



جامعة دمشق

كلية الفنون الجميلة



# ممارسة مهنية في العمارة الداخلية

**Professional Practice  
In Interior Architecture**

لطلاب السنة الرابعة / قسم العمارة الداخلية  
د. حسام دبس وزيت

2021-2020

العام الدراسي



أنظر من حولك. الغرفة التي تقرأ فيها الكتاب قد تم تصميمها من قبل أحد ما. ربما نمضي حوالي تسعين بالمائة من يومنا في أحد أنواع الفراغات الداخلية، في المسكن، أو في العمل، أو في المحل، أو في المطعم ... لقد قام أحد ما بتخطيط تلك الفراغات، وهو سواء كان شخص واحد أو مجموعة أشخاص فقد عملوا على أن ينسجم هذا الفراغ والمبنى الذي يحتويه ويرتكز في نفس الوقت على تأمين متطلبات ومعايير التصميم من وصول وراحة وأمان ... وغيرها. وربما يكون هؤلاء مسؤولون عن اختيار الألوان والمواد والخامات والأثاث بهدف خلق بيئة جميلة.

لحسن الحظ، تم كل هذا من خلال مصمم أو معمار داخلي محترف Professional Interior Designer. وماذا تعني كلمة محترف professional؟ ... إن الذي يقومون بتزيين الفراغات الداخلية هم مزخرفون داخليون interior decorators وهو ما لا يعرفه أغلب العامة من الناس. لكن كلمة مصمم داخلي interior designer قد تم اعتمادها من قبل المجلس العالمي لمؤهلات التصميم الداخلي National Council for Interior Design Qualification المعروف اختصاراً بـ NCIDQ والتي تعرف المصمم الداخلي المحترف بأنه شخص مؤهل علمياً من خلال التحصيل الأكاديمي ومن خلال الخبرة العملية ومن خلال الاختبارات التخصصية التأهيلية لممارسة المهنة، وبالتالي فهو مؤهل لأن يقوم من خلال تصاميمه بتحسين نمط حياة الإنسان ورفاهيته إضافة إلى زيادة الإنتاجية في العمل مع مراعاة مختلف عوامل الصحة والأمان.

## (أ) تعريف الاحتراف أو المهنة Defining a Profession

يتم نسبة الاحتراف في الحرفة أو المهنة إلى تخصص ما، وبحسب علماء الاجتماع، عند توافر مجموعة من الخصائص وهم نسبة إلى نيكولاس أبيركرومبي Nicholas Abercrombie على التوالي:

1= استخدام المهارات استناداً إلى معرفة نظرية.

- 2= توافر تعليم أكاديمي وتدريب لتلك المهارات.
- 3= أهلية المهنة تتحدد من خلال اختبارات تخصصية.
- 4= وجود معايير لتلك المهنة تضمن استقامتها.
- 5= ممارسة هذه المهنة يعود بالنفع على المجتمع.
- 6= وجود جمعية أو نقابة أو اتحاد ينظم عمل أصحاب هذه المهنة.

إن الشخص المحترف لا يجب أن ينخرط في ممارسة المهنة فقط عندما يملك المؤهل الأكاديمي والخبرة العملية، بل هو أيضاً عليه أن يتحلى بالإخلاص لتلك المهنة، كما أنه يجب أن يكون على دراية بتاريخ هذه المهنة وكل القضايا التي من شأنها المحافظة على حيوية هذه المهنة كما ويجب أن يبقى على إطلاع بكافة المحدثات في مجال المهنة وما يرتبط بها إضافة إلى أن يكون قادراً على إدارة وتنظيم جميع الأعمال التي تربط ممارسة هذه المهنة بقطاع الأعمال التجارية.

## (ب) تاريخ المهنة أو الاختصاص History of the Profession

إن تاريخ العمارة الداخلية يتلاقى في مراحله مع تاريخ العمارة، وفنون التصميم والزخرفة، وحتى مع مجمل التغيرات الاجتماعية والاقتصادية. وذلك بما يتضمنه من أنواع وأشكال هذه الفنون وما يرتبط بها من عناصر ومفردات للعمارة وفراغاتها ومستوياتها. وفي حين أن تخصص الزخرفة الداخلية لم يكن معروفاً قبل القرن العشرين؛ فقد كان الحرفي النجار هو الذي ينصح الزبون بكيفية ترتيب وتنظيم الفراغات الداخلية وما تحويه، ومن ثم فإن التطور الاقتصادي والاجتماعي الذي شهده القرن العشرين ساهم في إعادة تحديد أو صياغة دور المزخرف الداخلي، حيث كانت تعهد إليه مهمة تنظيم الفراغ الداخلي وتزيينه من قبل النخبة من سادة وعلية القوم في المجتمعات الغربية. وفي الفترة التي تلت الحرب العالمية الأولى أصبح هذا التخصص مقبولاً لدى عدد من النساء الذين بدأوا يمارسون هذا التخصص على أنه نوع أو فرع من مجالات الموضة والأزياء.

ومع ظهور الطرز الحديثة في التصميم والعمارة، حيث سار عدد من المعماريين على نهج الطراز العالمي في العمارة فقد غاب دور المصمم أو المعمار الداخلي عن موضوعات هذه التصاميم. في أواخر العام 1661 ذكر المعماري المهندس هيوغ كانسون Hugh Casson المؤسس لأول قسم

الدراسات العليا في الكلية الملكية للفنون في لندن: " أن العديد من المعماريين مازالوا يرفضون الاعتراف بوجود تخصص يذكر للعمارة أو التصميم الداخلي".

في العام 1653 أضاف مركز المزخرفين البريطانيين **The Incorporated Institute of British Decorators** المؤسس في العام 1886 من قبل الصناع والمهنيين كلمة مصممين داخليين 'and Interior Designers' إلى عنوان مؤسستهم، وبذلك تم الإعلان بشكل رسمي عن وجود مثل هكذا تخصص فني. ومن ثم وفي العام 1616 تم الاستغناء كلياً عن مصطلح المزخرف (Decorator) وأصبحت هذه المؤسسة تحت عنوان المركز البريطاني للتصميم الداخلي. وقد تبنى المركز الأمريكي للمزخرفين الداخليين **The American Institute of Interior Decorators** المؤسس في العام 1631 هذا المصطلح فأصبح الجمعية الأمريكية للمصممين الداخليين **American Society for Interior Designers**، وتبعهم في ذلك مختلف الفعاليات والمؤسسات التي تهتم بمجال الزخرفة الداخلية، كما وتم اختزال مصطلح الزخرفة الداخلية **interior decoration** ببساطة إلى داخلي **Interior**. وابتداءً من العام 1661 أصبح تخصص التصميم الداخلي أحد التخصصات التي تتواجد في كليات ومعاهد التصميم والفن والعمارة.

## (ت) تعريف التصميم الداخلي Interior Design Definition

التصميم الداخلي (أو العمارة الداخلية) هو تخصص متعدد الأوجه، يتم فيه تطبيق مجموعة من الحلول الإبداعية والتقنية ضمن نظام هندسي يهدف لخلق بيئة ما ضمن الفراغ؛ وتكون هذه الحلول وظيفية وجمالية، وتهدف إلى تحسين نوعية الحياة والثقافة لشاغلي هذا الفراغ. ويمثل البناء الهندسي لهذه الحلول الأساس في عملية التصميم، والذي يجب أن ينسجم مع النظام الهندسي للفراغ المعماري من جهة، ومع موقع هذا الفراغ والبيئة المحيطة به من جهة أخرى.

كما أن عملية التصميم يجب أن تتبع نسقاً هندسياً وتنظيمياً خالصاً من ناحية التشكيل والتخطيط والتنفيذ؛ وهذا يشمل بالطبع عملية التحليل والتركيب، حيث تتم الاستفادة من كافة المعلومات التقنية والعلمية، وذلك بما يؤمن جميع الاحتياجات ومصادر الراحة لشاغلي الفراغ، وبما يحقق بالنتيجة جميع الأهداف المنشودة من العملية التصميمية لهذا الفراغ.

في التصميم الداخلي، تتم دراسة جميع العوامل المرتبطة بالصحة والأمان ونمط الحياة والثقافة والحياة الاجتماعية لمحيط الفراغ، ولذلك فإن التخطيط الجيد للفراغات الداخلية يتطلب أكثر من معرفة بآليات وقواعد ونظريات التنظيم الجمالي لهذه الفراغات، وإنما يتطلب معرفةً علميةً ودقيقةً بجميع النواحي المرتبطة بهذا التنظيم، وبالتأثيرات الفيزيولوجية والنفسية لمفردات وعناصر هذا التنظيم على الإنسان شاغل الفراغ، وارتباطها بالمستوى المعرفي والنشاط الاجتماعي وبالعادة والتقاليد للمجتمع الذي ينتمي إليه شاغل هذا الفراغ.

