



مسابقات تصميم البيئة المبنية

دليل لتحقيق التميز



© هيئة فنون العمارة والتصميم ، 1446هـ

هيئة فنون العمارة والتصميم
مسابقات تصميم البيئة المبنية: دليل لتحقيق التميز. / هيئة فنون
العمارة والتصميم. - الرياض ، 1446 هـ

71 ص ؛ 21x29.7 سم

رقم الإيداع: 1446/19451

ردمك: 5-6-92250-603-978

الشكر والتقدير

هذا الدليل صادر من هيئة فنون العمارة والتصميم. كل الشكر والتقدير لجميع من ساهم في إعداد هذا الدليل من خبراء وجهات معنية وشركاء، لما قدموه من دعم ومساهمات قيمة أسهمت في تطويره.

لمزيد من المعلومات، يرجى التواصل عبر البريد الإلكتروني:
adc@moc.gov.sa

يوليو 2025

ARUP

الاستشاري الرئيسي

كاثرين فيرث

صوفيا باريديس إسترادا

مروة شيخون

أليكس فورد

نرمين حجازي

13 شارع فيتروني،

لندن W1T 4BQ

المملكة المتحدة

www.arup.com

هيئة فنون العمارة والتصميم
Architecture and Design Commission



فريق العمل على الدليل بهيئة فنون العمارة والتصميم

د. سمية السلیمان

م. بدر الرشيد

د. رزان قصاص

م. ضياغم الشمري

طريق الملك فيصل، الدرعية

صندوق بريد 3424، الرياض 13711

المملكة العربية السعودية

www.archdesign.moc.gov.sa

تمهيد

في ظل النمو المتسارع والكثافة المتزايدة التي تشهدها مدن المملكة العربية السعودية، يمثل طموحنا في خلق أماكن ومساحات مستدامة ذات جودة عالية. إلا أن النمو غير المنضبط يشكل عائقاً أمام تحقيق هذه الأهداف.

يتمحور التركيز الرئيسي لهيئة فنون العمارة والتصميم حول ضمان أعلى جودة ممكنة للتصميم في البيئة المبنية.

تساعد مسابقات التصميم كآلية تعמיד للمشاريع ذات الأهمية و/أو المشاريع الضخمة على ترسيخ معايير التصميم عالية الجودة، فمن خلال اختيار المتنافسين بصورة مبتكرة وفعالة، تزيد مسابقات التصميم من فرص اختيار فريق تصميم يرتقي إلى مستوى تحديات التصميم.

يستعرض هذا الدليل مراحل إعداد وتنفيذ مسابقات تصميم البيئة المبنية بهدف تمكين تعמיד فرق التصميم. يركز الدليل على ثلاثة تخصصات رئيسية، وهي العمارة وعمارة البيئة والتصميم/التخطيط الحضري، نظراً لتشابه العمليات المتبعة في المنافسات ضمن هذه التخصصات.

تتعدد أشكال مسابقات التصميم وأنواعها. ومع أنها تمثل وسيلة فعالة لتعميد فرق التصميم، إلا أنها تتطلب اتباع عملية محكمة ومجربة لضمان تحقيق نتائج مثمرة. حيث إن اتساق عملية المنافسة يسهم في مواءمة التوقعات، وبالتالي جذب فرق تصميم ذات كفاءة عالية. يمثل الغرض من الدليل في تلبية هذه المتطلبات عبر تقديم إرشادات عملية لإعداد وتنفيذ مسابقات تصميم ناجحة.

المحتويات

27	تكوين الفريق.....
27	مقر عمل الفريق.....
27	منهجية التصميم.....
28	الدافع للمشاركة.....
29	1.4 قاعدة بيانات المتنافسين.....
30	2 تحديد إطار عمل المسابقة.....
31	2.1 أنواع مسابقات التصميم.....
31	المسابقات مفتوحة الدعوة.....
31	المسابقات موجّهة الدعوة.....
32	مميزات أنواع المسابقات وعيوب كل منها.....
33	2.2 مراحل المسابقة.....
33	المسابقات ذات المرحلة الواحدة.....
34	المسابقات ذات المرحلتين.....
35	المسابقات ذات المرحلتين متضمنة حواراً تنافسياً.....
36	2.3 موجز التصميم.....
38	2.4 متطلبات التقديم.....
39	العرض المالي.....
39	العرض الفني: هيكل الفريق.....
40	العرض الفني: منهجية التصميم.....
42	2.5 الإرشادات والقواعد والأحكام.....
42	مؤهلات الشركة.....
42	اتفاقيات عدم الإفصاح.....
43	الأتعاب الشرفية والجوائز المالية.....
43	حقوق الملكية الفكرية.....
43	متطلبات العقد.....

8	قائمة المصطلحات.....
10	كيفية قراءة هذا الدليل.....
12	مقدمة.....
13	مبادئ المنافسة.....
14	من يستهدف هذا الدليل؟.....
15	مسابقات البيئة المبنية.....
16	أنواع مسابقات البيئة المبنية.....
18	مراحل إعداد وتنفيذ المسابقة.....
20	1 ما قبل المسابقة.....
21	1.1 دراسة جدوى المشروع.....
21	أهداف المسابقة والمشروع.....
22	ميزانية المشروع.....
22	ميزانية المسابقة.....
22	دراسات الموقع.....
23	الجدول الزمني للمسابقة.....
24	1.2 الأدوار والمسؤوليات.....
24	العميل.....
24	المتنافسون.....
25	مدير المسابقة.....
25	لجنة التحكيم.....
25	المستشارون الفنيون.....
26	1.3 توصيف المتنافسين المستهدفين.....
26	التخصص الرئيسي.....
26	مستوى الخبرة.....
26	متطلبات التعاقد والتعميد.....

58	اختيار الفريق الفائز.....
58	فترة الإنتظار والتأهب.....
59	تقديم الآراء والملاحظات للمتنافسين
60	4.2 الإعلان عن الفريق الفائز.....
60	إصدار البيان الصحفي.....
61	البرنامج الدعائي
62	5 ما بعد المسابقة و الخطوات اللاحقة.....
63	5.1 التعريف بالمسابقة والفريق الفائز.....
63	المعارض
64	حلقات النقاش
64	المشاركة المجتمعية.....
65	الفعاليات الأخرى
66	5.2 الخطوات اللاحقة.....
66	الأنشطة الإدارية.....
67	العلاقة بين العميل وفريق الاستشاريين خلال تطوير المشروع
68	6 الملحقات.....
69	6.1 القائمة المرجعية لنشرة المسابقة.....
70	6.2 فهرس المراجع.....

44	معايير التقييم واحتساب الدرجات.....
44	زيارات الموقع
44	طرح الأسئلة والاستفسارات.....
45	2.6 لجنة تحكيم المسابقة.....
45	منهجية تشكيل اللجنة.....
45	اختيار أعضاء اللجنة
46	الاحكام ذات الصلة بلجنة التحكيم.....
47	اختيار رئيس اللجنة
47	المراجعة من قبل المستشارين الفنيين
48	3 بدء المسابقة.....
49	3.1 بدء المسابقة.....
50	إطلاق المسابقة.....
50	نشرة المسابقة.....
51	المشاركة في التعبير عن الاهتمام
51	الفترة المخصصة لطرح الأسئلة والاستفسارات
52	الجلسة التمهيدية
52	زيارة الموقع.....
53	حفظ وتوثيق سجلات المتسابقين
53	إعداد لجنة التحكيم لمرحلة التقييم.....
54	4 عملية الاختيار.....
55	4.1 عملية الاختيار.....
55	ضمان الامتثال للمتطلبات.....
55	انعقاد اجتماع لجنة التحكيم.....
56	احتساب الدرجات وتأهيل القائمة القصيرة
57	إجراء المقابلات بعد تسليم المقترحات.....

قائمة المصطلحات

العميل: هو الكيان المسؤول عن مشروع مسابقة التصميم. يتولى العميل تكليف المسابقة وقد يعيّن مديراً لها.

موجز المسابقة: وثيقة مختصرة يستخدمها العميل ومدير المسابقة لتوضيح الأهداف والمتطلبات للمتنافسين، وتُسمى أيضاً موجز التصميم.

مدير المسابقة: منظمة أو شركة يعينها العميل لإدارة عملية تنفيذ المسابقة بالكامل، وتلعب دور حلقة الوصل بين العميل والمتنافسين.

نشرة المسابقة: وثيقة تلخص تفاصيل المسابقة كاملة، بما في ذلك الموجز والقواعد والجدول الزمني ولجنة التحكيم ومعلومات الجوائز. تصدر هذه النشرة للمتنافسين، ويكون ذلك في أوقات مختلفة تبعاً لنوع المسابقة.

المتنافسون: هم ممارسو مجال البيئة المبنية الذين يقررون المشاركة في مسابقة التصميم. قد يتراوح حجم الفريق المتنافس من فرد واحد إلى اتحاد مكون من عدة شركات استشارية وتصميمية. غالباً ما يشير مصطلح "فرق التصميم" إلى المتنافسين في سياق هذه المسابقات.

قاعدة بيانات المتنافسين: وثيقة منظمة ومحدثة تحتوي على معلومات رئيسية عن شركات أو أفراد في مجال البيئة المبنية، يستخدمها العملاء ومديرو المسابقات للإعلان عن مسابقات جديدة واختيار المتنافسين من أجل دعوتهم للمشاركة.

الحوار التنافسي: هو نوع من مسابقات التصميم ذات المرحلتين، يتم خلالها مشاركات بين العميل والمتنافسين ولجنة التحكيم بهدف تقديم الملاحظات وتحسين النتائج.

مسابقة التصميم: عملية تنافسية يقدم خلالها المتنافسون مقترحات تصميم استجابةً لموجز التصميم.

الأتعاب الشرفية: مبلغ من المال يُمنح للمتنافسين الفائزين أو المتأهلين إلى القائمة القصيرة.

لجنة التحكيم: تضم مجموعة ممن يمتلكون خبرة ذات صلة بأهداف المسابقة، حيث يقومون بتقييم المشاركات في المسابقة.

المستشار الفني: يقدم المستشارون الفنيون خبرة فنية محددة تستعين بها لجنة التحكيم للمساعدة في توجيه قراراتهم.

مقدمة

مبادئ المنافسة

يجب على جميع المسابقات اتباع المبادئ الثلاثة التالية:

- المساواة
- التميز في التصميم
- العدالة

يوضح هذا الدليل كيفية تحقيق ذلك وفقاً لمعايير أفضل الممارسات.

المساواة

من المهم احترام جميع المنافسين المحتملين و/أو المدعويين والتعامل معهم ضمن إطار المساواة والاحترام، ويجب أن تكون المعلومات المشاركة والمتبادلة هي نفسها على مستوى جميع الفرق المتنافسة. باختصار، يجب ألا يكون هناك أي تحيز من جانب الجهات المنظمة للمسابقة والعميل وخاصة لجنة التحكيم.

التميز في التصميم

ينبغي استثمار مسابقات التصميم كفرصة لتعزيز أهمية التميز في التصميم. وكما هو موضح في هذا الدليل، يمكن دعم ذلك من خلال الإدارة رفيعة المستوى لعملية المنافسة عبر جميع مراحلها. فكلما ازدادت مسابقات التصميم الناجحة، كبرت محفظة مشاريع البيئة المبنية عالية الجودة بمختلف أحجامها. بدءاً بالباقي والأحياء وانتهاءً بالمدن، الأمر الذي من شأنه ترسيخ ثقافة التميز في التصميم في جميع أنحاء المملكة.

العدالة

يجب الالتزام باللوائح والأنظمة التي تضمن عدالة عملية المنافسة وشفافيتها في جميع المسابقات. وينبغي تطبيق هذا النهج من إطلاق المسابقة وحتى الإعلان عن الفريق الفائز.

من يستهدف هذا الدليل؟

تشارك جهات مختلفة في التنظيم والمشاركة في مسابقات التصميم لغرض تعميم فرق التصميم. يهدف هذا الدليل إلى دعم أربع فئات رئيسية من المستخدمين لضمان نجاح المسابقات:

- الجهات الحكومية
- الجهات الخاصة
- المشاريع الضخمة
- الممارسون في مجال التصميم

تتولى الجهات الحكومية والخاصة، بالإضافة إلى الجهات التي تروج للمشاريع الضخمة، دور العميل في المسابقات، وقد يشاركون أحياناً أيضاً كأعضاء في لجنة التحكيم. عادةً ما يكون المصممون هم المتنافسون، ولكنهم قد يشاركون أيضاً في المسابقات كأعضاء في لجنة التحكيم أو يتعاونون مع جهات أخرى لتطوير محتوى مسابقات التصميم. تم توضيح هذه الأدوار بشكل أكبر في القسم 1.2 الأدوار والمسؤوليات.

الجهات الحكومية

تعتبر الجهات المحلية والإقليمية الجمهور الأساسي الذي يستهدفه هذا الدليل، نظراً لحدودية خبرتهم في عملية المنافسة ومحدودية الوصول إلى الموارد التي قد تعوق قدراتهم على إدارة المسابقات. وقد وضع هذا الدليل ليكون أساساً مرجعياً في توظيف مسابقات التصميم كآلية تعميم لمشاريع البيئة المبنية.

الجهات الخاصة

قد يكون للجهات الخاصة نهجها الثابت المتبع في التعميد والتعاقد، شاملاً مسابقات التصميم، غير أنها يمكن أن تستفيد من هذا الدليل في دعم عملياتها وتحسينها.

المشاريع الضخمة

تتميز المشاريع الضخمة بأساليب راسخة وخبرة واسعة، وقد تتباين عملياتها الفريدة عن المسابقات التقليدية، مثل الجداول الزمنية الأطول واللجان التحكيمية الداخلية. ومع ذلك، يمكن للمشاريع الضخمة الاستفادة من تطبيق الإرشادات بما يتناسب مع احتياجات مشاريعها.

الممارسون في مجال التصميم

يشارك المعماريون والمصممون الحضريون والمخططون ومعماريو المشاهد الطبيعية وغيرهم من المصممين بشكل نشط في المسابقات، غير أنهم قد لا يكونون دائماً على دراية بمعايير أفضل الممارسات. لذلك، ينبغي لهم الاستفادة من هذا الدليل في فهم المسابقات التي يقررون المشاركة فيها وتقييم جودتها وعدالتها. كما يختصر هذا الدليل للمصممين المحترفين رؤية معمقة حول عملية المنافسة بأكملها.

للعلماء

انتبه لهذه الخانات، حيث أنها تحتوي نقاطاً أساسية تهم العملاء و القراء بشكل عام.

للمتنافسين

انتبه لهذه الخانات، حيث أنها تحتوي نقاطاً أساسية تهم المنافسون.

مسابقات البيئة المبنية



مسابقات التصميم/التخطيط الحضري

تتناول مسابقات التصميم/التخطيط الحضري عادة مشاريع هادفة إلى تطوير أو إعادة تطوير منطقة كبيرة، سواء كان ذلك داخل مناطق التجمعات الحضرية القائمة أو خارجها. تتضمن هذه المشاريع بشكل عام مزيجاً من الاستخدامات المختلفة للأراضي، مما يتطلب تعاون فريق متعدد التخصصات من أجل تنفيذ المشروع بالكامل. قد يشمل فريق التصميم أفراداً من ذوي الخبرة في البنية التحتية الحضرية والعمارة وعمارة البيئة وتخطيط النقل والتنمية الاقتصادية، إلى جانب المصممين/المخططين الحضريين.



مسابقات العمارة

تركز مسابقات العمارة في الغالب على المباني والمؤسسات المدنية. قد تضم الفرق المتنافسة تخصصات هندسية مختلفة واستشاريين في إدارة التكلفة إذا كانت الغاية هي تكليف المشروع للفريق الفائز من مرحلة التصميم وحتى البناء.

يمكن أن تنتهي مسابقات العمارة بتكليف مشاريع متعلقة بالإسكان، إلا إن الاستخدامات السكنية غالباً ما تشكل جزءاً رئيسياً من خطة شاملة لتطوير منطقة أوسع، ومن ثم، فمن المرجح أن تكون جزءاً من مسابقات التصميم/التخطيط الحضري.



مسابقات عمارة البيئة

يمكن أن تتناول المسابقات الموجهة إلى معماري المشاهد الطبيعية أي جانب من جوانب المجال العام، وقد يتسع نطاقها ليشمل ميداناً في أحد الأحياء أو شوارع أو حديقة عامة أو كورنيش. قد تتضمن الفرق المتنافسة خبراء في علم البيئة، أو أخصائيين في البستنة أو إدارة المياه، أو خبراء تخصصية معينة في الحلول القائمة على الطبيعة.

تُعتبر مسابقات التصميم بمثابة وسيلة لاختيار المصمم الأنسب لمشروع معين، ويجري تطبيقها في مختلف قطاعات التصميم، بما في ذلك التصميم الداخلي والتصميم الجرافيكي والتصميم الصناعي. يركز هذا الدليل على ثلاثة تخصصات في تصميم البيئة المبنية، وهي:

- العمارة
- عمارة البيئة
- التصميم/التخطيط الحضري

جمعت هذه التخصصات الثلاثة معاً على نحو منطقي لتأثر عملية المنافسة المتبعة ضمنها. وفي حين أن المسابقات محددة التخصص قد تتطلب موجزات تصميم مختلفة، ولكن يجب الإقرار أنه في بعض الحالات، قد تتطلب مسابقة التصميم/التخطيط الحضري أن يكون تخصص عمارة البيئة جزءاً من خبرات الفريق، وبالمثل، قد تتطلب مسابقة يقودها التخصص المعماري خبرة في التخطيط العمراني.

أنواع مسابقات البيئة المبنية

تنقسم المسابقات في تخصصات البيئة المبنية إلى خمسة أنواع رئيسية، وهي:

- مسابقات التصميم
- مسابقات الأفكار
- المقابلات التنافسية
- مسابقات المصممين الشباب
- مسابقات الطلاب

يستعرض هذا القسم لمحة عامة عن الاختلافات الرئيسية بين هذه الأنواع. كما يقدم هذا الدليل إرشادات محددة موجهة لمسابقات التصميم.

مسابقات التصميم

تشير مسابقة التصميم إلى عملية تنافسية تقدم فيها فرق التصميم مقترحات لمشاريع جديدة في مجال البيئة المبنية. لهذه المسابقات نوعان رئيسيان، فإما أن تكون "مفتوحة الدعوة" أو "موجهة الدعوة". وقد تكون عملية المنافسة في مسابقات التصميم "ذات مرحلة واحدة" أو "ذات مرحلتين". كما يمكن أن تشكل الحوارات التنافسية جزءاً من مسابقات معينة (راجع القسم 2.2)، ويكون ذلك عادة في المسابقات موجهة الدعوة ذات المرحلتين.

يتولى مدير المسابقة أو العميل توضيح المهمة المطلوبة، والجدول الزمني، و معايير التقييم، على أن يُبلغ المتنافسين بهذه التفاصيل مسبقاً. ومن ثم، تقم لجنة تحكيم مهنية مستقلة الأعمال التنافسية، وفي النهاية تختار الفريق الفائز في المسابقة. يتناول الدليل كل ذلك في أقسام لاحقة بشكل مفصل.

تضمن مسابقات التصميم توجيه التركيز بشكل رئيسي نحو جودة التصميم، وبشكل ضمني، نحو القيمة مقابل المال. علاوة على ذلك، تتيح هذه المسابقات للعميل تقييم المواهب المتاحة بشكلٍ فعال وتحديد فرق التصميم التي تتماشى قيمها مع رؤية العميل للمشروع.

