



الاسس التصميمية للمراكز التجارية الترفيهية (مركز خدمات مجاورة سكنية كبرى)

المقدمة :

المراكز الخدمية التي تخدم مجاورات سكنية لابد من توافر جميع ما يحتاجه السكان فيها وذلك لتوفير احتياجاتهم وتوفير الرفاهية لهم وكذلك منع الازدحام في مراكز المدينة والمراكز الخدمية لابد توافر فيها العناصر التجارية : مثل محلات الملابس وادوات التجميل والاكسسوارات والالكترونيات والهدايا والادوات الرياضية والمنتجات الجلدية ومنتجات العناية بالبشرة وكذلك العناصر الترفيهية : مثل صالات الالعاب والجيم والكافيتيريات محلات بيع الالعاب وكذلك العناصر الثقافية :مثل المكتبة ومنفذ بيع الكتب وقاعة للندوات الثقافية وكذلك العناصر الدينية : مثل المسجد والكنيسة ودور العبادة عموما فلا بد من المركز الخدمي توفير المتطلبات الاساسية والفرعية لسكان المنطقة المحيطة وسوف نتناول في هذا البحث اسس تصميم المراكز التجارية والترفيهية

•الشروط الواجب توافرها عند اختيار موقع المركز التجاري:

- أن يكون الموقع قريب جداً من الطرق الرئيسية ووسائل المواصلات العامة.
- أن تكون قطعة الأرض المختارة مناسبة من حيث الشكل والمساحة.
- توفير المسطحات الكافية لانتظار السيارات, وتكون على نحو(10 أماكن انتظار لكل 1000 قدم مربع) من مساحة المحلات التجارية .
- سهولة الوصول للمركز من (10- 15 دقيقة) من داخل نطاق تخديم المركز , ونحو (25 دقيقة) من خارج النطاق وذلك باستخدام السيارة أو وسائل نقل عامة .
- يجب أن يحاط الموقع بعناصر (Landscape) مناسبة .
- أن يكون في مكان تتحمل فيه شبكات الطرق المحيطة للضغوط المرورية التي سيحدثها وجود المركز .
- يفضل الموقع المتصل بطريق سريع واحد أو أكثر (لأن المركز التجاري عنصر يعتبر جذب للسيارات المارة) .



تنسيق الموقع :

أولاً :خارجياً:

استخدام الأشجار الطبيعية وأشجار لا تحتاج إلي الكثير من العناية, يجب أن توزع بشكل يؤكد الممرات مع تظليل أماكن الجلوس

ثانياً : داخلياً :

يجب أن يشمل العديد من العناصر النباتية والمائية وتغير المستويات والألوان كما يجب أن تشتمل علي مقاعد داخلية .
الإضاءة : يجب أن تكون مناسبة للشجيرات والزهور ويجب ألا يؤدي استخدام الشجيرات إلي إحداث تشويش علي رؤية المتاجر واللافتات الداخلية , ويجب أن تتحمل الشجيرات والمزروعات الحرارة والرطوبة الداخلية ويفضل استخدام نباتات دائمة الخضرة , كذلك يجب أن تعطي الحوائق انطبعا جيدا للمتسوقين وتدفعهم للصعود إلي الأدوار العلوية .

اللافتات والعلامات الإرشادية :

هي التي ترشد المتسوقين أماكن واتجاهات معينه بمركز التسوق مثل أماكن الخروج أو دورات المياه أو سلالم الهروب , يجب أن تكون الإرشادات بسيطة وبحروف واضحة ومن لون واحد تثبت علي خلفية متبادلة معها , كما يجب أن تكون بعيدة عن متناول اليد علي ارتفاع 2.5 م عروض المتاجر :



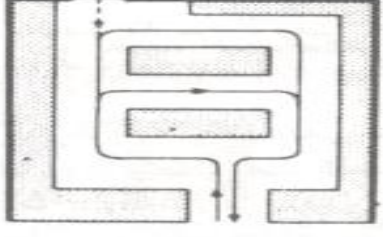
يجب اختبار أبعاد تتناسب مع وضع نوافذ العرض والكاونترات.

