

التميز كأداة للتحكم في جودة الحياة لأنماط الإسكان بالحالة المصرية

م.م/ نورهان محمد عبد العزيز

مدرس مساعد بقسم التصميم العمراني
كلية التخطيط الإقليمي والعمراني- جامعة القاهرة
Eng_nourhan88@hotmail.com

د/مروة سبوية حامد

مدرس بقسم التخطيط العمراني
كلية التخطيط الإقليمي والعمراني- جامعة القاهرة
Marwa_sebawy@cu.edu.eg

ملخص البحث:

تهدف الورقة إلى صياغة الفكر العام لعملية التميز بالمدينة وعلاقتها بمستويات الإسكان، ونماذج واستراتيجيات تطبيقها وتقييمها ومدى تأثيرها على تحسين أنماط الإسكان بالمدينة اجتماعيا واقتصاديا وبيئيا وعمرانيا للمساهمة في تحسين جودة الحياة والصورة المميزة للمدينة. وتهدف الورقة البحثية الي رصد العلاقة بين أنماط بمصر وعناصر تحديدها من حيث الدخل ومستوى التعليم والذي ينعكس بصورة أساسية على المظهر والطابع العمراني والمعماري لكل فئة وملاح التميز العمراني والتي تختلف بصورة متباينة بين الفئات، وذلك يعد بمثابة الميزة التنافسية التي تجعل المكان متفرد من خلال سماته المادية وغير المادية مع مراعاة تحقيق احتياجات مستخدمي المكان وعمل ترابط بين المستخدمين والمكان لتمييزه عن الأماكن الأخرى. بالإضافة إلى انعكاس ذلك على فكرة جودة الحياة والتي تزايد الاهتمام بمؤشراتها وقضاياها وطرق تقييمها في السنوات الاخيرة من قبل المنظمات العالمية مثل منظمة الأمم المتحدة للتطور الإنساني الإجماع (The UN's Human Development Index)، والمهتمين بالمجال مثل مجلس التنمية الاجتماعية بانثاريو (The Ontario Social Development Council's)، والمهتمين بالتنمية المستدامة ويمكن ترجمتها بطرق كثيرة مختلفة طبقا لأصحاب المصالح المختلفة سواء سكان المدينة أو رجال الأعمال أو زائري المدينة فقد تعنى للبعض الأمن والأمان، فرص التوظيف، بيئة نظيفة، الحصول على الخدمات، والتماسك الاجتماعي، بالإضافة إلى ان البحث يهدف للوصول لنموذج تطبيقي وعلمي مبني على اساس التحليلات للتجارب والادبيات للعلاقة بين عملية تميز المدينة بالهوية وصورة المدينة ومؤشرات جودة الحياة لأنماط الإسكان في ظل التحولات المستمرة للنواحي العمرانية والاقتصادية والتكنولوجية للسكان والمجتمع كمنظومه ديناميكية واخيرا يقدم البحث مجموعه من التوصيات كألية لتنفيذ وتطوير تلك العلاقة الثلاثية.

الكلمات الدالة: تميز المدينة أو المكان- مؤشرات جودة الحياه -أنماط الإسكان - فئات الإسكان في مصر.

١ مقدمة

تميز المدينة له علاقات متعددة ببعض مداخل العمران (الاستدامة- التنافسية- هوية وصورة المدينة) حيث يساهم في توفير بيئة عمرانية متفردة عن طريق تعزيز وتقوية الهوية وتحسين المدينة مما يترتب عليه تحقيق ميزة تنافسية للمدينة تساعد على توفير صورة مميزة عالمية للمدينة متفردة عن المدن الأخرى وزيادة تنافسيتها. وبالتالي تساهم في القضاء على سلبيات العولمة التي أدت إلى تشابه المدن. أما الاستدامة فقد تساهم في تحقيق تميز المدينة أو أن عملية التميز قد تساهم في تحقيق الاستدامة وبالتالي تتمتع عملية التميز بعلاقة تبادلية مع الاستدامة. كل ذلك انعكس على أحياء ومجاورات المدينة من خلال مستويات إسكانها.

وقد ظهر ذلك من قديم الزمان كما يتضح جليا في العمران الحالي فقد ظهرت فكرة عمران الطراز الفرعوني والاسلامي وبرز التفرد والتميز حتى الان في فكرة المشربيات والفراغات المتوالية والطابع الاسلامي كما بالنحاسين والمغربلين والصاغة بوسط البلد، والتي روعى بها فكر الاستدامة منذ قديم الزمان وكانت تميز عمران الفئات المتوسطة والعليا. ومرت المدن بمراحل متعددة وصولا إلى فكرة التميز المبني على اساس الطابع العمراني والهوية مثل إسكان النوبة والصحاري والتماشي مع الطبيعية الصحراوية بالإضافة إلى إسكان الفيلات بأشكاله المختلفة وظهور أنماط كالريف الاوربي كجمعيه عرابي والذي اعطى تفرد لخصائص مدينه العبور وصولا إلى أنماط جديدة حالية وهي فكرة العمران الذكي وهو ما يتجه اليه العالم حاليا ويظهر بصورة مصغرة في القرية الذكية أو بالإسكان الذكي.

وتتخذ الورقة منهج متكامل نحو الوصول إلى أسس التميز كأداة للتحكم في جودة الحياة لأنماط الإسكان بالحالة المصرية من خلال دراسة ثلاث محاور رئيسية وهي دراسة لفكر تميز المدينة أو المكان (Place Branding/City) للخروج بأهم أسس تميز المدينة أما المحور الثاني فيهتم بدراسة أنماط الإسكان بمصر وأسس تحديدها وتحديد العلاقة بينهما أما المحور الثالث فيهتم بمؤشرات جودة الحياة وصولا إلى إيجاد علاقة بين المحورين السابقين كما هو موضح بالشكل التالي رقم (١).

شكل (1) منهجية البحث للوصول لأسس التميز كأداة للتحكم في جودة الحياة لأنماط الإسكان بالحالة المصرية



٢ التميز والعمران - عملية تميز المدينة أو المكان (Place Branding/City)

بدأ في الأونة الأخير اهتمام عالمي بتطوير وتحسين صورة المدينة كاستراتيجية تساعد في تحسين جودة الحياة بها لخلق ميزة تنافسية لها على المستوى العالمي، مما يساهم في تفرد صورتها ونشأة صورة مميزة لها (Brand Image). فبدأ العلماء والباحثين العمرانيين الاهتمام بمدخل جديد يسمى عملية التميز (Branding) واستخدامه لتحسين الأماكن العمرانية بجميع مستوياتها المختلفة وجعلها ذات تميز عالمي.

١/٢ المفاهيم المتعلقة بعملية تميز المدينة/ المكان

تعددت المفاهيم المتعلقة بعملية تميز المدينة ومن خلال دراسة استقرائية في مجال التميز تم حصر أهم المفاهيم وتشمل التمييز، تميز المكان، الصورة المميزة.

التمييز (Brand): قام العالم بلمر (2003) بتوضيح امكانية تطبيق التميز على البعد المكاني من خلال العبارة الأتية "أن التميز يمكن أن يستخدم للإقليم أو المدن" (Balmer and Gray, 2003:972). وقد ادى ظهور العولمة وعوامل أخرى كثيرة أدت إلى تشجيع المدن لبيع أو ترويج اختلافها وتفردا بمواقع ثقافية أو شخصيات هامة أو بنية تحتية إلى ظهور تعريفات توضح امكانية تطبيق التميز على المكان أو البيئة العمرانية مثل "التمييز هو السمات المادية وغير المادية للمكان" (Nworah, 2006) و"التمييز هو سهولة قراءة البيئة الخاصة بأى مكان وبالتالي هو ليس مصدر للاختلاف فقط ولكن مصدر للاستمرارية والإدراك وكشف الهوية" (Evans, 2003; Mihalis, 2005) و"التمييز هو التعرف على المكان لزيادة إدراك المستخدم للقيمة المضافة الفريدة المرتبطة بتلبية إحتياجاته وتحقيق الميزة التنافسية للمكان" (Scott et al., 2011). **يستنتج مما سبق** أن تميز المكان هو إدراك للميزة التنافسية أو الميزة التي تجعل المكان متفرد من خلال سماته المادية وغير المادية مع مراعاة تحقيق إحتياجات مستخدمي المكان وعمل ترابط بين المستخدمين والمكان لتمييزه عن الأماكن الأخرى.

عملية تميز المكان (Place Branding): إنحصر المفهوم في ثلاث جهات نظر مختلفة، أولا عملية التميز أنها عملية خلق وتخطيط وربط بالهوية وبالاسم وبخصائص وبسمات المكان التي تهدف إلى إدارة الصورة والسمعة الخاصة بكل مكان وإضافة قيمة له (Paliaga, Franjic and Strunje, 2010, Taha, 2013) حيث أنها عملية تعتمد على تشكيل صورة وسمعة المكان على المستوى العالمي لحدوث هيمنة وزيادة التنافسية العالمية للمدينة (Scott et al., 2011) بهدف عمل مكانة داخلية وخارجية ليصبح المكان واجهة جيدة للاستثمار والسياحة والتجارة وزيادة جودة المدينة وحل مشاكلها (Taha, 2013)، أى انه الخطوات التي تتخذ لتحسين وتغيير الصورة البصرية للمدينة، وهذه الخطوات تشمل الترويج ولكن عادة تعنى التحسين (Hildreth, 2008). ثانيا عملية التميز كاستراتيجية حيث تم تعريفها في بادئ الأمر على أنها استراتيجية ثقافية ثم تطورت لتكون استراتيجية تنمية لجميع جوانب المدينة لزيادة ميزتها التنافسية عن طريق إعطاءها صورة تعبر عن تحقيق الأهداف والقيمة الاقتصادية والسياسية والثقافية والتنمية الاجتماعية الاقتصادية كمدخل يساعد على جذب السياح وترويج هوية المدينة وصورتها المميزة عالميا (Hanan and Rowlet, 2008; Kaplan, et.al, 2010). ثالثا عملية التميز كمنشط تسويقي من خلال منح المكان لوجو ومواقع إلكترونية لتحديد وتجميع الهوية والصورة المعبرة عن المكان في رسالة تسويقية واحدة تعبر عن تميز المدينة وما حدث من تطور بها

التسويقية (Mihalis, 2005). مع الأخذ في الاعتبار إحتياجات المستخدم ومراعاة توضيحها في الرسالة

الصورة المميزة (Brand Image): صورة المكان هي نتاج عقلى لعناصره المتنوعة من تاريخ وجغرافيا وفن وموسيقى وإعلانات... إلخ، وكلما كانت تلك العناصر متفردة كلما كانت قدرة المكان على التنافس والتفرد قوية وصورته في ذهن الأفراد متفردة عن الأماكن الأخرى (Hassan, Abdel Hamid and Al Bohairy, 2014). ومن هنا ظهر تعريف الصورة المميزة "هي تحويل البيئة العمرانية إلى تميز (Brand) ليست متصلة فقط بالصورة البصرية ولكن إمتدت لتشمل تجربة المكان أيضاً" (Abelaal and Hussein, 2012:571). وللتوضيح أكثر فإن الصورة المميزة هي إدراك التميز في عقول الأفراد أى ما الذى يعتقده أو يصدقه الأفراد من توقعاتهم ومشاعرهم عن المكان ذو التميز الصورة من خلال عناصر المكان المادية المتمثلة في العلامات المميزة ومناطق التجمع وحدود المكان ومسارات الحركة والأحياء والمداخل أو يقصد بها المعلومات المتوفرة عن المكان عبر الإعلانات والمواقع الإلكترونية... إلخ بالإضافة إلى زيارة المكان وتجربته للارتباط به معنوياً مما يساعد الأفراد على تناقل الكلام عن تجربتهم ومساعدة الأفراد الآخرين على تكوين صورتهم المميزة (Helmy, 2008)، وبالتالي تتكون الصورة المميزة من صورة معنوية (Appgisive Image) ويقصد بها هي الصورة التي تعبر كيف يشعر المستخدم تجاه المكان وصورة إدراكية (Cognitive Image) ويقصد بها الصورة المدركة للمكان في ذهن المستخدم من خلال مجموعة عناصر أو معلومات متنوعة عن المكان.

