



كلية الفنون الجميلة
تخصص التصميم الداخلي



جامعة النجاح الوطنية

التصميم الداخلي لمتجر (Republic Of Gamers)

Interior design for Republic Of Gamers store

إعداد الطالب/ محمد سليم رزق عمرو

إشراف الدكتور/ هاني خليل الفران

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

مايو/2017

الإهداء

لم يرسل الرحمن موسى قاتلاً.....بيديه رشاس يجن ليطلقه

عيسى بن مريم كان يمشي خاشعاً.....فوق التراب مخافةً أن يقلقه

والحب يشهد للحبيب محمد.....باراً بجذع النخل حتى أنطقه

سابدا بهما و اكتب لهما و انتهي اليهما فلولاهما ما كتبت لكم ولهم مني كلمات ارجو ان تليق بقدرهم

.

امي التي همست بقلبي قائلة: ستكون يوما ما تريد كبيرا, اشعلتي روحي لتتيري منابري, و منحنتني

التميز و التوفيقا ,انا ما انحنيت امام هيبة كائنا ,و امام دعوتك انحني تقديرا.

ابي الذي من عمره انتقاص ,كي تحمل الأيام ما نقص ,شيبا يزين راسه تعباً كي يفتح الأيام لي

فرصا ,اليوم ورد قد أحاط به و الشعر حولك يا ابي رقصا.

الى جامعتي جامعة النجاح الوطنية و الى اساتذتها العظام الذين كانوا لنا بمثابة الاخوة و الإباء و

كانو بحق خير السند و المعين.

الطالب/ محمد سليم عمرو

الشكر و التقدير

الحمد لله رب العالمين و الصلاة و السلام على معلم البشرية و هادي الانسانية و على صحبه و من تبعهم ب احسان الى يوم الدين اتوجه بجزيل الشكر و العرفان الى كل من ساهم في اخراج هذا البحث الى حيز التنفيذ و الى كل من كان سببا في تعليمي و توجيهي و مساعدتي و أتوجه بخالص شكري وتقديري وعظيم امتناني إلى أستاذي الفاضل الدكتور هاني خليل الفران؛ لما ابداه من حسن رعاية ورعاية صدر وروح علمية مخلصه، وما قدمه لي من توجيهات ونصائح سديدة وملاحظات قيّمة ومستمرة... فدعائي له بالخير والعافية.

الطالب/ محمد سليم عمرو

فهرس الموضوعات

الموضوع	الصفحة
الإهداء	ب
الشكر و التقدير	ج
فهرس الموضوعات	د
1-1 المقدمة	3
1-2 مشكلة البحث	4
1-3 أهمية البحث	4
1-4 أهداف البحث	4
1-5 فرضيات البحث	5
1-6 حدود البحث	5
1-7 منهجية البحث	6
1-8 مخطط البحث	7
1-9 الحالات الدراسية	8
1-9-1-1 المقدمة	8
1-9-1-2 تحليل الواجهة الخارجية	10
1-9-1-3 تحليل المخطط الافقي للمتجر	11
1-9-1-4 تحليل الفراغ الداخلي "النسب و المساحات"	12
1-9-1-5 العلاقات الوظيفية	12
1-9-1-6 تحليل الخامات و الألوان	13
1-9-1-7 تحليل السقف و الضاءة الداخلية	14
1-9-2 الحالة العربية - متجر جاكيس (Jacky's) للالكترونيات-	15
1-9-2-1 المقدمة	15
1-9-2-2 تحليل الواجهة الخارجية	17
1-9-2-3 تحليل المخطط الافقي للمتجر	18
1-9-2-4 تحليل المساحات الداخلية للمتجر	19

20.....	1-9-2-5 العلاقات الوظيفية
20.....	1-9-2-6 تحليل الخامات و الألوان
21.....	1-9-2-7 تحليل السقف و الاضاءة الداخلية
22.....	1-9-3 الحالة العالمية -متجر بست باي (Best Buy) -
22.....	1-9-3-1 المقدمة
24.....	1-9-3-2 تحليل الواجهة الخارجية
25.....	1-9-3-3 تحليل المخطط الافقي للمتجر
26.....	1-9-3-4 تحليل المساحات الداخلية للمتجر
27.....	1-9-3-5 العلاقات الوظيفية
29.....	الفصل الثاني -الاطار النظري -
30.....	2-1 مقدمة
30.....	2-2 تعريف الحواسيب المصممة حسب الطلب
31.....	2-3 أنواع الحواسيب المصممة حسب الطلب
32.....	2-4 تاريخ الحواسيب
33.....	2-5 أهمية الحواسيب
34.....	2-6 اهم الشركات المصنعة للحواسيب حسب الطلب
35.....	2-7 الاشتراطات الفنية و القياسات النموذجية لمتاجر بيع اجهزة الحاسوب
42.....	3-10 النتائج
43.....	3-11 التوصيات
44.....	فهرس الصور
45.....	فهرس الرسومات التوضيحية

الملخص

في عالم المتاجر ذات القيمة العالية او الخاصة بفئات معينة لعل من اهم الزوايا التي يتم الاهتمام بها هو تصميم المتجر فالمتجر والتصميم مرتبطان بقوة لما للتصميم من دور في ابراز اهمية المتجر وهدفه الرئيسي في البيع فمن يذهب لمتجر روج تجلبه السلعة الثمينة كما يجب ان تكون في وسط مصمم بشكل يتلائم معها ومع قيمتها فعليه اهمية كبيرة لما له دور في اعطاء الصورة المناسبة عن المتجر.

في بحث المتجر يتم الوصول للقيمة التصميمية المناسبة له مع اعطاء الدرجة الاولى للناحية الجمالية التي من شأنها المساعدة في اعطاء قيمة السلعة وتهيئة الجو الملائم بها وتم الوقوف على بعض المعضلات التي تواجه مثل هكذا انشآت والتعامل معها بفعالية في سبيل الوصول لاعلى مواصفات ملائمة للمتجر نذكر منها عامل الاضاءة الذي له دور بارز في اظهار السلعة وجانب الالوان الذي يرتبط مع الاضاءة في سبيل اعطاء الجو المناسب كل هذا بالبحث الى اعطاء الصورة المراد ايصالها للجمهور في الناحية التصميمية الخاصة بمتجر روج .

الفصل الاول

- المقدمة
- مشكلة البحث
- أهمية البحث
- اهداف البحث
- فرضيات البحث
- حدود البحث
- منهجية البحث
- خطة البحث
- الحالات الدراسية (محلية .عربية .عالمية)

1-1 المقدمة

قديمًا ومنذ بدايات المجتمعات البشرية كان من أولويات البشر الحصول على وسائل مختلفة لتخدم حياتهم سواء في ناحية الاتصال أو التطور وكافة المجالات بحيث بدأ الإنسان بتطوير أي وسيلة أو أداة يتم اكتشافها أو اختراعها منذ البداية وفطرة الإنسان تقوم على حب التطوير مهما كانت بساطة الشيء المستخدم في حياته ومهما كانت وظيفة الأداة المستخدمة .

مع مرور الأزمنة والعصور ومع توالي اكتشافات الإنسان واختراعاته في مناحي الحياة المختلفة بدأ الإنسان بوضع مبادئ خاصة على المكتشفات بحيث يعتمد عليها في تطويره المستمر للاختراعات . ما توصل إليه البشر اليوم من مراحل متقدمة في مجال الاتصال. في كل مرحلة من المراحل التي مرت كان هناك خاصية موجودة وهي وجود فئة من الناس تريد أن تكون الوسيلة أو الأداة ذات ميزات أو أداء أعلى من المعتاد أو بمعنى آخر فئة تحب التفوق في الاستخدام ومن هنا جاءت فكرة إنشاء شركات خاصة بتوفير هذه المتطلبات الخاصة بهذه الفئة وأصبحت ذات مكانة عالمية على صعيد الشركات الخاصة بالعرض ومن هذه الشركات المتخصصة بهذا العمل شركة روج .