العناصر المعمارية في المركز التجاري :

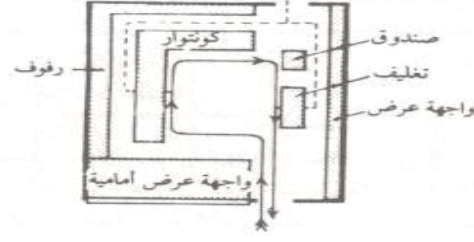
المدخل :

مداخل المركز التجاري لابد أن تكون واضحة و مؤكدة والمطلوب أن توحى بالعظمة والفخامة لأنها منطقة انتقالية من الخارج إلى الداخل ، و يستحب استخدام مواد ذات جودة عالية إضافة إلى أن عناصر التشجير و المزروعات بالمداخل تعزز أهمية المركز التجاري . أيضا ارتفاع وعرض

المداخل يجب إن يتناسب مع الواجهات الخارجية والداخلية لأنه إذا ما كانت هذه المداخل منخفضة وغير مضاعة جيدا فأنها تشكل عائقا أمام جذب المتسوقين لمركز التسويق لذا فان المداخل يجب إن تكون ذات تميز خارجي شديد .



(4) - لا فصل بين الزبائن والبايعين ،
و مجموع صالة البيع يخدم إلى الزبائن « خدمة ذاتية » .



(3) - وضعية ذكية تسمح للزبائن بالمرور من المدخل إلى كوتشوار « قنطرة » البيع - ثم إلى الصندوق والتغليف ، والخروج ثانية دون تقهقر « مثال لفرن » .

اشتراطات المدخل :

- الابنية التي تزيد عن 1500 م2 من الساحة المستخدمة تجهز كافة الباحات الضرورية التي يتم بلوغها بالسيارة بمداخل ومخارج بعيدة عن بعضها وتكون المداخل او الممرات بعض او ارتفاع < 3.5 م .
- العرض المهيا للارض بين واقية الجدران وحافة الرصيف < 2.3 م و 25 سم فوق الارض . اذا كانت مخارج الزبائن تقود الي الفناء فيلاحظ احداث رصيف < 80 سم من العرض السابق .
- مسافة كل نقطة بالنسبة للمدخل > 25 م .
- منافذ للدراج ومخارج وممرات رئيسية من اجل المشتريين بعرض < 2 م .
- وجود مخرجين علي الاقل في الطابق الارضي الي الشارع ، عرض المخرج < 1.5 م ، اما في القبو فيكون < 1.1 م .

• تفتح ابواب الخروج نحو الخارج مع مقبض بارتفاع 1.5 م من سطح الارض من اجل الفتح من الداخل ، ولا توجد ابواب جرارة ، كما لا تعتبر الابواب الدوارة كابواب ، كما يجب ان لا تزعج ابواب المخرج المفروضة ويجب ان تفتح بمقبض علي كامل عرضها . ان العرض الكلي الحر للابواب المستحقة من اجل التفريق للطابق الارضي يجب ان تكون علي الاقل 30 سم من اجل كل 100 م2 او جزء من 100 م2



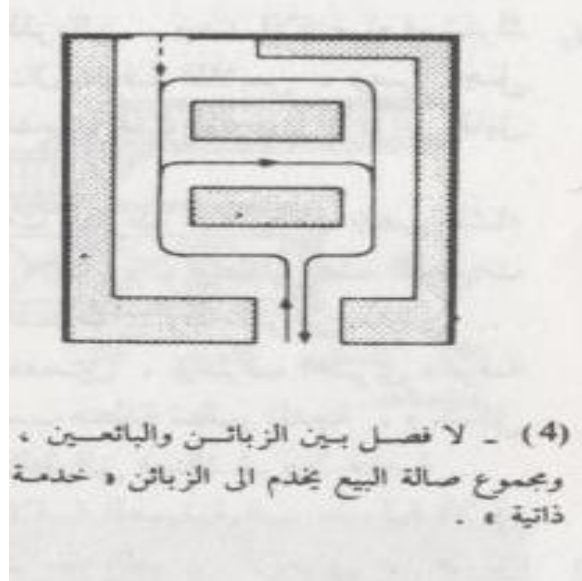
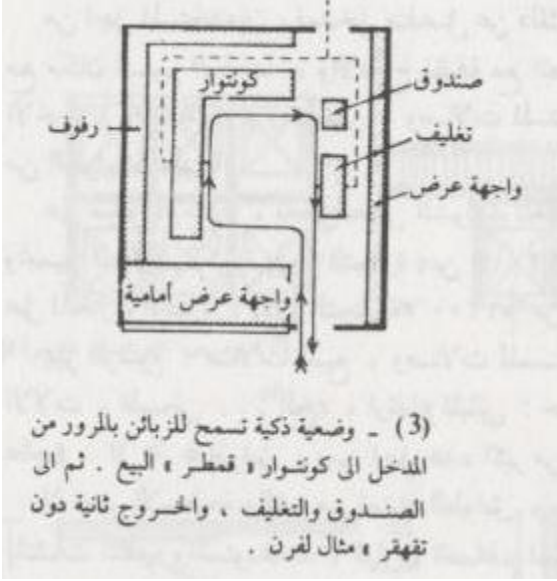
صالات المدخل الرئيسية :

