



كلية الفنون الجميلة
تصميم داخلي



جامعة النجاح الوطنية

اعادة التصميم الداخلي لمتجر بيع منتجات التجميل "Smashbox"

اعداد الطالبة:

ريم "محمد مهدي" يعيش

إشراف الدكتور:

هاني الفران

بحث مقدم استكمالاً لمتطلبات مساق بحث مشروع التخرج في تخصص التصميم الداخلي

ايار 2018

الاهداء

اود ان اهدي هذا البحث الي من احمل اسمه بكل فخر "ابي".

الى ينبوع الصبر و التفاؤل و الأمل أمي .

الى من اظهروا لي ما هو أجمل من الحياة اخوتي.

الى من سأفتقدهم و أتمنى ان يفتقدوني طلاب قسم التصميم الداخلي .

الطالبة : ريم يعيش

الشكر والتقدير

لا يسعني بعد أن انجزت هذا البحث, بعون الله وتوفيقه, إلا أن أتقدم بجزيل الشكر وعظيم

الإمتنان وخالص التقدير إلى الدكتور الفاضل هاني الفران الذي أشرف على هذا البحث.

الى امي وابي اطال الله بعمرهما من كانوا خير سند ومعين بعد الله سبحانه .

الى كل من علمني حرفا .

الطالبة : ريم يعيش

الملخص

يحتوي البحث على دراسة منهجية تحليلية لمتاجر منتجات التجميل من خلال تحليل حالات متعددة لهذه المتاجر في مناطق مختلفة بداية في الحالة المحلية – (Perfumery Sami AL-Shaka'a & his Sons، عربية (Wojooh) وعالمية (Sephora) عن طريق وصف المساقط الأفقية للمشاريع، الشكل الخارجي، الأسلوب التصميمي المتبع في كل حالة من الحالات الثلاث، الألوان المستخدمة، الخامات، الإضاءة و تحليل السبب الرئيسي لوجودها في المشروع من أجل الوصول الى نقاط الضعف والقوة في هذه المشاريع من ثم التقدم بالتوصيات الملائمة للعمل على الاستفادة منها في المشاريع الاخرى. من المشاكل التي سيتناولها هذا البحث سوء العرض وجموده ، قلة الاهتمام بعناصر التصميم الداخلي سيتم وضع الفرضيات الملائمة لحل هذه المشاكل عن طريق التصميم الداخلي للتوصل الى الحلول الملائمة.

المحتوى:

1. الاهداء أ
2. الشكر ب
3. الملخص ج
4. فهرس البحث د

الفصل الاول:

خطة البحث وتشمل:

- أ. مقدمة 1
- ب. أهمية البحث 2
- ت. مشكلة البحث 2
- ث. هدف البحث 3
- ج. فرضيات البحث 3
- ح. حدود البحث 3
- خ. منهجية البحث 4
- د. خطة البحث 5

الفصل الثاني: الاطار النظري 6

الفصل الثالث : تحليل الحالات الدراسية المختلفة (محلي، عربي و عالمي).

1. الحالة المحلية:
 - أ. التعريف بالحالة و معلومات عنها. (الموقع، المصمم، العام ... الخ) 25
 - ب. مخطط المشروع (الموقع المبنى) 25
 - ت. الواجهة الخارجية 27
 - ث. المناطق الوظيفية والخصوصية. (استقبال، انتظار ... الخ) 28
 - ج. اسلوب التصميم المتبع 29
 - ح. مسارات الحركة 29
 - خ. الاثاث المستخدم و توزيعه 30
 - د. الخامات المستخدمة 30
 - ذ. الاضاءة .. الطبيعية والصناعية 30
 - ر. الالوان 30
2. الحالة العربية 32
3. الحالة العالمية 40

الفصل الرابع: المشروع المق 51

النتائج و التوصيات 60

جدول الرسوم البيانية 61

جدول الصور 61

الفصل الاول

المقدمة

بيع ادوات التجميل يعد من واحد من انجح المشاريع هذه الايام, حيث اصبحت هذه المنتجات من كريمات وغيرها تباع بكثرة و تحولت من سلعة مكملة الي سلعة اساسية بالنسبة للنساء. وتصرف النساء عليها ببذخ مهما اختلفت الاعمار والمستويات المادية ,ويرجع ذلك بالطبع الى الرغبة في الظهور بمظهر رائع وجذاب . وتعد هذه ميزة كبيرة ومهمة جدا لانها تضمن ربح المشروع .

سيتم في هذا البحث مناقشة الفراغ الداخلي لمتاجر ادوات التجميل من حيث الفراغات التي تساعد الزبائن على تلبية متطلباتهم في مثل هذه الأماكن، كيفية توفير بيئة امنه صحيا من خلال تصميم قطع الأثاث المستخدمة وطريقة ترتيبها في الفراغ، دراسة الخامات المستخدمة ، اختيار الاضاءات المناسبة لهذه الأماكن.

أهمية المشروع المقترح

تكمن أهمية هذا البحث من خلال :

الاهتمام بالناحية الجمالية وطريقة عرض و تخزين مواد التجميل بالشكل الملائم.

مشكلة البحث

إن سوء تصميم متاجر منتجات التجميل المنتشرة في أنحاء الوطن دافع أساسي للقيام

بهذا البحث، ومن أبرز المشاكل التصميمية الواضحة في الأماكن المتخصصة في هذا المجال :

1. قلة الاهتمام بعناصر التصميم الداخلي من حيث الألوان و التوزيع و الحركة و الخامات

و توزيع الإضاءة , و عدم تخصيص المساحات المناسبة مع وظيفة المتجر ودراساتها

بشكل يقدم الراحة لكل من يستعمل المكان .

2. عدم مراعاة المقاييس العالمية و الاشتراطات الفنية .

اهداف البحث

1. خلق بيئة مصممة بشكل ملائم لطريقة العرض الخاصة بمعارض ادوات التجميل .
2. توظيف التصميم الداخلي بطريقة مميزة للخروج بمعرض مختلف عن المعارض الموجودة .

فروض البحث

1. يفترض ان اتباع المقاييس العالمية و الاشتراطات الفنية التصميم سيقدم الراحة لكل من سيستعمل المكان .
2. يفترض ان اعادة تصميم المدخل الخارجي و التركيز على الوانه وخاماته يعمل على لفت الانظار بالتالي زيادة عدد الزبائن
3. يفترض ان الاهتمام بتوزيع المنتجات ضمن ضمن رفوف منظمة ومناسبة سيقفل من اختلاط المنتجات المعروضة و اسلوب التخزين .

حدود البحث

حدود مكانية : مدينة نابلس

حدود زمانية : 2017-2018

منهجية البحث

يعتمد البحث على العديد من المنهجيات وهي:

1. **المنهج الوصفي:** يعتمد على وصف الخامات المستخدمه ، وصف الألوان في الجدران

والأثاث المستخدم، وصف مسارات الحركة للزبائن والعاملين، وصف الإضاءة

المستخدمة بالإضافة الى وصف قياسات قطع الأثاث .

2. **المنهج التحليلي:** سوف يستخدم في تحليل الخامات المتبعه في التصميم ، تحليل

الألوان و مدى تأثيرها على الزبائن، تحليل مسارات الحركة ومدى فاعليتها، تحليل أنواع

الاضاءات المستخدمة و تحليل قطع الأثاث و تناسبها مع الزبائن.

خطة البحث



رسم توضيحي 1 : خطة البحث

الفصل الثاني

الاطار النظري

● مقدمة

رافقت مواد التجميل ا لم رأة منذ زمن بعيد بغية تزويدها بالتألق والتجدد. فمواد

التجميل في طبيعة الحال يعزز جمال المرأة، لا بل يزيد على إطلالتها السحر

الذي لا يقاوم. إذ يركز على إبراز الملامح الجميلة ، وقد تطوّرت مواد التجميل

بشكل كبير وسريع، لينتقل من مجرد إضافة إلى جمال المرأة، إلى أداة أساسية

تمنحها الإشراقة والمظهر الجميل . وقد بلغ تطوّر المكياج في أيامنا هذه الي عدة

انواع منها ما هي محددة للوجه، يخفي العيوب، يوحد لون البشرة، المكياج

الصيفي، المكياج الخريفي، حتى وصل في آخر عروض الأزياء العالمية إلى

مواكبة صيحة المكياج السينمائي .

● نبذة تاريخية :

➤ 4000-5000 قبل الميلاد:

يُعتقد أن النساء في حضارة سومر - حضارة قديمة في جنوب بلاد الرافدين - هم أول من

استخدم مستحضر التجميل أي قبل نحو 5000 سنة، حيث كسروا الأحجار

الكريمة واستخدموها لتزيين وجوههم، وتحديدًا حول العينين والفم وكان المصريون أول

من استخدموا الكحل .

➤ 3000 قبل الميلاد :

بدأ الشعب الصيني بصنع أظافرهم ، بالصمغ أو الجيلاتين، و شمع العسل و البيض، بحيث تمثل الألوان المستخدمة الطبقة الاجتماعية , كما كانت النساء الإغريقيات تقوم بطلاء وجوههم بالرصااص الأبيض, و تطبق مسحوق العنب ، بينما تستخدم شعر الثيران في وضع حواجب وهمية.

