

ثالثاً: المجمعات التجارية

العناصر الأساسية للمجمع التجارى

عناصر المجمع التجارى

ستوديو خاص بالعرض

الورش

غرف المخزون

منطقة العرض

مساحة المبيعات

مساحة المبيعات :-

تحدد مساحتها على أساس الكميات المتاحة من السلع وسياسة المجمع التجارى. ولذلك توجد مرونة فى تحديد مساحات المبيعات.

منطقة العرض:-

هى مساحة ضرورية يجب توافرها فى المجمع التجارى لعرض المنتجات والكماليات.

غرف المخزون:-

هى مساحة من المجمع التجارى تستخدم للتخزين والفرز والتفريغ والتعبئة . وينبغى أن تكون قريبة من مناطق المبيعات مباشرة وتنظم هذه العملية بإستخدام الكمبيوتر.

الورش:-

ينبغى أن تحتوى على غرف لصيانة الاجهزة الموجودة بالمجمع التجارى .

ستوديو خاص بالعرض:-

يحتوى على المعروضات للسلع الموجودة داخل المجمع التجارى.

الإعتبرات التصميمية للمجمعات التجارية

١- إشتراطات عامة للتصميم

- ☐ ملائمة المستوى الإقتصادى والإجتماعى والبيئى للسلع مع إحتياجات السكان فى المنطقة.
- ☐ ينبغى ان يعكس التصميم المعمارى للمجمع التجارى الانشطة التجارية المراد تنفيذها.
- ☐ يراعى فى تخطيط المجمع التجارى تنسيق الاماكن بحيث تساعد على رؤية السلع المعروضة.
- ☐ إستخدام مواد بناء سهلة الحركة لتسهيل عرض السلع.
- ☐ توفير الإضاءة المناسبة للسلع المعروضة داخل الواجهات الزجاجية.
- ☐ وضع الخزينة فى مكان محورى لتسهيل الدفع والتسليم للبضائع والمشتريات.
- ☐ تزويد المجمع بأماكن لإستراحة الزبائن.
- ☐ تقسيم مناطق الاقسام المختلفة والمرافق المساعدة لها.
- ☐ ضرورة وجود سلاالم هروب .
- ☐ تحتاج البدرومات إلى التهوية السليمة الكاملة
- ☐ يتراوح عدد الطوابق فى المجمعات التجارية عادة بين ٤:٥ طوابق ولا يحسب البدروم ضمن هذه الطوابق. ويفضل عدم وجود بدرومات عميقة .

- ☐ إظهار الوحدات التجارية الموجودة فى الطوابق العليا للمتسوقين فى الطوابق السفلى.
- ☐ الإرتفاعات النظيفة للمحلات من ٤,٥٠:٣,٧٥ متر. أما الدور الارضى فيمكن أن يتراوح بين ٤,٥٠:٤ متر .
- ☐ والدور الاخير من ٣:٤ متر.
- ☐ المسافات بين محاور الاعمدة ممكن أن تكون (٦-٧-٩) متر لتتوافق مع طريقة تأسيس الفراغات.
- ☐ الفصل بين مداخل المشتريين والعمال والبضائع.
- ☐ وجود النوافذ أعلى الأرفف لتسمح بدخول إضاءة طبيعية إلى عمق الفراغ وتعطى احساس بالراحة.
- ☐ الأبعاد المناسبة للأثاث المستخدم للمعروضات ٢,٠٠*٠,٦ متر .كما ان ابعاد الاعمدة تؤثر على أبعاد الأثاث.
- ☐ يجب توافر ممرات عرضية بعرض ٠,٦م وممرات طولية بعرض ٠,٨م.
- ☐ يراعى تقسيم المتاجر إلى مساحات لا تزيد كلاً منها عن ٢٥٠٠م بحوائط مقاومة للحريق. وفتحات الأبواب لا تزيد عن ٢,٥*٢,٥م وتكون مقاومة للحريق.



توضيح للإضاءة الصناعية المستخدمة داخل المحلات



التصميم يعكس النشاط التجارى للمجمع.



إستخدام الفواصل سهلة الحركة لتقسيم مناطق العرض



توضيح وجود الخزينة فى مكان محورى



لقطة من الطابق الارضى تظهر الأدوار المتكررة للمجمع التجارى



لقطة للمدخل الرئيسى للمتسوقين.



توضيح للأثاث المستخدم بالمجمعات التجارية (الغذائية).

