



كلية الفنون الجميلة
قسم الفنون التطبيقية



جامعة النجاح الوطنية

التصميم الداخلي لمعرض منتجات شركة " Sony "

إعداد الطالب : زينب صلاح

إشراف الدكتور: هاني الفران

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

مايو ٢٠١٨

الإهداء

أهدي هذا البحث إلى منارة العلم والإمام المصطفى الذي علم المتعلمون إلى سيد الخلق إلى رسولنا الكريم محمد صلى الله عليه وسلم .

أهدي هذا البحث إلى كل مصمم يسعى للوصول إلى الوظيفة والجمال في عالم التصميم الداخلي .

أهدي هذا البحث إلى والدي العزيزان , اللذان دائما يسعيان ويناضلان لوصولي إلى أعلى مراتب النجاح, ويتفاخران بي أينما يذهبان .

أهدي هذا البحث إلى طلاب كلية الفنون وبالأخص إلى زملائي الأعزاء .

أهدي هذا البحث إلى جامعتي جامعة النجاح الوطنية و إلى اساتذتها العظام الذين كانوا سند ومعين , ومهدوا طريق العلم والمعرفة .

الطالبة/ زينب سمير سراطوي

الشكر والتقدير

" من لا يشكر الناس لا يشكر الله " .¹

أشكر الله تعالى الذي أتاح لي انجاز هذا العمل , فله الحمد أولاً وآخراً.

أتقدم بجزيل الشكر والتقدير الى كل من إدارة الجامعة الوطنية , التي

أتاحت كل السبل والتسهيلات .

كما أتقدم بجزيل الشكر والتقدير الى كلية الفنون الجميلة , وخاصة د.

هانني الفران المحترم على عطائه المستمر ومد يد العون بكل رحابة

صدر وعلى التوجيهات والنصائح السديدة من أجل طريق يضيء.

كما وأتقدم بجزيل الشكر والامتنان الى كل من مد لي يد العون

والمساعدة في أعوامي الجامعية التي تكاد تكون في خطواتها الأخيرة ,

كل من الاستاذة لبنى عجعج , والأستاذة المهندسة أمل العاصي .

الطالبة / زينب سمير سرطاوي

¹ حديث نبوي رواه ابي هريره , وهو حديث صحيح صححه الألباني .

فهرس الموضوعات

الموضوع	الصفحة
الإهداء	ب.
الشكر والتقدير	ب.
فهرس الموضوعات	ب.
الملخص	١
الفصل الاول : منهجية البحث	٢
أولا : المقدمة	٣
ثانيا : أهمية البحث	٤
ثالثا : أهداف البحث	٤
رابعا : مشكلة البحث	٤
خامسا : فرضيات البحث	٥
سادسا : حدود البحث	٦
سابعا : منهجية البحث	٦
خطة البحث	٧
الفصل الثاني : الإطار النظري	٨
المقدمة	٩
لمحة تاريخية	٩
أهمية الشركة ضمن الشركات العالمية	١١
أنواع شركات (SONY)	١٢
..... Sony Electronics	١٢
..... Sony Mobile Communications	١٢
..... Sony Pictures Entertainment	١٣
..... Sony Music Entertainment	١٣

١٤	Sony/ATV Music Publishing	•
١٥	Sony Interactive Entertainment LLC	•
١٥	Sony DADC	•
١٦	أنواع المنتجات التي تقدمها شركة (SONY)	
١٦	الإشتراطات الفنية والقياسات النموذجية لمعارض بيع أجهزة إلكترونية	
١٨	الفصل الثالث : تحليل الحالات الدراسية	
١٨	الحالة المحلية - معرض (BCI) فرع مدينة نابلس -	
١٨	اولا: تعريف بالحالة المحلية	
١٩	ثانيا: تحليل المخطط الافقي للمعرض	
٢٠	ثالثا: تحليل الفراغ الداخلي "النسب و المساحات"	
٢١	رابعا: العلاقات الوظيفية	
٢١	خامسا: تحليل الواجهة الخارجية	
٢٢	سادسا: أسلوب التصميم المتبع بالفراغ الداخلي	
٢٣	سابعا: نمط الاثاث المستخدم وتوزيعه	
٢٣	ثامنا: تحليل الخامات والألوان	
٢٥	تاسعا: تحليل السقف والإضاءة الداخلية	
٢٦	خلاصة الحالة المحلية	
٢٦	الحالة العربية - معرض (SONY) بوتيك في جدة -	
٢٦	اولا: تعريف بالحالة العربية	
٢٨	ثانيا: تحليل المسقط الافقي	
٢٩	ثالثا: تحليل المساحات الداخلية للمعرض	
٣٠	رابعا: العلاقات الوظيفية	
٣١	خامسا: تحليل الواجهة الخارجية	
٣٢	سادسا: أسلوب التصميم المتبع بالفراغ الداخلي	
٣٣	سابعا: تحليل الخامات والألوان	
٣٥	ثامنا: تحليل السقف والاضاءة الداخلية	

٣٧ الحالة العالمية – SONY IFA BERLIN 2012
٣٧ أولاً: تعريف بالحالة العالمية
٣٨ ثانياً: تحليل المخطط الأفقي للمعرض
٤٠ ثالثاً: تحليل المساحات الداخلية للمعرض
٤٢ رابعاً: العلاقات الوظيفية
٤٢ خامساً: أسلوب التصميم المتبع بالفراغ الداخلي
٤٣ سادساً: تحليل الواجهة الخارجية
٤٥ سابعاً: تحليل الخامات والألوان
٤٧ ثامناً: تحليل السقف والاضاءة الداخلية
٤٨ الفصل الثالث – المشروع المقترح -
٤٨ التصميم الداخلي لمعرض منتجات شركة " Sony "
٤٩ المقدمة
٤٩ تعريف المشروع
٤٩ مخطط المشروع المقترح
٥٠ تحليل الفراغ الداخلي
٥٢ الهدف من المشروع
٥٢ عناصر المشروع
٥٣ الاضاءة المقترح استخدامها
٥٣ الخامات والالوان المقترح استخدامها
٥٥ النتائج والتوصيات
٥٥ النتائج
٥٦ التوصيات
٥٨ المصادر والمراجع
٥٩ فهرس الصور
٦٠ فهرس الرسومات التوضيحية
 الملاحق
 خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.

الملخص

يحتوي البحث على دراسة منهجية وتحليلية لمعارض شركة (Sony) ، ونقاط بيع منتجات شركة (sony) المعتمدة في مدينة نابلس^٢ - فلسطين ، وضمن إطار الدراسة المنهجية تناولت الأهمية الاقتصادية للمشروع المقترح في الوقت الحاضر ، إضافة إلى تحديد المشكلة التي تتناول جانب من الإهمال في مجتمعاتنا وهي عدم وجود مراكز ومعارض الكترونيات لشركات محددة تليق بالمحتوى المعروض نظرا لأهميته من ناحية مادية .

وستتناول الطالبة أيضا لمحة تاريخية من خلال العودة الى الماضي من أجل التعرف على أصل شركة Sony ، وذكر المقرن الرئيسيان لهذه الشركة في العالم ، وتوضيح أهميتها ضمن أكبر الشركات العالمية ، والتعرف على منتجات الشركة وكيفية تأثيرها على آلية العرض .

وستستعرض أيضا مجموعة من معارض التابعة لشركة (Sony) ، والتي تدرج تحت عنوان دراسة تحليلية لكل من الحالة المحلية والحالة العربية والحالة العالمية التي تتناول التدرج في عملية التحليل من العام للخاص تتمحور بدراسة النسب ودراسة الحركة والأسلوب المتبع بالتصميم الداخلي للفراغات ، ودراسة طبيعة الألوان المستخدمة وتوزيع الانارة ، إضافة إلى المذكور سيتم تحديد كافة الجوانب من أجل التعرف على كافة الاحتياجات .

وستسلط الطالبة الضوء على الامور التي تلقي بظلالها وتأثيرها على منتجات الشركة (Sony) المتنوعة ، وعلى نقاط الضعف الموجودة من أجل تقاؤها بالمشروع المقترح .

وأما بالنسبة الى الجزء المتعلق بالمشروع المقترح ، قامت الطالبة بإدراج طرق معالجة الفراغ الداخلي من ناحية تقسيم النسب والمساحات وتحديد المكان المقترح بمدينة نابلس _ بجانب جمعية أصدقاء المريض ، بالإضافة إلى تقسيم الداخلي من حيث الناحية الوظيفية من اجل تحقيق الهدف المطلوب وهو معالجة الفراغ لتحقيق مبادئ التصميم الداخلي وهي (الوحدة ، الاتزان ، المركزية ، الايقاع ، التناغم ، المقياس ، التناسب) التي يجب الاهتمام بها بشكل كبير في التصميم كونها جوهر تحقيق التصميم الابداعي .

^٢مدينة نابلس : إحدى أكبر المدن الفلسطينية سكاناً وأهمها موقعاً، وهي عاصمة دولة فلسطين الاقتصادية ومقر أكبر الجامعات الفلسطينية، وتعتبر نابلس عاصمة شمال الضفة الغربية.

الفصل الاول : منهجية البحث

- المقدمة
- أهمية البحث
- أهداف البحث
- مشكلة البحث
- فرضيات البحث
- حدود البحث
- منهجية البحث
- خطة البحث

أولاً : المقدمة

منذ بداية حياة الانسان على كوكب الارض وهو يسعى لإيجاد السبل للاتصال والتواصل والتي تحقق له الراحة , وبما ان حب التطوير يكمن في الفطرة ؛ سعى الانسان عبر جميع العصور على اكتشاف وتطوير كل ما يساعده على التأقلم مع ظروف الحياة وتسهيل متطلباته .

وما توصل إليه الانسان اليوم في مجال التكنولوجيا ما هو الى سلسلة لتطويرات من قبل اناس ايقنوا ان وظيفة الانسان هي الاعداد والتطوير فتفوقوا في الاستخدام للأدوات المتاحة , ومن هنا جاءت الشركات التقنية الخاصة بإنتاج وعرض هذه الاجهزة لتكون متوفرة في متناول الجميع , ومن هذه الشركات (Sony) .

شركة (Sony) أحد الامثلة العالمية على الشركات الرائدة عالميا في مجال تطوير الأجهزة الإلكترونية الموجهة للاستهلاك العام على اختلاف انواعها من منتجات سمعية كمكبرات الصوت والمسجلات الصوتية , والمنتجات بصرية كالهواتف النقالة ومنتجات الترفيه مثل ألعاب الفيديو , وفي هذا البحث سيتم العمل من أجل الحصول على التصميم القادر على اعطاء الصورة العالية من كافة النواحي التصميمية لعرض منتجات الشركة بأساليب تصميمية تليق بالشركة .

ثانيا : أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في مدى حاجة أصحاب المعارض في الوقت الحالي إلى مصمم يساعده على إظهار منتجات الشركة ذات الاداء العالي التي يريد عرضها بأفضل ما يكون وعلى أكمل وجه وبأساليب تصميمية مبتكرة تليق بالمعروضات، حيث ان عدد قليل لا يزال يحافظ على طرق العرض البدائية التي لا تتيح الإقبال بالشكل المطلوب، فبهذا البحث تكمن الاهمية ايضا في الناحية المادية للمشروع المقترح علما انه لا يوجد معارض تختص ببيع فقط منتجات شركة (Sony), بل متاح نقاط بيع متفرقة لمنتجات هذه الشركة والتي لا توفر كامل المنتجات وايضا لا توفر اخر المنتجات حداثة لهذه الشركة .

ثالثا : أهداف البحث

تهدف هذه الدراسة إلى رفع مستوى معارض شركات التقنيات الحديثة بتوفير طرق عرض تليق بمنتجات الشركة ذات الأداء العالي , وتوفير جميع منتجات الشركة التي يحتاجها الزبون في مكان واحد , اضافة الى آخر منتجات الشركة حداثة في الاسواق العالمية , وتوفير اقسام بالمعرض تتيح للزبون إمكانية تجربة بعض المنتجات .