ويستنتج مما سبق مفهوم عملية تميز المدينة (City Branding) طبقاً لمنهج البحث: "أنها استراتيجية لتجديد وتحسين المدينة في جميع جوانبها الاقتصادية والاجتماعية والعمرانية والسياسية وإنعكاس ذلك من خلال صورة تسويقية تتمثل في لوجو أو مواقع إلكترونية... إلخ للمستهلك عما يتفرد به المكان ليتمكن من خلالها إدراك الصورة المميزة للمدينة.

٢/٢ نشأة وتطور عملية التميز للتطبيق على البعد المكاني

في مجال التسويق والتميز تم إستنتاج أن عملية التميز أداة من أدوات عملية التسويق أى جزء منها وبناء على ذلك تطور عملية التميز مرتبط بمراحل تطور عملية التسويق (Jedras, 2011; Rudneva, 2012; Caldwell and Freire, 2004; Kavartzis, 2004; Hanana and Rowely, 2008). واتضح أيضاً ان عملية التميز متواجدة منذ القدم بطريقة غير مباشرة حيث كان رعاها الأغنام والحرفيين يضعوا رمز أو علامة أو أسم على مواشهم ومنتجاتهم لتمييزها عن الآخرين (Maxwell, Cudden and Waugh, 2012; Scott et al., 2011). وقد وجد أن عملية التسويق والتميز تطورت على ثلاث مراحل وصولاً للتطبيق على البعد المكاني: المرحلة الأولى هي تطبيق عملية التسويق والتميز على المنتجات (Product Branding – Product Marketing) حيث كانت عملية التسويق في بادئ الأمر بسيطة وتعتمد على الخصائص المادية والوظيفية للمنتج وترتب عليه ظهور تميز المنتج من خلال اسم أو لوجو أو علامة أو لون... إلخ، أى نابعة من الخصائص المادية وغير المادية للمنتج لتعطي تفرد عما حوله من منتجات ظهرت المرحلة الثانية وهي تطبيق عملية التسويق والتميز على الشركات (Cporate Branding – Coporate Marketing) (Stigel and Friman, 2006) حيث كانت عملية تسويق الشركات تعتمد على ستة عناصر هي الشخصية التي تعبر عنها الخصائص المادية وغير المادية للشركة – الثقافة التي تعبر عن قيم ومعتقدات الشركة – وسائل الإتصال التي تتمثل في الإعلام والمواقع الإلكترونية للإتصال بالمستخدم – صورة الشركة التي يدركها المستخدم – مشاركة الأطراف المعنية والمستهدفة – وعود الشركة التي تعهدت أن يقدمها التميز (Kavartzis, 2009)، مما ساعد على ظهور عملية تميز الشركات وكانت العملية تعتمد على هوية الشركة من خلال ترابط الرؤية الاستراتيجية وثقافة الشركة التي تعبر عن أهميتها الوظيفية وتصور الشركة لدى المستخدمين، مما ساعد في محاولة تطبيق عملية التميز على البعد المكاني لتشابه الشركات مع المدن في أن عملية التميز طويلة الأجل والتعامل مع هويات متعددة وتعدد الجوانب غير المادية والتعامل مع فئات مستهدفة متعددة مع وجود أبعاد أخرى متعددة للمدينة من أبعاد إقتصادية وسياسية... إلخ. وبناءاً على ذلك بدأ استخدام عملية التميز على البعد المكاني (Kavartzis, 2009; Kavartzis, 2004). ثم ظهرت المرحلة الثالثة وهي تطبيق عملية التسويق والتميز على البعد المكاني (Place Branding – Place Marketing) بمستوياته المختلفة في القرن التاسع عشر، حيث بدأ تطبيق عملية التسويق على البعد المكاني من خلال إتجاهين نظري وتطبيقي، الإتجاه الأول مرتبط بالمنظمات غير المستهدفة للربح التي تهدف للأعمال الخيرية فتم الإحتياج إلى تسويق صورتهم وأفكارهم، والاتجاه الثاني هو معالجة الأزمات الاقتصادية للبلاد من خلال إستخدام فكرة تسويق المنتجات

لتوضيح أهمية البلاد، وبناء على ذلك بدأ تسويق المكان من خلال مميزاته وصورته (Mihalis, 2005; Jedras, 2011). ومن خلال عملية تسويق الصورة وجد أنه يمكن تطبيقها على البعد المكاني بدون ارتباط المكان بمنتج أو خدمة لتسويقه ولكن من خلال فهم وإدراك المستخدم لأبعاد المكان المادية وغير المادية ولكن مع صعوبة عملية التسويق لتوضيح ما هي المدينة وفهم طبيعة المستخدمين لها، وقد أدى ذلك إلى ظهور عملية تميز المكان والمدن (Salo, 2012; Kavaratzis, 2004) لتحديد الأهمية الثقافية والصورة المعيرة عن تفرد المكان في رسالة تسويقية واحدة ليذكرها المستخدم. وبدأت المدن في التنافس والإحتياج إلى تميز قوي يعبر عن كل مكان (Pfefferkorn, 2005; Taha, 2004; Kavaratzis, 2013). فظهر ما يسمى (Branding as Place Mangement) التي تختص بتغيير صورة المكان التي يدرکها المستخدم من خلال الإرتقاء العمراني للمدينة الذي يشمل خلق هوية للمكان مناسبة مع قيمته وتكون نابعة من حقيقته لتمييزه عما حوله من أماكن (Kavaratzis and Ashworth, 2005). وبناء على ذلك تميز المكان لا بد أن يكون نابع منه ومعبر عنه من خلال أبعاده المادية وغير المادية لتكون معبره عن هويته المتفردة التي تساهم في تفرد صورته التي يدرکها الأفراد، مما يساهم في نشأة الصورة المميزة للمكان.

٣/٢ خصائص عملية تميز المدينة أو الصورة المميزة للمدينة

تسعى المدن إلى التفرد من خلال مجموعة خصائص وظيفية ومعنوية تكسبها ميزة تنافسية وتنعكس في صورة مميزة عن المدينة (Maxwell and Cudden and Waugh, 2012; Pfefferkorn, 2005) من خلال خصائصها الوظيفية أو المعنوية. الخصائص الوظيفية (Functionality): لا بد من تفرد وقوة الخصائص الوظيفية لأي مكان التي تتمثل في الجوانب الاقتصادية والعمرانية والاجتماعية لتساعد المستخدم في إتخاذ قرار الاختيار. وبناء على ذلك لا بد من توجيه جميع برامج التطوير والتخطيط واستراتيجيات التنمية لتحقيق خصائص وظيفية متفردة مثل توفير فرص عمل ونظام نقل عام جيد ومناطق ترفيهية كالحدايق والمهرجانات... إلخ (Helmy, 2008; Pfefferkon, 2005)، بالإضافة إلى أنه لا بد من توافر عنصر الجودة في تلك الوظائف لتحقيق تحسين لجودة الحياة في المدينة وانعكاسه في صورة مميزة إيجابية عن المدينة لزيادة تنافسية وتفرد المدينة عالمياً وزيادة جذب المستخدمين من سياح ومواطنين... إلخ (Pfefferkorn, 2005)، وبناء على ما سبق فإن الوظيفة والجودة جانبين مرتبطين ببعض وذوي أهمية في نشأة الصورة المميزة للمدينة. الخصائص المعنوية/ القيمة المضافة (Added Value / Intangible): التميز الحقيقي يجب أن يكون له خصائص معنوية أو قيمة مضافة مع الجانب الوظيفي، وترجم هذه القيمة إلى أشكال معنوية مثل احساس المستخدم للتميز والشعور بالانتماء إلى فئة ما من الأفراد بمجرد امتلاك ذلك التميز أو زيارة المكان (Helmy, 2008; Pfefferkorn, 2005).

٤/٢ أسس عملية تميز المدينة

- لقد أجمع العديدون على مجموعة من الأسس التي يلزم تواجدها لتحقيق عملية تميز المدينة وقد تمثلت تلك الأسس في:
- تحديد هدف ورؤية عملية تميز المدينة (Prophet, 2006).
 - تحقيق المصداقية (Truth and Credibility): المصداقية في الهوية والصورة المميزة للمدينة أي تكون نابعة من الواقع وتعبّر عن المدينة ومطابقة للصورة الترويجية (Prophet, 2006; Rainisto, 2003).
 - استراتيجية عملية التميز للمدينة (Branding Strategy): تحديد العناصر ذات أولية التنفيذ في استراتيجية عملية التميز للمدينة ومحاولة استخدام طرق غير مكلفة لتطوير الاستراتيجية (Prophet, 2006).
 - الصورة التسويقية للمدينة (Media Generated Image): استخدام الوسائل ذات التكلفة المنخفضة للدعاية مثل فريق العلاقات العامة، المهرجانات وجولات بالمدن لتحقيق الوعي والإدراك للمدينة وبالتالي تناقل صورتها المميزة عن طريق تناقل الكلام بدلاً عن الإعلانات ذات التكلفة العالية (Prophet, 2006; Helmy, 2008).
 - الصورة البصرية للمدينة (Visual Image): يدرکها الأفراد من خلال (٥) عناصر حددهم كيفين لينش (الفرغات - الأحياء - العلامات المميزة - الحدود - المسارات) وبالتالي يجب الاهتمام بتطويرهم في الصورة التسويقية للمدينة.
 - لوجو وشعار واضح للمدينة (Clear Logo and Slogan): استخدام لوجو وشعار قصير ومحدد يعبر عن الصورة البصرية للمدينة (Prophet, 2006; Helmy, 2008).
 - مكانة تميز المدينة (Brand Position): لتطوير مكانة المدينة يجب الأخذ في الاعتبار الجهود التي تتعهد المدينة بتقديمها للأفراد وتدعيم تلك الجهود في صورة بصرية وصوتية قوية ليذكرها الأفراد (خصائص وظيفية) بجانب عمل ترابط بين الفرد والمدينة (خصائص معنوية) (Prophet, 2006; Rainisto, 2003).

- مشاركة جميع الأطراف المعنية في نشأة وتطوير وتنفيذ عملية التميز ومعرفة احتياجات جميع الفئات المستهدفة (Prophet, 2006; EVRIB, 2009).

٥/٢ مؤشرات قياس عملية التميز العمراني

اتضح في مجال التميز أن عملية التميز تساهم بتأثيرات إيجابية على جميع جوانب المدينة العمرانية والاقتصادية والاجتماعية والإدارية والمستخدمين كما يوضح الجدول رقم (١)، ولكن عملية التميز عملية طويلة الأجل وبالتالي تلك التأثيرات تظهر خلال مدة تتراوح بين ١٠ و ١٥ سنة (Paliaga and Franjic and Strunje, 2010).