تعتبر شركة روج أحد الأمثلة العالمية على الشركات المختصة في عرض المنتجات الالكترونية المتفوقة على اختلاف أنواعها من هواتف وأحوايب وغيرها وتعتبر شركة روج النسخة المحدثة من شركة اسوس والتي تهتم بالدرجة الأولى بالعباب الكمبيوتر وتشمل خط أجهزة الحاسوب المحمولة عالية المواصفات مثل اسوس روج وفي هذا البحث يتم العمل على الحصول على التصميم القادر على إعطاء الصورة العالية من كافة النواحي التصميمية لإظهار الشركة بالقدر المستحق

2-1 مشكلة البحث

تكمّن مشكلة البحث في قلة الوعي المجتمعي لهذا النوع من المتاجر فاقترضوا على بيع أجهزة الحاسوب الاستهلاكية مما أجبر المهتمين بمجال الحواسيب عالية الأداء إلى الشراء عن طريق الانترنت من متاجر خارج البلاد مما يزيد التكلفة و الوقت و بالتالي التأثير على التقدم التكنولوجي للمجتمع

3-1 أهمية البحث

تكمّن أهمية البحث في توفير للمصممين و المتخصصين في عالم التكنولوجيا في وقتنا الحالي متاجر أجهزة حواسيب متخصصة في مجال الأجهزة ذات الأداء العالي ذات تصاميم حديثة حتى تتماشى مع الطابع التصميمي لتلك الأجهزة و حتى توفر الوقت و التكلفة على المتخصصين في مجال التصميم و التكنولوجيا من ان يتم الطلب من خلال الانترنت و الحاجة لانتظار أسابيع للوصول أي قطعة او حتى جهاز كامل .

4-1 أهداف البحث

1. يهدف هذا البحث إلى إيجاد متاجر حواسيب عالية الأداء ذات تصميم يتماشى مع المتاجر العالمية
2. تحسين مستوى المتاجر الموجودة حالياً من عدة نواحي
3. زيادة الوعي المجتمعي إلى أن المصممين و اللاعبين يتفقون أمولاً كثيرة ثمن الأجهزة لضمان راحته في بيئة العمل و انتاج العمل المطلوب منه بأقل وقت ممكن و يكون ذو جودة عالية .

5-1 فرضيات البحث

1. استخدام الخامات اللامعة تعمل على جذب انتباه الزبائن و توفر راحة للزبون و تعمل على

بقائه فترة أطول داخل المتجر

2. استخدام الاضاءة المخفية الملونة كإضاءة أساسية داخل المتجر تعمل على توفير بيئة مريحة

للزبون

3. استخدام خامة الالكبوند مع خامة الستانلس ستيل توفر جو عصري و انيق

4. استخدام الوان الشعار الخاص بالمتجر و هي اللون الأحمر و الأسود و الرمادي تساعد

على تعزيز هوية المتجر

5. استخدام مناطق عرض ذات اشكال منحنية تساعد على تسهيل مسارات الحركة داخل

المتجر

6-1 حدود البحث

هذا البحث سيقع ضمن حدود مكانية وزمنية

1. فلسطين – محافظة رام الله.

2. المتاجر المتخصصة بالحواسيب التي تم انشائها ما بين 2000-2016.

7-1 منهجية البحث

يتبع هذا البحث عدة أساليب و مناهج للبحث منها :

المنهج التحليلي : هو منهج يقوم على تحليل المشاريع و ذلك من خلال الصور و الاشكال المطروحة و التي سوف يتم تحليلها لاحقا و سيتم اخذ عدة حالات دراسية (حالة محلية , حالة عربية , حالة عالمية) سيتم تحليلها من جميع الجوانب من حيث العلاقات الوظيفية و الألوان و الخامات الخ .

المنهج الاستقرائي : من خلال الاستعانة بالكتب و المواقع الالكترونية التي تعزز هذه الدراسة .

8-1 مخطط البحث



9-1 الحالات الدراسية

1-9-1 الحالة المحلية – متجر (Ivory) فرع القدس –

1-9-1-1 المقدمة

إيفوري تأسست في عام 1991 واليوم هي الأولى في مجال الحاسبات والالكترونيات والاجهزة المنزلية والمعدات الطرفية في الداخل المحتل. للشركة 36 متجر موزعة في كل الداخل المحتل من ام الرشراش¹ (ايلات) الى الكرمل. للشركة مجموعة متنوعة من المنتجات التي تسوقها تشمل أجهزة الكمبيوتر المكتبية والمحمولة والشاشات وشاشات التلفزيون والهواتف الخلوية والهواتف الذكية وأجهزة الألعاب والألعاب والبرمجيات والمعدات الطرفية الكمبيوتر والأجهزة المنزلية. وبطبيعة الحال، فإن الشركة تقدم أيضا خدمة العملاء المهنية والمساعدة بدءا من اختيار وشراء المنتج وعلى توفير الضمان الشامل والدعم التقني عبر الهاتف في مخازن الشركة في المركز الرئيسي للشركة الواقع في بتاح تكفا. وتدير الشركة مركز تجميع مبتكر حيث يتم تجميع جميع أجهزة الكمبيوتر المكتبية وفقا لاحتياجات العملاء والمواصفات. و يتم تجميع أجهزة الكمبيوتر من أفضل و أكثر المنتجات تقدما المتاحة في سوق الكمبيوتر وتذهب من خلال فحص الجودة قبل تسليمها للعميل.

¹ إيلات أو أيلة أو أم الرشراش مدينة وميناء إسرائيلي على ساحل خليج العقبة في البحر الأحمر، احتلت عام 1952 وتقع في أقصى جنوب فلسطين بين مدينة العقبة الأردنية من الشرق وبلدة طابا المصرية من الغرب.



صورة رقم 1 صورة تبين فروع متجر ايفوري بالداخل المحتل (خرائط جوجل 2017)

2-1-9-1 تحليل الواجهة الخارجية

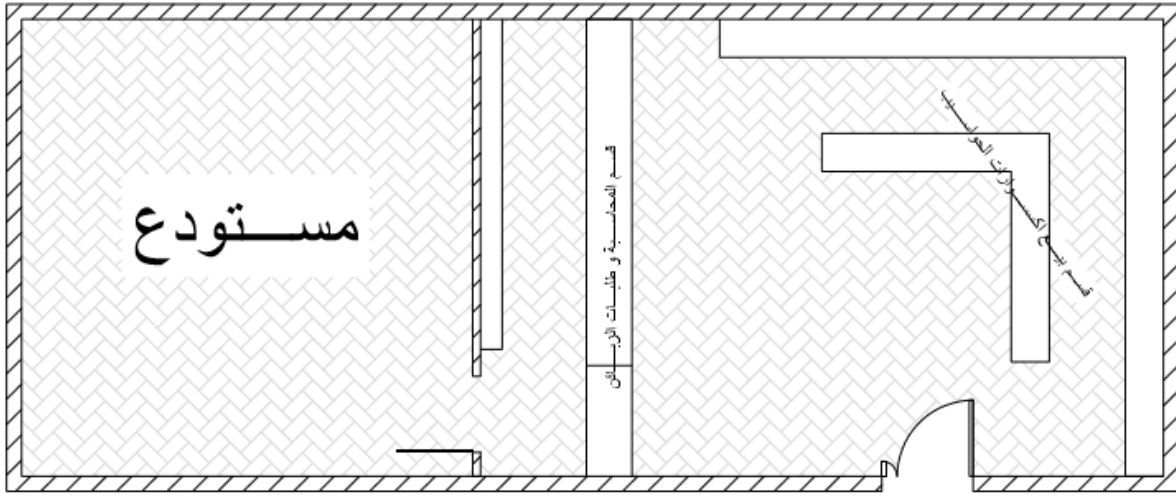
كما يظهر في (الصورة رقم 6) لا يوجد طراز تصميمي محدد في تصميم الواجهة الخارجية و استعمل الحجر الطبيعي الأبيض على شكل مربعات بحجم 60*60 سم في الواجهة مع استعمال نوافذ كبيرة , اما بالنسبة للافتة التي تحمل اسم المتجر تم استخدام لافتة صغيرة نسبيا مع حجم المبنى و باب صغير و لم يتم استخدام أي نظام دعائي في المبنى من الخارج.



صورة رقم 2 صورة تبين الواجهة الخارجية لفرع شركة ايفوري الموجود بالقدس (خرائط جوجل 2017).