قد يتردد العملاء أحياناً في اعتماد مسابقات التصميم لما تستغرقه من وقت طويل، فيستعيضون عنها بالتعيينات المباشرة أو بالعمليات التي تركز على تقييم المؤهلات والخبرات السابقة لفرق التصميم الراغبة بالمشاركة. بالإضافة إلى الوصف المكتوب لنهج العمل والرسوم التي يتقاضونها. تُعرف هذه العمليات عادة بالتعبير عن الاهتمام (EOI)، وهي مرحلة تسبق أي عمل تصميمي.

في حين ان هذه المنهجية قد تُعتبر أكثر كفاءة، ويمكن أن توفر نتائج مرضية، إلا أنها تفوت في كثير من الأحيان فرصة الاستفادة من المواهب الجديدة والأفكار المبتكرة؛ وهي عناصر غالباً ما تكون أساسية لنجاح مسابقات التصميم.

إجمالاً، يمكن لمسابقات التصميم الناجحة أن تحقق ما يلي:

- ضمان حسن التوافق بين العميل والاستشاريين.
- توفير فرصة للاستفادة من المواهب الجديدة والممارسات الناشئة.
- التنوع وإمكانية الاختيار من بين عدد من الاستشاريين في التصميم.
- تشجيع التعاون متعدد التخصصات.
- توفير منبر لمشاركة المجتمع وأصحاب المصلحة (كأن تُستخدم المعارض العامة على سبيل المثال).
- إكساب المشروع مكانة رفيعة في أوساط المجال المعني وخارجه.
- إمكانية ضبطها لتناسب مع مراحل مختلفة من المشروع.

للعلماء

يركز هذا الدليل على مسابقات التصميم، ولكن بعض العمليات، مثل اختيار لجنة التحكيم أو مقابلات المتسابقين، يمكن أن تنطبق على أنواع أخرى من المسابقات.

حالة دراسية



© RCRD

مكتبة الملك فهد الوطنية والساحة المجاورة لها، الرياض
كان هذا المشروع وليد إحدى المسابقات الدولية، ويظهر كيف أن المسابقات الناجحة تؤدي إلى نتائج
تصميمية عالية الجودة. اليوم، يُعتبر المبنى والساحة المجاورة له من المساحات العامة نشطة الاستخدام،
حيث تنشط فيها الفعاليات الموسمية والأحداث المؤقتة.



العمارة

مسابقات المصممين الشباب

تهدف هذه المسابقات إلى دعم المصممين الشباب في بداية مسيرتهم المهنية. حيث يُفتح باب المشاركة حصرياً للمصممين ضمن فئة عمرية محددة، وعادة ما تكون هذه الفئة تحت 40 عاماً.

مسابقات الطلاب

يُشترط على المصممين المشاركين في مسابقات الطلاب أن يكونوا مسجلين في دورة مُعتمدة أو خريجين جدد. غالباً ما تكون مسابقات الطلاب عبارة عن مسابقات أفكار ولا تنتهي بالضرورة بمشاريع مبنية. ومع ذلك، يكتسب الطلاب من هذه المسابقات خبرة مهنية قيمة تدعم تطورهم المهني وتثري محفظة أعمالهم.

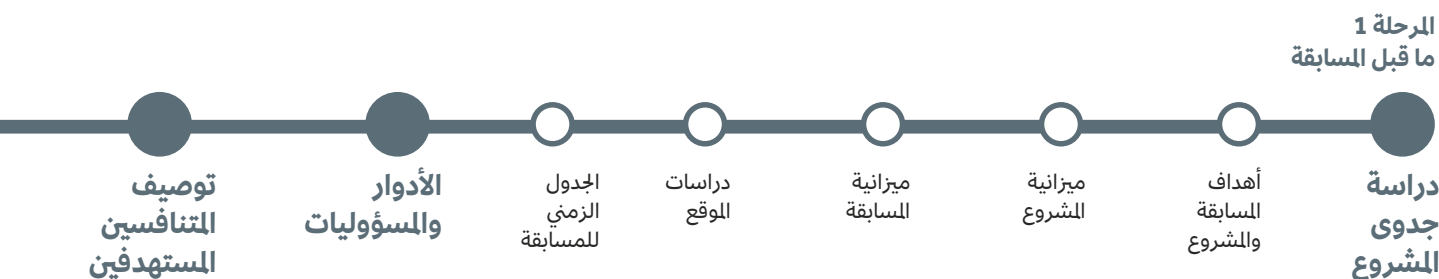
مسابقات الأفكار

تسمح مسابقات الأفكار بتوليد أفكار ومفاهيم إبداعية من دون الالتزام بالتعاقد، إذ أنها تُشجّع على تقديم مقترحات جريئة ومبتكرة للتحديات التصميمية من غير أن تنتهي بالضرورة إلى تعيين فريق التصميم لتنفيذها. تكون هذه المسابقات عموماً مفتوحة الدعوة لجميع المهتمين.

المقابلات التنافسية

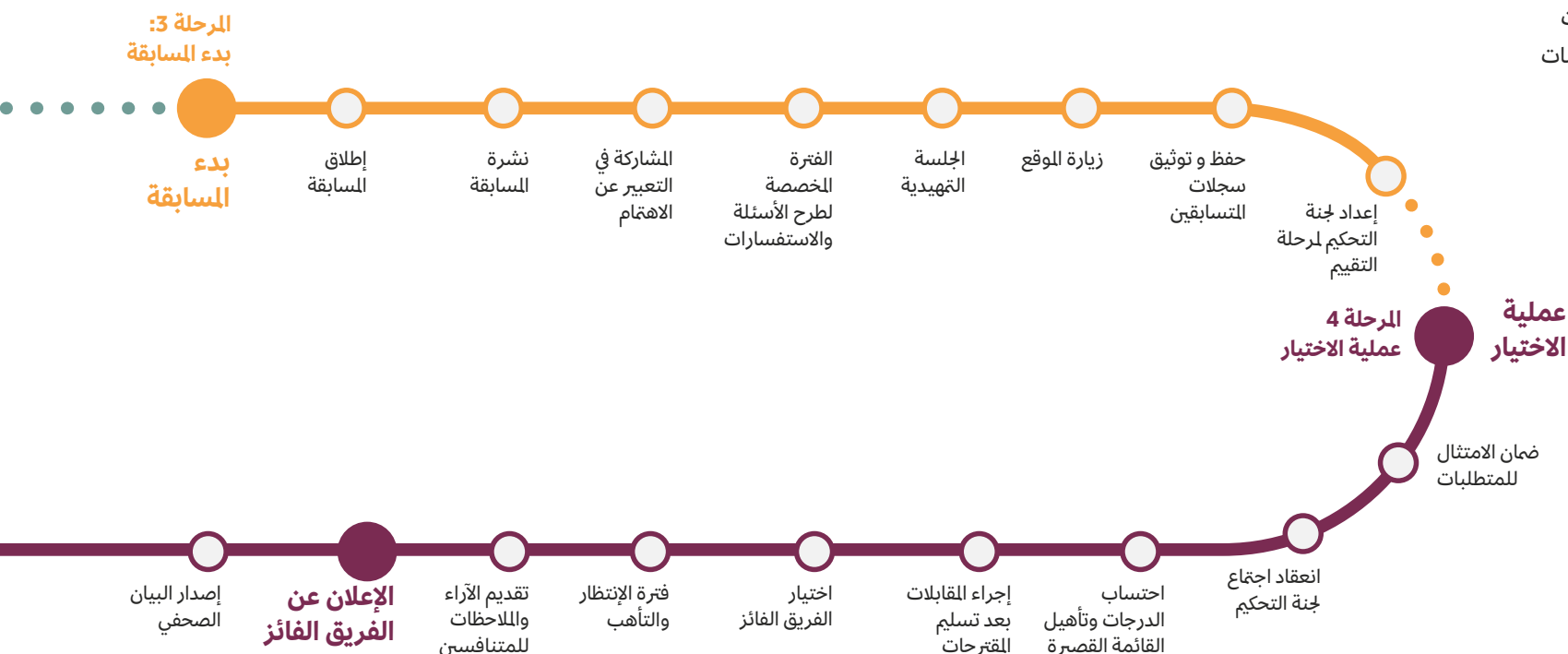
يستخدم العملاء المقابلات التنافسية لاختيار فريق التصميم في مرحلة مبكرة من المشروع. تبدأ العملية بالتعبير عن الاهتمام (EOI)، سواء كان ذلك مفتوح الدعوة أو موجه الدعوة، حيث يقدم المصممون ملفاتهم الشخصية مرفقة بعينات من أعمالهم السابقة ذات الصلة بالمشروع. توضح بعد ذلك الأفكار والتوجهات الأولية من غير تقديم أي مقاربات تصميمية مفصلة، ويلى ذلك اختيار فرق التصميم المتأهلة إلى القائمة القصيرة من أجل دعوتهم للمشاركة في مقابلة تنافسية أو حوار تنافسي تُطرح فيه مقترحات التصميم ويجب عليها العميل أو لجنة التحكيم.

مراحل اعداد وتنفيذ المسابقة



تُنَفَّذُ مسابقات التصميم في خمس عشرة خطوة أساسية. تشمل بعض هذه الخطوات سلسلة من الخطوات الفرعية، وسيتم شرح كل منها بالتفصيل في المراحل التالية.

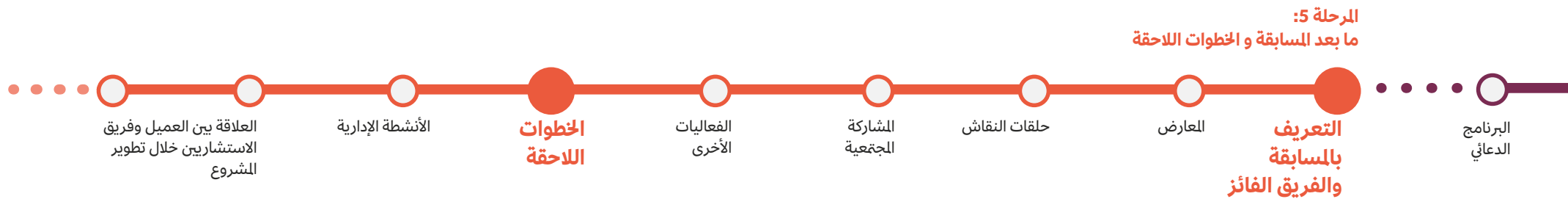
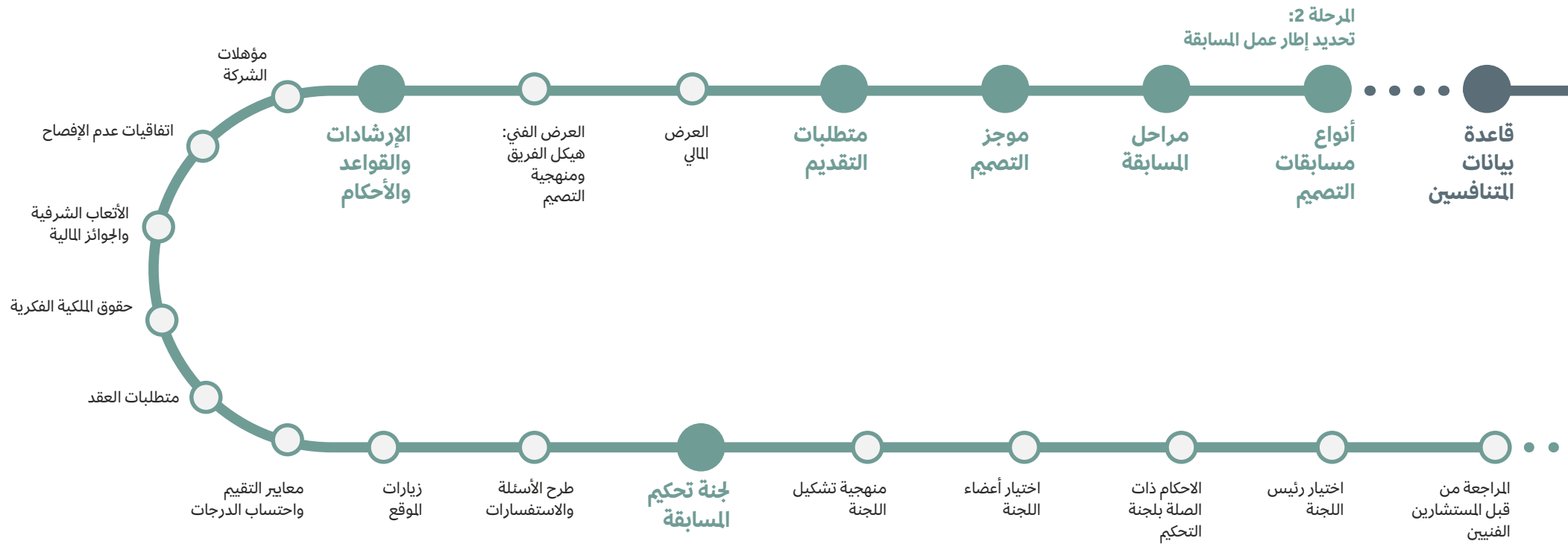
يمكن استخدام هذا المخطط الموضح كدليل حول كيفية إعداد وتنفيذ مسابقة التصميم خطوة بخطوة. مع ذلك، من المهم تذكر أن مسابقات التصميم تختلف في تخصصها ونطاقها والغرض منها، ما يجعل كل مسابقة فريدة من نوعها. لذلك، قد تحتاج الخطوات الموضحة في هذا المخطط إلى التعديل بناءً على المتطلبات المحددة لمشروعك.



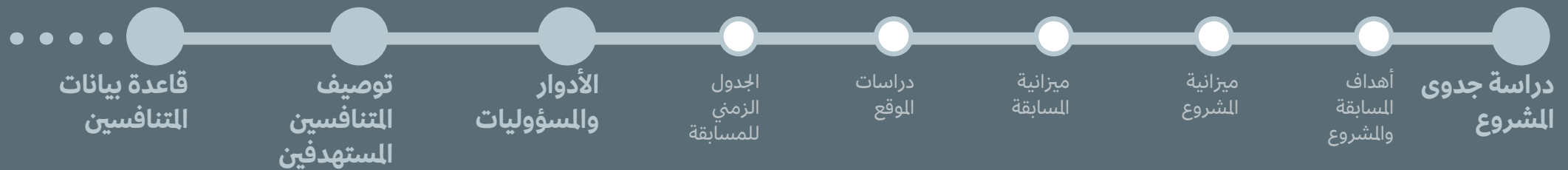
مفتاح المخطط

خطوة رئيسية

خطوة فرعية



1 ما قبل المسابقة



1.1 دراسة جدوى المشروع

حالة دراسية



© Daniel Hopkinson

أهداف المسابقة والمشروع

من المهم تحديد رؤية المشروع وأهدافه بشكل واضح قبل إطلاق المسابقة، بالإضافة إلى مؤشرات الأداء المعتمدة لقياس نجاح المشروع. سوف يساعد ذلك بدوره في تحديد أهداف مسابقة التصميم بحد ذاتها، وكذلك في توجيه اتخاذ القرارات الرئيسية بشأن نوع المسابقة وعدد مراحلها واحتمالية تضمين الحوارات التنافسية. كما ينبغي أخذ أهداف مديري المسابقة بعين الاعتبار في هذه المرحلة.

يجب التخطيط لمسابقة التصميم في سياق المشروع المراد تنفيذه، مع مراعاة العوامل الرئيسية التالية:

- أهداف المسابقة والمشروع
- ميزانية المشروع
- ميزانية المسابقة
- دراسات الموقع
- الجدول الزمني للمسابقة

كلية الفنون، كوفنتري

توّجت مسابقة تصميم مبنى كلية الفنون الجديد في جامعة وارويك بتصميم مبنى حائز على جوائز اكتمل تنفيذه ضمن الوقت والميزانية المحددين. كان لإدراج ميزانية واقعية للمشروع في موجز المسابقة دور في هذا النجاح، إذ أنه سمح للمتنافسين بتقديم مقترحات قابلة للتنفيذ ضمن حدود ميزانية العميل.



العمارة

ميزانية المشروع

تعكس ميزانية المشروع مستوى الطموحات والقيود المفروضة عليه، وعن استدامته على المدى الطويل. ومن المهم وضع ميزانية واقعية للمشروع تُدرج في موجز المسابقة، لتشكل الأساس لتطوير المقترحات التنافسية. يجب أن تشمل ميزانية المشروع كلاً من ميزانية البناء وميزانية الأثاث المخصصة للاستشاريين الذين سيتولون تصميم المشروع وتنفيذه، وسوف يعتمد المتنافسون والفريق الاستشاري على ميزانية المشروع هذه في تقديم مقترحات تُعتبر معقولة ومنافسة من حيث الميزانية.

قد يكون تحديد ميزانية البناء أمراً صعباً في حالة بعض المشاريع، وخاصة تلك التي تكون على مستوى التخطيط العمراني. يمكن في هذه الحالات الاستعانة بمشاريع من مستوى مشابه باعتبارها مرجعاً للميزانية، أو احتساب التكلفة لكل متر مربع من أجل تقدير الميزانية الإجمالية. تجدر الإشارة إلى أن هذه الحسابات تُعتبر تقديرات عامة.

ميزانية المسابقة

تتطلب مسابقات التصميم تخصيص ميزانية لتنظيمها وإدارتها، كما تتطلب المشاريع عموماً ميزانية مخصصة من أجل التعميد. تساعد مسابقات التصميم على توفير الوقت والمال، وتقدم طريقة فعالة لتوليد الأفكار التصميمية وإيجاد الفريق المناسب للمشروع من حيث المهارات والإمكانات التعاونية. يجب دراسة تكلفة المسابقة في سياق التكلفة الإجمالية لتصميم وتنفيذ المبنى أو المساحة المفتوحة أو المخطط العمراني. ولا تقف فوائد مسابقات التصميم المنظمة بشكل جيد عند اختيار الفريق المناسب للمشروع فحسب، بل تتعدى ذلك لتشمل رفع مكانة المشروع مقللة من النفقات المنفصلة المخصصة للتغطية الإعلامية.

دراسات الموقع

ينبغي دراسة موقع المشروع لضمان إمكانية تنفيذه قبل إطلاق مسابقة التصميم، ويشمل ذلك على المستوى الأساسي التحريات الهندسية التي تهدف إلى فهم الظروف الجيوتقنية وحالة التربة ومستوى التلوث والظروف الإنشائية للموقع. بالنسبة لمشاريع إعادة الإحياء أو التوسع، يلزم جمع البيانات المتعلقة بالسياق الحالي والاستخدامات السابقة والمعلومات المهمة عن الخلفية التاريخية أو الثقافية، مع وجوب إدراج هذه المعلومات في نشرة المسابقة في مرحلة لاحقة. راجع القسم 6.1 لمزيد من التفاصيل.

كما يتعين فهم السياقين التخطيطي والتنظيمي لضمان الامتثال لما هو مسموح به من حيث الاستخدام المتوقع والمقياس والكتل. من المفترض أيضاً دراسة المحيط الاقتصادي والتجاري للموقع لفهم إمكانية نجاحه قبل إطلاق المسابقة.

للعملاء

إن جمع معلومات الموقع لن يفيد في إعداد موجز المشروع وميزانيته فحسب، بل سيساعد أيضاً في جمع مواد البيانات الأساسية التي ستم مشاركتها مع المتنافسين ولجنة التحكيم.