جدول (١) تأثيرات عملية التميز على المدينة ومؤشرات قياسها

مؤشرات قياس تأثيرات عملية التميز	تأثيرات عملية التميز على المدن
<ul style="list-style-type: none"> توفر فرص عمل. جذب مستثمرين / رجال أعمال ذوي كفاءات عالية. زيادة الدخل القومي. إقامة مشاريع استثمارية جديدة في قطاع السياحة. زيادة دخل وعوائد ضرائب السكن. زيادة صادرات ومبيعات منتجات وخدمات المدينة. 	<ul style="list-style-type: none"> تحقيق استقرار اقتصادي. التغلب على الأزمات الاقتصادية زيادة عملية الاستثمار.
<ul style="list-style-type: none"> توفير خدمات وإحتياجات المواطنين. انخفاض معدلات الهجرة الخارجية. 	<ul style="list-style-type: none"> تحسين جودة الحياة بالمدينة.
<ul style="list-style-type: none"> توفير المدارس والجامعات. جذب طلاب من جميع أنحاء العالم. 	<ul style="list-style-type: none"> تحسين مؤشر التعليم والبحث العلمي.
<ul style="list-style-type: none"> انخفاض معدل الجريمة. 	<ul style="list-style-type: none"> توفير الأمان.
<ul style="list-style-type: none"> تطوير البنية التحتية. تطوير مسارات الحركة / المشاة. تطوير نظام النقل. إستخدام عنصر الإبتكار في التنمية والتطوير العمراني والمعماري. زيادة العناصر الترفيهية والثقافية (مسارح- مهرجانات- حدائق وفراغات عامه... الخ). 	<ul style="list-style-type: none"> تحسين جودة البيئة العمرانية. تحسين الصورة البصرية للمدينة. تحسين تنافسية المدينة. زيادة حيوية المدينة.
<ul style="list-style-type: none"> إعادة إحياء وتطوير المباني والأحياء التاريخية. 	<ul style="list-style-type: none"> الحفاظ على هوية المدينة.
<ul style="list-style-type: none"> قياس التأثير من خلال استبيان للمستخدمين. 	<ul style="list-style-type: none"> مساعدة الأفراد على اتخاذ القرار لزيرة المدينة. زيادة ولاء وإدراك المستخدم للمدينة. ارتباط المستخدم بالمدينة معنويا.
	<ul style="list-style-type: none"> مساهمة القطاع العام والخاص في التنمية. خلق رؤية مستقبلية للمدينة. تعزيز الأنشطة التسويقية والترويجية للمدينة.

المصدر : الباحث بتصريف عن (Popescu, 2012; Maxwell, Cudden and Waugh, 2012; Richie and Ritchie, 1998)

٣ أنماط الإسكان في مصر

يعتبر الإسكان من متطلبات الحياة وتعددت أنواعه واختلفت من دولة إلى أخرى طبقا لظروف ومتغيرات مختلفة لتلبية احتياجات ومتطلبات السكان. فالإسكان مشكلة متحركة تتحرك مع التطور الاجتماعي والاقتصادي للشعوب ليس فقط لسد احتياجات المجتمع من الوحدات السكنية ولكن لمواجهة متطلباته المعيشية المتغيرة. والإسكان تتكامل فيه الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والفنية والعمرانية والقانونية والتصنيعية والتنظيمية والإدارية والتصميمية والتخطيطية وأي قصور في جانب منها يؤدي إلى خلل في خطط وبرامج الإسكان وبالإضافة إلى ذلك يجب تحقيق الملائمة التي تلبي إحتياجات المستخدمين وتطلعاتهم مع الأخذ في الاعتبار النظرة العامة للتنمية الشاملة والمتواصلة للمجتمع ككل (Habitat, 2000).

وتتصدر أنماط الإسكان في مصر في أربعة أنماط رئيسية تشمل الإسكان العشوائي وإسكان المجتمعات الوظيفية وإسكان المجتمعات ذات الطبيعة الخاصة وإسكان المدن والتجمعات العمرانية الجديدة كما هو موضح بالشكل رقم (٢).

١/٣ النمط الاول: الإسكان العشوائى

توجد مداخل كثيرة لتعريف المناطق العشوائية ومنها:

- **المدخل العمرانى**: تجمع عمرانى بلا خطة، وينصرف ذلك التعريف إلى عدة تطبيقات منها غياب خطة نموذجية شاملة للتخطيط العمرانى أو توقف تنفيذ الخطة Master Plan إن وجدت أو عدم الالتزام بها أو التراخى فى مواجهة الخروج عليها (ريحان، ٢٠٠٠)

- **المدخل الاقتصادي الاجتماعى**: هى منطقة يقبل القاطنون بها معيشة اجتماعية متدنية، بل ويقبلون على النزوح إليها، بسبب محدودية إمكاناتهم الاقتصادية للحصول على مسكن فى المناطق المخططة والأرقى والأعلى، فيكون ميلهم إلى النزوح المناطق الأرخص تكلفة، فتتحول إلى جيوب الفقر Poverty Pockets الحضرية الكبرى. مثل مدن الأكوخ بتركيا. Shanty Towns (منير، ١٩٩٦)

- **الجهاز المركزى للتعبئة والإحصاء**: المناطق التي أقيمت بالجهود الذاتية سواء علي أرضهم أو علي أرض الدولة بدون تراخيص رسمية بالإضافة إلى افتقار الخدمات والمرافق الأساسية التي قد تمتنع عن توفيرها الجهات الرسمية نظرا لعدم قانونية هذه الوحدات.

- تعريف الأمم المتحدة: عرفت الأمم المتحدة المناطق العشوائية بأنماطها كما يلي:

• المناطق المتهاكلة والقديمة الواقعة داخل المدينة.

• مستعمرات واضعي اليد التي تحتل أطراف المدن خارج المخططات العمران والتي تعاني من عدم الاعتراف بشرعيتها.

ويوضح الجدول (٢) أهم الخصائص المميزة لإسكان المناطق العشوائية بمصر من النواحي العمرانية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية.

جدول (٢) سمات إسكان المناطق العشوائية فى مصر

الخصائص البيئية	الخصائص الاقتصادية والاجتماعية	الخصائص العمرانية
<ul style="list-style-type: none"> • انتشار كثير من الامراض الصدرية والتنفسية لدى الاطفال الناتجة من سوء الصرف الصحى للمباني • المباني لا يراعى فيها الأصول الهندسية من حيث الأمان والأنتساع و منافذ الهواء والشمس، • ترتفع الكثافة السكانية إلى مستويات تهدد الصحة العامة والصحة النفسية والعقلية وتصبح مرتعا-، خصبا للأمراض ويمكن إيجاز أهمها فيما يلي: • أ - أمراض تنتج عن عدم توفير المياه النقية وأهمها التيفويد والالتهاب الكبدي الوبائي • ب - أمراض تنتج عن تكديس السكان ونقص التهوية مثل والالتهاب الرئوي وأمراض جلدية مثل الجرب. وتصل نسبة الإصابة بهذه الأمراض إلى ما يقرب من ضعف نسبتها بين من يسكنون فى مساكن صحية 	<ul style="list-style-type: none"> • زيادة نسبة الكثافات السكانية وارتفاع معدل التزاحم (شخص/غرفة • تكديس أكثر من أسرة في مسكن واحد -وارتفاع معدل الأشغال) أسرة / وحدة • انخفاض المستوى الثقافي للسكان • سوء الحالة الصحية والتعليمية . • وافتقارها لعنصر الأمان وارتفاع معدل الجريمة بها • زيادة نسبة التفكك الاسرى وزيادة معدلات الطلاق . • ارتفاع نسبة الامية • عدم الاهتمام بالاتجاه إلى التعليم الجماعى. • عدم الاهتمام بتعليم الاناث. • الاتجاه اى الاعمال الحرفية 	<ul style="list-style-type: none"> • سوء حالة المباني والبناء بمواد مؤقتة مع عدم الالتزام بتطبيق التشريعات البنائية . • افتقار نسبة كبيرة من المباني إلى شبكات المرافق (على المستوى العمرانى) • عدم الإدراك لمفهوم الملكية العامة، وبالتالي غياب الصيانة اللازمة للوحدات السكنية (على المستوى القانونى) • التلوث البصري الناتج عن التفاوت في التشكيلات والارتفاعات ومواد الإنهاء والتشطيب (على المستوى العمرانى) • ضيق عروض الشوارع وتعرجها مما يصعب معه وجود وسائل مواصلات داخلية • افتقار هذه المناطق إلى المساحات الخضراء والمفتوحة وعدم وجود أى متنفس للسكان
		

المصدر: الباحث بتصرف عن (خلف، ٢٠٠٠ - اكرام، ٢٠٠١-٢٠٠٧، GOPP)

٢/٣ النمط الثاني: إسكان المجتمعات الوظيفية

يمكن تقسيم التعريف بالمجتمع الوظيفي (الشيخ، ٢٠١٣) من خلال تعريف شقى المصطلح وهو ما يعنى الجمع بين فكرة وجود كيان يطلق عليه مجتمع مع وجوب وجود وظيفة سائدة لذلك المجتمع تؤثر في نمطه المعيشي والعمراي شامله كل أوجه الحياه داخل المجتمع، ترسم أشكال وتفصيل ثلاثية العلاقات بين-الوظيفة- وبين العمران والمعيشة كشكل لتعايش المجتمع مع بيئته وما تنتجه له من موارد وامكانيات. وتتمثل اهم مواضع ظهوره في أربعة مواضع أساسيه كما يوضحها جدول رقم (٣).

جدول (٣) الأنماط المختلفة لإسكان المجتمعات الوظيفية وخصائصها المختلفة

إسكان المجتمعات الوظيفية المخططة "المستوطنات الانتاجية"	إسكان المجتمعات الوظيفية المعاصرة "المجتمعات الوظيفية للارسمية"	إسكان المجتمعات الوظيفية الحرفية "المناطق الحرفية في المدن الإسلامية"	إسكان المجتمعات الوظيفية الأولية "المجتمعات التقليدية"	
احد أشكال محاولات الدولة لتنمية المجتمعات في شكل مجتمعات مخططة متمثلة في إسكان قرى الظهير الصحراوي وإسكان قرى الاستصلاح .. الخ .	أغلب تلك المجتمعات الوظيفية مناطق لارسمية يتضح خلالها قيمة المجتمع الوظيفي الذي يوجده الأفراد لأنفسهم بأنفسهم كصورة لتعايشهم	تلك المناطق التي قامت على فكرة الوظيفة الواحدة وخلقت نمط من الإسكان يتلائم مع احتياجاتهم حتى أن هناك مناطق يعينها تسمى باسم وظيفتها	تكوين الإنسان لمجتمعاته العمرانية الأولى والتي جاءت من محاولاته المستمرة للتعايش حيث الاعتماد على الوظيفة الواحدة للمجتمع مثل الزراعة أو الرعي أو الصيد	خلفية
- ثبات نفس النمط للمساكن لأنها تم تخطيطها عن طريق الدولة	- منازل من الخرسانات ذات المواصفات العالية لإستخدام الأسطح في تشوين البضائع الخاصة بحرفتهم	- الاعتماد على فكرة المشرييات كاحدى الوسائل للاظهار المعمارى -إستخدام الشوارع المتعرجة ذات الأفنية والفراغات للعمل بها	- وجود فراغات خاصة ومتعلقة بالأنشطة - ارتفاعات لاتزيد عن ٢-٣ دور - إستخدام مواد البناء المحلية من الطين والقش والنحت فى الصخور الخ	الخصائص العمرانية
-علاقات غير قوية بين السكان نظرا لقدم السكان من مناطق مختلفة (تجمع وفقا للوظيفة)	-انخفاض المستوى الثقافي للسكان . -سوء الحالة الصحية والتعليمية.	-يحملون نفس الخصائص الاجتماعية وأحيانا الديانة وأحيانا لون البشرة.	-علاقات اسرية وعائلية قوية ناتجة عن الاستقرار -انخفاض نسبة التعليم نتيجة الاهتمام بالمهنة الحرفية.	الخصائص الاجتماعية
الزراعة والصناعات التحويلية بالمجتمعات الرئيسية كأساس للقاعدة الاقتصادية	الاعتماد على الحرف التحويلية مثل الزبالين أو التجارة من خلال الأكشاك الغير رسمية	الاعتماد على الحرف اليدوية والتجارة كأساس للقاعدة الاقتصادية.	الاعتماد على الأنشطة الاولية كالزراعة والصيد والرعى أو الحرف اليدوية التقليدية	الخصائص الاقتصادية
				مناخ
مشروعات الاستصلاح - مشروعات تسكين أهالي النوبة بالناصرية وادى كركر -إسكان الخريجين	إسكان مناطق الصحراء والجبال (مثل) منشية ناصر /الزبالين /الدوقية كدراسة	إسكان القاهرة القديمة (حارة اليهود والنحاسين -الصاغة -المغربلين	- إسكان قرى الصيادين بالبردويل - إسكان قرى اهالى النوبة باسوان	