➤ 1500 قبل الميلاد

عادة ما كان المواطنون الصينيين و اليابانيين يستخدمون مساحيق الأرز لجعل وجوههم بيضاء، كما كانوا يصبغون أسنانهم باللون الذهبي أو الأسود، بالإضافة إلى استخدامهم للحناء لصبغ الشعويلونوا الشفاه بالمستخلص الأحمر لنبتة الزعفران الباهظة الثمن، استخدموا أيضاً فضلات العصافير لمحاربة تجاعيد البشرة.

➤ 1000 قبل الميلاد:

استخدم اليونانيون الطباشير و الرصاص كبودرة للوجه , بالإضافة إلى طين أكسيد الرصاص و الحديد الأحمر كأحمر شفاه.

➤ 100 ميلادي:

أستخدم سكان روما زيت الزيتون و شمع النحل وماء الورد لصنع كريمات البشرة.

➤ : 300-400 ميلادي

أُستُخدمت الحناء في الهند لصباغة الشعر

➤ 1200-1300 ميلادي (العصور الوسطى)

نتيجة الحروب الصليبية، تم استيراد العطور لأول مرة من الشرق الأوسط إلى أوروبا.

• أنواع منتجات التجميل وأدواته :

وتتألف أنواع المكياج من مجموعة مستحضرات تجميلية متخصصة لكل جزء من أجزاء الوجه ،

منها ما هو خاص بالعيون .

• أنواع مكياج الوجه :

1. البرايمر: البرايمر هو مستحضر تجميلي على شكل كريم تمتصه البشرة بسرعة؛ يوضع

على البشرة قبل تطبيق كريم الأساس.



صورة 1 توضح :البرايمر الخاص بالوجه

2. كريم الأساس: كريم الأساس هو من أهم وأول مستحضرات التجميل التي تطبق على الوجه لهذا سمي بكريم الأساس لأنه يشكل الطبقة الأساسية للمكياج .



صورة 2 : كريم الاساس

3. الكونسييلر : الكونسييلر أو كما يعرف بـ "مصحح العيوب" فهو يقوم بإخفاء عيوب البشرة

كالحبوب والبقع الداكنة بالإضافة إلى الهالات السوداء حول محيط العين .



صورة 3 : كونسييلر للوجه

4. **بودرة الوجه :** بودرة الوجه هي بودرة خفيفة القوام تطبق فوق الكونسيلر وكريم الأساس لتثبيته وجعل المكياج يدوم لوقت أطول.



صورة 4 : بودرة الوجه

1. الكونتور والهايلايتر: الكونتور والهايلايتر هي تقنية جديدة من تقنيات المكياج، تعمل

على إبراز بعض ملامح الوجه وتغيير الملامح التي لا تحببها في وجهك إما بإخفائها

أو التخفيف من شكلها مثل تقصير الأنف الطويل أو تخفيف الوجه الممتلئ والعكس

بالعكس. يكون الكونتور بلون داكن لإخفاء أو التخفيف من شكل جزء معين من الوجه .



صورة 5 : الكونتور او الهايلايتر للوجه

1. البرونزر: البرونزر هو مستحضر تجميلي يكون بشكل بودرة برونزية اللون بلمعة أو

بدون لمعة، يطبق البرونزر فوق كريم الأساس ليمنح بشرتك سمرة طبيعية .



صورة 6 : البرونزر للوجه

2. البلاشر: البلاشر أو أحمر الخدود وهو لون مشرق يمنح خدودك إشراقة وتألق.



صورة 7 : البلاشر للوجه

• أنواع مكياج العيون

1. **الكحل** : الكحل هو من أهم أنواع مكياج العيون، فهو يعمل على تحديد شكل العين وإبراز لونها بطريقة ساحرة، كما يغير الكحل من شكل العين لتكبير العيون الصغيرة أو توسيع العيون المبطنة مثلاً .



صورة 8 :الكحل للعيون

2. الأيشدو - ظلال العيون: ظلال العيون أو الأيشدو هي مستحضر تجميلي ذو ألوان متعددة تمنح العين شكلا مميزا وتبرز لون العين بطريقة جذابة.

Palette Midnight Glow - Make Up For Ever



صورة 9 : ظلال العيون

3. الـايلـاينـر : الـايلـاينـر هـو يـشبه الكحل الـأسود لكن يـكون بـشكل سائل ويمتاز بـلمعته التي

تضفي بريقا على عيونك.



صورة 10 : ايلالينر للعيون

4. الماسكارا: الماسكارا هي الخطوة الأخيرة بمكياج العيون، وتعتبر الأداة السحرية للعيون

فهي تمنح الرموش طول وكثافة .



صورة 11 : الماسكارا للعيون

5. قلم رسم الحواجب



صورة 12 : قلم رسم الحواجب

- أنواع مكياج الشفاه :

1. محدد الشفاه: محدد الشفاه هو قلم لرسم الشفاه .



صورة 13 : محدد الشفاه

2. أحمر الشفاه:



صورة 14 : احمر الشفاه

3. ملمع الشفاه :



صورة 15 : ملمع الشفاه

• ادوات منتجات التجميل :

1. فراشي المكياج:



صورة 16 : فراشي المكياج

2. اسفنجات المكياج:



صورة 17 : اسفنجات المكياج

• طرق تخزين منتجات التجميل :

1. يتم تخزين المكياج بعيداً عن الضوء المباشر ودرجات الحرارة المتطرفة والمناطق

المعرّضة للرطوبة.

2. يتم تخزين منتجات العناية بالبشرة في مكان بارد (تحت 30 درجة مئوية ومن المفضلّ

25 درجة مئوية أو أقل) ومظلم، وليس على رفّ معرّض لأشعة الشمس، أو داخل

خزانة مضاءة.

• كما ان لمواد التجميل فترة صلاحية :

- . كريم الأساس السائل 6 أشهر
- . كريم الأساس غير السائل من 6 إلى 8 أشهر
- . كريم إخفاء الهالات من 6 أشهر إلى 8 أشهر
- . البودرة العادية عام واحد . ظلال العيون عام واحد
- . أحمر الخدود عام واحد
- . الماسكارا من 30 إلى 45 يوما
- . أحمر الشفاه عام واحد
- . منظف البشرة أشهر
- . المرطب 6 أشهر
- . أقلام الكحل وتحديد الشفاه من عام إلى عام ونصف

• مكونات المكياج :

المكياج الطبيعي :

كريم أساس:

1. ربع كوب من النشا.
2. ثلاث أرباع ملعقة الكبيرة من الزنجبيل المطحون.
3. أربع ملاعق كبيرة من بودرة الكاكاو الخام.
4. عشر نقاط من فيتامين E
5. عشر نقاط من زيت اللافندر، أو أي زيت عطري مفضل.
6. نصف ملعقة كبيرة من القرفة المطحونة.
7. ملعقة كبيرة من طين البنتونيت.

بودرة خدود

نصف ملعقة من كلٍ من: النشا، والكاكاو، والقرفة، ومسحوق زهرة الكركديه.

المسكارا :

1. نصف ملعقة كبيرة من زيت جوز الهند.
2. نصف ملعقة كبيرة من زبدة الشيا.
3. ملعقة ونصف كبيرة من شمع العسل. ملعقة كبيرة من زيت الجوجوبا.
4. كبسولتان من الفحم النشط.
5. نقطتان من زيت فيتامين E.

أحمر الشفاه :

1. نصف ملعقة كبيرة من زيت اللوز.
2. ملعقة كبيرة من بشر البنجر.
3. نصف ملعقة كبيرة من زبدة الكاكاو.

المكياج الذي يدخل بصناعته مواد كيميائية :

1. كريم الأساس:

عادة ما يكون كريم الأساس مكوناً من مادة غير شحمية من الأسترات بنسبة خمسة عشر بالمئة، والماء بنسبة خمسة وسبعين بالمئة، ومن خصائصه أنه غير لامع، يحتوي على مواد مرطبة، وأخرى مفلترة لأشعة الشمس، بالإضافة لأصباغ بنسب لونية ضئيلة لا تتجاوز الثلاثة بالمئة من تركيب كل المستحضر.

2. **البودرة:** تتكون البودرة الجافة، والمائية من المركبات التالية: الكاولين، والطباشير المرسبة، ومادة التلك، ونشا الأرز، وكربونات المغنيسيوم، وستيورات الزنك، والمغنسيوم، والسيليكات المحروقة، ومادة هيدروبرود الكين، ومادة أكسيد الزنك، والتيتانيوم، وأخيراً ملح الكينين.