- ❑ توفير الخصوصية داخل بعض المحلات المختلفة كمحلات المجوهرات.
- ❑ لا تزيد المسافة بين الحوائط المقاومة للحريق عن ٥٠ م. ولا يزيد المسافة من أقصى نقطة لأقرب سلم هروب عن ٢٥ م.
- ❑ تغليف وتسليم البضائع للمشتريين تتم بعيداً عن مسارات حركة المتسوقين.
- ❑ تحديد عدد المشتريين بالمتجر على أساس ١٥ فرد لكل ٢١٠ م^٢ بعد طرح ٣٣% مساحة الاثاث.
- ❑ تحسب مساحة الأبواب والمخارج بالدور الأرضي بواقع ٣ سم لكل ٢١٠٠ م^٢ من مساحة المتجر.
- ❑ لا يقل عرض الباب عن ١,٥ م ولا يسمح باستخدام الأبواب الجرارة ولا تحسب الأبواب الدوارة ضمن عروض الابواب.
- ❑ لا يقل عدد المخارج عن مخرجين. وتكون قريبه من مواقف السيارات.

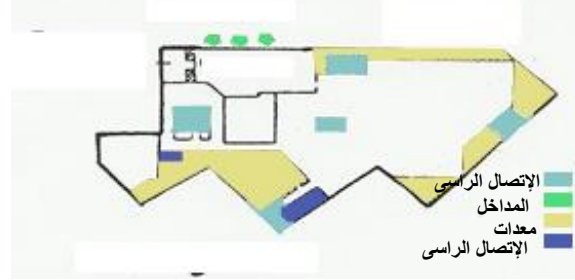
٢- أقسام المجمع التجارى

- ❑ الطابق الأرضى « توجد به السلع البيع السريع والأشياء الصغيرة».
- ❑ الميزانيين « توجد بها منتجات الزجاج والصينى والسلع الكهربائية».
- ❑ الطابق الاول « يوجد بيه محلات بيع الملابس».
- ❑ الطوابق العليا « توجد بها الموبيليا والسجاد والموكيت والاقمشة وتوجد بها أيضاً مساحة للعرض ومساحة للمطعم».
- ❑ أعلى المبنى « يشتمل على مكاتب العاملين والإداريين والإدارة المالية».

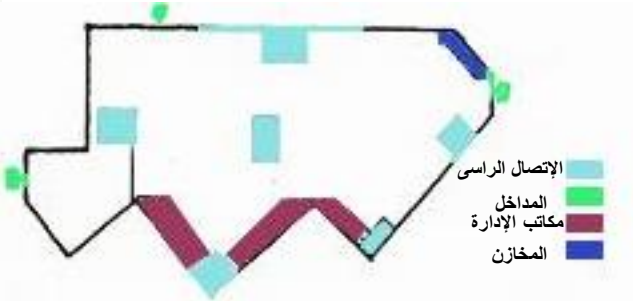
يحتاج كل طابق إلى منطقة بيع بعيدة عن المقاطعة لكى تسمح بالمرونة فى الأداء وتوزيع السلع على الأقسام.



مسقط أفقى للدور الاول



مسقط أفقى للبدروم



مسقط أفقى للدور الأرضى

٣- منافذ بيع المجمع التجارى

- ❑ يتصل بأماكن إنتظار السيارات الرئيسى ويقع فى مكان حيوى متصل بحركة المرور الخارجية .
- ❑ توجد مداخل للمشاة قريبة من الشارع وأماكن إنتظار السيارات وتفصل بين المداخل فائرينات عرض السلع لتجذب الانظار.
- ❑ يجب تسهيل تداول البضائع سوء كانت فى المستوى الأرضى أو البدروم أو السطح .
- ❑ تعتبر دورة البضاعة هى مرحلة دخول البضائع إلى غرفة الإستقبال أو غرف التخزين ثم إلى موقع البيع ومنها إلى مكان لف البضائع وإعطائها للزبون .
- ❑ البضائع المرتجعة تؤخذ أيضاً من الأقسام المختلفة إلى مكان المراكز .
- ❑ يجب أن يتوافر مصعد خاص بالبضائع خلاف مصعد الجمهور .
- ❑ يجب أن توفر مساحة لتفريغ البضائع ووضع الأحمال الزائدة .