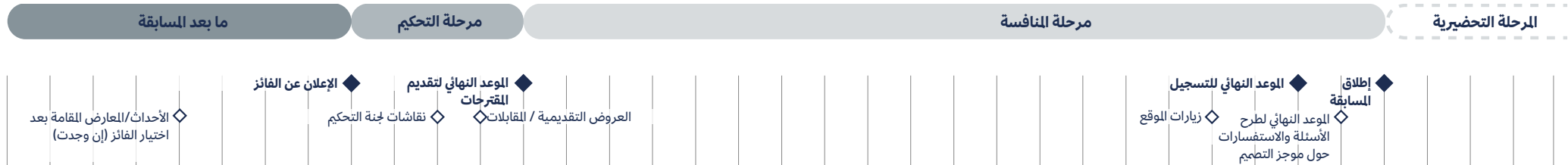
للعلماء

تتضمن نشرة المسابقة عادة الجدول الزمني المحدد للمسابقة، موضحة المواعيد الرئيسية وأوقات التسليمات المرحلية. يجب على العملاء بذل جهودهم للالتزام بالجدول الزمني، مع ضرورة إبلاغ المنافسين على الفور عند توقع حدوث أي تأخيرات.

الجدول الزمني للمسابقة

غالباً ما تستغرق مسابقات التصميم وقتاً طويلاً، وهو أمر يجب التخطيط له منذ البداية لضمان تخصيص الوقت الكافي لكل خطوة من خطوات المسابقة.

يقدم الرسم البياني أدناه مخططاً نسبياً بشكل عام يوضح جدولاً زمنياً نموذجياً لمسابقات التصميم، مع الأخذ في الاعتبار أن الجدول الزمني قد يختلف متأثراً بعدد مراحل المسابقة والمخرجات المطلوب من المنافسين تسليمها.



1.2 الأدوار والمسؤوليات

من المهم تعريف الأدوار والمسؤوليات بشكل واضح من البداية لضمان الكفاءة والشفافية.

فيما يلي الأدوار الرئيسية الخمسة في مسابقات التصميم:

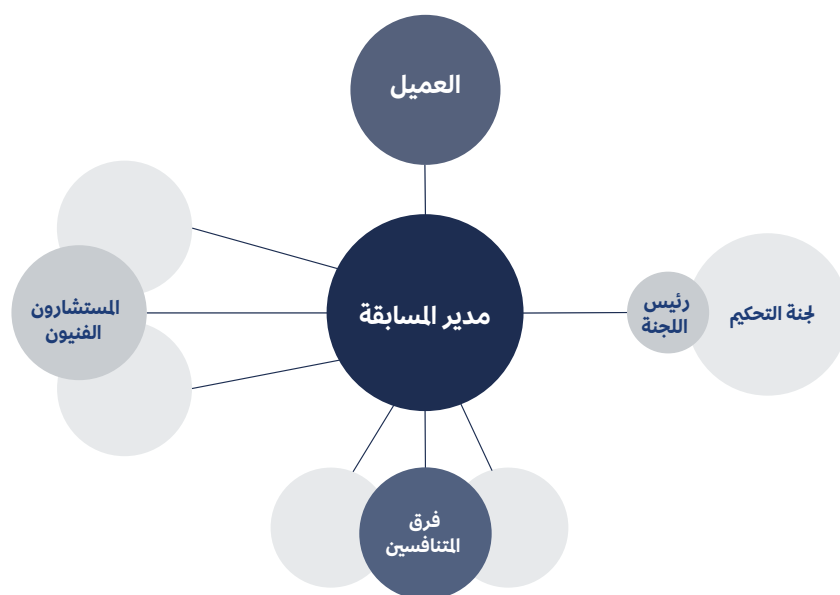
- العميل
- المتنافسون
- مدير المسابقة
- لجنة التحكيم
- المستشارون الفنيون

العميل

هو الكيان المسؤول عن المشروع المعني بالمسابقة، وقد يكون جهة حكومية او خاصة، وعادةً ما يكون مالك الأرض/الممتلكات. ينبغي على العميل إعداد موجز المشروع وتحديد الميزانية والجدول الزمني، وهي عناصر أساسية مؤثرة في عملية المنافسة. إن لم يمتلك العميل خبرة أو قدرة داخلية كافية لإدارة المسابقة، يمكنه تكليف مدير للمسابقة ومشاركة أكبر قدر ممكن من المعلومات معه. كما يُمنع العميل من إجراء أي تواصل مع المتنافسين أو اللجنة بعد إطلاق المسابقة.

المتنافسون

هم فرق المتخصصين في مجال البيئة المبنية الذين يقررون المشاركة في المسابقة. قد يختلف تكوين الفريق بحسب متطلبات المشروع/المسابقة، والتي قد تستوجب مستوى معيناً من الخبرة أو التجربة. يُطلب من فرق المتنافسين تحديد قائد لكل فريق.



رسم بياني يوضح العلاقة بين الأدوار الرئيسية للمشاركين في مسابقة التصميم.

مدير المسابقة

يشرف مدير المسابقة أو الراعي لها، وهما تسميتان تُستخدمان بالتبادل، على توجيه العملية الكاملة للمسابقة بتكليف من العميل. يتعاون مدير المسابقة مع العميل لضمان تحقيق أهدافه عبر المسابقة، ويقدم له المشورة عند الحاجة بشأن الأتعاب الشرفية ومخرجات المسابقة واختيار لجنة التحكيم وما شابه. كما يتولى المدير مسؤولية إعداد ونشر جميع المعلومات المرتبطة بالمسابقة وتنظيم إطلاقها، بل وحتى تنظيم الأنشطة اللاحقة للمسابقة في بعض الحالات. يلعب مدير المسابقة دور حلقة الوصل الوحيدة بين العميل والمتنافسين واللجنة والمستشارين الفنيين.

قد يجري العميل مسابقات تصميم بصورة متكررة نسبياً، فيكون تطوير فريق داخلي خاص لإدارة المسابقات حلاً مناسباً في مثل هذه الحالات.

لجنة التحكيم

تضم اللجنة مجموعة ممن يمتلكون خبرة ذات صلة بأهداف المسابقة، حيث يقومون بتقييم المشاركات في المسابقة. يُطلب من أعضاء اللجنة التصريح بعدم وجود أي تضارب في المصالح لتجنب التحيز في التقييمات. كما يلزم أن يمتلك أعضاء اللجنة خبرة جماعية تتوافق مع متطلبات المشروع، شاملة المعرفة بالسياقين المحلي والعالمي. راجع القسم 2.6 لمزيد من التفاصيل.

المستشارون الفنيون

يقدم المستشارون الفنيون خبرة فنية محددة مطلوبة في المشروع المعني بالمسابقة. يمثل دورهم غالباً في أن يؤكدوا للجنة التحكيم أن المشروع يتمتع بأداء في جيد وقابل للتنفيذ في النهاية. لذلك، فقد يضم الاستشاريون المستعان بهم مهندسين ومُصاحي كميات وخبراء في الاستدامة وأفراداً لديهم معرفة دقيقة ذات صلة بالمشروع. يتحدد نوع ومستوى تفاصيل التقييم بحسب تخصص المسابقة وموجزها. كما يُطلب من المستشارين الفنيين تقديم مراجعاتهم و آرائهم قبل انعقاد اجتماع لجنة التحكيم بما يساهم في إثراء عملية القرار.

1.3 توصيف المتنافسين المستهدفين

من الضروري قبل بدء المسابقة تحديد أنواع الممارسين والفرق المستهدفة التي تعتبر ذات كفاءة مناسبة لتحديات المنافسة. ولا يقتصر ذلك على تحديد التخصص الرئيسي ضمن مجال البيئة المبنية فحسب، بل يلزم أيضاً اقتراح أو تحديد مجال الخبرة والممارسة التي سيجري إدراجها في نشرة المسابقة والمواد الإعلانية الأخرى، موجهة معطيات الاستجابة للمسابقة. ينبغي تحديد مواصفات المتنافسين المستهدفين بناء على عدة عوامل رئيسية، منها:

- **التخصص الرئيسي**
- **مستوى الخبرة**
- **متطلبات التعاقد والتعميد**
- **تكوين الفريق**
- **مقر عمل الفريق**
- **منهجية التصميم**
- **الدافع للمشاركة**

التخصص الرئيسي

يعتمد اختيار الاستشاري الرئيسي على طبيعة المشروع الأساسي. فعلى سبيل المثال، عادة ما يشرف على مشروع تصميم متحف للفنون معماريون ذوي خبرة بتصميم المباني المدنية، في حين أنه يُستحسن أن يتولى معماريو البيئة الإشراف على مشروع تصميم ساحة عامة.

مستوى الخبرة

قد تتطلب مسابقات التصميم مستويات مختلفة من الخبرة بين المتنافسين. إذ يمكن تكليف الفريق الفائز بتنفيذ مشروع مبني مكتمل الأركان، وقد يقتصر دوره في حالات أخرى على تطوير التصميم الأولي. قد تتطلب مثل هذه الحالات تعاون الفريق مع "معماري معتمد" خارج نطاق عملية المنافسة.

علاوة على ذلك، يمكن أن تتطلب بعض المشاريع العقدة مستويات عالية من الخبرة السابقة في تنفيذ مشاريع من نوع مشابه، فيكون المتنافسون المستهدفون بشكل أساسي في مثل هذه الحالات هم الممارسين ممن يمتلكون سجلاً حافلاً بتنفيذ مشاريع مماثلة في المجال المعني.

متطلبات التعاقد والتعميد

يتعين على بعض العملاء اتباع التزامات ومتطلبات معينة في عمليات تعميم المشاريع. على سبيل المثال، قد يُطلب من بعض الجهات الحكومية التعاقد مع فرق محلية أو منح فرص متكافئة للشركات صغيرة ومتوسطة الحجم. كما يمكن أن يتأثر اختيار المتنافسين المستهدفين بالتصنيفات المحلية لحجم الممارسة المهنية في المملكة العربية السعودية.

يجب أخذ هذه الاعتبارات بالحسبان في مرحلة مبكرة من المسابقة لضمان نجاح عملية اختيار المتنافسين واستهدافهم.

للعملاء

غالباً ما تكون هذه العوامل مرتبطة ببعضها، وتضمن دراستها بشكل جمعي اتباع نهج شمولي لاستهداف المتنافسين المناسبين.

**"يتعين على منظمي
مسابقات العمارة تشجيع
الممارسين الناشئين على
المشاركة بما يجعل حجم
الممارسات وتنوعها معياراً
رئيسياً للمشاركة في
المسابقات."²**

منهجية التصميم

تهدف بعض المشاريع إلى استقطاب أفكار جديدة ومبتكرة، فلا تكون الخبرة السابقة للمتنافسين في تطوير التصميم وتنفيذ المشاريع المشابهة بنفس القدر من الأهمية، وإنما يتمحور التركيز في مثل هذه الحالات على النهج المتبع في التصميم بغض النظر عن التصنيف النوعي للمشروع.

مقر عمل الفريق

تكون بعض المشاريع حساسة جداً للسياق، ما يتطلب امتلاك فهم عميق للمحيط المحلي وحالة الوضع الراهن، خصوصاً فيما يتعلق بالقضايا الثقافية. في بعض الحالات، يمكن تشجيع الفرق المتنافسة على الاستفادة من وجهات النظر العالمية لإثراء مقترحات التصميم عبر الجمع بين المنظورين المحلي والعالمي في مقترحاتها.

تكوين الفريق

يمكن للجهة المنظمة اقتراح تكوين الفريق، إما أن تُحدد التفاصيل بصورة إلزامية أو تُترك لتقدير المتنافسين. قد يعبر العملاء عن رغبتهم في تشكيل فرق تجتمع فيها الخبرة الواسعة والمواهب الصاعدة، ما يشجع على التنوع بين أعضاء الفريق من حيث أعمارهم وحجم ممارساتهم والخبرات التي يمتلكونها.

يمكن أيضاً تقديم اقتراحات بشأن اختيار أعضاء الفريق متعدد التخصصات، بما في ذلك المصممين الآخرين والمهندسين والاستشاريين في إدارة التكلفة وخبراء القيمة الاجتماعية واختصاصيي علم البيئة. سوف يشكل ذلك انعكاساً لنوع المشروع ومرحلة تطوير التصميم المطلوبة.

حالة دراسية



جناح المملكة العربية السعودية، إكسبو 2025 أوساكا

قدم مقترح التصميم الفائز مكتب فوستر أند بارترز المعروف عالمياً وكان مدعوماً من قبل خبراء الإعلام الرقمي سكوينت/أوبرا واستوديو 59 برودكشنز. تمحور التصميم حول التحول المستقر في المملكة العربية السعودية الذي يرسم ملامحها من خلال قصص الناس والأماكن رابطاً الماضي بالمستقبل.



العمارة

الدافع للمشاركة

من الضروري عند التخطيط للمسابقة تقييم أثر بعض القرارات على دافع المتنافسين للمشاركة، ويشمل ذلك عدد المتنافسين المتأهلين ضمن القائمة القصيرة وعملية اختيارهم، بالإضافة إلى الجداول الزمنية ومتطلبات التقديم والألعاب الشرفية.

عموماً، يكون المتنافسون أقل ميلاً للمشاركة في المسابقات متى كانت فرص فوزهم متواضعة في تقديرهم. فعلى سبيل المثال، قد يتردد المتنافسون المحتملون في المشاركة إذا تضمنت القائمة القصيرة عدداً كبيراً من المتأهلين (خصوصاً في المنافسات موجهة الدعوة) أو في حال كان الجدول الزمني للمسابقة ضيقاً جداً وتوازيه قائمة طويلة من المخرجات المتوقع تسليبها. إن إيجاد التوازن الصحيح بين هذه العوامل هو أمر بالغ الأهمية.

يستحسن النظر في استخدام قاعدة بيانات المتنافسين بمجرد الاتفاق على توصيف المتنافسين المستهدفين.

1.4 قاعدة بيانات التنافسين

تتضمن قاعدة بيانات التنافسين مجموعة منظمة من المعلومات حول شركات أو أفراد في مجال البيئة البنئية، ويُستفاد منها في تصفية التنافسين بناء على معايير محددة، مثل التخصص أو حجم الممارسة أو مجال الخبرة أو مقر العمل.

سواء قررت بناء قاعدة بيانات للمصممين جديدة بالكامل، أو كنت تمتلك قاعدة بيانات من مشاريع سابقة، فإن هذا الاستثمار يعد خطوة ذات قيمة مؤكدة. إذ يمكن الاستفادة من قاعدة البيانات في اختيار المتأهلين ضمن القائمة القصيرة في المسابقات موجهة الدعوة أو بهدف تسويق المسابقة لشريحة أوسع من الجمهور في المسابقات مفتوحة الدعوة. و تزداد فائدة قاعدة البيانات بتحديث المعلومات الدرجة فيها، ما يستوجب اعتبارها موارد ثابتة يجري تحديثها وتكييفها باستمرار بما يتماشى مع المعايير التي يحددها العميل.

بطاقة إرشادية



إنشاء قاعدة بيانات للمتنافسين

الخطوة 2: اجمع جهات الاتصال الخاصة بك

□ أضف بيانات المصممين الذين عملت معهم سابقاً إلى قاعدة البيانات، بما في ذلك أسماءهم وتخصصاتهم وحجم ممارساتهم ومواقعهم الجغرافية وخبراتهم السابقة.

□ ابحث عن المصممين الآخرين الذين ترغب في التعاون معهم وأضف التفاصيل الخاصة بهم إلى قاعدة بياناتك. احرص على التمييز بين جهات الاتصال الحالية والجديدة في قاعدة البيانات.

الخطوة 3: قم بتصفية المنافسين

□ استخدم قاعدة البيانات لتصفية قائمة طويلة من المنافسين المحتملين بناء على توصيف المنافسين المستهدفين.

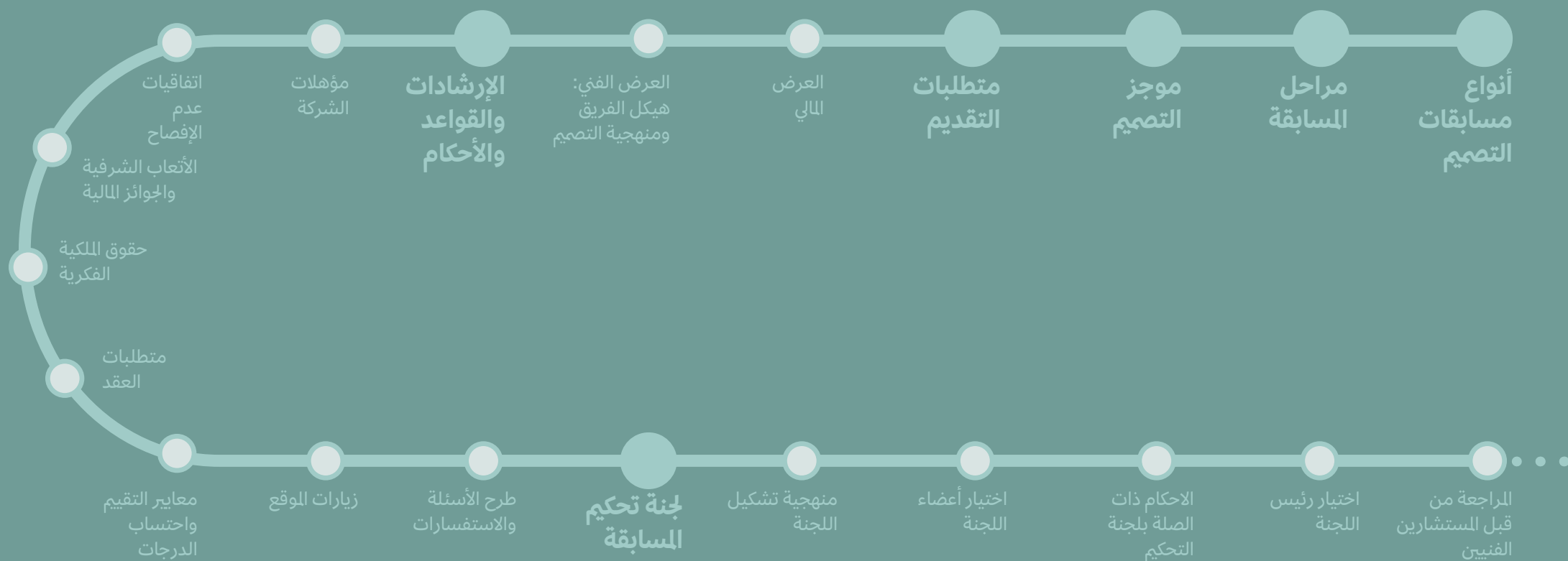
تفقد قواعد بيانات المنافسين في تتبع العلاقات الحالية أو الجديدة مع المصممين المحتملين، وتساعد في تبسيط عمليات اختيار المتأهلين ضمن القائمة القصيرة بناء على توصيف المنافسين المستهدفين.

الخطوة 1: اختر الأداة المناسبة

□ اختر الأداة المناسبة لإنشاء قاعدة بيانات المنافسين الخاصة بك. يمكنك استخدام جدول بيانات إكسل أو إنشاء صفحة مخصصة داخل تطبيق موجود.

□ تأكد من أن الأداة المختارة سهلة التحديث وقوية بما يكفي لمعالجة كميات كبيرة من البيانات.

2 تحديد إطار عمل المسابقة





2.1 أنواع مسابقات التصميم

حالة دراسية



© Arup

مدينة العرفان، عُمان

اختيرت خمسة فرق بعناية ودُعيت للمشاركة في هذه المنافسة موجهة الدعوة ذات المرحلة الواحدة. كان الهدف هو وضع إطار عمري مستدام لتطوير منطقة وسط المدينة الجديدة في مسقط وفق رؤية تدمج تراثها المحلي وتراعي تضاريسها العقدة وترسم هويتها الجديدة كمركز حديث لمدينة عمان.