رابعا : مشكلة البحث

المشكلة تتلخص في الإهمال في مجتمعاتنا , والذي يظهر بوضوح في عدم وجود مراكز ومعارض الالكترونيات لشركات محددة تليق بالمحتوى المعروض نظرا لأهميته من ناحية مادية .

خامسا : فرضيات البحث

تم وضع مجموعة من الفرضيات لتقديم حلول أفضل من الناحية التصميمية والوظيفية من خلال هذه الدراسة:

١. استخدام الالوان الحيادية بالمعرض و هي اللون الأبيض و الأسود والرمادي يساعد على تعزيز نظر الزبون على المعروضات .

٢. تخصيص المناطق داخل المعرض الواحد وتوفير كافة المعروضات المتعلقة بمنتجات شركة (Sony) التي يحتاجها الزبون تساعد على تقليل الجهد والوقت .

٣. جعل التصميم الداخلي للمعرض يتبع اسلوب حركة التصميم (High-tech architecture)^٣ يساعد على تعزيز هوية المعرض وخلق جو عصري وانيق يتناسب مع نوع المعروضات .

^٣ طراز معماري ظهر في سبعينيات القرن العشرين والذي تضمن عناصر الصناعة والتكنولوجيا الفائقة الحديثة في مجال تصميم المباني .

سادسا : حدود البحث

هذا البحث سيقع ضمن الحدود:

• حدود المكانية

فلسطين - مدينة نابلس .

• حدود الزمانية

المعارض المتخصصة بالإلكترونيات التي تم انشائها ما بين ٢٠٠٠_٢٠١٨ .

سابعا : منهجية البحث

يتبع هذا البحث عدة مناهج وأساليب للبحث

منهج استقرائي : الاستعانة بالكتب والمواقع الالكترونية التي تعزز هذا البحث .

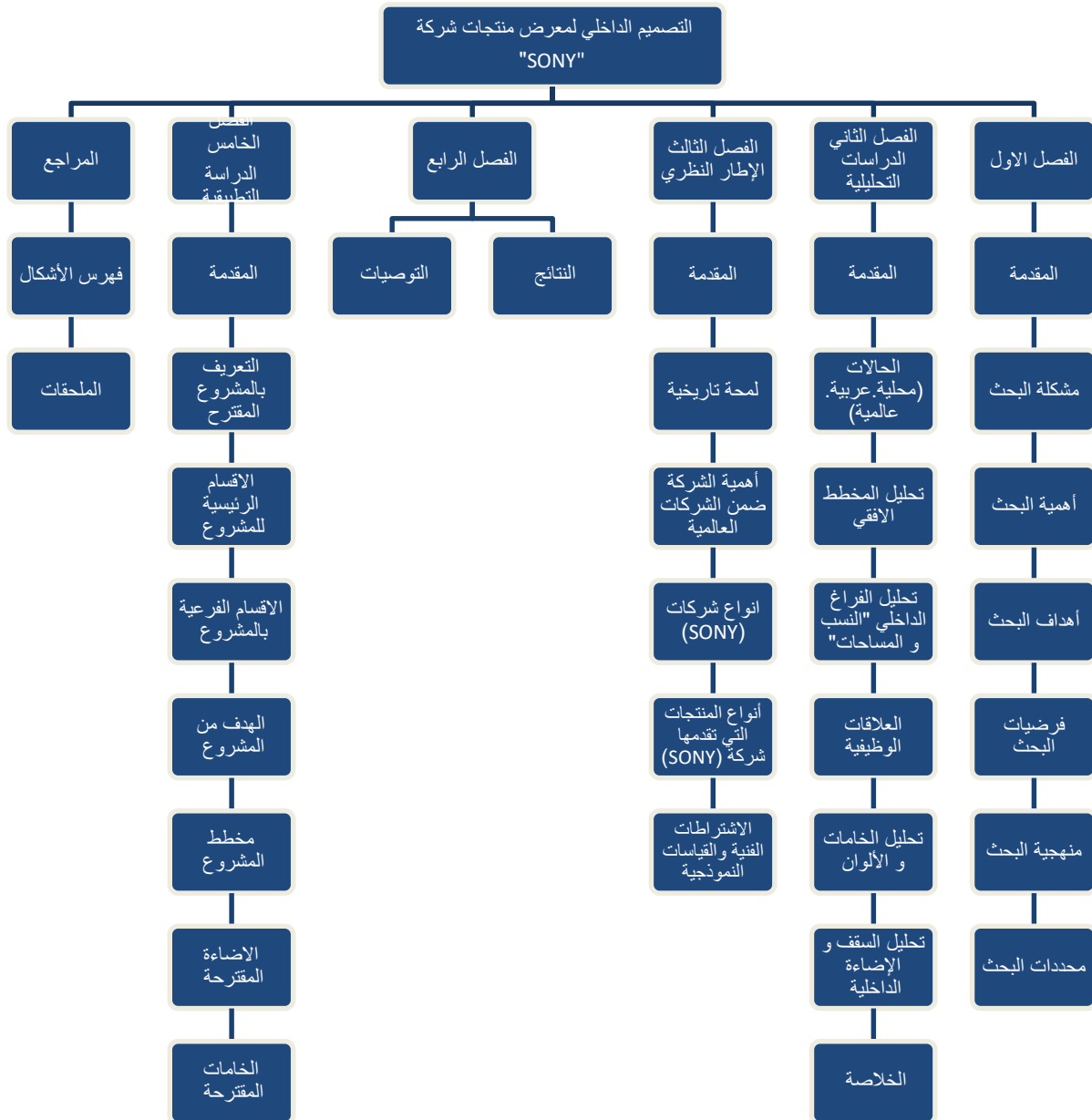
منهج وصفي : إتباع أسلوب الوصفي بالبحث المقدم (وصف الأقسام الداخلية لنقاط بيع منتجات شركة

(Sony) وتوزيعها الوظيفي ونوع الإضاءة المستخدمة وحجمها بهذه الأقسام ووصف الخامات والألوان).

منهج التحليلي : تحليل النسب والمساحات داخل اطار ونسب مئوية من جميع الجوانب من حيث

العلاقات الوظيفية والالوان والخامات الخ .

خطة البحث



رسم توضيحي رقم (١) : خطة البحث المتبعة (٢٠١٨)

الفصل الثاني : الإطار النظري

- مقدمة
- لمحة تاريخية
- أهمية الشركة ضمن الشركات العالمية
- أنواع شركات (SONY)
- أنواع المنتجات التي تقدمها شركة (SONY)
- الإشتراطات الفنية والمقاييس النموذجية لمعارض بيع أجهزة إلكترونية

المقدمة

ان التكنولوجيا اليوم المحطة الأولى لدى الراغبين بالإننتقال إلى العالمية ، فهي تعتبر احد البوابات التي دخلت كل بيت في العالم كسرعة الضوء، فلا يكاد بيت من القارات السبعة في الكرة الرضية يخلو من هاتف محمول أو غيره من الاجهزة الالكترونية الحديثة ، ولهذا ظهرت معارض لبيع منتجات الالكترونية ذات علامة تجارية معينة ، ومن اهم الشركات التي تُعنى بالتصنيع الإللكتروني وتهتم بتغطية حاجة الأسواق وبالتالي المواطن هي شركة (SONY) المعروفة عالميا (weziwezi , 2017).

لمحة تاريخية

تأسست شركة (SONY) للصناعات التكنولوجية عام ١٩٤٦ ميلادية، في اليابان ومقرها الدائم هو العاصمة طوكيو ، ويبلغ عدد الموظفين العاملين في فروع هذه الشركة حول العالم حوالي ١٣١٧٠٠ موظف (حسب احصائيات عام ٢٠٠٩ ميلادية) ، وتقدر ارباح الشركة بالمليارات، وللشركة مقر آخر ثاني في مدينة نيويورك الأمريكية، وقد كانت الشركة في بداياتها تحمل اسم (شركة طوكيو التقنية للإتصالات عن بعد)، عام ١٩٥٨ ميلادية أصبح اسم الشركة ب (SONY) وأصبح هذا هو اسم الشركة المتداول لتتطلق من هناك إلى تأسيس الكثير من الفروع لها حول العالم في أمريكا الجنوبية وأمريكا الوسطى وأوروبا وافريقيا وآسيا وأستراليا .. ، وسبب تسميتها باسم (SONY) هو أن الإسم قادم من

الكلمة اللاتينية (SONAS) وهي تعني الشاب المشرق لتحمل طابع الإيجابية والتفاؤل وتنشر الأمل

وتزيد نسبة المقبلين عليها.



صورة رقم (1) : صورة توضح الشكل الخارجي لمجمع المقر الرئيسي لشركة (SONY) في العاصمة طوكيو

المصدر: Wikipedia – Sony

أهمية الشركة ضمن الشركات العالمية

أصبحت مصانع شركة (SONY) في اليابان من أهم المصانع القادرة على إنتاج الأجهزة الإلكترونية بزخم عالي يغطي احتياجات سكان الأرض , وتقوم الشركة بإنتاج وتسويق منتجاتها عالميا ولا تكتفي بذلك بل تقدم الكثير من التطبيقات المرغوبة من قبل المستهلكين , وتعد الشركة احدى الشركات الأكثر شمولا والترفيه في العالم , وسجلت الشركة مبيعات سنوية تبلغ نحو ٧٨,٩ مليار دولار للسنة المالية المنتهية في ٣١ مارس ٢٠٠٩ (mexat , 2010).



صورة رقم (2) : صورة توضح ابتكار شركة (SONY) الجديد والحصري بالشركة للاستمتاع بالروائح التي تسلي جميع حواس الانسان بشكل كامل

المصدر: <https://aromalifestyle.tokyo/aromastic-interview>

أنواع شركات (SONY)

• Sony Electronics

هي الشركة الرائدة في مجال توفير منتجات الالكترونيات وتكنولوجيا المعلومات السمعية / البصرية

للأسواق الاستهلاكية والمهنية , ومقرها في سان دييغو.



المصدر : <https://www.sony.net>

• Sony Mobile Communications

هي شركة رائدة عالمياً في مجال إنتاج أجهزة الصوت والفيديو والألعاب والاتصالات والأجهزة

الرئيسية ومنتجات تقنية المعلومات لكل من الأسواق الاستهلاكية والمهنية.

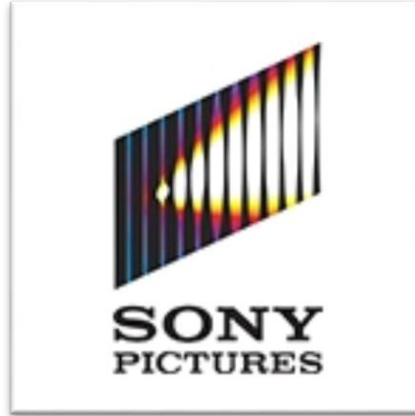


المصدر : <https://www.sony.net>

• Sony Pictures Entertainment

هي شركة رائدة عالمياً في مجال إنتاج الصور المتحركة واقتنائها وتوزيعها وإنشاء المحتوى الرقمي

وتوزيعه.



المصدر : <https://www.sony.net>

• Sony Music Entertainment

هي شركة موسيقى عالمية مسجلة مع قائمة تضم مجموعة كبيرة من الفنانين المحليين والفنانين

العالميين .



المصدر : <https://www.sony.net>

• Sony/ATV Music Publishing

أشهر ناشر موسيقي في العالم مع فهرس يضم أكثر من ٣ ملايين حقوق نشر ، بدءًا من الأغاني بأسماء مميزة بما في ذلك (The , Queen , Carole King , Bob Dylan , The Beatles) Rolling Stones , إلى النجوم المعاصرين مثل تايلور سويفت ، فاريل ويليامز ، ليندي غاغا ، كاني ويست ، سام سميث وإد شيران.



المصدر : <https://www.sony.net>

• Sony Interactive Entertainment LLC

هي شركة رائدة عالميا في مجال الترفيه التفاعلي والرقمي ، مقرها في كاليفورنيا .



