



أهمية دور المصمم الداخلي من خلال معالجاته التصميمية وتطويره للمنتج التطبيقي
فى دعم وزيادة التنافسية

**The importance of the role of the Interior Designer through it is
design treatments and development applied product in support
and increase competitiveness**

د. سامح محمد محمود سالم
مدرس بقسم الديكور والعمارة الداخلية
المعهد العالى للفنون التطبيقية - بالسادس من أكتوبر
الإيميل : samehsalemmob@gmail.com

Dr. Sameh Mohamed Salem

Lecturer, Department of Architecture and Interior Decoration

Higher Institute of Applied Arts in Sixth of October

E-mail: samehsalemmob@gmail.com



أهمية دور المصمم الداخلى من خلال معالجاته التصميمية وتطويره للمنتج التطبيقى فى دعم وزيادة التنافسية

لاملخص:

إن من بين التحديات الكبرى التى تواجه المصمم ومؤسسات التصميم بشكل عام فى الوقت الحالى هو مدى قدرتهم على التأقلم ومسايرة التطورات العلمية والتكنولوجية فى مختلف المجالات.

فمؤسسات التصميم والإنتاج ومن خلال فكر مصمميها الذين لا يدركون حقيقة مجازة التطورات الحالية فى رغبات عملائهم أو منافسيهم سيكون مآلهم الخروج من السباق التنافسى أو الإندثار، وهو الأمر الذى وضع المصممين فى رحلة بحث دائمة عن الوسائل المثلى للأستمرار والتطوير وزيادة التنافسية بشكل عام.

وفى التصميم الداخلى بشكل خاص أصبح من الضرورى على المصممين الداخليين العمل على تطوير نماذجهم معالجاتهم التصميمية بما يتوافق فى نفس الوقت مع تطويرهم للمنتج التطبيقى الذى يدخل ضمن هذه الرؤى والمعالجات التصميمية ويحقق منتج تصميمى عالى الأداء يسهم بقدر كبير فى دعم وزيادة التنافسية.

ولذلك تحولت مواكبة معالجات التصميم الداخلى للتطورات العلمية والتكنولوجية الحديثة وعمليات تطوير المنتج التطبيقى الى حتمية بدلاً من ان تكون خياراً فى دعم الميزة التنافسية لشركات ومؤسسات التصميم والإنتاج خاصة فى ظل محيط الغيت فيه الحدود المكانية والزمانية بين الأسواق.

Keywords:

Competitivenessالتنافسية, product development تطوير المنتجات, design quality جودة التصميم

كلمات مرشدة:

Abstract:

One of the major challenges facing the designer and design institutions is a year at the moment is their ability to adapt and keep pace with scientific and technological developments in various fields.

The institutions design and through its designers who do not realize the fact that to keep up with developments in the desires of their customers or their competitors developments will result out of the race competitive or write off, which put the designers in the search for a permanent trip optimal means for the continued development and increase competitiveness in general.

In interior design in particular it has become necessary internal designers to work on the development design models in line at the same time with their development of the product Applied which falls within these visions and design treatments.

Therefore keep up with interior design treatments of modern scientific and technological developments and applied product development operations to the inevitability rather than be an option in support of the competitive advantage of companies and organizations design and production especially in light of the vicinity of the spatial and temporal boundaries between markets turned canceled.



أهمية دور المصمم الداخلي من خلال معالجاته التصميمية وتطويره للمنتج التطبيقي في دعم وزيادة التنافسية

The importance of the role of the Interior Designer through it is design treatments and development applied product in support and increase competitiveness

١- المقدمة:

إن الإستغلال الصحيح والمنظم لفكر ومنهجية التصميم بعناصره المختلفة من قبل المصمم الداخلي والتي ينتج من خلالها نماذج وحلول تصميمية غير تقليدية يمكن ان تؤدي إلى تصميم منتج تطبيقي غير تقليدي يكون قادر على المنافسة والتواجد بقوة في السوق المتواجد بها.

ويمكن ان يكتسب المصمم الداخلي هذا الفكر المنظم والمنهجية الصحيحة في التصميم عن طريق تطوير ادائه من قبل دعم مؤسسات التصميم إقتصادياً لمصمميها عن طريق الأنشطة والتطوير والبرامج الحديثة المختلفة ، والذي يكون أهم نتيجة لذلك هو إبتكار نماذج وحلول تصميمية إبداعية وغير تقليدية يمكن ان تؤدي لمنتج تطبيقي عالي الجودة قادر على المنافسة بقوة في مجاله.

ف تطوير المنتج التطبيقي يأتي عن طريق إبتكار أفكار ومعالجات تصميمية جديدة ، وتحويل تلك الأفكار والمعالجات التصميمية الى قيمة قابلة للتسويق في شكل منتج تصميمي جديد أو تقنيات جديدة ، وبالإضافة إلى تحسين المنتجات الحالية من خلال إدخال تعديلات عليها ، كما يتم البحث عن كفاءات تصميمية يمكن ان تخلق التكامل فيما بينها وبين الإمكانيات المتاحة من أجل دعم وتطوير المنتج التطبيقي وزيادة قدراته التنافسية.

فلقد أصبح تطوير المنتجات أحد أهم الخيارات الإستراتيجية الهادفة الى تعزيز القدرة التنافسية للشركات ومؤسسات التصميم والإنتاج ، وذلك من خلال تقديم المنتجات الجديدة وتطويرها في أقصر مدة مع الأخذ في الاعتبار ان تكون ذات جودة عالية وسعر أقل وتلبي في ذات الوقت رغبات عملائها.

أهمية البحث:

- تكمن أهمية البحث في الإستفادة من الحلول التصميمية المبتكرة والغير تقليدية للمصممين الداخليين وتطويرهم المستمر للمنتج التطبيقي ليساعد في دعمه وزيادة قدراته التنافسية.

مشكلة البحث:

- ١- كيفية تفعيل دور أليات وعناصر التصميم الداخلي في إيجاد حلول تصميمية غير تقليدية يمكن ان تساعد المصمم الداخلي في عمل نماذج وحلول تصميمية يمكن ان تساهم في دعم وزيادة تنافسية المنتجات.
- ٢- عدم إستفادة المصممين الداخليين ومؤسسات التصميم والإنتاج من الحلول التصميمية وتطويرهم المستمر للمنتجات التطبيقية في دعم وزيادة التنافسية للوصول بالمنتج من المحلية للعالمية.



هدف البحث:

- ١- توضيح كيفية الاستفادة المثلى من الحلول والمعالجات التصميمية المبتكرة وعمليات التطوير المستمر للمنتج التطبيقي في دعم وزيادة التنافسية.
- ٢- إن الوصول لفلسفة تصميمية متميزة من خلال عمليات ومراحل التصميم المختلفة يمكن ان تساهم وتدعم عمليات تطوير المنتج التطبيقي وتزيد من قدراته التنافسية.

منهجية البحث:

- يتبع الباحث المنهج الوصفي والتحليلي لوصف وتحليل وتدقيق الحقائق والمعلومات التي حصل عليها وذلك من خلال النماذج والعينات المختارة.

فروض البحث:

- ١- إن تكامل نماذج وعناصر الحلول التصميمية مع عمليات تطوير المنتج التطبيقي في التصميم الداخلي يمكن ان تؤدي إلى دعم وزيادة التنافسية.
- ٢- إن المصمم الداخلي له دور هام ومؤثر في رفع مستوى أى منتج تطبيقي في التصميم الداخلي في حالة ما إذا استفاد من آليات وعناصر التصميم الداخلي بالشكل الصحيح.

الكلمات المفتاحية:

المعالجات التصميمية: هي إحداث تغييرات أو إضافات على التصميم يمكن أن تحسن من صفاته أو خصائصه لكي تفي بالغرض المطلوب إحداث التغيير به.

جودة التصميم: هو تصميم المنتجات أو العمليات التصميمية بخصائص متفوقة ، وقوة تحمل عالية ، ومتانة اكبر ، وتقديم منفعة وتحقق الأمان لمستخدميها.

تطوير المنتجات: وهو التغيير التدريجي الذي يحدث في بنية المنتجات ، بهدف العمل على إحداث شيء أو مجموعة من الأشياء على هذا المنتج.

الفكر الإبداعي: هو عملية ذهنية تهدف الى تجميع الحقائق ورؤية العناصر والخبرات والمعلومات في أبنية وتراكيب جديدة لإستيضاح الحلول.

الميزة التنافسية: وهي إمتلاك المؤسسات أو المنظمات لمجموعة من الخصائص قد تكون داخلية أو خارجية تميزها عن المؤسسات أو المنظمات المنافسة لها.

التنافسية: وهي مؤشر للقوة الاقتصادية ومدخل لأستمراريتها ، فقوة أى بلد من قوة اقتصاده أى بتفوقه على الأقتصاديات الأخرى ، وقدرته على منافستها داخليا وخارجياً.