3-1-9-1 تحليل المخطط الافقي للمتجر

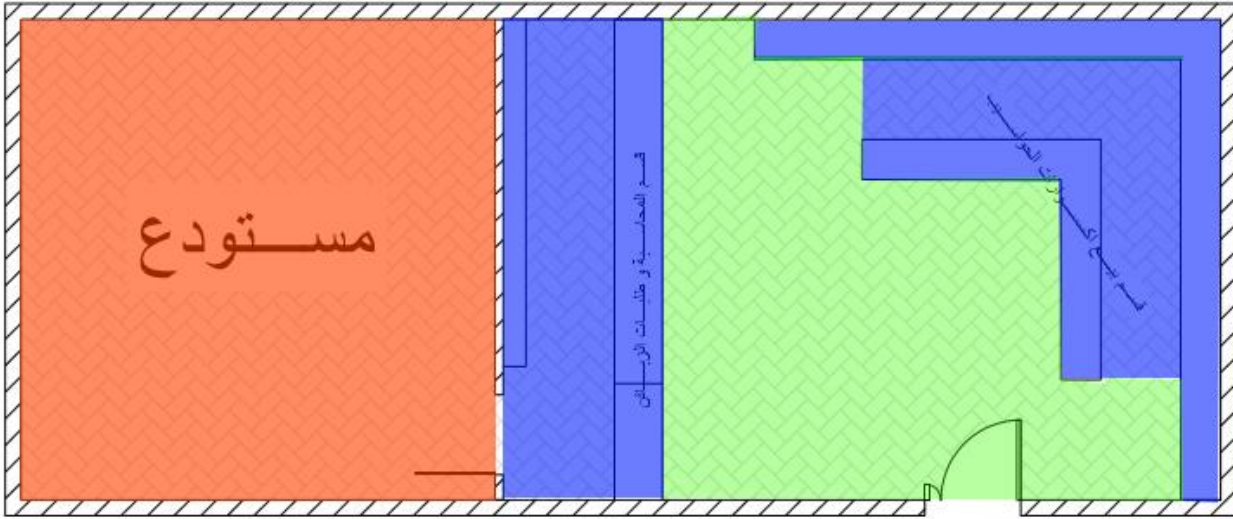
كما هو واضح بالمخطط أدناه تمت مراعاة الناحية الوظيفية من خلال التوزيع الوظيفي الذي يراعي النسب و المقاييس النموذجية كما تمت مراعاة مسار الحركة داخل المتجر مما يسمح للزبائن للتنقل داخل المتجر بين قسم اكسسوارات الحواسيب و المحاسبة و قسم خدمات الزبائن بسهولة حيث يظهر من المخطط ادناه ان بمجرد دخول الزبون من المدخل الرئيسي يجد قسم بيع اكسسوارات الحواسيب امامه و على يساره يظهر له قسم خدمة الزبائن و الطلبات الخاصة .



رسم توضيحي 1 المخطط الافقي لمتجر ايفوري فرع القدس (2017).

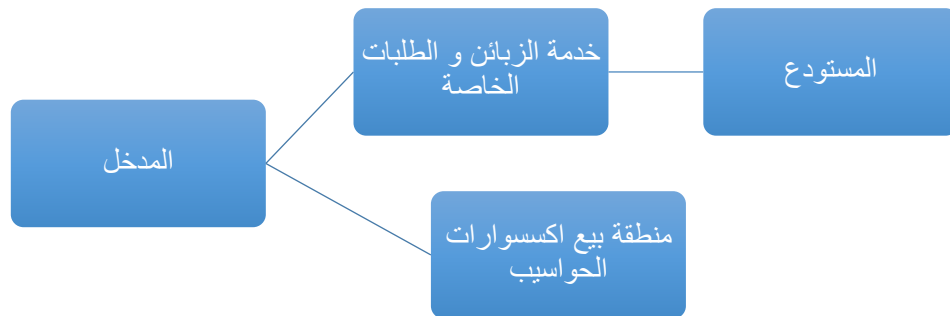
4-1-9-1 تحليل الفراغ الداخلي "النسب و المساحات"

كما هو موضح من (الرسم التوضيحي رقم 2) ان تم تقسيم المتجر الى ثلاث مناطق رئيسية هي منطقة الزبائن و منطقة موظفين المبيعات و منطقة لخدمة الزبائن و منطقة ثانوية مخصصة للموظفين فقط و هي المستودع



رسم توضيحي 2 مخطط يوضح نسب المساحات الداخلية لمتجر ايفوري فرع القدس (2017).

4-1-9-5 العلاقات الوظيفية



رسم توضيحي 3 يوضح العلاقات الوظيفية بين اقسام متجر ايفوري فرع القدس

6-1-9-1 تحليل الخامات و الألوان

تم استخدام الخشب ذو اللون الأبيض بشكل كامل في جميع مناطق العرض داخل المتجر على الجدران و ذلك بسبب تعدد ألوان المنتجات اما الأرضية فاستخدم بلاط كراميكاً² بلون البني الغامق كما تمس استخدام الزجاج في منصات العرض الأرضية حتى يتم عرض اكبر كمية ممكنة من المنتجات في كل منصة كما تم استخدام الستانلس ستيل³ في الجدران كحاملات للمنتجات



صورة رقم 3 صورة توضع الخامات و الألوان المستخدمة داخل متجر ايفوري فرع القدس (2017)

²الكراميك- الخزف -هو من المواد غير العضوية، غير المعدنية، صلبة وهشة ، مرنة جدا في وضعه الطبيعي، يُنتج بها العديد من الأشياء مثل الأواني الفخارية والتمائيل الزخرفية الخزف هو الطين المزجج والمفخور.

³ فولاذ المقاوم للصدأ أو الصلب المقاوم للصدأ بالإنجليزية Stainless Steel :هو سبيكة معدنية حديدية كتسبب مقاومتها للصدأ والتآكل بسبب تكوين طبقة رقيقة متماسكة وغير مرئية من أكسيد الكروم تلتصق بسطح المعدن وتقيه من التآكل.

7-1-9 تحليل السقف و الضاءة الداخلية

تم استخدام الاسقف المعلقة في المتجر و ذلك لسهولة تركيبها و سهولة صيانتها حيث تم استخدام الاسقف المعلقة بحجم 50*50 سم بلون ابيض كما ساعد استخدام الاسقف المعلقة في تركيب وحدات الانارة و وحدات التكييف المركزي حيث تم تقسيم السقف الى شبكة مع مراعاة حجم بلاطات الاسقف المعلقة و تم ترتيب وحدات الانارة بشكل الشطرنج في السقف مما وفر منطقة عمل مريحة و جو مناسب للزبائن .



صورة رقم 4 توضح طريقة توزيع وحدات الانارة داخل متجر ايفوري فرع القدس (2017).

2-9-1 الحالة العربية - متجر جاكيس (Jacky's) للإلكترونيات -

1-9-2-1 المقدمة

تأسست مجموعة شركات جاكى لأول مرة في هونغ كونغ في عام 1970 من قبل السيد جاكى بانجابى وشقيقه، الراحل السيد إشارداس البنجابية. بدأت الأعمال التجارية كشركة طلب البريد وفتحت فرعاً لها في دبي، الإمارات العربية المتحدة في عام 1985.

في عام 1988، أنشأت مجموعة جاكى ذراعها التجزئة من خلال افتتاح أول متجر جاكى في ساحة الناصر، دبي. وعلى مر السنين، واصلت المجموعة التوسع وتأسيس شركات تابعة أخرى، تعمل جميعها في دبي.

وتوظف المجموعة حالياً أكثر من 600 شخص حول العالم وتجاوزت مبيعاتها مليار درهم.

علاق التجزئة، جاكى، لديها أكثر من أربعة عقود من العمليات في جميع أنحاء العالم. منذ بدايتها المتواضعة في هونغ كونغ في عام 1970، قطعت مجموعة شركات جاكى شوطاً طويلاً لتصبح واحدة من كبار التجار الدوليين في مجال الإلكترونيات والبضائع العامة في الشرق الأوسط وأفريقيا وجنوب آسيا والشرق الأقصى.

2-2-9 تحليل الواجهة الخارجية

تم استخدام خامة الكوبوند⁴ في الواجهة الخارجية و كانت ذات لون احمر لجذب الانظار كما تم استعمال مدخلين للمتجر مما اعطاه شعور بالاتساع و الانفتاح مع المساحة الخارجية للمتجر مما ساعد ايضا في مجال عرض المنتجات حيث اصبح المنتجات الموجودة بالمتجر واضحة للمارة بالخارج كما تم وضع شعار شركة جاكيس بالمنتصف بين المدخلين مما اكد هوية المتجر .