المصدر : <https://www.sony.net>

• Sony DADC

هي شركة رائدة في توفير معالجة للأقراص الرقمية في مجال الترفيه والتعليم والمعلومات ، حيث تقدم

خدمات تكرار الوسائط البصرية ذات المستوى العالمي ، وخدمات البرمجيات .



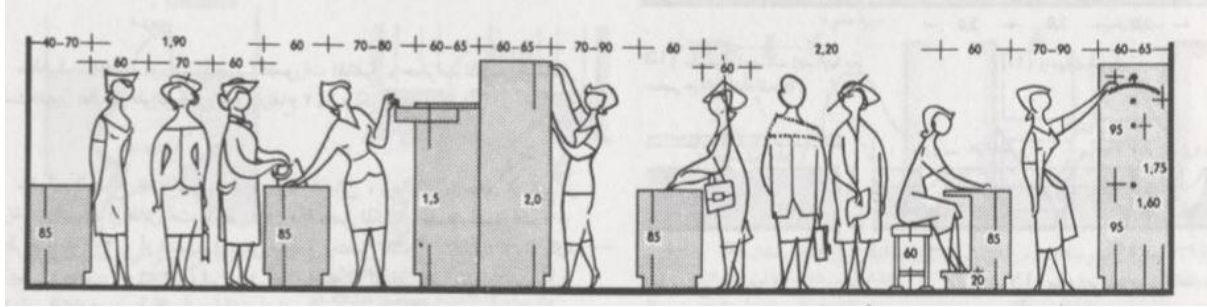
المصدر : <https://www.sony.net>

• ارتفاع منصة العرض ٨٥ سم عن الارض

• المسافة الفاصلة بين منصتي عرض لا تقل عن ١٩٠ سم

• رفوف بيع الالكترونيات صغيرة الحجم (ملحقات , بطاقات الذاكرة , بطارية موبايل) لا يزيد ارتفاع

العرض عن ٢ م



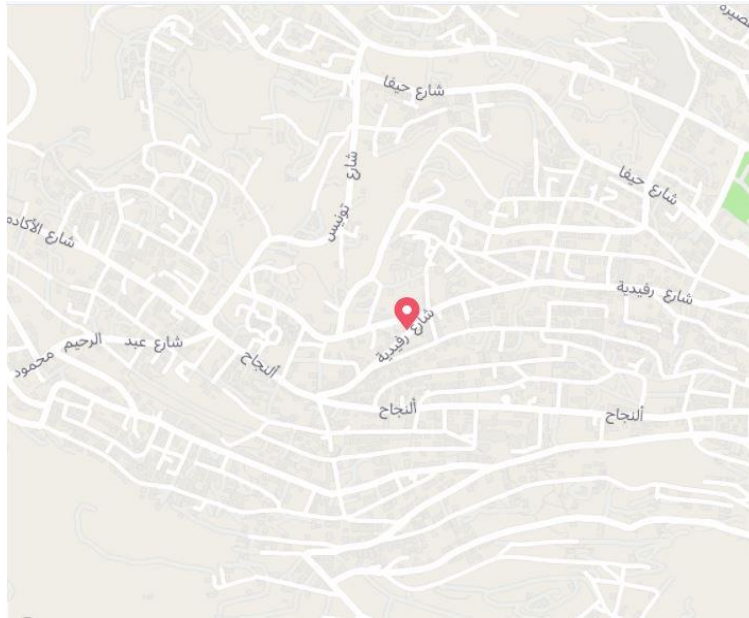
صورة رقم (4) : صورة توضح المقاسات النموذجية لأماكن عرض الالكترونيات الحديثة, كتاب المعماري (nuefert)

الفصل الثالث : تحليل الحالات الدراسية

الحالة المحلية - معرض (BCI) فرع مدينة نابلس -

اولا: تعريف بالحالة المحلية

زيارة معرض (BCI)^٤ للأجهزة الالكترونية ، تمت زيارة المعرض الذي يقع في شارع رفيديا الرئيسي مقابل سوبر ماركت برافو في مدينة نابلس، تم أخذ الصور لترحها ومناقشتها أنظر للصورة رقم (١)، ومن هنا تبدأ الطالبة بصلب التخصص بتحليل الاسلوب المتبع بالتصميم الداخلي للفراغات وطبيعة الالوان المستخدمة وتوزيع الانارة لرؤية خصائص المعرض المقترح .



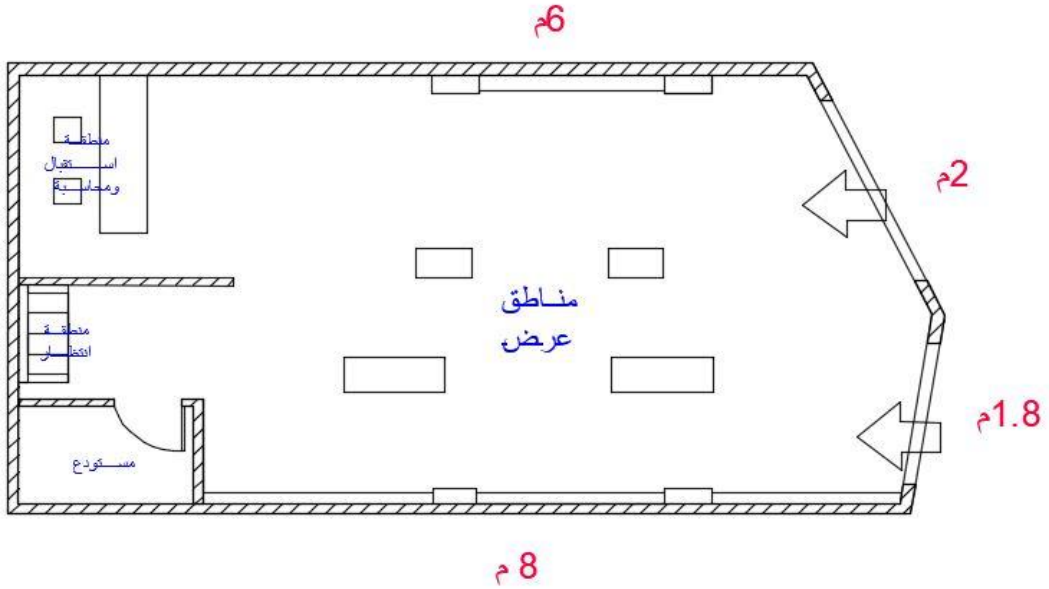
صورة رقم (5) : صورة توضح موقع معرض (BCI) في مدينة نابلس

المصدر : (خرائط جوجل ٢٠١٨)

^٤ (BCI) : هي عبارة عن علامة تجارية .

ثانيا: تحليل المخطط الافقي للمعرض

كما هو واضح بالمخطط أدناه لم يتم مراعاة الناحية الوظيفية من خلال التوزيع الوظيفي الذي لا يراعي النسب و المقاييس النموذجية التي تم ذكرها اعلاه , كما لم يتم مراعاة مسار الحركة داخل المعرض مما لا يسمح للزبائن بالتنقل داخل المعرض بسهولة , حيث يظهر ادناه بالمخطط ايضا أن بمجرد دخول الزبون من المدخل الرئيسي لا يجد قسم الاستقبال والمحاسبة الذي وضع في نهاية المعرض وامامه وحدات عرض عديدة بحيث لا يراه الزبون القادم من الخارج بسهولة , بالاضافة الى عدم استغلال المساحات الداخلية بشكل جيد يتيح عرض اكبر كميات ممكنة من المنتجات داخل المعرض .

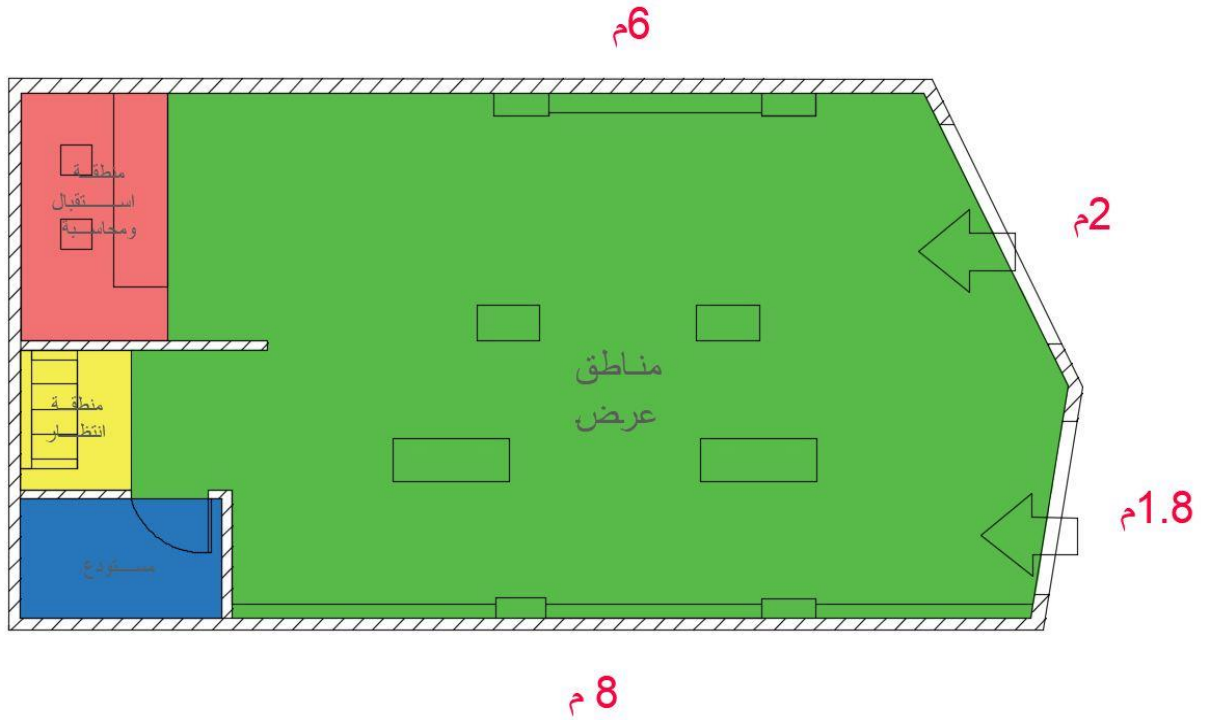


رسم توضيحي رقم (1) : الشكل يوضح المخطط الافقي لمعرض (BCI) -مدينة نابلس

المصدر: (أتوكاد , ٢٠١٨)

ثالثاً: تحليل الفراغ الداخلي "النسب و المساحات"

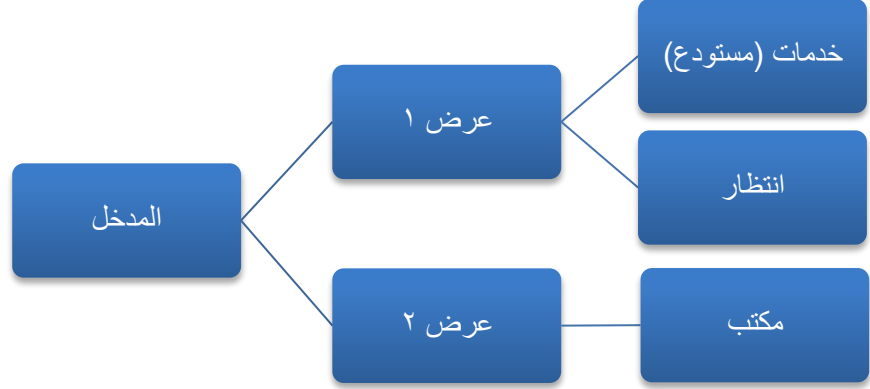
كما هو موضح من بالرسم التوضيحي أدناه أنه تم تقسيم المعرض الى ثلاث مناطق رئيسية هي منطقة عرض للزبائن و منطقة موظفين المبيعات (الاستقبال والمحاسبة) و منطقة استراحة للزبائن و منطقة ثانوية مخصصة للموظفين فقط و هي المستودع .