إن ثقافة وموهبة المصمم الداخلي يتم توجيهها من خلال الخبرة العملية والممارسة الفعلية لهذا الاختصاص، فلا تكفي المعرفة النظرية بالآليات والنظريات والمبادئ التي سنوردها في هذا البحث، وإنما تزود الخبرة العملية المعمار والمصمم الداخلي بآليات التفكير والإدراك والتعرف على أشكال ونظم هندسية وجمالية يقوم بتطويرها بنفسه في مراحل تكوين شخصيته المعمارية وأسلوبه التصميمي الخاص.

### ث) الفرق بين العمارة الداخلية والتصميم الداخلي والزخرفة الداخلية Interior Architecture or Interior Design or Interior Decoration

إن تصميم الفراغات الداخلية هو أحد التخصصات التي تمت ممارستها أكثر مما كتب عنها. وقد تم تطوير هذا الاختصاص حديثاً كفرع مستقل من مجالات التصميم له ماله وعليه ما عليه. وهناك العديد من القواسم المشتركة بين تخصصات العمارة الداخلية، التصميم الداخلي والزخرفة الداخلية، والتي وجب تعريفها بدايةً.

وان كل مجال من هذه التخصصات يتعامل مع إعادة تأهيل فراغ داخلي محدد، سواء أكان لعمارة قديمة أو حديثة. هذا التغيير أو التحويل يتضمن عملية معقدة تتطلب فهماً لقيم هذه العمارة بموازاة فهمنا لما تنطوي عليه من وظائف جديدة تتطلبها عملية إعادة التأهيل هذه.

تُعرف الزخرفة الداخلية: بأنها فن تزيين الفراغات الداخلية بهدف خلق جو محدد ينسجم بشكل جيد مع العمارة الموجودة. وهذا المجال من التخصص يهتم بعناصر التزيين الداخلي مثل النقش، الزخرفة، الاثاث، التآثيث، الاضاءة والمواد.



أما التصميم الداخلي: فإنه يُمارس من خلال ترجمة عدد من التخصصات التي تشترك في عملية ابداع البيئة الداخلية من خلال التلاعب بالفراغات والحجوم ومعالجة السطوح وترتيب العناصر والاثاث. وعموما يتعامل هذا التخصص مع المشاريع التي لا تتطلب تغييرات انشائية كبيرة في المبنى.

في حين تمثل العمارة الداخلية: إعادة تشكيل البناء والعمارة باتجاه تطويع فراغاتها وبنيتها الانشائية. وهي تمثل جسرا بين تخصصي العمارة والتصميم الداخلي، وتتعامل في الغالب مع المشاريع ذات الصيغ الانشائية المعقدة، وتعمل على ايجاد الحلول البيئية والخدمية لهذه المشاريع.

### ج) أقسام المهنة أو الاختصاص Divisions of the Profession

يقسم مجال التصميم الداخلي عموماً إلى قسمين رئيسيين، هما: التصميم السكني residential interior design، والتصميم التجاري commercial interior design. حيث يعنى التصميم السكني بدراسة وتخطيط واختيار المواد والاثاث للفراغات السكنية الخاصة والتي تشمل: (المنازل، الفيلات، الشقق السكنية، البيوت المتنقلة \ المؤقتة ...). أما التصميم التجاري ويدعى أحياناً بالتصميم العقدي (المشروط) contract interior design حيث يتضمن هذا النوع من التصميم عدداً من الشروط الخاصة، وعموماً يشمل هذا المجال دراسة وتخطيط واختيار المواد والاثاث للفراغات العامة والخاصة والتي تشمل: (المكاتب، الفنادق، المطاعم، المدارس، المطارات، المستشفيات ...).

### ح) جمعيات ممارسة المهنة (النقابات) Profession Associations

من المهم بمكان، في أن تكون محترفاً، بأن تكون عضواً فعالاً في أحد الجمعيات أو النقابات أو الاتحادات المهنية التي تعود على أعضائها المحترفين بمجموعة من الفوائد المباشرة أو غير المباشرة. ويجد العديد أن الفائدة الرئيسية للانتساب لمثل هذه الجمعيات في كتابة انتسابه بعد اسمه (عضو جمعية ...).

إن ترخيص المهنة وعنوان الأعمال من الأهمية بمكان للمصمم الداخلي المحترف وحتى للطلاب. وإن الترخيص أصبح واقعاً ملموساً لهذه المهنة منذ العام 1651 م. إن ترخيص مزاولة المهنة Licensing أو Practice acts وعنوان الأعمال Title acts هما مرتبطان لأن كلاهما بحاجة إلى تشريع ومراقبة من قبل الدولة. والفرق بين الاثنين أن ترخيص مزاولة المهنة Licensing يمنح لاحتراف المهنة بعد ممارسة الاختصاص لمدة محددة، بينما عنوان الأعمال Title acts يحدد أنماط أو أعمال احترافية بذاتها ينطوي عليها تخصص التصميم الداخلي مثال “registered interior designer” or “certified interior designer”. أي أنه يسمح بمزاولة المهنة ضمن إطار محدد، ويختلف هذا العنوان بحسب الدول.

#### (د) أخلاق المهنة Ethics

إن السلوك الأخلاقي لممارسة المهنة كان ولا يزال الشغل الشاغل للنقابات وجمعيات احتراف مهنة التصميم الداخلي.

إن الالتزام بتطبيق جميع المعايير والأنظمة التي تحددها تلك النقابات هو شرط أساسي لبقاء عضوية كل مصمم في أي نقابة مهنية. ثم إن الاحتراف الحقيقي للمهنة لا بد أن يوجه من خلال مجموعة من المعايير الأخلاقية. وهذه المعايير تحدد ما هو الصحيح وما هو الخطأ فيما يتعلق بسلوك أعضاء النقابة عند احترافهم وممارستهم لمهنة التصميم الداخلي.

ونرفق فيما يلي: أحد الأمثلة عن أهم النقاط التي تبرز المعايير الخاصة لإحدى الجمعيات العالمية للتصميم الداخلي والذي يطرح مجموعة هامة من المعايير ولكن ليس جميعها بطبيعة الحال فيما يرتبط بموضوع أخلاقيات المهنة:



## المسؤولية تجاه المجتمع Responsibility to The Public

- Members shall comply with all existing laws, regulations and codes governing business procedures and the practice of Interior design as established by the state or other jurisdiction in which they practice.
- يجب على الأعضاء الامتثال لجميع القوانين واللوائح والقواعد الحالية التي تحكم إجراءات العمل وممارسات التصميم الداخلي على النحو الذي تحدده الدولة أو سلطة الاختصاص الأخرى التي يمارسها.
- Members shall not seal or sign drawings, specifications or other interior design documents except where the member or the member's firm has prepared, supervised or professionally reviewed and approved such documents, as allowed by Relevant state law.
- لا يجوز للأعضاء ختم أو توقيع الرسومات أو المواصفات أو غيرها من وثائق التصميم الداخلي إلا إذا قام العضو بنفسه بإعداد هذه المستندات أو الإشراف عليها أو مراجعتها بشكل مهني والموافقة عليها، وعلى النحو الذي يسمح به قانون الولاية ذات الصلة.
- Members shall at all times consider the health, safety and welfare of the public in spaces they design. Members Agree, whenever possible, to notify property managers, landlords, and/or public officials of conditions within a built Environment that endanger the health, safety and/or welfare of occupants.
- يجب على الأعضاء في جميع الأوقات النظر في صحة وسلامة ورفاهية الجمهور في الأماكن التي يصممونها. وعلى الأعضاء، كلما أمكن ذلك، إخطار مديري العقارات و / أو الملاك و / أو المسؤولين العموميين بالظروف والبيئة داخل المبنى التي من الممكن أن تهدد صحة وسلامة أو رفاهية شاغليها.
- Members shall not engage in any form of false or misleading advertising or promotional activities and shall not imply Through advertising or other means that staff members or employees of their firm are qualified interior designers unless Such be the fact.
- لا يجوز للأعضاء الانخراط في أي شكل من أشكال الدعاية الكاذبة أو المضللة أو الأنشطة الترويجية. كما لا يجوز للأعضاء الانخراط في إعلانات أو غيرها من الوسائل التي تفيد بأنهم موظفي أو موظفي شركتهم هم مصممون داخليين مؤهلين ما لم تكن هذه حقيقة واقعة.
- Members shall neither offer, nor make any payments or gifts to any public official, nor take any other action, with the Intent of unduly influencing the official's judgment in connection with an existing or prospective project in which the Members are interested.