تتجمع عندها مسارات الحركة بمركز التسوق وقد يتواجد بها أنشطة العروض الموسيقية أو تستغل أجزاء منها ككافيتريات مفتوحة أو كمعرض للسيارات ، مع مراعاة الإضاءة و تحمل الأرضيات لكمية الأحمال الحية الواقعة عليها ويستفاد من الساحات الرئيسية كسر الملل الزائد الناتج عن ممرات التسوق الطويلة .



محاور الحركة :

من أهم العناصر ولها دور كبير في نجاح المشروع أو فشله نظراً لضخامة عدد المستخدمين المتوقع فينبغي أن يتحقق أكبر قدر من الراحة للمستخدمين وأعلى كفاءة في الاستخدام كما يجب مراعاة الوضوح وسهولة الاستعمال والمرونة سواء في محاور الحركة الرأسية أو الأفقية لتلائم السعة المتوقعة كما يجب العناية بدراسة بداية المحور ونهايته لأنهما يشكلان مناطق قوية لوضع العناصر المهمة مع مراعاة وجود حركة جمهور وحركة عاملين.



وتنقسم الي :

عناصر الحركة الأفقية للممرات التجارية :

الممرات هي العنصر الذي يحدد شكل التسوق و تتكون من طرق رئيسية للمتسوقين تحيط بها المحلات التجارية من الجانبين بالإضافة إلى ممرات جانبية قليلة و يمكن أن تؤدي إلى نقطة أو أكثر من نقاط الالتقاء (الفراغات) و تقع المداخل الرئيسية لجميع المحلات الصغيرة على الممر التجاري الرئيسي أو على الممر الجانبي و أن كان ذلك غير مرغوب فيه .

الاشتراطات العامة لتصميم الممرات التجارية :

- يجب أن يكون تصميم الممرات التجارية بحيث توفر انسياب حركة المتسوقين لأقصى درجة .
- أن تكون في تخطيطها العام بسيطة و يسهل التعرف عليها .
- يجب أن تكون الممرات التجارية ذات طابع مبهج يؤدي إلى الاستمتاع بالسير بها هذا إلى جانب توفير بعض الأماكن للراحة و الاسترخاء و على هذا الأساس تعتبر الشجيرات الصغيرة و الزهور و النافورات و التماثيل من الجوانب الأساسية الهامة بالممرات
- يجب أن تؤدي نهايات الممر التجاري إلى عناصر الجذب بمركز التسويق .



أبعاد الممرات التجارية :

أولاً : عروض الممرات التجارية : يتم تحديد عروض الممرات التجارية بحيث يكون مناسباً لانتظار المتسوقين وحركتهم. وهي في الغالب لا تقل عن 5م

ثانياً : أطوال الممرات التجارية : يجب ألا يتعدى الممر التجاري عن 250 متر و إلا سوف يشعر المتسوق بالملل من طول الممر التجاري

أشكال الممرات التجارية :

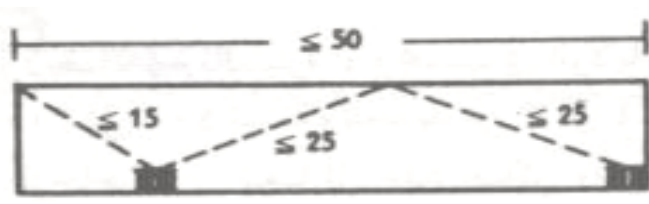
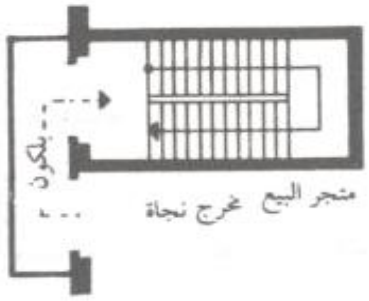
تأخذ الممرات التجارية إشكالات كثيرة فقد تكون خطية مستقيمة كما في مركز فيليزي بباريس أو خطية منكسرة على شكل حرف (L) أو على هيئة حرف (T) أو دائرية تحيط بالبهو الداخلي للمول .

. عدد الاشخاص الذين تتم حركتهم منذ الطابق الارضي = الكثافة × ارتفاع الطابق × عدد الطوابق ، حيث يستعمل 80 % منهم الادراج و 20 % يستخدمون المصاعد.