3. **أقلام الراج:** تتركب أقلام الراج بنوعها الشمعية، والسائلة من المواد التالية: الشمع، ومجموعة من الزيوت (زيت البرافين، وزيت السيزرين، وزيت اللوز الحلو، وزيت اللافندر، وزيت الخروع)، بالإضافة إلى الفازلين، وزبدة الكاكاو، ومادة اللانولين، وستيارييل، وبعض الزيوت المهدرجة، وستييرات داي جليكول، وبعض أنواع الشموع المصنعة كيميائياً، وشمع النحل، أما المواد الملونة لأقلام الراج فهي: (مادة الكارمين، ومادة القرمز، الفلوراسين، والأسيسوسين، والغلوكسين، وحمض البروم)، والمواد المعطرة لها فهي: (روائح الياسمين، والبنفسج، زيت الورد، وبعض الزيوت العطرية).

4. **الماسكارا:** وهي تأتي على عدة أشكال منها الكريمي، أو السائل، وتتركب الماسكارا من عدة مواد منها: مواد ملونة، ومواد هلامية، وصابونية، مركبة من أمين ثلاثي الإيثانول، والتي لا تسبب تهيجاً للعين، وشمع النحل، ومسحوق الكربون الأسود العاجي، وزيت الخروع، ومادة الكحول النقي، وكحول إيزوبروبيل.

• أقسام متاجر منتجات التجميل :

1. منطقة عرض .
2. منطقة تخزين.
3. منطقة تجربة مواد التجميل .
4. منطقة المحاسبة .

• المكياج السينمائي

ينقسم المكياج السينمائي إلى ثلاثة أقسام أساسية تكشف لك سرّ هذه الصيحة التي

خرجت اليوم من إطارها السينمائي، لتدخل عالم الصيحات التي يمكن لأي امرأة

أن تعتمده من الآن وصاعداً، لمجرّد انتشاره والحديث عنه في الصحافة العالمية

المتخصصة بالكتابة عن أجدد الصيحات الجمالية .

النوع الأول يطلق عليه إسم **Street makeup** أي مكياج الشارع، وهو شائع

كثيراً، لأنّه يركّز على جعل الممثل بصورة أفضل أمام الكاميرا. وهنا نشهد على

قدرة المكياج السينمائي الذي يعمل على تجميل الشكل وجعله مقبولاً، خاصّة وأنّ

لعدسات الكاميرا متطلبات خاصّة .

أما النوع الثاني ، فيُعرف بالـ **Character makeup** ، أو مكياج الشخصية ،

بحيث يستطيع المكياج تغيير شكل الممثل بطريقة كاملة، وبالتالي خلق شخصية

جديدة تخدم دوره. كأن نشهد على **المكياج الذي يجعل الممثل أكبر سنّاً**



صورة 18 : character make up

في حين، يُعرف النوع الثالث بالـ Special makeup effects أو مؤثرات

المكياج الخاصة التي تطبع في إطلالة الممثل لمسمة خاصة كندبة في الوجه، تشوّه

ما أو حتى تحقيق الشكل الغريب خاصة في الأفلام غير الواقعية .



صورة 19: special make up effects :

وكما يبدو بحسب عرضنا لأنواع المكياج السينمائي، إنّ النوع الأوّل معتمد بشكل

كبير خاصةً أنّه يرتكز على إضفاء السحر إلى اللوك وتجميله، لا بل جعله مثالياً

لا تشوبه شائبة.

الفصل الثالث

تحليل الحالات الدراسية (المحلية , العربية , العالمية)

دراسة تحليلية (محلية محل بيرفيومري سامي الشكعة)

أ. المقدمة

1. تعريف بالحالة الدراسية

أسس محل بيرفيومري سامي الشكعة عام 1973 في مدينة نابلس / ميدان الحسين / عمارة

العنبتاوي و هو من اوائل و اقدم محلات التجميل و العطور في فلسطين.

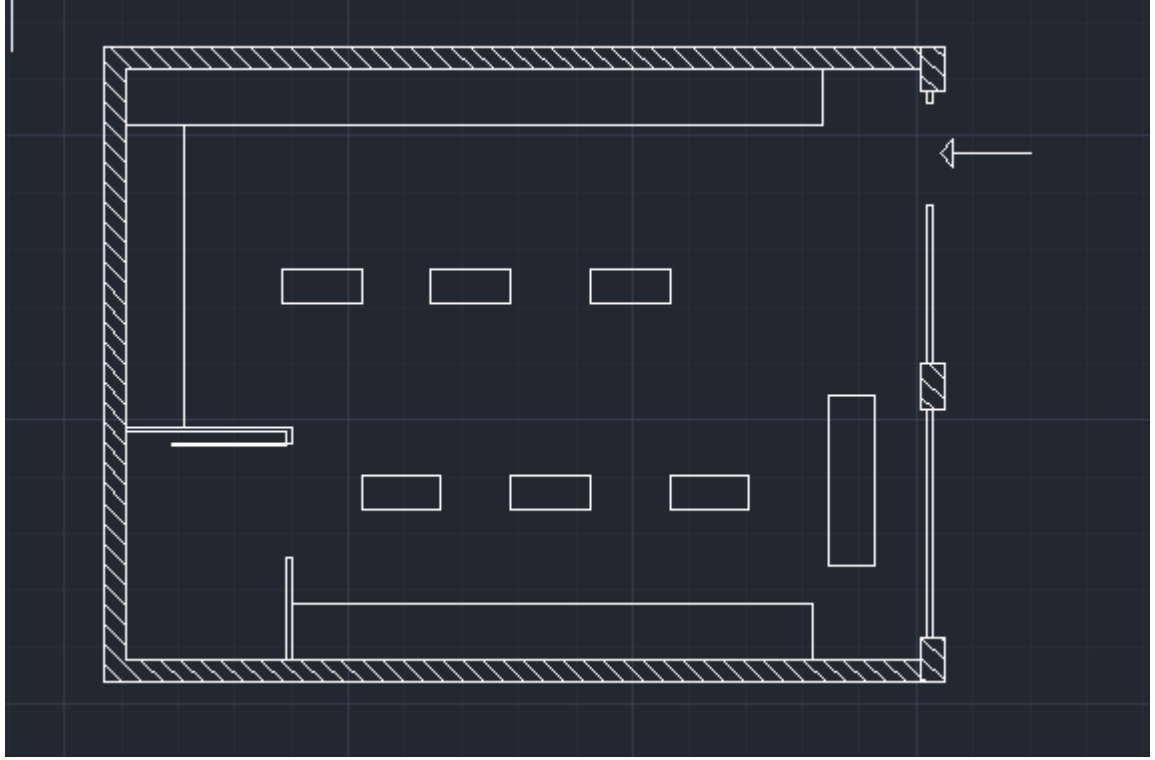
و الفرع الثاني شارع رفيديا الرئيسي مقابل طلعة الاتصالات .

2. مخطط للمسقط الافقي :

تختلف أنواع التصميم من الناحية الشكلية فهناك التصميم المغلق الذي تكون فيه الغرف محجوزة

ومحددة بالأبواب والحوائط المبنية. أما التصميم الذي يناسب متجر منتجات التجميل هو

التصميم المفتوح حيث يكون المتجر وحدة واحدة.



صورة 20: تبين المحطط الافقي للحالة لدراسية المحلية (رسم تقريبي من الطالب)

3. تحليل الشكل الخارجي

التصميم الخارجي بسيط جدا تم استخدام البلاستيك المقوى فيها باللون الاسود و الزجاج من نوع

السيكوريت مع وضع اسم المحل مضيئا كما ان واجهة العرض تم فيها وضع اعلانات

وبوسترات للمنتجات التي تباع داخل المتجر تم استخدام اضاءة من نوع spot في الخارج .



صورة 21 : نوضح الشكل الخارجي لمشروع الحالة الدراسية المحلية

ب. العلاقات الوظيفية



رسم توضيحي 2 يوضح العلاقة الوظيفية في الحالة المحلية

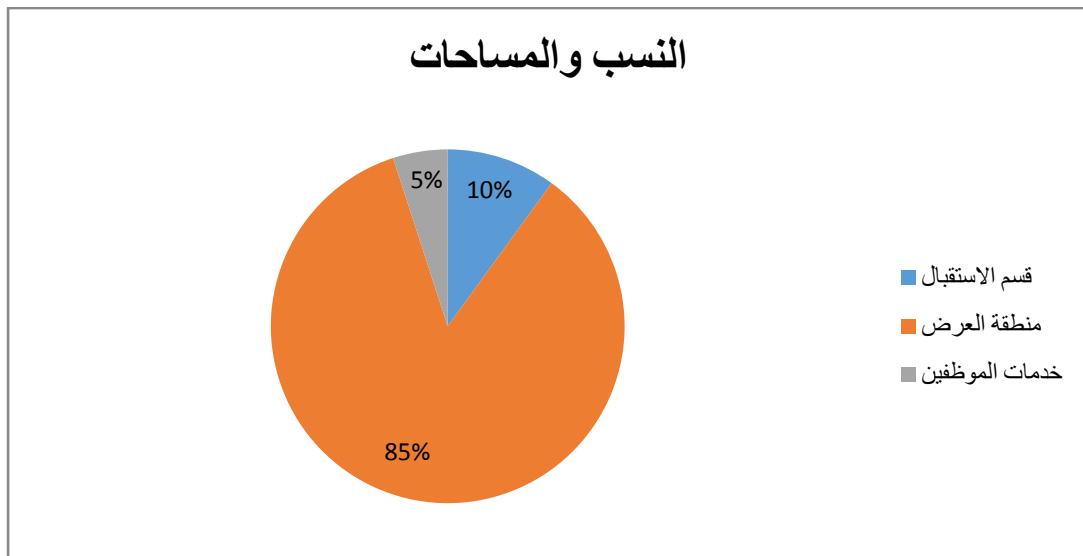
ت. تحليل المساحات الداخلية (دراسة النسب والمساحات)