٢- أثر دور الحلول التصميمية وعناصر التصميم على التصميم الداخلي:

The impact of the role of design solutions and design elements on the Interior design

تشكل العلاقة بين الحلول التصميمية ومعالجات التصميم الداخلي وبين عناصر ومكونات التصميم الداخلي المختلفة العديد من التفسيرات والمعايير والتوجهات التصميمية الفكرية للبنية الوظيفية والبنية الجمالية لأي تصميم.

ولتحديد جدلية العلاقة بينهما في التصميم الداخلي ، نجد أن تفسير المصممين الداخليين ومؤسسات التصميم يعتمد على التكوين البنائي الفكري لعناصر التصميم داخل أي فراغ معماري ، وبما أن كلاً من البنية الوظيفية والبنية الجمالية لهما اثر معرفي ، وبالتالي يمكن أن نحقق تحليلاً في آلية النسق في التصميم الداخلي.

إذ يجب التفكير في آلية عمل للأنظمة الكلية في التصميم الداخلي قبل أن نفترض أو نضع اسماً وبدهييات علمية وتطبيقية، وكذلك دراسة علاقة أي عنصر من عناصر التصميم بباقي العنصر المكونة له كهوية عينية- علاقة الجزء بالكل- فضلاً عن اثر الدور الوظيفي الهام لكل جزء من أجزاء المنتج التصميمي ، وفي تحديد فكرة النسق العام للمعالجات التصميمية للفراغ المعماري ككل.

وهذا يقودنا إلى البحث في المؤسسات الداخلية في نظم البنية المعرفية والمادية للتصميم الداخلي، وبالتالي يجب النظر إلى عناصر تكوين التصميم كوحدات فعالة ذات دور عضوي ونظم جدلية مؤثرة فيه.

فالبنية المعرفية هنا تتضح أو تظهر من خلال عمل ودور المصمم الداخلي على إستغلال كل عنصر من عناصر التصميم الداخلي بالشكل الصحيح داخل الفراغ المعماري الداخلي الموجود فيه ، ولا يقتصر ذلك على مكوناته فقط وإنما على نظم مكوناته ذاتها.

فالوظيفة والجمال والأسلوب والنظام جميعها عناصر بنائية تكوينية تشكل جميعها الحلول والمعالجات التصميمية ، وهي التي تخضع باستمرار للتغيير والتطوير من قبل المصمم ومؤسسات التصميم ، فالوظيفة والجمال ما هما إلا صوراً معرفية في التصميم، ويمكن من خلال تحليل هذه الأفكار فهم النظرة الشمولية للوظيفية في التصميم الداخلي والأثر الجمالي الناتج عنها ، وتوضيح دور الجمالية كعلاقة ومنفعة متداخلة معه حتماً .

" فالبنية الوظيفية من خلال دورها الفكري والمادي في التصميم تؤثر وتوفر علاقات تكاملية بين أجزاء وعناصر التصميم حتى يمكن تحديد ماهيتها ونسقتها ، وبالتالي فأن حلول ومعالجات التصميم غير محددة بالوظيفة والجمال فحسب ، بل بالشعور والأنتماء أيضاً داخل بيئة التصميم ككل ، والأثر المتغير في أنماط التصميم من خلال تغير مفاهيم العصر، إذ تركز الوظيفة في التصميم بشكل عام والتصميم الداخلي بشكل خاص على ما تحققه من غايات نفعية وفكرية بالدرجة الأساسية، على اعتبار أن الغاية تعد هي الهدف الأساس في تحديد دور نجاح الوظيفة في بيئة التصميم". (Hall 2010 p 124)



لأن مستوى التصميم سيبلغ درجة كبيرة من الاكتمال والانتظام في البنية التكوينية له من خلال إدراك أثر قوة الدور النفعي لهذه الوظيفة داخل المعالجات التصميمية ، فضلاً عن الدور النفعي الذي يجب أن يحقق التوازنات الجمالية والنفعية معاً والتي تأتي منسجمة مع طبيعة العناصر المكونة للمعالجات التصميمية ومتحققة في التصميم الداخلي ، وإن عملية الممازجة بين ما هو جمالي وما هو نفعي (وظيفي) هو غرض لا بد من تحقيقه في التصميم الداخلي ، فهو يؤدي إلى تصميم جيد ومتكامل لحد كبير ويعمل في نفس الوقت على جودة وتطوير المنتجات التطبيقية التي تدخل ضمن مكونات هذا التصميم وهي التي تؤدي بنا الى دعم وزيادة التنافسية .

فإذا نظرنا إلى الوظيفة في بنية التصميم الداخلي بعيداً عن النظم الجمالية ومستقلة عنها، نستطيع القول أنها نظرة غير متوازنة ، لان الوظيفة في التصميم الداخلي لا تتجرد من القيم الجمالية بصورة كلية وبالتالي فان- الوظيفة يجب أن لا تفقد المصمم الداخلي لدرجة الخضوع لها ونسيان الجانب الجمالية ، ويجب أن يكون الحل الوظيفي حلاً جمالياً يرضي الحاجة الجمالية عند المصمم ، وهو الذي سينعكس أثر فيما بعد على مستخدم هذا التصميم بمكوناته المتخلفة كمنتج بعد ذلك- بمعنى أن ظهور الوظيفة تفتقر بالجمالية لان تجريدها يعني أنها ستكون (صناعية ميكانيكية وبعيدة عن أي غرض جمالي) وتكون مستقلة غير ادائية ولا معرفية ، وعليه فان النظرة الفلسفية المثالية للوظيفة في المعالجات التصميمية يجب أن تؤمن بفكرة البنية الذاتية للتصميم والمعرفية المؤسسة والتي تخلق نظم التعبير والتطوير في التصميم، وان هذه النظرة تعكس الوعي المعرفي المثالي للمصمم الداخلي للوظيفة بوصفها فكراً معرفياً يتساوى مع المادة ليكون الناتج معرفة ومنفعة (فائدة) ، وبهذا المعنى نكون قد جردنا كل حقيقة عن الأخرى، لان المعرفة هنا تتسم بالانتاج الفكري والذي لا يبد أن ينعكس كمفاهيم وحلول تصميمية في التصميم الداخلي.

أما البنية الجمالية، فتتداخل في الحلول التصميمية على وفق دورها العضوي البنائي في العملية التصميمية، وهي أيضاً تخضع إلى معايير وظيفية غالباً ، ولذلك فان الصورة الكلية فيها تمثل تلازم الفكرتين على نحو متباين النسبة والعلاقة وكلاهما يؤسس النسق التصميمي الكلي، لكن الحقيقة الثابتة تبقى في البحث عن مستوى لأدعاء تساق الوظيفة والجمال في التصميم من حيث مرجعيتهما كفكر تصميمي يتسم بالجدل ويحقق نجاح التصميم في حياة الإنسان.

٣- تطوير المنتج التطبيقي في المؤسسات وأثره على الإقتصاد:

3- Product development applied in enterprises and its impact on the economy

" إن المنافسة الحادة التي تشهدها الأسواق المحلية والعالمية ، دفعت بمؤسسات التصميم والإنتاج الى اعتماد مميزات تنافسية جديدة فضلاً عن الجودة والمرونة والتكلفة المناسبة ، فهذه العناصر على الرغم من أهميتها الكبيرة لأي مؤسسة لم تعد كافية ، ويرجع السبب في ذلك إلى المنافسة الحادة وكثرة المنتجين فضلاً عن ثورة المعلومات والتغير السريع في أذواق المستهلكين وأحتياجاتهم، كل ذلك أوجب على مؤسسات التصميم والإنتاج التفكير في إستراتيجية قائمة على البحث والتطوير يكون شعارها (أبتكر أو مت) لضمان الأستمرارية والمنافسة والبقاء وتحقيق النمو والتطور خاصة بعد تغير النظرة لنشاط البحث والتطوير من مهدر للأموال إلى نشاط إستثماري مربح." (عبد الوهاب ١٩٩٨ ص ٦٦)



٣-١- مفهوم نشاط بحث وتطوير المنتج:

3-1-Search activity concept and product development:

على الرغم من استخدام الكثير لمصطلح البحث والتطوير بشكل متلازم ، إلا انه يوجد فرق بين الإثنين حيث يتضمن نشاطين منفصلين هما:

- " البحث : هو النشاط المنظم الهادف الى اكتشاف معرفة علمية جديدة ، سواء كان بحثاً لذاته- بحث أساسى- أو لغرض وهدف علمى- بحث تطبيقي. (Bernard1996, p3)

- "التطوير: هو الإستعمال المنظم لنتائج البحث التطبيقي أو المعارف النظرية بواسطة تجربتها، والتأكد من صلاحيتها الفنية بقصد تصميم منتج جديد ، أو التنظيم لعملية ما أو التحسين الجوهرى لها. (Francis 1991, p15)

وعلى ذلك فالبحث والتطوير هو عملية تبدأ من البحث الأساسى أو التطبيقي وأستعمال نتائجها لتصميم منتج أو تطوير عملية تصميمية جديدة بطريقة منهجية ومنظمة.