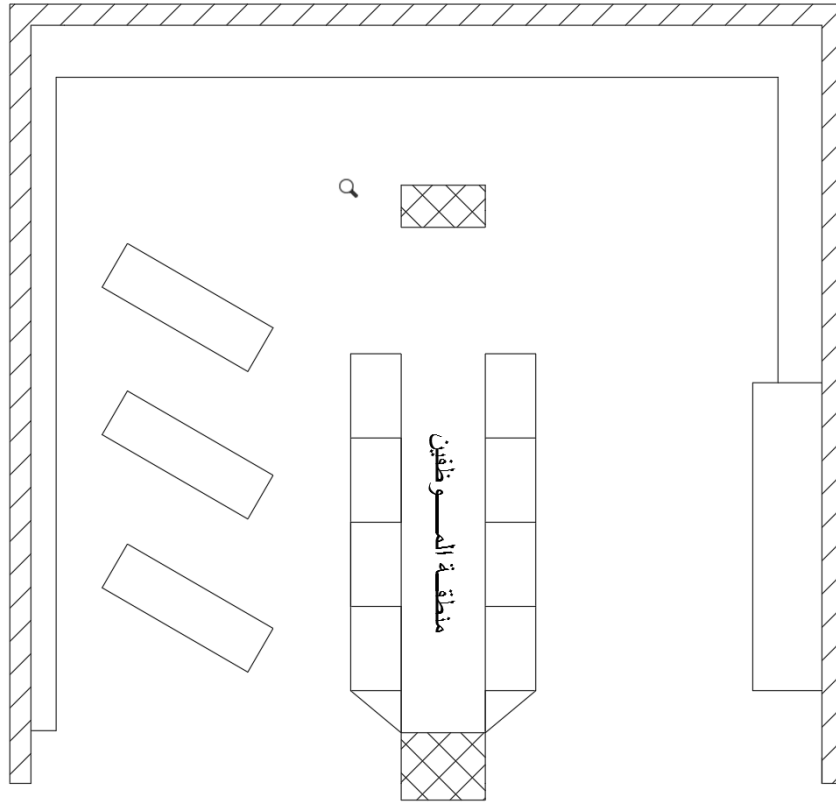


صورة رقم 6 توضح الواجهة الخارجية لمتجر جاكيس للإلكترونيات دبي (jacky's web) .

⁴ الكوبوند هو عبارة عن قطع ألومنيوم سميكة تحتوي بداخلها على مادة فليينية تكون عازلة للحرارة والبرودة، كما ان الطبقة الخارجية لا تصدأ او تتكسر وتحتاج عملية التغليف الى دقة عالية وكذلك الى ذوق فني في اختيار الالوان والديكورات المناسبة لكل بناية ووفقاً لما يطلبه العميل

3-2-9-1 تحليل المخطط الافقي للمتجر

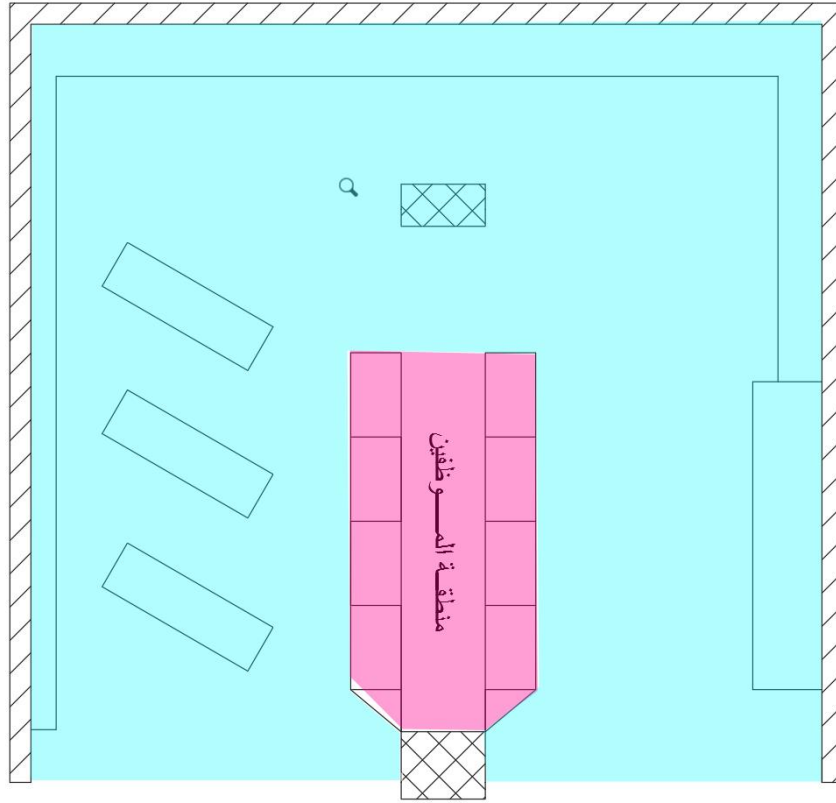
كما هو موضح (بالرسم التوضيحي رقم 5) فقد تم مراعاة مسارات الحركة داخل المتجر كما تم توزيع و تنويع بمناطق عرض المنتجات حيث تم استخدام منصات ارضية كما تم استغلال الجدران لعرض المنتجات كما تم تحديد منطقة الموظفين و تخصيصها عن طريق منصات عرض زجاجية تسمح بعرض كمية اكبر للمنتجات كما يظهر ايضا بالشكل ادناه انه تم ازالة الابواب و استغلال الانفتاح لعرض المنتجات كما ساعد على توفير سهولة بمسار الحركة حيث يدخل الزبون للمتجر من مدخل و يخرج من مكان اخر حيث يمر على كافة مناطق العرض داخل المتجر .



رسم توضيحي 4 يوضح المخطط الفقي لمتجر جاكيس للإلكترونيات دبي (أوتوكاد 2017)

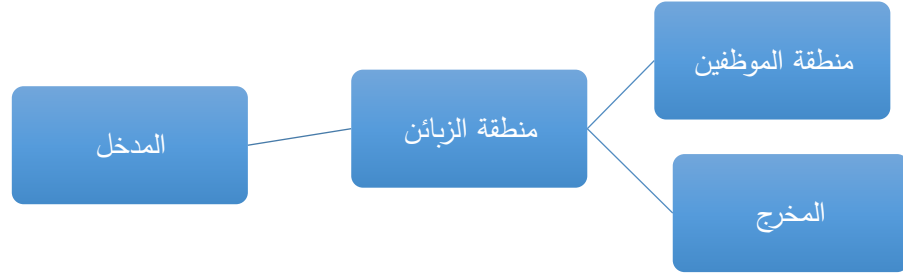
4-2-9-1 تحليل المساحات الداخلية للمتجر

كما هو موضح بالمخطط ادناه انه تم اعطاء الزبون المساحة الاكبر و ان الزبائن يمكنهم التواصل مع الموظفين بسهولة و في نفس الوقت يمكن للموظفين مراقبة الزبائن و رؤية كل الزوايا بوضوح و رؤية مدخل و مخرج المتجر كما تم اعطاء الموظفين مكان ذا خصوصية يساعدهم على التحرك و بسهولة مع ترك مجال للخروج من منطقة الموظفين بسلاسة و دون اعاقه كما تم توزيع منصات عرض الحواسيب بشكل مائل ليسهل حركة الزبائن بالمتجر



رسم توضيحي 5 يوضح المخطط الافقي لمتجر جاكيس للإلكترونيات دبي .

5-2-9-1 العلاقات الوظيفية



رسم توضيحي 6 يوضح العلاقات الوظيفية بين اقسام متجر جاكيس للإلكترونيات دبي

6-2-9-1 تحليل الخامات و الألوان

تم استخدام اللون الأحمر و الأبيض في المتجر و ذلك للدلالة على الشركة حيث كان اللون الأحمر و الأبيض اللون شعار الخاص بالمتجر كما تم استخدام ألواح الكابون و الفيرجلاس في الأسقف و الجدران اما الأرضية فكانت من بلاط الكراميك الأبيض اللامع بحجم 60*60 سم كما استخدم اللون الأسود في منصات العرض الوسطية و ذلك بسبب تعدد ألوان المنتجات المعروضة عليها



صورة رقم 7 توضح شعار شركة جاكيس للإلكترونيات و تظهر ألوانه (jacky.com)

7-2-9-1 تحليل السقف و الاضاءة الداخلية

كما هو موضح من الصورة ادناه فإنه تم استخدام الاضاءة النقطية من نوع 7 انش بشكل عام في جميع اجزاء المتجر كما تم استعمال الاضاءة المخفية في السقف و الجدران حيث يظهر الخطوط البيضاء هي عبارة عن احبال اضاءة تم وضع لوح من الالكبوند ذو نوعية لها درجة من الشفافية حيث ساعدت هذه الطريقة في الناحية الجمالية للتصميم و كما هو موضح ايضا تم استخدام التكييف المركزي داخل المتجر حيث تظهر وحدات التكييف الموزعة بالسقف بشكل متوازي لضمان توزيع البرودة داخل المتجر



صورة رقم 8 توضح التصميم المتبع للسقف و الجدران داخل متجر جاكيس للإلكترونيات دبي (2013)

3-9-1 الحالة العالمية -متجر بست باي (Best Buy) -

1-9-3-1 المقدمة

بست باي (Best Buy) هي شركة تجزئة أمريكية متعددة الجنسيات، مختصة في الإلكترونيات الاستهلاكية،⁵ ومجموعة متنوعة من البضائع ذات الصلة، بما في ذلك البرمجيات، وألعاب الفيديو، والموسيقى ، وأجهزة تسجيل الفيديو، والهواتف المحمولة، والكاميرات الرقمية وأجهزة ستيريو السيارة وكاميرات الفيديو، بالإضافة إلى الأجهزة المنزلية كالغسالات والمجففات والثلاجات. تتخذ من مدينة ريتشفيلد في منيابولس بولاية مينيسوتا مقراً لها. أسسها رجل الأعمال ريتشارد شولز مع شريكه التجاري غاري سمولياك في عام 1966. تعمل الشركة في جميع أنحاء العالم.



