

اعتبارات التصميم الداخلي في المجمعات التجارية بين المفترض والواقع "دراسة تطبيقية بالمملكة العربية السعودية"

د. دنيا محمد رشاد بالطيب

أستاذ مساعد، قسم الإسكان، تصميم داخلي وأثاث، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة الملك عبدالعزيز، جدة.

د. عبير عبدالعزيز عواد

أستاذ مساعد، قسم الإسكان، تصميم داخلي وأثاث، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة الملك عبدالعزيز، جدة.

أ.د. ريف بن البشير مالك

أستاذ دكتور قسم العمارة، تصميم داخلي، كلية التصميم والبيئة، جامعة الملك عبدالعزيز، جدة.

ملخص البحث:

يُعد التصميم أحد أهم الوسائل التي تسهم في إنجاح المجمعات التجارية، إذ عادةً ما يحرص المصمم الداخلي في أعماله هنا على الاستجابة للاشتراطات المفترضة للمشروع، و مراعاة جملة من الاعتبارات التصميمية و الأبعاد الإنسانية والاجتماعية التي من شأنها أن تسهم في المزيد من إنجاح هذه المجمعات و تفعيل مردوديتها، كما يسعى المصمم في هذا السياق إلى تمييز المبنى بفكرة أو بجانب جذاب من شأنه أن يحدث إضافةً أو فرقاً مع بقية مباني المجمعات التجارية المنافسة له؛ هادفاً بذلك إلى تحقيق خصوصية متميزة و قوية تؤسس لشهرة المشروع و قدرته على المنافسة، وفي هذا الإطار يحاول الباحثون التعرف على مدى إسهام عنصر التميز في تحقيق شهرة المجمع التجاري؛ وذلك من خلال دراسة و تحليل سبب نجاح هذه المجمعات و قياس مدى فاعلية أن يكون مردّد هذا النجاح راجع لعنصر التصميم الفريد وحده أو لاستيفاء الاعتبارات التصميمية والأبعاد الإنسانية والاجتماعية أو لكليهما معاً، وقد كانت الدراسة على مجمعي "البحر الأحمر" و"السلام" في مدينة جدة في المملكة العربية السعودية، وقد اعتمدت فرضية البحث على أن التصميم دوراً في إنجاح المجمعات التجارية إذا تمّ تدعيمه بعنصر فريد يميّزه. وقد انقسمت الدراسة إلى جزئين: الجزء الأول: يخص ملاحظة الباحثين بهدف تجميع المعطيات الموضوعية لدراسة المجمعين مع المحافظة على خصوصيات كل منهما، الجزء الثاني: يخص معرفة وجهة نظر الزوّار بهدف تجميع المعطيات الخاصة برويتهم، وتبعاً لذلك كانت عينة الدراسة (232) من زوّار المجمعين، تنقسم إلى (126) مشاركاً بالنسبة لمجمع "البحر الأحمر"، و (106) مشاركاً لمجمع "السلام". وقد توصلت الدراسة إلى نفي الفرضية وطرح جملة من الاستنتاجات والتوصيات التي يجب أخذها بعين الاعتبار من قبل المستثمر و المصمم على حدّ السواء؛ لإنجاح المجمع التجاري في ظل القدرة التنافسية العالية.

الكلمات المفتاحية:

التصميم الداخلي، المجمعات التجارية، التسوق، الاعتبارات التصميمية، الأبعاد الإنسانية، الأبعاد الاجتماعية.