جامعة النجاح الوطنية

كلية الفنون الجميلة
تخصص التصميم الداخلي

التصميم الداخلي لمركز بيع مستحضرات تجميل

Interior Design For Cosmetics Exhibition

اعداد الطالبة / زينه ماهر زهدي عامر

إشراف الدكتور/ هاني الفران

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

مايو 2017

الإهداء

إِلَى قدوتي الْأَوْلَى

وَنِبْرَاسي الَّذِي يُنَيِّرَ دَرْبي

إِلَى مَنْ عَلِمَانِي أَنْ أَصمُدَ أَمَامَ أَمْوَاج الْبَحْرِ الثَّائِرَةِ

إِلَى مَنْ أَعطَياني وَلَمْ يَزُالاْ يُعَطِّيانِي بِلَا حُدود

إِلَى مَنْ رُفِعَتْ رَأْسُي عَالِيَا اِفْتِخَارًا بِهِما

إِلَيكِم يَا مَنَ سِرتَوا مَعي حَتَّى وَصَلْتُ إِلَى هُنَا

إِلَيكم أُمي وأَبي

أَدامَكم الله وحَفِظَكم ذُخراً لَنا ،،،

الطالبة زينة ماهر عامر

الشكر والتقدير

أشكر الله العلي القدير الذي أنعم عليَّ بنعمة العقل والدين، القائل في محكم التنزيل (وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ) سورة يوسف آية 76.

وقال رسول الله (صلى الله عليه وسلم): "من صنع إليكم معروفاً فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكافئونه به فادعوا له حتى تروا أنكم كافأتموه" (رواه أبو داوود) .

فلابد لنا ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة نعود إلى أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام، أقدم أسمى آيات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة

إلى جميع أساتذتنا الأفاضل في كلية الفنون الجميله في جامعة النجاح الوطنية

وأخص بالذكر الأستاذ الفاضل:

دكتور هاني الفران

صاحب الفضل في توجيهي ومساعدتي والذي أشرف على هذا البحث فجزاه الله عنا كل خير.

وأخيراً، أتقدم بجزيل شكري وأمتناني إلى كل من: أهلي، وأقربائي، وأصدقائي، وكل من دخل حياتي وترك بصمة خير فيها.

الطالبة زينة ماهر عامر

فهرس الموضوعات

الموضوع **الصفحة**

الإهداء.....ب

الشكر والتقدير .....ت

فهرس الموضوعات.....ث

الملخص.....1

الفصل الأول :.....2

الفصل الأول الإطار النهجي.....3

المقدمة:-.....3

أهمية البحث:-.....3

أهداف البحث:- 4

مشكلة البحث:-.....4

فروض البحث:- 4

حدود البحث:-.....5

منهجية البحث:-.....5

خطة البحث:- 6

تحليل الحالات الدراسية.....7

أولاً: دراسة تحليلة-الحالة عالمية:-.....7

أ. المقدمة: - 7

1. تعريف المشروع 7

2. مخطط المسقط الأفقي: - 8

3. تحليل الشكل الداخلي.....9

4. تحليل الشكل الخارجي 11

ب. العلاقات الوظيفية: -.....12

ت. تحليل الحركة الداخلية: -.....13

ث. الأسلوب المتبع بالتصميم : - 14
ج. نمط الاثاث المستخدم وتوزيعه: -.....15
ح. الإضاءة وتوزيعها: -.....17
خ. الألوان المستخدمة: -.....18
د. الخامات المستخدمة داخل المعرض: - 19
ثانياً: دراسة تحليلية – الحالة العربية:-.....22
أ. المقدمة:- 22
1. تعريف المشروع :.....22
2. مخطط المسقط الأفقي :.....23
3. تحليل الشكل الداخلي :.....23
4. تحليل الشكل الخارجي:.....24
ب. أسلوب التصميم المتبع :- 25
ت. الإضاءة وتوزيعها:-.....25
ث. الألوان المستخدمة :-.....26
ج. الخامات المتسخدمة :- 27
ثالثاً: دراسة تحليلية – الحالة المحلية:–.....28
أ. المقدمة:–.....28
1. تعريف المشروع :– 28
2. مخطط المسقط الأفقي :– 29
3. تحليل الشكل الداخلي :.....30
4. تحليل الشكل الخارجي :–.....31
ب. العلاقات الوظيفية:–.....32
ث.تحليل الحركة الداخلية:–.....32
ح. أسلوب التصميم المتبع:–.....33
خ. الإضاءة وتوزيعها:– 33
د. الألوان المستخدمة :– 33
ذ. الخامات المستخدمة :– 33

الفصل الثاني.....35
الإطار النظري.....35
1. تعريف مستحضرات التجميل :-.....36
2. مخاطر مستحضرات التجميل :-.....37
3. أنواع مستحضرات التجميل :-.....38
4. مركبات مستحضرات التجميل :-.....38
5. الناحية التاريخية لمستحضرات التجميل :-.....41
6. الناحية الإقتصادية لمستحضرات التجميل:-.....43
الإشتراطات الفنية.....46
المقاييس النموذجية.....48
الفصل الثالث :.....50
المشروع المقترح.....51
أ. المقدمة :-.....51
1. تعريف الحالة الدراسية :.....51
1. المخطط الأفقي للمشروع المقترح :.....51
ب. العلاقات الوظيفية للمشروع المقترح:-.....52
ت. تحليل النسب والمساحة الداخلية للمشروع المقترح:-.....52
ث. أسلوب التصميم المتبع:-.....53
ج. الإضاءه وتوزيعها:-.....53
ح. الألوان المستخدمة:-.....53
خ. الخامات المستخدمة:-.....53
النتائج.....54
التوصيات.....55

الملخص

يتناول هذا البحث معرض مستحضرات تجميل بكافة انواعها ، وتشمل (قسم العناية بالبشرة ، قسم المكياج، قسم المناكير ، قسم تجربة المكياج)، ان اقبال الاناث على مثل هذه المنتجات بشكل كبير و على مدى العصور دفعني الى التفكير في انشاء مثل هذا المعرض لما لها من فائدة في تحسين الناحية الاقتصادية للبلد ،فمن خلال هذا البحث تم دراسة ثلاث حالات دراسية محلية ، عالمية اوروبية ، و عالمية عربية ، و تحليل كل دراسة على حدا ، ومن خلال هذه الدراسة ورؤية عدة معارض في مدينة نابلس تم الكشف عن العديد من السلبيات التي تواجه معارض مستحضرات التجميل في تصميمها الداخلي ومن اهمها عدم استخدام نظام تهوية مناسب مما يعمل على تلف بعض المستحضرات بسرعة أكبر ، عدم إتباع اسلوب معين في تنظيم وترتيب الفترينات ، عدم توفر في معارض التي تم زيارتها أماكن لتجربة مستحضرات التجميل ، عدم التنويع في نوع الإضاءة المستخدمة وعدم اهتمام التاجر بوجود أماكن للإنتظار الزبائن لذلك تم طرح عدة أمور يجب الأخذ بها في تصميم المشروع حتى يتم اخراج المشروع بطريقة جمالية تتماشى مع العصر الذي نعيش فيه من تطور .

الفصـل الأول :

1. المقدمة.
2. أهمية البحث.
3. مشكلة البحث.
4. هدف البحث.
5. فرضيات البحث.
6. منهجية البحث.
7. حدود البحث.
8. هيكل البحث.
9. تحليل الحالات الدراسية .

الفصل الأول

الإطار النهجي

1. المقدمة:-

الجمال يكون في الطبيعة من حولنا وفي الحيوان والنبات، وفي الأشياء والمواد والمنازل والأدوات ، وفيماينتجه الأدب والفن والفكر من كل الأنواع ، والجمال مرتبة تعلو و فوق مرتبة الوظيفة والحاجة والإشباع ، وهو قيمة عليا سامية ويبدو أنه لا يمكن أن تستمرالحياة دون جمال من نوع ما ،لذلك لدى المرأه رغبةفي العناية بجمالها وببشرتها ، فإن ذلك ينمي الشعور بالثقة و الإعتزاز بالنفس ، وقد تسعى المرأة لإبراز جمالها عن طريق وضع مستحضرات تجميل ، فمنذ قدم الزمن والمرأه تعتني بجمالها ، فقد كانت تستخدم العديدمن المواد الطبيعية ، فالمرأة تهتم كثيراً بالجمال ، لذا يسعى المصمم الداخلي لتصميم معارض لبيع مستحضرات التجميل بشكل ترتاح له المرأه وتزيد من نسبة شرائها. لذلك اقترح تصميم معرض لبيع مستحضرات التجميل بشكل يرضي جمال وراحة المرأة .

2. أهمية البحث:-

تعود أهمية هذا البحث لإتاحة الفرصـــة لدى البائع بعرض بضـــاعته بطريقة جميلة وجذابة للزبائن لزيادة الاقبال على عملية الشراء ولعرض المستحضرات بشكل مرتب ومميز مما يعمل على زيادة نسبة الربح للتاجر وزيادة الراحة للزبون عند الشراء والتنقل لمشاهدة المستحضرات بطريقة واضحة وامكانية تجربتها بوضع تصميم يسمح بمرونة الحركة والراحة في الجلوس .

3. أهداف البحث:-

تنظيم المنتجات بطرق تسمح للتاجر بعرض القدر الكافي للبضاعة بشكل يرضى التاجر ويرضي الزبون في نفس الوقت و أن يوفر التصـــميم الداخلي راحة للزبون حتى يبقى داخل المعرض قدر الإمكان ومشاهدة البضائع جميعها بسهولة والاهتمام بعناصر التصميم الداخلي من حيث الألوان و التوزيع و الحركة والخامات و توزيع الإضاءة.

4. مشكلة البحث:-

امتازت معارض المستحضرات في نابلس بعدم التنظيم ولا يوجد أسلوب معين متبع في تصميمهم، فتفتقر مدينة نابلس لمثل هذا المشروع بكون المستحضرات التجميلية لها أهمية كبير لدى الاناث، ولعدم وجودالمعارض التي تختص بالمستحضرات الأصلية بشكل خاص، وعدم اعطاء أولوية لراحة الزبون في تجربة المنتج والجلوس وتمتع في مشاهدة المعرض ومنحه الثقة في المنتجات.

5. فروض البحث:-

يقوم هذا البحث على فرضيات أن لعناصر التصميم الداخلي دور مهم في تصميم معارض بيع مستحضرات تجميل وأيضاً للتصميم الداخلي الاثر الاكبر في جعل المشروع ناجحا من الناحية العملية والناحية المادية.

6. حدود البحث:-

1. الحدود المكانية: مدينة نابلس / فلسطين.
2. الحدود الزمانية: : عام 2017 للميلاد.

7. منهجية البحث:-

المنهج التحليلي – الوصفي :

يقوم المنهج على دراسة تصميم المعارض ، ووصف طبيعتها ، ونوعية العلاقة بين المساحات والعناصر والكتل وما الى ذلك من جوانب ، تدور حول اســباب مشــكلة معينة والتعرف على حقيقتها عن قرب من خلال الصور والرسومات وتوزيع المساحات والألوان والاشكال المستخدمة وتحليلها بطريقة علمية مدروسة ، حيث ان هذا المنهج يتم من خلاله دراسة وتحليل أدق الاجزاء في المعارض .

8. خطة البحث:-

رسم توضيحي 1 : خطة بحث

9. تحليل الحالات الدراسية :

أولاً: دراسة تحليلة-الحالة عالمية[1]:-

رسم توضيحي 2 : معرض مستحضرات تجميل في بولندا.

أ. المقدمة: -

تم تصميم هذا المعرض في مدينة كراكوف / بولندا ، في برج سكاي/ فرتسلاو .

وتم أخذه على أنه كتلة واحدة من مصقول الذهب متعددة الاوجه، فكانت خطة المصمم من الهياكل المزينة بالثقوب الدائرية والأشكال الهندسية المضلعة.

1. تعريف المشروع: -

وظيفة :العطور / مستحضرات التجميل.

موقع المبنى :برج السماء، كا ركوف، بولندا

[1] (Frivole, 2012)

تصميم المهندس : Theza.

مجموع المساحة الأرضية : 240 متر مربع

2. مخطط المسقط الأفقي: –

رسم توضيحي 3: المسقط الأفقي لمعرض مستحضرات تجميل في بولندا.