صورة رقم 9 شعار شركة بست باي (Best Buy) (2017)

⁵ الإلكترونيات الاستهلاكية هي الأجهزة الإلكترونية المخصصة للاستخدام اليومي من وسائل ترفيه، اتصال، أجهزة إلكترونية منزلية، مشغلات ومسجلات الفيديو ، أقراص الفيديو الرقمية ، أجهزة فيديو أو كاميرات الفيديو .



صورة رقم 10 تبين فروع شركة best buy في الولايات المتحدة الامريكية (خرائط جوجل -2017-)

2-3-9 تحليل الواجهة الخارجية

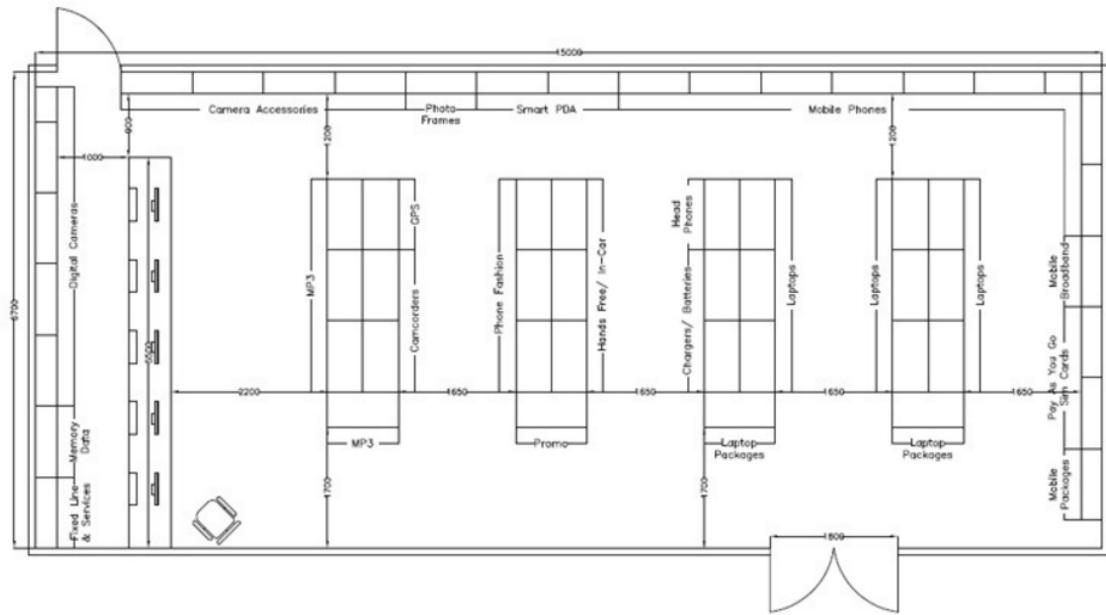
تم استخدام خامة الكوبوند في الواجهة الخارجية و كانت ذات لون ازرق حيث تم توزيع الالكوبوند على طول الواجهة الخارجية مع ترك الاطراف غير مغطاة باللون الازرق بل تركو باللون المبني الاساسي و هو الرمادي كما تم وضع شعار المتجر بشكل جانبي فوق المدخل الرئيسي على جهة اليسار اما الباب فكان بشكل عام من الزجاج مع باب كهربائي كبير نسبيا و ذلك لان المنتجات احجامها كبيرة ويصعب اخراجها من باب متجر ذو الحجم طبيعي و ايضا تمت مراعاة ذوي الاحتياجات الخاصة من ناحية المواقف القريبة و المنزلاقات للعربة .



صورة رقم 11 تبين الواجهة الخارجية لمتجر بيست باي فرع مكسيكو سيتي

3-3-9 تحليل المخطط الافقي للمتجر

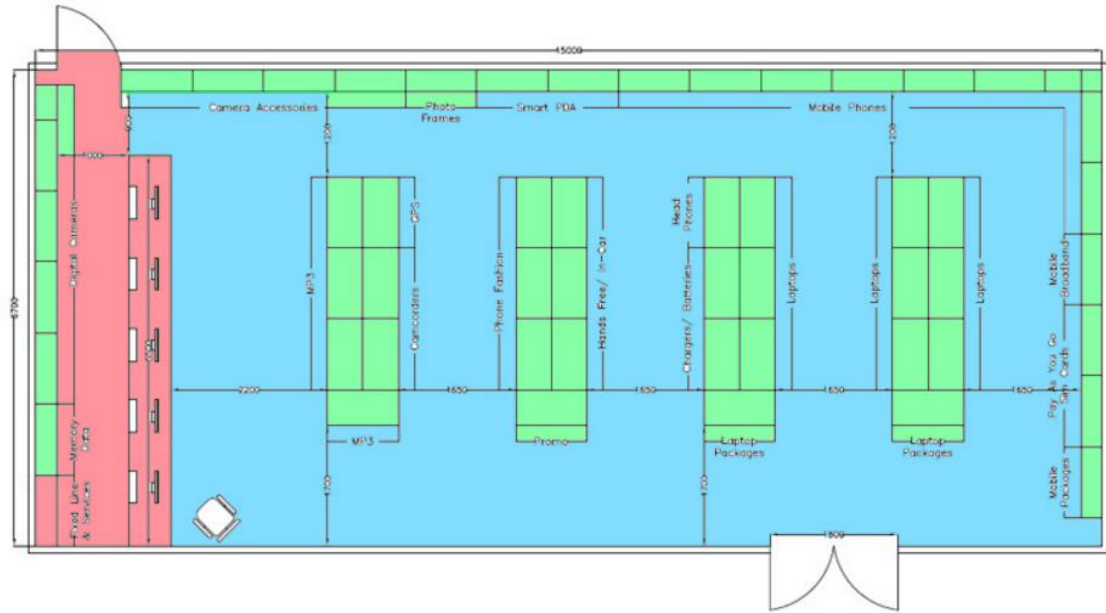
كما هو موضح بالرسم التوضيحي ادناه فقد تم مراعاة مسارات الحركة داخل المتجر كما تم توزيع و تنويع بمناطق عرض المنتجات حيث تم استخدام منصات ارضية كما تم استغلال الجدران لعرض المنتجات كما تم تحديد منطقة خاصة للموظفين و تخصيصها عن طريق منصات عرض زجاجية تسمح بعرض كمية اكبر للمنتجات كما يظهر ايضا بالشكل ادناه ان تم ابعاد منطقة خدمات الزبائن حتى لا تعيق مسار الحركة الرئيسي للمتجر كما تمت مراعاة اسس السلامة العامة من ناحية باب الطوارئ في الحالات الطارئة .



رسم توضيحي 7 يوضح المخطط الفقي لمتجر بيست باي فرع مكسيكو سيتي (اوتوكاد 2017)

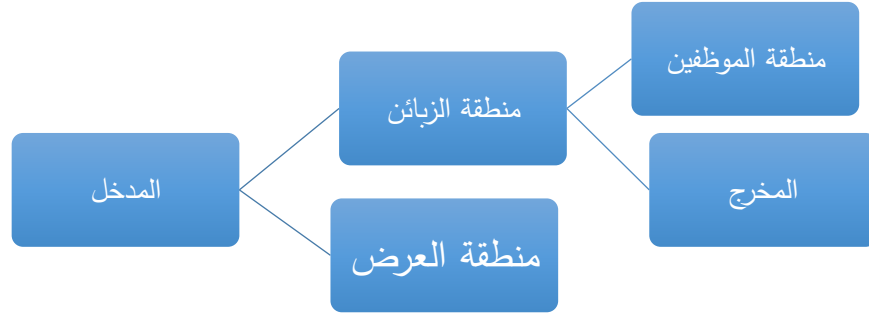
4-3-9 تحليل المساحات الداخلية للمتجر

كما هو موضح بالمخطط ادناه انه تم اعطاء الزبون المساحة الاكبر و ان الزبائن يمكنهم التواصل مع الموظفين بسهولة و في نفس الوقت يمكن للموظفين مراقبة الزبائن و رؤية كل الزوايا بوضوح و رؤية مدخل و مخرج المتجر كما تم اعطاء الموظفين مكان ذا خصوصية يساعدهم على التحرك و بسهولة مع ترك مجال للخروج من منطقة الموظفين بسلاسة و دون اعاقه كما تم توزيع منصات عرض الحواسيب بشكل عمودي ليسهل حركة الزبائن بالمتجر .