يقسم المتجر الى العديد من المناطق وهي:

1. منطقة الاستقبال

2. منطقة العرض

3. منطقة خدمة الموظفين

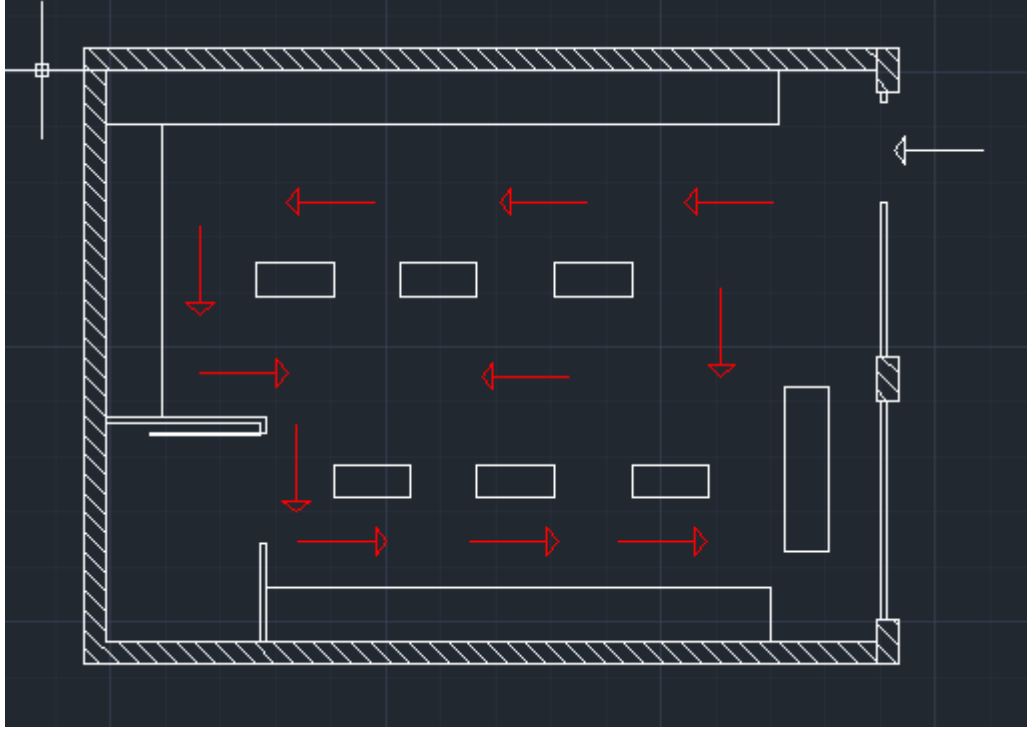


رسم توضيحي 3 : يبين تحليل المساحات الداخلية (النسب و المساحات) في الحالة الدراسية المحلية

ث. تحليل الحركة الداخلية

من خلال المسقط الأفقي للمتجر تم تحليل مسارات الحركة داخل المتجر وللزبائن حيث الاسهم باللون الاحمر تمثل حركه للزبائن

مسار الحركة هو المسار الذي يربط الفراغات داخل المبنى ويتكون من مجموعة متتابعة من الفراغات.



صورة 22 : توضح مسارات الحركة في الحالة الدراسية المحلية

ج. اسلوب التصميم المتبع: لم يتم تصميم المكان حسب أسلوب محدد ، حيث لا توجد

اسس صمم عليه، ولكن يمكن القول ان التصميم اتبع اسلوب الحداثة (Modern) 1،

والدال على ذلك البساطة المتبعة في التصميم والوظيفيه للمكان، فقد استغل أكبر قدر

ممکن من المساحة للعرض ولم يهتم بالجانب الجمالي، بل ركز كل اهتمامه على

الجانب الوظيفي.

ح. نمط الأثاث المستخدم وتوزيعه:

جميعها ستاندات و خزائن مفتوحة و رفوف موزعه على استقامة واحدة بحيث ان كاونتر

الاستقبال على يسار المدخل وهي ميزة جيدة لكونه قريب من المدخل و اثاث العرض على

يسار ويمين المتجر على استقامة واحدة مما يجعل مسارات الحركة سهلة و مريحة للزبائن .

خ. الاضاءة و توزيعها

استخدم المصمم انواع متعددة لمصادر الاضاءة تختلف بحسب استخدامها ومكان تواجدها

من حيث القوة والنوع وهي نوعان :

- الاضاءة الطبيعية : تم الاستفادة من الاضاءة الطبيعية الصادره من النوافذ من اجل

الاحساس بالاتساع في الحيز الداخلي

- الاضاءة الصناعي : استخدم المصمم انواع متعددة من الاضاءة الصناعي منها :

1. الاضاءة الموجهه البيضاء : لتوجيه الاضاءة على اماكن العرض.

2. لاضاءه الجانييه على الواجهات لزيادة الاحساس باتساع الممر

د. الألوان المستخدمة

الألوان هي انعكاسات الضوء عن الأشياء، نتيجة كل انعكاس يظهر موجات ضوئية معينة ينتج

عنها الأطياف الخاصة بكل لون محدد .

1. اللون الابيض : استخدم في عدة مناطق ,اللون الابيض لاضفاء جو النقاء على المتجر

و اظهار القطع المعروضة .

2. اللون الذهبي : من الألوان المشعة التي تعطي شعور بالاتساع والرفاهية.

3. اللون الاسود : تم استخدامه في الرفوف و الستاندات .

ذ. الخامات المستخدمة (بالاكساء الداخلي)

تظهر الخامات بالفراغ الداخلي بشكل ملموس حيث تعتبر الوسيط الذي يجسد العمل الفني بصورة ملموسة .

- السقف من جبص

- الارضيات رخام

- الزجاج بواجهة العرض

- الالمنيوم .

- البلاستيك بواجهة العرض و الستاندات و الرفوف .

ر. خلاصة الحالة المحلية

من خلال دراسة الحالة المحلية و تحليل كل من كيفية توزيع المناطق داخل المتجر، الخامات، الألوان، الإضاءة والأثاث فانه يتبين انه لا بأس بالالوان و طريقة توزيع الاضاءة ولكن المشكلة تكمن بان هذا المتجر المحلي يفتقر للتصميم و هناك جمود عالي .

دراسة تحليلية (عربية وجوه) أ. المقدمة

وجوه WOOJOOH

1. تعريف بالحالة الدراسية

اسم المشروع : وجوه WOJOOH

طبيعة المشروع : متجر لبيع العطور ومنجات التجميل

موقع المشروع : السعودية - الرياض

ووجوه هي الرائدة في مجال تجارة التجزئة في الشرق الأوسط، وقد تم في مجال الجمال منذ أكثر

من 18 عاما مع أكثر من 75 متجرا في 10 بلدان في المنطقة. وقد وضعت وجوه الحدس

والبصيرة والخبرة في عالم الجمال في الشرق الأوسط - مع العطر والماكياج والعناية بالبشرة في

قلب خبرتهم.

2. مخطط للمسقط الأفقي

3. تحليل الشكل الخارجي

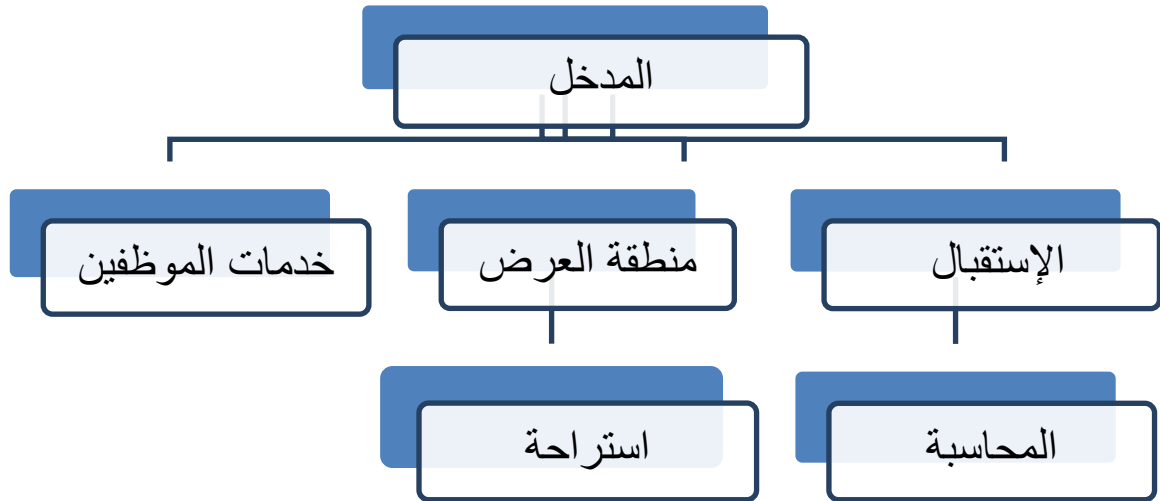
تم استخدام اللون الابيض و الزهري في لوجو المحل مع وضع اللوجو بطريقة تجريدية لوجه المرأة و البوسترات الاعلانية فقط .