المصدر: الباحث بتصريف عن (على، ٢٠٠٥، عزه، ١٩٩٦، نصر، ١٩٩٢، حافظ، ١٩٩٤، نظمي، ١٩٩٣، الهادي، ٢٠٠٦)

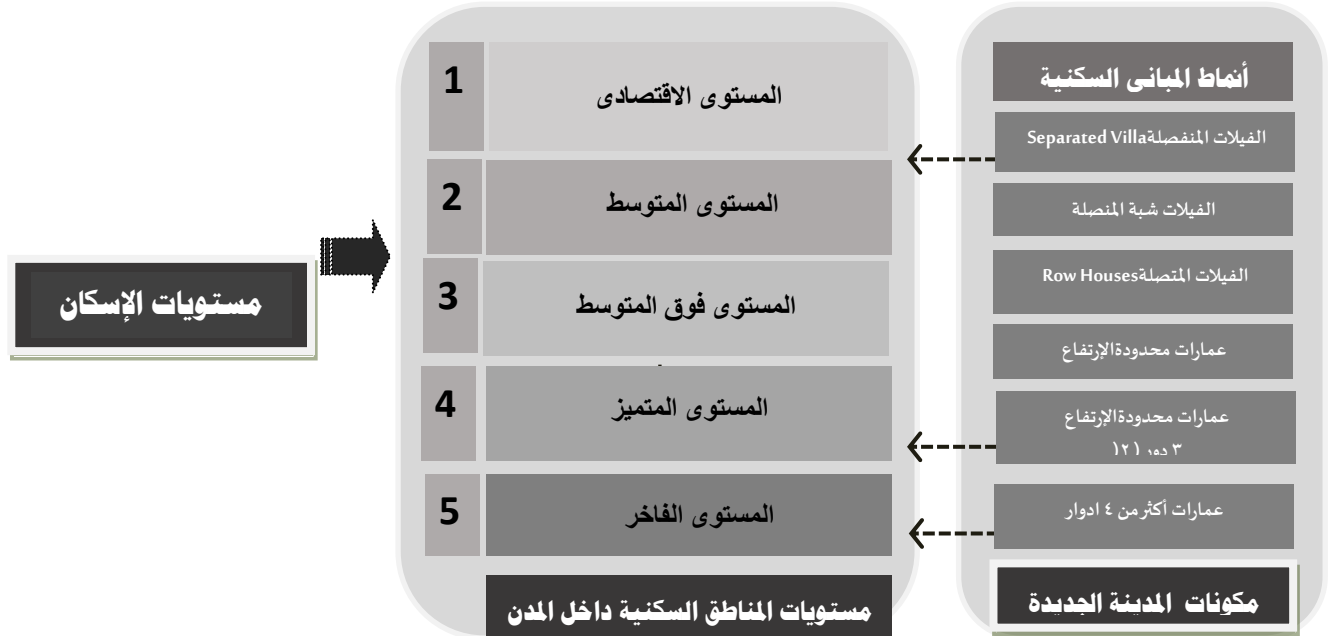
٣/٣ النمط الثالث: إسكان المجتمعات ذات الطبيعة الخاصة

وهي عبارة عن مجتمعات موجودة نظرا لظروف معينة من الصعب تكرارها في معظم الاحيان مثل المساكن الحدودية والتي تأخذ نفس الطابع العمرانى والمعماري للدول المجاورة وتتمثل فى بعض المناطق مثل مدينة طابا او المجتمعات الموجودة خاصة بشريحة معينة متمثلة فى رجال الاعمال. وتعتمد على التكنولوجيا والادارة الذكية وتتواجد فى معظم دول العالم خاصه ماليزيا على محور MSC بكولومبور (Batty, 2001).

٤/٣ النمط الرابع: إسكان التجمعات العمرانية الجديدة

وهو النمط المعني بمستويات الإسكان في التجمعات العمرانية الجديدة، وهو تقسيم الإسكان إلى أنواع مختلفة تبعاً لمجموعة من الأسس الاقتصادية والاجتماعية وتنص القوانين في بعض الدول على تقسيم المناطق السكنية بالتجمعات العمرانية الجديدة كالآتي: (GOPP, 2001) كما يوضحها الشكل رقم (3) والجدول المرفق رقم (4).

شكل (٣) أنماط المباني السكنية بمستويات الإسكان المختلفة بالتجمعات العمرانية الجديدة في مصر (المصدر الباحث)



جدول (٤) خصائص مستويات الإسكان بالتجمعات العمرانية الجديدة في مصر

المستوى الاقتصادي	المستوى المتوسط	المستوى المتميز	المستوى الفاخر	مختصرة:
هي أدنى المستويات التي يقتصر البناء فيها على الضروريات للسكن، وغالبا ما تتواجد في الإسكان الحكومي بمساحة من ٦٠-٧٥ متر ٢ للوحدة ومستوى تشطيب اقتصادي، كذلك تتواجد هذه الوحدات في المناطق العشوائية، (وكالة التعاون الفني الألماني بالقاهرة، يونيو ٢٠٠١)	هي ذات مستوى أعلى من الفئة السابقة وعادة تمثل النسبة الأكبر من الوحدات السكنية وتتواجد أيضا في الإسكان الحكومي لكنها تكثر في المناطق القديمة من المدن والامتدادات على محيطها الخارجي ومستوى التشطيب متوسط	غالبية هذه الوحدات يقوم ببنائها القطاع الخاص بغرض التمليك وتتواجد في شكل وحدات سكنية في عمارات متعددة الأدوار أو في شكل فيلات لأسرة واحدة ومستوى تشطيب فاخر وتتواجد في المناطق المميز (مجلس الشورى، ١٩٨٣)	وتتمثل هذا النمط في الفيلات المنفصلة ذات الحدائق المحيطة بها أو الفيلات المتصلة بمساحة نقل عن المساحات المخصصة للفيلات في جميع المشروعات السابقة	تنوع ما بين الفيلات المسورة والقصور بحيث لا تقل المساحة بها عن ٥٠٠ متر ٢ وتتميز هذه المناطق بالمناطق المفتوحة مثل مناطق الجولف والنادى الترفيهية.... الخ
عمارات أكثر من ٤ ادوار عمارات محدودة الارتفاع ٣ دور	عمارات محدودة الارتفاع	الفيلات المتصلة Row Houses	الفيلات المتصلة من جانب واحد	بنية مختصرة:
مسطح وحدات ٩٠-٥٠ م ٢ مسطح اراضي ١٦٠-٢٨٠ م ٢	٢٢٠-٢٥٩ م ٢	٢٦٠-٣٤٠ م ٢	٢٦٠-٣٤٠ م ٢	الخصائص العمرانية معلات والمعايير الفنية المصرية
نسبة البناء تصل إلى ٦٥-٧٠٪ من الموق ٩٠-٥٠ م ٢ ١٦٠-٢٨٠ م ٢	نسبة البناء تصل إلى ٦٠٪ من مساحة المنطقة	نسبة البناء تصل إلى ٤٥-٥٥٪ من مساحة المنطقة	نسبة البناء تصل إلى ٣٥-٤٠٪	
			٤٩٠-٢٠٠ م ٢	
			٥٠٠٠-٢٥٠٠ م ٢	

المصدر: الباحث بتصريف عن كود البناء المصري - المركز القومي للبحوث والإسكان، ٢٠١٥ - www.hbrc.edu.eg/code.html

على الرغم من التصنيف السابق لأنماط ومستويات الإسكان في مصر إلا أنها تحتاج الي مزيد من التصنيف وفقاً لفئات الإسكان والذي يرتبط بشكل كبير بتصنيفات الدخل والمستوى التعليمي أو مستوى وقد تدرج تقسيم فئات الإسكان عبر المراحل الزمنية الي مجموعه من مجموعة من المراحل (برادة، ١٩٩٢) يتم تناولها كما يلي:

٥/٣ تقسيم فئات الإسكان في مصر

تقسيم المجتمع إلى شرائح متجانسة من حيث مشكلة الإسكان كل شريحة تتجانس في المشاكل في الاحتياجات العلاقة بين فئات الدخل ومستويات الإسكان في القدرات والامكانيات في الآمال والطموحاتالخ) يعتبر أهم التقسيمات واهمها في تشكيل نظم الإسكان وفي تشكيل السياسات في هذا القطاع وقد تقسيم الفئات الى مراحل تختلف عبر الفترات الزمنية كالتالي: (برادة، ١٩٩٢).

١/٥/٣ التقسيم إلى فئات حسب دخل الاسرة سنة ١٩٦٠ (اقتصادي -متوسط -فوق المتوسط)

تم التقسيم ١٩٦٠ طبقاً لدخل الاسرة وفي ١٩٧٧ حدث تطوير بسيط على تقسيم ١٩٦٠ من خلال وزارة الإسكان حيث قامت لجنة اعداد السياسية القومية لمواجهه مشكلة الإسكان بتقسيم كل فئه من الفئات (حسب الدخل ايضا) وبالرغم من ان الدخل يعتبر اهم عامل في تقسيم الفئات وهو مستعمل في الدول المتقدمة وكان ناجحا إلى حد ما في مصر في الستينات الا ان تغيير الظروف في مصر كون ظاهرة تواجد أفراد أو أسر تتساوى في الدخل ولكن تختلف اختلافا جذريا في الحالة التعليمية والمهنية ومستوى التحضر وبالتالي نوعية مشكلة الإسكان أى أن التقسيم بمعيار الدخل لايمكن من التقسيم إلى شرائح إسكانية متجانسة لها نفس المشاكل والظروف (علاوة على ان التقسيم في مصر اصبح يعبر عن انواع ومواصفات المساكن).

وقد تبين للدراسين اهمية ان يستند تقسيم فئات الإسكان على اسس أخرى غير الدخل فقط. وقد ادخل معيار الدخل في دراسة المجموعة المشتركة من وزارة الإسكان وهيئة المعونة الامريكية سنة ٧٥-١٩٧٧ وفي مشروع الخطة الخمسية ٧٨-١٩٨٣ م حيث اضيف ايضا معيار الادخار والثروة كما بالجدول رقم (٥).