رسم توضيحي رقم (٣) : الشكل يوضح النسب المساحات الداخلية لمعرض (BCI) - فرع مدينة نابلس

المصدر: (أتوكاد , ٢٠١٨)

رابعاً: العلاقات الوظيفية



رسم توضيحي رقم (٤) : رسم توضيحي يوضح العلاقات الوظيفية بين اقسام معرض (BCI) - فرع مدينة نابلس

خامساً: تحليل الواجهة الخارجية

في الشكل ادناه يبدو انا الواجهة الخارجية للمعرض ذات تصميم بسيط يتبع اسلوب الحدائة والالوان (الابيض والازرق) مستوحاه من الوان شعار الشركة , ويظهر من الشكل ادناه ايضا ان المعرض له مدخلان بالواجهة الخارجية التي تم استخدام الزجاج فيها, لتتيح للأشخاص المتواجدين بالخارج رؤية المعروضات بالداخل , ليعطي ذلك انطباع عن نوعية المعروضات اضافة الى انه يعطي طابع معماري جميل , كما تم استخدام اضاءة من نوع (LED) لتوفير الطاقة الكهربائية وجذب انتباه المارة , استخدم

⁵LED (light-emitting diode) : هو مصدر ضوئي مصنوع من مواد أشباه الموصلات تبعث الضوء حينما يمر خلاله تيار كهربائي

خلف اسم المعرض الذي صنع من الاكريليك^٦ باللون الابيض المتناسب مع الخلفية الزرقاء المصنوعة من خامة (Aleko pond)^٧ .



صورة رقم (6) : صورة توضح الواجهة الخارجية لمعرض (BCI) - فرع مدينة نابلس (٢٠١٨)

المصدر : samsung - bci nablus show room

سادسا: أسلوب التصميم المتبع بالفراغ الداخلي

من خلال زيارة الطالبة للمعرض المذكور أعلاه , اتضح ان اسلوب التصميم للمعرض يتبع اسلوب الحداثة , ويتضح عليه طابع البساطة لإعطاء المجال لتركيز النظر على المعروضات .

^٦ الاكريليك : وهي مادة مصنوعة من البلاستيك وتسمح بمرور الضوء من خلالها ولها عدة ألوان.
^٧ (Aleko pond) : وهي خامة مصنوعة من الالمنيوم ومرنة وسهلة التشكيل فيها ولها عدة ألوان.

سابعا: نمط الاثاث المستخدم وتوزيعه

من الفرش المتواجد في المعرض اماكن للجلوس ذات تصميم بسيط حيث كانت تحتوي على جلد باللون الرمادي الفاتح واستخدم المعدن في أطرافها , أما فترينات العرض مصنوعة من مادة (Stainless Steel)[^] واستخدم بها ايضا الزجاج لتوضع المعروضات عليه , واستخدم بالمعرض ايضا قشرة خشبية من النوع زان لتغطية بعض سطوح الواجهات , اما في منطقة الاستقبال والمحاسبة فاستخدم خشب نوع (MDF)[^] في تصميم ال(counter) وعليه قشرة باللون الابيض اما قاعدته مصنوعة من ال (Stainless Steel) لمقاومة الصدأ .

ثامنا: تحليل الخامات والألوان

تم استخدام بلاط البورسلان المائل الى اللون الرمادي داخل المعرض بالأرضية , وتم استخدام الزجاج بمنصات العرض على الجدران المحمول على ال (Stainless Steel) , اضافة الى انه أستخدم ألواح الألمنيوم ب فترينات العرض الموضوعة بوسط المعرض , واستخدم الجلد بمنطقة الانتظار لسهولة تنظيفه , وتم استخدام الجبس في السقف لخص ثمنه وتوفره وسهولة تشكيله , كما استخدم اللون الابيض ايضا في سطح فترينات العرض بالوسط لتركيز النظر على الأجهزة المعروضة , واستخدم اللون الازرق

[^] (Stainless Steel): عبارة عن سبيكة معدنية حديدية تتكون من طبقة رقيقة متماسكة غير مرئية من أكسيد الكروم وتقيها من التآكل.

[^] (MDF) : خشب مضغوط يصنع من الخشب الطبيعي المأخوذ من جذوع الشجار المعمرة كالزان والجوز .

المأخوذ من شعار الشركة لإحداث بعض الحركات التي تلف انتباه الزبون , اضافة الى الالوان الفاتحة في تغطية سطوح الواجهات, كما تم استخدام خامة (Alekopond) في الواجهة الخارجية للمعرض لسهولة تركيبه ويعطي طابع معماري جميل , واستخدم الزجاج ايضا بالواجهة الخارجية ليساعد في التواصل البصري مع المحيط الخارجي .



صورة رقم (7) : صورة تظهر الخامات والالوان المستخدمة بالفراغ الداخلي للحالة المحلية التي تم اختيارها

المصدر : Samsung – bci nablus show room

تاسعا: تحليل السقف والإضاءة الداخلية

استخدم نوعين من الإضاءة داخل المعرض المذكور أعلاه ، النوع الأول إضاءة غير موجهة (Spot Light) باللون الأبيض حتى لا تعيق رؤية المعروضات ، وقد استخدمت بحجم ٨ إنش^{١٠} بالشكل المربع من نوع (LED) ، بحيث يعطي هذا النوع إضاءة بنسبة ٩٥% من الإضاءة داخل المعرض ، واستخدمت الإضاءة التجميلية أو المسحورة النوع الثاني في الأسقف المعلقة وتحت ال (counter) باللون الأزرق ، بحيث تعطي إضاءة بنسبة ٥% لنواحي جمالية فقط ، كما يظهر بالصورة المرفقة أدناه .



صورة رقم (8) : صورة تظهر الإضاءة الداخلية المستخدمة بالمعرض (BCI) - فرع مدينة نابلس (٢٠١٨)

المصدر : Samsung - bci nablus show room

^{١٠} إنش : وهي وحدة قياس انجليزية الاصل كانت تستخدم في إنجلترا وما زالت تستخدم في أمريكا ، وتعادل ٢,٥٤ سنتيمتر

خلاصة الحالة المحلية

من خلال دراسة الحالة المحلية لمعرض بيع الأجهزة الالكترونية (BCI) استنتجت الطالبة وجود عدة مشاكل , ومن هذه المشاكل التي سوف يتم حلها في هذا البحث:

أن المعرض يواجه مشاكل في توزيع الاثاث الداخلي بحيث لم يتم استغلال المساحات الداخلية بشكل أفضل لإيجاد اماكن عرض أكثر , كما لم يتم مراعاة توزيع المناطق الداخلية بالمعرض بالشكل الأمثل وظيفيا , ولم يتم دراسة المسافات بين وحدات الاضاءة (Spot Light) الموجودة بالسقف وعددها حسب حاجة المساحة الداخلية للمعرض .

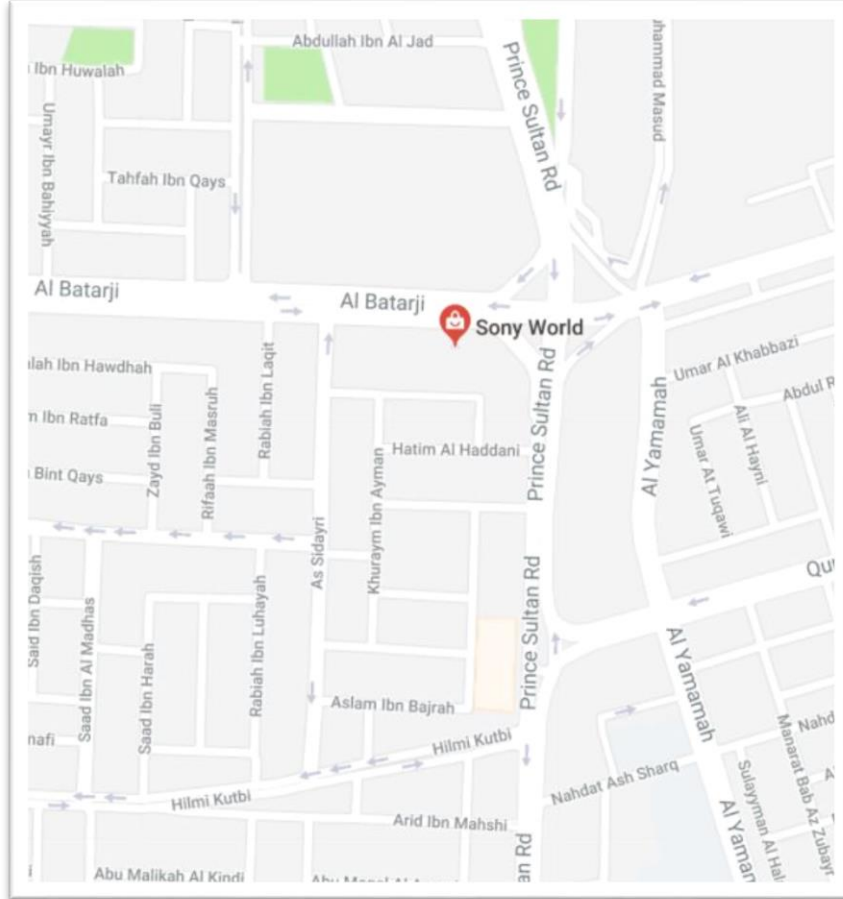
الحالة العربية - معرض (SONY) بوتيك في جدة -

اولا: تعريف بالحالة العربية

يقع (SONY) بوتيك في مركز لاتيرا مقابل مول الأمير سلطان - مدينة جدة - سعودية , مساحة المعرض هي ٣٥٨ متر مربع , و يتميز بتصميم على مستوى عالمي لقطاع التجزئة استكمالا لنظرة سوني عالميا " إلهام و تلبية فضول الناس في جميع أنحاء العالم و تحريك مشاعرهم " , معرض (SONY) بوتيك يتكون من خمس مناطق متميزة للمنتجات (الألعاب، المنتجات المحمولة، التصوير

الرقمي، الترفيه المنزلي و منتجات الصوت عالية الدقة) ، وتم التعرف على المعرض عن طريق المواقع

الالكترونية (المصدر : شبكة أبو نواف , ٢٠١٦) .