تم استخدام الالمنيوم بشكل اطار محمول بداخله الزجاج بواجهة العرض بالاضافة الى قليل من البوسترات المضيئة .



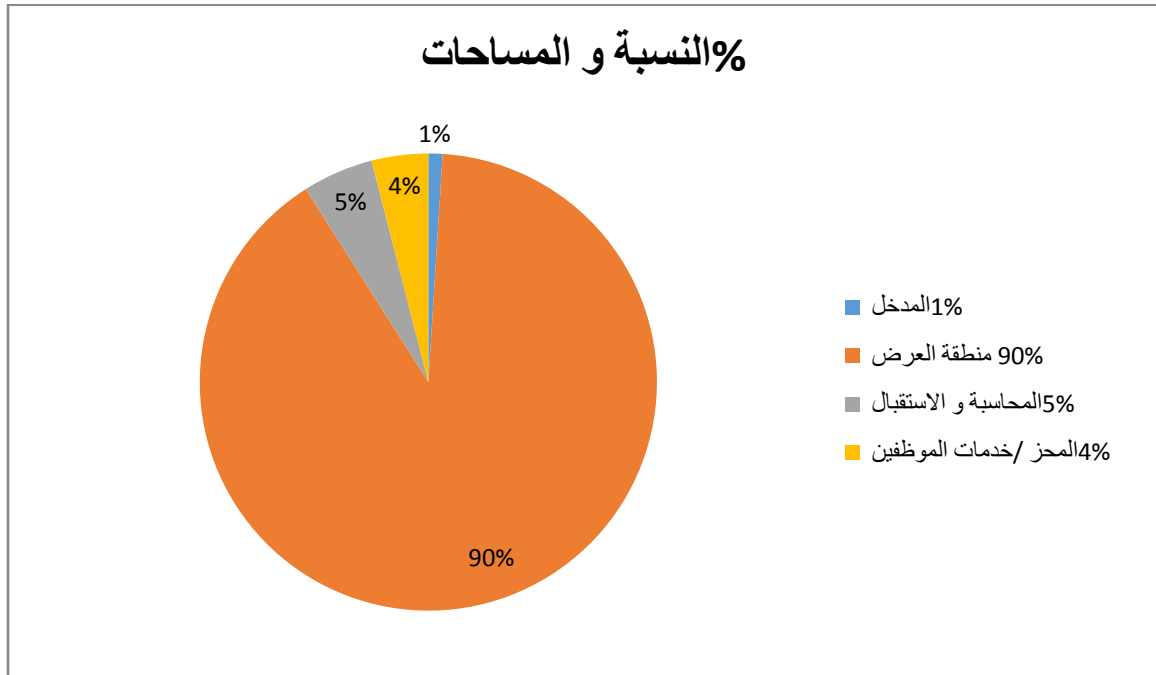
صورة 23 : الواجهة الخارجية للحالة الدراسية العربية

ب. العلاقات الوظيفية



رسم توضيحي 4 : يبين العلاقة الوظيفية في الحالة الدراسية العربية

ت. تحليل المساحات الداخلية (دراسة النسب والمساحات)



رسم توضيحي 5 : يبين تحليل المساحات الداخلية (النسب و المساحات) في الحالة الدراسية العربية

ث. تحليل الحركة الداخلية

مسارات الحركة جيدة هناك فراغ في الحركة بحيث يسهل التنقل.

ج. اسلوب التصميم المتبع

Modern الذي يتميز بالبساطة والهدوء مع القليل من المنحنيات في السقف.

ح. نمط الأثاث المستخدم وتوزيعه

اغلبها ارفف وستاندات و جميعا تم توزيعا ووضعها ضمن المقاييس العالمية والمطلوبة التي

يراعي الاطوال المختلفة و التي تتيح للجميع بسهولة النقاط المنتجات . وتم ترتيبها بشكل

منظم بحيث ان هناك كل زون خاص بمنتج معين .

خ. الإضاءة و توزيعها

الإضاءة الصناعية فقد استخدمت بكثرة في المكان بشكل عام إضاءة موجهة اعتمد المصمم

بشكل عام على الإضاءة الموجهة في إضاءة المكان حيث استخدم (spot light) ذات لون

ابيض قريب من الطبيعي و ذات نوع (led) حتى لا يآثر على ألوان المنتجات بالإضافة الى

استخدام اضاءة داخل خزائن العرض .

إضاءة مخفية: لقد استخدم المصمم الإضاءة المخفية في مناطق عرض



صورة 24: توضح توزيع الانارة في السفغ في الحالة الدراسية العربية

د. الألوان المستخدمة

1. الزهري بدرجاته : تم استخدامه و لانه يعكس شخصية المراه من ناحية الرقة و الانوثة

حيث تم استخدامه بخطوط خفيفه لكسر الجمود الذي يعكسه الابيض و الاسود .

2. اللون الابيض: لون الفراغ، لون الطهارة الملائكية، ويؤدي استعماله في الفراغ الداخلي

إلى زيادة قيم التباين وإلى إحساسنا ببرودة الألوان.

3. اللون الاسود: لون بارد، لون رزين، يعطي معنى رد الفعل الإجباري، رد الفعل

الشعوري. ويقوم في الفراغ الداخلي بعملية الخداع البصري، من ناحية تأثيره في

إحساسنا بالعمق.

ذ. الخامات المستخدمة :

- الزجاج: تم استخدامه في الواجهات الخارجية ايضا ابواب الخزائن التي يتم فيها تخزين

العتور

- الارضيات: تم استخدام أرضيات البورسلان بلونين ابيض و اسود مدموجة بطريقة مائلة.

- الجبس: استخدام الجبسين في الاسقف بطريقة منحنية كما تم استخدامه ضمن الحوائط

بحيث تم استخدامه و كأنه خزائن مفتوحة .

- البلاستيك :بالستاندات

- المرايا



صورة 25 : واجهات المتجر بالداخل في الحالة الدراسية العربية



صورة 26 : طريقة عرض المنتجات في الحالة الدراسية العربية



صورة 27 : توضيح الارضية في الحالة الدراسية العربية



دراسة تحليلية (عالمية Sephora)

أ. المقدمة :

1. تعريف بالحالة الدراسية (نبذة صغيرة) :

- اسم المشروع : Sephora
- طبيعة المشروع : متجر بيع منتجات تجميل و عطور
- موقع المشروع : الامارات العربية المتحدة - دبي - دبي مول - الطابق الارضي .

سيفورا هي سلسلة فرنسية من محلات مستحضرات التجميل تأسست في باريس عام 1969 ،

وقد اشتق اسمها من Sophos و Zippered والمعنيان يطلقان على الجمال باللغة

اليونانية،تعتمد شركة سيفورا على أفضل المواد الكيميائية و المستخلصات الطبيعية في إنتاج

كافة مستحضرات التجميل بما في ذلك ماكياج، العناية بالبشرة، والجسم، والعطر، لون الأظافر،

والعناية بالشعر.

تضم ما يقرب ال 300 علامة تجارية من الماركات التي تتبع لها أبرزها NARS و

Makeup For Ever و Urban Decay و Too Faced. وإلى جانب المستحضرات

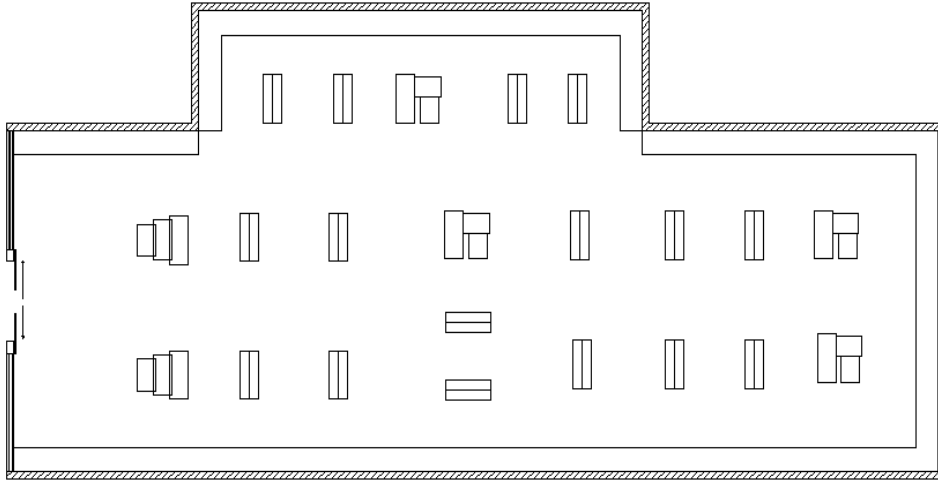
والأكسسوارات التي تحمل اسمها.