3. تحليل الشكل الداخلي: –

رسم توضيحي 4: المعرض من الداخل.

تم تصميم المعرض بطريقة تسمح للزبون رؤية المنتجات بشكل مريح ووضع رفوف واستغلال الواجهات لعرض المنتجات عليهم ووضع مناطق للعرض بالوسط ووضع فوق كل منتج نوعيته لسهولة التعرف عليه .

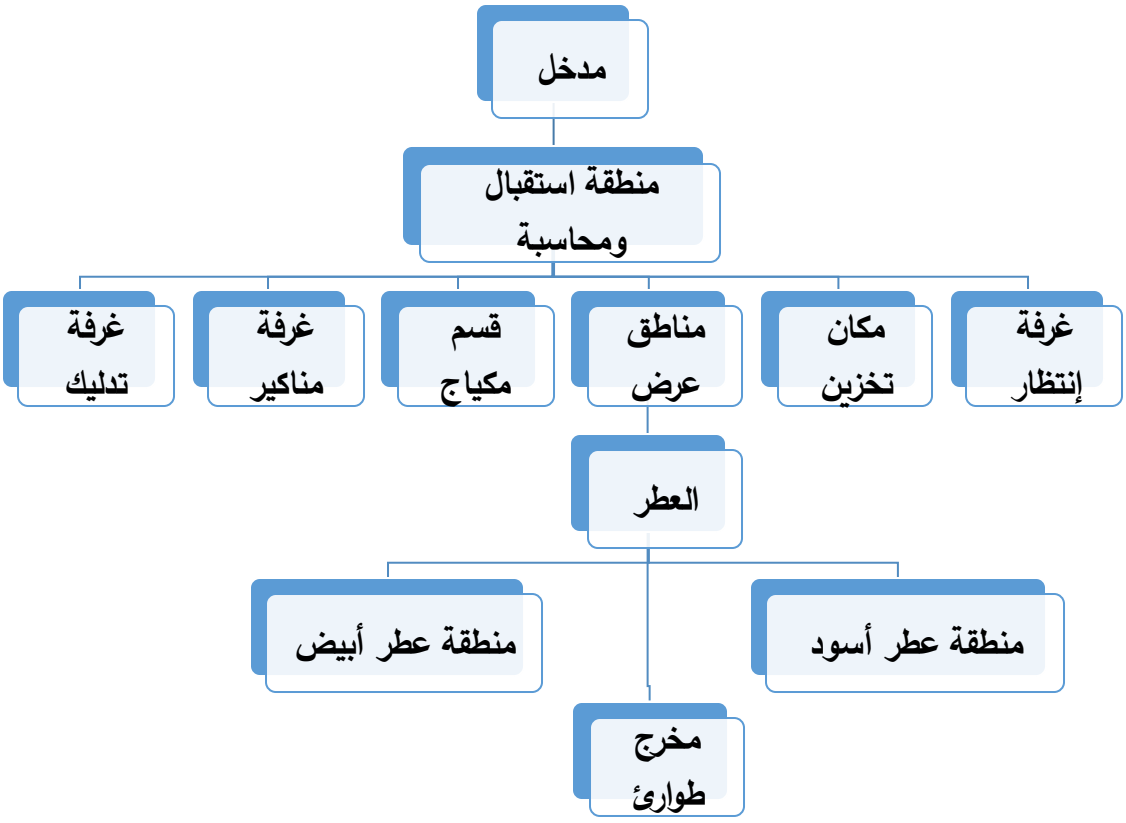
رسم توضيحي5 :ظريقة عرض المنتجات داخل معرض متسحضرات التميل في بولندا .

4. تحليل الشكل الخارجي: –

رسم توضيحي 6: الواجهة الخارجية لمعرض مستحضرات تجميل في بولندا .

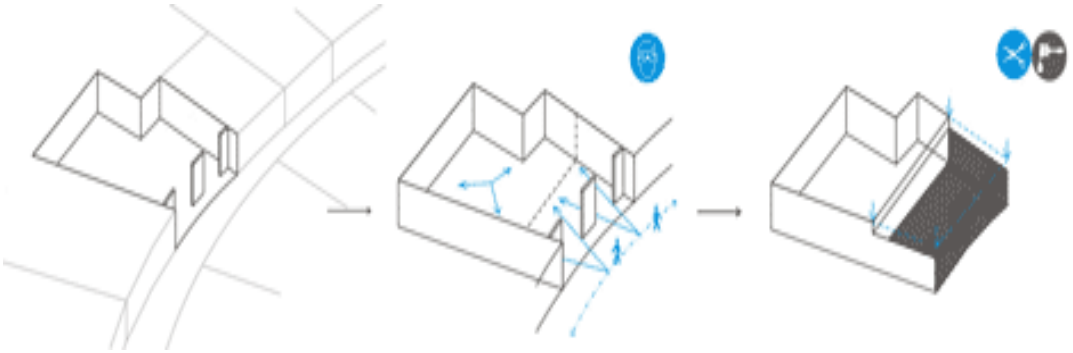
قام المهندس بتصميم الواجهة الخارجية بشكل بسيط وغير معقد وكانت كلها من الزجاج لتعطي مجال للرؤية بداخل المعرض، وتم عرض بعض الفترينات بشكل جمالي بسيط.

ب. العلاقات الوظيفية: –



رسم توضيحي 7: العلاقات الوظيفية لمعرض مستحضرات تجميل في بولندا .

ت.تحليل الحركة الداخلية: –



رسم توضيحي 8 : طريقة الحركة داخل المعرض .

رسم توضيحي 9 : توزيع الحركة داخل المعرض .

منطقة دخول وخروج

حركة عامة

حركة خاصة

تم توزيع مناطق العرض توزيعا هندسيا مدروسا، فكانت المسافة الفاصلة بين الفترينات مناسبة بحيث يستطيع الزبون الدخول والخروج بسهولة .وقام المصمم بفصل المناطق العامة عن المناطق الخاصة بطريقة جميلة تتناسب مع خطوط المعرض.

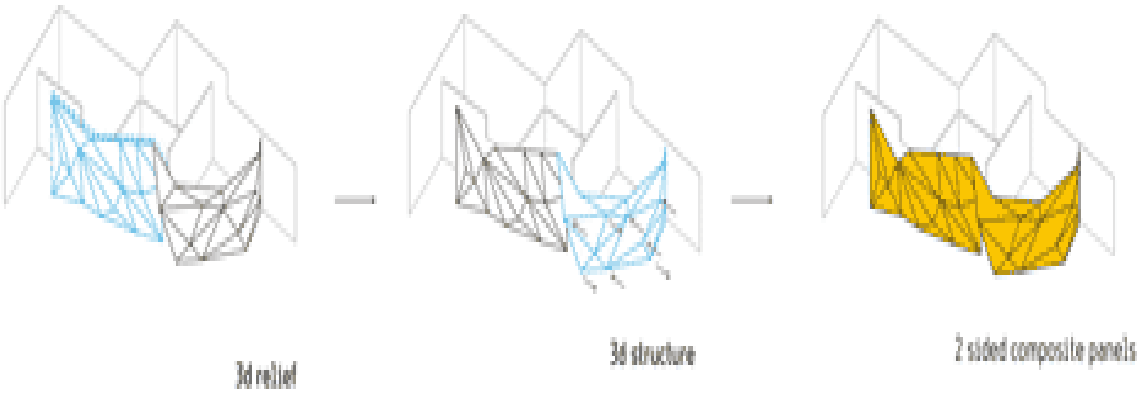
ث.الأسلوب المتبع بالتصميم : –

اتبع المصمم الأسلوب التفكيكي (Deconstruction) في تصميمه فهو أسلوب يدعو الى هدم كل الأسس الهندسية الاقليدسية وتدعو الى تفكيك المنشآت الى أجزاء وتدعو أيضا الى اعادة النظر الى العلاقات سواء كانت الانسانية أو العم ا رنية فهي عمارة التكسير واللاتماثل وهي عمارة مليئة بالمفاجآت الغير متوقعة، تستخدم مفردات العمارة الكلاسيكية بصورة معكوسة.

كانت لمسات المصمم راقية تخلو من أي تعقيدات، ووضع خطوط بسيطة وواضحة بحس فني راقي يمتاز بالفخامة، فاستخدم الشكل الهيكلي في تصميمه فكانت الألوان تشمل اللون الابيض، الذهبي، والاسود مما زاد التصميم قوة، فهذه الألوان لها دلالة مهمة في التصميم فاللون الاسود يستخدم عادة في التصاميم أكثر انفعالا، وكذلك في تصاميم أنيقة جدا واللون الأبيض هو المقابل الى اللون الأسود أما بالنسبة للون الذهبي فهو يمثل المال، النجاح، الجودة العالية.

أعطى المصمم بعض المناطق المزيد من الخصوصية باستخدام بعض القواطع من نفس خطوط التصميم، وقد احتوى السقف على أشكال مضلعة الجوانب موزعة بشكل جميل كما هو موضح في رسم توضيحي

رقم10.

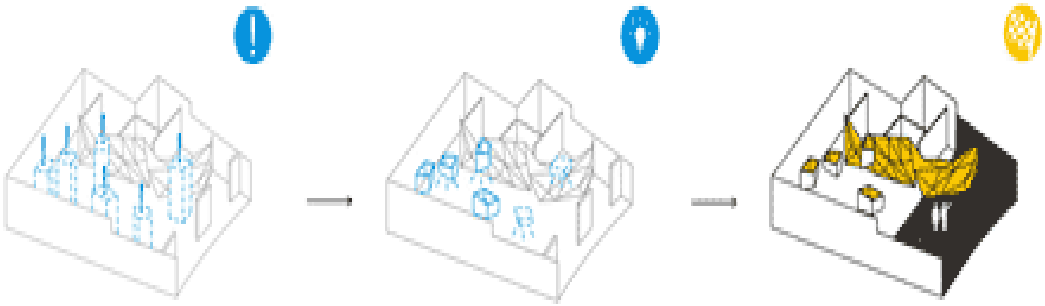


رسم توضيحي 10: تصميم المقطع في معرض المستحضرات في بولندا.

ج. نمط الاثاث المستخدم وتوزيعه: –

استخدم المصمم فترينات العرض على أشكال هندسية تم توزيعها بطريقة مدروسة بحيث تسمح للزبون برؤية المنتج عن كثب، وقام بترك مسافة جيدة بين كل منطقة عرض واخرى مما اعطى الزبائن الراحة في التنقل مما يعطي الفرصة ببقاء الزبون أكبر وقت ممكن، وقام المصمم بوضع كاونتر الاستقبال والمحاسبة بمكان يسهل الوصول اليه عند الدخول والخروج وطلب اي استفسارات، راعى المصمم توزيع الاثاث بشكل يتناسب مع أشكال الاضاءة بالسقف واعطاءه نوع من التمييز كما هو موضح في رسم توضيحي11 .

رسم توضيحي 11: توزيع الاثاث في معرض مستحضرات في بولندا .