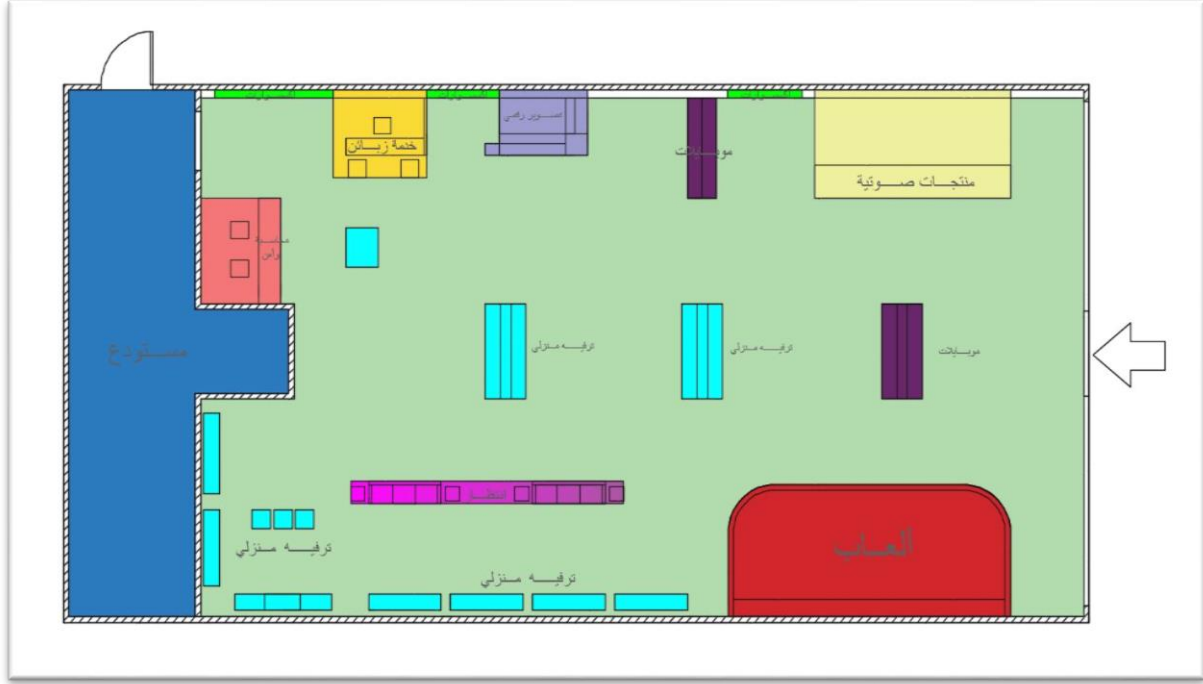
صورة رقم (9) : صورة توضح موقع معرض (SONY) بوتيك في مدينة جدة

المصدر : (خرائط جوجل ٢٠١٨)

ثانياً: تحليل المسقط الافقي

كما هو موضح بالرسم التوضيحي ادناه فقد تم دراسة مسارات الحركة داخل المعرض كما تم توزيع مناطق عرض المنتجات بناءً على اقبال الزبائن , كما تم تخصيص المناطق داخل المعرض بما يخدم الزبون ويوفر الوقت والجهد , وحيث تم استخدام منصات عرض متنوعة التصميم مع مراعاة القياسات النموذجية في تصميمها , كما تم استغلال الجدران لعرض الاكسسوارات المتنوعة اضافة الى شاشات العرض البصرية المزودة بتقنية HDR¹¹ , و تم تحديد منطقة تخزين (مستودع) , بالاضافة الى وضع زاوية للألعاب التي تعمل على دمج العالم الواقعي بالافتراضي , بحيث تم تخصيص هذه المنطقة بموقعها الذي يلي المدخل لجذب المارة بالخارج , وايضا تم تخصيصها عن طريق رفعها درجتين عن مستوى الارضية , وكما يظهر ايضا بالشكل ادناه انه تم ابعاد منطقة خدمات الزبائن حتى لا تعيق مسار الحركة الرئيسي للمعرض , كما تمت مراعاة اسس السلامة العامة من ناحية باب الطوارئ في الحالات الطارئة .

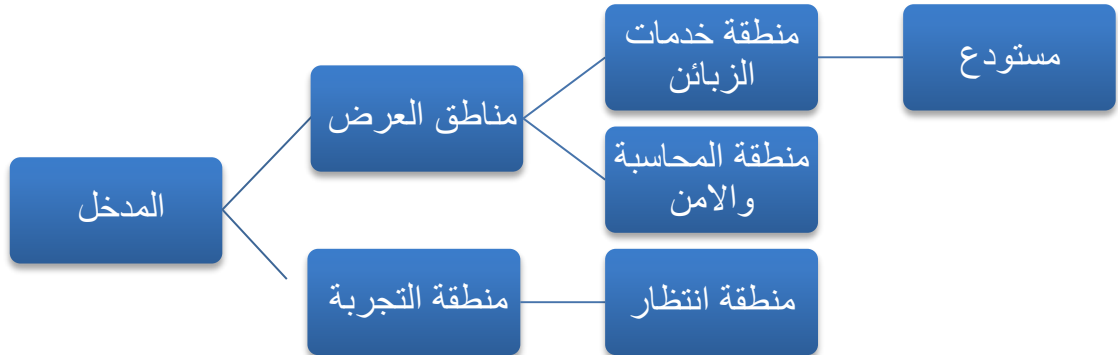
¹¹ HDR (high dynamic range) : هي تقنية تدعم شاشات التلفاز الحديثة بتجربة عرض استثنائية ذات جودة ودقة عالية .



رسم توضيحي رقم (2) : رسم توضيحي يوضح توزيع المساحات الداخلية لمعرض (SONY) بوتيك في مدينة جدة

المصدر : (اتوكاد , ٢٠١٨)

رابعاً: العلاقات الوظيفية



رسم توضيحي رقم (٧) : رسم توضيحي يوضح العلاقات الوظيفية بين اقسام معرض (SONY) بوتيك في مدينة جدة

خامسا: تحليل الواجهة الخارجية

من خلال الصورة يتضح أن الواجهة الخارجية للمعرض تحتوي على تصميم بسيط جدا يتناسق مع التصميم الداخلي البسيط المتبع بالإضافة إلى الخامات المستخدمة التي تنحصر ضمن مجموعة صغيرة وهي الزجاج المقاوم للعوامل الخارجية والذي استخدم أيضا ليحقق الانفتاح على المساحة الخارجية ويعطي شعور بالاتساع ويجذب المارة عند رؤية منطقة تجربة الألعاب واستخدم أيضا (Aleko pond) بلون فضي حيث يستخدم هذا اللون غالبا بمعارض شركة (SONY) , واستخدمت اضاءة خلف عنوان المعرض المصنوع من الأكريليك وذلك لجذب أعين المارة ليلا .



صورة رقم (10) : الصورة توضح الشكل الخارجي لمعرض (SONY) بوتيكا في مدينة جدة

المصدر : <https://abunawaf.com>

سادسا: أسلوب التصميم المتبع بالفراغ الداخلي

من خلال الصور المتاحة للمكان تبين للطالبة أن المصمم اعتمد على الأسلوب الحديث بتصميم

(Modern) , حيث يميل التصميم للبساطة والمدرسة الوظيفية والتي تقوم على أساس الغرض من المكان

ولاستغلال اكبر مساحة ممكنة لعرض منتجات شركة (SONY) المتنوعة .



صورة رقم (11) : صورة توضح الفراغ الداخلي - منطقة خدمة الزبائن والمحاسبة - في معرض (SONY) بوتيك في مدينة جدة

المصدر : <https://abunawaf.com>

سابعاً: تحليل الخامات والألوان

تم استخدام الالوان المحايدة (أبيض, رمادي, أسود) في تصميم المعرض والغرض من ذلك تركيز نظر الزبون على المعروضات, كما تم استخدام خامة الجلد باللون الرمادي والاسود بمنطقة الاستراحة لسهولة تنظيفه , كما استخدم الواح (Aleko pond) قياس ٦٠*٦٠ في تصميم الواجهات, واستخدم ايضا

ال(FIBER GLASS)^{١٢} في تصميم بعض قطع الاثاث اما منصات العرض بالوسط من الخشب

المضغوط ذو وجه لامع أبيض , أما الأرضية فكانت من بلاط السيراميك^{١٣} بلون مائل الى البني وبيعض

المناطق بلون مائل الى الرمادي , واستخدم ايضا حجر الزينة الصناعي على الحائط أمام المدخل .

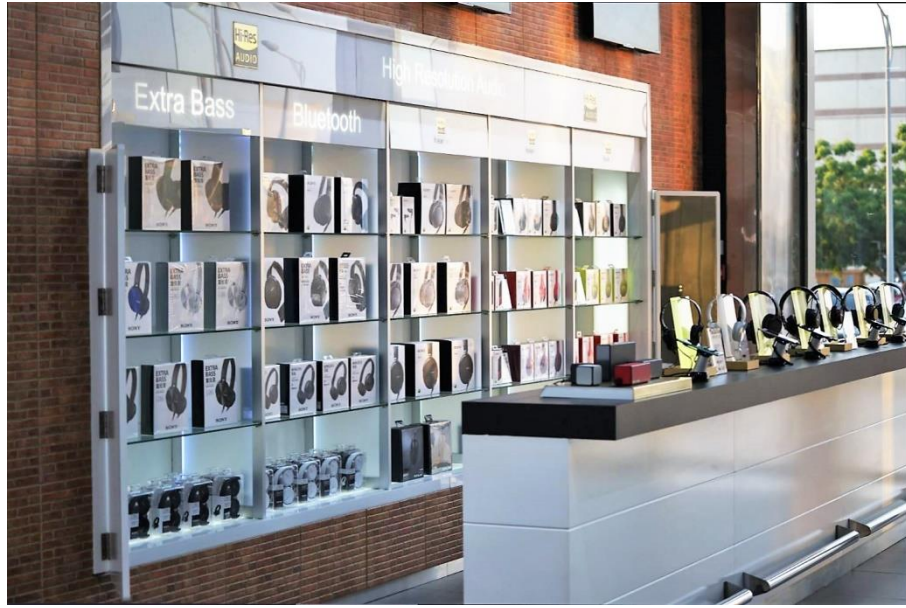


صورة رقم (12) : صورة توضح الخامات والالوان المستخدمة عند منطقة الالعاب في معرض (SONY) بوتيك في مدينة جدة

المصدر : <https://abunawaf.com>

^{١٢} (FIBER GLASS): هي مادة مصنوعة من ألياف رفيعة جداً من الزجاج. وهذه الألياف قد تكون أدق من الشعر البشري بمرات كثيرة، وهي في مظهرها وملمسها كالحرير.

^{١٣} السيراميك : عبارة عن مادة مخلوطة من مجموعة من المواد متكونة من الإسمنت و الصلصال و الزجاج ، دون أن يدخل في صناعته أي نوع من أنواع المواد المعدنية أو غير العضوية، حيث يطلق على السيراميك باللغة العربية مسمى الخزف، فالجدير بالذكر أن السيراميك يتميز عن غيره من مواد البناء، بعدم قدرته على تحمل الأوزان الثقيلة أو الضغط و درجات الحرارة العالية.



صورة رقم (13) : صورة توضح الخامات والالوان المستخدمة عند منطقة المنتجات السمعية في معرض (SONY) بوتيك في مدينة جدة

المصدر : <https://abunawaf.com>

ثامنا: تحليل السقف والاضاءة الداخلية

استخدم المصمم الاسقف المعلقة بلون ابيض لسهولة تركيبها ولعمل شكل جمالي بتصميم السقف فوق مناطق معينة , واعتمد على الاضاءة الطبيعية جنبا الى جنب مع الاضاءة الصناعية , فاعتمد على الاضاءة الطبيعية عن طريق جعل الواجهة الخارجية للمعرض زجاجية لتمرر الضوء , كما استخدم في بعض المناطق الاضاءة الصناعية كالإضاءة الموجهة (spot light) فوق مناطق العرض لتركيز عليها, واستخدم الاضاءة التجميلية المخفية لإضاءة بعض اللمسات على التصميم , واستخدم ببعض المناطق

بالوسط وعند منطقة الالعب والتجربة اضاءة موجهة نوع كشاف بلون ابيض وذلك لأهمية استخدامه في

مثل هذه المناطق لحاجتها الى إضاءة قوية .