- لا يجوز للأعضاء تقديم أو تقديم أي مدفوعات أو هدايا إلى أي موظف عام، أو اتخاذ أي إجراء آخر بقصد التأثير غير المبرر على حكم المكتب فيما يتعلق بمشروع قائم أو محتمل يكون فيه الأعضاء مهتمون أو منخرطون.

- Members shall not assist or abet improper or illegal conduct of anyone in connection with a project.

- لا يجوز للأعضاء مساعدة أو التحريض على سلوك غير لائق أو غير قانوني من أي شخص فيما يتعلق بأي مشروع.

### المسؤولية اتجاه الزبون Responsibility to The Client

- Members' contracts with a client shall clearly set forth the scope and nature of the project involved, the services to be Performed and the method of compensation for those services.

- يجب أن تحدد عقود الأعضاء مع الزبون بوضوح نطاق وطبيعة المشروع المعني، والخدمات التي يجب أن يتم تقديمها وطريقة التعويض عن تلك الخدمات.

- Members may offer professional services to a client for any form of legal compensation.

- يجوز للأعضاء تقاضي تعويضات عن أية خدمات احترافية للزبون بأي صيغة قانونية.

- Members shall not undertake any professional responsibility unless they are, by training and experience, competent to Adequately perform the work required.

- لا يجوز للأعضاء تحمل أي مسؤولية مهنية إلا إذا كانوا مؤهلين لذلك بالتدريب والخبرة التي يتطلبها اتمام العمل المطلوب بشكل مناسب.

- Members shall fully disclose to a client all compensation which the member shall receive in connection with the project and shall not accept any form of undisclosed compensation from any person or firm with whom the member Deals in connection with the project.

- يجب على الأعضاء الكشف للزبون بشكل كامل عن جميع التعويضات التي سيتلقاها العضو فيما يتعلق بمشروع قائم. وألا يقبل العضو أي شكل من أشكال التعويض غير المعلن عنها للزبون من أي شخص أو شركة يتصل عملها بتنفيذ هذا المشروع.

- Members shall not divulge any confidential information about the client or the client's project, or utilize photo graphs or Specifications of the project, without the express permission of the client, with an exception for those specifications or Drawings over which the designer retains proprietary rights.

- لا يجوز للأعضاء إفشاء أي معلومات سرية حول الزبون أو مشروع الزبون، أو استخدام الرسوم البيانية أو الصور أو مواصفات المشروع، دون إذن صريح من الزبون، باستثناء تلك المواصفات أو الرسومات التي يحتفظ المصمم بحقوق ملكيته عليها.

- Members shall be candid and truthful in all their professional communications.

- لا يجوز للأعضاء المساعدة أو التحريض على سلوك غير لائق أو غير قانوني من أي شخص فيما يتعلق بمشروع قائم.

- Members shall act with fiscal responsibility in the best interest of their clients and shall maintain sound business Relationships with suppliers, industry and trades to insure the best service possible to the public.

- يتعين على الأعضاء التصرف بمسؤولية من الناحية المالية، وذلك بما يخدم مصلحة عملائهم وأن يحافظوا على علاقات تجارية سليمة مع الموردين والصناع والحرفيين لضمان أعلى مستوى من الخدمة.

### **المسؤولية اتجاه مصممين آخرين أو زملاء المهنة Responsibility to Other Interior Designers and Colleagues**

- Members shall not interfere with the performance of another interior designer's contractual or professional relationship with a client.

- لا يجوز للأعضاء التدخل في أي شكل من الأشكال التعاقدية أو المهنية بين زبون ومصمم داخلي آخر.

Members shall not initiate, or participate in, any discussion or activity which might result in an unjust injury to another Interior designer's reputation or business relationships.

- لا يجوز للأعضاء المشاركة في أي نقاش أو عمل قد يؤدي إلى ضرر غير عادل لسمعة مصمم داخلي آخر أو إلى علاقاته التجارية.

- Members may, when requested and it does not present a conflict of interest, render a second opinion to a client, or Serve as an expert witness in a judicial or arbitration proceeding.

- يجوز للأعضاء، عندما لا يكون هناك تضارباً في المصالح، تقديم رأي ثان للعميل، أو العمل كخبير شاهد في إجراءات قضائية أو لجنة تحكيم.

- Members shall not endorse the application for ASID membership and/or certification, registration or licensing of an Individual known to be unqualified with respect to education, training, experience or character, nor shall a member Knowingly misrepresent the experience, professional expertise or moral character of that individual.

- لا يجوز للأعضاء الموافقة على طلب عضوية الجمعية (النقابة) / أو شهادة أو تسجيل أو ترخيص لشخص معروف بأنه غير مؤهل فيما يتعلق بالتعليم أو التدريب أو الخبرة أو الشخصية، أو أن يكون العضو على دراية عن عدم توفر المؤهلات أو الخبرة المهنية المناسبة أو عدم تمتع ذلك الشخص بالمعايير الأخلاقية المطلوبة.

## د) تحديد الأهداف الشخصية Personal Goal Setting

إذا لم تعرف أين في أي اتجاه تسير، فربما ينتهي بك المطاف في مكان آخر. لا يوجد خطأ في أن تتبع حدسك كما أنه لا خطأ في أن تختبر الحياة كما هي وجعل كل شيء ممكناً، لكن كثير ممن حققوا نجاحات ملموسة في ممارسة مهنتهم كانوا قد خططوا وحددوا أهدافهم الشخصية منذ البداية، فمهما كانت فكرتك عن النجاح فإنها ستكون أكثر سهولة للتحقيق عندما يكون لديك خطة لذلك.

العديد من الأشخاص لديهم أحلام، لكن الكثيرين ليس لديهم أهداف. هناك اختلاف. الأحلام هي آمال تخيلية، بينما يبدو للعديد أن الأهداف تمثل أفكاراً محددة تمثل شيئاً يود شخص ما تحقيقه؛ الأهداف هي محطة قصيرة تطبع الإنجازات التي يمكن تحقيقها في حياة شخص منا.

## - بيان الهدف الشخصي A Personal Mission Statement

إن بيان الهدف الشخصي يساعد الإنسان على تحديد الاتجاه الذي سيسلكه في حياته المهنية، وهذا البيان يعرض الصورة التي يرغب الإنسان في أن يكون عليها) في مجموع المساهمات والإنجازات (إضافة إلى القيم والمبادئ التي سيقف عندها لدى ممارستها لمهنة. ونذكر هنا بشكل مختصر نماذج لهذا البيان الشخصي:

- To believe in myself and allow myself to try, to experiment, to experience, thus to learn.
- أن أثق بذاتي وأن أسمح لنفسني لأجرب، وأجرب، وأختبر، حتى أتعلم.
- To strive each day to be willing to pay the price to achieve greater happiness, confidence, and spiritual growth.
- أن أجاهد كل يوم أملاً في أن أدفع الثمن الذي يحقق أكثر سعادة، ثقة بالنفس، وروحانية.

هناك العديد من الخيارات للعمل في مجال التصميم الداخلي وكذلك العديد من الفرص للمواهب الشابة. تقليدياً يجد العديد أن الحياة المهنية في مجال التصميم الداخلي تعني بأن تكون مصمماً Designer أو مزخرفاً Decorator، وهذا يعني أن تكون مسؤولاً عن تحضير المخططات الهندسية للفراغات الداخلية واختيار وترتيب المفروشات والخامات والألوان والإكسسوار للوصول إلى نتيجة جمالية مرضية، لكننا نعلم علم اليقين أن موضوع التصميم الداخلي يذهب بنا أبعد من ذلك بكثير.

### - الحصول على أول فرصة عمل Getting the Next or First Job

يجد العديد في نقص فرص العمل صعوبة في إيجاد وظيفة في مجال التصميم الداخلي تؤمن له بداية جيدة لحياه المهنية تقدم له الخبرة اللازمة في متابعة ممارسة مهنة التصميم الداخلي بما ينسجم والخطط التي أعدها لتحقيق الأهداف التي ينشدها مستقبلاً. ونذكر في هذا الصدد أهم الأشياء التي يجب تحضيرها بهدف الحصول على وظيفة أو الانخراط في فريق عمل أو مجموعة أو شركة أو مشروع ما:

#### 1= ملف الأعمال Portfolio

إذا كنت خريجاً أو طالباً تسعى للتقدم إلى وظيفة ما، يجب عليك تحضير ملف أعمال Portfolio وهو وسيلة تعرض ما أنت يمكن أن تقوم به كمصمم داخلي: (أهم التصاميم وليس جميعها، التصاميم التي ترتبط بمجال اهتمام الوظيفة التي تتقدم إليها،....).