عناصر الحركة الرأسية :

يعتبر وضع عناصر الاتصال الرأسية مثل السلالم و المصاعد في غاية الأهمية و بصفة عامة فان السلالم الرئيسية والمصاعد ينبغي تجميعها أمام المدخل الرئيسي مباشرة و ذلك لكي يمر العملاء علي أقصى كمية من العرض و لا سيما أماكن السلع الرخيصة التي يتعرض غالبا بالأدوار الأرضية .



(4) مسافة عظمى لبيوت الدرج .

(2) ادراج نجاة لتاطحة سحاب .

السلالم

إن وضع الأدراج وعددها في هذه الأبنية مرتبط ارتباط وثيق بالحل المعماري بشكل أساسي وكذلك بالطابقية وبعدها الأشخاص المستخدمين للمبنى .

• يحسب 15 شخص من أجل مساحة 10 م² .

• تتباعد بيوت الدرج مسافة من 25 - 30 م .

• ويمكن استعمال الأدراج في نفس الوقت كأدراج هروب ، حيث يراعى في الإنشاء .

• أن تكون مقاومة للحريق ومقاومة للعوامل الخارجية .

• توفير مجموعة من المصاعد بالقرب منها خدمات وحمامات .

• يفضل أن يكون الدرج وخاصة في أدراج الهروب لأنها أسهل في الحركة وأسرع .

• الادراج التي يزيد عرضها عن 2 متر يجب ان تحتوي علي درابزون اضافي وعلي الزبائن ايسخدموا الادراج الالية التي تعمل بشكل دائم ، والمصاعد تخدم فقط الحركة السريعة نحو هدف محدد

• عدد الزبائن في طوابق البيع يتراوح من (45 - 80) / س / 100 م² . عدد الاشخاص الذين تتم حركتهم منذ