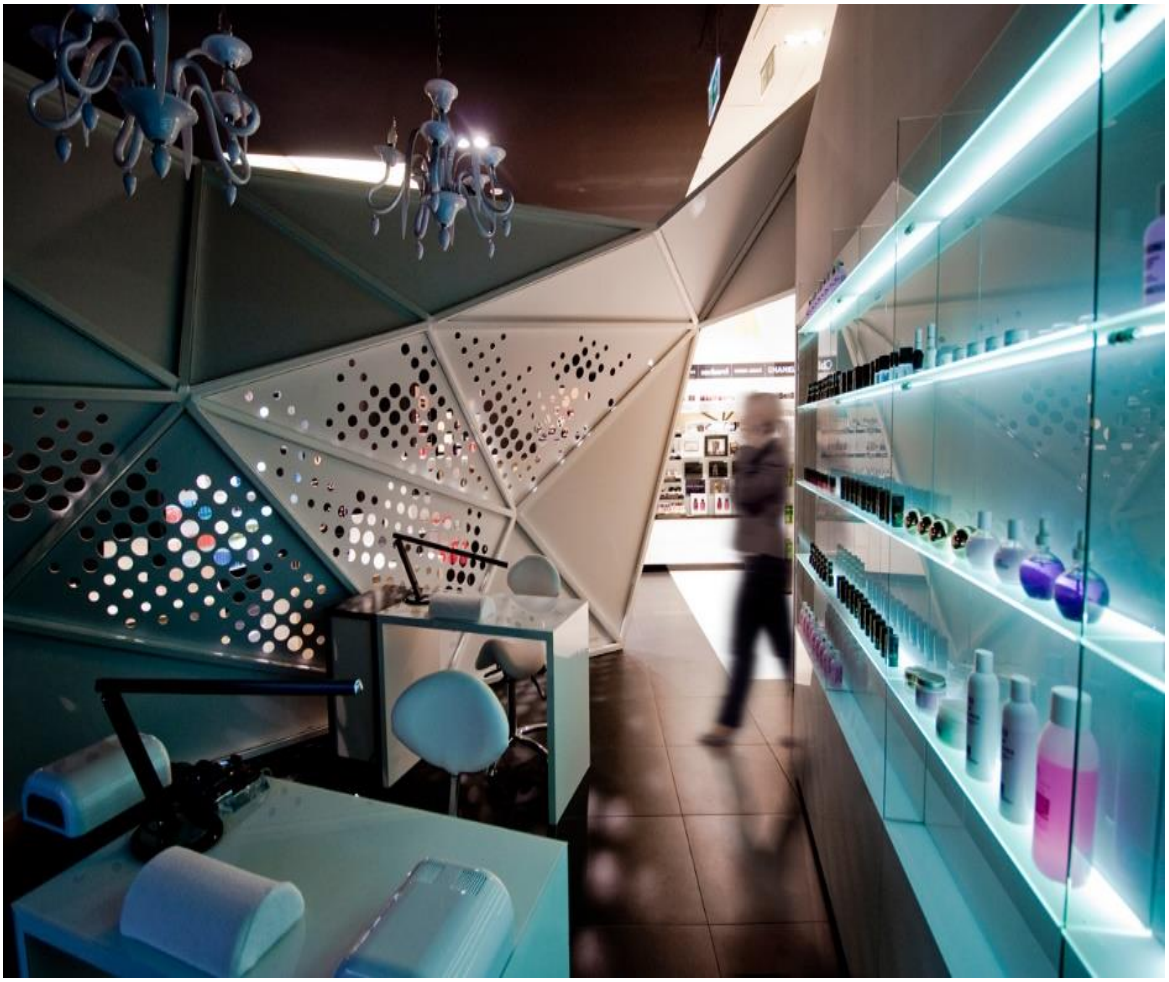
رسم توضيحي 12 : توزيع فترينات العرض والأثاث في معرض مستحضرات التحميل في بولندا.

ح. الإضاءة وتوزيعها: –

قام المصمم باستخدام أكثر من نوع في الاضاءة، فأعطى نوع من البساطة والفخامة في نفس الوقت، فوضع اللون الأبيض المصفر الدافئ لإظهار الالوان على طبيعتها واعطاء الراحة النفسية سواء للزبون أو للعاملين في المعرض.

وقام بوضع spot light وهي اضاءة موجهة لإبراز جمالية الخامات المستخدمة واعطاءها ملمس طبيعي، واستغل هذه الاضاءة بتوجيهها الى الفترينات مما يعمل على جذب نظر الزبون وامكانية رؤية المنتج بسهولة كما هو موضح في رسم توضيحي 13 ، واستخدم المصمم أيضا الاضاءة المخفية في بعض الأماكن التي تقل فيها الاضاءة الساطعة، لتعطي نوع من الجمالية في المكان كما هو موضح في رسم توضيحي 14 .

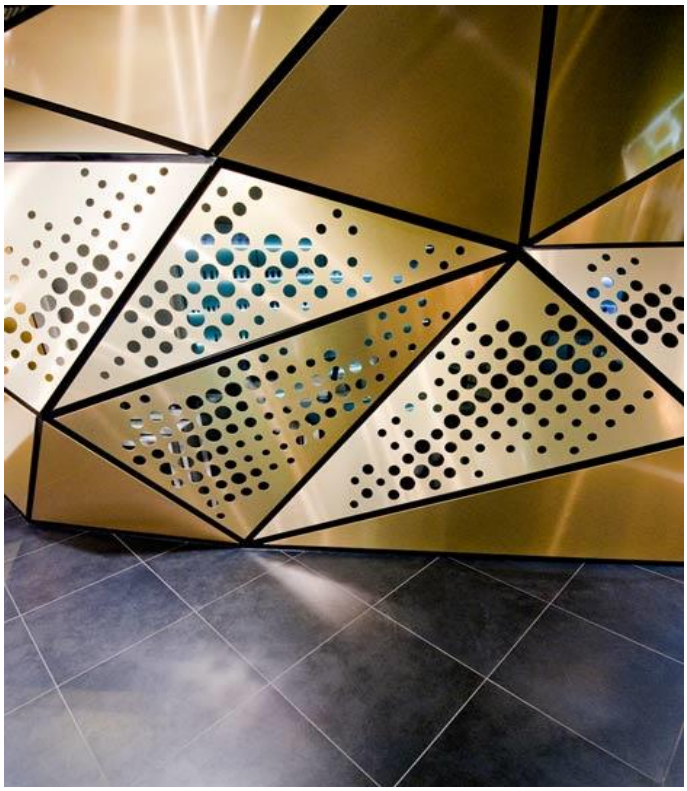
رسم توضيحي 13 : الإضاءة المستخدمة في معرض مستحضرات تجميل في بولندا .



رسم توضيحي 14 : الإضاءه المخفية المستخدمة في بعض الأماكن.

خ. الألوان المستخدمة: –

1– اللون الذهبي: يعطي اللون الذهبي الاحساس في الفخامة والرقي .استخدمه بكثرة وخصوصا بالقواطع كما هو موضح بالرسم التوضيحي 15.



رسم توضيحي 15 : اللون الذهبي في القواطع .

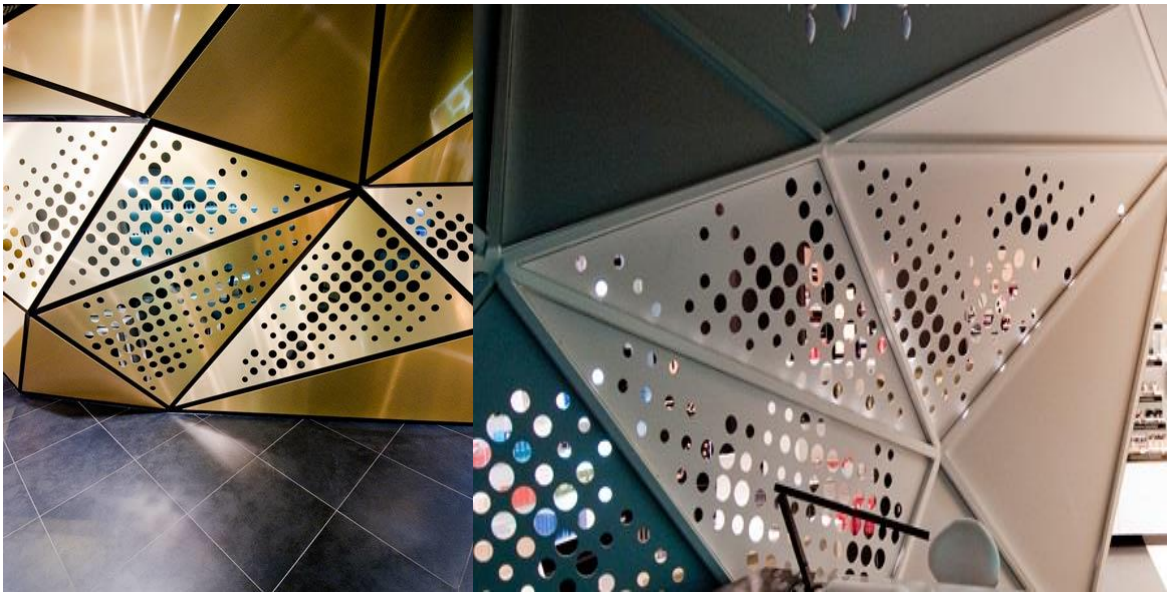
2–اللون الأبيض: يعتبر اللون الأبيض من الألوان الأكثر سطوعاً وهو لون نقي ويرتبط بالإضاءة والجودة والنقاء ويعطي ميزة زيادة المساحة ويوحي بالهدوء والثقة.

3–اللون الأسود: تربطه علاقة بالقوة والأناقة والرسميات ويعطي شعور بالعمق، ويساعد الألوان الأخرى للوصول إلى منزلة من السمو والسكون.

د. الخامات المستخدمة داخل المعرض: –

الفولاذ المصقول باللون الذهبي :

استـخدم الفولاذ الذهبي بشـكل خاص على الشـكل الرئيسـي للمعرض مما اعطاه منظر جميل ومميز، فأوحى بالرصانة والشموخ فزين من الخارج باللون الذهبي ومن الداخل باللون الأبيض.



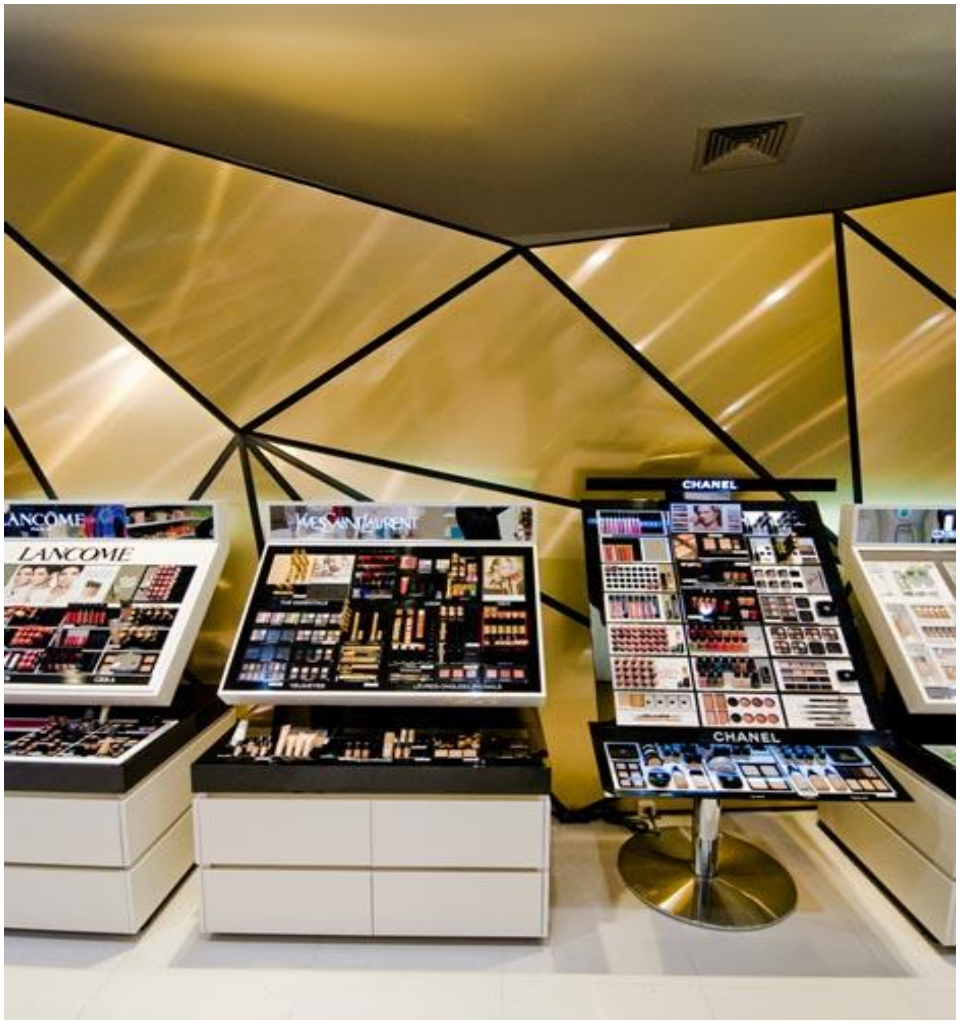
رسم توضيحي 16 : قاطع من الفولاذ مطلي باللون الذهبي من الخارج وباللون الأبيض من الداخل .

2- الزجاج :

استخدم الزجاج بشكل كبير بدخاله في رفوف الفترينات .

3- ستانلس ستيل (steel) :

استخدم في قواعد الفترينات كما هو موضح في رسم توضيحي17 .