التصميم الحضري

المسابقات مفتوحة الدعوة

كما يوحي العنوان، يمكن لجميع المهتمين الاستجابة لدعوة المشاركة في هذا النوع من المسابقات. وبطبيعة الحال، سوف يرغب في المشاركة الأفراد المهتمون بموضوع المسابقة. يصدر في البداية إعلان المسابقة موضحاً المخرجات والنتائج المتوقعة. وبناء عليه، ستتكون لدى المهتمين بالمشاركة فكرة عن التخصصات ومستوى الخبرة المطلوبين في الفريق كي يُعتبر الأنسب للتكليف النهائي للمشروع. غالباً ما تكون المشاركات مجهولة الهوية في هذا النوع من المنافسات، ولو أن ذلك ليس بالضرورة.

المسابقات موجهة الدعوة

يعدّ العميل أو مدير المسابقة قائمة بأسماء الممارسين الذين يُعتبرون قادرين على تلبية متطلبات موجز المشروع، ومن ثم يجري التواصل مع الأسماء المختارة بشكل مباشر من أجل دعوتهم لتشكيل فرق تتضمن خبراء معنيين قادرين على دعم مقترحات التصميم الخاصة بهم. وإلى جانب ذلك، يُستحسن الاحتفاظ بقائمة احتياطية من الفرق تحسباً لاعتذار أي من الفرق المدعوة عن المشاركة.

من الضروري تحديد نوع المسابقة التي ترغب في تنظيمها، ويكون ذلك تبعاً لحجم المشروع المراد تكليفه، وميزانيته، والجدول الزمني لتنفيذه، وأنواع فرق الاستشاريين المراد جذبها.

يعتمد ذلك أيضاً على ما إذا كان العميل يفضل المقترحات المفتوحة أو المحددة مسبقاً من حيث الحلول والمعايير. فعلى سبيل المثال، قد يقع الاختيار على فريق ما اعتماداً على منهجية تفكيره ومقارنته للتحديات المطروحة، أو بناء على الحل الذي يراه مناسباً لهذه التحديات. سوف ينعكس هذا بدوره على تكوين فريق المتنافسين.

بالإضافة لذلك، يجب تحديد نوع المسابقة ومدتها بما يراعي الميزانية والموارد التنظيمية المتوفرة كجزء من المشروع. تنقسم المسابقات عموماً إلى نوعين رئيسيين، وهما:

- المسابقات مفتوحة الدعوة
- المسابقات موجهة الدعوة

مميزات أنواع المسابقات وعيوب كل منها

المميزات	العيوب
• تلقي العميل لمجموعة واسعة من الحلول التصميمية من قبل الممارسين الأفراد والفرق على حد سواء، بما في ذلك المواهب الصاعدة والمكاتب الناشئة. • قد يتم التركيز على الاقتراح التصميمي أكثر من الخبرة السابقة للممارسين، ما يمنح المصممين الشباب فرصة للفوز بتكليف المشروع. • يمكن اعتماد هذا النوع من المسابقات في جميع المشاريع على اختلاف حجمها ونطاقها. • تكون المشاركة مفتوحة لجميع المهتمين، مما يوفر فرصاً متساوية للجميع.	• تستقطب المسابقات مفتوحة الدعوة شريحة واسعة من المشاركين، بما في ذلك المصممين الذين لا يمتلكون مستويات عالية من الخبرة. وبالتالي، فقد تعكس بعض المقترحات المقدمة طموحات مبالغ فيها أو غير واقعية من حيث الجدوى أو التكلفة أو إمكانية البناء. • نظراً لعدم وجود مرحلة تصفية أولية لضمان جودة المشاركات، فقد يتلقى العملاء مقترحات عالية الجودة وأخرى متدنية الجودة، ما يجعل تقييم مثل هذه المجموعة المتنوعة من التقديمات أمراً صعباً ومستهلكاً للوقت. • غالباً ما تكون متطلبات التقديم في المنافسات مفتوحة الدعوة أقل شمولاً، وبالتالي، لن تتضمن المقترحات المقدمة مستوى عالياً من التفاصيل. • يكرس المصممون الوقت ويوظفون الإبداع والموارد من غير أي ضمان للفوز، وغالباً ما تكون فرص فوزهم منخفضة اعتماداً على عدد المشاركين. قد يتردد بعض الممارسين في الاشتراك بالمسابقة نظراً لأن مشاركتهم يمكن أن تشكل عبئاً مالياً عليهم وتصرف تركيزهم عن المشاريع الأخرى.
• يمكن للعميل استهداف الممارسين بشكل محدد بناء على خبرتهم ومهاراتهم ذات الصلة بمتطلبات المشروع، ما يضمن اختيار مجموعة من المتنافسين ذوي الكفاءات. • يمكن للمتنافسين تشكيل فرق يتعاون فيها الممارسون ذوي الخبرة (يكونون عادةً الاستشاريون الرئيسيون) مع شركات أصغر يُحتمل أن تكون أعمالها أكثر تركيزاً على الأفكار المبتكرة، الأمر الذي يشجع المتنافسين على تبني نهج إبداعي وطرح أفكار جديدة ينتج عنها مقترحات تصميم متميزة.	• تؤدي محدودية المشاركة إلى تضيق نطاق النهج التصميمي والأفكار المطروحة خلال المسابقة. • لا يضمن تأهل الممارسين المدعوين إلى القائمة القصيرة مشاركتهم في المسابقة، إذ يمكنهم الاعتذار عن المشاركة رغم تلقيهم الدعوة.

للعلماء

في المسابقات التي يُدعى فيها الممارسون المحترفون من ذوي الخبرة للمشاركة، يُنصح بتشجيعهم على التعاون مع شركات ناشئة وممارسين محليين.

للمتنافسين

بالنسبة للمسابقات مفتوحة الدعوة، من الضروري أن يتأكد المتنافسون من أهليتهم للمشاركة نظراً لاحتمالية اختلاف المتطلبات من مسابقة لأخرى.

يوضح هذا الجدول قائمة غير شاملة بمزايا المسابقات مفتوحة الدعوة وموجهة الدعوة وعيوب كل منها.

2.2 مراحل المسابقة

تنقسم المسابقات عادة بحسب عدد مراحلها إلى الفئات التالية:

- المسابقات ذات المرحلة الواحدة
- المسابقات ذات المرحلتين
- المسابقات ذات المرحلتين متضمنة حواراً تنافسياً

المسابقات ذات المرحلة الواحدة

تتضمن المسابقات ذات المرحلة الواحدة دعوة واحدة لتقديم المشاركات، ويجري خلالها اختيار فرق التصميم بناء على مقترحاتهم المقدمة استجابة لتلك الدعوة. يتطلب هذا النوع من المسابقات عادة من المتنافسين تقديم معلومات حول فريقهم ضمن مقترح التصميم الخاص بهم، بما في ذلك هيكل الفريق والخبرات ذات الصلة ونهجهم المتبع في التصميم.

تقوم لجنة التحكيم بمراجعة جميع المقترحات المقدمة، أخذة بعين الاعتبار موجز المسابقة ومتطلبات المخرجات المطلوب تسليمها.

من غير المرجح أن تكون المشاركة مفتوحة للجميع في المسابقات ذات المرحلة الواحدة إذا كان العميل يبحث عن فريق على درجة عالية من الاحترافية. ومع ذلك، يمكن اعتقاد نهج المرحلة الواحدة في المسابقات موجهة الدعوة نظراً لأن مرحلة التصفية الأولية تضمن اختيار المدعويين للمشاركة بعد التحقق مسبقاً من كفاءاتهم.

للعملاء

يُتوقع من المتنافسين في جميع أنواع المسابقات إثبات التزامهم بالمتطلبات المختلفة، يشمل ذلك الاعتمادات المهنية، والتأمين والمسؤولية، وممارسات الصحة والسلامة، والمساواة في مكان العمل، والبيانات المالية.



مخطط بياني يوضح نموذجاً عن جدول زمني لمسابقة ذات مرحلة واحدة

المسابقات ذات المرحلتين

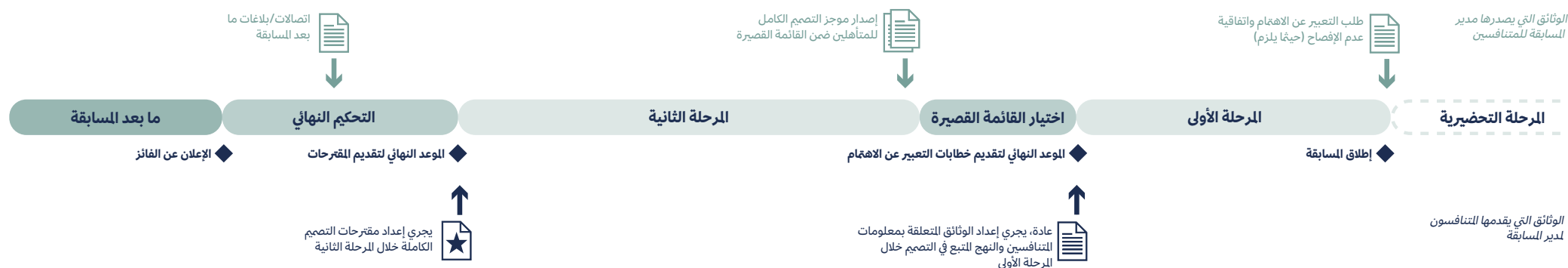
تتضمن هذه المسابقات مرحلة أولى يُدعى فيها الممارسون للتعبير عن الاهتمام (EOI)، حيث تقدم فرق التصميم معلومات تتعلق بمهارات الفريق، وهيكله، والخبرات ذات الصلة، ونهج التصميم المقترح للمشروع. قد يتضمن أيضاً مخططات أولية أو توجهات تصميمية تلخص مقاربة المتنافسين لطلب التعبير عن الاهتمام ونهج التصميم المقترح.

(ملاحظة: يمكن أيضاً تضمين ملخص الفكرة في المرحلة الثانية من المسابقات ذات المرحلتين).

بعد انتهاء المرحلة الأولى، تقوم لجنة التحكيم بتقييم المشاركات لاختيار قائمة قصيرة من المتنافسين التأهلين للمرحلة الثانية، والتي يُطلب منهم فيها تقديم مقترحات تصميم خاصة بالمشروع. قد يختلف مستوى التفاصيل المطلوبة في موجز التصميم.

للعلماء

في المسابقات ذات المرحلتين، يجب على العملاء أو مديري المسابقات توفير جدول زمني واضح ومحدد لتمكين المتنافسين من تخطيط الموارد والإنتاج، وخاصة إذا تضمنت المسابقة حواراً تنافسياً.



مخطط بياني يوضح نموذجاً عن جدول زمني لمسابقة ذات مرحلتين

للعلماء

لتحقيق أقصى فائدة ممكنة من جلسات الحوار التنافسي، يلزم التأكد من أن العميل أو من يمثله يمتلك الصلاحية الكافية والخبرة اللازمة في المشروع لتقديم ملاحظات مفيدة وطويلة الأجل.

على الرغم من أن مشاركة العميل في هذه الجلسات تُعتبر أمراً أساسياً، إلا أنه يُوصى بحضور لجنة التحكيم أيضاً لضمان عدالة عملية المنافسة وشفافيتها، كما أن خبرة اللجنة سوف تساهم في الارتقاء بجودة الملاحظات المقدمة للمتنافسين.

تُقام في هذا النوع من المسابقات جلستين أو ثلاث جلسات تفاعلية يقدم فيها العميل ملاحظاته حول العمل قيد التنفيذ، ويكون حضور لجنة التحكيم في هذه الجلسات أمراً اختيارياً. يجري تنظيم الجلسات على شكل ورش عمل أو اجتماعات فردية عبر الإنترنت أو وجهاً لوجه مع كل متنافس. وبالتالي، فإن عدد المنافسين له تأثير كبير على حجم العمل المتوقع. من المهم أن يحافظ العميل على نفس المنهجية المتبعة عند تعامله مع جميع المنافسين لضمان العدالة. من الضروري أيضاً اختيار عدد الجلسات مع الأخذ بعين الاعتبار أن كثرة عددها قد يعوق قدرة الفرق المنافسة على تطوير التصاميم المقترحة وتطبيق الملاحظات المقدمة.

المسابقات ذات المرحلتين متضمنة حواراً تنافسياً

تستفيد بعض المسابقات من المشاركات التفاعلية خلال فترة المنافسة في توطيد العلاقة بين المنافسين والعميل لضمان تلبية المقترحات المقدمة لمتطلبات المشروع واحتياجات العميل على حد سواء. وفي مثل هذه الحالات، يكون الحل المناسب هو اختيار نوع معين من المسابقات ذات المرحلتين يسمى "المقابلات/الحوارات التنافسية".



مخطط بياني يوضح نموذجاً عن جدول زمني لمسابقة ذات مرحلتين متضمنة حواراً تنافسياً

2.3 موجز التصميم

إن موجز تصميم المسابقة هو وثيقة مختصرة توضح الطموحات والاعتبارات الرئيسية لمشروعك. يشكل موجز التصميم جزءاً أساسياً من عملية المنافسة، فهو يحدد التوقعات والأهداف بشكل واضح لجميع الأطراف المعنية، وخاصة المنافسين. يساعد موجز التصميم أيضاً في وضع المعايير وتوضيح الغايات تفادياً لأي سوء فهم، ويوفر أساساً مرجعياً لجميع الأطراف المشاركة في المسابقة. وكلما كان موجز التصميم أوضح، زادت فرص تلقي مقترحات تصميم تلي طموحات المشروع.

يجب أن يبين موجز التصميم أهدافك المنشودة، وتوقعاتك من هذه العلاقة المهنية، والقيود المفروضة على المشروع إن وجدت. ينبغي أيضاً تحديد الجوانب النوعية والكمية للمشروع، وتوضيح رؤية العميل للمشروع بإيجاز، وتوصيف الطابع المعماري المرغوب للمبنى أو الموقع قدر الإمكان. كما يجب أن يشير الموجز إلى نطاق تأثير المشروع من النواحي المكانية والاقتصادية والاجتماعية.

إضافة لذلك، يوفر موجز التصميم فرصة للعميل للتعبير عن أهدافه وتوجهاته فيما يتعلق بالاستدامة والمرونة. من المهم أن يوازن موجز التصميم بين العناصر المحددة المطلوبة ومدى الابتكار المسموح به من خلال إتاحة حيز من المرونة الكافية لتكثيف المنافسين من تقديم مجموعة من المقترحات المبتكرة.

بطاقة إرشادية

صياغة موجز التصميم

؟

الخطوة 2: قم بتجميع المعلومات اللازمة

- قم بتجميع المعلومات المطلوبة لدعم مقترحات التصميم (راجع القسم 6.1، حزمة البيانات الأساسية). على الرغم من أن المنافسين سوف يجرون أبحاثهم الخاصة حول الموقع، فإنه كلما توفرت لهم معلومات أكثر ذات صلة زادت فرص تلبيةهم لموجز المسابقة بشكل أفضل.

الخطوة 3: طور الوثيقة

- ينبغي تقديم المعلومات في وثيقة موجزة تتضمن تسلسلاً واضحاً يبين المتطلبات الأساسية والمعلومات الإضافية. راجع القسم 6.1 للاطلاع على القائمة الكاملة لمحتويات الوثيقة.

يعد موجز التصميم الطريقة الأساسية التي يستخدمها العميل لتوضيح أهداف المشروع واحتياجاته لجميع المشاركين، بالإضافة إلى المعلومات والمتطلبات الأساسية للموقع. يبدأ ذلك بتحديد مجموعة واضحة من الأهداف.

الخطوة 1: وضح أهداف المشروع

- يجب على العميل عقد ورش عمل داخلية يجري خلالها تحديد رؤية المشروع الأساسية والاتفاق على أهداف التصميم. يلعب الاتفاق الداخلي بشأن الجوانب الرئيسية دوراً هاماً في نجاح المشروع.
- الاتفاق على المتطلبات الوظيفية والفنية الأساسية اللازمة كي يُعتبر المقترح ناجحاً.

حزمة البيانات الأساسية	المتطلبات الفنية	رؤية المشروع
« مخطط الموقع وحدوده* » « مسوحات المرافق والمسوحات الطبوغرافية وغيرها* » « مخططات المباني القائمة* » « مجسم ثلاثي الأبعاد عند اللزوم » « مجموعة من الصور عالية الجودة للموقع » * يجب تقديم هذه العناصر بصيغة CAD إن أمكن	« المتطلبات البرمجية والمكانية والجمالية » « متطلبات ضوابط البناء والتخطيط » « معايير الاستدامة »	« الغاية والأهداف الاستراتيجية » « الطموحات ذات الصلة بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية » « الطموحات ذات الصلة بالاستدامة »
	معلومات تسليم المشروع	خلفية المشروع
	« ميزانية المشروع » « برنامج المشروع »	« تاريخ الموقع والمشروع » « السياق المادي والاجتماعي والاقتصادي » « معلومات عن المجتمع وأصحاب المصلحة » « التقارير والدراسات ذات الصلة بالموقع و/أو المشروع »
	نطاق العمل الكامل للمشروع	
	« اختياري ويعتمد على المشروع »	

يوضح هذا المخطط البياني قائمة كاملة بالبيانات المطلوبة تضمنها في موجز التصميم، والذي يلزم تعديله تبعاً لنطاق المسابقة ومجال التخصص.

كما تجدر الإشارة إلى أن موجز المسابقة قد يختلف عن موجز المشروع اعتماداً على أهداف المسابقة. فعلى سبيل المثال، قد تفرض القيود الزمنية إصدار موجز تصميم بسيط كي يتمكن المتنافسون من الاستجابة له ضمن الإطار الزمني المحدد للمسابقة. وفي حال كانت المسابقة تهدف إلى اختيار فريق تصميم يمتلك أفكاراً ريادية ومبتكرة، يمكن اعتماد موجز تصميم أكثر مرونة وتقبلاً للأفكار الجريئة لتشجيع المتنافسين على تبني نهج إبداعي في مقترحاتهم التصميمية.

مخطط يوضح عينة من محتوى موجز المسابقة

2.4 متطلبات التقديم

يتطلب تحديد متطلبات التقديم دراسة متأنية، حيث توفر تقديمات المتنافسين معلومات عن خبرتهم، وأعضاء الفريق وهيكله، ووضعهم المالي، والأهم من ذلك أن مقترحاتهم التصميمية سوف تعكس نهج عملهم ومقاربتهم الإبداعية لموجز المشروع.

تقدم الصفحات التالية مزيداً من المعلومات حول متطلبات التقديم:

- العرض المالي
- العرض الفني: هيكل الفريق
- العرض الفني: منهجية التصميم

ينطبق هذا الدليل على جميع أنواع مسابقات التصميم، سواء كانت مفتوحة الدعوة أو موجهة الدعوة أو ذات مرحلتين. تكمن الاختلافات بين أنواع المسابقات هذه ومراحلها في مستوى التفاصيل المطلوبة في المقترحات المقدمة ومواعيد تقديمها.

في المسابقة ذات المرحلة الواحدة، يتم تقديم المقترحات الفنية والتجارية في وقت واحد.