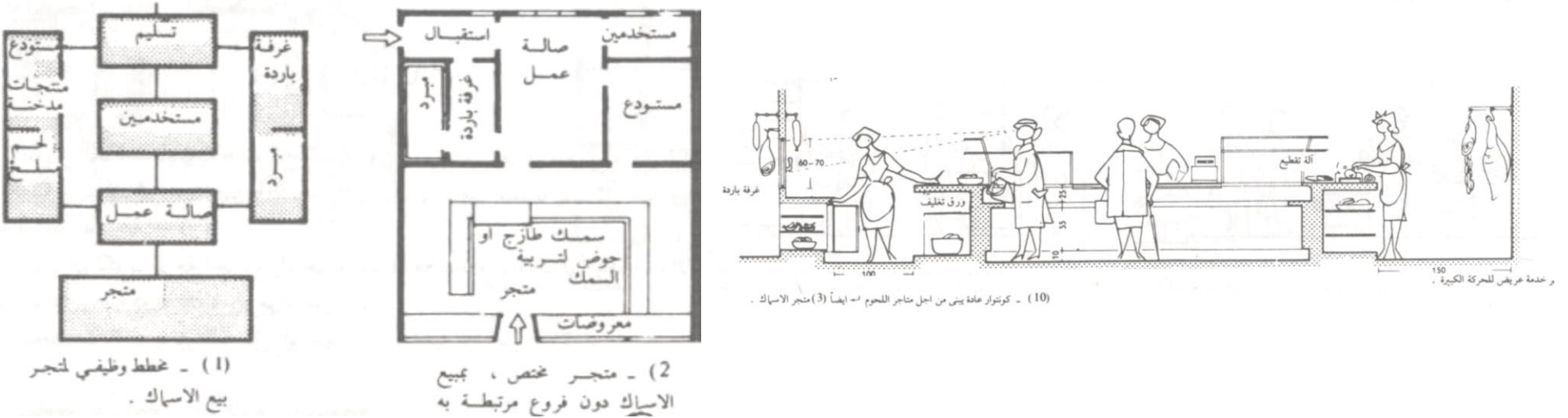
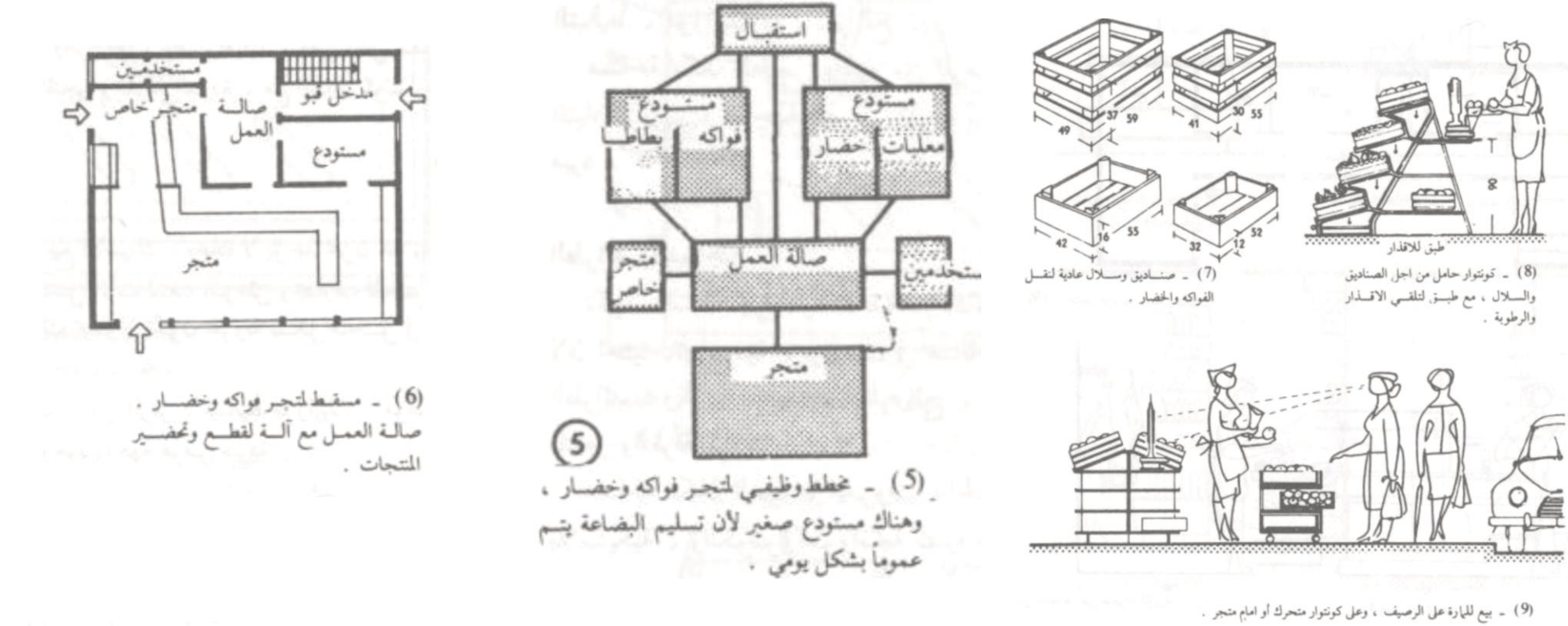
الطابق الارضي = الكثافة × ارتفاع الطابق × عدد الطوابق ، حيث يستعمل 80 % منهم الادراج و 20 % يستخدمون المصاعد



•المحلات الملحقة

•محلات الخضروات و الفواكه :

تحفظ الخضار الطازجة بمنأى عن الحرارة وليس بتبريدها. وحتى تكون بذلك قياسية أو جاهزة للطبخ، كما تحفظ بعض الخضراوات - مثل البطاطا - في مناطق مظلمة، ويتم تخزين الفواكه في غرف معتمة ذات هواء بارد "1 - 5" مع رطوبة من 85 - 95% وتستخدم الثلاجات من أجل البضائع المثلجة. أما بالنسبة للجدران عموماً قابلة للغسيل، البضائع توضع تحت الحواجز الشبكية أو أحواض للأقدار التي تسقط منها.



•متاجر الأقمشة :

وغالباً ما تكون ملحقة بالألبسة الجاهزة ومخازن البياضات والخياطة والملابس المنسوجة، حيث توضع الأصناف بطريقة يقع فيها تحت عين الناظر، كما يستفاد من ضوء النهار من أجل فحص الألوان، ولا يجب أن تؤخذ رفوف بارتفاع أكثر من 2.20م ومساحات العرض يجب أن تكون ملاءم بطريقة ينزلق معها القماش جيداً دون أن يخدش، كما وأن ارتفاع طاولات العرض يجب أن تكون ما بين 85 - 95سم من أجل الزبون وقوفاً و 55 - 70سم من أجل المشتري جالساً .

وجود غرفة مقاس لقياس الملابس يسهل على المشتري ويعطي الراحة النفسية عند شراءه الملابس وكذلك منعاً للإحراج بسبب عادات وتقاليده المجتمع، وتكون أبعاد هذه الغرف عادة: 1.10 × 1.15 متر.