رسم توضيحي 17 : خامة الستانلس ستيل واستخدامها في قواعد الفترينات .

4- الخشب :

ادخلت خامة الخشب بشكل كبير في التصميم مع اضافة طبقة الفورمايكا ومع انعكاس الاضاءة عليها يعطي منظراً جميلا راقياً ، واستخدمه أيضا في الفترينات وأدراج الفترينات، والأشكال التي في السقف، ومنطقة الاستقبال(الكاونتر).

ثانياً: دراسة تحليلية – الحالة العربية[2]:-

رسم توضيحي18 معرض مستحضرات تجميل في دبي

أ. المقدمة:-

تم تصميم معرض مستحضرات التجميل في دبي- الامارات العربية المتحدة، وهو معرض خاص بشركة العالمية (Mac) .

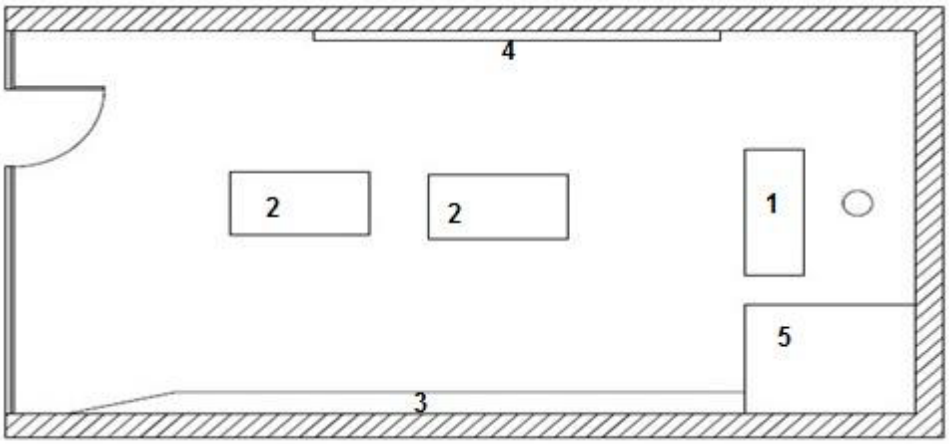
1. تعريف المشروع :

معرض مستحضرات تجميل (Mac)

الموقع : دبي الإمارات العربية المتحدة .

[2] (http://www.thevmspace.com/home/page/88, n.d.)

2. مخطط المسقط الأفقي :



رسم توضيحي 19 المسقط الأفقي لمعرض مستحضرات تجميل ماك في دبي

1. منطقة المحاسبة.
2. منطقة عرض مكياج ومنطقة التخزين.
3. منطقة عرض المكياج.
4. مرآة.
5. زاوية تجارية عليها علمة تجارية (Mac).

3. تحليل الشكل الداخلي :

قام المصمم بتصميم المعرض بحيث يكون أينما اتجه نظر الزبون يكون أمامه بعض المستحضرات فاستغل المساحة أكثر قدر ممكن رغم صغر المساحة .فرتب الفترينات بشكل مستقيم ملاصقة للواجهات بوجود مناطق عرض في وسط المعرض، مما عمل على فصل مسار الحركة وتنظيمه وعدم حدوث أي إزدحام أثناء التنقل كما هو موضح في رسم توضيحي رقم 20.

رسم توضيحي 20 مناطق العرض داخل معرض مستحضرات التجميل في دبي .

4. تحليل الشكل الخارجي:

رسم توضيحي21 الواجهة الخارجية لمعرض مستحضرات تجميل في دبي.

ب. أسلوب التصميم المتبع :-

اتبع المصمم أسلوب الحداثة، فهو أسلوب يعتمد على الأشكال الهندسية، فالإسلوب الحديث يعود الفضل في إنشاءه لمجموعة من المصممين الأوروبي والتي بدأت في مدرسة باوهاوس للتصميم في ألمانيا في عام 1919 . وباوهاوس الفلسفة هو أن الشكل والوظيفة يجب أن يجمع في جميع التصاميم .ويركز في المقام الأول على وظيفة ويتجنب الملحقات المفرطة والعناصر الزخرفية ينظر في العديد من الأساليب الأخرى.

استخدم المصمم الخطوط المستقيمة الرصينة، فقام بدمجها بألوان حيادية فتشمل اللون الأسود والأبيض مع الاضاءة المصفرة لتعطي جمالية فنية بخطوط هندسية مستقيمة.

ت. الإضاءة وتوزيعها:-

تم توزيع الاضاءة بشكل مدروس فاستخدم الاضاءة المنتشرة في وسط المعرض بحيث تكون تحتها المستحضرات التي في الوسط حتى يعطي الزبون الراحة أثناء المشاهدة وتجربة المستحضر ، فعند وجود الاضاءة القريبة من الطبيعية ذات اللون الابيض كما هو موضح في رسم توضيحي . لكي تعطي المستحضر كما هو لونه ولا يتغير فالإضاءة تمتاز أحيانا أنها تغيير من شكل أو لون الشيء ولا بد من استخدام الاضاءة ذات اللون الطبيعي لأن بعض المستحض رات تمتاز بالألوان فلا يمكننا التلاعب بالإضاءة عليها حتى لا نغير من خصائصها.

رسم توضيحي 22 الإضاءة داخل معرض مستحضرات التجميل .

واستخدم أيضا على الجوانب الاضاءة الموجهة(spotlight) على الواجهات فأعطى ملمس جميل للخامة، وعمل على اظهار بعض الصور الخاصة بالمستحضرات بوضع الاضاءة من خلفها.

ث. الألوان المستخدمة :-

اللون الأبيض :يعتبر اللون الأبيض من الألوان الأكثر سطوعاً وهو لون نقي ويرتبط بالإضاءة والجودة والنقاء ويعطي ميزة زيادة المساحة ويوحي بالهدوء والثقة.

اللون الأسود :اللون الأسود تربطه علاقة بالقوة والأناقة والرسميات ويعطي شعور بالعمق، ويساعد الألوان الأخرى للوصول إلى منزلة من السمو والسكون.

ج. الخامات المتسخدمة :-

رسم توضيحي23 الخامات المستخدمة داخل معرض مستحضرات التجميل ماك في دبي .

استخدم المصمم عدة خامات في المعرض بشكل يخدم الأسلوب الحديث:

1. الحجر: تم ادخال الحجر كمادة خام تكسو الجدران بشكل مستقيم، مما اعطى قوة في الاسلوب.
2. الخشب : استخدم عنصر الخشب بإلصاق خامة الفورمايكا التي تمتاز باللون الأسود اللامع، فأعطى نوع من الفخامة والرقي والحداثة. وقام المصمم بإستخدام خشب الباركية بالأرضية .
3. الزجاج : تم استخدام الزجاج لتغطية الاضاءة المنتشرة التي في السقف، حتى تقلل من انتشارها. واستخدم أيضا الزجاج العاكس لخدمة الزبائن عند التجربة.

ثالثاً: دراسة تحليلية – الحالة المحلية:-

رسم توضيحي24 معرض مستحضرات تجميل في نابلس.

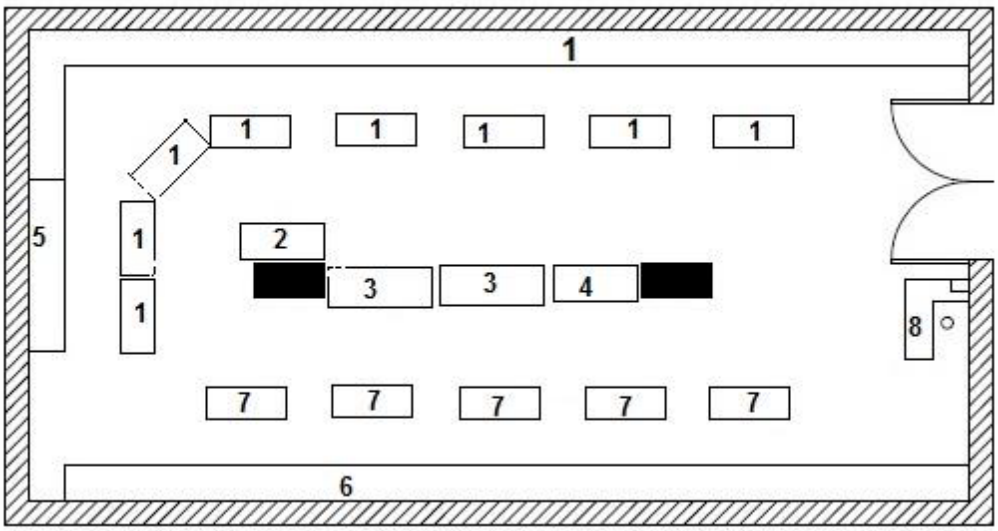
أ. المقدمة:-

اعتمد المصمم في تصميم هذا المعرض على البساطة والوضوح في الخطوط حيث قدم هذا الاسلوب بشكل يخدم الوظيفة، فأراد عرض المنتجات والمستحضرات وبالوقت ذاته وجذب انتباه الزبائن الى معروضاته.

1. تعريف المشروع :-

Perfumery Sami AL-Shak'a & His Sons

2. مخطط المسقط الأفقي :-

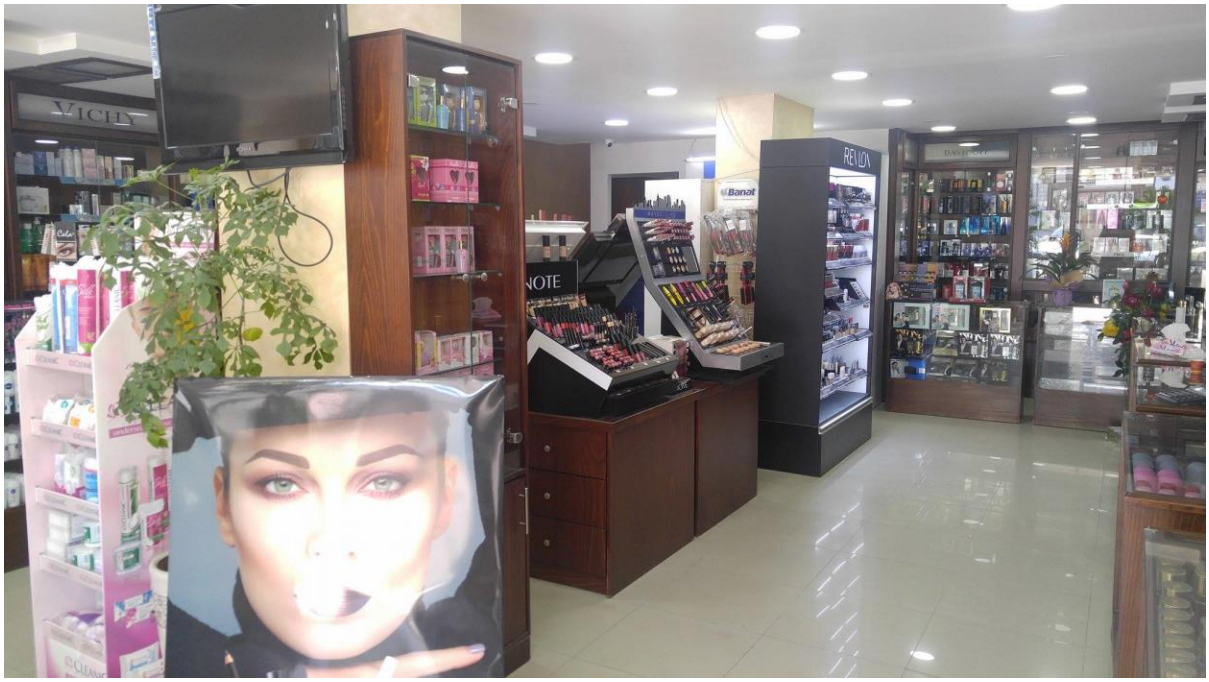


رسم توضيحي 25 مخطط مسقط افقي لمعرض مستحضرات التجميل.

1. منطقة عرض عطور .
2. منطقة عرض مستحضرات تجميل لعلامة تجارية .
3. منطقة عرض متسحضرات تجميل لعلامة تجارية اخرى مع اماكن للتخزين .
4. منطقة عرض عطور خاصة بالأطفال .
5. منظقة عرض مستحضرات تجميل لعلامة تجارية اخرى .
6. منطقة عرض مستحضرات عناية بالبشرة.
7. منطقة عرض مستحضرات تنظيف البشره .
8. منطقة الإستقبال والمحاسبة .