رسم توضيحي 8 يبين توزيع المساحات داخل متجر بيست باي حسب الجهة المستخدمة للفراغ

5-3-9 العلاقات الوظيفية



رسم توضيحي 9 يوضح العلاقات الوظيفية بين اقسام متجر بيست باي فرع ميكسيكو سيتي

6-3-9 تحليل الخامات و الألوان

تم التنوع في استخدام الخامات في المتجر مما ساعد على ابراز جمالية المكان حيث تم استخدام الارضيات الخشبية (الباركية⁶) بلون خشب فاتح كما تم استخدام الخشب في منصات البيع الوسطية ام باقي الخامات فاستخدم الالمنيوم في الاسقف و مادة الكوريان في منصات العرض مع الخشب و التنوع في الخامات ساعد في ابراس الأسلوب التصميمي المتبع و هو الهايتيك



صورة رقم 12 تبين الأسلوب التصميمي المتبع في متجر بيست باي فرع ميكسيكو سيتي

⁶ باركية (Parquetry) عبارة عن قطع خشبية سمكية من الخشب الصلب مزخرفة أو ذات أشكال هندسية متناسقة تستخدم لفرش الأرضيات والقطعة الواحدة تتكون من أربعة شرائح، ملائمة لتقلبات الطقس وتعتبر صحية لاستعمال البشر.

7-3-9-1 تحليل السقف و الإضاءة الداخلية

استخدمت الاسقف المركبة في المتجر و ذلك لاعطاء الجانب الصناعي و لتأكيد الأسلوب التصميمي المتبع و هو الهاي تيك⁷ حيث كانت السقف عبارة عن مجموعة ألواح معدنية مثبتة بجسور معدنية مسبقة الصنع كما تم استخدام الإضاءة المنتشرة الكبيرة و ذلك بسبب ارتفاع السقف حيث يصل ارتفاع السقف داخل المتجر الى 6 امتار كما ان المصمم لم يقيم بإخفاء التمديدات الكهربائية و تمديدات التكييف المركزي بل قصد اظهارها للتأكيد على أسلوب الهاي تيك التصميمي



⁷ التكنولوجيا الفائقة أو هاي تيك High-tech architecture طراز معماري ظهر في سبعينيات القرن العشرين والذي تضمن عناصر الصناعة والتكنولوجيا الفائقة الحديثة في مجال تصميم المباني. وجدت العمارة فائقة التكنولوجيا بعد مرحلة تجديد الحداثة، امتدادا للأفكار السابقة، وأسهمت الانجازات التكنولوجية بتقديمها. لتكون جسر بين الحداثة وما بعد الحداثة فهناك مناطق مجهول هويتها المعمارية فالمكان الذي يوجد فيه فئة منهم تنتهي الأولى وتبدأ الأخرى. وفي الثمانينات أصبحت عمارة High-Tech أكثر صعوبة في تمييزها عن عمارة ما بعد الحداثة لان العديد من افكارها ضمت إلى افكار ما بعد الحداثة المعمارية ومدارسها.

الفصل الثاني -الاطار النظري -

- المقدمة
- تعريف الحواسيب المصممة حسب الطلب
- أنواع الحواسيب المصممة حسب الطلب
- تاريخ الحواسيب
- أهمية الحواسيب
- اهم اشركات المصنعة للحواسيب
- الاشتراطات الفنية و القياسات النموذجية لمتاجر بيع أجهزة الحاسوب

1-2 مقدمة

بالإنجليزية (computer) أو الحاسب الآلي أو الحاسب أو الرتابة أو الكمبيوتر أو العقل الإلكتروني أو المنظمة وهو جهاز إلكتروني قادر على استقبال البيانات ومعالجتها إلى معلومات ذات قيمة يخزنها في وسائط تخزين مختلفة، وفي الغالب يكون قادراً على تبادل هذه النتائج والمعلومات مع أجهزة أخرى متوافقة. تستطيع أسرع الحواسيب في يومنا هذا القيام بمئات بلايين العمليات الحسابية والمنطقية في ثوانٍ قليلة. تشغل الحواسيب برمجيات خاصة تسمى أنظمة التشغيل، فمن دونها يكون الحاسوب قطعة من الخردة، وتبين أنظمة التشغيل للحاسوب كيفية تنفيذ المهام كما أنها في الغالب توفر بيئة للمبرمجين ليطوروا عليه تطبيقاتهم.

2-2 تعريف الحواسيب المصممة حسب الطلب

حاسوب مصمم حسب الطلب (مجمع). هو جهاز حاسوب شخصي يتم تجميعه من مكونات يختارها المستخدم النهائي؛ ومن الممكن أن يقوم بتجميعه المستخدم النهائي أو مصمم النظام. ومن بين مميزات التجميع حسب الطلب هو إمكانية اختيار المكونات لتلبي متطلبات المستخدم. حيث إن خيارات المُصنِّع لأسواق الحواسيب الشاملة قد لا تلبي الاحتياجات الخاصة للمستخدم النهائي. حيث إن هناك مجموعة كبيرة متاحة من المكونات المعيارية للحاسوب قابلة للاستبدال وغير مكلفة، ومعظم أجهزة الحاسوب المصممة حسب الطلب هي من النوع المتوافق مع حواسيب آي بي إم⁸ أو نظام تشغيل النوافذ مع المعالج إنتل⁹، ويتم تصنيع حاسوب الماكنتوش وحاسوب روج والأنواع الأخرى من الحواسيب على حسب الطلب.

⁸ (آي بي إم) بالإنجليزية (IBM): هي شركة عالمية متعددة الجنسيات تعمل في مجال تصنيع وتطوير الحواسيب والبرمجيات.
⁹ إنتل بالإنجليزية (Intel): هي من أكبر شركات التكنولوجيا متعددة الجنسيات في الولايات المتحدة الأمريكية وهي متخصصة برقاقات ومعالجات الكمبيوتر، تأسست الشركة في عام 1968 كشركة للإلكترونيات المتكاملة ومقرها في (سانتا كلارا، كاليفورنيا، أمريكا)

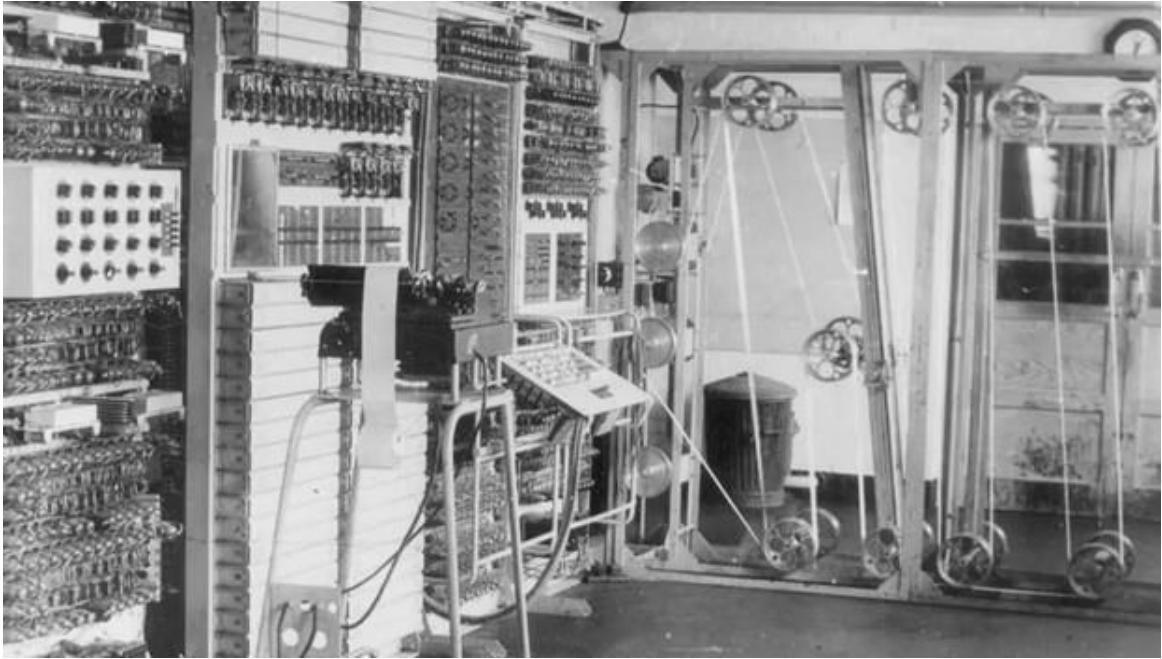
3-2 أنواع الحواسيب المصممة حسب الطلب

- **جهاز مُستعاد:** الجهاز المُستعاد هو جهاز حاسوب تم تجميعه من أجهزة ومكونات قديمة أو بالية. هذا النوع من الأجهزة عادة ما يكون الأرخص.
- **جهاز منقول:** في الجهاز المنقول، يتم تغيير اللوحة الأم لتحسين قدرة وأداء الجهاز الموجود. وهذا قد يشمل أيضًا وحدة معالجة مركزية وذاكرة وصول عشوائي¹⁰ (RAM) جديدة إذا كانت من جيل أحدث.
- **جهاز حديث:** هذا النوع من الأجهزة هو النوع التالي فقط لأجهزة الألعاب. والاختلاف الوحيد هو أنه قد يحتوي على معالج ذي جودة أقل ورام أسرع إلى حد ما للعمل.
- **جهاز الألعاب:** هذا الجهاز هو أفضل نوع من هذه الأنواع حيث يحتوي على معالج ذي جودة عالية وكارت شاشة وذاكرة ذات أعلى سعة (في السوق). من الممكن أن يتم تزويده بالماء أو يُبرد (كيميائيًا) وكسر سرعة المعالج ومن الممكن أن يتسع لعدة كروت شاشة وقد يكون قادرًا على إخراج محتوى تخطيطي من الألعاب المطلوبة.