٣-٢- ديناميكية تطوير المنتج التطبيقي :

3.2-Dynamic product development applied

تلعب المنتجات دوراً رئيسياً فى توجيه مختلف أنشطة المؤسسة أو الشركة ، حيث تمثل نقطة الإرتكاز الرئيسية فى توجيه كافة القرارات التسويقية وتعظيم الإشباع المطلوب لإحتياجات المستهلكين ومن ثمه ضمان أستمرارية المنافسة ونموها. وعلى هذا الاساس تلجأ المؤسسات وشركات التصميم والإنتاج الى اسلوب تطوير المنتجات كأحد الأساليب الضرورية لمواجهة مشكلات التسويق والمنافسة.

ويمكن النظر للمنتج من زاويتين : - زاوية المواصفات (الملامح والخصائص أو المكونات).
- الزاوية الأخرى فهى زاوية المنافع أو الأستخدامات.

فطبقاً للزاوية الأولى للمنتج فإن المطبخ كمنتج تصميمى وإنتاجى على سبيل المثال ينظر إليه على إنه تكوين مادى من عدة أجزاء أو أنظمة تشغيل يتم تجميع وحداتها معاً بطريقة فنية وبالتنسيق المطلوب، وتمثل هذه الزاوية نظرة المسؤولين عن الحلول والمعالجات التصميمية والإنتاج.

وتعكس الزاوية الأخرى للمنتج: وهو الجزء الخاص بالأستخدامات والمنافع المطلوبه من المنتج التطبيقي.

فالمطبخ يمثل مجموعة من المنافع التى تتحقق من خلال إستخداماته ، وهذه الأخيرة تعكس وجهه نظر المسؤولين عن المميزات التسويقية لعناصر المطبخ.

ويعرف المنتج الجديد بأنه :

" أى شىء يتم تقديمه للسوق بشرط عدم وجود خبرة سابقة لدى المؤسسة أو المستهلك بهذا المنتج ، كما يعتبر المنتج جديداً عند حدوث أى تغيير يطرأ على المنتج الحالى سواء كان هذا على شكل إضافة إستخدامات جديدة أو تغيير فى التصميم أو نمط التعبئة والتغليف أو تغيير الأسم التجارى. (أبو قحف ٢٠٠١ ص ٣٢١)



أختلف الباحثون في مجال تطوير المنتجات على وضع تصنيف محدد للمنتجات الجديدة نظراً لأختلافهم في تحديد مصطلح المنتج الجديد بأعتبار هذا الأخير نسبي ومتعدد الأبعاد، في هذا الإطار قدم **Philip Kotler** تصنيفاً للمنتجات الجديدة يقوم على دمج معيارين هما : معيار درجة الإبتكار والتطوير للمنتج بالنسبة للسوق .
ومعيار درجة الإبتكار بالنسبة للمصمم والمؤسسات .

*حيث ميز بين عدة أصناف هي :

- منتجات جديدة تطرح لأول مرة : تكون جديدة على المؤسسة والسوق والعملاء ، وتطرح لأول مرة بالسوق .
 - توسيع خطوط المنتجات الحالية : تقوم المؤسسة بأضافة منتجات جديدة إلى خط منتجاتها الحالي حيث خصائصها ومواصفاتها قريبة من المنتجات الحالية .
 - توسيع خطوط المنتجات الحالية : هذه المنتجات ليست جديدة على السوق ولكنها جديدة على المؤسسة ، تحاول إضافتها الى خطوط منتجاتها بغية استثمار فرص تسويقية جديدة في قطاعات سوقية معينة .
 - تحسين المنتجات الحالية: تقوم المؤسسة بإجراء التعديلات والتحسينات على منتجاتها الحالية بغرض تقليل التكلفة أو زيادة القيمة المضافة للعملاء، أو مواجهة المنافسة بالسوق .
 - المنتجات الجديدة منخفضة التكاليف: وهي من وجهة نظر بعض مؤسسات التصميم والإنتاج ، إذا كان تخفيض التكاليف سواء تكاليف الإنتاج أو التسويق سوف تؤدي لزيادة القيمة المضافة للمستهلكين فأنه يعتبر منتج جديد ولكن ليس للسوق". (john L 2002 ,P42)
- ٣-٣- الإبتكار أحد مخرجات أنشطة بحث وتطوير المنتج:

3.3. Innovation one of the outputs of the research and product development:

مهما كان نشاط البحث والتطوير المطبق من قبل مؤسسات التصميم والإنتاج فإن أول نتيجة لهذا النشاط هو الإبتكار .
حيث تمتاز المؤسسات اليوم بحاجتها الماسة الى الإبتكار كونه المحرك الرئيسي للنمو فيها ، فهو يساعدها على البقاء والأستمرار في ظل ظروف المنافسة الشديدة ، لذا ينبغي على المصممين ومسئولى الإنتاج فهمة فهماً دقيقاً وواضحاً .

فتعرف منظمة التعاون والتنمية الإقتصادية :

الإبتكار بأنه نوعان :

٣-٣-١- الإبتكار التكنولوجي للمنتج التطبيقي: من خلال وضع فكرة أو مجموعة من الأفكار والحلول التصميمية الإبداعية وترجمتها وتسويقها في شكل منتج تطبيقي جديد بغرض إشباع حاجة .



فالفكر التصميمي الغير تقليدى يمكن ان يرتقى بالذوق العام للمتلقي للمنتج ، فالفكر التصميمي يتعامل مع الثقافات الفكرية للمتلقي التى يمكن ان تقدر وتعى فى الوقت ذاته البعد التقنى للمنتج الذى قد يقتنيه ، وذلك من خلال إدراة كمتلقى لجودة مستوى الفكر التصميمى لمصمم هذا المنتج التطبيقى ، وأيضاً من خلال إدراة للإبتكار التكنولوجى فى هذا المنتج التطبيقى الذى سيقتنيه.



- صورة رقم (٢) -



- صورة رقم (١) -

- ويتضح ذلك من الصور أرقام (٢،١) واللذان يوضحاً نموذجين مختلفين لمجموعة من الأسرة التى تستخدم للنوم.
- نجد فى الصورة رقم (١) ان المصمم الداخلى إبتكر حل تصميمى لمشكلة المساحات التى قد تكون غير كافية لوضع أكثر من عنصر من عناصر الأثاث داخل الحيز المعمارى الواحد.

وقام بإبتكار فكرة تصميمية تعتمد على تصميم قطعة أثاث متعددة الأغراض يمكن ان تستخدم وهى مغلقة- مطوية- كأريكة وتستخدم أيضاً كسرير عند الحاجة للنوم.

مع الأخذ فى الاعتبار السهولة فى فتح وغلق هذه القطعة لتفى بالغرض المصمم من أجله.

- كذلك فى الصورة رقم (٢) نجد ان المصمم الداخلى ابتكر أحد الحلول التصميمية الغير تقليدية لإستغلال المساحات داخل الفضاء الداخلى لغرفة نوم طالب.

وذلك عن طريق توظيف السرير بوسائل ميكانيكية تعطى أريحية فى عملية الفتح والغلق.

وإستغلال قطعة الأثاث كسرير فى حالة الحاجة لذلك بفتح دلف الدولاب وهى مغلقة وتحويلها كسرير فى حالة النوم ، مع إستغلال المساحة العلوية لباقي قطعة الأثاث كمساحات تخزين علوية.

وهذا إنما يعكس مجموعة من الأفكار والحلول التصميمية الغير تقليدية ، وتسويقها على شكل منتج جديد يفى بالغرض الذى صمم وأنتج من أجله.



٣-٢- الإبتكار التكنولوجي للعملية التصميمية : وهو وضع أو تعديل طريقة التصميم أو الفكر التصميمي أو الإنتاج داخل الشركة أو المؤسسة من اجل إحداث تغيير جوهري في أسلوب التصميم أو المعالجات التصميمية أو العمل يسمح بخلق مميزات جديدة ، تساهم في دعم وزيادة تنافسية منتجات الشركة بالأسواق.

فالإبتكار التكنولوجي للعملية التصميمية يمكن ان يحدث في تعديل الفكر التصميمي من خلال إيجاد الإستخدامات المختلفة للعنصر الواحد (للعنصر التطبيقي الواحد) بهدف تحقيق مميزات إضافية جديدة.