٣/٥/٢ المرحلة الثانية لتقسيم فئات الإسكان ١٩٧٧

جدول (٥) فئات الإسكان طبقا لوزارة الإسكان وهيئة التنمية الامريكية

الشريحة	الدخل	نوع العمل او المهنة
أ	اكثر من ١٣٠٠ ج	اعمال ومهن حرة
ب	من ٩٠٠-١٣٠٠ ج	مهن متخصصة وتجارة
ج	من ٧٠٠ إلى ٩٠٠ ج	عمل حكومي قطاع عام عمالة مهارة -مدرس
و	من ٥٠٠-٧٠٠ ج	حرفي غير ماهر -بائع
هـ	من ٣٠٠-٥٠٠ ج	عماله غير متخصصه -بائع متجول
د	اقل من ٣٠٠ ج	اعمال ثانوية

المصدر: برادة، ١٩٩٢

٣/٥/٣ المرحلة الثالثة لتقسيم فئات الإسكان ١٩٨٣

جدول (٦) لتصنيف فئات دخول الاسر ونوع المسكن الملائم لها

توزيع فئات حسب الدخل	دخل الاسرة السنوي بالجنية	القدرة الايجارية		التحضر	المهنة والوظيفية	امكانيات الحصول	الميل للايجار او التملك	الاحتياج للدعم
		الفعلى	المناسبة					
دخل شديد الانخفاض	اقل من ١٠٠٠ ج	٢٠٪	١٠٪	ريفى	عامل غير ماهر	-	تمليك	مرتفع
دخل منخفض متغير	١٠٠٠-١٥٠٠ ج	٢٠٪	١٢٪	نصف ريفى	نصف ماهر	-	تمليك	متوسط
دخل منخفض محدود	٦٠٠٠-٨٠٠٠ ج	٤٠٪	١٥٪	انتقالى	عامل ماهر خريج خدمات حكومية	متوسط	تمليك للايجار	مرتفع
دخل متوسط متغير	١٢٠٠٠-١٥٠٠٠ ج	٣٠٪	٢٠٪	نصف حضرى	حرفى ماهر -فنى مهني	-----	تمليك	صغير
دخل متوسط ثابت	٢٥٠٠٠-٣٠٠٠٠ ج	٨٪	٢٠٪	حضرى	موظفين حكوميين	مرتفع	ايجار	مرتفع
دخول مرتفع	اعلى من ٣٦٠٠٠ ج		٢٠٪	عالى التحضر	مهن حرة -تجارة	مرتفع	ايجار	لايحتاج

المصدر: برادة، ١٩٩٢

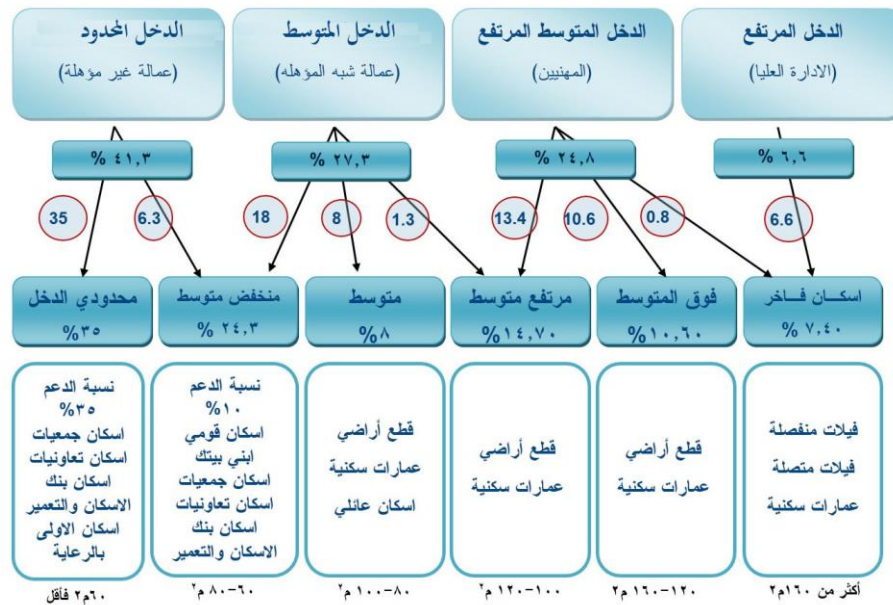
وقد تطور تقسيم فئات الإسكان ٢٠١٣ بالمخطط الاستراتيجي لمدينه العاشر من رمضان (المستشارون المتحدون، ٢٠١٣)

إلى تقسيم السكان إلى مجموعات متجانسة من فئات الإسكان وقد تم مراعاة مجموعة من العناصر كما يلي:

- أسعار الوحدات السكنية الحالية في المدينة.
- قدرة الفئة الاقتصادية على الانفاق على قطاع الإسكان.
- مقدار الدعم المتاح من الحكومة في مشروع الإسكان القومي ومشروع إبنى بيتك.
- نصيب الفرد من مسطح الإسكان.
- متوسط حجم الأسرة.

كما تم العمل على وضع مخططات تنمية وتطوير قطاع الإسكان على أساس تلبية الاحتياجات المتوقعة من الإسكان بالنسبة لفئات المجتمع المختلفة للوصول إلى التصنيف كما بالشكل (٥).

شكل (٥) تصنيف الفئات المقترحة للمدينة وأنماط الإسكان لكل منها



(المصدر: المستشارون المتحدون ٢٠١٣)

وقد تم الاستعانة بهذا التقسيم بغرض: -

- إتزان العرض والطلب: توفير العرض من الوحدات السكنية، بما يسمح باستيعاب الزيادة السكانية المتوقعة حتى سنة الهدف (٢,١ مليون نسمة حتى عام ٢٠٢٧).
- تنوع المعروض: توفير مرونة كافية من حيث الكثافات السكانية والبدائل السكنية، بحيث تفي بالإحتياجات المختلفة للسكان، وتسمح باستيعاب أى متغيرات خلال المراحل المختلفة لنمو المدينة كما بالجدول (٨).
- زيادة الكثافات: زيادة الكثافة السكانية فى الكتلة الأصلية للمدينة بما يحسن استغلال الأراضى الفضاء والاستفادة من الارتفاعات المسموحة من خلال تكثيف المباني القابلة لذلك
- تنمية المناطق القائمة: تنمية الخدمات بما يتناسب مع أعداد الوحدات السكنية وضمان الجدوى الاقتصادية للاستثمار فى هذه المناطق وهذا مرتبط بالتميز والمهتم بفكرة الاستثمار الذي يعكس ميزة للمدينة والتجمع.

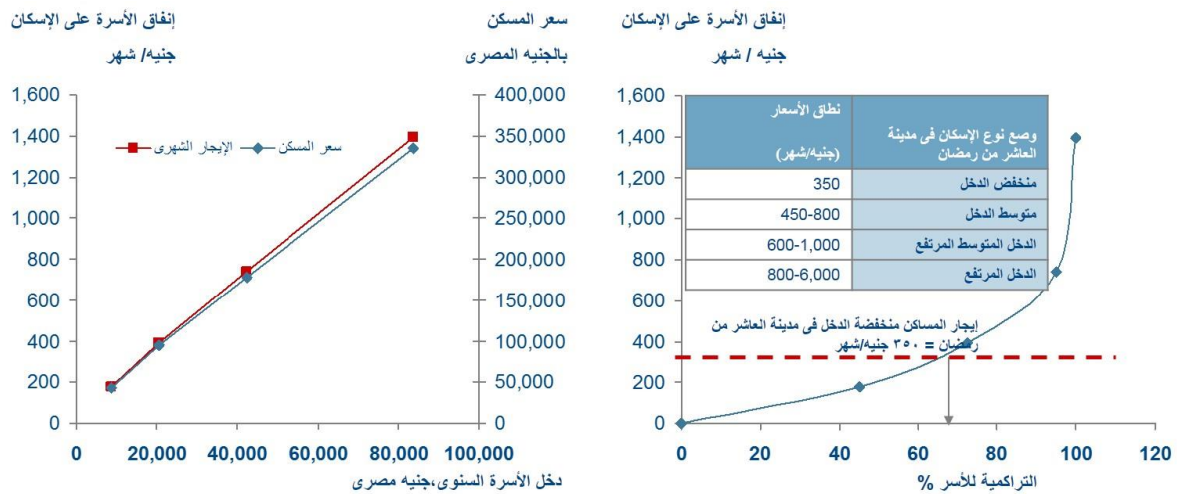
جدول (٨) الخصائص العامة لفئات الإسكان الاقتصادية في مدينة العاشر من رمضان

حجم الأسرة	نصيب الفرد م ^٢	متوسط سعر الوحدة الحالي	تكلفة المتر المربع بالجنيه	المسطح	فئات الإسكان	القدرة على الإنفاق في ٢٠١٧ بالجنيه المصري		الفئات الاقتصادية
						سعر الوحدة	الإيجار الشهري	
٥-٣,٦	١٢-١٠	٧٥٠٠٠	١٣٥٠-١٢٧٠	٦٠ م ^٢ فأقل	محدود	٢٧٥	٦٠٠٠٠	العمال غير المؤهلين
٥-٣,٦	١٦-١٢	٩٠٠٠٠	١٣٥٠-١٢٧٠	٨٠-٦٠	منخفض متوسط	٦٠٠	١٤٥٠٠٠	العمال شبه المؤهلين
		٩٠٠٠٠	١٦٠٠-١٢٠٠ والأرض مدعومة					
٥-٣,٦	٢٠-١٦	١١٠٠٠٠	١٣٠٠-١١٠٠	١٠٠-٨٠	متوسط	١١٢٠	٢٥٠٠٠٠	الفئات المهنية
٥-٣,٦	٢٤-٢٠	١٥٤٠٠٠	١٥٠٠-١٣٠٠	١٢٠-١٠٠	متوسط مرتفع			
٥-٣,٦	٣٢-٢٤	٢٢٤٠٠٠	١٨٠٠-١٤٠٠	١٦٠-١٢٠	فوق متوسط	٢٠٠٠	٥٠٠٠٠٠	الإدارة العليا
٥-٣,٦	أكثر من ٣٢	٧٢٠٠٠٠	٢٠٠٠-٧٠٠٠ أو أكثر	أكثر من ١٦٠	فاخر	٤٠٠٠	مليون	

المصدر: المستشارون المتحدون ٢٠١٣

حيث يشير تحليل الموقف الحالي للإسكان في مدينة العاشر من رمضان إلى أن غالبية الأسر التي تعمل في مدينة العاشر من رمضان يصعب عليها تحمل تكلفة الإختيارات المتاحة في الوقت الحاضر

شكل (٦) تلبية الاحتياجات المتوقعة من الإسكان بالنسبة لفئات المجتمع المختلفة



المصدر: المستشارون المتحدون-دراسة المخطط الاستراتيجي لمدينة العاشر من رمضان - ٢٠١٣ - ص ١٣

٤ مؤشرات جودة الحياة بأنماط الإسكان في مصر

تعد عملية تنمية وتطوير المجتمعات العمرانية أساساً لمعالجة مشكلاته، وللتأثير إيجابيا في جودة الحياة. ويعتبر مدخل جودة الحياة من المداخل التي تنتظر للأمور بصورة شمولية لأن هدفه تحصيل مجموعة من العوامل التي تعكس: الحالة الاجتماعية، النفسية، الاقتصادية، والعمرانية، والثقافة الصحية للسكان المحليين.

٤/١ مفهوم جودة الحياة

لا يوجد إجماع علي تعريف واحد لجودة الحياة، ولكن توجد بعض التعريفات التي تساعد علي فهم هذا المصطلح منها:

- (Center for Health Promotion, University - of Toronto) تعريفها على أنها هي الدرجة التي يستمتع بها الشخص في حياته.

• **(Ontario Social Development Council)** هي نتاج التفاعل بين الحالة الاجتماعية والاقتصادية والبيئية المؤثرة على الإنسان.

• **(Jacksonville Community Council)** هي مقدار السعادة والرضا عن البيئة الخارجية أو هو تعبير شعبي عام يعني الإحساس بعموم الرفاهية التي يشعر بها الأشخاص التي تدعمها البيئة المحيطة للمجتمع وتعتبر حصيداً للمجتمع ككل على ذلك يمكن اعتبار جودة الحياة مصفوفة ثنائية الأبعاد.

مما سبق يمكن أن نصل إلى أن مفهوم جودة الحياة هو عبارته عن درجة الرضا الناتجة عن التفاعل بين الحالة الاجتماعية والاقتصادية والعمرانية والبيئية التي تؤثر على الإنسان.