صورة رقم (14) : صورة توضح كيفية استخدام الأضاءة بتصميم السقف داخل معرض (SONY) بوتيك في مدينة جدة

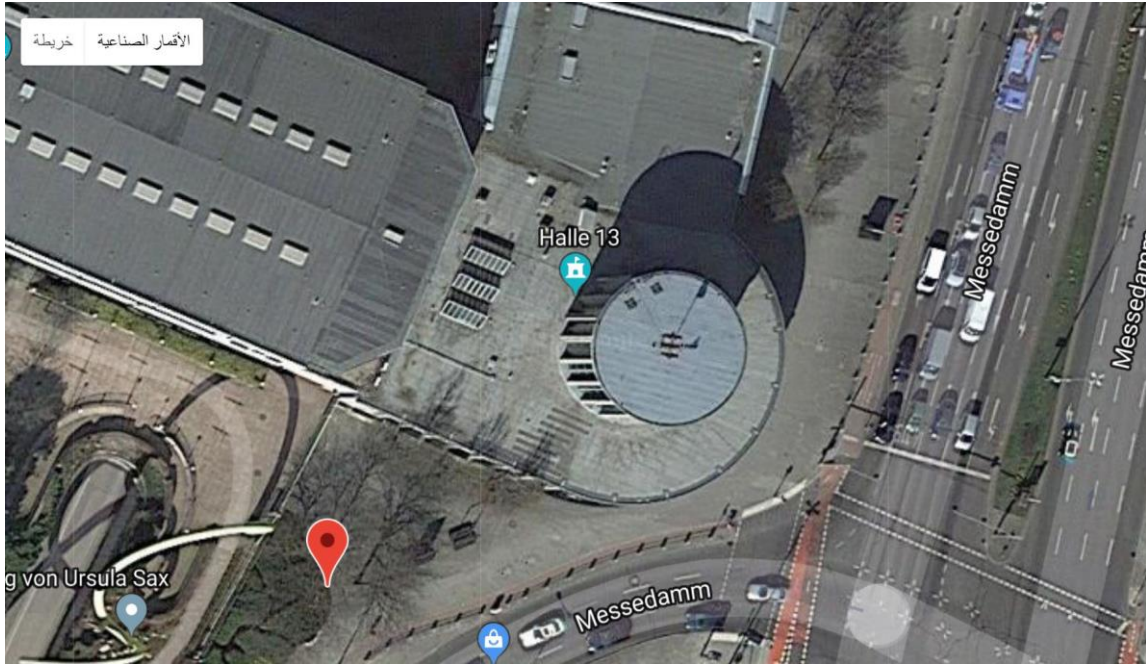
المصدر : <https://abunawaf.com>

الحالة العالمية – SONY IFA BERLIN 2012 –

أولاً: تعريف بالحالة العالمية

معرض (SONY IFA^{١٤} 2012) يقع في ألمانيا ، برلين ، شارع (Messedamm) ، عبارة عن معرض يعرض حوالي ١٦٠٠ منتج لشركة (SONY) العالمية ، تبلغ مساحة المعرض حوالي ٦٠٠٠ متر مربع ، تم انشاؤه بتاريخ ٢٠١٢/٠١/٠٨ ، ويتم تغيير تصميمه وإعادة انشاؤه سنويا حتى تبقي الشركة (SONY) الزبون في حالة سحر وانبهار دائم بطريقة العرض التي تتيح التفاعل بين الزوار والعلامة التجارية بشكل مختلف عن التصور المألوف ، يتكون من عدة اقسام كل قسم يحمل اسم ولون يميزه ، وطريقة العرض بشكل دائري يتناسب مع الشكل الكلي للمعرض ، وتم التعرف على المعرض عن طريق المواقع الالكترونية .

^{١٤} IFA (Internationale Funkausstellung Berlin) : أحد المعارض التجارية الرائدة في العالم للإلكترونيات الاستهلاكية والأجهزة المنزلية ، يوفر فرصة للشركات العالمية لعرض أحدث منتجاتهم المتطورة لعامة الناس .



صورة رقم (15) : صورة توضح مكان معرض (SONY) IFA 2012 ((والمكان المحيط به

المصدر : (Google Map ، 2017)

ثانيا: تحليل المخطط الافقي للمعرض

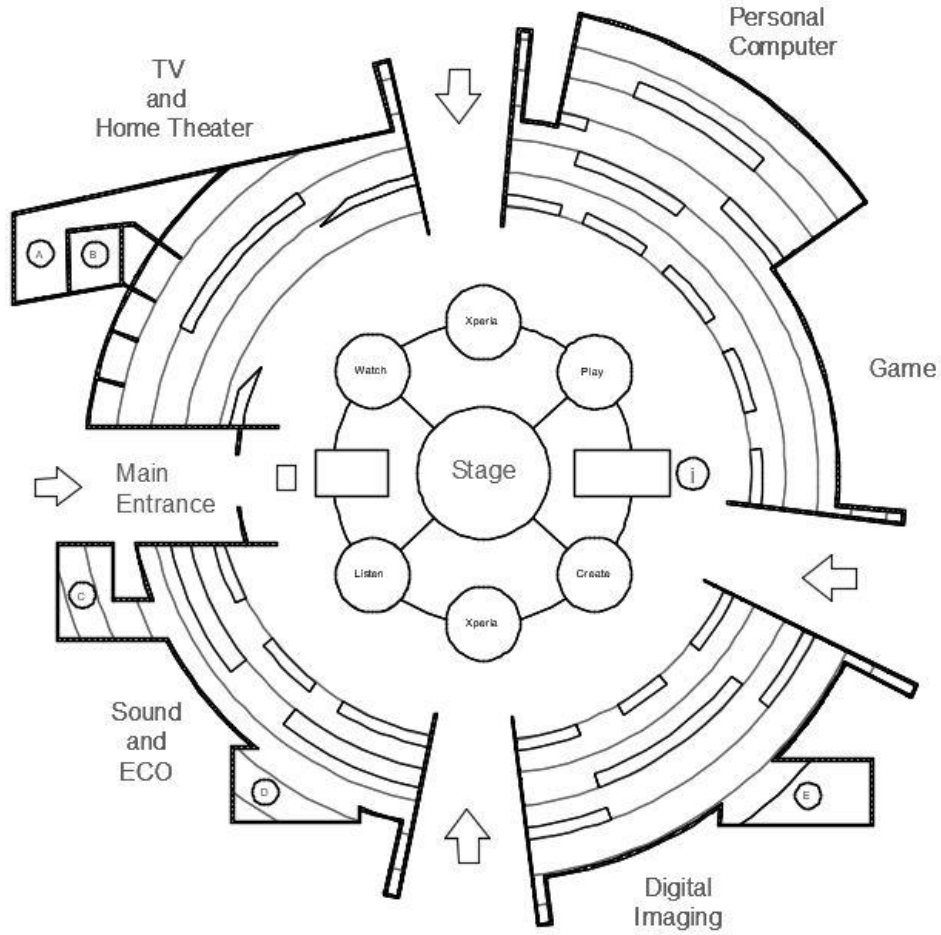
يتضح ان طريقة تقسيم المنتجات حسب استخدامها ضمن وحدات عرض موحدة , يتيح للزبون امكانية الحركة والتنقل بكل سهولة ورؤية جميع المنتجات والاقسام دون عائق يفصل الرؤية عنه , حيث ان المساحات جميعها مفتوحة أمام نظر الزوار , وتتخذ منصات العرض بالوسط الشكل الدائري وجميعها تحيط بالمركز , بحيث تم تقسيم مناطق العرض المركزية بناءا على آلية استخدام المنتج الى ("Play", "Watch", "Listen", "Share" and "Create") , بأسلوب يحول المساحة

الداخلية للمعرض الى فضاء تجريبي فريد وموحد , والعنصر المميز وجود شاشة رقمية عملاقة

تعرض بزاوية ٣٦٠ درجة , بحيث تحيط بمناطق العرض بشكل دائري , وتعرض الشاشة على ١٤

مليون بيكسل مجموعة متنوعة من المنتجات بشكل يعكس التفاعل بين الاجهزة المعروضة

وتطبيقاتها.

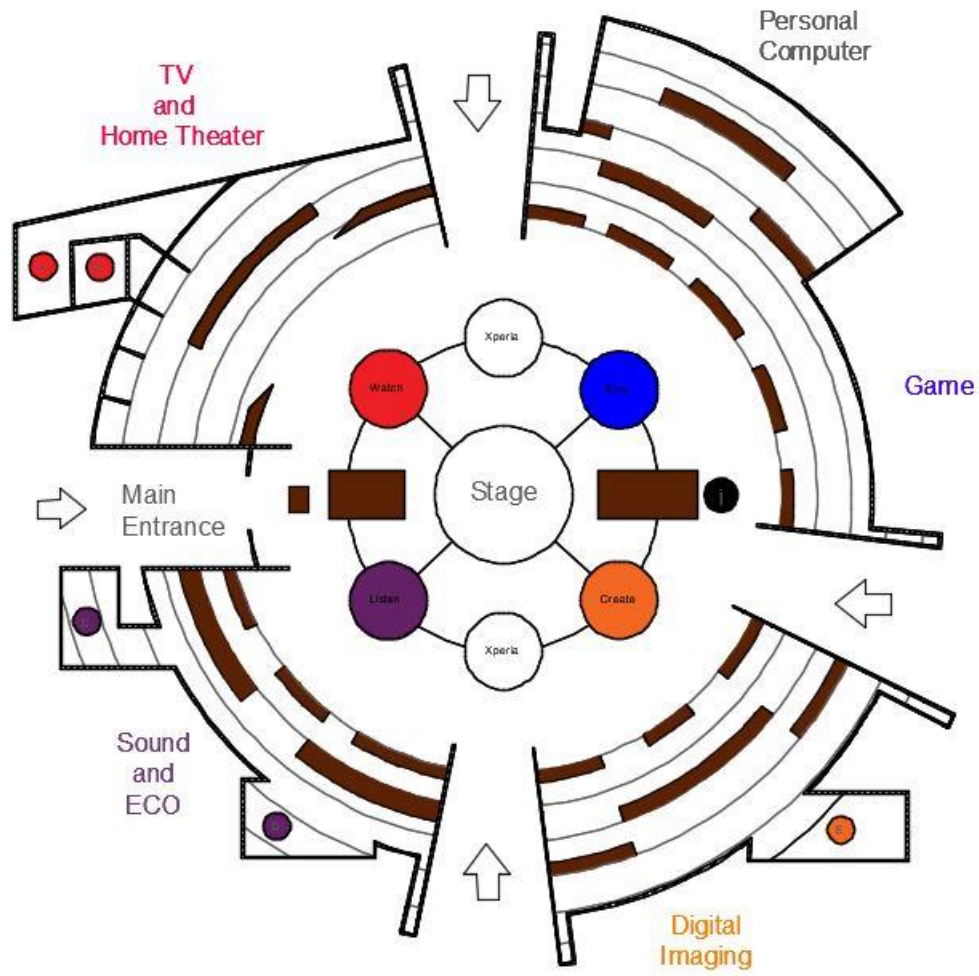


رسم توضيحي رقم (٨) : رسم توضيحي يوضح شكل المخطط الافقي لمعرض (SONY) IFA 2012) - برلين

المصدر : (اتوكاد , ٢٠١٨)

ثالثاً: تحليل المساحات الداخلية للمعرض

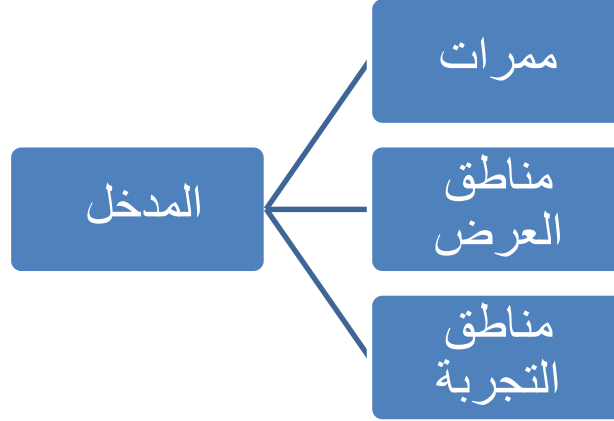
كما هو مبين بالرسم التوضيحي ادناه قد تم مراعاة مسارات الحركة داخل المعرض بشكل جيد , كما تم ايضا مراعاة النواحي الجمالية للمسقط الافقي والحفاظ على مركز تتوزع حوله وحدات العرض , ايضا تم استخدام وحدات عرض موحدة التصميم تتميز بألوان مختلفة و تتخذ الشكل الدائري , وكل منها يعرض نوع معين من الاجهزة بطريقة تخلق مساحات للتنقل خلالها , وتتيح مشاهدة كافة المشروع من قبل الزبون بشكل لا يعيق عملية الحركة أثناء التجوال داخل المعرض , ونلاحظ من الشكل ادناه ايضا ان للمعرض ثلاث مداخل اضافة الى مدخل رئيسي , وذلك بسبب مساحة المعرض (٦٠٠٠ متر مربع) التي تتطلب وجود أكثر من مدخل وبجسم يناسب عدد الزوار , كما تم استغلال الجدران بعرض منتجات بصرية وأيضاً شاشات توضح تطبيقات كل من الاجهزة المعروضة امامها , فتخلق التفاعل بين الزوار ومنتجات الشركة , فنلاحظ ان تقسيم المساحات مدروس بشكل جيد .