- صورة رقم (٤)



- صورة رقم (٣)

- ويتضح ذلك في الصورة رقم (٣) والتي توضح تعديل طريقة وأسلوب وفكرة التصميم المعتادة لمنضدة الطعام، وذلك من خلال إضافة إستخدام جديد لها عند فتح سطح العمل العلوي لها وتحويلها إلى منضدة للعبة البلياردو وذلك في نفس المنتج التطبيقي الواحد.

علاوة على إستغلال المصمم لنفس مساحة سطح العمل عن طريق خلق ميزه نسبية جديدة لنفس المنتج التطبيقي.

- ويتضح ذلك أيضاً في الصورة رقم (٤) نلاحظ فيها تعديل نسب الشكل المعتاد لكرسي الطعام لكي تتناسب مع الفكر التصميمي المطلوب من هذا التصميم ، وفيه يدخل الكرسي أسفل منضدة الطعام الدائرية والتي تتسع لأربع أفراد ، وكل كرسي يأخذ ربع المساحة المخصصة له أسفل منضدة الطعام بشكل يسمح بتوفير مساحات الفضاءات التي يمكن ان يشغلها كل كرسي داخل الفضاء الداخلي للمكان ، علاوة على تحقيق قيم جمالية تظهر من الشكل العام للتصميم ككل.

- " إن التطوير هو إبتكار افكار جديدة وتحويلها الى قيمة قابلة للتسويق في شكل منتجات جديدة أو تقنيات جديدة بالإضافة الى تحسين كفاءة المنتجات الحالية بإدخال تعديلات عليها.

إن الإبتكار ليس إستثناء أو محصور في المنتجات والمعالجات التصميمية ، بل يتعلق بكل الفاعلين داخل

مؤسسات التصميم والإنتاج من أجل ديمونة المؤسسة وإنشاء الجديد." (أبو بكر ٢٠٠٤ ص ٢٧١)



٤- آليات جودة التصميم للمنتج:

4- Mechanisms of design quality to product

إن التصميم بشكل عام والتصميم الداخلي بشكل خاص هو نشاط إبداعي يعتمد على الاحتياجات المعلنة والمعارف الموجودة للوصول به إلى منتج يلبي هذه الاحتياجات المعلنة ويمكن تحقيقها.

فتصميم المنتج أو عمل معالجات التصميم الداخلي المناسبة داخل أى فراغ معمارى يتم وفقاً للمتطلبات المعلنة أو الضمنية ، وهى المرحلة المهمة لجودة هذا المنتج أو جودة هذا التصميم كخدمة يتحقق من خلالها المنفعة، وينتج عن هذه المرحلة الخطوات اللازمة لتأهيل المنتج أو المعالجة التصميمية ، حيث تعتبر جودة هذه الخطوات أساساً لجودة المنتج أو جودة المعالجة التصميمية ، وهى التى تدعم هذا المنتج وتحقق له المنافسة بالسوق.

" فالجودة : هى أداء عناصر ومكونات التصميم بصورة صحيحة لتقديم منتجات تتلائم مع إحتياجات ورغبات المستهلك. والجودة أيضاً تعرف: بإنها القدرة على تقديم منتجات (كالمنتج التصميمى) ذات خصائص تتطابق مع إحتياجات ورغبات الزبائن وتوقعاتهم." (زايد ٢٠٠٣ ص ٥٨)

فالمنتج التصميمى ذو الجودة العالية يسهم فى دعم وزيادة المنافسة فى السوق بالنسبة للمنتجات المماثلة له ، كما ويساعد أيضاً هذا المنتج التصميمى فى تحسين سمعة الشركات ومؤسسات التصميم التى خرج التصميم منها ، وتحقيقه للرضا التام للعملاء والمستهلكين.

- ويعتبر البروفيسير **Dilworth**:

" جودة التصميم بعداً من أبعاد جودة المنتج، حيث ان على كل مؤسسة وشركة إنتاج تحديد عملائها واهتماماتهم، والإرتقاء بمستوى مصمميها والخدمات والبرامج والدورات التى تعطى لهم من أجل الإرتقاء بالفكر التصميمى لهم ومواكبتهم لحدث التقنيات فى مجالهم والذى سينكس أثر ذلك بطبيعة الحال على جودة حلولهم ومعالجاتهم التصميمية كمنتج ، وان تنشئ تلك المؤسسات من خلال فكر مصمميها وخبرائها المواصفات التى تتلاقى مع حاجات عملائها وتوقعاتهم ، وهو ما يعرف- بالتصميم عالى الأداء- وهو ما يعنى صفات متفوقة وقدرات أكبر على التنفيذ والتطبيق وتقديم المنفعة وتحقيق الأمان فى التصميم التنفيذى الذى يحدد أداء العمليات المطلوبة للمنتج التطبيقى." (Dilworth 1996 P46)

- وقد عرف **Reid & Sanders**:

" جودة التصميم (التصميم عالى الأداء) بأنه تصميم المنتجات أو المعالجات التصميمية بخصائص متفوقة وقوة تحمل عالية ومثانه أكبر وتقديم منفعة وتحقيق أمان." (Reid 2002 p30)

ويعرف الباحث جودة التصميم وبخاصة التصميم الداخلى والمعمارى على إنه تصميم لمخططات ورسومات هندسية بمثانة عالية ، وخصائص متميزة تلتقى مع حاجات ورغبات العملاء الوظيفية والجمالية، وتقدم لهم منافع ذات قيمة مرتفعة من وجهه نظرهم.

وإلى جانب الثلاث أبعاد المعروفة والتى تشكل أساس العمارة والتصميم الداخلى الجيدان وهم المثانة والمنفعة والجمال والتى لا زالت لشدة أهميتها حاضرة ومستخدمة حتى وقتنا الحالى ويتم ذكرها فى العديد من الدراسات.

إضافة لما سبق فهناك ابعاد أخرى ذات صلة بالتصميم المعمارى والداخلى تحتم على المهندسين والمصممين معرفتها والأهتمام بها مثل علوم الصوتيات والألوان والبيئة وعلوم الأقتصاد والمواد والتربة وإدارة المشاريع وعلوم النفس والأجتماع وكل تلك العلوم والمعارف تعتبر تقسيمات فرعية من الأبعاد الأساسية الثلاث وهى المثانة والمنفعة والجمال.



- ويذكر المعماري Eldemery :

" في دراسة تهدف للتأكيد على إمكانيات التكنولوجيا الجديدة والمفاهيم الجديدة ممثلة بالعولمة ومساهمتها في تنمية البيئة المعمارية والفضاءات الداخلية ، أظهرت تلك الدراسة التأكيد على الثلاث متطلبات الأساسية للعمارة والتصميم الداخلي الجيد وهي المتانة والمنفعة والجمال ، حيث يجب الأهتمام بالوسائل التقنية والجوانب العملية والوظيفية لبناء بالإضافة للناحية الجمالية من أجل قيادة جودة البناء والتصميم." (Eldemery 2009, p344)

وإعتماداً على الثلاث أبعاد المعروفة : نجد أن البعد الأول منها المتانة يهتم بالتكوين البنائي للتصميم والمواد المستخدمة في إنتاجه أو بناؤه والدالة على المتانة والصلابة ، والبعد الثاني وهو المنفعة والتي تعنى الراحة التي يوفرها البناء أو الحل التصميمي المنفذ كمنتج لمستخدميه ، أما البعد الثالث وهو الجمال وهو يعنى النمط الجمالي المثالي ، والذي سيظهر البناء أو المعالجة التصميمية للفراغ الداخلي حال تنفيذه وفقاً للمبادئ الصحيحة.

* وإعتماداً على ما تقدم فإنه هناك ثلاث آليات لتحقيق جودة التصميم ، وهذه الآليات الثلاث تعد خصائص هامة يمكن ان يتحقق من خلالها منتج تطبيقي في التصميم الداخلي والمعماري جيد، والآليات الثلاث هي:

- التصميم الجيد للفضاءات الداخلية (معالجات تصميمية نفعية).

- توافقية الحلول ومعالجات التصميم مع العوامل البيئية (المتانة).

- جماليات التصميم كمنتج تطبيقي.

ويمكن توضيح كل منها كالتالي:

٤-١ - التصميم الجيد للفضاءات الداخلية (معالجات تصميمية نفعية):

4-1-Good design for interior spaces (utility design treatments):

إن الهدف من التصميم الداخلي الجيد للفضاءات الداخلية هو تحقيق المنفعة والفائدة المرجوة من عناصر التصميم الداخلي (الأهداف الوظيفية لكل عنصر) مع تحقيق الراحة والرفاهية لمستخدميه.