٢/٤ أهمية جودة الحياة

تزايد الاهتمام في السنوات الأخيرة بقضايا جودة الحياة وطرق تقييمها، من قبل المنظمات العالمية مثل منظمة الأمم المتحدة للتطور الإنساني الإجماع (the UN's Human Development Index)، والمهتمين بالمجال مثل مجلس التنمية الاجتماعية بانتاريو (the Ontario Social Development Council's)، والمهتمين بالتنمية المستدامة.

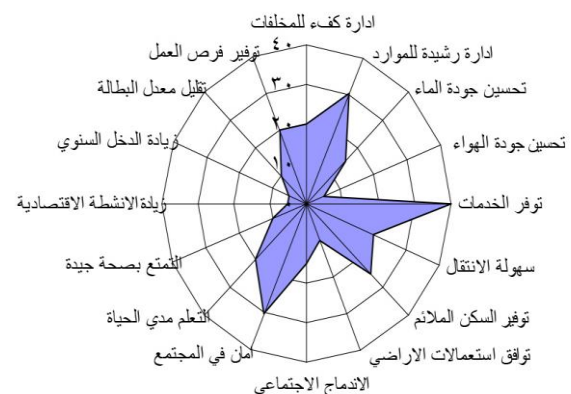
وتعد مؤشرات جودة الحياة هي طريقة لقياس حيوية المجتمع طبقاً لأصحاب المصالح المختلفة سواء سكان المدينة أو رجال الأعمال أو زائري المدينة فقد تعنى للبعث الأمن والأمان، فرص التوظيف، بيئة نظيفة، سهولة السفر، الحصول على الخدمات، رعاية صحية مناسبة، مدارس جيدة، حكومة فعالة، و التماسك الاجتماعي (بشندى، ٢٠٠٣) يربط المفهوم بين دراسة مجالات التنمية المختلفة وهو بذلك يساعد على تحقيق التداخل والتكامل بين حقول المعرفة المختلفة بدلاً من معاملة كل حقل علمي لمفاهيمه ومنهجياته كجزء منفصل عن الحقول العلمية الأخرى ("Quality of Life in Ontario" project) والمهتمين بالمجتمع الصحي مثل (Wentworth, Seattle) والمهتمين بالحكومات المحلية كما بالجدول (٨).

إذاً الاهتمام الجديد بجودة الحياة يشمل: الإقرار بأن التنمية ليست فقط تنمية اقتصادية ولكن أيضاً اجتماعية، كذلك الإقرار بأن تطوير البيئة واستدامتها يجب أن يكون ذا استدامة اجتماعية مشاركة لجودة الحياة.

٤/٣ العناصر الرئيسية لدراسات جودة الحياة

يتكون الهيكل المستخدم لوصف العناصر الأساسية التي تصنع جودة الحياة التي يمكن قياسها وتسمى العناصر الواقعة تحتها Domains من قائمة طويلة مقسمة داخلياً إلى تصنيفات، يطلق عليها Indicators مؤشرات كما هو موضح بالشكل رقم (٧) (مصطفى، ٢٠٠٨) الأسس والمعايير الخاصة بجودة الحياة وقد تم استنتاجها من خلال ٣ تجارب عالمية وهي الأمم المتحدة ١٩٥٤ والتي ركزت على فكرة الصحة والتعليم والإسكان بالإضافة إلى تجربة المناطق ذات الاهتمام الاجتماعي بالسويد والتي ركزت على الاهتمام بقطاع النقل والظروف الصحية والإسكانية والتنمية العمرانية بالإضافة إلى دراسة بالولايات المتحدة ١٩٧٣ والتي ركزت على بيئة المعيشة والصحة والطاقة والأبعاد الاجتماعية.

شكل (٧) المؤشرات المستنتجة من التجارب العالمية



جدول (٩) مؤشرات جودة الحياة بالتجارب العالمية

UN مكونات مستوى المعيشة (١٩٥٤)	فهرس مستوى المعيشة (١٩٧٤)	المناطق ذات الاهتمام الاجتماعي (١٩٧٦)	خصائص الحياة الجيدة في الولايات المتحدة (١٩٧٣)
• الصحة متضمنة الظروف الديموجرافية	• التغذية	• الصحة	• الدخل، القدرة والتوظيف
• الغذاء والتغذية	• الملابس	• التنمية الذاتية عن طريق التعليم	• بيئة المعيشة
• التعليم ويتضمن الثقافة والمهارة	• المعوى	• التوظيف وكفاءة بيئة العمل	• الصحة
• ظروف العمل	• التعليم	• الوقت والرفاهية	• التعليم
• وضع التوظيف	• الرفاهية	• الظروف الاقتصادية	• النظام الاجتماعي
• الاستهلاك والادخار	• الأمن	• الشخصية	• الانتماء الاجتماعي
• الإجمالي	• البيئة	• البيئة المادية	• الإبداع والرفاهية
• النقل	• البيئة	• البيئة الاجتماعية	
• الإسكان ويتضمن إمكانيات السكن	• المادية	• الأمن الشخصي وتطبيق العدالة	
• الملابس		• الفرص الاجتماعية والمشاركة الاجتماعية	
• الإبداع والترفيه		• سهولة الوصول	
• الأمان الاجتماعي			
• حرية الإنسان			

المصدر: Jones, A. (٢٠٠٢) A Guide to Doing Quality of Life Studies

٤/٤ مؤشرات جودة الحياة بقطاع الإسكان

سوف يتم التركيز على جودة الحياة بالإسكان وهو محور الجزء الثالث وقد تم الاستعانة بالتجارب العالمية والمؤشرات الخاصة بالاستدامة وجودة الحياة التي تم وضعها من قبل الدول المعنية بالموضوع وتم الوصول إلى مجموعه من المؤشرات لقياس جودة الحياة بالسكن وذلك كما يوضحها الجدول رقم (٩).

جدول (٩) مؤشرات جودة الحياة المتعلقة بقطاع الإسكان

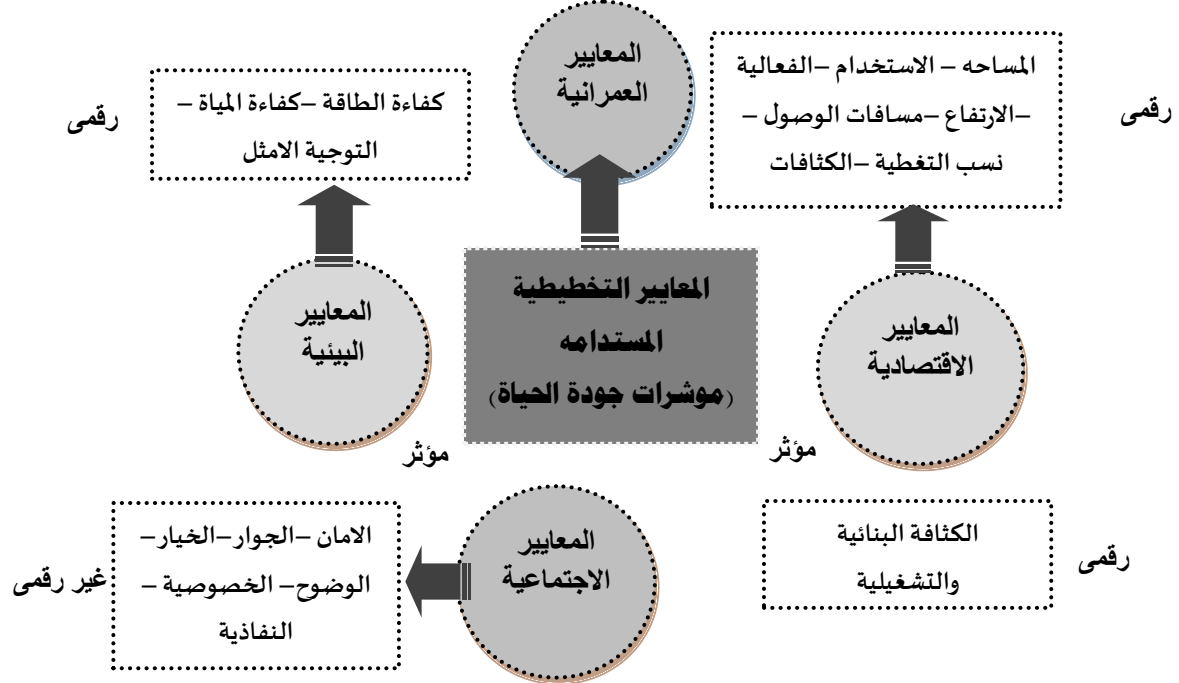
اقتصاديا	عمرانيا	اجتماعيا	بيئيا
- ضمان الحيازة الأمانة قانونياً للأراضي	- المرونة في تشكيل المسكن لتشجيع الساكنين على البقاء في مساكنهم	- إتاحة فرص متساوية للحصول على أرض للمسكن	- توفير الراحة الحرارية
- تأمين حق الإنسان في المسكن الملائم	- تحسين وتطوير فرص الاستفادة من الخدمات الأساسية	- المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص تجاه تنفيذ البرامج الإسكان	- تحقيق جودة الحياة في الاماكن المغلقة والمفتوحة
- إتاحة الفرص المتساوية للحصول على قروض بناء المساكن	- نسبة المساكن المأهولة من إجمالي المساكن	- تقديم نوعية السكن المناسبة لجميع الفئات احترام واحياء الهوية المحلية	- توفير الراحة الصوتية والبصرية
- التنوع في ملكية الاراضي والايجار للأسر لملائمة الوحدات السكنية لأحجام الاسر والقدرة الشرائية	- نصيب الفرد من مساحة السكن بالمتر المربع	- تحقيق التنوع الوظيفي والاجتماعي	- تحقيق السلامة والامان
- عدد الإمكانات المقدمة أو المتفاوض عليها السكن من قبل منطقة العاصمة	- نسبة المساكن المؤجرة الى المملوكة	- الاستخدام الامثل للمساحات	- خلق مساحات خضراء للمجتمع المحلي والمنزهات الحضرية لتشجيع أنماط الحياة النشطة والصحية والفرص الترفيهية
- نسبة سعر الوحدة السكنية لدخل الاسرة	- نسبة ايجار الوحدة السكنية لدخل الاسرة	- توجيه الوحدات السكنية إلى الداخل (نمط البناء الموجه إلى الداخل)	- كفاءة استخدام الطاقة واستراتيجية الحفاظ المستدامة واستخدام الطاقة المتجددة محليا
- نسبة من المساكن القانونية من المساكن المحسنة	- نسبة ايجار الوحدة السكنية لدخل الاسرة	- تشجيع مشاركة السكان في تشكيل المجتمع وخلق ثقافة للاستدامة	- تصميم مباني خضراء متوافقة بيئيا واجتماعيا باستخدام مواد البناء الطبيعية المتاحة بالبيئة وتحقيق مناخ داخلي مريح باستخدام المعالجات المعمارية
- تغطية الأسر التي أعيد توطينها (%)	- مساهمه القطاع الخاص في الإسكان	- تحقيق التنوع والاختلاط الاجتماعي: توفير إسكان امن ملائم وإسكان مختلط ومدمج	- تنمية مناطق متعددة الاستخدامات والتي تمكن المجتمعات لتصبح اكثر مرونة للتغير البيئي Mixed-use development
- تقليل نسب أراضي المشاع بالمناطق السكنية	- مدى رضا المواطنين عن السكن تعزيز دور المجتمع كطرف فعال في عمليات التنمية العمرانية.	- تقسيم السكن إلى مجاورات مختلفة التشكيل والنسيج العمراني طبقا لخصائص السكان	- تخطيط وتصميم المباني الصديقة للبيئة CO-HOUSEING وتوزيع العمران بحيث يسمح بإمكانية الوصول إلى الفراغات الخضراء بالإضافة إلى استغلال اسطح المنازل في النباتات العازلة حراريا

مؤشرات جودة الحياة المتعلقة بقطاع الإسكان

المصدر: الباحث بتصريف عن (EF Analysis, 2011. Ecological Footprint Analysis San - DPU 1996-CCP 2008.) (Francisco EF Analysis, 2011.)