#### 2= السيرة الذاتية Resumes

السيرة الذاتية تمثل ملخصاً عن مؤهلات الشخص. وهي وسيلة تلعب دوراً بارزاً للحصول على فرصة مقابلة شخصية من أجل وظيفة ما. وفي بعض الشركات هي مهمة من أجل الترقية.

يجب أن تقدم السيرة الذاتية معلومات حيوية عن الخبرة العملية، المؤهلات الأكاديمية، المعلومات الشخصية، مهارات خاصة ترتبط بالوظيفة التي يتقدم إليها، والنقاط الرئيسية في الحياة المهنية... ويجب

ألا يزيد طول السيرة بالنسبة لطالب عن صفحة واحدة، أما بالنسبة للمحترفين فمن الممكن أن تكون في صفحات لا تتجاوز في الغالب الثلاثة.

أما نوع المعلومات التي يتم تضمينها فتشمل أرقام و عناوين الاتصال الشخصية personal contact information، عنوان أو ما له صلة بموضوع السيرة career objective، الانجازات العلمية الأكاديمية educational accomplishments، والخبرة العملية work experiences، كما يمكن أن يتضمن إشارة إلى العضوية في نقابة أو جمعية أو مؤسسة ما، إضافة إلى التذكير بتوافر الوثائق والمستندات التي تدعم ما جاء في السيرة.

### 3= صفحة الغلاف The Cover Letter

تلعب صفحة الغلاف دوراً تسويقياً في مجال التعريف بنفسك، وهي تقدم صورة أولية عن المتقدم. ويشمل ذلك تقديم ملخص مقتضب) ليس أكثر من صفحة واحدة (عن المؤهلات التي يملكها المتقدم إضافة إلى عنوان الوظيفة التي يتقدم إليها والطموحات والأسباب التي دفعته للتقدم لها....

### 4= المقابلة Interview

إن البحث عن عمل هو مسعى جدي يبدأ باختيار نوع العمل الخاص بالمهنة والذي يرغب الشخص في الانخراط فيه ثم تحضير ملف الأعمال والسيرة الذاتية مع صفحة الغلاف إلى أن ينتهي به الأمر بالحصول على فرصة المقابلة الشخصية بعد أن يكون قد لفت إليه الأنظار من خلال ما جاء في سيرته التي تقدم بها. ويأتي هنا دور التحضير الجيد للمقابلة والذي يشمل مختلف النواحي المرتبطة بالمظهر الشكلي والفكري الذي يعرض صورة الشخصية التي يتقدم بها. ومن المفيد هنا جمع المعلومات الوافرة عن طبيعة الشركة أو المكان الذي يقصده ونوع الأسئلة التي يمكن أن يسألها أو يسألها بنفسه.

### 5= المتابعة Follow-Up

من المفيد هنا ذكر أهمية متابعة جميع الأعمال التي نقوم بها وإعداد مذكرات وصور تسجل ونسخ مصورة وتوثق لكل مرحلة أو معلومة أو فكرة أو رسالة أو بريد .... وكل هذا من الأهمية بمكان في بداية الحياة المهنية لبقاء الإنسان مستعداً لكل ما يطرأ أو ما يمكن أن يعود له عندما يحتاجه.



لا يعلم الإنسان بدقة نوع العمل الذي يأمل بتأسيسه أو طبيعته، فالعديد من المصممين يأملون في الحصول على استقلاليتهم المهنية عوضاً عن أن يكونوا شركاء أو موظفين. لكن تأسيس عمل مهني يحتاج فعلياً إلى البحث الجدي والتفكير والتخطيط. يجب على نوع العمل المحتمل أن يتبع مهارات الشخص وأن يعيد تقييم دوافعه وطموحاته وأهدافه التي يرغب بتحقيقها.

إن القرار في البدء بعمل مهني جديد يجب أن يستند إلى تقييم جدي للدوافع والاعتبارات الخاصة بالنواحي المالية ودرجة المخاطرة والالتزام بعمل هذا التقييم من خلال البحث والتحليل بهدف اتخاذ القرارات المطلوبة. كثير من المصممين الداخليين يبدؤون عملهم المهني بدون تفكير جدي وعميق حول فكرة العمل الخاص بهم والقرارات والإجراءات الواجب اتخاذها بهذا الصدد. وفيما يلي أهم النقاط المرتبطة بالبدء بتأسيس عمل مهني جديد:

### 1= تعريف الأعمال Defining the Business

في هذه المرحلة، فإن نوع العمل المحتمل ممارسته والذي قام المالك باختياره تبعاً لدوافعه واعتبارات الخاصة يجب أن يحدد الصيغة القانونية أو العملية للعمل والذي يشمل النظام المالي والإداري... وغيرها، إضافة إلى نوع الخدمات والمنتجات التي يعرضها.

### 2= بيان الهدف Mission Statement

ويمثل بياناً فلسفياً يقدم شرحاً واعياً للمنحى الذي سوف يسلكه الحقل أو المجال المختار في ممارسة مهنة التصميم الداخلي إضافة إلى الأهداف المرتقبة والمرجوة. وعادة ما يحوي هذا البيان المعطيات الآتية:

- وصف الأعمال a description of the business
- وصف وتحديد الزبائن المحتملين a description of its customers
- الخدمات المقدمة أو المنتجات المعروضة the services and products offered

## - المساحة الجغرافية التي ستغطيها خدمات تلك الأعمال the geographic area served

وفيما يلي مثال لبيان الهدف والرؤية لأحد الشركات:

### الآن بي للتصميم الداخلي AllanBee Interior Design, Inc

AllanBee Interior Design, Inc. is a full-service interior design company providing the highest level of professional skills and creative solutions for healthcare and assisted-living facilities clients throughout the southeastern United States.

شركة الآن بي هي شركة كاملة الخدمات في مجال التصميم الداخلي تقدم أعلى مستويات الاحتراف والمهارة والحلول الإبداعية لأماكن العناية الصحية والمساعدة السكنية عبر الجنوب الشرقي للولايات المتحدة .

**Mission Statement:** We Create architecture sensitive to people and place.

**بيان الهدف:** نحن نخلق عمارة تتفاعل حسيًا مع المكان والإنسان .

**Vision Statement:** We are a team of professionals with unique talents, enriched through rewarding architecture, recognized for excellence and innovation. (Knoell & Quidort Architects, Phoenix, Arizona)

بيان الرؤية: نحن فريق من المحترفين المؤهلين ذوي بمواهب فريدة، متألقون بعمارة حازت على جوائز عديدة، معروفون بإبداعنا وتميزنا (المعماريين كنيول وكويدورت، أريزونا).

### 3 = خطة العمل The Business Plan

إن التحضير لخطة عمل يعطي المالك فرصة متقدمة للنجاح عنها فيما لو بدأ أعماله بدون تلك الخطة. إن تقييم وتحديد الخدمات التي سيتم تقديمها والبحث عن قاعدة للزبائن المحتملين وإقرار الإجراءات والخطوات المطلوبة وتوضيح مختلف النواحي المالية من منظور المالك واستراتيجيته للإقلاع بالعمل واستمراريته وتطوره.

إن خطة العمل هي وثيقة مكتوبة يتم تحضيرها من قبل المالك والتي تقوم بتوصيف جميع النقاط والنواحي المرتبطة في البدء في الأعمال. وهذه الخطة تختلف في طبيعة الحال بحسب نوع الخدمات التي يتم تقديمها إضافة إلى النظام المالي والإداري وشكل ونوع الشراكة أو الشركة (الصيغة القانونية للعمل).

## 4= (صيغ العمل) شكل ونوع الشراكة أو الشركة Business Formations

هناك قرار من الأهمية بمكان لأي مالك للبدء بأي عمل مهني في أن يحدد الصيغة القانونية للعمل الجديد. هناك العديد من صيغ العمل الخاصة بمهنة التصميم الداخلي وجميعها تحمل نواحي إيجابية وأخرى سلبية. ومن المهم أن يعي المالك الفروق بين تلك الصيغ خصوصاً ما يتصل بالنظام المالي والضرائب وما يحدد المسؤولية عن سير وإدارة العمل ونموه ونجاحه. وفيما يلي أهم تلك الصيغ:

- ملكية وحيدة **Sole Proprietorship**: وهي الصيغة الأبسط في ملكية العمل وفيها تكون الشركة والمالك واحداً، وعادةً ما يتم الإدارة وتسيير الأعمال من قبل المالك نفسه وتحت اسمه الشخصي مثل: (e.g., Mary Jane Smith Interior Design) أو تحت اسم تجاري محدد مثل: (e.g., Creative Interior Designs).