- "ويرى Reich :

إن المنفعة يمكن ترجمتها إلى الراحة أو الفائدة التي تدل على علاقة وقيمة الشخص الذي يشغل البناء أو الفضاء الداخلي." (Reich 2005, p 32)

فالتصميم الداخلي بمعالجاته المختلفة يجب ان يهتم بترتيب أولويات العمل التصميمي داخل الفضاء الداخلي أو البناء لتحقيق منتج تصميمي عالي الجودة ، ومع تحويل كل عنصر من عناصر التصميم المعالجة التصميمية داخله لمنتج تطبيقي يحقق النفعية ، ويكون قادر في نفس الوقت على تلبية رغبات مستخدميه وتحقيق المنافسة.

وبرامج وآليات الإنتاج هي بيان تنفيذي لهذا الغرض ، وقائمة الاحتياجات التي تنفذ من خلال معالجات التصميم الداخلي وإعادة الإستخدام داخل الفراغ المعماري الداخلي هو التغيير في كيفية إستخدام هيكل بناء الفضاءات الداخلية بالشكل الصحيح ، ولقياس أداء البناء التصميمي الداخلي من خلال تحقيق غرض الراحة والفائدة ، وهو في نفس الوقت تقييم لكفاءة الحلول والمعالجات التصميمية داخل هيكل البناء أو الفراغ الداخلي، والقيمة يمكن ترجمتها للفائدة والتي تتعلق إلى أي مدى تلتقى الراحة والفائدة مع الفراغ المعماري الداخلي، والذي تم عمل الحلول والمعالجات التصميمية من أجله.



فلقد إرتبطت الإتساعات (البحور) فى المساقط الأفقية المعمارية بالنظم الإنشائية وأساليب البناء وتقنياتها، فكانت مفيدة فى التصميمات المعمارية القديمة والتقليدية وكانت الحوائط الحاملة تحدد تلك البحور وتخدم وجودها ، بإعتبارها عنصر إنشائى أساسى يشكل النظام الإنشائى السائد فى ذلك الوقت ، الفراغات الداخلية ضيقة وصغيرة والحوائط الداخلية صماء، وممتدة من الأرض للسقف محددة بذلك الفراغات ، ومفيدة لحرية المصمم الداخلى ومرونة الحلول والمعالجات التصميمية.

أما بظهور الهياكل الإنشائية وإستخدامتها ، زادت الإتساعات والبحور وتحولت الحوائط الداخلية إلى مجرد قواطع تفصل بين الفراغات الداخلية ولا تعيق التواصل البصرى للفراغات.

ولا تحول دون تخلل الإضاءة الطبيعية. أو التهوية لفراغات المبنى ، وبذلك تحررت الفضاءات الداخلية وقلت الأعمدة.



- صورة رقم (٦)



- صورة رقم (٥)

ويتضح ذلك من الصورة رقم (٥) فنجاح المصمم الداخلى فى إستغلال المساحات المتاحة لدية لتحقيق معالجة تصميمية جيدة من خلال تنوع المستويات فى الفضاء الواحد مع عمل تشكيلات هندسية دائرية لعناصر الأثاث من جلسات وعناصر التصميم الداخلى كالأرضيات والأسقف متعددة المستويات.

وكذلك من الصورة رقم (٦) نجد إن المصمم الداخلى قد أستغل الفضاء الداخلى داخل الفراغ المعمارى وقام بعمل معالجات تصميمية مناسبة تحقق عنصرى الراحة والفائدة ، من خلال توزيعه لعناصر ومكونات التصميم الداخلى داخل الفضاء مستغلاً تنوعاته لمستويات الأسطح الأفقية مع توظيفه للسلالم كعنصر بناء متمم لمعالجته للتصميم ككل ضمن التشكيل الدائرى الذى أستخدمه ووظف عناصر الأثاث التى إستخدمها ضمن هذا التكوين الهندسى.

"فالتصميم الجيد للفراغات الداخلية للبناء لكى يتحقق يجب ان تكون هذه الفراغات مريحة ومناسبة وقادرة على إستيعاب عناصر الأثاث والتصميم الداخلى والمرتبطة بأنشطة هذه الفراغات، وان تلبى الأحتياجات الخاصة للمستخدمين المستهدفين".
(Design, Q, S 2007, P4)

بالإضافة إلى : " ان جودة التصميم تزيد من توفير الطاقة من خلال ترتيب وتوجيه عناصر الأثاث والتصميم الداخلى ، وتوجيه الفراغات الداخلية إلى افضل وضعية لتحقيق أقصى إستفادة من الإنارة الطبيعية ، كما انه يكشف أيضا عن فرص لأستخدامات متعددة لنفس الفضاء الداخلى الأمر الذى يسهم فى تقليل مساحة البناء." (Almos 2002, p 49)



- صورة رقم (٨)



- صورة رقم (٧)

- وتظهر المنفعة في التصميم المعماري والداخلي بحيث يكون البناء بمعالجاته التصميمية داخل الفضاءات الداخلية ملائمة لزمانه ومكانه واحتياجاته الداخلية، أما الملائمة الزمنية فهي أن يكون الفكر التصميمي غير تقليدي لا يشابهه مع تصميم سابق أو نفذ من قبل، أما ملائمة التصميم المعماري ومعالجات التصميم الداخلي للمكان فهي تعنى مراعاة العوامل الجوية من حر وبرد وشمس ورياح، وما يتطلبه ذلك من أساليب ومعالجات تصميمية متنوعة كالأسقف المائلة والمظلات والبرجولات أو التراسات المكشوفة والتي تربط الداخل بالخارج، ويتضح ذلك من الصورة رقم (٧).

- فيجب على المصمم المعماري والداخلي ان لا ينظر إلى المبنى وتصميماته الداخلية بمعزل عن ما حوله، كما ان لقطعة الأرض التي سيقام عليها البناء دور مهم من حيث حودها وأبعادها وإسبانية خطوطها التصميمية من قبل مصمميها وانتظام شكلها مع المسطحات الخضراء، والتي حولها في محاولة لتكوين بانوراما تشكيلية متكاملة للفضاءات الخارجية، وتكاملها مع الفضاءات الداخلية مع عناصر المسطحات الخضراء من حولهم، ويتضح ذلك من الصورة رقم (٨).

" أما بالنسبة لملائمة البناء لإحتياجات فضاءاته الداخلية فتعنى مراعاة كل بناء على حده عاماً كان أو خاصاً، بفراغاته المعمارية المتعددة، وتوزيع هذه المطالب في حدود الفراغات المعمارية المحددة لكل فراغ، مع مراعاة علاقة الفضاءات الداخلية ببعضها البعض سواء تطلب الأمر تقريبها أو إبعادها، كما لا بد من الأهتمام بعلاقة الفضاءات الداخلية لمعالجات التصميم الداخلي.
من خلال نوعين من المساقط المعمارية هما :

- المسقط المغلق (Closed Plan) :

والذى يتحدد فيه لكل وظيفة فضاء معمارى داخلى مستقل عن باقى الفضاءات الداخلية الأخرى، وتتجزل تلك الفضاءات عن الخارج.

- المسقط المفتوح (Opened Plan) :

والذى تزال فيه الحواجز والقواطع والجدران بين الفضاءات الداخلية المعمارية كلها أو بعضها، وتتصل فيه الفضاءات الداخلية مع الخارج مما يزيد الشعور بالإتساع وحرية الحركة. " (خليل ٢٠٠٨ ص ١٥٥)



٢-٤ - توافقية الحلول ومعالجات التصميم مع العوامل البيئية (المتانة):

4-2- Harmonic solutions and design treatments with environmental factors (durability)

" إن توافق حلول ومعالجات التصميم الداخلى والمعمارى للبناء أو الفضاءات الداخلية كمنتج تطبيقي مع العوامل البيئية المحيطة هو ما يعرف بمصطلح المتانة ،وهو ما يتفق مع " تعريف جمعية المعايير الكندية للمتانة بإنها قدرة البناء أو عناصر ومكونات الفضاءات الداخلية على أداء المهام المطلوبة منه فى بيئته الخدمية لفترة من الزمن ، مع إستثناء التكاليف الغير المتوقعة للصيانة أو الإصلاح." (Reid 2002, p 66)

وللمتانة عنصران أساسيان هما المواد والهيكل (الإنشاء) وبدونهما لا يتجسم البناء أو الفضاءات الداخلية ولا تصبح حقيقة ، ومن خلالهما يتشكل المسقط الأفقى وتتحدد إحتياجاته المختلفة ، وليبيان أهمية المواد والإنشاء وأن العمارة والفضاءات الداخلية لعناصر ومكونات التصميم الداخلى لا تتواجد إلا بهما، وان الطرز المعمارية هى نتاج إستخدام المواد وأساليب الإنشاء المتوفرة فى تلك الفترات الزمنية، ومع تقدم علوم الهندسة والتصميم الداخلى وأساليب الصناعة ونجاحها فى إبتكار مواد جديدة ووسائل مبتكرة فى القيام بعمليات التنفيذ.

