل المحل التجاري، وقد بلغت قيمة نسبة الترجيح (٠,١٧, ١)، ويعني ذلك أنه بزيادة المسافة بين المحل التجاري الذي تعمل فيه المرأة ومنطقة الطعام متراً واحداً يرتفع احتمال تناول الطعام داخل المحل التجاري من قبل البائعة بنسبة (٧, ١٪).

### مركز التسوق (٢)

تُشير النتائج إلى وجود تأثيرٍ للمسافة بين المحل التجاري والمُصلى على أداء الصلاة داخل غرف القياس التابعة لدورات المياه، وقد بلغت

بأداء الصَّلَاة داخل عُرف القياس التَّابِعة لدورات مياه النِّساء القريبة من المحلَّات التجارية بسبب أنَّ المصلي يقع في طابقٍ مستقلٍّ وعلى بُعد مسافة تتجاوز ٥٠ متراً.

في مركز التسوُّق (٥) قامت ٢٠ امرأة عاملة بأداء الصلاة وتناول الطَّعام داخل المحلَّات التجارية، وبما أنَّ المسافة التي تفصل المصلي ومنطقة الطَّعام عن المحلَّات التجارية تتجاوز ٥٠ متراً، فإنَّ سبب مُمارسة السُّلوك هو بُعد المسافة بين المحلَّات التجارية التي تعمل فيها النِّساء والمصلي ومنطقة الطَّعام.

كما تُشير نتائج المُقابلات مع النِّساء العاملات المُمارِسات للسُّلوك واللاتي بلغ عددهن ١١٢ امرأة عاملة، أن سبب تناول الطَّعام وأداء الصَّلَاة في المحل التجاري والفراغات القريبة منه مثل عُرف القياس؛ هو موقع الفراغات التي صُممت لهذه الأنشطة، حيث يسبب لهن المشي لمسافات طويلة التعب والإجهاد وضياع الوقت المُخصَّص للاستراحة (مقابلات شخصية، نوفمبر ٢٠٢١).

نتيجةً لما سبق تُشير نتائج تقييم ما بعد الإشغال السُّلوكي لمباني المراكز التجارية المغلقة إلى أن تصميم الفراغات التي تحتاجها المرأة في بيئة العمل بوضعها في أماكن بعيدة عن مقر عمل المرأة لا يُلائم طبيعة التكوين الجسدي لها حيث إنها معرضة للتعب والإجهاد؛ بسبب اتِّساع الحوض الذي يؤدِّي إلى انقباض العضلات أثناء

عُرف القياس التَّابِعة لدورات المياه. كما لا يوجد تأثير للمسافة بين المحل التجاري ومنطقة الطَّعام على سلوك تناول الطَّعام داخل المحل التجاري من قبل البائعات.

#### ١٤. التحليل والمناقشة

من خلال تحليل البيانات في (جدول ٣)، ونتائج التحليل الإحصائي والمقابلات يمكن الوصول إلى ما يلي:

في مركز التسوُّق (١) قامت ٢٣ امرأة عاملة بأداء الصلاة وتناول الطَّعام داخل المحلَّات التجارية بسبب وقوع المصلي ومنطقة الطَّعام في طابقٍ مُستقلٍّ عن الطابق الذي تقع فيه المحلَّات التجارية وعلى بُعد يتجاوز ٥٠ متراً.

في مركز التسوُّق (٢) قامت ٢٠ امرأة عاملة بأداء الصلاة داخل عُرف القياس التَّابِعة لدورات مياه النساء القريبة من المحلَّات التجارية، كما قامت ١٨ امرأة عاملة بتناول الطَّعام داخل المحلَّات التجارية وذلك بسبب وقوع المصلي ومنطقة الطَّعام في الطَّابق الثاني المستقل عن الطابق الذي تقع فيه المحلَّات التجارية وعلى بُعد مسافة تتجاوز ٥٠ متراً.

في مركز التسوُّق (٣) قامت ٢٠ امرأة عاملة بأداء الصلاة داخل المحلَّات التجارية بسبب طول المسافة بين المصلي والمحلَّات التجارية حيث تتجاوز ٥٠ متراً.

في مركز التسوُّق (٤) قامت ١٢ امرأة عاملة

الاستراحة، ومنطقة تناول الطعام، ودورات المياه الخاصة بالموظفات، ومنطقة التدخين، والمُصل، ومركز ضيافة الأطفال، وغرفة الإسعافات الأولية.