محلات سيفورا وتمتلك أكثر من 600 بوتيك موزعة في 25 بلدا اوروبيا، وأكثر من 350 فرعا

في كل من روسيا والصين وما يزيد عن 300 فرع في الولايات المتحدة الاميركية بالاضافة

لوجودها بالوطن العربي من عام 2007 .

2. المخطط الأفقي



صورة 28: المخطط الأفقي الحالة الدراسية العالمية

3 تحليل الشكل الخارجي:

تصميم هذا المحل جاء ليتناسب مع استوديوهات التجميل لذلك يتميز التصميم الخارجي بالبساطة بحيث يعتمد الشكل الخارجي على اللونين الاساسيين الابيض و الاسود و توظيفها بخطوط مستقيمة بالاضافة الى استخدام الزجاج في واجهة المدخل ليمثل اسلوب عرض من خلال تصميمه يجلب انظار المارة الى داخل المتجر .



صورة 29 : الواجهة الخارجية في الحالة الدراسية العالمية

ربما ان التصميم الخارجي بسيط اما لان :

- هذه المحلات وتحتوي على زونات كثيرة و تكون مستغلة المساحات بكثرة وكون المنتجات ملونة و هي التي تعمل على اعطاء الروح لهذا المكان لذلك تم العمل على على مبدأ الموازنة بين الداخل و الخارج .

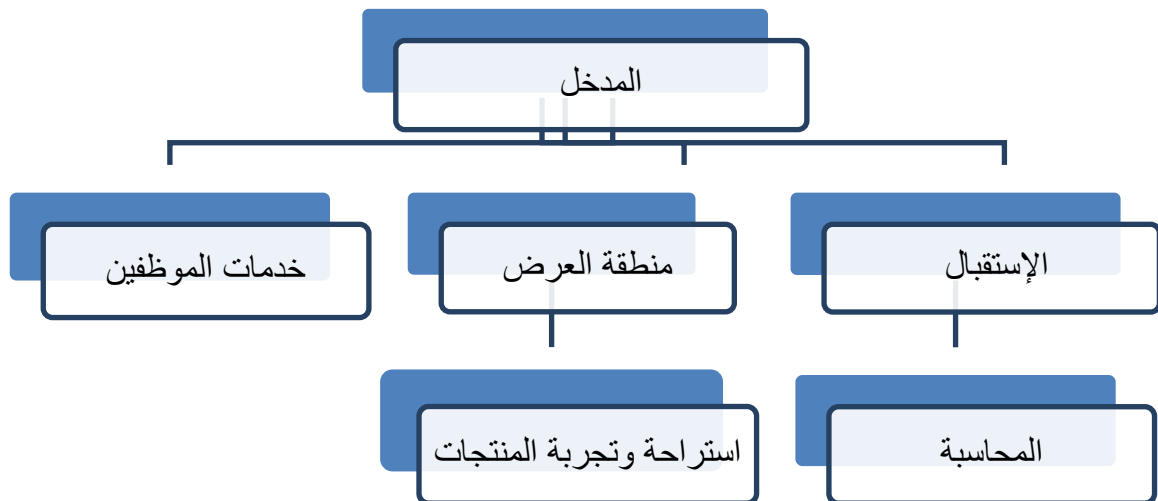
- او ان الابداع ظاهر في واجهة العرض كما هو الحال في الصورة التالية :



صورة 30 : العرض الخارجي في الحالة الدراسية العالمية

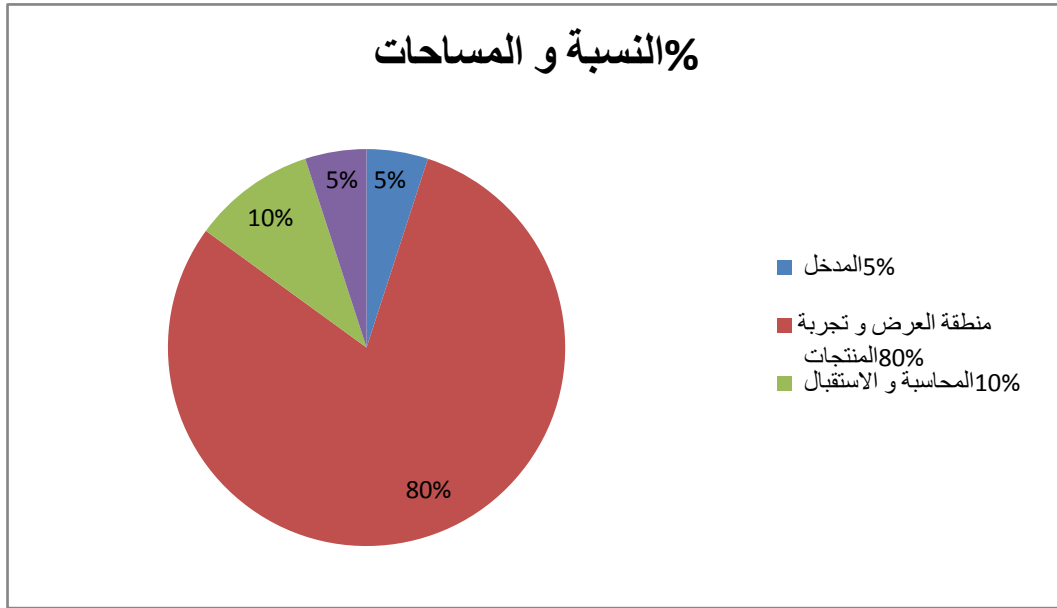
ب. **العلاقات الوظيفية:** من الامور التي يجب على المصمم الاهتمام بها اثناء تصميمه هو الاهتمام بالتوزيع الوظيفي من ناحية مناطق عرض (حسب نوع المعروضات) منطقة استقبال ومحاسبة , مسارات حركة بحيث يتم توزيعها بما يتلائم مع الفراغ المعماري ويلبي حاجات المستخدمين

هناك علاقة جيدة تتيح للزبون بمعرفة كل منطقة بنفسه بحيث يتنقل بشكل تسلسلي الى جميع الاماكن و رؤية جميع المناطق فتم مراعاة وضع المحاسبة قريبة من المدخل و مناطق العرض ايضا كلها مستغلة المساحات كما تم مراعاة مكان خدمات الموظفين بمنطقة بعيدة عن الاعين ولا تلاحظ



رسم توضيحي 6 : يبين العلاقات الوظيفية في الحالة الدراسية العالمية

ت. تحليل المساحات الداخلية :



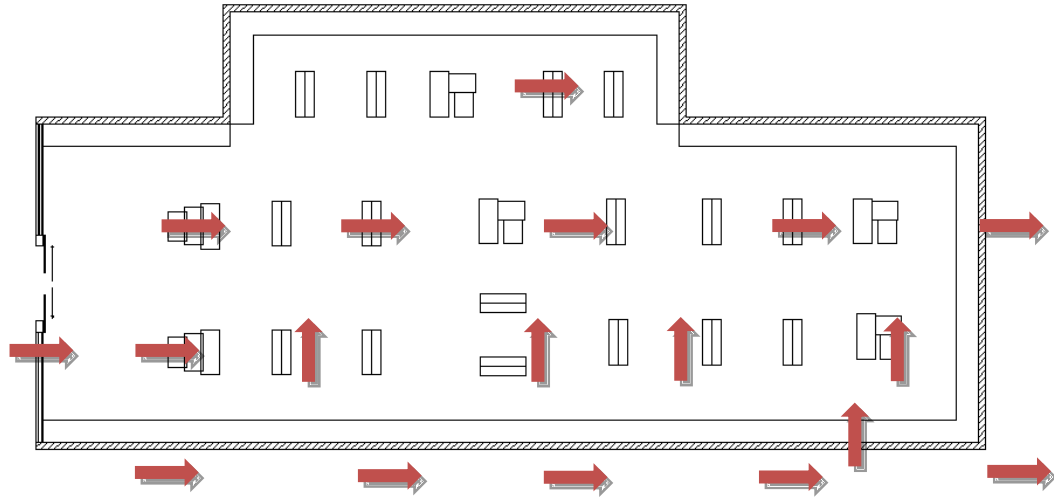
رسم توضيحي 7 : يبين تحليل المساحات الداخلية (النسب و المساحات) الحالة الدراسية العالمية

ث. تحليل الحركة الداخلية : مسارات الحركة من اهم العناصر في التصميم الداخلي , ولها

دور في نجاح المشروع او فشله فلذلك يجب ان تتحقق الراحة للزبائن وسهولة الاستعمال

ومرونة الحركة مع الاخذ بعين الاعتبار حركة الزبائن والعاملين كما انها يجب ان تراعي

رؤية الزبون لجميع المعروضات قبل ان يغادر ,



صورة 31 : مسار الحركة في الحالة الدراسية العالمية

ج. اسلوب التصميم المتبع : يتميز بالبساطة والهدوء و الخطوط المستقيمة من اللون

الابيض و الاسود حتى لا يشتت الزبون من رؤية المنتجات .