في المسابقات ذات المرحلتين، تتضمن المرحلة الأولى طلب التعبير عن الاهتمام. يُستحسن وضع حد أقصى لعدد الصفحات وطلب معلومات عامة تتعلق بما يلي:

- الخبرة والدافع للمشاركة.
- وصف مختصر مكتوب يوضح فيه الفريق فهمه لتحدي التصميم.
- أمثلة مناسبة من المشاريع السابقة.
- مراجع العملاء السابقين.
- البيانات المالية ومستويات التغطية التأمينية المتاحة.

قد تسمح أو تتطلب المرحلة الثانية التوسع في بعض النقاط المذكورة أعلاه، ويمكن أن تركز فقط على مقترح التصميم أو ملخص الفكرة.

من المهم تحديد كيفية احتساب الدرجات لكل مطلب من متطلبات التقديم. يجب تخصيص النسبة الأكبر من الدرجات لجودة مقترح التصميم لضمان التزام الفرق بهذا الجانب بالغ الأهمية من المسابقة، ويوصى بأن تشكل 50% على الأقل من التقييم الكلي. ينبغي أن يشكل تكوين الفريق وهيكله وخبراته 20-30% من المجموع الكلي، مع تخصيص الدرجات المتبقية للمقترح المالي، إن وجد.

للعلماء

من المهم تكيف المخرجات المطلوب تسليمها بما يتناسب مع نطاق المشروع، والجزائية، والجدول الزمني للمسابقة، والأتعاب الشرفية.

للمنافسين

احرص على اتباع متطلبات التقديم بدقة، بما في ذلك التنسيق والحد الأعلى لعدد الكلمات/الصفحات، حيث إن عدم الالتزام بهذه المتطلبات قد يؤدي إلى الاستبعاد.

العرض المالي

من المؤكد أن العميل لديه ميزانية إجمالية للمشروع، ويكون الإعلان عن المبلغ المخصص لرسوم الاستشاريين ضمن موجز المسابقة متروكاً لتقديره الخاص. يتيح تضمين ميزانية لرسوم خدمات التصميم أفضل التركيز الأكبر على جودة مقترح التصميم وتكوين الفريق وخبراته عند اختيار الفائز. قد يفضل بعض العملاء قياس السوق، فلا يعلنون عن ميزانية محددة. وفي كلتا الحالتين، يُطلب من المنافسين توضيح الرسوم بشكل مفصل كي يتمكن العميل من فهم المدة الزمنية وكمية الموارد المخصصة لكل مرحلة من مراحل المشروع، بالإضافة إلى النفقات المتوقعة. و بإمكان العملاء طلب معلومات عن الأجور بالساعة أو اليوم لأعضاء الفريق وفقاً لدرجات الأجور المختلفة.

العرض الفني: هيكل الفريق

من المهم معرفة رأي الاستشاري الرئيسي بشأن الممارسين من فريقه الخاص الذين يرى أنه من الضروري إشراكهم في المشروع، بالإضافة إلى الخبرة التي يمتلكها كل فرد منهم. كما يلزم تحديد مشرف المشروع (PD) و مدير المشروع (PM). وعلاوة على ذلك، يُفترض أن يتضمن الفريق ممارسين متوسطي الخبرة وممارسين مبتدئين في كل مشروع. يُوصى بتقديم ملفات شخصية تعرّف بجميع أعضاء الفريق.

تضم بعض فرق الممارسين مجموعة متكاملة من الخبرات المطلوبة في المشروع. ومع ذلك، قد يتضح من موجز المسابقة أنه من المرغوب فيه الاستعانة بفريق متنوع في تطوير المشروع، ما يستوجب إشراك الشركات صغيرة ومتوسطة الحجم (SMEs) والاستعانة بخبرات المتعاقدين الخارجيين ضمن الفريق.

يُطلب من جميع فرق الممارسين تقديم معلومات عن أعضاء الفريق وخبراتهم الفردية، بالإضافة إلى خبرات الفريق الجماعية ذات الصلة بالمشروع. قد تشترط متطلبات المسابقة أيضاً التسجيل المهني لعضو واحد على الأقل من الفريق، ويُعتبر ذلك أمراً مهماً في المسابقات المعمارية الهادفة إلى بناء المشروع.

يُفترض تخصيص مساحة كافية لإرفاق السير الذاتية لأعضاء الفريق. يُوصى أيضاً بتضمين مخطط تنظيمي يبين هيكلية المسؤوليات، موضحاً إلى جانب ذلك جهة/جهات الاتصال الرئيسية للعميل.

حالة دراسية



© Gary W Smith

الواجهة البحرية في ليفربول

استضاف متحف ليفربول الوطني مسابقة تصميم لتطوير واجهته البحرية الجديدة. تضمن الموجز على نحو مبتكر بناء جناح صغير كجزء من المخرجات المطلوب تسليها في المرحلة الثانية من المسابقة، وقد وفر ذلك للفرق التنافسية فرصة للتعبير عن نهجهم التصميمي بالتوازي مع تجهيز تركيبات تفاعلية لعرضها على الجمهور في الموقع.



العرض الفني: منهجية التصميم

يُعد هذا الجانب هو الأكثر تعقيداً في عملية التقديم إذ أنه يوضح موجز التصميم ويتضمن دعوة الممارسين لتقديم مقترحاتهم التصميمية. يرجى الاطلاع على القسم 2.3 لمزيد من المعلومات حول موجز المسابقة.

يلزم على العميل اتخاذ العديد من القرارات عند تحديد متطلبات مقترح التصميم. يقرر العميل مقدار التفاصيل التصميمية المطلوبة بشكل معقول من المتنافسين، مع ضرورة الموازنة بين المتطلبات التي تُعتبر إلزامية والتفاصيل التي تُترك لتقدير المتنافسين. تميل المشاريع المحددة بجدول زمني ضيق إلى وضع متطلبات إلزامية لتعزيز كفاءة عملية الانتقال من مرحلة التقديم إلى توثيق المشروع، إلا أنه يُوصى عمومًا بإتاحة حيز من المرونة، حيث يُعتبر فريق التصميم مسؤولاً عن اختيار الأسلوب الأفضل لعرض مقترحهم التصميمي. وبدوره، سوف يسمح هذا للمتنافسين بالتعبير عن رؤيتهم التصميمية وأفكارهم الإبداعية.

قد تحدد المسابقة متطلبات التقديم التالية:

- أنواع الصور وكميتها
- رسومات بمقاييس و/أو زوايا مختلفة
- تنسيق تقديم الاقتراح (قد يكون A4 أو A3 أو كتيباً أو لوحات أو ما شابه) إلى جانب نسخ مطبوعة منه إن لزم الأمر
- بيان يصف المنهجية المتبعة في موجز المنافسة (مع وضع حد أعلى لعدد الكلمات أو الصفحات)

للعلماء

يعتمد مقياس الرسومات دائماً على نطاق موقع المشروع.

يوضح الجدول أدناه المتطلبات النموذجية لجميع التخصصات الثلاثة، تجدر الإشارة إلى أن هذه القائمة ليست شاملة، ولا تُعتبر جميع المتطلبات إلزامية. كما ينبغي أن تكون متطلبات التقديم مصممة خصيصاً لمسابقتك.

المتطلبات النموذجية	التخصصات
• مناظر داخلية وخارجية • مقطع فيديو أو رسوم متحركة • تصور عام لتصميم المشاهد الطبيعية (إن لزم الأمر) • مجسم	 العمارة • مخطط الموقع شاملاً البيئة المحيطة • مخطط الموقع موضحاً كتلة المباني • مخططات المبني • المساقط الرأسية للواجهات • مقاطع المباني والمساقط الرأسية
• تصورات بصرية لتوزيع التشجير و الخصائص المستهدفة • مقطع فيديو أو رسومات متحركة • مجسم (إن لزم الأمر)	 عمارة البيئة • مخطط أولي أو رسم عام • مخطط الموقع • المقاطع العرضية • المخططات والرسومات التوضيحية للمناطق الفارقة
• تصورات بصرية للمناطق الرئيسية • مجسم • مقطع فيديو أو رسومات متحركة	 التصميم / التخطيط الحضري • مخططات توضح النهج المتبع في التصميم • المخطط الأولي العام • مخطط الموقع • مخططات المناطق الرئيسية • رسومات الكتل (مثل الرسومات المحورية)

2.5 الإرشادات والقواعد والأحكام

في سياق مسابقات التصميم، تنظم الإرشادات والقواعد والأحكام العلاقة بين العميل وفرق التصميم التنافسة. يجب على الجهات الحكومية الرجوع إلى نظام المشتريات في المملكة العربية السعودية للاطلاع على القواعد والأحكام ذات الصلة بالمنافسات.

تحدد هذه الاحكام مختلف جوانب عملية المنافسة، مثل متطلبات التقديم ومعايير التقييم وحقوق الملكية الفكرية وغير ذلك من التفاصيل ذات الصلة. وعلى وجه التحديد، يلزم تناول ما يلي:

- مؤهلات الشركة
- اتفاقيات عدم الإفصاح
- الأتعاب الشرفية والجوائز المالية
- حقوق الملكية الفكرية
- متطلبات العقد
- معايير التقييم واحتساب الدرجات
- زيارات الموقع
- طرح الأسئلة والاستفسارات

مؤهلات الشركة

سوف يتم تضمين قسم مخصص لجمع معلومات عامة حول الشركة. يُنصح العميل بالتنسيق مع فريقه القانوني للاتفاق منذ البداية على البنود والاشتراطات الواجب إدراجها. قد يشمل طلب معلومات الشركة أسئلة تتعلق بالأمر التالية:

- أسباب الاستبعاد، بما في ذلك تضارب المصالح والتضليل المسبق الناتج عن تقديم معلومات خاطئة أو مضللة خلال عملية المنافسة.
- الوضع الاقتصادي والمالي.
- المستوى المطلوب من تأمين المسؤولية المدنية (عن الأضرار) والتأمين ضد الخسارة الناشئة عن المسؤولية المهنية.
- حماية البيانات.
- ممارسات الصحة والسلامة البيئية.

اتفاقيات عدم الإفصاح

تُستخدم اتفاقيات عدم الإفصاح (NDA) في المشاريع التي تتطلب درجة عالية من السرية، ومن الأمثلة على ذلك المشاريع التي لم يجري الإعلان عنها بعد ضمن نطاق الملكية العامة.

تُعد اتفاقية عدم الإفصاح اتفاقية قانونية يجب استخدامها فقط عند الضرورة، وهي تحدد شروط السرية التي غالباً ما تكون شروطاً موجهة يلزم تليبيتها للمشاركة في المسابقة. يُطلب من المنافسين عادة توقيع اتفاقية عدم الإفصاح قبل مشاركتهم معلومات المسابقة الكاملة. وبالتالي، يكون استخدامها مناسباً أكثر في المنافسات موجهة الدعوة و/أو ذات المرحلتين.

من الجدير بالذكر أن اتفاقيات عدم الإفصاح قد تثني بعض المنافسين عن المشاركة بسبب كثرة الأعمال الورقية وقلة المعلومات المتوفرة حول المسابقة.

للعملاء

يجب أن تكون الإرشادات والقواعد والاحكام متفقاً عليها منذ بداية المسابقة وموضحة للمنافسين ضمن نشرة المسابقة (راجع القسم 3.1). ولا يجوز إجراء أي تغييرات عليها بمجرد بدء المسابقة.

للمتنافسين

توصي هيئة فنون العمارة والتصميم بأن تقتصر مشاركة الأعضاء على المسابقات التي تنسم بالشفافية والعدالة. يجب أن يحرص المتنافسون دائماً على تقييم الإرشادات والقواعد والاحكام الخاصة بالمسابقة قبل الاشتراك فيها.

متطلبات العقد

يُعد تضمين مسودة عقد المشروع في دعوة المنافسة من أفضل الممارسات. إذ يتسنى للمتنافسين مراجعة متطلبات العقد والاستعلام عنها، كما يضمن ذلك تسريع الإجراءات بحيث يمكن للعميل المضي قدماً في تعيين فريق الاستشاريين مباشرة فور اختيار الفائز، ويكون ذلك على أساس العقد النهائي المتفق عليه مع المنافسين الفائزين.

إذا كان تضمين مسودة العقد أمراً غير ممكن، يجب على الأقل أن توضح نشرة المسابقة شروط المشاركة بعد انتهاء المنافسة.

حقوق الملكية الفكرية

في سياق المنافسات، تُحدد حقوق الملكية الفكرية الطرف الذي يمتلك الحق في استخدام الرسومات، و التصاميم، و الوثائق التي يطورها المتنافسون خلال المسابقة. بينما قد يرغب العميل في امتلاك هذه الحقوق، يُعتبر امتلاك الحقوق الملكية من أفضل الممارسات وأكثرها جاذبية للمتنافسين باعتبارهم المبدعين الأصليين، مع ضمان منح العميل ترخيصاً يميز له استخدامها.

في كلتا الحالتين، تعتمد الترتيبات على عوامل عديدة تشمل احتياجات العميل والمشروع والسياق. يجب أن تكون حقوق الملكية الفكرية متفقاً عليها منذ بداية المسابقة، مع ضرورة توضيحها للمتنافسين.

الأتعاب الشرفية والجوائز المالية

يعتبر تقديم الأتعاب الشرفية لجميع المتنافسين المدعوين لتقديم مقترحات التصميم من أفضل الممارسات. غالباً ما تُمنح الأتعاب الشرفية في المسابقات موجهة الدعوة، في حين أن المسابقات مفتوحة الدعوة قد تقدم للمتنافسين جوائز مالية، وفي كلتا الحالتين، يمثل ذلك عرفاناً وتقديراً لما أنجزته الفرق من عمل خلال المنافسة، بما في ذلك الوقت والجهد المبذولين في تطوير الأفكار التصميمية.

يشير التوجه العام إلى أن الممارسين المدعوين للمشاركة عادة ما يلبون تلك الدعوة، إلا أنهم قد يمتنعون عن المشاركة إن كانت قيمة الأتعاب الشرفية متواضعة حسب تقديرهم، وخاصة إذا كانوا ملتزمين بتنفيذ مشاريع أخرى. لا توجد آلية ثابتة لحساب قيمة الأتعاب الشرفية والجوائز المالية، إلا أن قيمتها تعتمد على عدة عوامل منها:

- الميزانية الإجمالية للمشروع.
- متطلبات التقديم، خاصة فيما يتعلق بمستوى التفاصيل وتنفيذ المخرجات المطلوبة.
- المدة المخصصة لتطوير الأفكار التصميمية و تنفيذ المخرجات المطلوبة (ملاحظة: على فرق التصميم أن تسعى دائماً لاستغلال الوقت المخصص إلى الحد الأقصى).

معايير التقييم واحتساب الدرجات

يجب أن توضح نشرة المسابقة معايير التقديم، و آلية التقييم، و احتساب الدرجات، وقد جرت العادة أن تُوضع معايير مرجعية يُقيم على أساسها كل عنصر من عناصر المسابقة. غالباً ما يتم التعبير عن هذه المعايير بـ: "ضعيف" و"مقبول" و"جيد" و"ممتاز". قد تكون هذه التقييمات مرتبطة أيضاً بدرجات معبر عنها بالأرقام، ويُعتبر ذلك مفيداً بشكل خاص في الحالات التي تتنوع فيها قيمة العروض المقدمة بين الجوانب النوعية و الكمية للمسابقة.

على سبيل المثال، من المعتاد أن يشكل العرض المالي 20-40٪ من التقييم الكلي، يقابله العرض الفني (المنهجية ومقاربة المشروع ومقترح التصميم) مشكلاً 60-80٪ الباقية. يُوصى بتخصيص 60٪ على الأقل من الدرجة الكاملة للجوانب الفنية نظراً لأن الأولوية يجب أن تعطى للتصميم. يجب على الجهات الحكومية الرجوع إلى نظام المشتريات في المملكة العربية السعودية لضمان تماشيها مع المعايير المحددة للتقييم واحتساب الدرجات.

زيارات الموقع

قد تُتاح للمتقدمين فرصة زيارة الموقع و/أو حضور جلسة تمهيدية عامة أو شخصية أو عبر الإنترنت. تمنح زيارة الموقع أفضلية للممارسين المحليين القريبين نسبياً من الموقع. وبالتالي، يمكن للعديد من الفرق أن تستفيد من وجود عضو مقيم محلياً حتى لو كانت بقيادة استشاري تصميم دولي. قد يؤثر تنوع تكوين الفريق، بما في ذلك التوازن بين الخبرة المحلية والدولية، على جودة المقترح المقدم ومن ثم على قرار لجنة التحكيم.

طرح الأسئلة والاستفسارات

يجب أن تتيح جميع المسابقات للمتنافسين فرصة طرح الأسئلة والاستعلام عن الموجز، ويُخصص لذلك فترة محددة تنتهي قبل أسابيع قليلة على الأقل من الموعد النهائي للتقديم. كما ينبغي أن يُوزع على جميع المتقدمين وثيقة تُجيب على جميع الاستفسارات المطروحة.

للمتنافسين

قد يمتلك المتنافسون المحليون أفضلية إذا توفرت لهم الفرصة لزيارة الموقع أو إقامة جلسة تمهيدية وجهاً لوجه. يُستحسن النظر في إمكانية التعاون مع ممارسين محليين أو عضو فريق محلي لتمثيل فريق التصميم الخاص بك.



2.6 لجنة تحكيم المسابقة

حالة دراسية



© Shutterstock

ساحة الذكرى النوية في برمنجهام

كان الغرض من مسابقة التصميم والمشروع ككل إحياء ساحة عامة في برمنجهام. تضمنت لجنة التحكيم المختارة الخبرات المناسبة بالتوازي مع التنوع في التخصصات، حيث شمل أعضاؤها خبراء في التصميم الحضري وتصميم المشاهد الطبيعية، بالإضافة إلى معماريين وأعضاء من كيان العميل والمجلس المحلي وممثلين اثنين عن أصحاب المصلحة.



عمارة البيئة

منهجية تشكيل اللجنة

يلجأ بعض العملاء إلى اختيار أعضاء من داخل فريقهم أو مؤسستهم محبّذين فهماً محدداً للمشروع أو المجتمع المحلي، ويفضل آخرون التعاون مع خبراء خارجيين أو مصممين ذو شهرة للنظر في التوجهات والأفكار ذات النطاق الأوسع عند اختيار الفائز. كما أن الجمع بين كلا النهجين من شأنه أن يضيف قيمة.

اختيار أعضاء اللجنة

يجب أن يمتلك غالبية أعضاء اللجنة خبرة في جانب واحد أو أكثر من جوانب التخصص المعني، بالإضافة إلى خبرة مهنية ومؤهلات تعادل المعايير المطلوبة في المسابقة أو تزيد عليها.

على سبيل المثال، إذا تعلقت المسابقة بتصميم مكتبة جديدة وجب أن يتضمن أعضاء اللجنة معماريين مؤهلين ذوي خبرة واسعة في تصميم هذا النوع من المباني. قد يمتلك أعضاء اللجنة الآخرين خبرة في استدامة المباني، وقد يكونون المشغل النهائي للمساحة أو المستخدمين من أصحاب المصلحة، مثل أمين المكتبة أو مدير المبنى.

يلعب اختيار أعضاء لجنة التحكيم المناسبين دوراً مهماً في نجاح أي مسابقة، إذ يؤثر تكوين اللجنة وتوصيفات أعضائها بشكل مباشر على مشاركات المتنافسين، وحتى أنه قد يستقطب المتقدمين أيضاً.