ويمكن تلخيص المؤشرات الرئيسية لجودة الحياة بالإسكان في الشكل التالي والموضح لفكرة المعايير الرقمية أو القابلة للقياس مثل الكثافة البنائية والتي يمكن استخدام أرقام محددة ككثافة بنائية (٦-٥-٤) طبقاً للقانون والاشتراطات أو غير رقمية أو تسمى وصفية لوصف الحالة دون تحديد مثل عنصر الإحساس بالأمان والخصوصية والتي يمكن أن تترجم بعد ذلك إلى معدلات أو أرقام لتحقيقها ويوضح الشكل (٧) تصنيف مؤشرات الجدول (٩) إلى العناصر التي يمكن أن تكون رقمية أو غير رقمية.

شكل (٧) العناصر الأساسية لتحقيق جودة الحياة بالمناطق السكنية



٥ التميز كأداة للتحكم في جودة الحياة لأنماط الإسكان بالحالة المصرية

من خلال العرض السابق لمفهوم وعناصر وخصائص البراند والعمران -عملية تميز المدينة أو المكان (Place Branding/City) وكذلك تصنيف فئات وأنماط الإسكان وفقاً للحالة المصرية والاستناد إلى مؤشرات جودة الحياة المرتبطة بقطاع الإسكان ومن خلال الدراسات السابقة لدراسة فئات الإسكان وتصنيفاتها المختلفة والتي انعكست بشكل تلقائي على الطابع والخصائص السكنية لكل فئة بما يتماشى مع الظروف الاقتصادية فمثلاً نجد المناطق الخضراء والواجهات المميزة وارتفاعات المباني الخ تظهر بوضوح وبشكل كبير في مناطق الإسكان الفاخر والتميز والفوق متوسط بصورة واضحة ومتدرجة طبقاً للفئة وتنخفض كلما اتجهنا ناحية الفئات ذات الدخل المنخفض أو الإسكان الاقتصادي وهو ما أدى إلى التمييز بين الفئات في المسطحات والمناطق الخضراء وبالضرورة انعكس على تميز المدينة. وأدى إلى الاختلاف الواضح بين الفئات السكنية وهو ما يمكن أن يتبلور في فكرة التميز لكل فئة وشريحة ويوضح جدول (١٠) دور التميز كأداة للتحكم في جودة الحياة لأنماط وفئات الإسكان في مصر ونجد أن التميز لا يؤثر بشكل كبير على فئات الإسكان الاقتصادي وإنما يظهر وجود تأثير وعلاقة على فئات الإسكان المتوسطة والمرتفعة.

وتضح أيضاً أن جودة الحياة والمرتبطة بالفئات السكنية ليس معتمداً على التصنيفات التقليدية لتقسيم فئات السكان (اقتصادي ومتوسط وعليا) ولكن مرتبط بمستوى التعليم وهو من أهم عناصر جودة الحياة بالإضافة إلى الارتباط بالدخل والذي لا يشكل الركيزة الوحيدة للتصنيف للتعبير عن جودة الحياة وذلك لوجود سكان بالمناطق العشوائية والمناطق المهمشة ذات دخول مرتفعة جداً ولكن لا يمكن الارتباط بالدخل فقط وإنما بعدة عوامل أخرى أهمها المستوى التعليمي بكافة مراحلها بالإضافة إلى الوظيفة المؤثرة على أنماط الإسكان كما تم شرحها من قبل مثل إسكان المجتمعات التقليدية والمعاصرة والعشوائية والحرفية والتي تؤثر في نمطه المعيشي والعمراني شاملة كل أوجه الحياة داخل المجتمع، وتظهر جودة الحياة من حيث الصحة والتسرب من التعليم بمناطق كالتاليين منعده مقارنة بمستويات الدخل المرتفعة لذلك لا يمكن الربط بين جودة الحياة وفئات الإسكان بالدخل ولكن يدخل أنماط الإسكان والموضحة للوظيفة في علاقة التميز وجودة الحياة والموضحة بالشكل رقم (٢).

جدول (١٠) التميز كأداة للتحكم في جودة الحياة لأنماط الإسكان بالحالة المصرية

مؤشرات عامه (مستوى المدينة)		مؤشرات اقتصادية		مؤشرات عمرانية				مؤشرات اجتماعية												
								دخول مرتفع	دخول متوسط ثابت	دخول متوسط متغير	دخول منخفض محدود	دخول منخفض متغير	دخول شديد الانخفاض							
تطور نظام النقل.	إقامة مشاريع استثمارية جديدة.	توفير خدمات واحتياجات العماطين.	إستخدام عنصر الابتكار في التنمية والتطوير العمراني والمعمرى	زيادة دخل وعوائد ضرائب السكن	زيادة العناصر الترفيحية والثقافية	ضمان الحيازة الأمنة قانونياً الأراضى	تخطيط وتصميم المباني السكنية للبيئة CO-HOUSEING	تخطيط التجمع بكثافة عمرانية عالية لتأعيم النقل الجماعى	تنوع في ملكية الأراضى والأجوار للأسرة الملائمة الوحدات السكنية لإحجام الأسر والقدرة الشرائية	كفاءة إستخدام الطاقة وإستخدام الطاقة المتجددة:محليا	الإقليم يتسبب الموقع بالمناطق الخضراء طبقاً لتصيب الفرد من المناطق الخضراء	تنمية مناطق متعددة الإستخدامات	تصيب الفرد من مساحة السكن بالمتن المربع	تصميم مباني خضراء متوافقة بيئياً واجتماعياً	تقسيم عمران التجمع الجديدة الى مجارات مختلفة التشكيل والتسبيح العمرانى طبقاً لخصائص السكان	تعزيز دور المجتمع كطرف فعال فى عمليات التنمية العمرانية، فى	تقديم نوية السكن المناسبة لجميع الفئات احترام واحياء الهوية المحلية والحكمة والثقافة	توفير الراحة الصوتية والبصرية	تحقيق التنوع والاختلاط الاجتماعى:	خلق مساحات خضراء للمجتمع المحلى والمتنزهات الحضرية لتشجيع أنماط الحياة النشطة والصحية

علاقه ضعيفة

علاقه متوسطة

علاقه قوية

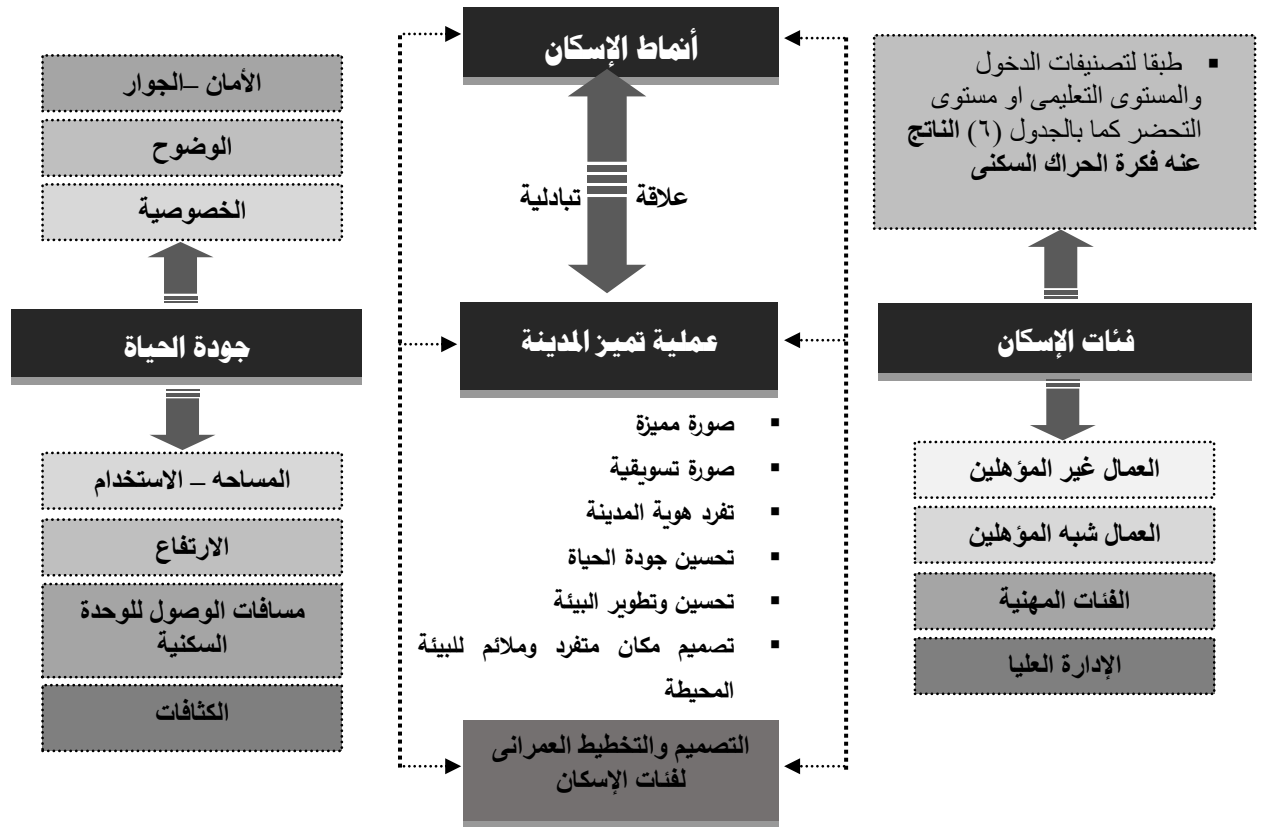
٦ نتائج البحث

من خلال الجدول السابق نجد ان:

- فكرة الطابع العمرانى كعنصر للتمييز يمكن أن تظهر بقوة بالإسكان المنخفض نظرا للحفاظ على الهوية الثقافية للسكان بعكس الشرائح العليا والتي تتمسك بفكرة التطوير من العمران ليتماشى مع الدخول والمكانة الاجتماعية واستخدام عنصر الإبتكار فى التنمية والتطوير العمرانى.
- الإهتمام بتنسيق الموقع بالمناطق الخضراء طبقا لنصيب الفرد من المناطق الخضراء بالإضافة إلى خلق مساحات خضراء للمجتمع المحلى والمنزهات الحضرية لتشجيع أنماط الحياة النشطة والصحية ويظهر جليا بالإسكان المرتفع ويقل تدريجيا كلما اتجهنا إلى الإسكان المنخفض وهو ما يعكس فكرة التميز.
- ضمان الحيازة وتخطيط وتصميم المباني الصديقة للبيئة CO-HOUSEING باستخدام الطاقة الشمسية والحوائط السالبة وكفاءة استخدام الطاقة المتجددة محليا واستراتيجية الحفاظ المستدامة يظهر واضحا بالإسكان المتميز ويتدرج وصولا إلى الإسكان المنخفض نظرا للتكلفة المرتفعة للتخطيط بذلك النمط.
- انخفاض فكرة النقل العام والمحطات الرئيسية TOD بالإسكان المرتفع نظرا للإعتماد على النقل الخاص ويقل تدريجيا وصولا إلى فئات الدخل المنخفض والمعتمدة على النقل العام وهو ما إنعكس على التميز فى فكرة الراحة البصرية والصوتية بالمدينة وتحقيق الخصوصية.
- ارتفاع فكرة الكثافات بأنماطها المختلفة فى الإسكان المنخفض والتي قد تصل الى (١٢٠ ش للفدان) وتتنخفض تدريجيا وصولا إلى الإسكان الفاخر والتي أحيانا تصل بة الكثافة الى ٣ شخص للفدان كما بالإسكان الريف الأوربي وهو ما يعد تميز بين الفئات السكنية.
- تسعى المدن إلى التفرد من خلال مجموعة خصائص وظيفية (لابد من تفرد وقوة الخصائص الوظيفية لأى مكان والتي تتمثل فى الجوانب الاقتصادية والعمرانية والاجتماعية والمعنوية مثل الانتماء).
- لابد من مشاركة الأطراف المعنية وبالأخص مواطنى المدينة بفئاتهم المختلفة فى بناء صورة مميزة للمدينة تكون نابعة من ثقافتها ومتطابقة مع الواقع ومع الصورة الترويجية لها مما يساهم فى نشأة صورة مميزة واقعية عن المدينة.
- أن المدن قد يتعدد بها التميز ولكن لابد أن يوجد تميز رئيسى واحد وتميز فرعى والهدف من ذلك ضمان استمرارية واستدامة تنافسية المدينة.
- من الأفضل تقسيم أنماط الإسكان طبقا لتصنيفات الدخول والمستوى التعليمى أو مستوى التحضر.
- يمكن تصنيف الإسكان تبعاً لأنماطه الوظيفية مما يؤكد على وجود تأثير واضح للنشاط السائد على المجتمعات، وأتضح التنوع الشديد لأنماط الإسكان وخصوصية كل منها حتى أن لكل منها بصمته الخاصة، فتختلف الأنماط داخل كل مجتمع وظيفي عن غيرها.