3. تحليل الشكل الداخلي :

رسم توضيحي26 كيفية توزيع المساحات وعلاقة المناطق ببعضها.



رسم توضيحي27 كيفية توزيع المساحات وعلاقة المناطق ببعضها.

ان حجم فترينات العرض بالنسبة للمساحة جيدة جدا، حيث عمل المصمم على توزيع الفترينات على

أطراف المعرض بحيث استغل مساحة كافية للحركة وخلق اماكن جديدة للفترينات الاخرى، ومع ذلك راعى المساحة الخاصة بالحركة بشكل جيد، حيث قام بوضع فترينات ايضا في وسط المعرض ومن الجنبين مسار حركة مريح يتيح رؤية المزيد من المستحضرات والعطور.

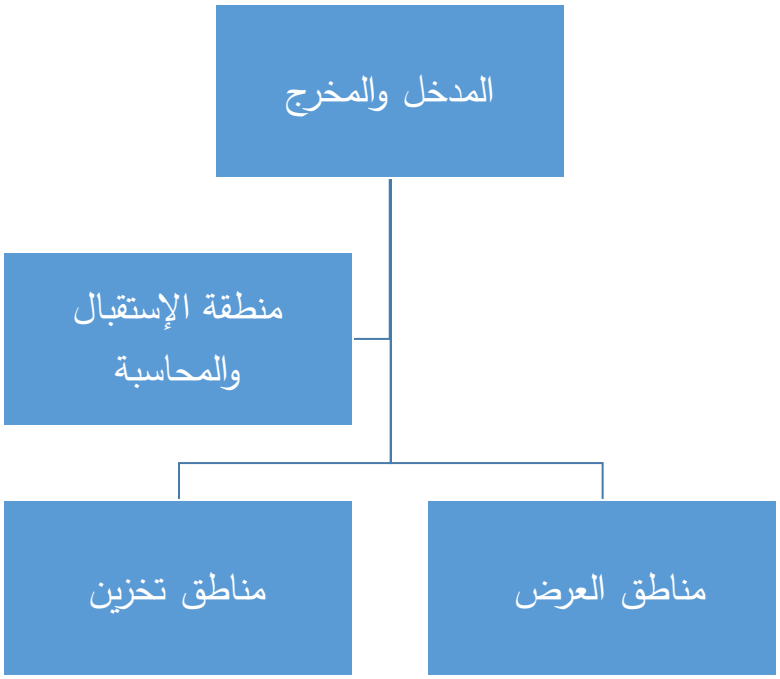
4. تحليل الشكل الخارجي :-

رسم توضيحي28 تصميم الواجهة الخارجية لمعرض مستحضرات التجميل .

إمتازت الواجهة الخارجية بخلوها من أي تصـــميم وتم إســـتغلالها لعرض بوســـترات للعلامات التجارية الموجودة في المعرض .

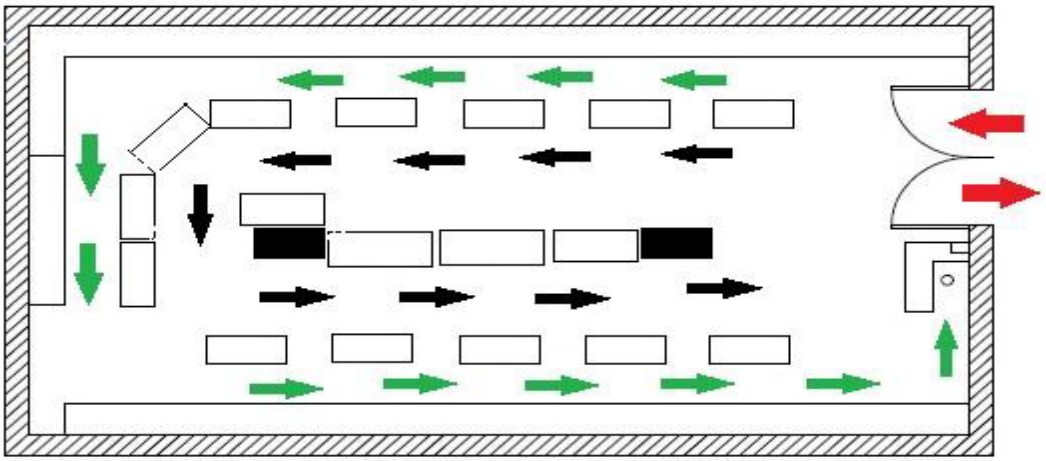
كما واستخدمت مادة (Alucobond) في الواجهات الخارجية للمعرض، فهذه المادة تتميز بخفة الوزن وتوفر العديد من الألوان وكذلك تتميز بسـهولة تشـكيل القوام أو المنحنيات .فاسـتخدم المصـمم في هذا اللون الأسود كما هو مبين في رسم توضحي رقم28 .

ب.العلاقات الوظيفية:-



رسم توضيحي29 العلاقة الوظيفية لمعرض مستحضرات التجميل.

ث.تحليل الحركة الداخلية:-



رسم توضيحي30 مسار الحركة في معرض مستحضرات التجميل

ح. أسلوب التصميم المتبع:-

دمج المصمم بين الطرازين الكلاسيكي والحديث لكنه غلب على تصميمه الاسلوب الحديث والذي ظهر في خطوطه البسيطة الراقية وفي نفس الوقت اضفى الكلاسيكية على تصميمه من خلاله الالوان المستخدمة .

خ. الإضاءة وتوزيعها:-

تعامل المصمم مع عملية توزيع الاضاءة بآلية معينة ومميزة، حيث قام المصمم بتصميم الواجهة الخارجية التي تطل على المعرض بالزجاج للاستفادة من الاضاءة الطبيعية أثناء النهار، واستخدم في الاضاءة الصناعية (spots) في السقف كإضاءة رئيسية وهي اضاءة موجهة تشع فوق سطح أو منطقة معينة لكنه لا ينير الغرفة بكاملها، وقام باستخدام الاضاءة الموجهة (spots) على المنتجات في الفترينات لجذب انتباه الزبائن الى المستحضر .وقام باستخدام اضاءة (LED) وراء الزجاج المطلي بمادة بيضاء لإظهار اسم المستحضر بوضوح.

د. الألوان المستخدمة :-

استخدم المصمم ألوان محددة تعبر عن الأسلوب الكلاسيكي مثل اللون البني والأبيض ، وإستخدم المصمم اللون الأسود للواجهة الخارجية .

ذ. الخامات المستخدمة :-

الخشب:

استخدم عنصر الخشب(خشب الزان)كعنصر أساسي في تصميمه، فأعطى نوع من الفخامة والرقي.

فاســتخدمه المصــمم بكثرة في تصــميمه في مناطق العرض كما هو موضــح في رســم توضــيحي

رسم توضيحي 31 استخدام الخشب في مناطق العرض .

الزجاج :

تم استخدام الزجاج لتغطية الاضاءة المنتشرة التي في السقف، حتى تقلل من انتشارها.

كما استخدم الزجاج في مناطق العرض لتسمح للزبون بمشاهدة المنتجات المعروضة جميعها.

الجبس :

أدخلت خامة الجبس في التصميم بشكل قليل الخطوط وقوي الفكرة مما أعطى جمالية للتصميم.

الفصل الثاني

الإطار النظري

تعريف مستحضرات التجميل

أنواع مستحضرات التجميل

مركبات مستحضرات التجميل

تاريخ مستحضرات التجميل

الإشتراطات الفنية

المقاييس النموذجية

الفصل الثاني

الإطار النظري

1. تعريف مستحضرات التجميل[3] :-

رسم توضيحي 32 مستحضرات تجميلة.

تُعتَبر مستحضرات التجميل أحد أهمّ الطرق التي تستخدمها المرأة لإظهار جمالها من خلال التزيّن بها، كما تعتبر وسيلةً فعّالة لإخفاء العيوب التي تصيب الوجه مثل البثور والتلوّن وغيرها من مشاكل الوجه المتعددة، وقد ظهرت مستحضرات التجميل عند النساء منذ فترة زمنية طويلة؛ حيث كانت المرأة تستخدم الكحل لزيادة جمال العين وإبراز شكلها، بالإضافة إلى استخدامها أنواع العطور المختلفة التي كانت تستخلص من الطبيعة بشكلٍ كامل .بَرَزت مستحضرات التجميل بكثرةٍ لدى النساء المصريات في عهد قدماء مصر؛ حيث عُرف عنهنّ الجمال والقدرة على

[3]http://mawdoo3.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB_%D8%B9%D9%86_%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AD%D8%B6%D8%B1%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D9%85%D9%8A%D9%84

اختيار المستحضرات التي تناسبهن، وقد كانت هذه المستحضرات تُحضّر بشكلٍ أساسي من الأعشاب والمواد الطبيعية التي تُشكّل مصدراً رئيسياً لمرطّبات البشرة، بالإضافة للحناء التي تُشكّل ركناً هاماً من أركان مستحضرات التجميل؛ وهي نبتة شجريّة ذات جذور حمراء وأخشابها قاسية، وذات صلابة، وهي تُكوّن المادة الملونة في داخلها، وقد استُخدمت بشكلٍ ملحوظ عند المصريين على اختلاف أنواع هذه النبتة؛ حيث تتفاوت شدّة اللون مع تفاوت نوعية النبتة .شَهدت صناعة مستحضرات التجميل تطوراً كبيراً وملحوظاً في الآونة الأخيرة؛ حيث إنّها لم تقتصر على المواد الطبيعية فحسب بل أصبحت أكثر اتساعاً لتصل للمكونات والمواد الكيميائية التي أظهرت كفاءتها في إخفاء عيوب البشرة، كما أن المستحضرات الكيميائية تتميز بإتقان الصنع عند الاستخدام ممّا يزيد من جمال المرأة وتألّقها، ولكن تعدّدت آثارها السلبية، ونتج عنها العديد من المخاطر .

2. مخاطر مستحضرات التجميل[4] :-

- تُشكّل المواد الكيميائيّة المادة الخام لصناعة مستحضرات التجميل وتعرف هذه المواد بسميّتها العالية، لذلك فإنّ لاستخدامها أثراً سلبياً عندما تكون المكوّن الرئيسي في المستحضرات المستخدمة للتجميل، ومن أهم هذه الآثار السلبية التسبّب بالتهابات الجلد المختلفة والحساسية، وقد تمتدّ خطورتها للإصابة بالسرطان على المدى البعيد؛ حيث أثبتت العديد من الدراسات مدى خطورة بعض المواد التي تدخل في تركيب مستحضرات التجميل.

[4](http://mawdoo3.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB_%D8%B9%D9%86_%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AD%D8%B6%D8%B1%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D9%85%D9%8A%D9%84, n.d.)

- تســـتخدم فيها بعض الملونات والمثبتات الكيميائية ذات الأضـــرار الهائلة التي يهدف فيها المصنّعون لزيادة صلاحية المنتج بغض النظر عن سلامة استخدامه صحياً.
- قد تحتوي بعض مستحضرات التجميل مثل أحمر الشفاه خاصةً على بعض المواد ذات السمية ولكن بنسب ضئيلة وخاصّة الرصاص الذي يُصنّف على أنه أحد المعادن الثقيلة، ولكن وجدت بعض الدراسات أنّ النسبة التي يحتويها تكاد لا تُذكر، بالإضافة إلى أنّ التأثير يجب أن يكون تراكمياً أي على فترات ممتدة من الزمن وليس مُحدّداً بفترة زمنية، أو أن هذا التأثير يظهر خلال استخدامه بصورة مباشرة.

3. أنواع مستحضرات التجميل[5] :-

وتشمل مستحضرات التجميل مراهم العناية بالجلد، والغسولات ، والمساحيق والعطور، ومحمرات الشفاه، وطلاء الأظافر، وماكياج العيون والوجه، والعدسات اللاصقة الملونة، وأصبغة الشعر، مثبتات الشعر، والمواد الهلامية، ومزيلات الروائح الكريهة، منتجات نظافة الرضـــع، ومنتجات زيوت الحمام، ومواد توليد الفقاعات في الحمامات، وأملاح الحمام، وأنواع أخرى كثيرة من المنتجات.