● تصميم الفراغات التي تحتاجها المرأة العاملة مع مراعاة تحقيق الخصوصية البصرية، والسمعية، وسهولة الوصول، وتوفير الأثاث المريح والقابل للتنظيف والمقاوم للبكتيريا، وتحقيق الراحة البصرية والسمعية.

● تخطيط وتوزيع الفراغات التي تحتاجها المرأة العاملة في مبنى المركز التجاري المغلق بما يُلائم طبيعتها وقدرتها على الحركة على النحو الآتي (شكل ٢):

١. تقليل المسافات بين الفراغات التي تحتاجها المرأة في بيئة العمل حيث إن المشي لمسافات طويلة بين الفراغات غير مُلائم لطبيعة التكوين الجسدي للمرأة.

٢. تجزئة مُصلى النساء إلى عدة مُصليات صغيرة تكون قريبة من المحلات التجارية التي تعمل فيها النساء.

٣. تجزئة مساحة الفراغات التي تحتاجها المرأة في بيئة العمل وتوفير العديد منها بحيث تكون قريبة من مقر عمل النساء؛ لضمان سهولة الوصول للجميع.

٤. توزيع المحلات التجارية في جميع طوابق المبنى، مع مراعاة توفير الاحتياجات

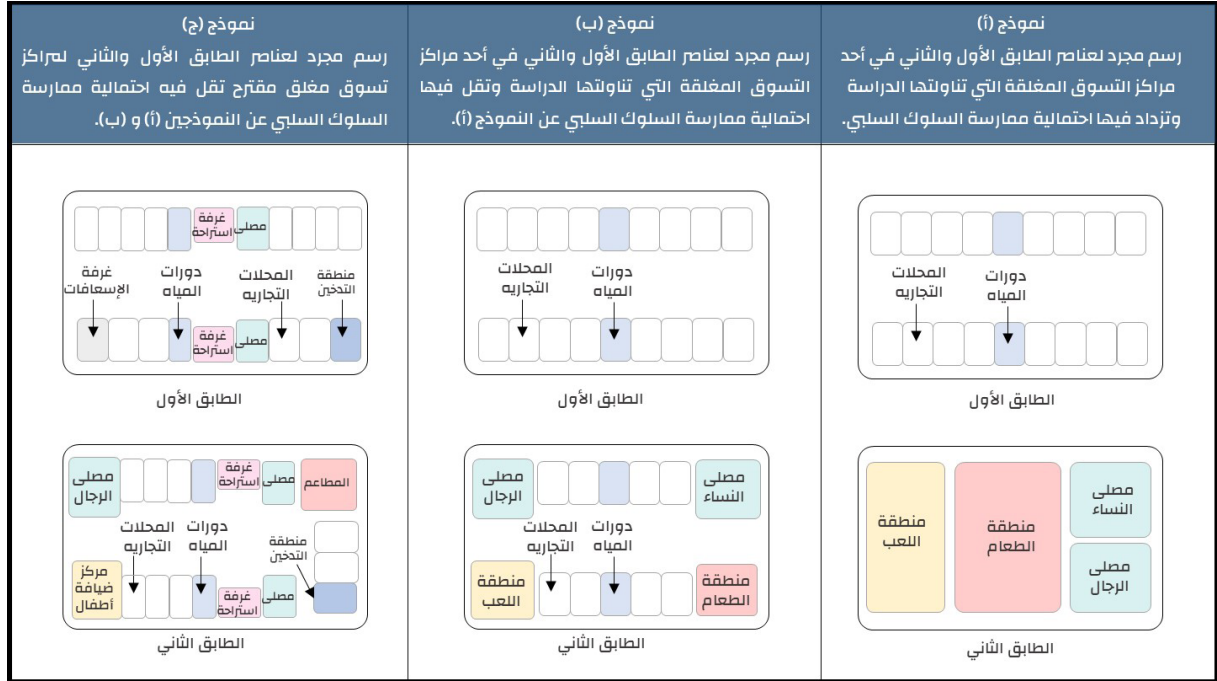
المشي وهو ما يتسبب في تقليل عدد خطواتها فتستغرق وقتاً أطول من الرجل أثناء المشي (Johansen, 1996). ونتيجةً لطول المسافات بين الفراغات الأساسية والمحلات التجارية تتعرض المرأة العاملة للتعب والإجهاد أثناء المشي المُتكرّر، وتمضي وقتاً أطول يُستهلك من الوقت المُخصّص لها للاستراحة، وهو ما يدفعها للممارسة سلوكٍ استخدام الفراغات القريبة، وإن كانت غير مُصممة للصلاة وتناول الطَّعام.