ويمكن تلخيص العلاقة بين التميز ومؤشرات جودة الحياة وأنماط الإسكان في مصر فى الشكل رقم (٨) والذى يوضح أن التميز يظهر بعناصره متدرجا طبقا للفئة الإسكانية والمرتبطة تقسيمها بعنصر الدخل والمهنة والذى ينعكس بدوره على جودة الحياة والتمثلة فى الوحدة السكنية من حيث المساحة والخصوصية والأمان كما يوضح العناصر الاساسية لفكرة التميز للمدينة والناجمة من تفرد هوية المدينة وتحسين جودة الحياة وتطوير البيئة وتصميم مكان متفرد وملئم للبيئة المحيطة وهما اختلف درجه توافقه مع كل فئة من فئات الإسكان فتتدرج على حسب المهنة والدخل من العمال المهنيين إلى الإدارة العليا وانعكاس ذلك على جودة الحياة من حيث الخصوصية والمساحة والكثافات... الخ.

شكل (٨) العلاقة بين التميز ومؤشرات جودة الحياة لأنماط الإسكان في مصر



قائمة المراجع والمصادر

References

- إسماعيل، كمال خلف، الخدمات التعليمية الأساسية ودورها في التنمية المستدامة للتجمعات العمرانية، مؤتمر الأزهر الهندسي الدولي السادس، سبتمبر ٢٠٠٠.
- التنمية بالمشاركة في مشروعات الإسكان، الهيئة العامة للتخطيط العمراني - وزارة التخطيط - وكالة التعاون الفني في المناطق الحضرية، وكالة التعاون الفني الألماني بالقاهرة، ٢٠٠١.
- السيد، عزه محمد كمال، عمارة وعمران المناطق الحرفية في المدن الإسلامية، رسالة ماجستير، كلية الهندسة، جامعة القاهرة، ١٩٩٦.
- المخطط الاستراتيجي لمدينة العاشر من رمضان، المستشارون المتحدون، ٢٠١٣.
- الهادي، حامد، الحرفيون بين التكيف مع الفقر وصناعة رأس المال، كتاب منشور، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، ٢٠٠٦.
- إكرام عبد العزيز، رسالة ماجستير تخطيط تجمعات الصناعات الحرفية الجديدة في مصر، كلية التخطيط الإقليمي والعمراني، جامعة القاهرة ٢٠٠١.
- برادة، عبد المحسن، سياسيات ونظم الإسكان لذوي الدخل المنخفض، المؤتمر الدولي للإسكان، القاهرة، ١٩٩٢.
- تقرير العشوائيات، الهيئة العامة للتخطيط العمراني، ٢٠٠٧.
- حافظ، هشام محمود التوزيع المكاني للخدمات الحرفية بعواصم المحافظات، رسالة ماجستير، كلية التخطيط الإقليمي والعمراني، جامعة القاهرة، ١٩٩٤.
- سليمان، أحمد منير، الإسكان والتنمية المستدامة في الدول النامية، دار الراجب الجامعية - بيروت، ١٩٩٦.
- على، محمد احمد، التشكيل العمراني للقرى ذات الطابع الخاص، رسالة ماجستير، كلية الهندسة، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥.
- غادة محمد ربحان، عملية الارتقاء بالمناطق العشوائية في فاعلية تنفيذ المخططات مع ذكر خاص لمنطقة المنيرة الغربية محافظة القاهرة، رسالة ماجستير، كلية الهندسة، جامعة القاهرة، ٢٠٠٠.
- محمود، نجوى، إدراك النخبة الحاكمة في مصر لقضية إسكان ذوي الدخل المنخفض، القاهرة مقدمة للمؤتمر الدولي للإسكان، ١٩٩٨.
- نصر، مرفت عبد العزيز محمود، المستوطنات الإنتاجية البدوية بشبه جزيرة سيناء، رسالة ماجستير، كلية الهندسة، جامعة القاهرة، ١٩٩٢.
- نظمي، نعمات، تطوير منطقة زيبالين منشية ناصر، ورقة عمل - بحث منشور، مؤتمر سياسات الإسكان لمحدودي الدخل، مركز بحوث الإسكان والبناء، القاهرة، ١٩٩٣.
- Batty, M., "The Computable City", article, OLP Journal, 2001
- GOPP, (2001) " Urban Development in Egypt", UMinistry of Housing, Utilities and Urban Communities, Cairo.U
- C. Nelson, (2002), The Link Between Growth Management and Housing Affordability: The Academic Evidence, UThe Brookings Institution Center on Urban and Metropolitan PolicyU, Maryland, USA.
- Jan Wehrheim : Segregation as separation—gated communities as a new part of the "Quartered City"?, Workshop Gated Communities GlobalExpansion of a New Kind of Settlement, ; Hamburg, 2000
- Abdelaal, M. and Hussein, R. (2012). Branding Urban Spaces as an Approach for City Branding-Case Study: Cairo City, Egypt. World Academy of Science, Engineering and Technology , 71, 571-579.
- Anholt, S. (2010). Definitions of Place Branding Working Towards a Resolution. Place Branding and Public Diplomacy , 6 (1).
- Caldwell, N. and Freire, J.R. (2004). The Differences Between Branding a Country, a Region and a City: Applying the Brand Box Model. Brand Management , 12 (1), 50-61.

- Evans, G. (2003). Hard Branding the Cultural City from Prado to Prada. *International Journal of Urban and Regional Research*, 27(2), 417-440.
- Hassan, S.B., Abdel Hamid, M.S. and Al Bohairy, H. Perception of Destination Branding Measures: A Case Study of Alexandria Destination Marketing Organizations. *International Journal of EURO Mediterranean Studies*, 3 (2).
- Helmy, M. (2008). Urban Branding Strategies and the Emerging Arab Golf Cities: the Image of the Golf Cities. Master Thesis, Stadtebau Institute, Stuttgart university.
- Hildreth, J. (2008). The Saffron European City Brand Barometer: Revealing which cities get the brands they deserve. Saffron Brand Consultants .
- Jedras, K. (2011). City Branding The perception of Milan as a World Fashion Capital. Master Thesis, Bocconi University, Milano.
- Kaplan. et al. (2010). Branding Places: applying brand personality concept for cities. *European Journal of Marketing*.
- Kavaratzis, M. (2009). Cities and their Brands: lessons from corporate branding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 5 (1).
- Kavaratzis, M. and Ashworth, G.J. (2005). City Branding: an effective assertion of identity or transitory marketing trick. *The Royal Dutch Geographical Society KNAG*, 96 (5), 506-514.
- Maxwell, L, Cudden, J and Waugh, J. (2012). A Road Map for Branding Dublin. Dublin City Council.
- Paliaga, M., Franjić, Z. and Strunje, Z. (2010). Methodology of Valuation of Cities Brands. *Ekonomska istraživanja*, 23 (2).
- Pfefferkorn, J. W. (2005). The Branding of Cities Exploring City Branding and the Importance of Brand Image. Master Thesis, Graduate School of Syracuse University.
- Popescu, A. I. (2012). Branding Cities as Educational Centres: the role of higher Education Institutions. *Management and Marketing Challenges for the Knowledge Society*, 7 (3), 493-512.
- Prophet. (2006). Branding Your City. 1-26. Retrieved from <https://ceosforcities.org/wp-content/uploads/2015/12/Branding-Your-City.pdf>
- Raubo, A. (2010). City Branding and its Impact on City's Attractiveness for External Audiences. Master Thesis, Erasmus University Rotterdam.
- Rainisto, S. K. (2003). Success Factors of Place Marketing: A Study of Place Marketing Practices in Northern Europe and The United State. Doctoral Dissertations, Institute of Strategy and International Business, Helsinki University of Technology.
- Ritchie, J.R.B. and Ritchie, R.J.B. (1998). The Branding of Tourism Destinations: Past Achievements and Future Challenges. Annual Congress of the International Association of Scientific Experts in Tourism, Morocco.
- Salo, L. (2012). Building a Creative City Brand through an International Mega Events. Master Thesis, Turku School of Economics, Turun Yliopisto university of Turku.
- Scott, N. et al. (2011). Tourism Branding and nation Building in China. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 5 (3), 227-234.

- Sarvari, H. and Hamid majedi, H. (2012). The Role of Urban Design on the Branding of Urban Space. *International Journal Of Architecture and Urban Development* , 2 (2), 67-72.
- TAHA, D. A. (2013). Place Identity of Egyptian Cities Learning from the Past Branding For the Future. *ACE: Architecture, City and Environment* , 7 (21), 97-116.
- EF Analysis, 2011. Ecological Footprint Analysis San Francisco-Oakland-Fremont, CA. Global Footprint Network. Jun 2011.
- Rudneva, E. (2012). City Branding as an Instrument of Urban Strategic Development in Russia and Finland: Cases Vyborg, Russia and Lappeenranta, Finland. Working Paper, CGES:Centre for German and European Studies.

Branding as a Tool to Control the Quality of Life of Housing Patterns in Egypt

Abstract

The paper aims to formulate the general concept of city branding and its relation to quality of life indicators of different housing types, their implementation strategies, and some evaluation models for their impact on improving housing patterns socially, economically, environmentally and physically, to contribute to enhancing quality of life and the image of the city. The paper attempts to monitor the relationship between housing patterns in Egypt and their economic and cultural determinants, which is reflected on the architectural and urban character of each category and the features of urban branding, which vary differently among housing categories. This is a competitive advantage that makes the place unique through its physical and intangible features, taking into consideration the needs of users and their connection to the place to distinguish it from other places. In addition to implications on the concept of quality of life, which has recently witnessed an increased interest in its indicators and evaluation methods by international organizations such as the United Nations Human Development Index, and those interested in the field such as the Ontario Social Development Council. In addition, the paper aims at reaching an applied scientific model based on an analysis for experiences and literature on the relationship between the process of city branding and city identity and image, and quality of life indicators of housing patterns within the continuous transformations of the urban, economic and technological aspects of residents and the society as a dynamic system. Finally, the paper outlines a set of recommendations for the implementation and development of this relationship.

Key words: City Branding - Quality of life indicators - Housing patterns - Housing categories in Egypt.