وتتأثر متانة الأبنية وعناصر ومكونات التصميم الداخلى بالظروف المناخية التى تتعرض لها ، فالاحتفاظ بالخصائص المرغوب بها فى البناء مثل سلامة الهيكل والاحتفاظ بمظهر جذاب له ، تعتمد وبشكل كبير على البيئة المحلية وعلى المواد التى يتم إختيارها لتدخل فى البناء ، فمن العوامل التى تؤثر على متانة البناء ومكونات الفضاءات الداخلية الرطوبة والضوء ودرجة الحرارة والتى تؤدى الى تغير فى عناصر البناء كتغيرات فى اللون والتآكل والتشقق.

ونستخلص مما سبق ان معالجات البناء والتصميم الداخلى والتى تعرف بالمتانة يجب ان يراعى بها تكون أسطح ومواد البناء وعناصر ومكونات الفضاءات الداخلية مقاومة ومتكيفة مع العوامل الجوية والمناخية ، كالأمطار الغزيرة وأشعة الشمس القوية والرطوبة ومقاومة للأحتكاك وعوامل الإستخدام السيء داخل الفضاءات الداخلية أيضاً.

٣-٤ - جماليات التصميم للفضاءات الداخلية :

4-3- Design aesthetics of interior spaces

" إن إدراك القيم الجمالية للتصميم بالفضاءات الداخلية كوظيفة يعتمد على عوامل مختلفة منها : العاطفة (الأحاسيس الذاتية) والمعرفة (الإحساس بالجمالية مرتبط بالمخزون المعرفى لدى الشخص، وما يفسره الشخص بالمعرفة) والفسولوجية (إدراك الجمالية بالإعتماد على نوعية المشاعر) ، وهناك ظروف للشخصية تؤثر على إدراك الجمالية.

فالجمال غالبا يرتبط بالمتغيرات الشخصية حيث نشاهد كل يوم أشكالا مختلفة من الحلول التصميمية كمنتجات تطبيقية وعناصر معمارية مختلفة والتى تؤثر على نوعية حياتنا، فإستخدام منتج تصميمى جميل يوفر المتعة والتشويق والرسالة الجمالية إنما تتجم عن الإنسجام بين عوامل مختلفة : كالتناسب والمتانة والإيقاع والتفكير والترتيب والعفوية."

(Comm. & Built, 2010, p 4)



– صورة رقم (١٠)



– صورة رقم (٩)

- يتضح ذلك من الصورة رقم (٩) والتي توضح إحدى المعالجات التصميمية لإحدى الفضاءات الداخلية لإحدى الفلل والذي صمم كغرفة معيشة والتي نجد مدى الإنسجام في التفكير والتناسب بين الخطوط التصميمية المستقيمة والتي تكون وحدات هندسية مختلفة (بين الشكل المستطيل والمربع) محققة قيم الجمال في المعالجة التصميمية كمنتج تصميمي من خلال تحقيقه للإيقاع المنتظم بين تلك الأشكال في عناصر ومكونات التصميم الداخلي كتجايلد الحوائط والنوافذ والأرضيات وبين عناصر قطع الأثاث كالمكتبة والمقاعد والمنضدة، ومحققة في ذات الوقت الترتيب والمتعة في عناصر المعالجة التصميمية للفضاء الداخلي ككل.

فما لا شك فيه ان من أهم مبادئ تحقيق جودة المنتج التصميمي مدى تأثيره الواضح على المستهلكين ، ويتم تفضيل القيم الجمالية حسب الإدراك والإستجابة ، فشكل الجسم مثلاً يقوم على مبادئ التصميم مثل مبدأ الوحدة ، والجمالية تستجيب للأشكال الأكثر ملائمة مع مبادئ التصميم وجودته ، فمبادئ التصميم تقوم على الأسس التي يمكن من خلالها فهم آلية الإستجابة للقيم الجمالية ، فالأفضلية الجمالية تتأثر بالطرق التي يستطيع الشكل من خلالها أن يحقق مبدأ الوحدة.

حيث يمثل شكل المنتج عدداً معيناً من العناصر الموحدة مع بعضها البعض والتي يختارها فريق التصميم من خلال حلولهم ومعالجاتهم التصميمية لإنتاج منتج معين يؤثر في الحواس، فمصممي العمارة والتصميم الداخلي يختارون الحجم والقياسات والإيقاع والتناسب والملمس والمواد المستخدمة وكذلك الألوان والزخارف والملمس ويقومون بالخلط بين هذه العناصر من أجل تحقيق مستوى معين من وحدة الشكل.

- يتضح ذلك من الصورة رقم (١٠) والتي نجد فيها الخلط اللوني بين الحوائط والأرضيات وعناصر الأثاث ، وديناميكية الإيقاع بين تشكيلات الخطوط الهندسية بين معالجات الحوائط والأسقف وعناصر الأثاث ، وتوافقية نسب الأشكال الهندسية (المستطيل) وإستخدامة بشكل مناسب في معالجات الأسقف والحوائط وفي وحدات الأثاث.



ف نجد ان تحديد السمات الجمالية لمظهر أحد الحلول أو المعالجات التصميمية بعناصر مكوناته المختلفة كمنتج تطبيقى يعطية تميزاً أو مظهراً معيناً أو صورة ذهنية تظهر هذا المنتج التصميمى بشكل محدد من حيث: التناسب والألوان والشكل والمواد المستخدمة والملمس، وإن ذلك يؤدي لظهور تجربة إيجابية تعمل على زيادة قبول المنتج التصميمى من قبل المستهلك أو من سيقنتيه ، فالمعالجة التصميمية لأى تصميم يجب ان تحقق ثلاث عوامل لتحقيق الغاية منها وهى : الوظيفية والاستخدام والجمالية.

كما أن المظهر الخارجى الجميل للبناء ، والذى يعكس مهارة وإبداع المصمم المعماري وكذلك معالجات المصمم الداخلى للمساحات الخارجية : كالتراسات والكافيتريات المكشوفة فى إختيار النسب والمواد المستخدمة والألوان والملمس واللمس يبقى غير كافي للتعبير عن جماليات التصميم ما لم يتبعه ذلك الإهتمام بتصميم وتنسيق عناصر الموقع المحيطة بالبناء لإضافة لمسة جمالية تربط البناء بالموقع المقام عليه. ويتضح ذلك من الصورة رقم (١١).



– صورة رقم (١٢)



– صورة رقم (١١)

" إن هندسة وعناصر تنسيق الموقع تعد مفتاح العلاقة بين البناء والموقع المحيط به، كما إنها جزأ لا يتجزأ من التصميم المستدام ، فهى يجب ان تكون متكاملة مع جوانب تصميم البناء وتنفيذه الداخلية والخارجية . (Los Almos 2002, p78) و الصورة رقم (١٢) توضح مدى نجاح المصمم فى الأختيار والتوزيع الصحيح للعناصر النباتية والمساحات الخضراء كإحدى مكونات عناصر البيئة الطبيعية مع الأحجار الطبيعية ، ومحققاً فيها توازن الإيقاع بين الخطوط المنحنية كمرات حركة والتشكيلات الهندسية الدائرية والتناسب بينهم أيضاً ومكملات المواد المستخدمة وكذلك توافقية الدرجات اللونية للتصميم العام ككل.

كما ان شكل وطبيعة الأرض تعتبر من أهم عناصر البيئة الطبيعية والتي تندمج مع عناصر تنسيق الموقع الذى يتم أختيار الموقع به وهى تشكل عنصر هام فى جودة المنتج ، وشكل الأرض يختلف وفقاً للعملية التصميمية لتنسيق الموقع حيث يتم تخصيص أجزاء للمساحات الخضراء وأجزاء للممرات وأجزاء أخرى للمساحات المائية وحمامات السباحة وأجزاء أخرى للمباني والعناصر المعمارية .



٥- ماهية الميزة التنافسية ومدى علاقتها بحلول ومعالجات التصميم الداخلي كمنتج:

The competitive advantage and the extent of its relationship by interior design as product

لكي نتعرف على ماهية الميزة التنافسية من خلال ما يقدمه المصمم الداخلي من حلول ومعالجات تصميمية وتطويره لها وتحقيقها من خلال تنفيذه للتصميم كمنتج تطبيقي ، يجدر بنا أن نتعرف عليها من خلال محددات أساسية تتعلق بالميزة التنافسية وأبعادها .

وهذه المحددات هي التي تمثل وتحقق الميزة التنافسية لأي منتج تطبيقي وهي :

- أهمية الميزة التنافسية.

- خصائص الميزة التنافسية.

- مصادر الميزة التنافسية.

- أبعاد الميزة التنافسية (التكلفة - التميز - الإبداع).

وقبل تناول هذه المحددات بالشرح يجدر بنا التعرف على مفهوم الميزة التنافسية ، وقد عرفها **Pitts and Lei**

(1996, p68) إنها القدرة على إنتاج المنتجات أو تقديم الخدمات إلى الزبائن بصورة منفردة عما يقدمه المنافسون.