يجب أخذ ما يلي بعين الاعتبار:

- منهجية تشكيل اللجنة
- اختيار أعضاء اللجنة
- الأحكام ذات الصلة بلجنة التحكيم
- اختيار رئيس اللجنة
- المراجعة من قبل المستشارين الفنيين

للعملاء

يجب أن يكون أعضاء اللجنة المختارون، بما في ذلك رئيس اللجنة، ثابتين طوال عملية المنافسة بغض النظر عن عدد مراحل المسابقة.

- يُحظر على أعضاء اللجنة التواصل بشكل فردي مع المنافسين طوال مدة المسابقة، إلا في حال المشاركة في حوار تناقسي محدد مسبقاً.
- يتحمل العميل مسؤولية تغطية جميع نفقات لجنة التحكيم، ويخضع لتقديره الخاص ما إذا كان سيتم منح أعضاء اللجنة أتعاباً مقابل عملهم.
- يجب أن تكون لجنة التحكيم على إلمام بجميع المعلومات اللازمة لضمان فهمها لرؤية المشروع وأهدافه بشكل جيد.
- إطلاع اللجنة على موجز مقترح التصميم ومتطلبات التقديم.

الأحكام ذات الصلة بلجنة التحكيم

- ينبغي إدراج أسماء جميع أعضاء لجنة التحكيم ضمن نشرة المسابقة. يلتزم أعضاء اللجنة بالمشاركة في عملية الاختيار كاملة لضمان الاتساق، بحيث يعتمد عدد المشاركات المطلوبة على نوع المسابقة، مثل أن تكون ذات مرحلة واحدة أو ذات مرحلتين أو متضمنة "حواراً تنافسياً". كما يجب على أعضاء لجنة التحكيم الإفصاح عن أي تضارب محتمل في المصالح. فيما يلي بعض النقاط التي تشير إلى أفضل الممارسات:
- الحرص منذ البداية على توضيح ما إذا كانت لجنة التحكيم تمتلك الصلاحية لاختيار الفائز مباشرة أو أن دورها ينحصر في تقديم الاستشارات للعميل.
- لا يُسمح لأعضاء اللجنة بالمشاركة في أي جزء من المنافسة، سواء كان ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر.

بناء على متطلبات المشروع وطموحاته، قد يكون وجود أعضاء محليين ودوليين في لجنة التحكيم أمراً مفيداً لتحقيق التوازن بين المعرفة بالمتطلبات المحلية والخبرة والابتكار من الممارسات العالمية.

يُوصى أن تتكون لجنة التحكيم من عدد فردي من الأعضاء لتفادي حدوث تعادل في الدرجات في الحالات التي ينحصر فيها التصويت بين مرشحين اثنين، على أن يتراوح عدد الأعضاء بين ثلاثة على الأقل وسبعة على الأكثر، اعتماداً على ما إذا كان رئيس اللجنة المختار يتمتع بحق التصويت أو لا.

يمكن أيضاً تعيين أعضاء لجنة تحكيم بدلاء للحد من أثر الغياب الناجم عن ظروف غير متوقعة، مثل المرض. يجب على الأعضاء البدلاء حضور جميع اجتماعات لجنة التحكيم، ولكنهم لا يُمنحون الحق في التصويت ما لم يجري تعيينهم رسمياً محل عضو لجنة التحكيم الغائب.

بطاقة إرشادية

اختيار اللجنة

؟

- الممثلون المعنيون عن مجموعات أصحاب المصلحة ممن يمتلكون خبرة متخصصة في موقع المشروع.
- الخبراء الأكاديميون من الجامعات الوطنية أو الإقليمية أو المحلية.
- الخبراء المتخصصون في مجال محدد (مثل أمناء التاحف أو الفنانين في حال كانت المسابقة لتصميم معرض).
- ممثلين من الهيئات المهنية الوطنية.
- خبير في الطبيعة أو علم البيئة (إن لزم الأمر).

الخطوة 3: اعقد الجلسة التمهيدية وانتخب رئيس اللجنة

- اجتمع مع لجنة التحكيم وتأكد من امتلاك جميع الأعضاء فهماً واضحاً للمشروع والاحكام ذات الصلة بلجنة التحكيم ثم انتخب رئيس اللجنة (إن لزم الأمر).

يجب اختيار أعضاء اللجنة خصيصاً بما يتناسب مع المشروع والتخصصات المطلوبة. توجز الخطوات التالية عملية اختيار لجنة التحكيم.

الخطوة 1: حدّد منهجية تشكيل اللجنة

- هل تفضل الفهم العميق للمشروع والسياق المحلي أم الاستعانة بخبراء خارجيين للنظر في المواضيع الدارجة والأفكار على نطاق أوسع؟

الخطوة 2: اختار أعضاء اللجنة

- اعتماداً على المنهجية التي تحددها، أعد قائمة قصيرة بأعضاء لجنة التحكيم المستوفين لمتطلبات المشروع. قد تنظر في الاعتبارات التالية:

- كبار أعضاء الهيئات الإقليمية أو المحلية.
- مصممين مختصين من ذوي الخبرة ذات الصلة بالتصنيف النوعي للمشروع.

المراجعة من قبل المستشارين الفنيين

قد يكون من الضروري الاستعانة بمجموعة من المستشارين الفنيين المستقلين إذا كانت المشاريع على نسبة عالية من التعقيد. وفقاً للمشروع، يمكن أن يتضمن المستشارون الفنيون المستعان بهم استشاريين في التكلفة ومهندسين وخبراء في الاستدامة وما إلى ذلك. تتمثل مهمتهم في ضمان جدوى المقترحات وقابلية تنفيذها، ويلزم تقديم مراجعاتهم للجنة التحكيم قبل اختيار الفائز.

من الممكن أيضاً تضمين مستشارين آخرين لا يتمتعون بحق التصويت، مثل الاستشاريين المتخصصين الآخرين الذين تم تعيينهم بالفعل.

اختيار رئيس اللجنة

ينبغي اختيار رئيس اللجنة من قبل العميل أو انتخابه من قبل لجنة التحكيم في جلستها الأولى. يمثل دوره في تمثيل اللجنة وتنظيم جلساتها وضمان الالتزام بالقواعد واللوائح خلال عملية التحكيم. يجب أن يتمتع رئيس اللجنة بمهارات إدارة الوقت والمناقشات على نحو يضمن منح جميع أعضاء اللجنة فرصاً متساوية للتعبير عن آرائهم. يتولى رئيس اللجنة أيضاً مسؤولية الإعلان عن القرار النهائي للجنة التحكيم.

3 بدء المسابقة



3.1 بدء المسابقة

من المهم الترويج للمسابقة ونشر معلومات عنها في الأماكن والأوقات المناسبة من أجل استقطاب الفئة المطلوبة من المتنافسين.

يؤثر نوع المسابقة وموعدها على فئة المتقدمين وعددهم حتى لو كان المشاركون مدعويين مسبقاً. قد تتزامن إقامة المسابقة مع أنشطة بارزة أخرى مثلاً، فيكون من المفيد الإعلان عنها بالتوازي مع تلك الأنشطة. من الأمثلة على ذلك إقامة معرض ويُعقد ضمنه مسابقات تصميم لأجنحة المعارض. في هذه الحالة، قد يصدف الربط بين المعرض المقام والمسابقات الجارية بشكل إيجابي في التغطية الصحفية والعلاقات العامة.

من ناحية أخرى، ينبغي تجنب إطلاق مسابقة تصميم في نفس الوقت الذي تُقام فيه مسابقات تصميم أخرى، حيث سيؤدي ذلك إلى تقليل عدد المشاركين المحتملين، لأن العديد منهم قد لا يمتلك الموارد اللازمة للمشاركة في مسابقات متعددة في آن واحد.

يُنصح بالترويج للمسابقة على نطاق واسع لا سيما إذا كانت المشاركة في المرحلة الأولى مفتوحة الدعوة لجميع ممارسي المهنة، حيث أن ذلك يزيد من احتمالية دراية المصممين الشباب الذين يعملون في مكاتب متوسطة أو كبيرة الحجم بالمسابقة ومشاركتهم فيها، حتى لو كانت هذه المكاتب لا تخطط للاشتراك بالمسابقة.

يجب أخذ الخطوات الأساسية التالية بعين الاعتبار:

- إطلاق المسابقة
- نشرة المسابقة
- المشاركة في التعبير عن الاهتمام
- الفترة المخصصة لطرح الأسئلة والاستفسارات
- الجلسة التمهيدية
- زيارة الموقع
- حفظ و توثيق سجلات المتسابقين
- إعداد لجنة التحكيم لمرحلة التقييم

للعملاء

تختلف منهجية إطلاق المسابقة اعتماداً على عدد مراحلها، كما أنها تؤثر على سهولة وصول المتنافسين لنشرة المسابقة، الجلسات التمهيدية، وزيارات المواقع المحتملة.

إطلاق المسابقة

ينبغي الإعلان عن المسابقات مفتوحة الدعوة والترويج لها عبر وسائل الإعلام مثل:

- مجلات التصميم التجارية.
 - وسائل التواصل الاجتماعي المستهدفة لتخصصات العمارة والتصميم.
 - الموقع الإلكتروني لكيان العميل ومدير المسابقة/الجهة المنظمة لها.
 - المنصات والبوابات الرسمية الوطنية والدولية التي عادة ما يجري عبرها الإعلان عن مسابقات التصميم وتفاصيلها.
 - النشرات الدورية والقنوات المتخصصة بالجال المعني.
- يجب عند إطلاق المسابقة توضيح معايير أهلية المشاركين وتقديم لمحة عامة عن رؤية المشروع (إذا كانت قد تحددت بالفعل)، والتخصص الرئيسي المطلوب، والعميل و/أو الجهة الراعية للمسابقة، والمواعيد النهائية للتسجيل والتعبير عن الاهتمام وتقديم المشاركات.

نشرة المسابقة

يعدّ هذه الوثيقة مدير المسابقة بمساهمة العميل، وتتضمن موجز المسابقة، وقواعدها وجدولها الزمني، والمعلومات ذات الصلة بلجنة التحكيم والجوائز. يختلف طول هذه النشرة والتفاصيل المدرجة ضمنها على نطاق المسابقة ونوعها وعدد مراحلها، ويعتمد تجميعها على مستوى سرية المشروع.

من الأمثل أن يجري الإعلان عن هوية أعضاء لجنة التحكيم في هذه المرحلة، حيث إن تسمية هؤلاء الأفراد البارزين قد تشكل حافزاً للمشاركة وتزيد من مصداقية المسابقة. فضلاً عن ذلك، يلزم تحديد الجوائز والمكافآت التي سيتم منحها. تكون الجائزة عموماً هي تكليف الفريق الفائز بتصميم المشروع. وفي بعض الحالات، تُقدم أيضاً جوائز تقدير و/أو تُقام معارض مخطط لها لجميع المشاركات بحيث تتوفر للفرق المتأهلة والخاسرة فرصة عرض أعمالهم المقدمة خلال المسابقة.

في حالة المسابقات موجهة الدعوة، يجب دعوة جميع الممارسين في نفس الوقت. يكون ذلك عبر الاتصال المباشر (شخصياً أو عبر الهاتف) يليه دعوة رسمية عبر بريد إلكتروني/رسالة. قد يُطلب أيضاً توقيع اتفاقيات عدم الإفصاح قبل مشاركة أي وثائق (مثل نشرة تفاصيل المسابقة) مع المتنافسين المدعوين.

للمتنافسين

يجب على المتنافسين متابعة المصادر الإعلامية ذات الصلة بانتظام للبقاء على اطلاع بالنافسات الجديدة.

للعلماء

يمكن للعملاء الاستعانة بنشرة المسابقات الناجحة المتاحة للجمهور على المواقع الإلكترونية لمديري المسابقات المعتمدين. ورغم أنها قد لا تعبر عن جميع المعلومات المتعلقة بالمنافسة، توفر هذه الوثائق أمثلة مفيدة عن المتطلبات والتنسيقات السابقة المستخدمة.

للعملاء

في بعض الأحيان، قد يجري مدير المسابقة استبياناً لدراسة السوق بهدف تقييم اهتمام المنافسين المحليين مستخدماً معلومات عامة عن المسابقة. يتعين على المهتمين توقيع اتفاقية عدم الإفصاح كي تتوفر لهم إمكانية الوصول إلى جميع المواد المتعلقة بالمسابقة.

قد تتعلق الاستفسارات المطروحة بالمسائل التالية:

- شروط المشاركة في المسابقة.
- موجز المشروع.
- معلومات حول خلفية الموقع.
- معلومات يُعقل أن تكون مطلوبة لضمان امتثال المشاركات للمعايير المحددة.

الفترة المخصصة لطرح الأسئلة والاستفسارات

يجب أن تحدد شروط المسابقة بدقة كيفية ومواعيد طرح الأسئلة والاستفسارات والإجابة عليها. ينبغي تقديم الأسئلة عبر بوابة إلكترونية، على أن تُنشر الإجابات على الأسئلة بحيث يمكن لجميع المنافسين الاطلاع عليها لضمان التكافؤ بين المشاركين. كما لا يجوز الكشف عن هوية الشخص الذي طرح السؤال.

يجب أن تتراوح المدة المخصصة لطرح الأسئلة والاستفسارات ما بين أسبوعين وأربعة أسابيع بحسب تعقيد المشروع ومتطلبات المسابقة. قد تصدر الإجابات على الأسئلة بشكل تدريجي، أي مرة أسبوعياً على سبيل المثال، ويمكن بدلاً من ذلك إصدارها في الأسبوع التالي للموعد النهائي المحدد لطرح الأسئلة، ويُفضل اعتماد النهج الأخير لتفادي الإجابة أكثر من مرة واحدة على الأسئلة المتشابهة المتكررة.

المشاركة في التعبير عن الاهتمام

في الوضع الأمثل، يجب إدارة الوصول إلى نشرة المسابقة عبر بوابة إلكترونية لضمان المساواة بين جميع المشاركين. يتلقى المنافسون في المسابقات مفتوحة الدعوة أو ذات المرحلة الواحدة نشرة المسابقة بالكامل حال إتمام التسجيل.

قد يُطلب من المشاركين في المسابقات ذات المرحلتين التعبير عن اهتمامهم بالمشاركة، وتأكيد عدم وجود أي تضارب في المصالح، وتوقيع اتفاقية عدم الإفصاح قبل منحهم إمكانية الوصول إلى نشرة المسابقة. يمكن القيام بذلك إما عبر البريد الإلكتروني أو بوابة إلكترونية. عادة ما يكون الموجز المشمول في المرحلة الأولى عام، ولا يصدر الموجز الكامل للتصميم إلا للمنافسين المؤهلين ضمن القائمة القصيرة إلى المرحلة الثانية.

الجلسة التمهيدية

يمكن عقد الجلسة التمهيدية إما قبل أو بعد التسجيل للمشاركة. يحدد موعد إقامة الجلسة كمية التفاصيل المقدمة خلالها، فتكون الجلسة التمهيدية بمثابة امتداد لإطلاق المسابقة في حال انعقدت قبل عملية التسجيل. توفر هذه الجلسة للعميل فرصة للتعبير عن طموحات المشروع وتوضيح توقعات المسابقة بشكل شخصي أو عبر الإنترنت.

في المسابقات ذات المرحلتين المتضمنة حواراً تنافسياً، يلزم تقديم جدول زمني واضح وثابت مع تحديد المواعيد الرئيسية لتمكين المتنافسين من التخطيط للمشروع بشكل فعال.

إذا كانت المرحلة الأولى من المسابقة مفتوحة الدعوة والجلسة التمهيدية مقامة بشكل شخصي، فمن المحتمل ألا يحضر الجلسة سوى الممارسون المحليون. حيثاً أمكن تسجيل الاجتماع أو عقد الجلسة بشكل شخصي وعبر الإنترنت، مما يتيح إمكانية حضور الجلسة التمهيدية على نطاق أوسع.

زيارة الموقع

تتيح زيارة الموقع للعميل والمتنافسين الالتقاء بشكل شخصي، وحتى في حال اجتماع المتنافسون كلهم وجهاً لوجه، فإن ذلك سيسمح لجميع الأطراف بفهم شخصيات الآخرين وأوجه التوافق فيما بينهم بشكل أفضل. لا يجوز إجراء زيارة للموقع إلا في المرحلة الثانية من المسابقة بعد اختيار الفرق المتأهلة ضمن القائمة القصيرة أو في المسابقات موجهة الدعوة.

حتى في هذه الحالة، قد يصعب أن تحضر الفرق جميعها زيارة الموقع ما لم تشمل الأتعاب الشرفية تعويضاً لنفقات السفر، ما يؤكد على ضرورة إدراج معلومات شاملة حول الموقع وسياقه ضمن موجز المشروع. في بعض الحالات، قد تكون زيارة الموقع غير ممكنة في حال وجود قيود حكومية أو جوانب حساسة لها علاقة بالمستخدمين الحاليين للموقع.

للعلماء

لضمان العدالة والشفافية، يجب أن يحرص العميل ومدير المسابقة على توفير فرص متساوية لجميع المتنافسين من حيث إمكانية الوصول إلى الموقع وحضور الجلسة التمهيدية وطرح الأسئلة والاستفسارات.

للمتنافسين

تشكل الفترة المخصصة لطرح الأسئلة والاستفسارات جنباً إلى جنب مع الجلسات التمهيدية وزيارات الموقع لحظات حاسمة في العلاقة التفاعلية مع العميل والموقع. ينبغي على المتنافسين الاستفادة من هذه الفرص في فهم أهداف العميل وموجز المشروع بشكل أفضل.

بطاقة إرشادية

إطلاق المسابقة

?

الخطوة 2: أجب على الاستفسارات

□ حدد بوضوح كيف ومتى يمكن للمشاركين تقديم الأسئلة والاستفسارات.

□ انشر الإجابات على جميع استفسارات المتنافسين في نهاية الفترة المخصصة لطرح الأسئلة.

الخطوة 3: اعقد جلسة تمهيدية أو زيارة الموقع

□ يبين طموحات المشروع (بشكل افتراضي أو حضوري).

□ خطط لزيارة الموقع (تنطبق فقط على المسابقات ذات المرحلتين).

الخطوة 4: سجّل المشاركات

□ تأكد من تسجيل جميع المشاركات المستلمة وارشفها بشكل صحيح.

من الإعلان عن المسابقة إلى تسجيل المشاركات، تلعب كل خطوة دوراً حاسماً في ضمان إقامة تحدّ تصميمي عادل وناجح لجميع المتنافسين.

الخطوة 1: أعلن عن المسابقة

□ استخدم قنوات إعلامية مختلفة (مثل مجلات التصميم التجارية ووسائل التواصل الاجتماعي و الموقع الإلكتروني الخاص بالجهة العلنة) للإعلان عن المسابقة في حال كانت المسابقة مفتوحة الدعوة.

□ قدم المعلومات الأساسية عن المسابقة، بما في ذلك العميل، ولحة عامة على المشروع، والتخصص الرئيسي، وأهلية المشاركين، ولجنة التحكيم، والمواعيد الرئيسية والجوائز أو المكافآت.

□ بالنسبة للمسابقات موجهة الدعوة، أبلغ جميع المتنافسين المدعويين في نفس الوقت عبر مكالمة هاتفية أو شخصياً، ثم استكمل الإجراءات عبر بريد إلكتروني/ خطاب رسمي.

إعداد لجنة التحكيم لمرحلة التقييم

ليس مطلوباً من لجنة التحكيم أن تكون معنية بتقييم امتثال المشاركات لمتطلبات التقديم الأساسية، وإنما يجب ألا يُعرض على لجنة التحكيم سوى المشاركات الموافقة للمتطلبات من أجل منافستها وتقييمها.