- شراكة **Partnership**: وتقوم حين يقرر اثنان أو أكثر البدء بعمل مهني مشترك. ومع أن هذا يتطلب وجود اتفاقية مكتوبة ذات صيغة قانونية والشركاء في هذه الحالة يندرجون تحت اسم CO-owners. يشترك الشركاء في الحقوق والواجبات إلا إذا نصت الاتفاقية الموقعة بينهم غير ذلك. ويمكن أن تحمل الشركة اسماً عاماً أو أسماء الشركاء... وعموماً يتحدد نوعين من الشراكة:

= شراكة عامة **General Partnership**: للشركاء نفس الحقوق والواجبات ويتحملون نفس درجة المسؤولية في نجاح العمل أو فشله.

= شراكة محدودة **Limited Partnership**: وفيها يتحدد شريك أساسي عام **General Partner** واحد على الأقل ومجموعة شركاء محدودين **Limited Partners**، ويكون الشركاء العامين **General Partner** المسؤولين عن إدارة العمل وعن نجاحه أو فشله.

- شركة **Corporation**: وتمثل مؤسسة من مجموعة أفراد تندمج في إطار صيغة قانونية. وبالتالي تشكل كياناً موحداً تقوم بشكل مستقل عن غيرها ويحق لها الدخول في مناقصات وعقود عمل وإقامة الدعاوى ضد غيرها من المؤسسات أو الشركات كما يمكن أن تقوم بمخالفة القوانين وأن تحاكم وتعاقب كما أن لديها مزايا استثنائية في تحديد قوانينها الداخلية فيما يتعلق بأعضائها أو حاملي أسهمها أو موظفيها الإداريين. وعادةً ما يتم تمييز المساهمين عن المالكين الأصليين (ذو النسب

الأكبر من الملكية) وذلك تحت اسم مالكي الأسهم Stockholders أو Shareholders، وتعود الإدارة والمسؤولية الإدارية والقانونية إلى المالكين الأصليين ومجلس الإدارة المنتخب لذلك أما المساهمين فينحصر دورهم في العوائد والفوائد التي يجنوها من الشركة ولا يحق مقاضاتهم أو تحميلهم أي مسؤولية عما تقوم به الشركة.

- شركة ذات مسؤولية محدودة (Limited Liability Company (LLC): وهو نوع جديد من الصيغ القانونية لعنوان الأعمال وهو نظام هجين من الشراكة العامة والشركة ويجب أن يحمل اسم الشركة (ذات مسؤولية محدودة (Limited Liability Company (LLC) وهي تتشكل من مجموعة مستثمرين Investors (لا يوجد شركاء) اثنين على الأقل (في بعض الدول يسمح بواحد ما يُعرف بـ LLCs) ومن يدير الأعمال يسمون مدراء Managers وتنشأ هذا النوع من صيغ العمل وينظم تحت غطاء الدولة وما تحدده من قوانين لهذا النوع.

- مشروع مشترك Contractual Joint Venture أو شراكة تعاقدية Joint Venture: ويمثل صيغة عمل قانونية بين شخصين أو شركتين أو أكثر يتفقا على تنفيذ عمل مؤقت لا يستطيع كل طرف منهما تنفيذه بشكل مستقل. وهذه الصيغة تعامل كشراكة Partnership لكنها لفترة محددة من الوقت أو لمجموعة أعمال محددة. ويتشارك كل طرف من الأطراف المسؤولية القانونية الخاصة بإتمام الأعمال المحددة في الزمن المحدد.

## ز) إدارة الأعمال Business Management

تقع مسؤولية الإدارة على الشخص الذي يقوم بقيادة وتوجيه مختلف الفعاليات التي تقام في مكتب التصميم أو الشركة، وتعني الإدارة القيادة الفاعلة لفريق العمل والمصادر المالية والقدرة على التحكم والضبط من قبل المدير بهدف تحقيق الأهداف والفوائد المرجاة من المالكين الذين أسسوا هذا العمل. ولا يهم فيما إذا كان العمل يدار من قبل المالك الأصلي أو غيره من الأعضاء أو الموظفين فالإدارة تعني أن تقود العمل نحو النجاح. وفيما يلي أهم وظائف الإدارة Function of Management:

1= التخطيط Planning: يساعد المدير على رسم الاتجاهات المستقبلية لمجال العمل الذي يديره وذلك يشمل عملية البحث والتحليل التقييم. وبذلك يساهم في إعداد وتعديل الأهداف والاستراتيجيات والخطط المستقبلية.

**2= التنظيم والتوجيه Organizing and Directing:** تحديد الطرق الأفضل في تنظيم وتوجيه الموارد المالية والبشرية في اتجاهها وبنيتها التنظيمية السليمين.

**3= اتخاذ القرارات Decision Making:** تحمل مسؤولية اتخاذ القرارات المناسبة والبحث عن البدائل التي تضمن حسن سير العمل وصولاً إلى أفضل النتائج المرجوة.

**4= التحكم Controlling:** ضبط الأنشطة والوظائف المرتبط بمجال العمل بهدف ضمان سير خطة العمل وآلية تنفيذ القرارات وسياسة المؤسسة أو الشركة التي تتم إدارتها.

### - تصنيف تراتبية العمل Job Classification

عندما ينمو ويتطور العمل داخل مكتب تصميم أو شركة فأنت بحاجة إلى خلق بنية تنظيمية Organizational Structure أو ما يُعرف بتسلسل القيادة Chain of command، والتي تساعد كل من فيها على فهم طبيعة العلاقة التي تنظم العمل فيما بينهم وبين مديرهم أو مدراءهم المباشرين .... ونشير في هذا الصدد إلى أهم التسميات والألقاب الخاصة بالبنية التنظيمية في مجال ممارسة مهنة التصميم الداخلي في مكتب تصميم أو شركة:

**1= مدير Principal:** وهو تصنيف يُشير إلى المدير العام أو المالك الرئيسي لمجال التصميم الداخلي، وقد تستبدل التسمية General Manager أو المدير العام President بالرئيس.

**2= قائد التصميم Design Director:** وهو تصنيف بمرتبة أدنى من المدير والتي تستبدل أحياناً بنائب الرئيس للتصميم Vice president of design أو مدير التصميم Design Manager وفي بعض الشركات وبحسب حجمها من الممكن أن يكون هناك مدراء خاصين لكل قسم، من التسجيل administration والتسويق marketing والتصميم design.

**3= مدير المشروع Project Manager:** وهو التصنيف التالي في سلسلة القيادة في الشركات الكبيرة أو عندما يكون حجم العمل كبيراً هو مدير المشروع الذي يعطى مسؤولية إدارة مشروع محدد بذاته، وأحياناً يُعرف بالمصمم الأعلى Senior designer أو مصمم المشروع الأعلى Senior project designer. وهو الذي يقود أو يشرف على مجموعة أخرى من المصممين

وهو الذي يقوم بتحديد الأليات والاحتياجات وغيرها مما يحتاجه مشروع محدد وصولاً إلى النتيجة المرجوة.

**4= المصمم Designer:** وهو المسؤول عن إعداد التصاميم الخاصة بالمشاريع ويعمل تحت إشراف المدير أو مدير المشروع في حال الشركات الكبرى. وعادة ما يتطلب هذا المنصب وجود سنتين من الخبرة في مجال التصميم.

**5= مساعد مصمم Design Assistant:** وهو تصنيف وظيفي يكون عادة للمصمم الشباب أو الجدد الذين يعملون تحت إشراف مصمم أكثر خبرة وقدم وظيفي في المؤسسة أو الشركة.

**6= تصنيفات أخرى Other Job Classifications:** وبحسب طبيعة العمل أو الخدمات التي تقدمها شركة أو مكتب تصميم ما فقد يحتاج العمل إلى تصنيفات ذات مهام تخصصية أكثر مثل مصمم الأوتوكاد CAD Operator الذي لديه خبرة في التعامل مع البرامج الحاسوبية الهندسية. وفي بعض الشركات يُمكن أن يكون هناك شخص متخصص في تخطيط الفراغات Space Planner وهو المسؤول عن التخطيط الأولي وتقسيم الفراغات تبعاً للوظائف وتراتبية الحركة والانتقال داخل المكون المعماري) وهو ليس مسؤولاً عن اختيار المفروشات والخامات والألوان ... وغيرها. (أيضاً قد يتطلب حجم العمل وجود شخص متخصص في الأعمال المكتبية الورقية الخاصة بإعداد المواصفات الفنية والكشوف التقديرية وجداول الأسعار ويدعى بالكاتب Writer أو Estimator. كما أنه قد يحتاج التصميم إلى شخص متخصص في الإخراج والتصميم الإعلاني Renderer أو Graphic Designer. وفي بعض الحالات كما وأشرنا هناك مدير للتسويق ومدير مالي. وغيرهم.