## ١٥. الخلاصة والتوصيات

تُظهر الدِّراسة أن مباني مراكز التسوق المغلقة في عينة الدراسة لا تُلبّي كثيراً من الاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة. وفي حال توافر بعض الفراغات في هذه المباني فتصميمها لا يُراعي الاعتبارات التصميمية التي تجعلها مُلائمة لطبيعة المرأة العاملة مثل: سهولة الوصول، وقرب الموقع من منطقة العمل، ونتيجةً لذلك تقوم النساء العاملات في المركز التجاري المغلق بممارسة سلوك استخدام الفراغات لغير الوظيفة التي صُممت لأجلها، مثل: أداء الصلاة، وتناول الطعام في المحلات التجارية وغرف القياس التابعة لدورات المياه؛ بسبب قُربها من المحل التجاري الذي تعمل فيه المرأة ويُعد الفراغات الأساسية عنه.

ونتيجةً لما سبق تُوصي الدِّراسة بما يلي:

● توفير الاحتياجات الفراغية للمرأة العاملة في مراكز التسوق المغلقة والتي تشمل: عُرف



الشكل رقم (٢). رسم مجرد لنموذجين (أ) و (ب) يمثلان مراكز التسوق المغلقة التي تناولتها الدراسة ونموذج (ج) لتخطيط مجرد مقترح.

- عمل دراسات تقييم ما بعد الإشغال لمباني مراكز التسوق المغلقة للتعرف إلى احتياجات المستخدمين من مُتسوقين وعاملين.
- عمل الدراسات التي تُركّز على تصميم مباني مراكز التسوق المغلقة بما يواكب التغيرات الاجتماعية والاقتصادية.

## ١٦. المراجع

### المراجع العربية

- أندرو، فرنسيس. علم النفس البيئي. ترجمة عبد اللطيف خليفة وجمعة سيد يوسف الكويت. مطبوعات جامعة الكويت، ١٩٩٨ م.

الفراغية للمرأة العاملة في الطابق نفسه الذي تقع فيه المحلات التجارية التي تعمل فيها النساء.

٥. عزل منطقة التدخين داخل المركز التجاري عن بقية الفراغات، ومراعاة تصريف الهواء الذي بداخلها إلى خارج المبنى.

وبما أن الهدف الرئيس من هذه الدراسة هو استكشاف مدى تلبية مباني المراكز التجارية لاحتياجات المرأة العاملة بعد قرار تأنيث المحلات التجارية، تُوصي الدراسة بما يلي:

- عمل الدراسات المتخصصة في مجال مواصفات وخصائص الفراغات التي تحتاجها المرأة العاملة بخاصة في المراكز التجارية المغلقة.

والمهنية التي تواجه المرأة العاملة في محلات بيع المستلزمات النسائية: دراسة مطبقة على عينة من العاملات السعوديات في محلات بيع المستلزمات النسائية بمدينة جدة، شؤون اجتماعية: جمعية الاجتماعيين في الشارقة، المجلد ٣٥، (العدد ١٣٨)، ص ٢٢١-٢٧٤، (٢٠١٨م).

العساف، صالح. المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية. الرياض: مكتبة العبيكان، ١٩٩٥م

وزارة الصحة السعودية. الحمل والعمل»، وزارة الصحة، (٢٠٢٢م). تم الاسترداد من: <https://www.moh.gov.sa/HealthAwareness/EducationalContent/wh/Pages/Work.aspx>

وزارة العمل. القرار الوزاري رقم ١/٤٠٠، وزارة العمل، (١٤٢٨هـ). تم الاسترجاع من: <https://sosh.hrsd.gov.sa/ar/Technical-roles-and-regulations>

وزارة العمل. دليل عمل المرأة في القطاع الخاص، وزارة العمل، (١٤٣٥هـ). تم الاسترجاع من: <http://www.wafa.com.sa/photoGallery/author/FTP/0005500055.pdf>

وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية. الضوابط التنظيمية لمراكز ضيافة الأطفال الأهلية، وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية، (١٤٤٣هـ). تم الاسترجاع من: <https://hrsd.gov.sa/sites/default/files/1112021.pdf>

برايزر، وولفانج ف، راينوتيز، هارفي، وايت، إدوارد. تقييم ما بعد الإشغال. ترجمة هشام جلال أبو سعدة ورافع إبراهيم حقي و مصطفى محمد جبر. المملكة العربية السعودية: جامعة الملك فيصل، ٢٠٠٦م.