من المهم أن تكون لجنة التقييم مطلعة بدقة على معايير التقييم وآلية احتساب الدرجات.

تتطلب بعض المسابقات الاستعانة بلجنة مراجعة فنية متخصصة. يجب أن تعقد هذه اللجنة اجتماعها قبل اجتماع لجنة التحكيم الرئيسية كي يتسنى لأعضائها الاتفاق على المخاوف المتعلقة بالأعمال المقدمة وربما صياغة توصيات لتقديمها إلى اللجنة الرئيسية.

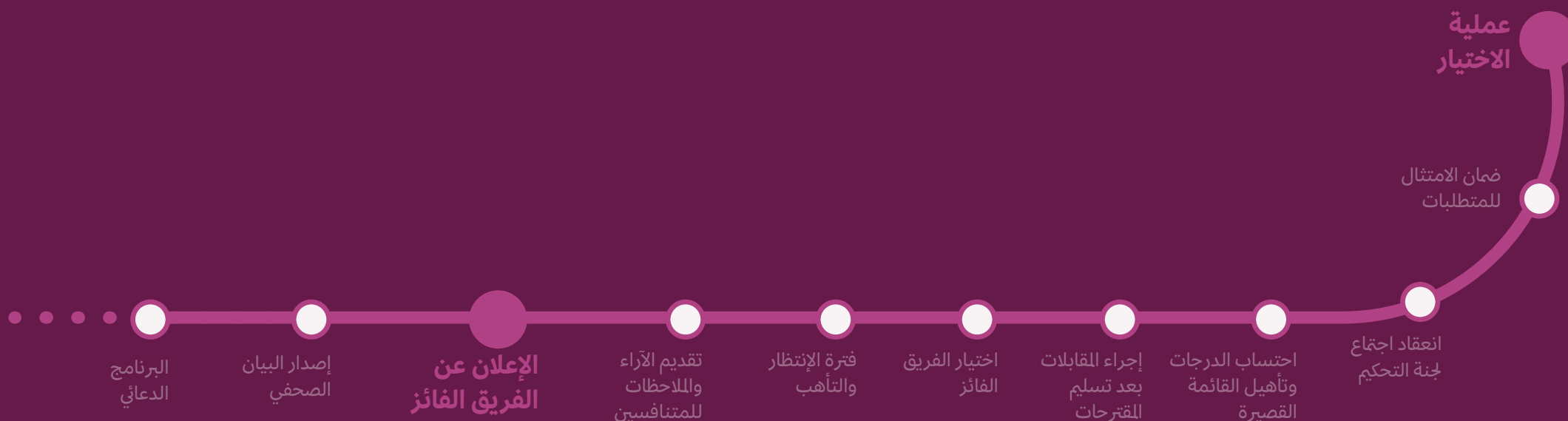
ينبغي مشاركة المقترح الفني لكل عمل مقدم خلال المسابقة مع لجنة التحكيم قبل بدء المناقشات الرسمية وعملية الاختيار. حيثما وجب، يمكن الاستعانة باستشاريين في إدارة التكلفة لإعداد تقرير يقيم ما إذا كانت المقترحات المقدمة متماشية مع ميزانية المشروع أو لا.

حفظ و توثيق سجلات المتسابقين

يجب وضع نظام لضمان تسجيل جميع المشاركات المقدمة خلال المسابقة بشكل مناسب. تشمل السجلات المحفوظة اسم قائد جهة العمل، وقائد الفريق، وعناوينهم واعتماداتهم المهنية إن لزم الأمر، وتكوين الفريق، وأي قضايا جديرة بالانتباه لوحظت في مرحلة التقديم، مثل ما إذا كان التقديم قد تم في الوقت المناسب أو حدثت أي ظروف خارجة عن الإرادة.

يكون التقديم عادة بشكل إلكتروني، الأمر الذي من شأنه تسريع عملية حفظ السجلات. مع ذلك، فإذا تضمنت الأعمال المسلمة نسخاً مطبوعة أو مجسمات وجب تصويرها لحفظها مع المعلومات الرقمية التي قدمها كل فريق.

4 عملية الاختيار



4.1 عملية الاختيار

تحدد عملية الاختيار نتيجة المسابقة. يجب أن تتبع هذه العملية الخطوات التالية:

- ضمان الامتثال للمتطلبات
- انعقاد اجتماع لجنة التحكيم
- احتساب الدرجات وتأهيل القائمة القصيرة
- إجراء المقابلات بعد تسليم المقترحات
- اختيار الفريق الفائز
- فترة الإنتظار والتأهب
- تقديم الآراء والملاحظات للمتنافسين

ضمان الامتثال للمتطلبات

في المرحلة الأولى، يلزم فحص جميع المشاركات المقدمة للتأكد من امتثالها للمتطلبات. يشمل ذلك مراجعة مؤهلات الشركة، و المسائل المتعلقة بالرسوم، والامتثال لأي ترتيبات تعاقدية للمشاركة في المسابقة و/أو العقد الذي سيجري الاتفاق عليه مع الفائز، بالإضافة إلى التأكد من استيفاء جميع المعلومات المطلوبة. وحدها المشاركات الممتثلة للمتطلبات تُعرض على لجنة التحكيم.

في المسابقات ذات المرحلتين، يلزم تقديم جميع هذه المتطلبات في المرحلة الأولى لضمان امتثال مشاركات المتنافسين التأهلين ضمن القائمة القصيرة لمتطلبات المسابقة قبل بدء المرحلة الثانية. بالمثل، يجب فحص مشاركات المتنافسين في نهاية المرحلة الثانية للتأكد من امتثالها للمتطلبات قبل التحكيم النهائي.

انعقاد اجتماع لجنة التحكيم

يجب أن تجتمع لجنة التحكيم في مكان واسع بما يكفي لتعليق النسخ المطبوعة وعرض النسخ الرقمية للمشاركات المقدمة خلال المسابقة. تلعب الملفات الرقمية المحددة بشكل واضح دوراً مهماً في تسهيل هذه العملية، إلا أن الاعتماد على النسخ الرقمية وحدها قد يحد من إمكانية عرض عدة مشاركات أو عدة صور من نفس المشاركة في آن واحد إذا لم يتوفر سوى عدد محدود فقط من أجهزة الحاسب أو شاشات العرض. يُرجح أن يمتلك أعضاء اللجنة أجهزة حواسيب محمولة أو أجهزة لوحية خاصة بهم، مع إمكانية الوصول إلى جميع الأعمال والمشاركات موجهة الدعوة/التأهله إلى القائمة القصيرة. تجري مناقشات اللجنة بسرية تامة، وقد تحتاج اللجنة إلى الاجتماع لعدة ساعات أو إجراء المناقشات على مدى عدة أيام اعتماداً على عدد المشاركات الواجب تقييمها.

يجب أن يكون أعضاء لجنة التحكيم على دراية تامة بالأعمال المقدمة قبل انعقاد اجتماع اللجنة. ومع ذلك، من المفيد أن يقدم فريق إدارة المسابقة/الجهة المنظمة لها ملخصاً لكل مشاركة مع الإشارة إلى المخاوف المتعلقة بها من منظور تقييمي.

للعملاء

ينبغي تسجيل مناقشات لجنة التحكيم لمشاركتها لاحقاً مع المتنافسين والصحافة.

احتساب الدرجات وتأهيل القائمة القصيرة

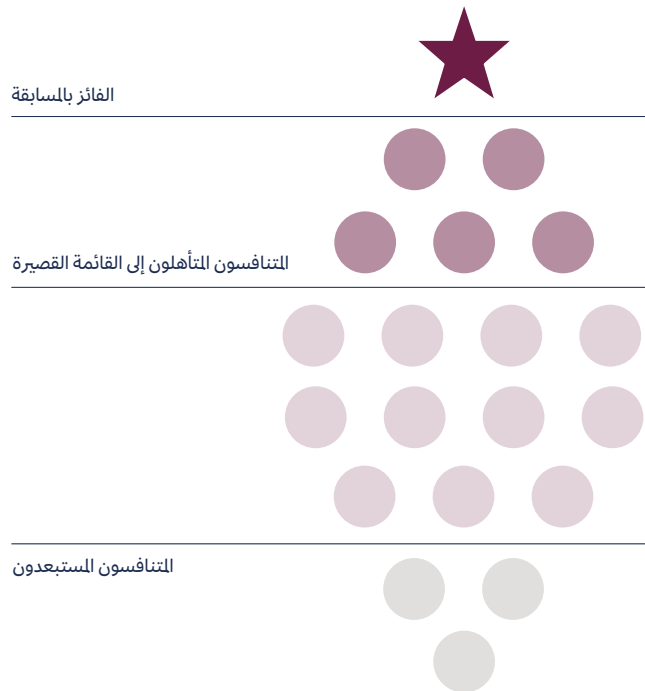
يُعيد مدير المسابقة التأكيد على معايير التقييم ونظام احتساب الدرجات لضمان فهم اللجنة لعملية اتخاذ القرار بشكل واضح. يلزم أيضاً تحديد كيفية اتخاذ القرار، كأن تعتمد العملية على التصويت بالأغلبية، وإذا كان الأمر كذلك فما هي النسبة المطلوبة. يُقسم مجموع الدرجات الكلي بشكل متساوٍ على أعضاء اللجنة. ويجب أن يحرص أحد أعضاء فريق إدارة المسابقة على تسجيل مناقشات اللجنة.

إن تبادل الآراء خلال مناقشات اللجنة لا يقل أهمية عن كيفية احتساب الأصوات، إذ تتبلور قرارات اللجنة متأثرة بهذه الحوارات التي تساهم بدورها في إثراء الملاحظات المقدمة للمتنافسين. تقدم اللجنة الفنية، إذا تطلبت المسابقة ذلك، عرضاً للجنة التحكيم توضح فيه تقييمها للأداء الفني للمشاركات وما هي مخاوفها بشأن الأعمال المقدمة. قد يؤدي ذلك إلى استبعاد بعض المشاركات من المنافسة.

يشكل الاستبعاد التدريجي للمشاركات المقدمة طريقة فعالة للاختيار. يتفق أعضاء اللجنة على استبعاد الأعمال التي يتضح أنها لا تتمتع بالجودة والأهلية الكافية لمواصلة النظر فيها. وكلما اقتربت اللجنة من تحديد الفائزين المحتملين باتت العملية صعبة أكثر. ففي المسابقات مفتوحة الدعوة، قد تكون العملية طويلة جداً نظراً لكثرة المشاركات الواجب مراجعتها. مع ذلك، فإن محدودية عدد المشاركين في مسابقة ما قد تزيد من صعوبة اتخاذ القرار بما أن المدعوين غالباً ما يكونون على مستوى عالٍ من الخبرة. من الضروري التقيد بنظام احتساب الدرجات كآلية لاتخاذ القرار بهدف تجنب التحيز وضمان العدالة.

في المسابقات ذات المرحلتين، قد تعقد اللجنة جلستين منفصلتين لتقييم المشاركات. تمثل مهمة اللجنة في نهاية المرحلة الأولى في اختيار الفرق المدعوة لتطوير مقترح تصميمي.

بدلاً من ذلك، قد يعتمد العميل ومدير المسابقة وحدهما إلى مراجعة المشاركات الأولى نظراً لأنها تتضمن عموماً مؤهلات الفريق وليس مقترح التصميم. كما يلزم تحديد بروتوكول واضح لتطبيقه في جميع أنواع المسابقات، في حال لم يتيسر للجنة التوصل إلى قرار نهائي.



رسم بياني يوضح عملية اختيار المتأهلين ضمن القائمة القصيرة

بطاقة إرشادية

إجراء المقابلات



الخطوة 3: قم بإجراء المقابلات

□ اعرض الأجندة المتفق عليها وعزّف بجميع الحاضرين.

□ اسمح للمتنافسين بتقديم أعمالهم.

□ اطرح الأسئلة التي حضرته مسبقاً، مع إتاحة حيز من المرونة والسماح بتلقي الأسئلة الاستيضاحية.

الخطوة 4: سجل ووثّق عملية المقابلة

□ دون ملاحظاتك حول العرض الذي قدمه كل مشارك وردوده على الأسئلة المطروحة عليه أثناء المقابلة.

□ تأكد من الحصول على موافقة المشاركين في حال تسجيل المقابلة.

توفر المقابلات فرصة إضافية لتعزيز التوافق بين العميل والمتنافسين، ويمكن أن تثير عملية اتخاذ القرار في حال تعادلت درجات المتنافسين.

الخطوة 1: حضّر الأسئلة والاستفسارات

□ ضع أسئلة واضحة ومفتوحة وذات صلة بالمسابقة

□ ركز على مفهوم التصميم والفكرة والعملية.

الخطوة 2: جدول المقابلات

□ اطرح مجموعة من المواعيد الزمنية على المتنافسين التأهلين ضمن القائمة القصيرة.

□ حدد شكل المقابلة (افتراضي أو حضوري)، وأجندتها، ومدتها، والمدعوين للحضور (بما في ذلك ممثلي العميل ولجنة التحكيم وفريق المتنافسين).

التقديمي انعكاساً مباشراً للعمل المقدم خلال المسابقة. وفي حالات نادرة، قد يُطلب من المتنافسين الإجابة على سؤال أو تحدٍ إضافي خلال المقابلة. لا يكون ذلك مطلوباً إلا إذا تقاربت الدرجات الممنوحة للمتنافسين المختارين بحيث يلزم إيجاد عوامل إضافية للمفاضلة بينهم. وإن كان الأمر كذلك، وجب تقديم تعليمات واضحة ومتسقة للمتنافسين حول ما إذا كان مسموحاً لهم/متوقعاً منهم إحضار مواد إضافية أو الإجابة على أسئلة تحيد عما تضمنته نشرة المسابقة الأصلية.

تتناول المقابلة مقترح التصميم والنهج المتبع في إدارة العملية. وعموماً، ينبغي ألا تركز المقابلة على العرض المالي المقدم من قبل المستنافسين. كما يجب أن يُوضح للمتنافسين كيفية تأثير نتيجة المقابلة على احتساب الدرجات والتصنيف العام للفرق.

إجراء المقابلات بعد تسليم المقترحات

لا تشكل المقابلة جزءاً إلزامياً من عملية الاختيار، إذ يمكن اتخاذ القرار بعد مناقشات اللجنة وتصنيف المشاركات واحتساب الدرجات الممنوحة لكل منها من أجل اختيار الفائز في نهاية المطاف. ومع ذلك، تتضمن معظم المسابقات موجهة الدعوة إجراء مقابلات مع المتنافسين. يُطلب من فرق التصميم بعد ذلك تقديم مقترحاتها التصميمية (بشكل حضوري أو افتراضي) والإجابة على أي أسئلة قد تطرحها لجنة التحكيم أو العميل. تضمن هذه العملية فهماً أعمق للمقترحات المقدمة وتتيح للجنة التحكيم أو العميل إمكانية طلب التوضيحات. كما توفر المقابلات للعميل فرصة لمعرفة ديناميكيات العمل داخل الفريق المتنافس وأوجه التوافق مع أعضاء الفريق.

يجب توفير معطيات واضحة وصارمة لفرق المتنافسين فيما يتعلق بأجندة المقابلة، والوقت المخصص للعرض التقديمي، وعدد أعضاء الفريق المسموح بحضورهم، وما إذا كان مطلوباً منهم إحضار المعدات التقنية الخاصة بهم أو لا. يلزم أيضاً إطلاعهم على هوية أعضاء اللجنة القائمين بالمقابلات حتى يتمكنوا من تعديل عرضهم التقديمي وفقاً لذلك. في معظم الحالات، يجب أن يشكل العرض

اختيار الفريق الفائز

يجب أن ينتهي تقييم لجنة التحكيم بإجماع أعضائها على الفريق الفائز. يكون الأساس المنطقي للتقييمات معتمداً بشكل مباشر على معايير التقييم واحتساب الدرجات. من المهم أيضاً أن يتفق أعضاء اللجنة على تصنيف الفرق غير الفائزة نظراً لأهمية إدراجه في الملاحظات المقدمة للمتنافسين. قد تشمل هذه الملاحظات الجوانب النوعية والكمية على حد سواء، أي كلاً من العرض الفني والمالي.

إذا كانت المشاركات مجهولة الهوية (وهو أمر أكثر شيوعاً في المسابقات ذات المرحلة الواحدة)، يجري في هذه المرحلة الكشف عن هوية فرق المتنافسين.

فترة الإنتظار والتأهب

بعد إعلام الفريق المتنافس المختار بفوزه، غالباً ما تُفرض فترة زمنية تُعرف باسم "فترة الإنتظار والتأهب". يجب ألا تقل هذه الفترة عن أسبوعين وألا تزيد عن أربعة أسابيع، ويُحظر خلالها الكشف عن هوية الفريق الفائز أو إصدار أي إعلانات عامة. تتيح هذه الفترة إمكانية التفاوض مع الفريق الفائز بشأن العقد وأي تعديلات أخرى يرغب العميل بإجرائها على مقترح التصميم. وفيما يتعلق بكليهما، يؤمل ألا يكون هناك العديد من التعديلات، ويمكن لاستخدام "deviations prior" أن يقلل من مخاطر المفاوضات الطويلة بشأن العقد.

إلا أنه في حال لم يتوصل الطرفان إلى اتفاق، قد يُمنح عقد المشروع للفريق المتنافس الحاصل على المركز الثاني. وفي جميع الأحوال، يمكن الإعلان عن الفائز حال تأكيد هوية الفريق الفائز وتوقيع العقد.

للعلماء

خلال فترة الانتظار والتأهب، يجب أن يعي العميل واجبه في إبلاغ جميع المتنافسين على الفور بأي تأخيرات أو تغييرات في برنامج المسابقة.

"قد لا يمتلك الممارسون
حافزاً كبيراً للمشاركة في
المسابقات التي تُمنح فيها
الجائزة المالية لواحد على
الأكثر من المشاركين، لكن
من الواضح أن الكثيرين
منهم لا يزالون يستجيبون
للتحدي، وإن التشجيع
الإضافي الحقيقي في هذه الحالة
هو توقعهم الحتمي لتلقي
ملاحظات لجنة التحكيم على
أعمالهم."³

تقديم الآراء والملاحظات للمتنافسين

من المهم جداً أن يتلقى جميع المتنافسين التأهيلين ضمن القائمة القصيرة ملاحظات حول مشاركاتهم. يشمل ذلك على الأقل الدرجات الممنوحة لهم مقابل كل معيار تقييم. وفي أفضل الأحوال، يلزم مع ذلك تقديم تفسيرات خطائية قد تكون على صورة بيان متفق عليه تحت كل فئة تقييم و/أو اقتباسات من أعضاء اللجنة. يمكن للعملاء أيضاً النظر في تقديم الملاحظات عبر مناقشات قصيرة وجهاً لوجه. يتوقع المتنافسون للتعلم من تجربة المشاركة في المسابقة، وبالتالي، إن ضمان تقديم ملاحظات كافية من شأنه تشجيع المتنافسين على المشاركة في مسابقات أخرى وتمكينهم من تطبيق الدروس المستفادة في الفرص المستقبلية، حيث يتوقع المتنافسون للتعلم من هذه التجربة.

4.2 الإعلان عن الفريق الفائز

يجري نشر تقرير لجنة التحكيم بشكل علني حال تأكيد هوية الفريق الفائز. يجب أن يلخص هذا البيان رؤية المشروع المعني بالمسابقة وأهدافه، وأسماء المتنافسين المتأهلين ضمن القائمة القصيرة، وأسباب اختيار الفريق الفائز. لا حاجة لإصدار بيان عام في الحالات التي تكون فيها المشاريع سرية.