(س) (الموارد المالية) طريقة تحديد الأسعار أو أجور التصميم والتنفيذ The

Business's Finances, Determining Design Fees

في العديد من مكاتب وشركات التصميم المورد المادي الوحيد يأتي من الأجر التي يدفعها الزبون لقاء خدمات تصميمية محددة أو منتجات أو مواد أو إكسسوار... يتم توظيفها في الفراغ الداخلي. وكل مكتب أو شركة يحدد طريقة تعامله مع الزبون بحيث يضمن تحقيق المكسب المادي المرجو من جهة وإرضاء الزبون من جهة أخرى من حيث وضعه في صورة طريقة حساب الأسعار والأجر لقاء



الخدمات التي استفاد منها. وتختلف هذه الطرق عن بعضها من مختلف النواحي وخصوصاً ما يرتبط بالآلية التي يتم من خلالها حساب الأسعار أكثر من موضوع تحديدها. وفيما يلي أهم تلك الطرق الأكثر شيوعاً في مهنة التصميم الداخلي:

1= طريقة الحساب بالساعة **Hourly Fee Method**: وفيها يتم حساب عدد ساعات العمل التي تطلبها انجاز عمل أو خدمة تصميمية ما للزبون.

2= طريقة الحساب بقيمة محددة **Fixed Fee Method**: وتدعى أحياناً **Flat Method**. وفيها يتم اعتماد قيمة محددة للأعمال التي يتم تنفيذها بغض النظر عن الوقت الذي تطلبه لإنجازها.

3= طريقة الحساب بالمتر المربع **Square Meter Method**: وفيها يتم تحديد قيمة تنفيذ الأعمال المطلوبة للمتر المربع وبالتالي تزداد الكلفة تبعاً للمساحة المراد تنفيذ الأعمال المطلوبة فيها من ناحيتي التصميم والتنفيذ.

4= طريقة القيمة النوعية **Value-Oriented Method**: وتمثل القيمة التي يتم تقديرها بناءً على نوعية العمل عوضاً عن تكلفة انجاز العمل، خصوصاً بوجود منافسة كبيرة وتمتع عدد من المصممين والشركات بسمعة جيدة تعطيهم الفرصة لأن يتم الاتفاق على الأسعار بينهم وبين الزبون انطلاقاً من القيمة النوعية للعمل المقدم.

5= أجور الاستشارة **Consultation Fee**: قد يحتاج الزبون في بعض الأحيان إلى بعض الأفكار والتصاميم الأولية لمشروع أو عمل ما لكنه لا يرغب في تحمل نفقات أو عبئ أجور تصاميم كاملة للمشروع وبالتالي قد يلجأ إلى طلب خدمة ذات صبغة استشارية من المكتب أو شركة تصميم معينة.

### ش) تحضير عقود التصميم **Preparing Design Contracts**

يحتاج المصممون الداخليون إلى صيغة قانونية تضبط أو تحدد ما تم الاتفاق عليه بينهم وبين زبائنهم بهدف التحكم في مسار عملية التصميم وآليات وطرق التنفيذ ضمن الجداول الزمنية المطلوبة والأسعار المتفق عليها... وفي غالب الأمر يحتاج المصمم الداخلي للاستعانة بخدمات قانونية لشركة

أو مكتب ما تقوم بإعداد العقود اللازمة حسب طبيعة الأعمال المطلوبة والمشروع وطرق التصميم والتنفيذ والإشراف ... وغيرها.

ويمثل العقد Contract الوثيقة القانونية التي تضمن أن يفي كل طرف أو فريق بالتزاماته للفريق الآخر.

وعموماً يجب أن يحوي العقد المُعد بصيغة قانونية سليمة العناصر التالية:

**1= العرض Offer:** وفيه يعرض الفريق الأول ما سيقدمه من خدمات للفريق الآخر.

**2= القبول Acceptance:** الفريق الذي يتم تقديم العرض له يقبل بما جاء تماماً في محتوى ذلك العرض.

**3= الأهلية العقدية Contractual Capacity:** الأهلية القانونية التي تسمح للفريقين بالانخراط في هذا العقد.

**4= الشرط الجزائي Consideration:** عمل ما أو قيمة يمكن استحقاقها ترتبط بماهية الاتفاق وتسمح قانونياً باعتمادها في المحكمة في حالة الخلاف بين الفريقين.

**5= التصديق المتبادل Mutual Assent:** العرض المقدم والقبول به يتم التصديق عليه بالتراضي عن طيب خاطر من الطرفين.

**6= الالتزام القانوني Legality:** يجب ألا يحوي العقد على أي ما من شأنه مخالفة القوانين المرعية في البلد الذي يُنظم فيه العقد.

ونشير هنا إلى أن العديد من المصممين الداخليين يفضلون تسمية وثيقة تفاهم Letter of agreement عوضاً عن العقد Contract حيث يعتقد العديد منهم أنها تسمية أكثر قبولاً لدى الزبائن وأكثر طمأنينة.

وعند كتابة أي عقد يجب أن تكون جميع المعلومات مفهومة وواضحة وألا يغيب عنها أي تفصيل يمكن أن يكون محض خلاف في المستقبل وبالتالي فهي يمكن أن تتضمن تفاصيل طريقة إعداد

المذكرات وإرسال الفواتير وطلبات الشراء ولنكون أكثر دقةً يجب التأكيد على تبيان المعلومات التالية في أي عقد مبرم في مجال مهنة التصميم الداخلي **محتويات العقد Content Formalities**:

- = تحديد التواريخ والمدد الزمنية بدقة.
- = تحديد جميع الأطراف التي تتخبط مسؤوليتها في هذا العقد.
- = تفاصيل حول الخدمات التي سيتم تقديمها.
- = تحديد طريقة حساب الأسعار وتحديد الأجر ومدد الدفع أو السداد.
- = توقيع جميع الأطراف وبالأخص الطرف الذي سيقوم بالتسديد للطرف الآخر.

### (ص) تسويق خدمات التصميم الداخلي Marketing Interior Design Services

إن العديد من المصممين لا يفكرون جيداً في عملية التسويق لأنهم منشغلون في أعمال أخرى. ويرى البعض أن التسويق يعني البيع وبذلك يرفضون اعتبار أنفسهم بائعين. لكنه كلما قام المصمم بتقديم عرض ما فهو يدخل في إطار عملية البيع والبيع هو جزء من عملية التسويق مع أن البيع ليس التسويق والتسويق ليس بالبيع.

البيع، هو شخصي، يمثل عرضاً شفوياً للبضائع والخدمات من منظور الزبون بهدف تأمين عملية الشراء، أما التسويق من ناحية أخرى، فهو العملية التي يتطلع من خلالها إلى السوق بهدف تلبية الاحتياجات الحقيقية للزبون. والمصمم الداخلي يجب أن يكون قادراً على اتمام تلك العملية.

### - التسويق لجهة محددة Target Marketing

عندما تؤسس لعمل مهني في مجال التصميم الداخلي فإنك تعرض عدداً من الخدمات والمنتجات المحددة تبعاً لتعريف نوع العمل الخاص بك وهنا يجب عليك تحديد نوع الزبائن الذين تنوي أن تجذبهم لأعمالك. وأنت بذلك بحاجة إلى عملية تحليل نقاط القوة والضعف في السوق التي تهتم بها وما هو حجم المنافسة ونوع الخدمات المطلوبة... وغيرها من المعطيات التي تؤمن لك صورة أفضل عن طبيعة ونوع الخدمات التي من الأفضل أن تقدمها بهدف جذب الزبائن إلى مجال العمل الخاص بك لتأمين

نموه وازدهاره نحو الأفضل أو استمراريته كحد أدنى. وفيما يلي أهم النقاط التي يتم دراستها فيما يتعلق بالسوق:

**1= الديموغرافيك Demographics:** وهي التي تقدم معلومات حول السكان؛ العمر، الجنس، المهنة، مستوى الدخل، الاعتقاد، العرق ... وغيرها.