٤- الإرتفاعات الداخلية للمتاجر

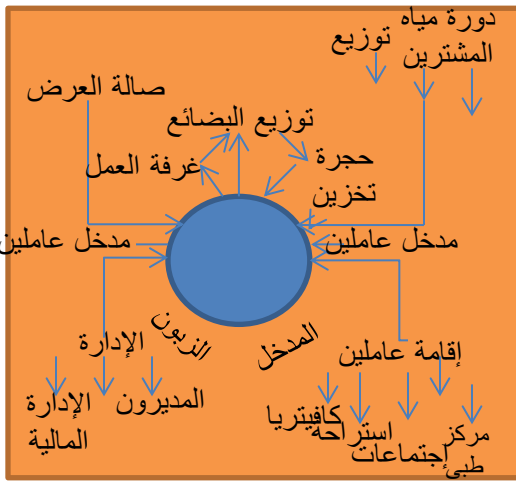
- ❑ تتراوح الإرتفاعات الداخلية للمتاجر من ٤,٥م : ٣م . والأرتفاع المناسب هو ٣,٦م ويجب توافر فراغ مناسب لأجهزة التكييف والتركيبات الكهربائية (أسقف معلقة).

٥- أعماق المجمع التجارى

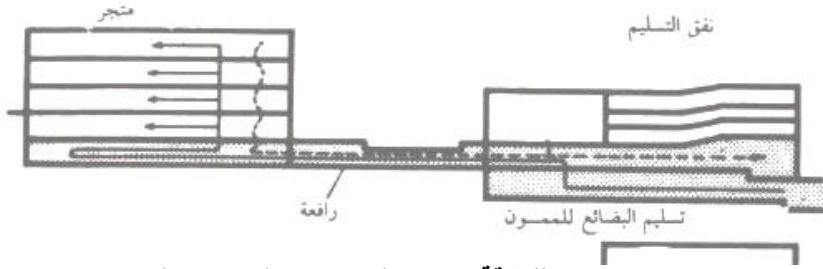
- ❑ المجمع التجارى ذو الطابق الواحد يكون بطول من ٤٢: ٣٦م فى العمق . وتزداد أحياناً فى المجمعات الكبيرة . وقد يقل امتداد العمق بنسبة ٢٠% : ٢٥% فى حالة تعدد الطوابق.

٦- حجرات المستخدمين

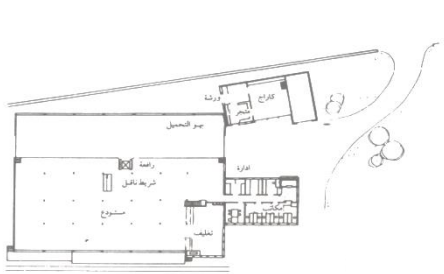
- ❑ توضع حجرات الملابس والمغاسل فى طوابق خاصة بإرتفاع ٢,٢ م .
- ❑ تسليم البضائع يكون خارج حركة المتسوقين حتى لا يتسبب فى إعاقة حركة المشتريين وغالباً توجد مناطق التسليم والتخزين فى البدروم وفى حالة عدم وجود مكان ينبغى ألا تقل واجهة البيع عن ١٨ م والواجهة المثالية لواجهة العرض من ٦٠: ٥٨م.



توزيع الاقسام داخل المجمع التجارى



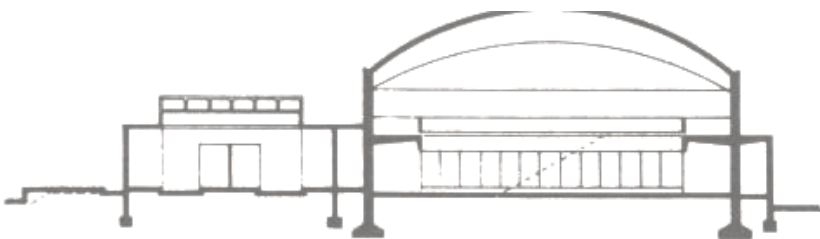
توضيح للعلاقة بين مدخل سيارات البضائع والمخازن وتوصيل السلع للمتاجر عبر الادوار