صورة 32 : توضح اسلوب العرض من الداخل

ح. نمط الاثاث و توزيعه : اغلبها ارفف وستاندات و جميعا تم توزيعا ووضعها ضمن

المقاييس العالمية والمطلوبة التي يراعي الاطوال المختلفة و التي تتيح للجميع بسهولة

النقاط المنتجات . وتم ترتيبها بشكل منظم بحيث ان هناك كل زون خاص بمنتهج معين



صورة 33 : طريقة العرض في الحالة الدراسية العالمية

الاضاءة و توزيعها: تم اعتماد الاضاءة الصناعية بدلا من الطبيعية لكون هذا المتجر يتواجد داخل مبنى (مول) ولكن تم تحقيق الهدف الرئيسي من الاضاءة و ذلك بتوزيعها بكل مكان عرض وجعل السقف باضاءة خافتة كذلك تم الاعتماد على الاضاءة البيضاء لانها تعطي اللون الطبيعي للمنتجات وذلك لان من المعروف ان منتجات التجميل الوانها متعددة واحيانا يكون هنالك درجات متقاربة فلذلك ليس هناك حاجة للتلاعب بألوان الاضاءة لان ذلك سيصعب الامر على الزبون باختيار اللون المناسب , كذلك تم تركيز الاضاءة على

مرايا تجربة المنتجات بالإضافة الى استخدام البوسترات المضيئة .



صورة 34 : توزيع الاضاءة في الحالة الدراسية العالمية

د. الالوان المستخدمة : تم استخدام اللونين الاساسيين الابيض و الاسود بالجدران و البلاط

و الارضيات بشكل متكامل بحيث يتميز كل من اللون الابيض والاسود باعطاء صفة

البروز لما سيتم عرضه من منتجات .

بالاضافة لكون الاعلانات و البوسترات لها دور كبير في ابراز التصميم بغض النظر عن كون

استخدام الابيض و الاسود ممل .

ذ. الخامات المستخدمة:

- السقف عبارة عن قطع جبص خلالها يوجد خطوط مستقيمة من اضاءة LED

- الارضيات سيراميك لامع

- الزجاج بواجهة العرض و بعض ابواب الخزائن

- البلاستيك

- الحشب المدهون باللون الابيض بالخزائن
- كراسي من جلد عليها شعار المتجر
- المرايا

خلاصة الحالة العالمية :

يشدنا محل Sephora للدخول كونه يتمتع بأسلوب عرض خارجي مميز وغامض و الديكور المميز الذي لا يخلو من الالف التي تصف عليها المنتجات وامكانية النقاطها بسهولة و مراعاة المقاييس العالمية كذلك المرايا الداخلة في تصميم المحل التي تعطي احساس بالوجود باستويو لتجميل المشاهير و الاضاء الواضحة ,

الفصل الرابع

المشروع المقترح

أ. المقدمة



1. تعريف بالحالة الدراسية:

اسم المشروع : Smashbox (المشروع عبارة عن تصميم داخلي لمتجر بيع منتجات التجميل

يجمع بين الاسس الفنية والناحية الوظيفية و الجمالية)

الموقع المقترح : نابلس - رفيديا.

المساحة : 300 متر مربع (طابق واحد) .

2. مخطط للمسقط الأفقي

3. تحليل الشكل الخارجي

ان الواجهة الخارجية لاي متجر تكون من احد اسباب نجاح المشروع فهي تسهم في جذب اكبر قدر من الزبائن والباحثين عن معروضات المتجر , ولمن يجب مراعاتها مع التصميم الداخلي من حيث الاسلوب والالوان .

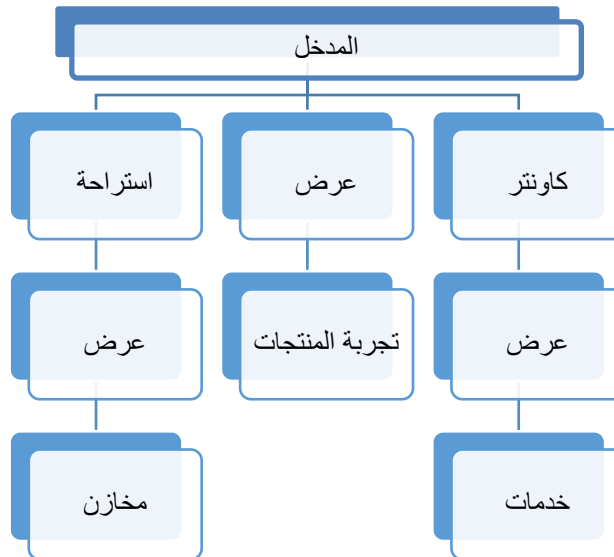
هنا في الواجهة الخارجية نجد انه تم استخدام الزجاج مما جعل الالوان المستخدمة في الداخل تلعب دور كبير في عكس جمالية المتجر وجذب الزبائن , كما وضع اسم المحل وبعض الاعلانات مضيئة .



صورة 35: الواجهة الخارجية في المشروع المقترح

ب. العلاقات الوظيفية

من الامور التي يجب على المصمم الاهتمام بها اثناء تصميمه هو الاهتمام بالتوزيع الوظيفي من ناحية مناطق عرض (حسب نوع المعروضات) منطقة استقبال ومحاسبة , مسارات حركة بحيث يتم توزيعها بما يتلائم مع الفراغ المعماري ويلبي حاجات المستخدمين



رسم توضيحي 8 : يبين العلاقات الوظيفية في المشروع المقترح

ت. تحليل المساحات الداخلية (دراسة النسب والمساحات)

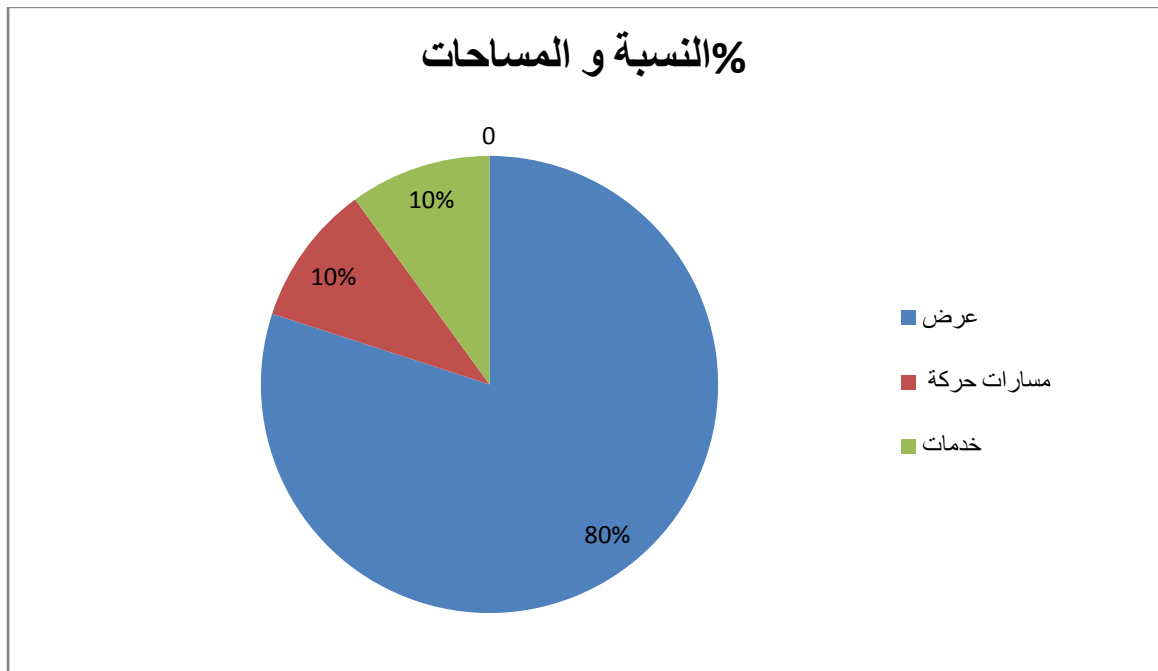
سيحتوي المتجر على عدة مناطق منها :

- استقبال .
- مناطق عرض.
- منطقة تجربة المنتجات.
- مخزن .
- خدمات للموظفين.

ما يقارب 80 % عرض

و 10% مسارات حركة

10% خدمات



رسم توضيحي 9 : يبين تحليل النسب و المساحات في المشروع المقترح

ث. تحليل الحركة الداخلية:

مسارات الحركة من اهم العناصر في التصميم الداخلي , ولها دور في نجاح المشروع او فشله فلذلك يجب ان تتحقق الراحة للزبائن وسهولة الاستعمال ومرونة الحركة مع الاخذ بعين الاعتبار حركة الزبائن والعاملين كما انها يجب ان تراعي رؤية الزبون لجميع المعروضات قبل ان يغادر ,

ج. اسلوب التصميم المتبع:

التصميم الحديث من حيث خلق اتصال بصري بين الداخل والخارج و الاعتماد على الاضاءة الطبيعية و التركيز على المساحات الداخلية المفتوحة .