**2= السيكوغرافيك Psychographics:** وهي التي تقدم معلومات حول نمط حياة الإنسان واهتماماته وسلوكه وهوياته وسماته الشخصية ... وغيرها

**3= الجيوغرافيك Geographics:** وهي التي تقدم معلومات حول الموقع الجغرافي وما يرتبط به من معطيات...

**4= نوع الصناعة Industry Type:** وهي التي تحدد التخصص الدقيق لمجال التصميم الداخلي الذي تقدمه. فالمصمم الداخلي الذي يختص في دراسة وتنفيذ البيوت والفيلات السكنية تختلف اهتماماته بنوعية الزبائن المحتملين عن الذي يختص بدراسة وتنفيذ المحلات التجارية والأماكن العامة...

**5= الفوائد Benefits:** وتعني دراسة الفوائد التي يمكن أن يجنيها الزبون عند اختيار الخدمات أو المنتجات المقدمة من قبلك.

**6= استعمال المنتج Product Usage:** وهذا يحدد عدد المرات التي يحتاج الزبون إلى الخدمات التي تقدمها أو المدة التي يمكن أن يحافظ عليها أعمال كنت قد نفذتها أو منتجات قبل الحاجة إلى تجديدها أو استبدالها.

## - تحليل السوق Marketing Analysis

هناك خطوة هامة قبل المضي في وضع خطة تسويقية جيدة وهي القيام بتحليل جميع المعطيات التي تم جمعها حول السوق الهدف وبالتالي تحديد حاجة السوق ونوعية الزبائن المحتملين وحجم المنافسة الفعلية وطبيعة الاقتصاد في مكان السوق ... وغيرها مما يسمح بتحديد نوعية الخدمات ووضع ورسم الاستراتيجيات والخطط التسويقية والإدارية والمهنية لتطوير العمل وصولاً إلى الأهداف المرجوة.

## - الخطة التسويقية The Marketing Plan

يتم إعداد ورسم الخطط التسويقية بالتوافق مع الخطط السنوية. وتقوم الخطة التسويقية بالمساعدة في تحقيق الأهداف التي تم وضعها بهدف بلوغها وبشكل عام تشكل الخطة التسويقية تلك النظرة المستقبلية حول ما سيكون عليه العمل في السنة أو السنوات المقبلة. أيضاً لا بد من الإشارة أن الأهداف والاستراتيجيات والتكتيكات وسياسة الشركة الداخلية والخارجية كلها توضع بالتزامن مع الخطط التسويقية وغيرها وتعد لفترات تمتد إلى ثلاثة أو خمسة سنوات.

## (ض) الترويج لمهنة التصميم الداخلي the Interior Design Practice

الترويج هو الطريقة التي يقوم المصمم بإيصال رسالته التصميمية إلى الوجود. والترويج بذلك يتضمن كل الأنشطة التي يقوم بها مكتب التصميم أو الشركة للاتصال بالسوق والترويج للخدمات والمنتجات المعروضة. وتفرض المنافسة بذلك حتمية وجود تلك الأنشطة ولو بحدها الأدنى. ويشمل موضوع الترويج إعداد وطباعة النشرات الإعلانية والمواقع على الشبكة العالمية (الانترنت)... وغيرها من وسائل الدعاية والتعريف بالمنتجات بهدف الحصول على شعبية جيدة.

## - العلاقات العامة Public Relations

ترتبط العلاقات العامة بكل الجهود التي تبذل بهدف خلق صورة أو انطباع لدى الرأي العام حول اسم ومجال المصمم أو الشركة وعملها ونوع وطبيعة الخدمات والمنتجات التي تعرضها، وعادةً ما تركز تلك الجهود على شريحة الزبائن المحتملين.

## - الشعبية (السمعة) Publicity:

وهو نوع مباشر من الترويج وهو ما تفعله لجذب الاهتمام إليك بدون أن تدفع لذلك. وتمثل المفتاح الذي يجعل الناس يعلمون ما ذا تصنع. ويشمل هذا النوع من الترويج أنشطة مثل المحاضرات في مجال التصميم بشكل عام أو مجال اهتمامات الشركة، أو في المشاركة في إعداد أو تقديم أو الاستضافة في البرامج التلفزيونية في مجال التصميم الداخلي، أو نشر مقالات حول التصميم في مجلات

عامة أو تخصصية ... وغيرها مما يسهم بشكل غير مباشر في الترويج لمجال ونوع وطبيعة الخدمات والمنتجات التي يعرضها مكتب التصميم أو الشركة.

## - العروض Proposals

مع ازدياد المنافسة وفتح الخيارات أمام الزبائن لاختيار الشركة أو مكتب التصميم الذي سوف يؤدي لهم ما هو مطلوب يلعب مجال إعداد وتقديم العروض دوراً هاماً في جذب الزبائن إليك. كما أن موضوع إعداد وتقديم العروض في مجال التصميم الداخلي يُعد من الركائز الرئيسية في مجال ممارسة المهنة، وربما يكون الأداة الرئيسية في عرض ماهية الأعمال المقترح تنفيذها لمشروع ما والآليات والمدد الزمنية إضافة إلى الكلفة التقديرية وغيرها ... مما يقدم صورة ابتدائية للزبون عند البدء في إعداد تصور أولي عن الخيارات المتاحة أمامه لتنفيذ مشروعه.

وتقدم العروض أحياناً بناءً على إعلان أو طلب مقدم من جهة محدد بهدف استدراج عروض Request For Proposal واختصاراً RFP. وفيما يلي أهم النقاط الواجب توافرها في عرض نمونجي:

- صفحة الغلاف.
- صفحة العنوان.
- جدول المحتويات.
- ملخص بسيط (مقدمة حول المحتويات).
- تحليل المشكلة (دراسة مقتضية لتوضيح درجة فهم طبيعة المشروع ومتطلبات الزبون).
- الخدمات المقدمة (ما سينجز فعلياً).
- درجة الخبرة في مثل هذا النوع من المشاريع (الإشارة إلى مشاريع مماثلة تم تنفيذها).
- مباشرة المشروع (حول طريقة التنفيذ والإشراف على المشروع).
- فريق العمل (من سيكون مسؤول عن كل من مراحل العمل في المشروع).
- الجداول المخصصة.
- قائمة بالوثائق المطلوب تحضيرها أو الحصول عليها للمشروع (الموافقات).
- الميزانية.
- معلومات مالية حول الشركة.



- مراجع يمكن العودة إليها للتأكد من المعلومات المُدرجة.

- معلومات متنوعة (أي إشارة أو توضيح).

## ط إدارة المشاريع Project Management

تمثل إدارة المشاريع العملية التنظيمية التي تقوم بالتحكم وضبط مراحل تصميم وتنفيذ أي مشروع من البداية إلى النهاية وتأمين الحلول لمشكلات الزبون فيما يختص بالأهداف المراد تحقيقها في المشروع.

### - مراحل العمل في المشروع Phases of a Project

تشمل مراحل العمل لأي مشروع تصميم داخلي خمسة مراحل رئيسية تتمثل في التخطيط Programming والتصميم الأولي Schematic Design وتطوير التصميم design development وتحضير الرسوم العقدية (المخططات) والمواصفات الفنية لها Contract Documents وأخيراً إعداد العقود contract administration.

**1 = مرحلة التخطيط Programming Phase:** وتشمل عملية جمع المعلومات حول المشروع (الاحتياجات الوظيفية والجمالية والحلول التقنية والعوامل المرتبطة بطبيعة المشروع من الموقع الجغرافي والمناخ ... وغيرها)

**2 = مرحلة التصميم الأولي Schematic Design Phase:** وتنخرط في تنظيم الدراسة الأولية للحركة والتراتبية الوظيفية Circulation وتوزيع الفراغات ووضع الأفكار الأولية والحلول الوظيفية للمشروع ... وغيرها من الخطوات التي تطرح عدداً من الحلول الانتقائية الأولية.

**3 = مرحلة تطوير التصميم Design Development Phase:** وفيها يتم الاتصال بالزبون واستكمال تطوير الدراسة وصولاً إلى اختيار المفروشات والمواد والألوان ... وغيرها ويتم إعداد المناظير التوضيحية ولوحات المواد ... وغيرها.

4= مرحلة الرسوم العقدية **Contract Documents Phase**: وفيها يتم إعداد المخططات النهائية من موقع عام ومساقط وواجهات ومقاطع ومناظير وما يرتبط بها من تفاصيل تنفيذية وجداول وخصائص فنية وكشوف تقديرية وجداول كميات وأسعار.

5= مرحلة إعداد العقود **Contract Administration Phase**: وهي المرحلة الأخيرة التي يتم فيها صياغة بنود الاتفاق بين المصمم أو الشركة والزيبون على ماهية الأعمال المطلوبة والمد الزمنية والكلفة والأجور وطرق السداد ... وغيرها من الشرط التي تندرج في إطار ضمان سير التوافق على سير العمل من بدايته إلى نهايته.