توضيح لإرتباط الجراج بالمخازن

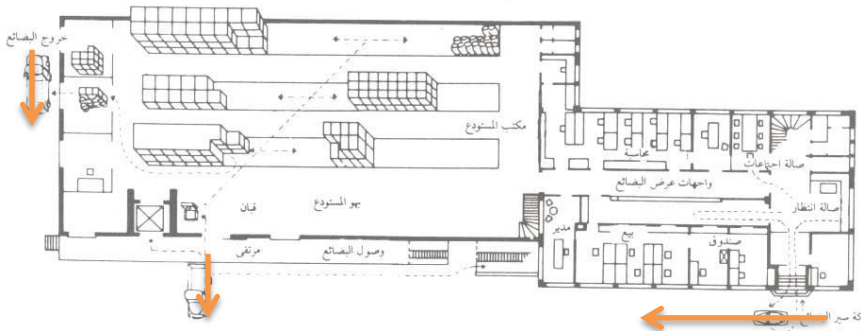


توضيح للعلاقة بين التموين والأستهلاك داخل المتجر



قطاع رأسى يوضح عمق المجمع التجارى فى منطقة بهو المدخل.

٧- تخزين البضائع



توضيح لزون التخزين وحركه سير عربات البضائع ودخل العاملين

- توضع البضائع المخزنة في طابق منفصل أو فوق الطابق الأخير مباشرة أو في كل طابق أو في جزء منفصل منه أو في أنصاف طوابق واقعة بين طوابق البيع.
- تنقل البضائع بالعربات أو بالروافع والنقلالات . ويبيغى ان يوجد المدخل الملائم للبضائع المعروضة في الخلف بعيداً عن شكل الواجهات.

٨- مداخل العاملين

- يوجد للعاملين مدخل منفصل عذ مدخل المتسوقين . وقد يكون هذا المدخل مشترك مع مدخل تسلم البضائع في بعض الأحيان .
- يجب أن تكون السلالم متصلة ونظيفة وحجرات خلع الملابس يخصص لكل فرد من ٠,٥ : ٠,٤ م.
- توجد صالات العمال في البدروم أو في طابق من الطوابق العلوية .
- يجب ألا يقل إرتفاع الأتريوم الذى يقدم الضوء عن مرة ونصف عرضه.

٩- وسائل الإتصال

○ وسائل الإتصال الأفقية (الممرات).

- ينبغى ان تكون الممرات جميعها متساوية الاهمية في حالة تعدد المسارات والمستويات.
- يجب ألا يزيد فروق مناسيب صالات البيع عن ٣ درجات.
- يراعى وضع نقاط الجذب في نهاية الممر.
- الممرات زائدة الضيق والعرض عن المقاس المناسب تؤدي إلى عدم تشجيع عملية الشراء لأنها لا تساعد المشتري على مقارنة البضائع على جانبي الممر.
- لا يفضل ان يزيد طول الممر التجارى عن ٢٤ متر.
- المجملات البصرية وعناصر التنسيق تساعد المشتري على البقاء والمواصلة داخل الممر ومع مراعاة عدم المبالغة فيها.

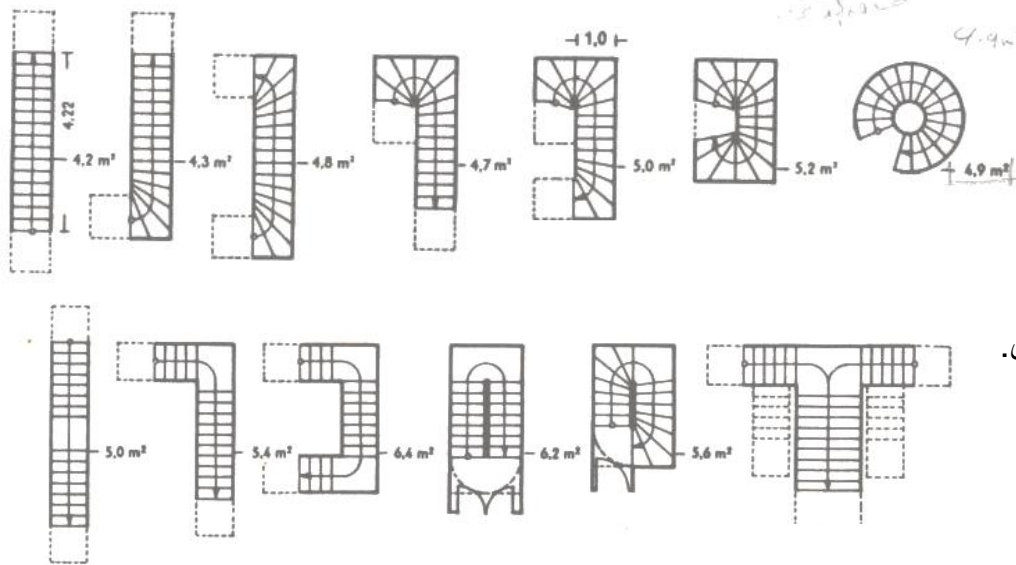
○ وسائل الإتصال الرأسية (السلالم والمنحدرات).