ح. نمط الأثاث المستخدم وتوزيعه

سيكون الاثاث مصمم بطريقة حديثة وسيتم توزيعها بطريقة تراعي الناحية الوظيفية



طريقة عرض في المشروع المقترح : 36 صورة

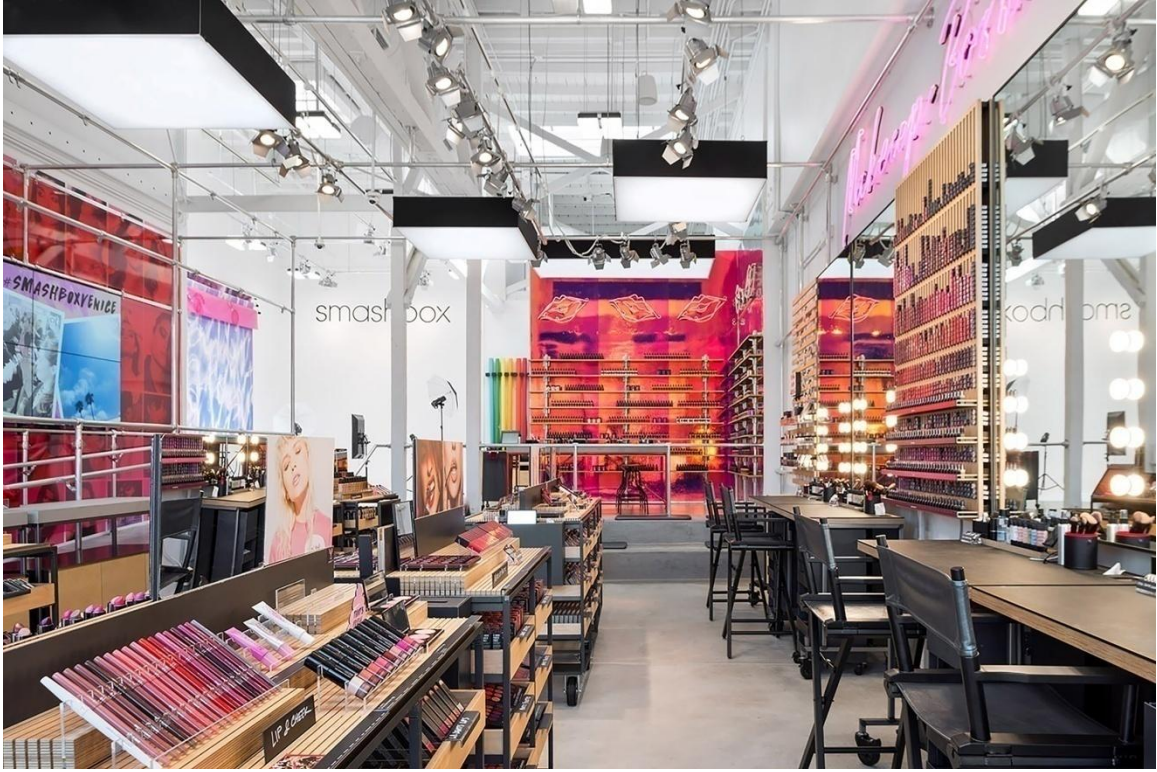
خ. الاضاءة و توزيعها

هناك نوعان من الاضاءة سيتم اعتمادها في هذا المشروع:

- الاضاءة الطبيعية : من خلال تصميم واجهة المدخل من زجاج
- الاضاءة الصناعية :

Spots

اللمبات على مرايا تجربة المكياج



صورة 37 : توزيع الاضاءة في المشروع المقترح

د. الألوان المستخدمة

1. اللون الابيض: لون الفراغ، لون الطهارة الملائكية، لون النسيان والضعف. ويؤدي

استعماله في الفراغ الداخلي إلى زيادة قيم التباين وإلى إحساسنا ببرودة الألوان

سيستخدم بشكل كبير في الجدران و السقف.

2. اللون الاسود: لون بارد، لون رزين، يعطي معنى رد الفعل الإجباري، رد الفعل

الشعوري.ويقوم في الفراغ الداخلي بعملية الخداع البصري، من ناحية تأثيره في إحساسنا

بالعمق سيستخدم في الكراسي و في بعض رفوف العرض .

3. الزهري: لاضفاء طابع الانوثة سيستخدم بشكل بسيط في الاعلانات .

4. البني الفاتح "العسلي": المتمثلة في رفوف العرض .

5. الرمادي : بالارضيات .

ذ. الخامات المستخدمة

1. تم استخدام الخشب في الرفوف وستاندات العرض .



2. بالنسبة للواجهات يشكل الدهان النسبة الأكبر في تصميم الواجهات بالاضافة للبوسترات

الملونة.

3. في السقف تم استخدام الستيل بشكل متقاطع بالطول والعرض ليتم تعليق السبوتات

عليها.

4. المرايا في مناطق تجربة المكياج.



5. الارضية من البورسلان المطفي باللون الرمادي .



6. الزجاج

النتائج و التوصيات :

- مراعاة طرق توزيع الالوان ودراسة تأثيرها على المعروضات .
- التجديد و الابتكار و التنويع في طرق العرض.
- ان تكون الفراغات مرنة تسمح بالتغير عند الضرورة .

:

جدول الرسوم البيانية :

5.....	رسم توضيحي 1 : خطة البحث
27.....	رسم توضيحي 2 يوضح العلاقة الوظيفية في الحالة المحلية
28.....	رسم توضيحي 3 : يبين تحليل المساحات الداخلية (النسب و المساحات) في الحالة الدراسية المحلية
34.....	رسم توضيحي 4 : يبين العلاقة الوظيفية في الحالة الدراسية العربية
35.....	رسم توضيحي 5 : يبين تحليل المساحات الداخلية (النسب و المساحات) في الحالة الدراسية العربية
45.....	رسم توضيحي 6 : يبين العلاقات الوظيفية في الحالة الدراسية العالمية
46.....	رسم توضيحي 7 : يبين تحليل المساحات الداخلية (النسب و المساحات) في الحالة الدراسية العالمية
53.....	رسم توضيحي 8 : يبين العلاقات الوظيفية في المشروع المقترح
55.....	رسم توضيحي 9 : يبين تحليل النسب و المساحات في المشروع المقترح

جدول الصور:

8.....	صورة 1 توضح :البرايمر الخاص بالوجه
9.....	صورة 2 : كريم الاساس
9.....	صورة 3: كونسيلر للوجه
10.....	صورة 4 : بودرة الوجه
11.....	صورة 5 : الكونتور او الهالايتز للوجه
12.....	صورة 6 : البرونزر للوجه
12.....	صورة 7 : البلاشر للوجه
13.....	صورة 8 :الكحل للعيون
14.....	صورة 9 : ظلال العيون
15.....	صورة 10 : ايلانز للعيون
15.....	صورة 11 : الماسكارا للعيون
16.....	صورة 12 : قلم رسم الحواجب
17.....	صورة 13 : محدد الشفاه
17.....	صورة 14 : احمر الشفاه
18.....	صورة 15 : ملمع الشفاه
18.....	صورة 16 : فراشي المكياج
19.....	صورة 17 : اسفنجات المكياج
24.....	صورة 18 : character make up
24.....	صورة 19: special make up effects :
26.....	صورة 20 : تبين المحطط الافقي للحالة لدراسية المحلية (رسم تقريبي من الطالب)
27.....	صورة 21 : نوضح الشكل الخارجي لمشروع الحالة الدراسية المحلية
29.....	صورة 22 : نوضح مسارات الحركة في الحالة الدراسية المحلية
33.....	صورة 23 : الواجهة الخارجية للحالة الدراسية العربية
36.....	صورة 24: نوضح توزيع الانارة في السفغ في الحالة الدراسية العربية

صورة 25 : واجهات المتجر بالداخل في الحالة الدراسية العربية.....	38
صورة 26 : طريقة عرض المنتجات في الحالة الدراسية العربية.....	38
صورة 27 : توضيح الارضية في الحالة الدراسية العربية.....	39
صورة 28: المخطط الافقي الحالة الدراسية العالمية.....	42
صورة 29 : الواجهة الخارجية في الحالة الدراسية العالمية.....	43
صورة 30 : العرض الخارجي في الحالة الدراسية العالمية.....	44
صورة 31 : مسار الحركة في الحالة الدراسية العالمية.....	47
صورة 32 : توضيح اسلوب العرض من الداخل.....	47
صورة 33 : طريقة العرض في الحالة الدراسية العالمية.....	48
صورة 34 : توزيع الاضاء في الحالة الدراسية العالمية.....	49
صورة 35: الواجهة الخارجية في المشروع المقترح.....	52
صورة 36: طريقة عرض في المشروع المقترح.....	56
صورة 18 : توزيع الاضاء في المشروع المقترح.....	57