رسم توضيحي رقم (٩) : رسم توضيحي يبين توزيع المساحات داخل معرض (IFA 2012) (SONY) - برلين

المصدر : (أتكاد , ٢٠١٨)

رابعاً: العلاقات الوظيفية



رسم توضيحي رقم (١٠) : رسم توضيحي يبين العلاقات الوظيفية بين اقسام معرض (IFA 2012 (SONY)) - برلين

خامساً: أسلوب التصميم المتبع بالفراغ الداخلي

يتضح من خلال الصور أن أسلوب التصميم المتبع يميل الى حركة التصميم (High-tech architecture) , حيث تم اظهار الجسور المعلقة والتي تحمل الاضاءة الموجهة على المعروضات في سقف المعرض , وتم الاعتماد على اللون الابيض بشكل اساسي اضافة الى لون اخر يميز المنطقة المتواجد بها الزبون , وتم توظيف مجموعة الوسائط المتعددة اليابانية كمحرك رائد وابتكاري لجيل المستقبل , فكان هدف المصمم تحقيق الجودة والإبداع والأصالة، وتلبية فضول استكشاف التكنولوجيات الجديدة، والتفاعل بين الناس والمنتجات (المصدر : schmidhuber , ٢٠١٢) .



صورة رقم (16) : صورة تظهر تصميم الفراغ الداخلي لمعرض (SONY) IFA 2012 - برلين

مصدر الصورة : <https://www.schmidhuber.de>

سادسا: تحليل الواجهة الخارجية

في الصورة ادناه يظهر أن المصمم لجأ الى اسلوب البساطة في تصميم المدخل الخارجي للمعرض , حيث يظهر أن المدخل الفرعي يتكرر بمسافة ثابتة ويضيق اتساعه كلما اتجهنا الى الداخل , وكل مدخل من المداخل الاربعة للمعرض يظهر باللون الابيض مع لون المنطقة المقابلة للمدخل , فيظهر المدخل

الفرعي بالصورة ادناه باللون الابيض مع اللون الازرق الذي أكد على هوية منطقة العرض "Play" المقابلة له , ويظهر اسم الشركة في الاعلى باللون الاسود , فلم يبالغ المصمم بالخامات والالوان ولم يعقد الاشكال , فظهر التصميم بشكل بسيط ومتناسق مع التصميم الداخلي .



صورة رقم (17) : صورة توضح شكل أحد المداخل الفرعية لمعرض (IFA 2012) (SONY) - برلين

مصدر الصورة : <https://www.schmidhuber.de>

سابعا: تحليل الخامات والألوان

كما يظهر بالصور أدناه تم استخدام اللون الابيض ليؤكد على عنصر الوحدة بالتصميم ضمن مساحات كبيرة , و حتى يبرز المعروضات بشكل جيد , فتم استخدامه بالجدران والارضية ووحدات العرض جميعها , واستخدمت عدة الوان أخرى لتأكد على هوية المناطق بلمسات بسيطة , فاستخدم المصمم اللون الازرق ضمن منطقة "Play" , واللون الأحمر ضمن منطقة "Watch" , واللون البرتقالي ضمن منطقة "Creat" , واللون البنفسجي ضمن منطقة "Listen" , واللون الاخضر ضمن منطقة "Share" , ولم يبالغ المصمم بالخامات والالوان المستخدمة , ايضا تظهر خطوط ملونة بالأرضية هي عبارة عن خطوط توجيه لحركة الزبائن أيضا تساعد في التأكيد على خصوصية منطقة العرض , وأستخدم المصمم خامة ال(Corian)^{١٥} في بعض وحدات العرض اضافة الى خامة الجلد باللون الاسود في منطقة تجربة الالعب .

^{١٥} ال(Corian): هي مادة صناعية تحاكي الرخام الطبيعي في الشكل مع تقادي عيوبه , وقابلة للتشكيل .



صورة رقم (18) : صورة توضح الخامات والالوان المستخدمة في معرض (SONY) IFA 2012 - برلين

مصدر الصورة : <https://www.schmidhuber.de>



صورة رقم (19) : صورة توضح الخامات والالوان المستخدمة في معرض (SONY) IFA 2012 - برلين

مصدر الصورة : <https://www.schmidhuber.de>

ثامنا: تحليل السقف والاضاءة الداخلية

كما يظهر بالصورة المرفقة ادناه , أن تصميم السقف يؤكد على المدرسة التصميمية المتبعة بتصميم المعرض (High-tech architecture) , فيظهر في تصميم السقف الجسور المعلقة والتي تحمل الاضاءة الموجهة على المعروضات , واعتمد المصمم في تصميم اضاءة المعرض على نوع واحد من الاضاءة وهي الاضاءة الصناعية وذلك بسبب عدم وجود فتحات معمارية , اضافة الى عدم وجود واجهات زجاجية في المعرض , بحيث لا يمكن توظيف الانارة الطبيعية , فتم استخدام الاضاءة الصناعية على نطاق واسع , وتم توزيعها بشكل مدروس , فاستخدمت الاضاءة الموجهة بلون ابيض نوع كشاف على الاجهزة المعروضة , لحاجة المعرض الى اضاءة قوية وايضا نوع من الجمالية .



صورة رقم (20) : صورة توضح شكل السقف والاضاءة الداخلية في معرض (SONY) IFA 2012) - برلين

مصدر الصورة : <https://www.schmidhuber.de>

الفصل الثالث - المشروع المقترح -

التصميم الداخلي لمعرض منتجات شركة " Sony "

- المقدمة
- الواجهة الخارجية
- المخطط الافقي للمعرض
- الفراغ الداخلي (النسب و المساحات)
- العلاقات الوظيفية
- الخامات و الألوان
- السقف و الإضاءة الداخلية

المقدمة

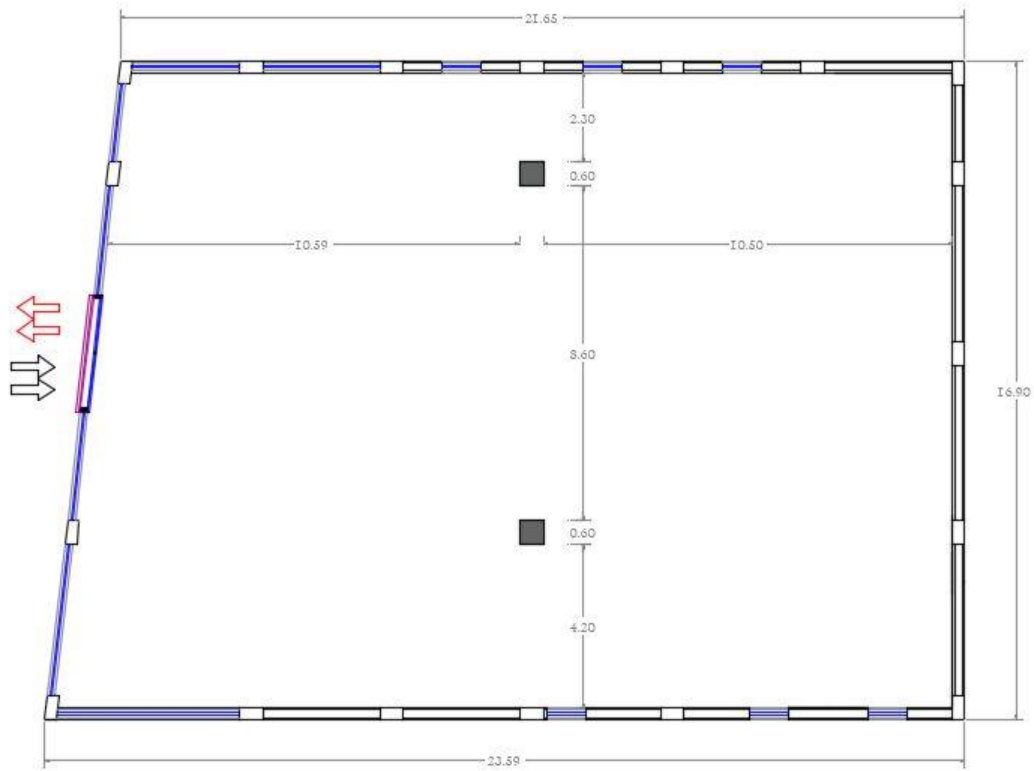
يقوم المشروع المقترح على فكرة تصميم معرض لمنتجات شركة (SONY) عالية الاداء , و يشمل جميع الاقسام المطلوب تواجدها بالمعرض مع مراعاة مسارات الحركة , ويتكون المشروع المقترح من طابق واحد بشكل ذو ثلاث اضلاع مستقيمة وآخر ضلع رابع مائل , وله ثلاث واجهات بفتحات معمارية زجاجية مطلة على الشارع , ويقع المشروع المقترح بمدينة نابلس شارع فيصل بالقرب من جمعية أصدقاء المريض الخيرية , وضمن عمارة سكنية بالطابق الاول , ذو مساحة ٣٥٠ متر مربع , والموقع عبارة عن فراغ داخلي حيز الانشاء والتصميم .

تعريف المشروع

عبارة عن معرض لبيع كافة منتجات شركة (SONY) الالكترونية التي يحتاجها الزبون بمكان واحد بالإضافة الى قسم لصيانة الاجهزة الالكترونية .

مخطط المشروع المقترح

تبلغ مساحة المشروع المقترح (٣٥٠ متر مربع) , و يحتوي على جميع الأقسام الخاصة بمعرض الالكترونيات المراد تصميمه , ويراعي المخطط جميع النواحي الانشائية و المعمارية.



رسم توضيحي رقم (3) : رسم توضيحي يبين المخطط الأفقي للمشروع المقترح تصميمه

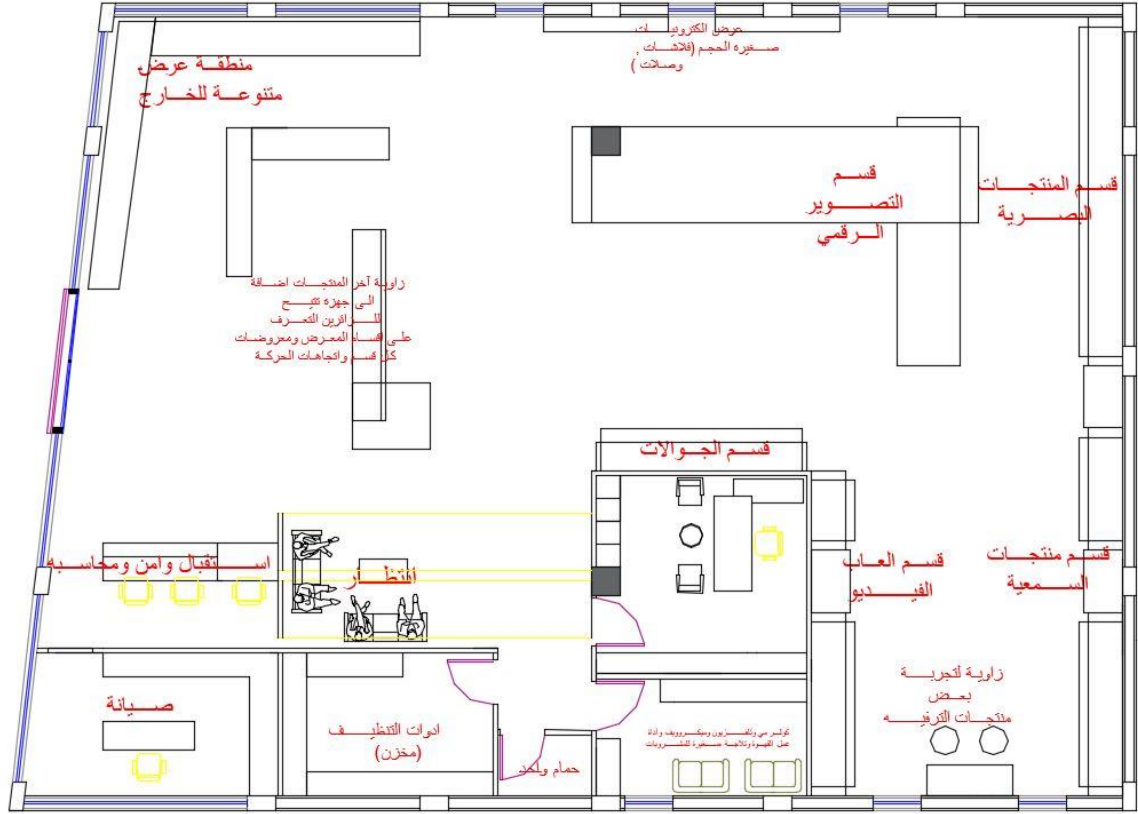
المصدر : (أتوكاد , ٢٠١٨)

تحليل الفراغ الداخلي

ان عملية التصميم لمعرض الكترونيات تتم بتقسيم المساحات الداخلية بشكل يراعي طبيعة المكان ويركز بالأساس على وظيفة المعرض وعملية التنقل داخله سواء من قبل الزبون أو من خلال الموظفين، كما تعطى اقل نسبة من المساحة لمنطقة الخدمات وتوزع باقي النسبة على مناطق العرض وممرات الحركة،

وبشكل يتلاءم مع طبيعة احتياجات المشروع المقترح , الشكل ادناه يبين اقسام الفراغ الداخلي للمشروع

المقترح .