- تجمع المصاعد في مجموعات بحيث لا تبعد عن أقصى نقطة بيع ب ٥٠ متر . ويفضل أن توجد في وسط المبنى . وتستخدم المصاعد البانوراما عادة لتعطى منظرأ جذاباً .
- يجب أن تسع كبائن المصعد ٢٠ شخصاً.
- يجب أن تفتح أبواب المصاعد نحو الوسط.
- يتراوح عدد المصاعد من مصعد واحد وحتى ٦ مصاعد في ظهر بعض.
- يجب وضع المصاعد في مكان مميز من المدخل ويجب أن تكون في وسط المجمع التجارى لرؤية جميع المعروضات.
- تستعمل السلالم المتحركة لنقل ٢٠٠ شخص / الساعة . ويوضع سلمان أحدهما للصعود والآخر للهبوط وميل السلالم ٣٠ درجة.
- لا يقل عدد السلالم الموصلة لأى طابق عن سلمين ولا تزيد أقصى مسافة عن ٢٥ م.
- يحسب العرض الكلى لمجموع السلالم ٣٠ سم لكل ١٠٠ م من مساحة المتجر ولا يقل عرض السلم عن ١,٥ م.
- يجب ألا تتعارض حركة المخارج مع حركة السلم أو حركة تسليم البضائع .
- عدد الأفراد = ٤٠٠٠ / ساعة عرض السلم ١,٢٥ م.
- عدد الافراد = ٦٠٠٠ / ساعة عرض السلم ١,٤٥ م.
- عدد الأفراد = ٨٠٠٠ / ساعة عرض السلم ٢,٠٠ م.

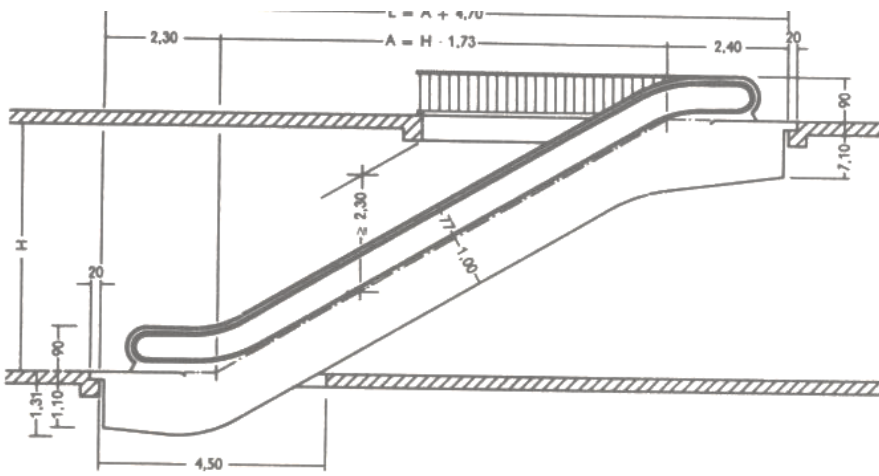
- في المجمعات التجارية ذات مساحة ١٢٠٠ م أو أكثر تكون ..نسبة المساحة المخصصة للمبيعات ٤٨% : ٦٠%نسبة المساحة المخصصة للخدمات ٤٠% : ٥٢% .



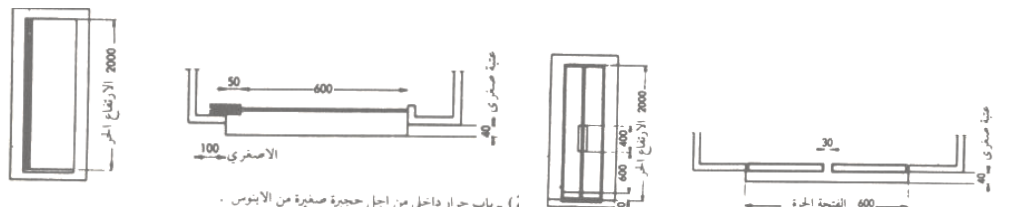
توضيح لعرض الممرات الداخلية في المتاجر بيع الاغذية.



الأشكال المختلفة للسلالم



مسقط أفقى وقطاع للسلم المتحرك



مقاسات مختلفة للمصاعد والروافع