يجب في هذه المرحلة أخذ ما يلي بعين الاعتبار:

- إصدار البيان الصحفي
- البرنامج الدعائي

إصدار البيان الصحفي

يلزم إصدار بيان صحفي يعلن عن هوية الفائز في المسابقة والفرق الوصيفة. يمكن عقد مؤتمر صحفي للإعلان عن نتائج المسابقة للجمهور. يجب على مدير المسابقة حضور أي مؤتمر من هذا القبيل، والمساهمة في صياغة جميع البيانات الصحفية، والمساعدة في اختيار الرسومات التوضيحية التي سوف توزع في المؤتمر أو ترسل عبر البريد الإلكتروني إلى منشورات أخرى. عادة ما يكون شرطاً من شروط التقديم موافقة المتنافسين على السماح باستخدام صور مقترحاتهم التصميمية لأغراض الدعاية المرتبطة بالمسابقة.

في حال كانت المشاريع حساسة للغاية، قد يُطلب من المتنافسين احترام اتفاقية السرية وعدم نشر تصاميمهم أو الكشف عن أسماء المصممين الناجحين أو غير الناجحين لأي طرف ثالث قبل الإعلان الرسمي. يُنصح العملاء بالحد من استخدام اتفاقيات عدم الإفصاح بحيث يتسنى للممارسين المشاركين نشر أعمالهم بعد الإعلان الرسمي.

يجب أن يحدد البيان الصحفي ما يلي:

- عدد الاستفسارات المستلمة.
- عدد المصممين المسجلين في المسابقة.
- عدد المشاركات المستلمة.
- ملف تعريف يضمن مقر عمل المتنافسين (ينطبق ذلك خصيصاً على الفعاليات الوطنية والدولية).
- أسماء المتنافسين والشركات الذين سينالون التقدير على مشاركتهم .
- أعضاء لجنة التحكيم والجهات التابعة لها .
- تقرير اللجنة الذي يوضح أسباب اختيار الفريق الفائز.

اعتماداً على نوع المشروع المعني بالمسابقة ومواصفاته، يمكن توزيع البيان الصحفي على وسائل الإعلام التالية:

- وسائل التواصل الاجتماعي والصحافة الشعبية.
- المجلات التجارية.
- المواقع الإلكترونية الخاصة بالمؤسسات والمنظمات المهنية في مجال البيئة المبنية.
- الموقع الإلكتروني الخاص بالعمل.
- الموقع الإلكتروني الخاص بمدير المسابقة.

للمتنافسين

لا يصح أن يفترض المتنافسون أنه بإمكانهم نشر أي عمل مقدم خلال المسابقة قبل الإعلان عن الفائز. نوصي المتنافسين بالتحقق من الاتفاقيات المبرمة مع العميل والتواصل مباشرة مع مدير المسابقة للتأكد من أي تفاصيل أخرى تساورهم شكوك بشأنها.

البرنامج الدعائي

سيكون لكل من وسائل الإعلام المذكورة في الصفحة السابقة أجنحة خاصة بها للمحتوى المنشور. قد يكون من المفيد الإعلان عن الفائز بالتزامن مع أنشطة أخرى ذات صلة بالمشروع المعني بالمسابقة. فعلى سبيل المثال، إذا نُشر مقال عام ما حول موضوع ذي صلة بالمسابقة، فقد يشكل ذلك فرصة جيدة للإعلان عن الفائز.

بينما ستعرض المشاركة للمقترح الفائز في الصحافة بطبيعة الحال، يلزم اتخاذ القرار بشأن ما إذا كانت الأعمال المتأهلة ضمن القائمة القصيرة سوف تُنشر أيضاً. يُعتبر ذلك مرغوباً فيه من وجهة نظر المتنافسين وحتى الفرق الوصيفة. ومن منظور الشفافية والمشاركة المجتمعية، يُنصح بنشر جميع المشاركات إذا سمح المجال بذلك. قد يكون من المرغوب فيه أيضاً تقديم لمحة مختصرة عن جميع المشاركات في بعض وسائل الإعلام أكثر من غيرها تبعاً للجمهور المستهدف.

بطاقة إرشادية

الإعلان عن الفائز



□ صغ إعلاناً واضحاً وموجزاً ثم نقح المحتوى بناءً على النصائح المزعمة استخدامها لنشر الإعلان

□ اختر، ومن ثم أدرج، الصور/المرئيات واقتباسات لجنة التحكيم وملفات تعريف المتنافسين.

الخطوة 3: انشر الإعلان

□ شارك المحتوى المعد سابقاً على القنوات الإعلامية المختارة.

□ احرص على الإشارة إلى الأفراد أو المنظمات ذات الصلة واستخدم الوسوم لتشجيع التفاعل.

الخطوة 4: تفاعل مع الردود

□ أجب على التعليقات أو رسائل البريد الإلكتروني أو أي اتصالات أخرى تتلقاها من الجمهور أو المنظمات المهتمة بالمشروع.

تساهم الطريقة التي تعلن بها عن الفريق الفائز والفرق الوصيفة في كسب دعم الجمهور للمشاريع المبنية المستقبلية. قد يكون من المفيد الاستعانة بنصيحة فريق التسويق الداخلي الخاص بك ومشاورته في هذه المرحلة.

الخطوة 1: أعلم الفريق الفائز

□ أبلغ الفريق المختار بفوزه وهنئه عبر مكالمات هاتفية/فيديو ثم استكمل الإجراءات عبر بريد إلكتروني أو خطاب رسمي.

□ أعط الإذن ببدء فترة الإنتظار والتأهب.

الخطوة 2: قم بإعداد البيان الصحفي

□ حدد المكان والزمان الذي سيجري فيهما تداول المعلومات (مثل المجلات التجارية ووسائل التواصل الاجتماعي وما إلى ذلك).

5 ما بعد المسابقة و الخطوات اللاحقة





5.1 التعريف بالمسابقة والفريق الفائز

يمكن التخطيط لإقامة أنشطة إضافية بعد الإعلان عن الفريق الفائز لتحقيق أقصى فائدة ممكنة من المسابقة، ويشمل ذلك:

- المعارض
- حلقات النقاش
- المشاركة المجتمعية
- الفعاليات الأخرى

المعارض

تُعتبر إقامة معرض للتعريف بالأعمال الفائزة والمتأهلة ضمن القائمة القصيرة خطوة أولى جيدة في عملية المشاركة المجتمعية التي تليه كجزء من تطوير المشروع. كما أنها توفر فرصة جيدة لاستقطاب علاقات عامة تفيد التنافسين والعميل ومدير المسابقة. إما أن ينظم المعرض مدير المسابقة أو العميل.

قد يرغب العميل أيضاً في دمج معرض نتائج المسابقة مع مشاريع أخرى مماثلة أو قريبة جغرافياً يكون مشاركا فيها.

حالة دراسية



يجب التفكير في مكان مناسب لاستضافة المعرض. إذا أُقيم المعرض في مكاتب العميل أو مقر مؤسسة لها صلة بالمهنيين في مجال البيئة المبنية، فمن المحتمل أن يكون الوصول إليه أصعب مما لو كان مقاماً في إحدى المساحات المجتمعية. ربما يكون من الأسهل الوصول إلى المباني المدنية مثل المكتبات والمدارس. يلزم النظر فيما إذا كان المكان سيستضيف عروضاً تقديمية ومناقشات حول المشروع، ومن ثم ضمان توفر المرافق اللازمة إذا لزم الأمر.

ينبغي أن تكون اللغة المستخدمة لعرض المقترحات المشاركة مناسبة للجمهور المستهدف، حيث قد يتسبب استخدام المصطلحات الفنية المتخصصة في نفور المجتمع العام/ المحلي. ومن ناحية أخرى، إذا كان الهدف هو تحفيز شكل محدد من الحوار والابتكار ذي صلة بنوع معين من المباني أو العلوم، فإن ذلك سيؤثر على سردية عرض المقترحات. ربما ينتقل المعرض بين أماكن مختلفة بمجرد تصميمه، ومن المنطقي أن يحدث ذلك في الحالات التي يكون فيها المشروع ذا أهمية واهتمام دوليين.

متحف جديد في سويبور

نظم متحف مايدانك الحكومي ومؤسسة "المصالحة البولندية الألبانية" مسابقة تصميم لتحف تذكاري جديد في سويبور. تتوّجت المسابقة بمعرض عام استضافته إحدى الجامعات، وشمل المعرض أكثر من 60 مقترحاً تصميمياً مشاركاً. تلا ذلك نشر الأخبار والصور المتعلقة بهذا الحدث والإعلان عنها عبر الإنترنت.



العمارة

حلقات النقاش

يمكن إقامة فعاليات من قبيل حلقات النقاش لزيادة وعي الجمهور بالمسابقة ومشاركة المجتمع في حوار عام و/أو مهني. يمكن أن تتضمن حلقات النقاش العميل، وأعضاء من لجنة التحكيم، ومصممين ذوي خبرة في تنفيذ مشاريع مشابهة، وأكاديميين أو خبراء لديهم فهم عميق لنوع الأنشطة المقترحة أن يدعمها المبنى/المخطط الحضري/المشهد الطبيعي، وممثلين عن المستخدم النهائي الذي صُمم المشروع من أجله، إلى جانب ممثلين عن الفريق الفائز في المسابقة. قد يتبع مثل هذه الفعالية عرض تقديمي موجز للمخطط التصميمي الفائز، ويفضل أن يقدمه المصممون كي يتسنى للحضور التعرف على النهج المتبع في المشروع من وجهة نظر المصمم.

المشاركة المجتمعية

عندما لا تكون عملية المنافسة مفتوحة للعامة، غالباً ما يكون من المرغوب فيه منح المجتمع فرصة للإدلاء بتعليقاته وملاحظاته على المخطط الفائز بعد الإعلان عن هوية الفائز في المسابقة. إذ أن ذلك من شأنه زيادة تقبل المجتمع لنهج المشروع وإثراء المشاركة المجتمعية التي سوف تشكل جزءاً من عملية المشروع الفعلية بعد اختتام المسابقة.

"كما يتضح من [الحالات الدراسية]، فإن تداول أفكار التصميم وتلقيها من خلال المعارض يبرز أهمية المسابقة كوسيلة لإشراك الجمهور." ⁴



للمتنافسين

توفر المشاركة في الأحداث اللاحقة
للمسابقة فرصاً قيمة للمتنافسين من
أجل توسيع شبكة علاقاتهم، ما يزيد
من فرص بروزهم في المجال نتيجة
المشاركة في المسابقة.

الفعاليات الأخرى

توجد أحداث أخرى يمكن إقامتها بعد الإعلان عن الفائز في المسابقة. تشمل هذه الأحداث المنشورات التي توثق المقترحات التنافسية، مثل نشرة إعلامية متخصصة تركز بشكل كبير على مجال التصميم.

بدلاً من ذلك، يمكن لكيان العميل إقامة معرض افتراضي يتضمن دعوة المسابقة نفسها وصولاً إلى مقترحات التصميم التنافسية. ينبغي أن يعتمد المعرض بشكل كبير على العرض المرئي لضمان فعاليته، وإذا أمكن، يجب إعلام مستخدمي المشروع المحتملين وأصحاب المصلحة الآخرين به.

في إطار المعرض، قد يقدم الفريق الفائز عرضاً تقديمياً بعد فترة وجيزة من الإعلان عن نتائج المسابقة. يمكن أيضاً إقامة العرض التقديمي بشكل مستقل أو كجزء من برنامج فعاليات. وعلى شاكلة الاعتبارات المذكورة سابقاً، يتأثر اختيار مكان العرض التقديمي وتنسيقه بالجمهور المستهدف. قد يثير العرض التقديمي نقاشاً واسع النطاق، ويجب أن يكون الوقت المخصص كافياً للسماح للجمهور بطرح الأسئلة وتقديم التعليقات.

5.2 الخطوات اللاحقة

بغض النظر عن المواد الإعلامية الموجهة للعامّة، يلزم اتباع الخطوات التالية في نهاية المسابقة:

- الأنشطة الإدارية
- العلاقة بين العميل وفريق الاستشاريين خلال تطوير المشروع

الأنشطة الإدارية

ينبغي إجراء الأنشطة الإدارية التالية:

- إرسال خطابات شكر إلى جميع أعضاء لجنة التحكيم جنباً إلى جنب مع أي أتعاب ونفقات مستحقة لهم، والأمثل أن يكون ذلك في غضون 30 يوماً من الإعلان عن الفائز.
- دفع الرسوم والأتعاب الشرفية للمتنافسين على النحو المتفق عليه سابقاً.

- إعادة أي مجسمات قدمتها الفرق المتنافسة ما لم يكن من المتفق عليه أن هذه المواد تصبح ملكاً للعميل.
- إنشاء أرشيف للمسابقة من أجل تخزين جميع الوثائق المتعلقة بها للأغراض القانونية وذات الصلة بحفظ السجلات.
- يقدم مدير المسابقة تقريراً يوجز فيه مجريات المسابقة، بما في ذلك التوصيات للمسابقات المستقبلية.

للعلماء

من المهم منح هذه الأنشطة القدر الكافي من الوقت والاهتمام، حيث تتجلى ضرورتها في ضمان اكتساب العميل ومدير المسابقة سمعة طيبة في استضافة مسابقات موثوقة وعالية الجودة.



للمتنافسين

ينبغي على المنافسين غير المتأهلين التفكير في كيفية تحقيق أقصى فائدة من اشتراكهم في المسابقة. يكون ذلك من خلال إدراج التصميم في محفظة أعمالهم (شريطة استيفاء متطلبات اتفاقية عدم الإفصاح)، واستخلاص الدروس المستفادة، وتقوية شبكة العلاقات التي تم تطويرها أثناء عملية المنافسة.

في نهاية المطاف، يحصل المشروع على إذن التخطيط ليصبح مشروع بناء. يعود الفضل في تسليم المشروع إلى التعاون المنسق بين عدة جهات فاعلة: العميل أو مالك المشروع، والخبراء المتخصصين، وبلديات المناطق ذات العلاقة، وفريق التصميم.

العلاقة بين العميل وفريق الاستشاريين خلال تطوير المشروع

تتعلق مسابقة التصميم إلى حد كبير بإيجاد فريق يتناسب نهجه مع تحديات المشروع ورؤية العميل، حيث إنها بداية لرحلة طويلة من العمل التعاوني.

يجري تعيين الفائز رسمياً من قبل العميل، وتبدأ بذلك عملية تطوير المقترح الفائز وتنقيحه. تُكتشف مع تقدم العملية قيود وفرص لم تكن واضحة سابقاً، وبالتالي لم يتم تضمينها في موجز المسابقة. كما تبرز قضايا أخرى جديدة نتيجة المشاركة المجتمعية والتفاعل مع أصحاب المصلحة، والعوامل التنظيمية والسياسية. تتم معالجة جميع هذه القضايا من خلال التعاون الوثيق بين العميل وفريق الاستشاريين.

6 الملاحقات

6.1 القائمة المرجعية لنشرة المسابقة

توفر هذه القائمة المرجعية لمحة عامة عن المحتوى المقترح إدراجه في نشرة المسابقة. يجب أن يستند المحتوى إلى جدوى المشروع (راجع القسم 1.1) والقرارات التي اتخذها العميل بدعم من مدير المسابقة.

التعريف بالمسابقة

- ☐ العميل
- ☐ رؤية المشروع والأهداف/تحدي التصميم

لمحة عامة عن المسابقة

- ☐ وصف المشروع شاملاً الموقع والسياق بشكل عام والاستخدام
- ☐ ميزانية المشروع
- ☐ البرنامج (الجدول الزمني)

قواعد وإرشادات الاشتراك في المسابقة

- ☐ برنامج المسابقة
 - « إطلاق المسابقة
 - « الموعد النهائي لتقديم الأسئلة والاستفسارات
 - « الإجابة على الاستفسارات المطروحة
 - « عملية التقديم والموعد النهائي لها
 - « الإعلان عن المتأهلين ضمن القائمة القصيرة (إن وجدت)
 - « المرحلة الثانية من التقديم/المقابلة
 - « اختيار الفريق الفائز
 - « بداية المشروع
- ☐ الأنساب الشرفية
- ☐ التكوين المقترح للفريق
- ☐ متطلبات التقديم: العرض الفني والمالي
- ☐ لجنة التحكيم
- ☐ معايير التقييم
- ☐ الشروط والأحكام

موجز المسابقة أو نطاقها

- ☐ رؤية المشروع
 - « الغايات والأهداف الاستراتيجية
 - « الطموحات ذات الصلة بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية
 - « الطموحات ذات الصلة بالاستدامة
- ☐ خلفية المشروع
 - « تاريخ الموقع والمشروع
 - « السياق المادي والاجتماعي والاقتصادي
 - « معلومات المجتمع وأصحاب المصلحة
 - « التقارير والدراسات ذات الصلة بالموقع و/أو المشروع
- ☐ المتطلبات الفنية
 - « المتطلبات البرمجية والمكانية والجمالية
 - « متطلبات ضوابط البناء والتخطيط
 - « معايير الاستدامة
- ☐ معلومات تسليم المشروع
 - « ميزانية المشروع
 - « برنامج المشروع
- ☐ نطاق العمل الكامل للمشروع (اختياري ويعتمد على المشروع)
- ☐ حزمة البيانات الأساسية
 - « مخطط الموقع وحدوده*
 - « مسوحات المرافق والمسوحات الطبوغرافية وغيرها*
 - « مخططات المباني القائمة*
 - « مجسم ثلاثي الأبعاد عند اللزوم
 - « مجموعة من الصور عالية الجودة للموقع

* يجب تقديم هذه العناصر بصيغة CAD إن أمكن

6.2 فهرس المراجع

4. Patchett, Merle and Rob Shields.
'مسابقات التصميم كوسيلة لإشراك الجمهور' في
جاذبية ستريب: إعادة ابتكار مركز تسوق ستريب،
ص 12-2. منشورات سبيس آند كلتشر، 2012.

[https://merlepatchett.wordpress.com/
wp-content/uploads/2010/06/design-
competition.pdf](https://merlepatchett.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/06/design-competition.pdf)

1. RIBA. لمحة عامة عن خطة عمل المعهد الملكي
للمعماريين البريطانيين لعام 2020. المعهد الملكي
للمعماريين البريطانيين، 2020.

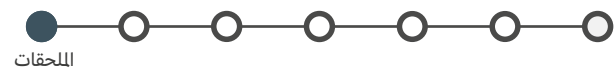
[https://www.architecture.com/knowledge-
and-resources/resources-landing-page/
riba-plan-of-work#available-resources](https://www.architecture.com/knowledge-and-resources/resources-landing-page/riba-plan-of-work#available-resources)

2. Barker, Kunle. امنح صغار الممارسين فرصة
نضالية لإظهار مواهبهم في المسابقات. آركيكتكس
جورنال، 2022.

[https://www.architectsjournal.co.uk/
news/opinion/give-smaller-practices-a-
fighting-chance-to-show-their-talent-in-
competitions](https://www.architectsjournal.co.uk/news/opinion/give-smaller-practices-a-fighting-chance-to-show-their-talent-in-competitions)

3. Paletta, Anthony. الدور المتنامي لمسابقات
التصميم المعماري. اوربان لاند، 2015.

[https://urbanland.uli.org/planning-design/
evolving-role-architectural-design-
competitions](https://urbanland.uli.org/planning-design/evolving-role-architectural-design-competitions)



هيئة فنون العمارة والتصميم
Architecture and Design Commission