4. مركبات مستحضرات التجميل[6] :-

لا يوجد أدنى شك في أن الطعام الذي نتناوله يثير فضولنا كثيراً، لدرجة أننا قد نصر أحياناً على معرفة مكوناته، ونوع البهارات المستخدمة فيه، وكل التفاصيل المملة المتعلقة بالوصفة، ولكن لماذا

[5] https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AD%D8%B6%D8%B1_%D8%AA%D8%AC%D9%85%D9%8A%D9%84

[6] http://www.albawaba.com/ar/%D8%B5%D8%AD%D8%AA%D9%83%D9%90%D9%88%D8%AC%D9%85%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%90/%D9%85%D8%B3

يختفي هذا الحس الفضولي عندما نفرك جلدنا بأنواع الكريمات المختلفة، ونضع المساحيق قريباً جداً من عيوننا المفرطة الحساسية، ولا نفكر للحظة ماذا يمكن أن يكون فيها من مكونات؟

على سبيل المثال، عندما نشعر بأن بشرتنا بحاجة إلى العناية، نقوم بشراء مرطب غني بالمشمش، أو الكيوي، أو الخيار، أو المانجو، والحبل على الجرار، ثم دون أدنى اهتمام بتفاصيل مكوناته نقوم بدهن وجهنا ويدينا به، ولكن إذا حدث وقرأنا المكونات، فسنجد بأنه مصنوع من قائمة من المواد الطبيعية والصناعية مثل الميرامية، والزيزفون، ورائحة المشمش، أجل رائحة الفاكهة التي قمنا بشراء المنتج الذي يحمل أسم الفاكهة كبيراً على جانبه الأمامي! ومع ذلك نكمل الفرك والدعك، لماذا لا يهمنا حقاً ما تحتوي عليه الكريمات، ومنظفات الشعر، والبودرة، والعطور؟

ربما لأن المواد الكيميائية والطبيعية الموجودة في مستحضرات التجميل، خصوصاً المواد الكيماوية، تحمل أسماء علمية طويلة مثل ألمنيوم زركونيوم (مادة كيماوية معدنية شائعة الاستعمال في مزيلات الروائح). في حين نعتقد بأنه ليس من الضروري أن نحفظ الأسماء العلمية الصعبة، إلا أنه من الجيد توعية المستهلك لمعرفة ماذا يوجد بالضبط داخل مستحضرات التجميل. فقد يكون مصدر الرائحة التي نعشقها مستخلص مادة مضافة للعطر، أو قد تكون مادة كيماوية مركبة. ومع ذلك، سواء كانت المكونات طبيعية أو صناعية، تملك كل مادة خصائص مختلفة في كل مستحضر.

وعن طريق معرفة وظيفة كل مادة، نستطيع تحديد المواد التي تلاءم احتياجاتنا بغض النظر عن الواجهات الدعائية التي تحملها هذه المواد.

وإليكم نظرة عامة عن أنواع المواد التي تدخل في صناعة مستحضرات التجميل:

- إضافات: تعمل على تحقيق الشكل الأخير للمنتج.

- مواد معدلة للحموضة.
- مواد تحفز على الاختلاط (تخيل خلط الزيت والخل)
- مواد مذيبة تساعد على إذابة الإضافات.
- مواد تزيد من شفافية المنتج.
- عناصر ماصة للرطوبة والزيوت.
- مواد تحافظ على الحجم، للحفاظ على قوام المزيج، خصوصاً الشامبو، والكريمات.
- مواد مثبتة تزيد من عمر المنتج، وتجعله مرغوباً.
- إضافات تحسن من نوعية وجاذبية المنتج. مثل الروائح.
- مواد مبيضة، لتفتيح البشرة أو الشعر.
- مواد إضافية تساعد على تكوين طبقة عازلة خصوصاً في منتجات طلاء الأظافر ومواد تصفيف الشعر "الجل".
- ألوان وصباغات صناعية، أو طبيعية. حتى المواد التي تحتوي على صباغ طبيعي تحتوي على مواد غير طبيعية.
- مواد تعمل على إزالة الشعر لمنتجات التخلص من الشعر غير المرغوب.
- مواد مزيلة للروائح، ومانعة لتكون البكتيريا. حيث تعمل على التفاعل معها والتخلص منها.

بإيجاز، تدخل العديد من المواد في مستحضرات التجميل الثمينة قبل وصولها إلى يد المستهلك، لَكنها لا تفيد المستهلك بشكل مباشر، بل تعمل على تسهيل استعمال المنتج. لذلك لا داع لمعرفة الأسماء العلمية المهم أن تعرف وظيفتها، وننصحك باستعمال المواد التي يدخل الماء في تكوينها بشـــكل عام لأنها تعمل على ترطيب الجلد، وتجنب المواد التي تحتوي على الكثير من الزيوت،

لأنها تعلق في مسامات الجلد، كما ينصح بالابتعاد عن المواد التي تبدو رائحتها أو طعمها مثل أحمر الشفاه، أو لونها غير طبيعي أو ذو رائحة أو مذاق قوي ولاذع.

5. الناحية التاريخية لمستحضرات التجميل[7] :-

قبل بداية التأريخ، تحديداً مرحلة ما قبل الأسر الفرعونية، بدأ ذلك العالم في التشكل، فكان المصريون أول من استخدم مستحضرات التجميل. كان الرجال والنساء يرسمون حول عيونهم بأقلام الكحل، اعتقاداً منهم أنهم يبعدون قوى الشر، وفي عصر الملك تحتمس، اكتشفت علاجات للتجاعيد ومساحيق من شمع العسل كمرطبات للبشرة. نفرتيتي وكليوباترا على اختلاف أسرتيهما، بقيتا رمزين لجمال ذلك العصر بكحل العين المميز، وظلال العيون الزرقاء الملكية.

رسم توضيحي 33: مكحلة من الأسرة الـ 18 الفرعونية

[7] http://raseef22.com/life/2016/01/24/%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%AE%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AD%D8%B6%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D9%85%D9%8A%D9%84%D8%8C%D8%B2%D8%A7%D9%88%D9%8A%D8%A9%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF%D8%A9-%D9%84/

كليوباترا، التي مزجت بين الجمال الفرعوني والروماني عُرفت تحديداً باهتمامها الزائد بجمالها، اعتادت ملء حوض استحمامها بغالونات من حليب أنثى الحمار لاعتقادها أنه سيحفظ صفاء بشرتها، وفي رحلاتها كانت تغمس أشرعة سفنها في عطرها الخاص لتحمله الرياح إلى روما قبل وصولها!

كما صنع الصينيون أول طلاء للأظافر واستخدموه للتمييز الاجتماعي. فالذهبي هو لون الطبقة الملكية الذي استبدل لاحقاً بالأسود والأحمر، بينما مُنع العامة من طلاء أظافرهم بالألوان الصارخة.

فتاة الغايشا اليابانية التي طلت بشرتها بالأبيض، وحددت عينيها ولوّنت شفتيها بالمستخلص الأحمر لنبتة الزعفران الباهظة الثمن، استخدمت فضلات العصافير لمحاربة تجاعيد بشرتها.

في تلك العصور اقترن استخدام مستحضرات التجميل بالثروة، فعملية وضع الماكياج احتاجت لمساعدة نظراً لصعوبة تطبيقه وضرورة إعادة تجريبه عدة مرات في اليوم لبدائية التراكيب، وبدائية المرايا التي صنعت من النحاس المصقول. كرّست فتيات من "العبيد" لوضع مستحضرات التجميل، العطور والمجوهرات، وكانت تتم تلك العملية في غرفة مغلقة يحظر دخولها على الرجال.

في كتابه "التصريف لمن عجز عن التأليف"، أفرد الطبيب الأندلسي أبو القاسم الزهراوي فصلاً كاملاً للطب التجميلي، وسماه "أدوية الزينة"، ونشر في بداية القرن العاشر الميلادي، ضمن موسوعة من ثلاثين فصلاً حول "الطب" أسس فيه علم الجراحة الحديثة، واعتبر مرجعًا يستشهدبه أطباء القرون الوسطى. وفي فصله عن أدوية الزينة، يتحدث عن دهانات ومستخلصات عطرية تصب في قوالب وتستخدم للتطبب والتزيين، لم يعرف عنها إلا المتعلمون والأغنياء.

6. الناحية الإقتصادية لمستحضرات التجميل[8]:-

رغم كل الأزمات الاقتصادية التي تطحن الدول، إلا أن سوق المستحضرات هو الوحيد الذي لم يصب بشيء بسبب أهميته لدى المرأة في المقام الأول.

ووفقا للتقرير الذي أشارت إليه صحيفة الاقتصادية، فإن صناعة مستحضرات التجميل تعد نموذجا اقتصاديا يُحتذى، وتجاوز معدل نموها السنوي 4% سنويا في السنوات الأربع الماضية.

وبلغ حجم المبيعات العالمية في مستحضرات التجميل 170مليار دولار، 40 مليارا منها في الأميركتين، و60 مليارا في أوروبا، و60 مليارا في أستراليا وآسيا، و10 مليارات في إفريقيا.

كما أكد التقرير الدولي لصناعة مستحضرات التجميل نجاح الصناعة في توليد 35 مليار دولار في الاقتصاد العالمي في عام 2010م، وتوقع استمرار معدل النمو المستقبلي على ما هو عليه الآن حتى عام 2015م، حيث ستنجح هذه الصناعة في توليد 42 مليار دولار.

وعن أسباب تواصل النمو المرتفع في هذه الصناعة، قال ريتشارد بارلي من شركة آفون لمستحضرات التجميل "الرغبة الدائمة لدى النساء والرجال في الظهور بمظهر حسن، وإبراز الجوانب الإيجابية لمظهرهم الخارجي وإخفاء العيوب الجسدية، ودرء ملامح الشيخوخة، هو الضامن الأساسي لانتعاش صناعة مستحضرات التجميل على مستوى العالم."

---

[8]http://www.alarabiya.net/ar/aswaq/economy/2013/04/13/170%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%B1%D9%85%D8%A8%D9%8A%D8%B9%D8%A7%D8%AA%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AD%D8%B6%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D9%85%D9%8A%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D9%85%D8%B3.html

وأضاف أن الدراسات أثبتت أن شراء مستحضرات التجميل بالنسبة لـــ95% من المستهلكين جزء أصيل من إنفاقه الشهري، وقال "قد قمنا أخيرا بدراسة محلية أثبتت أن المستهلكين وخاصة النساء لا يستطيعون اتخاذ قرار بالتوقف عن شراء مستحضرات التجميل، قد يقومون بتغيير النوعية والكمية، لكنهم لا يتوقفون أبدا عن الشراء."

من جهتها، تعتقد الدكتورة سيني ديفيد أستاذة اقتصاديات السوق في جامعة مانشيستر أن مستقبل صناعة مستحضرات التجميل سيشهد تغيرا ملحوظا في السنوات القليلة المقبلة، وتقول إن الصناعة ستشهد نوعين من التغييرات، يرتبط الأول بمزيد من التحول إلى صـــناعة كثيفة الاســـتخدام لرأس المال وليس الأيدي العاملة.

وتنقسم صناعة مستحضرات التجميل إلى 5 فروع رئيسية، هي مستحضرات العناية بالبشرة، وتأتي في مقدمة المبيعات، إذ تحظي بـــــ27% من إجمالي الطلب، ثم كل من الماكياج ومســتحضــرات العناية بالشعر، ويستحوذ كل واحد منهما على 20% من المبيعات، ثم العطور وتستحوذ على 10%، في حين تستحوذ باقي المنتجات على 23.%

والتحدي الأكبر يكمن في دمج المواد والأعشاب الطبيعية في الصناعة بطريقة أكبر مما هي عليه الآن. وتعزو أدرين ذلك إلى الوعي والإدراك المتنامي لدى المستهلك بكل من مخاطر الاستعمال الكثيف للمواد الكيميائية على صـــحته، وأيضـــا الوعي البيئي المتزايد خاصـــة لدى الأجيال الشـــابة في أوروبا وأميركا الشمالية وأستراليا.

وتشـير الأرقام المتاحة إلى بلوغ عمليات الشـراء لمسـتحضـرات التجميل عبر الإنترنت في أميركا 7.2 مليار دولار في عام 2010، ومثلت عمليات الشـراء والبيع عبر الشـبكة نحو 4 في المائة من إجمالي المبيعات العالمية.