¹⁰ ذاكرة الوصول العشوائي RAM ، وهذا نوع من الذاكرة مؤقت يستعمل في الحواسيب، إذ أن المعلومات تُفقد منها بمجرد انقطاع التيار عنه. يعتبر هذا النوع من الذاكرات مهم في تعيين أداء البرامج، فهو يعين كم من المساحة تستطيع البرامج استغلالها للتشغيل.

4-2 تاريخ الحواسيب

تاريخ تطور الحاسوب هو سجل مستمر من الاتجاه نحو جعل الحواسيب أسرع وأرخص وقادرة على تخزين بيانات أكثر. قبل وجود الحاسوب متعدد الأغراض كان الإنسان يقوم بمعظم العمليات الحسابية بنفسه، إلى أن ظهرت الحاسبة لتساعد في العمليات الحسابية. ولا زالت الآلات الحاسبة تتطور، إلا أن الحاسوب فيه ميزة إضافية عنها وهي أنه ذو متعدد الاستعمال، وليس فقط لحساب الأرقام. ولقد مر عتاد الحاسوب بتطورات كبيرة منذ الأربعينات، حتى أصبح أساساً لكثير من الاستخدامات الأخرى غير الحساب كالتصميم والاتصالات والتحكم والتعليم و اللعب .



صورة رقم 13 كمبيوتر "Colossus" عام 1943

5-2 أهمية الحواسيب

تكمُن أهمية الكمبيوتر أو الحاسوب في تبسيطه لكثير من الأعمال الصعبة أو التي تحتاج وقتاً طويلاً لإتمامها؛ كالأعمال الصناعية، والتجارية، والإدارات الحكومية، والجامعات والمعاهد، ويُعدّ الحاسوب وسيلة ذات قدرة عالية على حلّ المسائل الرقمية، بالإضافة إلى دقته في حفظ واسترجاع المعلومات، و تصميم الوثائق و الصور و اظهارها.



صورة رقم 14 سيكويلا أسرع حاسوب في العالم (IIP Digital) .

6-2 أهم الشركات المصنعة للحواسيب حسب الطلب

- شركة هيوليت باكارد الأمريكية HP



- ديل الأمريكية DELL .



- لوفوفو الصينية LENOVO .



- اسوس التايوانية ASUS .



- توشيبا اليابانية TOSHIBA المختصة في مجال الحواسيب المحمولة.

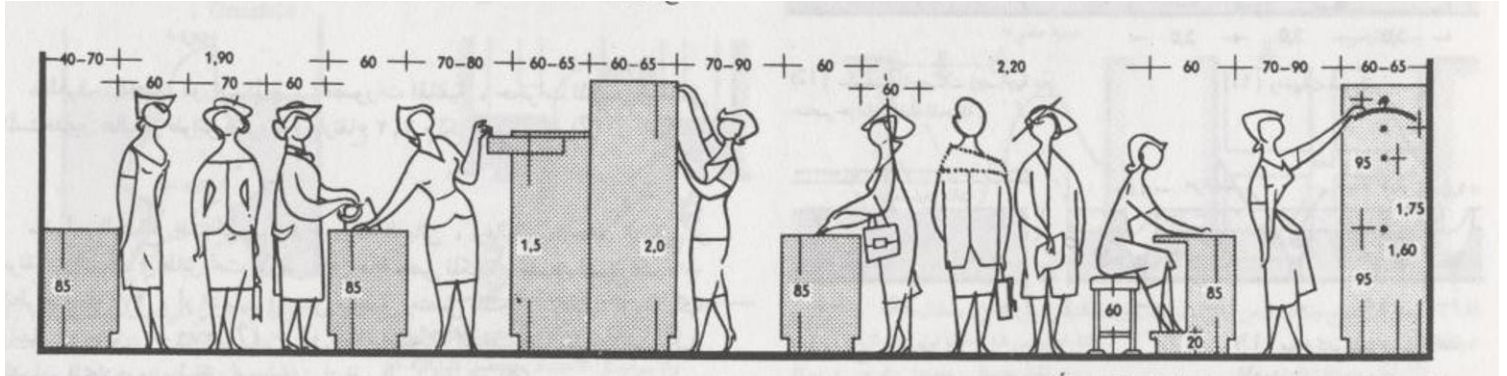


7-2 الاشتراطات الفنية و القياسات النموذجية لمتاجر بيع اجهزة الحاسوب

من مراجعة كتب القياسات النموذجية تبين لنا عدة من القياسات التي يجب مراعاتها عند تصميم

متاجر بيع اجهزة الحاسوب و اكسسوارات الحواسيب:

- ارتفاع منصة عرض الحاسوب 85 سم عن الارض على الاقل
- المسافة الفاصلة بين منصتين عرض لا تقل عن 190 سم
- رفوف بيع الاكسسوارات لا تزيد عن مترين
- عرض منصة عرض الحواسيب و الاكسسوارات لا تقل عن 60 سم



صورة رقم 15 صورة توضح المقاسات النموذجية لاماكن عرض الحواسيب (نيفورت 2010)

الفصل الثالث – المشروع المقترح –

التصميم الداخلي لمتجر (Republic Of Gamers)

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

1-3 المقدمة

لقد تم تجميع عدة حالات سابقة عن المشروع مقامة على ارض الواقع و تم تحليلها من حيث الفراغ

الداخلي و اقسام المشروع و الخامات و الالوان المستخدمة

اما برنامج المشروع فهو يقوم على فكرة تصميم متجر حواسيب عالية الاداء و يشمل جميع الاقسام

المطلوب تواجدها بالمتجر حيث يجب مراعاة كون الفراغ ذو حركة سهلة

و يتكون المشروع المقترح من طابق واحد مستطيل الشكل له واجهة زجاجية واحدة كبيرة مطلة على

الشارع العام و ثلاث واجهات بلا نوافذ

2-3 تعريف المشروع

المتجر عبارة عن مكان خاص ببيع الحواسيب عالية الاداء و اكسسواراتها و مكان مخصص لتجميع

الحواسيب حسب طلب الزبون .

3-3 الاقسام الرئيسية للمشروع

ان عملية التصميم لاي متجر يجب ان تشمل الاماكن و الاقسام الرئيسية الخاصة بالمشروع و هي

منصات ارضية وسطية مخصصة لعرض الاجهزة المحمولة و مناطق عرض للاجهزة الثابتة و التي

تكون من تجميع المتجر نفسه و يجب توفر مناطق لعرض اكسسوارات الحواسيب مثل السماعات و

اجهزة التسجيل و مناطق لعرض مكملات الحواسيب مثل الفأرة و لوحة المفاتيح حيث يوجد انواع

تكون متخصصة بمجال التصميم كما يجب ان يتوفر قسم خدمة الزبائن .