### ظ) الرسوم العقدية والمواصفات **Contract Documents and Specifications**

إذا كان المصمم الداخلي مسؤول عن إعداد المخططات النهائية من مساقط وواجهات ومقاطع ومناظير ... وغيرها فهو مسؤول أيضاً عن إعداد المواصفات الفنية (دفتر الشروط) والكشوف التقديرية وجداول الكميات الأسعار وغيرها مما يضع صورة متكاملة حول جميع عناصر المشروع المزمع تنفيذه.

### - الرسوم الانشائية **Construction Drawings**

وهي تضم كل المخططات والرسوم الهندسية من مساقط وواجهات ومقاطع وتفصيلات تنفيذية ومناظير ... التي تشرح بالتفصيل جميع ما يرتبط بالتصاميم المعدة لتنفيذ المشروع. وتشمل هذه المخططات أيضاً عند الحاجة مخططات الميكانيك **mechanical drawings** ومخططات الكهرباء والهاتف **electrical and telephone** ومخطط الموقع العام **location plans** ومخطط السقف المستعار **reflected ceiling plans** ومخططات الصحية **plumbing plan** وأنظمة التكييف والتدفئة **HVAC plans** ... وغيرها بحسب طبيعة ومتطلبات كل مشروع.

### - الجداول **Schedules**

يتم إعداد جداول خاصة على المخططات (المساقط) يتم تحضيرها في الغالب للأبواب والنوافذ ومواد الإكساء... كما يتم إعداد جداول خاصة لأجهزة الإنارة والمفروشات والإكسسوار ...

## - المواصفات Specifications

تعد المواصفات وثيقة مكتوبة تعرض تعليمات تقنية حول المشروع وخصائص المواد المستخدمة والنوعيات المطلوبة منها إضافة إلى طريقة تحضير وتنفيذ وتركيب عناصر وأجزاء من التصميم المقترح وتختلف من مشروع لآخر بحسب طبيعة المشروع وطرق توظيفه والمواد والتجهيزات التي يتم استخدامها... وجداول الكميات الأسعار والكشوف التقديرية المعدة لها.

وندرج فيما يلي أهم الطرق المعتمدة في إعداد وصياغة المواصفات الفنية لتنفيذ مشروع تصميم داخلي:

**1= المواصفات تبعاً للشركة المصنعة Proprietary Specification:** وفيها تعد المواصفات تبعاً لاسم المنتج والمواد المحددة من قبل الشركة الصانعة إضافة إلى رقم النموذج. وهذه الطريقة محددة ولا يوجد ما يدعو لإضافة أي وصف آخر بحكم أن المنتج محدد وموضح بشكل كاف وتكون محددة السعر.

**2= المواصفات التفصيلية Descriptive Specification:** وهنا لا يتم استخدام اسم الصانع أو الاسم التجاري بل يتم وضع الشروط والخصائص التفصيلية بدقة والتي تحدد تفاصيل عن الأبعاد والمواد وطرق التصنيع والتركيب... وغيرها. وتعد هذه الطريقة غير محددة السعر ويعطى لها في الغالب قيمة تقديرية تتحدد من خلال وحدة قياس مثل م2 أو م3...

**3= المواصفات تبعاً للكفاءة أو الفعالية Performance Specification:** وهنا يتم تحديد نوعية ومواصفات محددة لمنتج أو مطلب ما بحيث أن أية شركة أو اسم تجاري يمكن أن يحقق تلك النوعية والمواصفات.

**4= المواصفات المرجعية Reference Specification:** هنا تستند المواصفات في إعدادها إلى المراجع التخصصية القياسية المعتمدة من قبل الدولة أو النقابة أو المؤسسة التي تشرف على ممارسة مهنة التصميم الداخلي، وبالتالي يستعاض عن فقرات عديدة في توصيف المواد وطرق التحضير والتنفيذ بالإشارة مرجعياً إلى الفقرة المرتبطة بها في المرجع القياسي التخصصي American Society for Testing and Materials، المعتمد مثل الجمعية الأمريكية للقياس

والمواد American National Standards Institute، والمعهد الأمريكي العالمي للمعايير القياسيةANSI .ASTM

لابد نهايةً من الإشارة إلى أن ممارسة مهنة التصميم الداخلي تنطوي على مقدرات تتجاوز تلك المقدرة الإبداعية في التصميم إلى مواضيع الإدارة والتسويق والترويج والعلاقات العامة ... وغيرها مما يجعل البدء بالتفكير في تأسيس عمل مهني في التصميم الداخلي ليس بتلك السهولة التي يتصورها البعض بل يحتاج إلى دراسة وافية لجميع النواحي المرتبطة بعدد من النقاط التي أجمالنا معظمها في هذا الجزء المختصر عن ممارسة مهنة التصميم الداخلي. وبالتالي يجب العمل على تأمين الحلول للمشاكل أو النقص المرتقب فردياً أو من خلال السعي إلى تأسيس شراكة ما، أو بالاستعانة بمؤهلين اختصاصيين يقومون بسد الثغرات وتأمين البدائل الغير متوافرة عند الحاجة إليها.

يختار الطالب تحضير وتقديم أحد الأجزاء التالية:

### الجزء الأول:

تحضير وتقديم فيديو (صوت وصورة) مقابلة شخصية للطالب. يُمكن أن يجيب فيها عن الأسئلة

التالية: (بصيغة غير مكتوبة، أي ملقنة) وبشكل مستقل لكل سؤال.

- ما هو سبب اختيارك لدراسة اختصاص العمارة الداخلية.
- ما هو مفهوم التصميم الداخلي (العمارة الداخلية) وتعريفه.
- ما أهمية التصميم والعمارة الداخلية (الديكور) في حياة الإنسان، وارتباطها بكافة المحددات الوظيفية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية.
- ما أهمية دراسة هذا الاختصاص دراسة أكاديمية، وعدم ممارسة المهنة دون دراسة.
- ما هي المعارف والمهارات التي تتم دراستها في قسم العمارة الداخلية.
- ما أهمية البرامج الحاسوبية في عملية التصميم.

### الجزء الثاني:

تحضير وتقديم فيديو (صوت وصورة) تعريفى عن قسم العمارة الداخلية في كلية الفنون

الجميلة بجامعة دمشق. يُمكن أن يجيب فيها عن الأسئلة التالية: (بصيغة غير مكتوبة، أي ملقنة) وبشكل

مستقل لكل سؤال.

- ما أهمية دراسة اختصاص العمارة الداخلية (وتعريف التصميم الداخلي).
- ماهي طبيعة الدراسة في الاختصاص (نظرية، عملية، المشاريع...)
- ما هو دور الكادر التدريسي في دعم العملية التعليمية واكتساب الخبرات في مجال الاختصاص.
- ما هي طبيعة الحياة الجامعية التي يعيشها الطالب في القسم والكلية (خارج المراسم والقاعات).

• ما هي النشاطات التي ترتبط بالعملية التعليمية (زيارات علمية، مؤتمرات، معارض، ورشات...).

• ما هي آفاق سوق العمل للخريجين من هذا القسم، وما هو دورهم في المجتمع.

### الاحتمال الثالث:

تحضير وتقديم فيديو (صوت وصورة) مقابلة شخصية بهدف التعريف بمشروع تصميم داخلي محدد قام الطالب بتصميمه أو تنفيذه. ويمكن أن يجيب فيها الطالب عن الأسئلة التالية: (بصيغة غير مكتوبة، أي ملقنة) وبشكل مستقل لكل سؤال.

• ما هو عنوان المشروع وماهي طبيعة الدراسة التصميمية المطلوبة.

• ما هي الفكرة التصميمية التي تم اقتراحها للمشروع.

• كيف تم ترجمة الحلول الوظيفية والجمالية بما يتناسب مع الفكرة المقترحة.

• ما هي الصعوبات التي واجهت الطالب في الوصول إلى النتائج المرجوة في المشروع.

• كيف تم تقديم المشروع في صورته النهائية.

• ما هو شعور الطالب عند انتهاء تقديم هذا المشروع، ومدى رضاه عما توصل إليه .

يتم تقديم الجزء العملي (الجزء الذي تم اختياره وتحضيره) على شكل ملف إلكتروني، يتم نسخه على وحدة تخزين (فلاشة) أو قرص مدمج. على أن تتم إعادة (الفلاشة) للطالب (بعد نسخ الملف)، وعلى الطالب التأكد من وجود الملفات قبل التسليم (وبالأخص على القرص المدمج) ...