وفي العالم العربي، أشارت دراسة لشركة الأبحاث "يورو مونيتور إنترناشيونال" إلى أن سوق مستحضرات التجميل والعناية بالجمال قد زادت في العالم العربي إلى 300 في المائة في الأعوام الثلاثة الماضية، بعد تزايد اهتمام الرجال والنساء على حد سواء، وشغفهم بمنتجات العناية بالصحة ومستحضرات التجميل.

وبلغ إجمالي مبيعات أدوات التجميل ومسـاحيقه في المنطقة العربية 2.1 مليار دولار، ما جعل هذه المبيعات الأعلى في معدلات استهلاك مستحضرات التجميل، خاصة العطور، على المستوى العالمي، حيث بلغ متوسط قيمة مشتريات الفرد الواحد 334 دولارا، تشكل النساء الخليجيات النسبة الأكبر منها.

الإشتراطات الفنية

عند القيام بتصميم داخلي لأي مشرع سواء تصميم خارجي او داخلي ، لابد من جمع المعلومات الكافية عن هذا الفراغ من حيث المساحات الداخلية والاتجاهات والواجهات الواقعة على الشوارع ، والغرض الرئيسي من تصميم الواجهة والتي تلعب دور كبير في تحديد هوية الفراغ الداخلي للمعرض.

وعند تصميم اثاث العرض يجب ان يتم مراعاة ارتفاعاتها حيث يجب ان تكون ما بين 85-95سم لتتناسب مع الزبون وأفقيا ، و55-75سم من اجل الزبائن الجالسين ومن الممكن ان تكون هذه الطاولة عبارة عن كاونتر خدمة للزبائن.

الارضيات : يجب اختيار الخامة مناسبة لدرضيات بحيث تتلاءم مع لون التصميم المقترح وتوفير المتانة المناسبة ان تكون مقاومة لاحتكاك نظراً لكثرة الحركة في المعرض وان تكون غير زلقة وسهلة الصيانة والتنظيف وغالبا ما يتم اختيار ارضيات الرخام والبلاط الصيني او السيراميك.

الاسقف : هناك انواع كثيرة للأسقف فمنها البلاستيكي ومنها الجبصي او من الفلين والمواد المركبة وبأشكال وتصميمات مختلفة . ولا تقتصر أهمية الأسقف على الناحية الجمالية فحسب ، بل انها بمثابة غطاء لتمديدات التكييف والوصلات الكهربائية والصحية ولها اهمية ايضا في توزيع الاضاءة بما يتناسب مع التصميم الداخلي للمشروع.

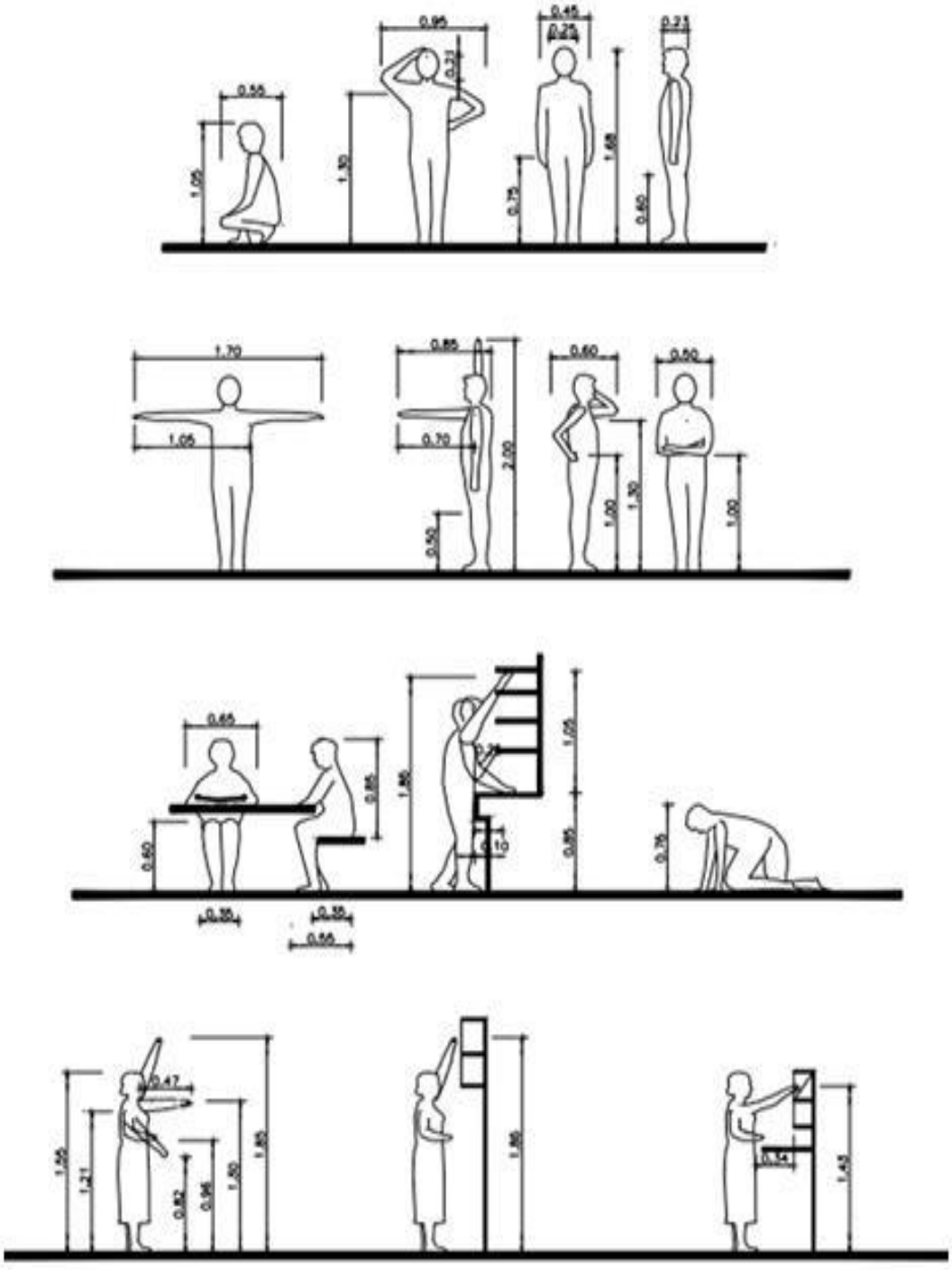
اثاث المعرض : تتنوع تصاميم الفترينات ووحدات العرض بحسب نوع التصميم وفكرته والبيئة المستهدفة ،إلا ان اهم اعتبار لابد من مراعاته هو القياسات العالمية والتصميم بما يتناسب مع قياسات الانسان.

اما الخامات المستخدمة التصميم فتختلف من تصميم لأخر ولكن الهدف الرئيسي هو توفير طريقة عرض مناسبة للمنتج ليكون ظاهر بطريقة جميلة وتجلب نظر الزبون وتسهل علية تناولها والإطلاع على ما يهمه من تفاصيل دون عناء او اتلاف المنتج.

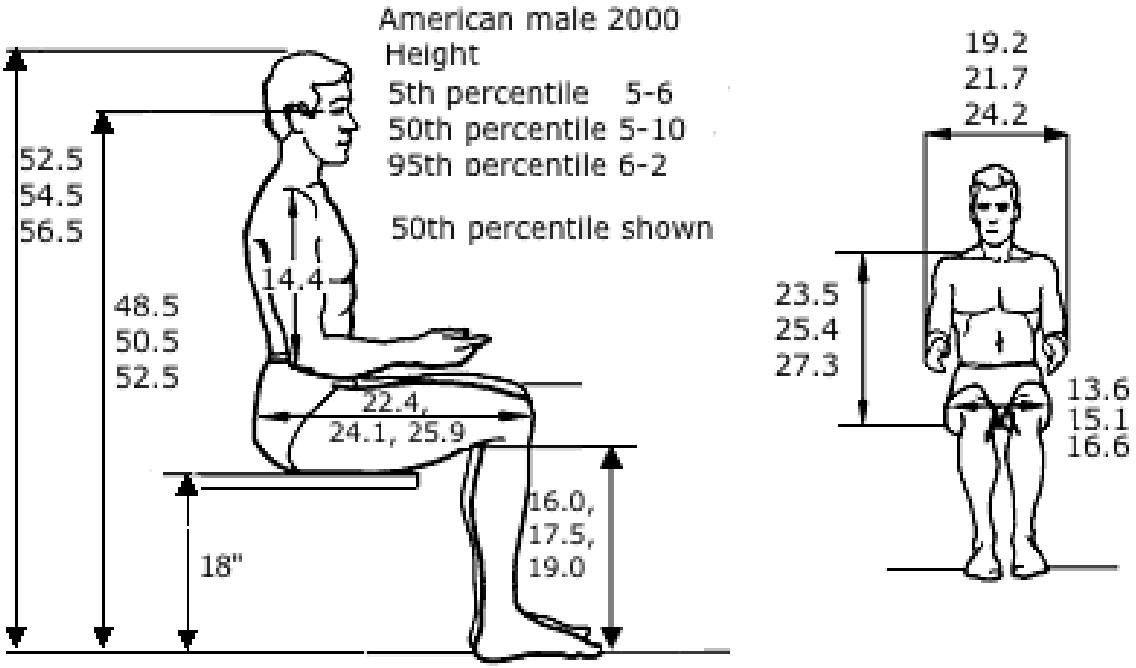
شروط عامة يستلزم تواجدها عند اختيار الموقع هي:

1. سهولة الوصول الية.
2. ان يتناسب مع عدد الجمهور المتوقع.
3. طبيعة المنطقة المحيطة بالمعرض و الزوايا التي يرى منها الموقع.
4. نوعية المعرض مع اختيار الموقع المناسب له ودراسة علاقته بالمدينة التي سيتم تنفيذه فيها.

المقاييس النموذجية



Anthropometric Dimensions for American Male



msis.jsc.nasa.gov/sections/section03.htm

الفصل الثالث :

المشروع المقترح

النتائج

التوصيات

المشروع المقترح

أ. المقدمة :-

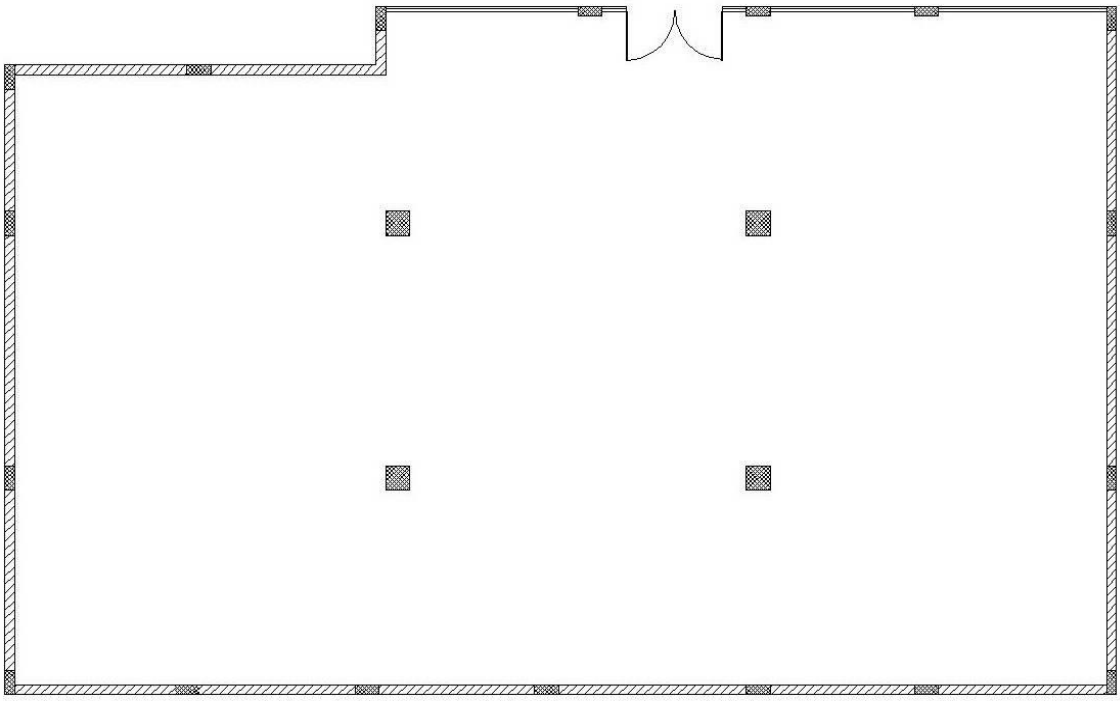
1. تعريف الحالة الدراسية :

عن المشروع: معرض متسحضرات تجميل .