3-4 الأقسام الفرعية للمشروع

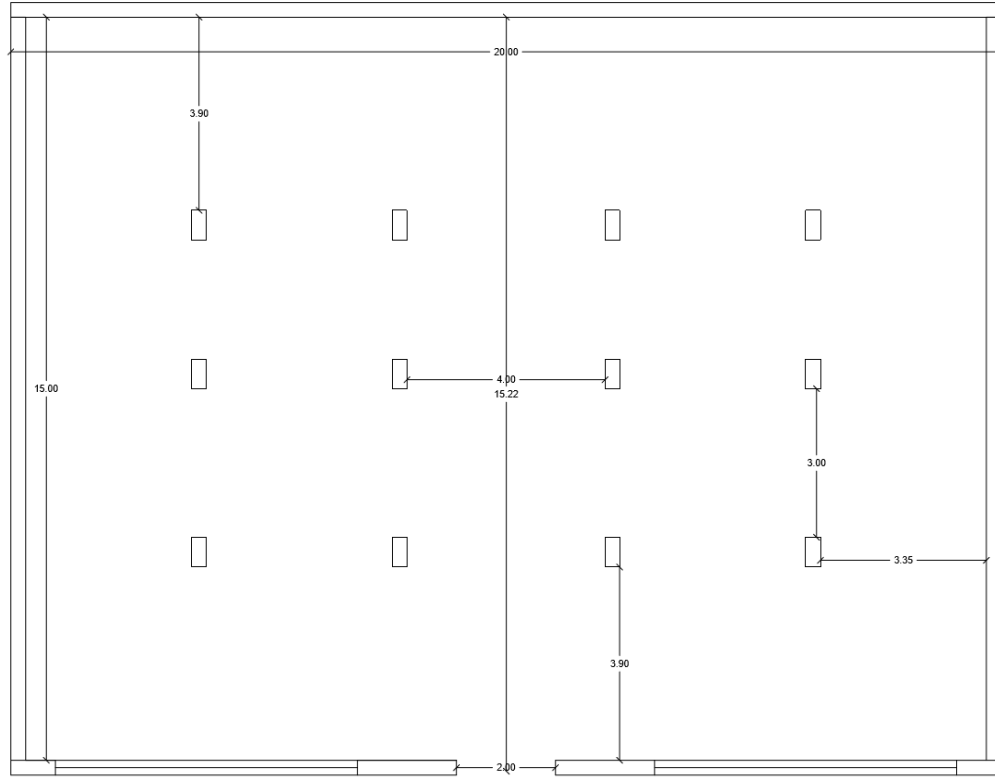
يحتوي المتجر على أقسام فرعية مثل منطقة الخدمات و قسم الأمن و مناطق الموظفين و المستودعات و مكتب المدير و مناطق الاستراحة

3-5 الهدف من المشروع

- 1- زيادة النشاط الاقتصادي بالمدينة
- 2- أهمية هذه المشاريع للمصممين الداخليين و المتخصصين في مجال ألعاب الكمبيوتر
- 3- توفير متاجر أجهزة حاسوب بمواصفات عالميو و تصاميم عصرية

3-6 مخطط المشروع المقترح

ان مساحة المشروع المقترح هي (290 متر مربع) و هو يحتوي على جميع الناصر اللازمة لمتجر
المراد تصميمه و يراعي المخطط جميع النواحي الانشائية و المعمارية .



رسم توضيحي 10 يبين المخطط الفقي للمشروع المقترح تصميمه

3-7 عناصر المشروع

- 1- كاونتر الاستقبال
- 2- مناطق عرض اكسسوارات الحواسيب.
- 3- منطقة عرض اجهزة الحاسوب المحمولة.
- 4- منطقة لعرض اجهزة الحاسوب المكتبية.
- 5- منطقة عرض لمكملات الحواسيب (الفأرة , لوحة المفاتيح) .
- 6- منطقة الموظفين و الادارة
- 7- منطقة لخدمة الزبائن
- 8- الخدمات

3-8 الاضاءة المقترح استخدامها

من خلال دراسة و تحليل المشاريع السابقة تبين ان اضاءة الليد (led) هي الافضل في اناة المكان حيث ان استخدام الليد يساعد على تقليل عدد وحدات الانارة المنتشرة العادية كما ان تنوع انواع اضاءة الليد يساعد على استخدامها في كل مكان فيمكن استخدام اقبال الليد ف الاضاءة المخفية و استخدام مصابيح الليد في مناطق العرض كإضاءة موجهة .

9-3 الخامات المقترح استخدامها

يفضل استخدام الخامات الحديثة و الصناعية بحيث تعطي انطبعا حديثا داخل المتجر و من
الخامات المفضل استخدامها استخدام خامة الكوريان و الالكبوند و البلاستيك و الستانليس ستيل و
الابتعاد عن الخشب و الخامات الطبيعية.

10-3 النتائج

توصل البحث الى النتائج التالية :

1. ان استخدام وحدات الإضاءة من نوع ليد (led) يساعد على توفير اضاءة مناسبة و

يساعد في عملية إخفاء الاضاءة

2. توفير اضاءة كافية يعطي انطبعا ايجابيا لدة الزبائن.

3. ان تغطية النوافذ بالبوسترات و تخفيف اضاءة الشمس الطبيعية تساعد على الحفاظ على

درجة الحرارة داخل المتجر.

4. استعمال منصات العرض الوسطية بشكل دائري تساعد على عرض المنتجات بشكل افضل.

11-3 التوصيات

بعد عرض المشاريع السابقة و تحليلها توصل الطالب الى عدة أمور يوصي باستخدامها و هي :

1. استخدام منصات عرض وسطية دائرية دائما و ذلك لقدرتها على استيعاب زبائن اكثر من

المربعة .

2. استخدام الخامات الحديثة مثل الاكبوند و الكوريان يوفر جو عصري و حديث للمتجر .

3. الاهتمام بالواجهة الخارجية للمتجر و إعطائها تصميم من وحي التصميم الداخلي يساعد

بالناحية الدعائية للمتجر .

4. استخدام اضاءة الليد يساعد على توفير الكهرباء و توفير اضاءة ممتازة ويمكن التحكم بها .

فهرس الصور

الموضوع	الصفحة
صورة رقم 1 صورة تبين فروع متجر ايفوري بالداخل المحتل (خرائط جوجل 2017).....	9
صورة رقم 2 صورة تبين الواجهة الخارجية لفرع شركة ايفوري الموجود بالقدس (خرائط جوجل 2017).....	10
صورة رقم 3 صورة توضح الخامات و الألوان المستخدمة داخل متجر ايفوري فرع القدس (2017).....	13
صورة رقم 4 توضح طريقة توزيع وحدات الانارة داخل متجر ايفوري فرع القدس (2017).....	14
صورة رقم 5 توضح فروع شركة جاكيس للالكترونيات في دبي (خرائط جوجل 2017).....	16
صورة رقم 6 توضح الواجهة الخارجية لمتجر جاكيس للالكترونيات دبي (JACKY'S WEP)	17
صورة رقم 7 توضح شعار شركة جاكيس للالكترونيات و تظهر الوانه (JACKY.COM)	20
صورة رقم 8 توضح التصميم المتبع للسقف و الجدران داخل متجر جاكيس للالكترونيات دبي (2013)	21
صورة رقم 9 شعار شركة بست باي(BEST BUY) (2017)	22
صورة رقم 10 تبين فروع شركة BEST BUY في الولايات المتحدة الامريكية (خرائط جوجل -2017-)	23
صورة رقم 11 تبين الواجهة الخارجية لمتجر بيست باي فرع مكسيكو سيتي	24
صورة رقم 12 تبين الأسلوب التصميمي المتبع في متجر بيست باي فرع ميكسيكو سيتي	27
صورة رقم 13 كمبيوتر "COLOSSUS" عام 1943	32
صورة رقم 14 سيكوياسر حاسوب في العالم (IIP DIGITAL)	33
صورة رقم 15 صورة توضح المقاسات النموذجة لاماكن عرض الحواسيب (نيفورت 2010)	35

فهرس الرسومات التوضيحية

الموضوع	الصفحة
رسم توضيحي 1 المخطط الافقي لمتجر ايفوري فرع القدس (2017)	11
رسم توضيح 2 مخطط يوضح نسب المساحات الداخلية لمتجر ايفوري فرع القدس (2017)	12
رسم توضيحي 3 يوضح العلاقات الوظيفية بين اقسام متجر ايفوري فرع القدس	12
رسم توضيحي 4 يوضح المخطط الفقي لمتجر جاكيس للالكترونيات دبي (اوتوكاد 2017)	18
رسم توضيحي 5 يوضح المخطط الافقي لمتجر جاكيس للالكترونيات دبي	19
رسم توضيحي 6 يوضح العلاقات الوظيفية بين اقسام متجر جاكيس للالكترونيات دبي	20
رسم توضيحي 7 يوضح المخطط الفقي لمتجر بيست باي فرع مكسيكو سيتي (اوتوكاد 2017)	25
رسم توضيحي 8 يبين توزيع المساحات داخل متجر بيست باي حسب الجهة المستخدمة للفراغ	26
رسم توضيحي 9 يوضح العلاقات الوظيفية بين اقسام متجر بيست باي فرع ميكسيكو سيتي	27
رسم توضيحي 10 يبين المخطط الفقي للمشروع المقترح تصميمه	39