جريدة الرياض. «المراكز التجارية في المملكة البيئة الأكثر جذباً للقوى العاملة النسائية، جريدة الرياض، (٢٠١٩م). تم الاسترجاع من: <https://www.alriyadh.com/1746721>

السبيعي، منيرة. «مشكلات عمل المرأة السعودية في المحلات التجارية: دراسة ميدانية على محافظة الرياض والخرج»، مجلة البحث العلمي في التربية بجامعة عين شمس، المجلد ١٩، (العدد ٢)، ص ١٣٧ - ١٦٨، (٢٠١٨م).

أبو سمرة، محمود، الطيطي، محمد. مناهج البحث العلمي من التبيين إلى التمكين. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م.

الشهري، حنان. «التحديات التي تواجه المرأة العاملة في القطاع الخاص: دراسة ميدانية»، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية مركز جيل البحث العلمي، المجلد ٦، (العدد ٤٩)، ص ٣٩-٥٤، (٢٠١٩م).

العتيبي، هند بنت خالد. المشكلات الاجتماعية

**Alassaf, Saleh.** Introduction to research in behavioral sciences. Riyadh: Obeikan Library, 1995.

**Ministry of Health.** pregnancy and labor , Ministry of Health, (2022). Retrieved from: <https://www.moh.gov.sa/HealthAwareness/EducationalContent/wh/Pages/Work.aspx>

**Ministry of Labour.** A guide to women's work in the private sector , Ministry of Labour , (1435 AH). Retrieved from <http://www.wafa.com.sa/photoGallery/author/FTP/0005500055.pdf>

**Ministry of Human Resources and Social Development.** Regulatory controls for private children's hospitality centers, Ministry of Human Resources and Social Development, (1443 AH). Retrieved from <https://hrsd.gov.sa/sites/default/files/1112021.pdf>

**Ministry of Labor.** Ministerial Resolution No. 400/1, Ministry of Labor, (1428 AH). Retrieved from <https://sosh.hrsd.gov.sa/ar/Technical-roles-and-regulations>.

### English References

**Ahmed, W., & Hassanain, M. A.** Post-occupancy evaluation of a university shopping mall facility», Architecture Civil Engineering Environment, 5-15, (2020).

**Alevantis, L., Wagner, J., Fisk, W., Sullivan, D., Faulkner, D., Gundel, L., Flessel, P.** Designing for smoking rooms», ASHRAE Journal, 26-32, (2003).

**Alnuman, N., & Altaweel, M. Z.** Investigation of the acoustical environment in a shopping mall and its correlation to the acoustic comfort of the workers, Applied Sciences (Switzerland), (2020).

**Arsan, T., & Kepez, O.** Early steps in automated behavior mapping via indoor sensors. Sensors (Switzerland), Vol.17,(12) , (2017).

### Arabic References

**Andrew, Francis.** Environmental Psychology. translated by: Abdullatif Khalifa, collected by Sayed Youssef. Kuwait: Kuwait University Press, 1998.

**Praiser, Wolfgang F., Rabinowitz, Harvey Z., White, Edward T.** Post-occupancy evaluation. translated by: Hisham Jalal Abu Saada, Rafe' Ibrahim Haqqi, Mustafa Mohammad Jabr, Al-Ahsa, Saudi Arabia: King Faisal University, 2006.

**Al-Riyadh newspaper.** The commercial centers in the Kingdom are the most attractive environment for the female workforce , Al-Riyadh newspaper ,(2019). Retrieved from: <https://www.alriyadh.com/1746721>.

**Al-Subaie, Munira.** Problems of Saudi women working in shops: A field study on the governorates of Riyadh and Al-Kharj , Journal of Scientific Research in Education: Ain Shams University - Girls' College of Arts, Sciences and Education, Vol.19, (2), 137 – 168, (2018).

**Abu Samra, Mahmoud and Al-Titi, Mohammad.** Scientific Research Methods from Clarification to Empowerment, Amman:Al-Yazuri Scientific Publishing and Distribution House, 2019.

**Al-Shehri, Hanan.** Challenges facing women working in the private sector: a field study, Jill Journal of Humanities and Social Sciences: Jill Centre for Scientific Research, Vol.6, (94), 39 – 54, (2019).