مساحة المشروع: 303.25متر مربع.

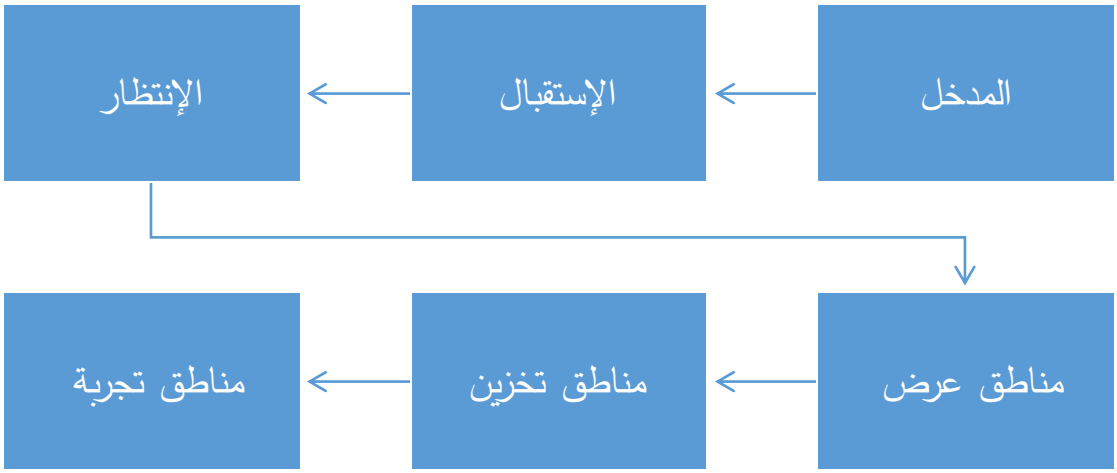
موقع المشروع: تم اختيار مخطط أفقي لمعرض في مجمع تجاري في رامالله / فلسطين.

1. المخطط الأفقي للمشروع المقترح :



رسم توضيحي 34 : مخطط أفقي للمشروع المقترح .

ب.العلاقات الوظيفية للمشروع المقترح:-



رسم توضيحي 35 : العلاقات الوظيفيه للمشروع المقترح .

ت.تحليل النسب والمساحة الداخلية للمشروع المقترح:-

ستتوزع المساحات الداخليه للمشروع لتشمل :

- المدخل: يأخذ من المساحة الداخلية : 5%.
- منطقة الإستقبال: وتشمل منطقة المحاسبة، وتأخذ من المساحة الداخليه ما نسبته:10%
- منطقة الإنتظار: تأخذ ما نسبته : 4%.
- منطقة العرض: وتشمل منطقة عرض لمستحضرات التجميل ، والعطور نسبته : 55%.
- منطقة التخزين: تأخذ من المساحة الكلية ما نسبته: 15%.
- منطقة التجربة : تأخذ من المساحة الكلية ما نسبته :11%.

ث.أسلوب التصميم المتبع:-

سيتم اتباع اسلوب ما بعد الحداثة (Post Modern) في التصميم لهذا المشروع.

ج. الإضاءه وتوزيعها:-

الإضاءة المستخدمه في المشروع إضاءة صناعية، سيتم استخدم انواع متعدده منها وتقسم إلى نوعين :

- إضاءة الغير مباشرة: ستيم استخدام الإضاءة الغير مباشرة والتي تساعد على إنارة المكان، وذلك باعتماد مبدأ تشتيت الإضاءة في المكان، مع مراعات عدم تأثيرها على ألوان المستحضرات ، حيث من المقترح ان تكون ذات نوع T5 Power LED.
- إضاءة المباشرة (الموجهة): سيتم استخدم الإضاءة الموجهة من نوع (Spot High Power LED).
- الإضاءة التجميلية (المخفية) : سيتم استخدام الإضاءة التجميلية في الأسقف والجدران حسب التصميم المقترح لتعطي ناحية تجميليه من نوع (LED Rope Light).

ح. الألوان المستخدمة:-

- الأبيض :- نجد إن لذلك اللون تأثير قوي في إدخال مشاعر الهدوء و السلام والطمأنينة على الأشخاص ، وهو لون نقي ويرتبط بالاضاءة و النقاء و يعطي ميزة زيادة المساحات.
- الذهبي :- يعطي اللون الذهبي الاحساس في الفخامة.
- الاسود :- اللون الأسود تربطه علاقة بالقوة والأناقة والرسميات ويعطي شعور بالعمق، ويساعد الألوان في إبراز الالوان.

خ. الخامات المستخدمة:-

سيتم استخدام مجموعة من الخامات المرشح استخدامها وهي على النحو التالي :

الخشب، الحديد ، الزجاج ،الجبص .

النتائج

من خلال دراستي لهذا البحث ورؤية عدة معارض في مدينة نابلس تم الكشف عن العديد من السلبيات التي تواجه معارض مستحضرات التجميل في تصميمها الداخلي ومن أهمها :-

1. عدم استخدام نظام تهوية مناسب مما يعمل على تلف بعض المستحضرات بسرعة أكبر.
2. عدم إتباع أسلوب معين في تنظيم وترتيب فترينات العرض أو منطقة الاستقبال والمحاسبة.
3. لم يتوفر في جميع المعارض التي تم زيارتها أي أماكن لتجربة مستحضرات التجميل.
4. عدم التنويع في نوع الإضاءة المستخدمة من حيث استخدام الإضاءة المخفية، المنتشرة، أو الموجهة.
5. لم يهتم التاجر لوجود جلسات لخدمة راحة الزبون أثناء الشراء.
6. استخدام الإضاءة الملونة على المنتجات وعدم تمكن الزبائن من شراء المنتجات المطلوبة الصحيحة وعدم توفر الإضاءة المائلة للإضاءة الطبيعية من حيث اللون.

التوصيات

بعد الدراسـات التي تم القيام بها في هذا البحث وبالأخص في دراسـة الحالات المحلية في مدينة نابلس حيث من الواضـح افتقارها لمعرض مستحضرات تجميل فيه الاحتياجات والمتطلبات التي يجب أن تتوافر في هذه المعارض ومن هنا يجب تقييم التوصـــيات التي من خلالها يتم عرض أهم الأمور التي يجب مراعاتها عند القيام بالتصميم الداخلي لهذه المعارض ومن أهمها :-

1. مراعاة منطقة الدخول والخروج من حيث المساحة واستخدام ألوان وتصميم يجذب نظر الزبون بطريقة تعكس التصميم الداخلي للمعرض .
2. على المصمم استخدام الإضاءة القريبة من الطبيعية على مستحضرات التجميل حتى لا تعمل على تغير لون المنتج.
3. مراعاة مسارات الحركه بين فترينات العرض.
4. التنوع في استخدام الإضاءة على كافة أشكالها وأنواعها وتوزيعها بشكل مناسب ومريح للعين.
5. وضع مناطق خاصة لتجربة المنتجات لزبون حتى يثق بالمنتجات قبل الشراء.
6. توفير نظام تهوية مناســب يســاعد لتهيئة جو مناســب للمعرض ويعمل على الحفاظ على المنتجات.

المراجع

Frivole, p. p. (2012, Augast 01). *https://www.dezeen.com/2012/08/01/frivole-prestige-perfumery-by-theza/*. Retrieved from Dazeen : https://www.dezeen.com

http://mawdoo3.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB_%D8%B9%D9%86_%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AD%D8%B6%D8%B1%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D9%85%D9%8A%D9%84. (n.d.).

http://mawdoo3.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB_%D8%B9%D9%86_%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AD%D8%B6%D8%B1%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D9%85%D9%8A%D9%84. (n.d.).

http://raseef22.com/life/2016/01/24/%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%AE%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AD%D8%B6%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D9%85%D9%8A%D9%84%D8%8C%D8%B2%D8%A7%D9%88%D9%8A%D8%A9%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF%D8%A9-%D9%84/. (n.d.).

http://www.alarabiya.net/ar/aswaq/economy/2013/04/13/170-%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%B1%D9%85%D8%A8%D9%8A%D8%B9%D8%A7%D8%AA%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AD%D8%B6%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D9%85%D9%8A%D9%84-%D9%81%. (n.d.).

http://www.albawaba.com/ar/%D8%B5%D8%AD%D8%AA%D9%83%D9%90%D9%88%D8%AC%D9%85%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%90/%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AD%D8%B6%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D9%85%D9%8A%D9%84-%D9%85%D8%A7-%D9%85%D9%83%D9%88%D9%86%D8%A7%D8%AA%D9%87%D8%A7-. (n.d.).

http://www.thevmspace.com/home/page/88. (n.d.).

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AD%D8%B6%D8%B1_%D8%AA%D8%AC%D9%85%D9%8A%D9%84. (n.d.).

فهرس الأشكال

رسم توضيحي 1 : خطة بحث 6

رسم توضيحي 2 : معرض مستحضرات تجميل في بولندا 7

رسم توضيحي 3: المسقط الأفقي لمعرض مستحضرات تجميل في بولندا 8

رسم توضيحي 4: المعرض من الداخل 9

رسم توضيحي5 :ظريقة عرض المنتجات داخل معرض متسحضرات التميل في بولندا 10

رسم توضيحي 6: الواجهة الخارجية لمعرض مستحضرات تجميل في بولندا 11

رسم توضيحي 7: العلاقات الوظيفية لمعرض مستحضرات تجميل في بولندا 12

رسم توضيحي 8 : طريقة الحركة داخل المعرض 13

رسم توضيحي 9 : توزيع الحركة داخل المعرض 13

رسم توضيحي 10: تصميم المقطع في معرض المستحضرات في بولندا 15

رسم توضيحي 11: توزيع الاثاث في معرض مستحضرات في بولندا 16

رسم توضيحي 12 : توزيع فترينات العرض والأثاث في معرض مستحضرات التحميل في بولندا. 16

رسم توضيحي 13 : الإضاءة المستخدمة في معرض مستحضرات تجميل في بولندا 17

رسم توضيحي 14 : الإضاءه المخفية المستخدمة في بعض الأماكن 18

رسم توضيحي 15 : اللون الذهبي في القواطع 19

رسم توضيحي 16 : قاطع من الفولاذ مطلي باللون الذهبي من الخارج وباللون الأبيض من الداخل 20

رسم توضيحي 17 : خامة الستانلس ستيل واستخدامها في قواعد الفترينات 21

رسم توضيحي18 معرض مستحضرات تجميل في دبي 22

رسم توضيحي 19 المسقط الأفقي لمعرض مستحضرات تجميل ماك في دبي 23

رسم توضيحي 20 مناطق العرض داخل معرض مستحضرات التجميل في دبي 24

رسم توضيحي21 الواجهة الخارجية لمعرض مستحضرات تجميل في دبي. 24

رسم توضيحي 22 الإضاءة داخل معرض مستحضرات التجميل 26

رسم توضيحي23 الخامات المستخدمة داخل معرض مستحضرات التجميل ماك في دبي 27

رسم توضيحي24 معرض مستحضرات تجميل في نابلس. 28

رسم توضيحي 25 مخطط مسقط افقي لمعرض مستحضرات التجميل. 29

رسم توضيحي26 كيفية توزيع المساحات وعلاقة المناطق ببعضها 30

رسم توضيحي27 كيفية توزيع المساحات وعلاقة المناطق ببعضها 30

رسم توضيحي28 تصميم الواجهة الخارجية لمعرض مستحضرات التجميل 31

رسم توضيحي29 العلاقة الوظيفية لمعرض مستحضرات التجميل. 32

رسم توضيحي30 مسار الحركة في معرض مستحضرات التجميل 32

رسم توضيحي 31 استخدام الخشب في مناطق العرض 34

رسم توضيحي 32 مستحضرات تجميلة. 36

رسم توضيحي 33: مكحلة من الأسرة الـ 18 الفرعونية.....41

رسم توضيحي 34 : مخطط أفقي للمشروع المقترح 51

رسم توضيحي 35 : العلاقات الوظيفيه للمشروع المقترح 52