رسم توضيحي رقم (4) : رسم توضيحي يبين اقسام المشروع المقترح تصميمه

المصدر : (أتوكاد , ٢٠١٨)

الهدف من المشروع

توفير جميع المنتجات الالكترونية الخاصة بشركة (SONY) بمكان واحد, لتوفير الوقت والجهد على الزبائن , وتحقيق الارباح المادية بزيادة النشاط الاقتصادي بالمدينة عن طريق تقديم معرض بتصميم عصري وبمواصفات عالمية .

عناصر المشروع

- كاونتر الاستقبال والمحاسبة .
- منطقة أحدث المنتجات لشركة (SONY) العالمية .
- منطقة لصيانة الاجهزة الالكترونية .
- مناطق عرض الإكسسوارت والملحقات الخاصة بالأجهزة الالكترونية .
- منطقة عرض اجهزة الحاسوب المحمولة .
- منطقة عرض المنتجات البصرية .
- منطقة عرض اجهزة الاتصال المحمولة .
- منطقة عرض العاب الفيديو والتجربة .
- منطقة لعرض منتجات التصوير الرقمي .

- منطقة عرض المنتجات السمعية .
- منطقة انتظار للزبائن .
- منطقة الادارة .
- منطقة الاستراحة للموظفين.
- الخدمات (دورة مياه , مستودع) .

الإضاءة المقترحة استخدامها

الإضاءة المستخدمة متنوعة ما بين الطبيعية , المنتشرة ، المخفية ، الجمالية والموجهة حيث أن التنوع في أشكالها وتوزيعها يكون تبعاً للتنوع في طريقة عرض الاجهزة وتبعاً للحاجة الوظيفية والجمالية .

الخامات والالوان المقترحة استخدامها

يفضل استخدام الالوان المحايدة لتعزيز نظر الزبون على المعروضات واضفاء جو الفخامة الذي يخلقه اللون الاسود في الفراغ الداخلي , اما بالخامات فيفضل استخدام الخشب بالأرضية لإضفاء لمسة طبيعية , اما السقف فسيتم استخدام الحديد والمعدن في ابراز

الجسور المعلقة , والالمنيوم في تصميم بعض وحدات العرض وذلك للتأكيد على المدرسة التصميمية المراد اتباعها في التصميم المقترح (High-tech architecture), وسيتم استخدام الزجاج في الواجهة الخارجية لتعزيز التواصل البصري مع المحيط الخارجي بالإضافة الى استخدامه في تصميم منطقة الاستقبال والمحاسبة .

النتائج والتوصيات

النتائج

بعد هذه الدراسة للحالة المحلية ، العربية والعالمية ، والتعرف على مدى وأهمية وجود معارض الكترونيات

لشركات محددة والتي يفتقر لها الوطن بالرغم من إقبال الناس بشكل متزايد على الاجهزة الالكترونية

الحديثة ، توصل البحث الى عدة نتائج ومن أهمها :

١. عدم الحفاظ على روح التصميم داخل المعارض، بالاضافة الى عدم اتباع اسلوب تصميمي

واضح .

٢. الإهمال في ترتيب أولويات الأقسام حسب أهمية كل قسم .

٣. بعض المعارض لا يوجد تنوع في نوع الإضاءة المستخدمة من حيث استخدام الإضاءة المخفية،

المنتشرة ، أو الموجهة، و توزيع الإضاءة بشكل متكرر في بعض المعارض .

٤. عدم تقسيم مناطق العرض وتداخل انواع المنتجات المختلفة يساعد في احداث الفوضى و تضيق

الوقت.

٥. عدم مراعاة كمية الاضاءة الموجهة للمنتج المعروض مما يؤثر على نظر الزبون المشاهد ويؤثر

ايضا على بعض الاجهزة الالكترونية المعروضة .

٦. عدم مراعاة القياسات النموذجية والاشتراطات الفنية في تصميم بعض قطع الاثاث المستخدمة

بالعرض.

التوصيات

بعد معرفة النتائج التي تم التوصل اليها بعد دراسة وتحليل الحالة المحلية، العربية والعالمية تم وضع

التوصيات التالية:

١. ضرورة تقسيم المساحات الداخلية بين مناطق العرض والحركة بشكل سليم مع مراعاة ترك مسافة

للتنقل بكل راحة من قبل الزبائن المارين والمشاهدين بالإضافة الى الموظفين .

٢. مراعاة اشكال الاضاءة وطرق توجيهها وتوزيعها بشكل لائق وسليم بحيث تتحقق الوظيفة

والجمالية على حد سواء .

٣. مراعاة وجود منطقة انتظار للزبائن في حال اصطحابهم لأشخاص غير معنيين بمشاهدة الاجهزة

داخل المعرض .

٤. مراعاة وجود منطقة تتيح امكانية تجربة بعض المنتجات وذلك لترغيب وزيادة اقبال الزبون

بالمنتج .

٥. مراعاة توفر منطقة لعرض احدث المنتجات الخاصة بالشركة بالقرب من المدخل لتكون عامل

جذب وانبهار للزبون .

٦. توفير طرق عرض حديثة ومبتكرة تبهر الزبون وتليق بالمعروضات .

المصادر والمراجع

- <https://aromalifestyle.tokyo/aromastic-interview/>
- <http://weziwezi.com>
- <http://www.mexat.com/vb/showthread.php?t=723698>
- <https://www.sony.net/SonyInfo/CorporateInfo/business/newbusiness.html>

html

- bci nablus show room – Samsung
- <https://www.unlimit-tech.com>
- <https://abunawaf.com>
- <https://www.schmidhuber.de/de>

فهرس الصور

- صورة ١ : صورة توضح الشكل الخارجي لمجمع المقر الرئيسي لشركة (SONY) في العاصمة طوكيو ١٠
- صورة ٢ : صورة توضح ابتكار شركة (SONY) الجديد والحصري بالشركة للاستمتاع بالروائح التي تسلي جميع حواس الانسان بشكل كامل..... ١١
- صورة ٣ : صورة توضح مجموعة من بعض منتجات شركة (SONY) ١٦
- صورة ٤ : صورة توضح المقاسات النموذجية لأماكن عرض الالكترونيات الحديثة, كتاب المعماري (nuefert)..... ١٧
- صورة ٥ : صورة توضح موقع معرض (BCI) في مدينة نابلس ١٨
- صورة ٦ : صورة توضح الواجهة الخارجية لمعرض (BCI) - فرع مدينة نابلس (٢٠١٨) ٢٢
- صورة ٧ : صورة تظهر الخامات والالوان المستخدمة بالفراغ الداخلي للحالة المحلية التي تم اختيارها ٢٤
- صورة ٨ : صورة تظهر الاضاءة الداخلية المستخدمة بالمعرض (BCI) - فرع مدينة نابلس(٢٠١٨)..... ٢٥
- صورة ٩ : صورة توضح موقع معرض (SONY) بوتيك في مدينة جدة ٢٧
- صورة ١٠ : الصورة توضح الشكل الخارجي لمعرض (SONY) بوتيك في مدينة جدة..... ٣٢
- صورة ١١ : صورة توضح الفراغ الداخلي - منطقة خدمة الزبائن والمحاسبة - في معرض (SONY) بوتيك في مدينة جدة ٣٣
- صورة ١٢ : صورة توضح الخامات والالوان المستخدمة عند منطقة الالعب في معرض (SONY) بوتيك في مدينة جدة ٣٤
- صورة ١٣ : صورة توضح الخامات والالوان المستخدمة عند منطقة المنتجات السمعية في معرض (SONY) بوتيك في مدينة جدة ٣٥
- صورة ١٤ : صورة توضح كيفية استخدام الاضاءة بتصميم السقف داخل معرض (SONY) بوتيك في مدينة جدة ٣٦
- صورة ١٥ : صورة توضح مكان معرض (IFA 2012) ((SONY)) والمكان المحيط به ٣٨
- صورة ١٦ : صورة تظهر تصميم الفراغ الداخلي لمعرض (IFA 2012) ((SONY)) - برلين ٤٣
- صورة ١٧ : صورة توضح شكل أحد المداخل الفرعية لمعرض (IFA 2012) ((SONY)) - برلين ٤٤
- صورة ١٨ : صورة توضح الخامات والالوان المستخدمة في معرض (IFA 2012) ((SONY)) - برلين ٤٦
- صورة ١٩ : صورة توضح الخامات والالوان المستخدمة في معرض (IFA 2012) ((SONY)) - برلين ٤٦
- صورة ٢٠ : صورة توضح شكل السقف والاضاءة الداخلية في معرض (IFA 2012) ((SONY)) - برلين ٤٧

فهرس الرسومات التوضيحية

- رسم توضيحي ١ : خطة البحث المتبعة (٢٠١٨) ٧
- رسم توضيحي ٢ : الشكل يوضح المخطط الافقي لمعرض (BCI) -مدينة نابلس ١٩
- رسم توضيحي ٣ : الشكل يوضح النسب المساحات الداخلية لمعرض (BCI) - فرع مدينة نابلس..... ٢٠
- رسم توضيحي ٤ : رسم توضيحي يوضح العلاقات الوظيفية بين اقسام معرض (BCI) - فرع مدينة نابلس ٢١
- رسم توضيحي ٥ : رسم توضيحي يوضح المخطط الافقي لمعرض (SONY) بوتيك في مدينة جدة ٢٩
- رسم توضيحي ٦ : رسم توضيحي يوضح توزيع المساحات الداخلية لمعرض (SONY) بوتيك في مدينة جدة ٣٠
- رسم توضيحي ٧ : رسم توضيحي يوضح العلاقات الوظيفية بين اقسام معرض (SONY) بوتيك في مدينة جدة..... ٣٠
- رسم توضيحي ٨ : رسم توضيحي يوضح شكل المخطط الافقي لمعرض (IFA 2012) ((SONY)) - برلين ٣٩
- رسم توضيحي ٩ : رسم توضيحي يبين توزيع المساحات داخل معرض (IFA 2012) ((SONY)) - برلين ٤١
- رسم توضيحي ١٠ : رسم توضيحي يبين العلاقات الوظيفية بين اقسام معرض (IFA 2012) ((SONY)) - برلين . ٤٢
- رسم توضيحي ١١ : رسم توضيحي يبين المخطط الأفقي للمشروع المقترح تصميمه..... ٥٠
- رسم توضيحي ١٢ : رسم توضيحي يبين اقسام المشروع المقترح تصميمه..... ٥١