كما أن الميزة التنافسية تتمثل في قدرة مؤسسات التصميم والإنتاج على تقديم منتج تصميمي جيد (عالي الأداء) كقيمة متفوقة للعملاء ، وهو الذي يسمح للمؤسسات بتحقيق تفوقاً نوعياً وأفضلية على المنافسين، وبالتالي تتيح لها تحقيق نتائج أداء عالية.

فالميزة التنافسية هي ميزة أو عنصر تفوق للمؤسسة التصميم أو الإنتاج يجعلها قادرة على تقديم منتج تصميمي وتطبيقي يمكن ان يمثل قيمة متفوقة لعملائها يميزها عن غيرها من المنافسين.

٥-١- أهمية الميزة التنافسية:

تكمن أهمية الميزة التنافسية لدى مؤسسات وشركات التصميم والإنتاج في الآتي:

- " تعطي مؤسسات وشركات التصميم والإنتاج تفوقاً نوعياً وكماً، وأفضلية على المنافسين، وبالتالي تتيح لهم تحقيق نتائج أداء عالية (تصميم وتطوير وتنفيذ منتج عالي الأداء).

- تجعل مؤسسات وشركات التصميم والإنتاج متفوقة في الأداء أو في قيمة ما تقدمه للعملاء أو الأثنين معاً.

- تساهم في التأثير الإيجابي في إدراك العملاء وباقي المتعاملين مع تلك المؤسسات وشركات التصميم والإنتاج وتحفيزهم على الإستمرار وتطوير التعامل.

- تتسم بالاستمرارية والتجديد وهذا الأمر يتيح للمؤسسات والشركات متابعة التطور والتقدم على المدى البعيد.

- مستندة على موارد المؤسسة أو الشركة وقدرتها على وجدارتها لذلك فهي تعطي حركة وديناميكية للحلول والمعالجات

التصميمية للعمليات الداخلية في تلك المؤسسة أو الشركة. (الغالبي وأدريس ٢٠٠٧ ص ٣٠٩)



٥-٢ - خصائص الميزة التنافسية:

- يوضح بنى حمدان وأدريس (٢٠٠٧ ، ص٣٥٦) خصائص وصفات الميزة التنافسية فى الأتى:
- أنها ميزة نسبية يمكن ان تتحقق بالمقارنة ، وليست ميزة مطلقة.
 - أنها ميزة تنافسية تتبع من جودة التصميم كمنتج وتقوده لتحقيق التفوق والأفضلية على المنافسين.
 - أنها ميزة تتبع من داخل المؤسسات وتحقق لها قيمة تصميمية وجودة أداء أعلى.
 - أنها ميزة تتعكس فى كفاءة أداء المؤسسة أو الشركة لأشنتها أو قيمة ما تقدم للمشتريين.
 - تؤدى للتأثير فى المشتريين وإدراكهم للأفضلية فيما تقدم المؤسسة أو الشركة وتحفزهم لشراء منتجاتها.
 - أن أهم خصائص الميزة التنافسية تتحقق لمدة طويلة، ولا تزول بسرعة عندما يتم العمل على تطويرها وتجديدها.

٥-٣ - مصادر الميزة التنافسية:

- يحدد Pitts and Lei (1996, p70) مصادر الميزة التنافسية كما يلى:
- المصادر الداخلية من عناصر ومكونات التصميم المرتبطة بموارد المؤسسة أو الشركة الملموسة أو غير الملموسة.
 - وقد تتأتى الميزة التنافسية من النظم الإدارية المستخدمة والمطورة ، وأساليب التنظيم الإدارى، وطرق التحفيز، ونتائج البحث والتطوير والإبداع والمعرفة.
 - المصادر الخارجية وهى كثيرة ومتعددة وتتشكل من خلال متغيرات البيئة الخارجية وتغيرها مما يؤدى إلى خلق فرص وميزات يمكن أن تستغلها المؤسسة أو الشركة وتستفيد منها، كظروف العرض والطلب على المواد الأولية، المالية، الموارد البشرية المؤهلة وغيرها.
 - كما يمكن للمؤسسات أو الشركات أن تبني ميزة تنافسية من خلال خياراتها الإستراتيجية الخاصة بالتكامل الأفقى والعمودى والتنوع والتحالفات الإستراتيجية والعلاقة من الآخرين.

٥-٤ - أبعاد الميزة التنافسية:

- " تسعى مؤسسات التصميم والإنتاج إلى الإهتمام بحاجات العملاء ورغباتهم وتحويل هذه الحاجات إلى مجالات مستهدفة تسمى أبعاداً تنافسية، وهى الأبعاد التى تختارها المؤسسة وترتكز عليها عند تقديم حلولها ومعالجاتها التصميمية كمنتجات، وتلبية الطلب فى السوق فمن خلالها تحقق المؤسسة أو الشركة ميزة تنافسية." (Krajewski & Ritzman 1996, p33)
- فهناك ثلاث إستراتيجيات تستطيع مؤسسات و شركات التصميم والإنتاج من خلالها اكتساب ميزة تنافسية، وهى إستراتيجية قيادة التكلفة وإستراتيجية التمايز وإستراتيجية التركيز.

وإستراتيجية قيادة التكلفة تركز على إنتاج منتجات بتكلفة منخفضة للوحدة الواحدة ، كما تركز إستراتيجية التمايز على إنتاج منتجات أو تقديم حلول ومعالجات تصميمية فريدة من نوعها ، بينما تركز إستراتيجية التركيز على إنتاج منتجات أو تقديم خدمات لمجموعات صغيرة من المستهلكين إما بالتركيز على التكلفة الأقل للمنتج أو التصميم أو التركيز على تقديم منتج تطبيقى أو خدمة تصميمية من خلال حلول ومعالجات التصميم الداخلى للفضاءات الداخلية ذات قيم أفضل بالمقارنة مع ما يقدمه المنافسون.



- وهناك ثلاث أنواع من الأبعاد التنافسية وهي التكلفة والتميز والإبداع :

٥-٤-١ - تخفيض التكلفة:

" إن التكلفة الأقل هي الهدف العملي الرئيسي للشركات والمؤسسات التي تتنافس من خلال التكلفة ، وحتى الشركات التي تتنافس من خلال المزايا التنافسية الأخرى غير التكلفة فإنها تسعى لتحقيق كلف منخفضة للمنتجات التي تقوم بإنتاجها .

فإن تخفيض سعر المنتج التطبيقي يساهم ويساعد في زيادة الطلب عليها ، فضلاً عن أنه قد يخفض من هامش الربح إذا لم تنتج الشركة أو المؤسسة منتجاتها بتكاليف منخفضة.

كما ان الشركة يمكن لها تخفيض التكاليف من خلال التحسين المستمر لجودة المنتجات والحلول والمعالجات التصميمية الإبداعية في تصميم المنتجات.

ويعتبر بعد التكلفة من الركائز الأساسية في نجاح الشركة أو المؤسسة وتفوقها من خلال تمكينها من الوقوف أمام الشركات المنافسة ومساعدتها في الوصول إلى أسعار تنافسية تعزز من الميزة التنافسية لمنتجات الشركة في السوق."

(Evans and Collier 2007, p124)

وإعتماداً على ما تقدم نجد ان ميزة التكلفة تقوم أساساً على تقديم منتج تصميمي أو تطبيقي أو معالجة تصميمية بتكلفة أقل مما يقدمه المنافسون.

٥-٤-٢ - التميز:

" ان التميز يقوم على تقديم ما هو متفرد ، ففرصة مصممي الشركات أو مؤسسات التصميم على خلق ما هو متفرد لا يرتبط بنشاط أو وظيفة معينة ، بل تشمل جميع ما يقوم به مصممي الشركة أو المؤسسة من تقديم حلول أو معالجات تصميمية تؤدي للوصول لجودة المنتج التطبيقي.

فالتميز هو ان تقدم الشركة أو المؤسسة منتج تطبيقي أو خدمة تصميمية متفردة ومتميزة بطريقة يدرك من خلالها العميل القيمة المضافة في تلك المنتجات أو الخدمات التصميمية." (Heizer and Render 2006, p 36)

فتميز المنتج معناه قدرة الشركة أو المؤسسة على تقديم منتج مميز وفريد وله قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك.

- " وهناك العديد من مجالات التميز التي تحقق الميزة التنافسية ولفترة زمنية طويلة وهي:

* التميز على أساس الجودة.

* التميز على أساس التفوق الفني.

* التميز على أساس تقديم خدمات مساعدة أكبر للمستهلك.