**Al-Otaibi, Hind.** Social and occupational problems facing women working in women's supply stores: A study applied to a sample of Saudi female workers in women's supply stores in Jeddah». Social Affairs: Society of Sociologists in Sharjah, Vol. 35, pp. 138, 221-274, (2018).



- Johansen, M. K.** Gender differences in walking with respect to movement of the pelvis», Doctoral dissertation, University of British Columbia, (1996).
- Michon, R., Yu, H., Smith, D., & Chebat, J. C.** «The influence of mall environment on female fashion shoppers» value and behavior», *Journal of Fashion Marketing and Management*, 456-468, (2008).
- Park, N. K., & Farr, C. A.** The effects of lighting on consumers» emotions and behavioral intentions in a retail environment: A cross-cultural comparison. *Journal of Interior Design*, 17-32, (2007).
- Randolph, S. A.** Stress, working women, and an occupational stress model, *Occupational Health Nursing*, Vol.32,(12), 622-625, (1984).
- Sarial, A. S., Utaberta, N., Ismail, N. A., Ariffin, N. F., Yunus, M. Y., & Ismail, S.** Evaluation of the Standard Design of the Prayer Room in shopping mall. *Advances in Environmental Biology*, Vol.9,(24) , 22-26. (2015).
- Sekine, M., Chandola, T., Martikainen, P., Marmot, M., & Kagamimori, S.** Sex differences in physical and mental functioning of Japanese civil servants: explanations from work and family characteristics. *Social science & medicine*, Vol.71,(12) 2091-2099, (2010).
- Azhari, N. F., Salam, H., & Hasbullah, M. N.** Baby Care Room in shopping malls: Accessibility to Malaysian Public, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol.35,(2012).
- Buxton, P.** *Metric handbook: planning and design data.* Routledge, 2018.
- Britanik, K. L.** Where are the ladies' rest rooms? The evolution of women-only resting rooms amid social changes of the early twentieth century, (2012).
- Cetin, C., Ballice, G., & Tuna Ultav, Z.** Satisfaction of Healthcare Staff With the Quality of Working and Resting Areas: Healthcare Interiors in the City of İzmir, Turkey, *Gazi University Journal of Science*, (2019)
- Dahlberg, R., Karlqvist, L., Bildt, C., & Nykvist, K.** Do work technique and musculoskeletal symptoms differ between men and women performing the same type of work tasks?, *Applied Ergonomics*, Vol.35,(6) , 521-529. (2004).
- Ellard, C.** *Places of the heart: The psychogeography of everyday life,* Bellevue literary press, (2015).
- Greed, C.** Join the queue: Including women's toilet needs in public spaces. *The Sociological Review*, Vol.67,(4) , 908-926, (2019).
- Greene, R. R.** *Human Behavior Theory and Social Work Practice,* Routledge, (2017).
- Hardwick, M. J.** *Mall Maker: Victor Gruen, architect of an American dream.* University of Pennsylvania Press, (2015).
- Ibrahim, I., Awad, A., & Ahmed, M.** THE CALIBRATION OF SHOPPING CENTER IN EGYPT ACCORDING TO INTERNATIONAL STANDARDS. *Journal of Engineering Sciences*, Vol.47,(1) ,86-113, (2019).

## Spatial Needs of Working Women in Shopping Malls in Riyadh

Maha Mansour Alzahrani

Mohammad Alissan Alghamdi

*Department of Architecture and Building Science, College of Architecture and Planning, King Saud University, Riyadh, Saudi Arabia.*

*mahaalzahrani9@gmail.com*

*malissan@ksu.edu.sa*

Received 8/12/2021; accepted for publication 7/6/2022

**Abstract.** The number of working women in shopping malls in Saudi Arabia has increased due to women's empowerment and the diversification of employment opportunities. Since more women are working in these facilities, the behavior of using the spaces for purposes other than what they were designed for has spread. Practicing this behavior may be due to the lack of spaces required for women in the workplace, or it may be due to the unsuitable design of the spaces for women. As a result, this study investigates the extent to which shopping mall buildings can accommodate the spatial needs of working women. The research methodology is divided into two stages: the first stage is to ensure that shopping mall buildings provide the spaces needed by women in the workplace. The second stage is a post-occupancy behavioral evaluation to assess the appropriateness of the design of the spaces for women. The findings showed that shopping mall buildings lack many of the spaces that women require at the workplace, and even if these spaces are available, their design is unsuitable for women. Consequently, women use some of these spaces for purposes other than what they were designed for.

**Key words:** Spatial Needs, Shopping Malls, Working Women, Post-Occupancy Evaluation.