* التميز على أساس تقديم المنتج قيمة أكبر للمستهلك نظير المبلغ المدفوع." (Macmillan 2000, p 87)

٥-٤-٣ - الإبداع :

يعرف الإبداع كميزة تنافسية في الشركة أو المؤسسة بأنه تقديم منتج جديد على شكل سلعة خدمة تصميمية، أو التجديد في عمليات الإنتاج، فالإبداع لدى المصمم الداخلي يعد سلوك تنموي إنساني يخلق مصمم لدية القدرة على التفرد والنبوغ وتقديم حلول ومعالجات تصميمية تربط التفكير الواعي باللاوعي لحل المشكلات التصميمية التي تواجهه.



فالمصمم يجب ان يكون لديه الاهتمام بتطوير حلوله ومعالجته التصميمية لجذب إنتباه عملاؤه، فهو يجب ان يمتلك حس المسؤولية التصميمية ومدى تأثيرها على المتلقين.

فالإبداع هو حسن الحدس والبديهية لدى المصمم في حل المشكلات التصميمية وفي معالجتها لتقديم منتج تصميمي عالي الأداء ، فالمصممين المبدعين يركزون منتجهم التصميمي على التفكير الذهني البناء فهم دائماً في سعي دائم لتحسين جودة عملهم التصميمي، ويتمون بالبحث عن الجديد دائماً.

فالإبداع يعد هو قدرة المصمم الداخلي على جمع المعلومات و المعارف وتطويرها وتقديمها على شكل حلول ومعالجات تصميمية جديدة ، فقدرة المصمم على تطويره لأفكاره الإبداعية هي التي تعكس الحاجات المدركة وتستجيب للفرص المتاحة لديه في الشركة أو المؤسسة، حيث يساهم الإبداع في نجاح الشركة أو المؤسسة على المدى البعيد ويحسن من صنع القرار من خلال تشجيع التفكير الذهني كأحد الأساليب المستخدمة في جمع افكار الجماعة معاً لتطوير أفكار جديدة بحرية.

٦- النتائج:

٦-١- إن الإستفادة الحقيقية لمؤسسات التصميم والإنتاج من المعالجات والحلول التصميمية المبتكرة والغير تقليدية والتي يقدمها مصممها يمكن ان تساهم في دعم وزيادة التنافسية ، وذلك من خلال تطوير تلك المعالجات والحلول التصميمية للمنتجات التطبيقية لعناصر ومكونات التصميم الداخلي وفي صناعة الأثاث ، يتضح ذلك من الصور أرقام (١٣،١٤).



– صورة رقم (١٤) –



– صورة رقم (١٣) –

٦-٢- إن أثر جودة تصميم المنتج التطبيقي (التصميم عالي الأداء) يساهم ويساعد بالتأكيد في دعم وزيادة المنافسة في السوق بالنسبة لباقي المنتجات المماثلة له، كما ويساعد أيضاً هذا المنتج التصميمي عالي الأداء في تحسين سمعة الشركات ومؤسسات التصميم والإنتاج التي خرج التصميم منها ، علاوة على تحقيقه للرضا التام للزبائن والعملاء.

٦-٣- إن جودة التصميم الداخلي والمعماري يمكن ان تتحقق من خلال الحلول والمعالجات التصميمية التي يتحقق من خلالها عوامل المتانة والمنفعة والجمال ، وهي الثلاث ركائز الأساسية للتصميم الداخلي والمعماري عالي الأداء وهي التي تجعل المنتج التصميمي قادر على تحقيق مميزات تنافسية في مجاله.



٦-٤- إن الهدف من التصميم الداخلي الجيد للفضاءات الداخلية هو تحقيق المنفعة المرجوة من التصميم الداخلي ككل، والإستفادة من معالجاته التصميمية المختلفة (الأهداف الوظيفية لعناصر ومكملات التصميم الداخلي) ، علاوة على تحقيق الراحة والرفاهية المطلوبة لمستخدمة ، ويتضح ذلك من الصور أرقام (١٥،١٦).



– صورة رقم (١٦)



– صورة رقم (١٥)

٦-٥- إن شركات ومؤسسات التصميم والإنتاج التي تسعى للوصول إلى الريادة يجب ان تتبنى فكر وآلية إستراتيجية تقوم على تطوير المنتجات التي تقدمها، إذ ان تقديم الجديد أو تحسين ما هو موجود سواء في مجال المنتج التطبيقي أو عمليات التصميم سوف يساهم في إيجاد وخلق الأرباح الإقتصادية ، وتحقيق القيمة التي يرغب العميل أو الزبون ، إذ ان تطوير المنتج التطبيقي هو السبيل الفعال لخلق ميزة تنافسية مستدامة تساعد على البقاء في الأسواق وتزدهم وتزيد التنافسية.



– صورة رقم (١٨)



– صورة رقم (١٧)

٦-٦- إن تطوير المنتج التطبيقي إنما يتحقق من خلال إبتكار أفكار حلول ومعالجات تصميمية جديدة وتحويلها إلى قيمة قابلة للتسويق والمنافسة في شكل منتج تصميمي وتطبيقي جديد أو تقنيات جديدة ، بالإضافة لتحسين جودة وأداء المنتجات الحالية من خلال إدخال تعديلات تصميمية عليها، ويتضح ذلك من الصور أرقام (١٧،١٨).

فالإبتكار ليس إستثناء أو محصور في المنتجات التطبيقية أو عمليات التصميم فحسب، بل يتعلق أيضاً بكل الفاعلين الإقتصاديين داخل شركات ومؤسسات التصميم والإنتاج من أجل ديمومة تنافسية الشركة أو المؤسسة.



٧- الخلاصة:

إن تقديم المصمم الداخلي لحلول ومعالجات تصميمية وعناصر تأثيث مبتكرة ومتطورة كمنتجات تطبيقية قابلة للتنفيذ على أرض الواقع سوف تساهم في دعم وزيادة القدرات التنافسية لتلك المنتجات ، فجودة الفكر التصميمي هي التي تحقق منتج تصميمي وتطبيقي عالي الأداء، وهو ما يعنى صفات متفوقة وقدرات أكبر على التنفيذ والتطبيق وتقديم المنفعة وتحقيق الأمان فى التصميم التنفيذى الذى يحدد أداء العمليات المطلوبة للمنتج التطبيقى ويدعم ويزيد من قدراته التنافسية.

٨- المراجع:

٨-١- المراجع العربية:

- ١- أبو بكر، مصطفى محمود (٢٠٠٤م) "مدخل إستراتيجى تطبيقى فى إدارة التسويق فى المنشآت المعاصرة"،الدارالجامعية، الإسكندرية مصر، ص ٢٧١.
- ٢- أبو قحف، عبد السلام (٢٠١١م) " التسويق- وجهه نظر معاصرة "، الطبعة الأولى، مطبعة الإشعاع، مصر، ص٣٢١.
- ٣- خليل ، عبد الكريم حسن (٢٠٠٨م) " التصميم المغلق والتصميم المفتوح للمسقط المعمارى، وأثرهما على البعد الإجتماعى فى المباني الإدارية "، مجلة الجامعة الإسلامية فى الدراسات الطبيعية والهندسية، المجلد ١٦، عمان، ص١٥٥.
- ٤- زايد ، عادل (٢٠٠٣م) " الأداء التنظيمى المتميز: الطريق إلى منظمة المستقبل" بحوث ودراسات المنظمة العربية الإدارية ، القاهرة، مصر، ص ٥٦.
- ٥- عبد الوهاب، على & عامر، سعيد (١٩٩٨م) " الفكر المعاصر فى التنظيم والإدارة" ، الطبعة الثانية، مركز وايد سرفيس للأستشارات والتطوير الإدارى، القاهرة ، ص ٦٦.

8-2- Books:

- 1- Commission for Architecture and Built Environment (2010) " Design with distinction: the value of good building design in higher education" London, p4.
- 2- Daly John L (2002), pricing for profitability: activity- based pricing for competitive advantage, John Wiley& Sons, Inc, New York, USA, p42-43.
- 3- Design quality standards (2007) "Affordable homes strong communities", Housing Corporation, USA, p4.
- 4- Dilworth, J. B. (1996) "Production and operations management" 4th ed., New York, Mc Graw –Hill, p46.
- 5- Eldemery, I., M. (2009)" Globalization challenges in architecture "Journal of architecture and planning research, p343, 344.
- 6- Los Almos National Laboratory (2002), "Land sustainable design guide", London, p 78.
- 7- Peter Hall, Mark Tewdwr –Jones (2010) "Urban and Regional Planning ", Fifth edition / USA-.P124
- 8- Reich, A., W. (2005) " Utilities and Venusians: Balancing utility and authenticity in the stewardship of our built heritage "Master of Science, Texas A&M University. USA. P32.
- 9- Reid, R. D& Sanders, N., R.(2002)" Operations management "John Wiley & sons, New York, Inc, p30-66.